



366
#COMMUNITIES

Stratégies Summit 2023

Marques & consommateurs, comment
recréer du lien ?

Stéphane Delaporte

Directeur général de 366

366

#COMMUNITIES

EXPERTISES



« FRANÇAISES, FRANÇAIS »
ÉTUDE DE RÉFÉRENCE MENÉE
TOUS LES 2 ANS



UN PANEL PROPRIÉTAIRE
DE 60 000 INTERNAUTES



HEXAGO DATA : OUTIL INNOVANT
DE MODÉLISATION DES
AUDIENCES LOCALES



DMP PROPRIÉTAIRE OPÉRÉE PAR
WEBORAMA
IA & DATA CONTEXTUELLE

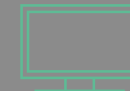
SOLUTIONS



PRINT :
55 TITRES PQR + DIVERTO
211 SUPPLÉMENTS & MAGAZINES



DIGITAL :
59 SITES & 43 APPS
800 M DE STREAMS VIDEO/MOIS



TV :
18 CHAINES LOCALES



AUDIO :
PODCASTS PQR & PURE PLAYERS
2,6 MILLIONS DE STREAMS / MOIS

Comment les consommateurs s'adaptent face à l'inflation ?



366
#COMMUNITIES

Un peak et puis c'est tout ?



A photograph of a clothing store rack with white hangers. A red tag with '70%' is attached to one of the hangers. The background is blurred, showing more clothing and store fixtures. A bright light flare is visible on the right side of the image.

78% des Français sont à l'affut des bonnes affaires.

Ponction sur l'épargne.

