



**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.

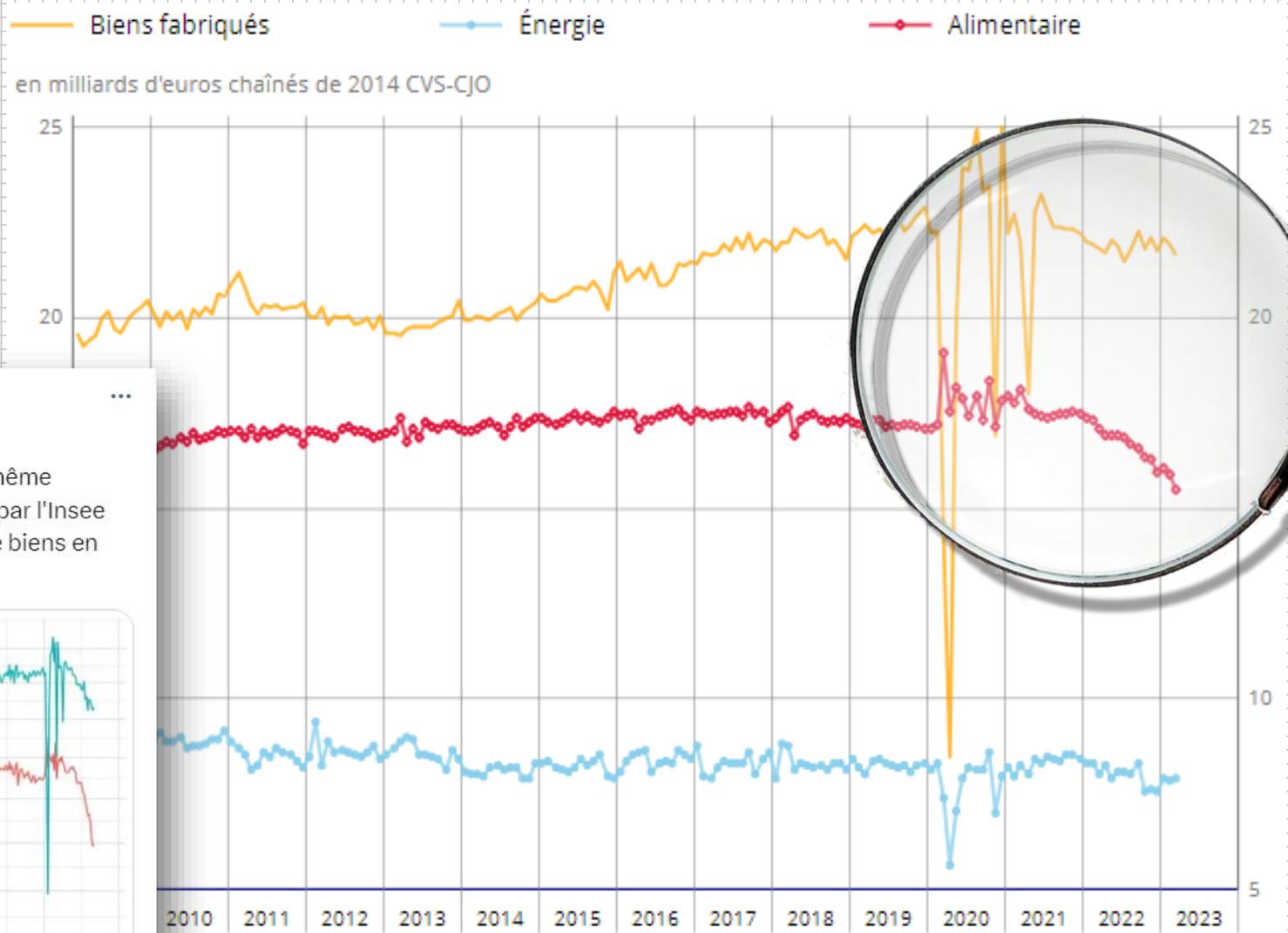