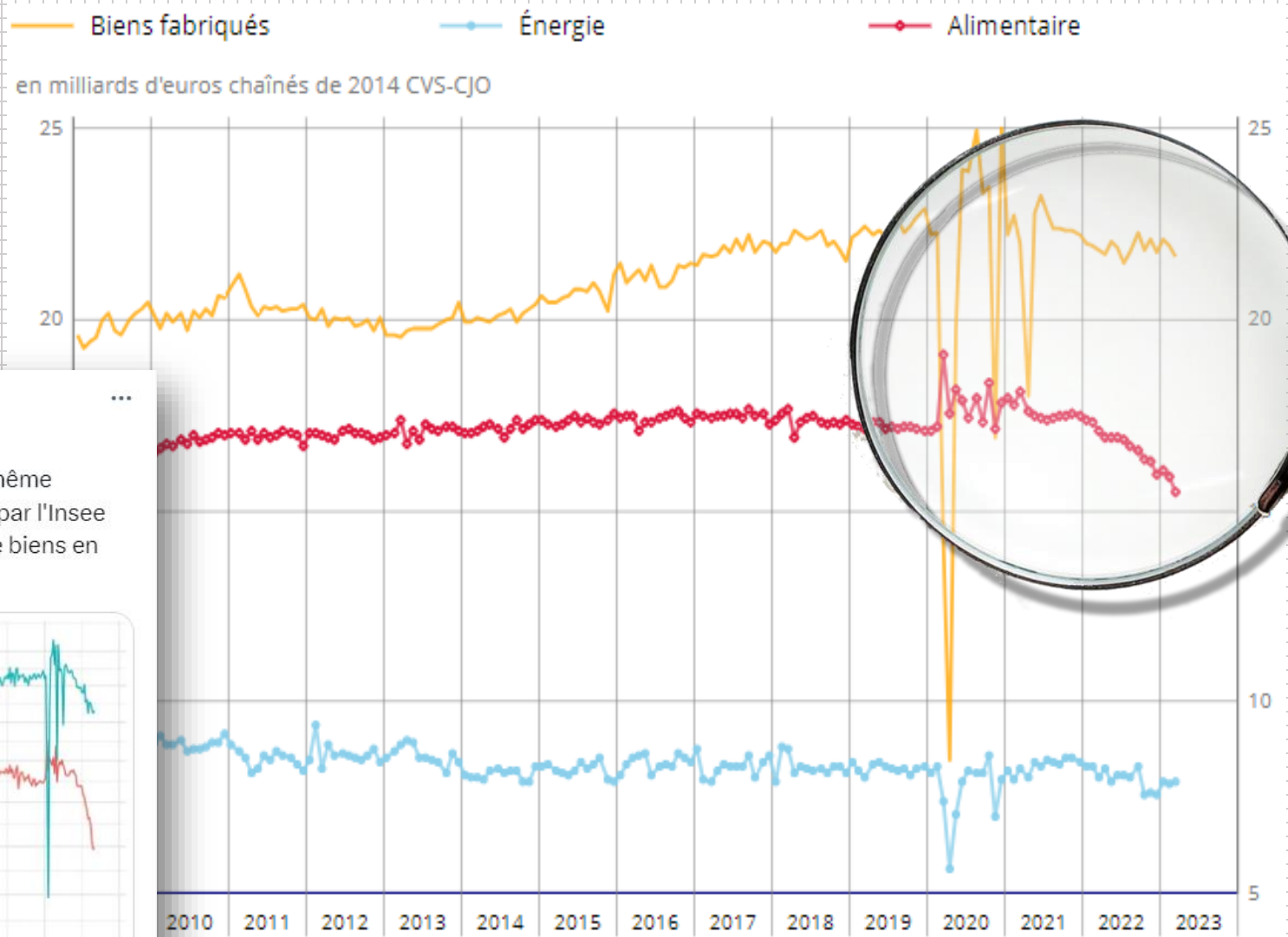
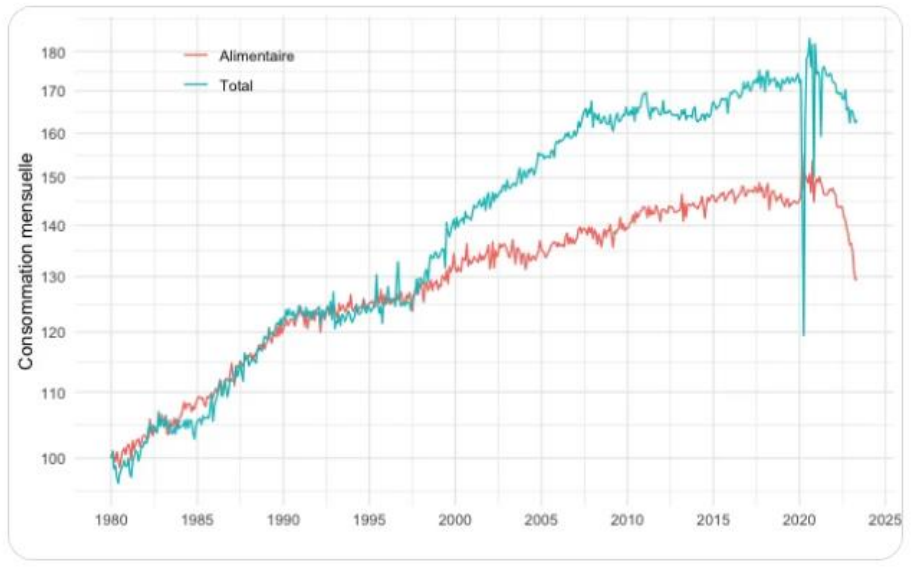


Et pourtant...



François Geerolf
@FrancoisGeerolf

La chute de la consommation alimentaire des ménages n'a même *aucun* précédent dans les données mensuelles compilées par l'Insee depuis 1980. De même pour la chute de la consommation de biens en général...



Ce à quoi les marques doivent faire face n'est pas seulement lié à l'inflation mais à des phénomènes qui la précèdent...

1 – une consommation ‘sans achat’ : marquée par le réemploi / la durabilité / la réparation / la sobriété ...

2 – une consommation qui passe sous les radars : direct aux producteurs / produits en circuits courts / plus écologiques sur le transport et les emballages / plus vertueux pour la relocalisation de l'économie

3 – une consommation plaisir au final moins élevée mais plus intense : des *shoots* de plaisir / le *binge* (une permission sur certains secteurs) / le *cheat* (lâchage en pleine conscience) / le *drop* (achats sans préavis sur des quantités limitées) / ...



Françaises, Français, etc.
Edition 6, Novembre 2022



Quelles réponses des marques pour justifier leurs prix et s'inscrire dans les nouveaux repères de la consommation ?

366

#COMMUNITIES

Les réponses des marques doivent prendre en compte les nouveaux repères des consommateurs

1 – Le PRIX : regarder sous l'étiquette

Le prix se conçoit toujours selon les populations : Il est un critère essentiel et suffisant pour les classes précaires, mais un critère non suffisant pour les classes moyennes et supérieures.

Il est aussi le symbole d'une entreprise. Sa baisse permet de démocratiser le plaisir, il engage la raison d'être de celui qui fixe les prix, il est raisonné en fonction de l'essentialité des produits et positionne in fine la marque (souvent l'enseigne) dans un rôle social qui s'inscrit dans le quotidien des Français.

En ce sens **le prix est devenu profondément politique.**



PRIX - quelques illustrations de sa dimension sociale

10% de marge obligatoire en pleine inflation, qui peut encore avaler ça ?

Les centres E.Leclerc demandent de lever l'interdiction faite aux distributeurs de vendre moins cher les produits de consommation courante. Plusieurs candidats à l'élection présidentielle ont récemment émis l'idée d'un blocage des prix pour lutter contre l'inflation! Mais ils ont oublié qu'une loi de 2019 (EGALIM 1) oblige les distributeurs à prendre une marge d'au moins 10% sur les produits alimentaires. Une mesure conçue pour garantir un profit minimal aux supermarchés pour eux, en contrepartie, ils achètent plus cher les produits agricoles. Ouf, E.Leclerc est d'accord pour privilégier la revalorisation des produits agricoles français. Mais à l'évidence, on ne produit pas beaucoup de chocolat, de café ou de jus d'orange en France. Contre la hausse des prix, osons la baisse des marges, soutenons le pouvoir d'achat des Français, cherchons à limiter la hausse des prix, c'est le meilleur moyen d'assurer débouchés et rémunération à nos producteurs. C'est le choix de E.Leclerc.



Militantisme

Santé, essentialité



ACCESSIBILITÉ, ET BIEN MANGER, ON A TOUT MIS DANS LE MÊME PANIER !

PANIER ESSENTIEL & NUTRITION = **100 produits essentiels** + **100 produits Nutri-Score A et B** **À PRIX BLOQUÉS**

Oui aux créations de chef accessibles partout en France !

Chez Picard, nous avons à cœur de démocratiser l'exception. C'est pourquoi cette année encore, nous vous proposons une bûche inédite au meilleur prix, réalisée en collaboration avec la cheffe pâtisserie Nina Métyayer. Une création unique et originale dont chaque ingrédient a été choisi avec soin et dont la recette ne laissera personne de glace.

Retrouvez tous nos produits de fête et 19 autres bûches à partir de 8€ en magasin et sur picard.fr



POUR VOTRE SANTÉ, ÉVITEZ DE GRIGNOTER ENTRE LES REPAS. WWW.MANGERBOUGER.FR



26€99
ÉDITION LIMITÉE
Bûche glacée Flocons de Neige
8 parts

Crème glacée façon stracciatella à la cannelle et fibres de taniak, crème glacée au protéine avec morceaux de pâtes caramélisées, sablé à la cannelle, sauce caramel au beurre salé, décor chocolat 0% de sucre et la gelée.
Selon disponibilité en magasin. *Voir nos CVU sur picard.fr

Accès au plaisir, démocratisation

Solidarité

Votre budget est de plus en plus serré, alors on a décidé d'être très ristretto (1) sur nos profits.



Sur ce café, comme sur 149 autres produits.

150 produits U à prix coûtant:



HYPER SUPER

(1) Liste "150 produits U" disponibles et signalés en magasin, dans les magasins Hyper U, Super U et sur www.u.com. Voir conditions sur www.uaparticipe.com. Le prix coûtant constitue le seul de référence à partir, affecté d'un coefficient de 1,10 pour les produits alimentaires conformément à la loi Egalim.

POUR VOTRE SANTÉ, ÉVITEZ DE MANGER TROP GRAS, TROP SUCRÉ, TROP SALÉ. WWW.MANGERBOUGER.FR

Les réponses des marques doivent prendre en compte les nouveaux repères des consommateurs

2 – La RSE mais avec ‘bon sens’

Les marques doivent rester dans le champ des attentes majeures des consommateurs à l’égard de certains secteurs et ne pas prétendre « *sauver le monde* ».

Le « Baromètre de la Communication RSE » développé par 366 avec l’UDM et Kantar montre ces attentes différenciées :

- Téléphonie : recyclage des terminaux / haut débit pour tous
- Automobile : émissions de GES / durabilité, fiabilité
- Voyages : tourisme durable / respect des cultures
- Beauté : composants sans risque santé / risques environnement
- Assurance : prévention des risques / protection sociale
- Alimentaire : origine des produits / moins d’emballages



**Baromètre de la
communication RSE
des Marques**

Les réponses des marques doivent prendre en compte les nouveaux repères des consommateurs

3 – Shoot, Cheat, Binge, Drop !

Consommer moins mais plus intensément.
Consommer avec excès ce pour quoi rien d'autre que le plaisir n'a d'importance (manger, boire, écouter, socialiser...) en profitant notamment des abonnements illimités. S'accorder des plaisirs coupables aux antipodes de la raison, et en profiter (un voyage exceptionnel en avion, la voiture de ses rêves, un pot de Nutella, ...).
Consommer de l'exceptionnel et du rare (concert sur une seule date, arrivages flash, série limitée...).



kindle
unlimited

**DÉCOUVREZ
L'ABONNEMENT PIZZA**

29€99* LE 1^{ER} MOIS
PUIS 34€99/MOIS

Shoot ! Cheat ! Binge ! Drop !

ON NE VA PAS TOURNER AUTOUR DU POT



En termes d'apports caloriques, avec 141 kcal, une tartine de pain avec Nutella® peut être une alternative à une tartine de pain beurre-confiture. Nutella® a donc toute sa place au petit-déjeuner, dans le cadre d'une alimentation équilibrée.

Mélanie C.
Nutritionniste
chez Ferrero

<p>1 tartine de pain complet (25g) + Nutella® (15g)</p>  <p>141 kcal</p>	<p>1 tartine de pain complet (25g) + beurre (5g) + confiture (10g)</p>  <p>124 kcal</p>
---	--

Parions qualité

Les réponses à vos questions sur nutella.com

Source : base de données alimentaires USDA

Pour votre santé, pratiquez une activité physique régulière. www.mangerbouger.fr

Shoot

Binge

TARIFS SPÉCIAUX À PARTIR DE 16€90/mois les 12 premiers mois puis à partir de 1790€ /mois



ON PEUT AIMER LES HISTOIRES DE CŒUR ET JOUER À SE FAIRE PEUR

Jusqu'où vous emmènera UGC ILLIMITÉ

UGC ILLIMITÉ

*Tous tarifs nouveaux abonnement réglés par prélèvement sur débit des cartes sur app. © 2021 UGC

NATURELLEMENT FLEXITARIENS



AIMEZ LA VIANDE, MANGEZ-EN MIEUX.

Des éleveurs aux consommateurs, nous préférons tout avoir un impact positif sur la planète comme sur notre santé, en mangeant la juste quantité d'une viande de qualité.

www.naturellement-flexitariens.fr

Cheat

Drop

LUNDI 20.09 - DIMANCHE 26.09.21

PROMOS LIDL

A NE PAS RATER

Arrivages Parkside, accessoires santé Mediasana, semaine italienne !

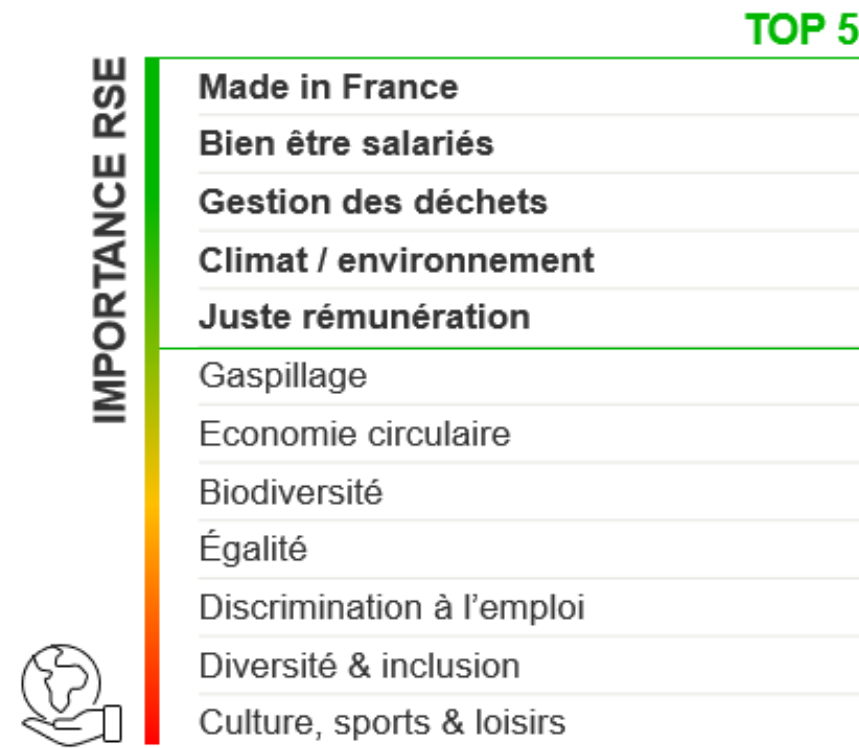


Les réponses des marques doivent prendre en compte les nouveaux repères des consommateurs

4 – Le LOCAL une dimension qui s'impose

La « relocalisation » est une des dimensions les plus puissantes de l'après-Covid.


Toutes les marques peuvent revendiquer un aspect du Local, que ce soit la préservation de l'emploi, la vivification de l'économie locale, l'investissement dans l'agriculture, la défense des cultures et du patrimoine ou tout simplement l'origine et la fabrication des produits. Le local est un pilier de la défense économique, mais aussi un emblème de l'écologie avec les circuits courts.



Baromètre « UDM / 366 / Kantar
de la communication RSE »
Novembre, 2022

366
#COMMUNITIES

LOCAL - quelques illustrations



VOUS ÊTRE UTILE

Comme Anna, restauratrice dans le Grand Est, 2 000⁽¹⁾ entrepreneurs ont déjà pu **bénéficier** dans notre région d'un Prêt Garanti par l'Etat (PGE)⁽²⁾.

Le sourire de nos clients est la plus belle récompense de l'**engagement** de tous nos conseillers.

Renseignez-vous auprès de votre conseiller ou sur www.caisses-epargne.fr*

© 2014 Caisse d'Épargne Grand Est. Tous droits réservés. *Tous les conseils sont sous l'égide de la Caisse d'Épargne Grand Est. Les services sont fournis par la Caisse d'Épargne Grand Est. Les services sont fournis par la Caisse d'Épargne Grand Est. Les services sont fournis par la Caisse d'Épargne Grand Est.

Soutien à l'économie

Solidarité, écologie

AGRICULTEURS. INDISPENSABLES AU MONDE.

Il y a 120 ans, une poignée d'agriculteurs s'est regroupée pour mieux s'entraider en cas de coup dur. Ce jour-là, sans le savoir, ils ont créé la première communauté d'entraide mutualiste qui allait devenir quelques décennies plus tard Groupama.

Et depuis, Groupama est aux côtés de tous les agriculteurs. Alors oui, nous l'affirmons haut et fort : agriculteurs, vous êtes indispensables au monde.

Vous n'êtes pas seulement des producteurs passionnés qui nourrissez la France et bien d'autres pays à travers le monde.

Vous êtes aussi : des commerçants précieux qui favorisez les échanges locaux, des créateurs d'emplois sans équivalent dans le cœur de nos régions, des fournisseurs d'énergie verte capables d'alimenter vos propres exploitations et les villages alentour, des créateurs du bien social essentiel à la vie locale, des startups à la pointe de la technologie, des architectes de notre territoire nécessaires à l'entretien de nos sols et de notre patrimoine, des acteurs majeurs dans la lutte contre le réchauffement climatique.

Depuis 120 ans, nous vous accompagnons dans toutes les transitions agricoles et les défis auxquels vous faites face. Et quelles que soient les difficultés que vous rencontrez, nous vous proposons des solutions d'assurances adaptées à vos besoins, en étant avec vous sur le terrain.

Et si, ensemble, nous relevions les défis de l'agriculture des prochaines années ?

#agrispensables




Groupama
la vraie vie s'assure ici

Groupama Assurances Mutualité est une société de droit français. Groupama Assurances Mutualité est une société de droit français. Groupama Assurances Mutualité est une société de droit français. Groupama Assurances Mutualité est une société de droit français. Groupama Assurances Mutualité est une société de droit français.

PLUS ALSACIENNE QUE JAMAIS

Brassée en Alsace depuis 72 ans, Kronenbourg tire son savoir-faire au cœur de sa terre natale.



Kronenbourg
BIÈRE D'ALSACE

Boisson alcoolisée. Le alcool Kronenbourg est une bière brassée en Alsace. En 2014, Kronenbourg a été reconnue comme la meilleure bière d'Alsace au monde. Le alcool Kronenbourg est une bière brassée en Alsace. En 2014, Kronenbourg a été reconnue comme la meilleure bière d'ALSACE au monde. L'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

Origines

Emploi, agriculture

42 000 AGRICULTEURS FRANÇAIS QUI TRAVAILLENT AVEC NOUS, ÇA AUSSI, C'EST BIG.



McDonald's France et ses franchisees sont des partenaires majeurs des filières agricoles françaises. En 2014, nous avons contribué à la création de plus de 10 000 emplois pour nos principaux fournisseurs locaux, régionaux, nationaux, européens et mondiaux dont plus de 42 000 en France. Ce sont environ 100 000 tonnes de matières premières agricoles, ce sont 650 millions d'euros d'achats alimentaires qui ont été réalisés après l'intégration française en 2014. Le partenariat avec les filières agricoles françaises repose principalement sur un système de contractualisation assurant la stabilité économique à long terme et le développement de nos restaurants, ainsi que de notre contribution à l'emploi des jeunes avec 2 000 emplois qui seront créés cette année. La contribution à l'économie nationale est au cœur de nos engagements. Depuis longtemps. Et pour longtemps.

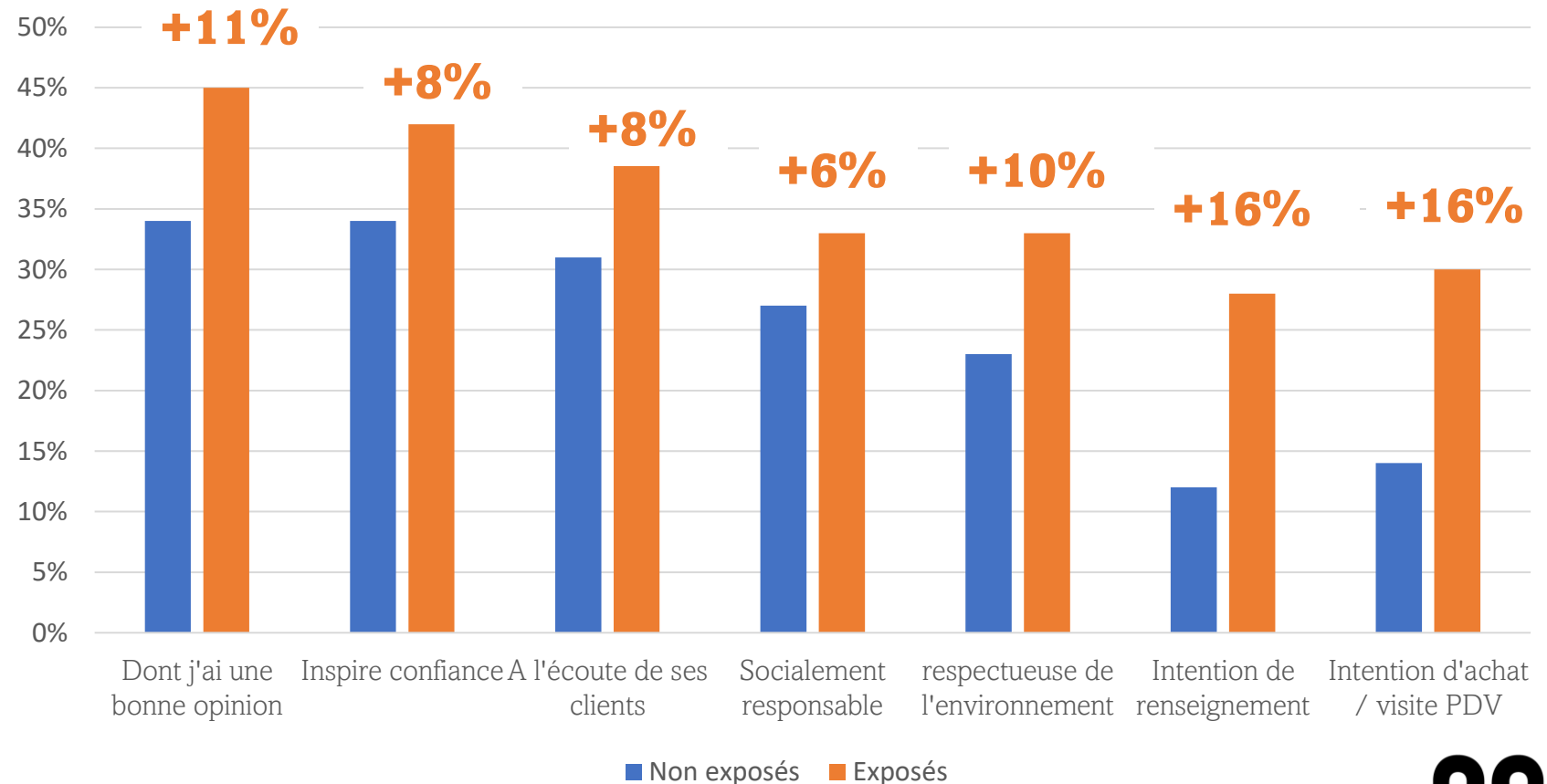
DANS McDONALD'S FRANCE, IL Y A FRANCE.

© 2014 McDonald's France. Tous droits réservés. Le graphique est illustré en 2014.

L'argument LOCAL, un puissant driver d'image mais surtout d'achats et de visites en points de vente

Les campagnes utilisant au moins un argument local bénéficient *d'uplifts* largement supérieurs aux moyennes des campagnes testées, sur les KPIs d'image comme d'activation.

Base de référence post-tests
366/Kantar – plus de 200 000
observations / 400
campagnes.



Le PRIX comme contribution à l'effort collectif



LE PRIX DE L'ESSENCE MONTE À LA POMPE, LE PRIX DU WHOPPER BAISSÉ AU DRIVE.

Depuis plusieurs jours, le prix de l'essence à la pompe s'envole au point de passer la barre symbolique des 2€. Une situation lourde pour le portefeuille de nos clients à laquelle nous avons souhaité témoigner notre soutien.

Du lundi 21 au dimanche 27 mars, le prix du Whopper au drive passera lui sous cette barre des 2€ et sera à 1,99€. Rouler ne vous coûtera peut-être pas moins cher mais manger oui.

Le PRIX comme contribution à l'effort collectif

La RSE comme affirmation concrète de son utilité sociétale



À défaut de vous faire décrocher l'or, ils vous feront gagner de l'argent.

REVENDEZ-NOUS LE MATÉRIEL QUE VOUS N'UTILISEZ PLUS.*

Et si vous donniez une seconde vie à votre ancien matériel de sport en gagnant immédiatement de l'argent ? Du 2 au 27 novembre, revendez-nous votre matériel et cumulez 6 000 points sur votre compte Decat'Club, soit l'équivalent de 10 € en carte cadeau.



Faites votre estimation

SERVICE REPRISE

*Service et offre soumis à conditions à retrouver sur [decathlon.fr](https://www.decathlon.fr) et en magasin. Votre matériel doit être propre et en bon état.

DECATHLON
Faire bouger le sport

Le PRIX comme contribution à l'effort collectif

La RSE comme affirmation concrète de son utilité sociétale

Le PLAISIR comme un sas de décompression



Le PRIX comme contribution à l'effort collectif

La RSE comme affirmation concrète de son utilité sociétale

Le PLAISIR comme un sas de décompression

Le LOCAL comme marqueur des vertus de la proximité



**NOS CHEFS
NE VONT PAS
CHERCHER
LEURS IDÉES
BIEN LOIN.**

Dans les hôtels greet, les petits-déjeuners sont composés à partir de produits locaux.

greet

Quand l'hôtel prend un nouveau sens.

réservez votre séjour engagé dans plus de 20 hôtels greet sur all.com



366
#COMMUNITIES

Stratégies Summit 2023

Marques & consommateurs, comment
recréer du lien ?

Stéphane Delaporte

Directeur général de 366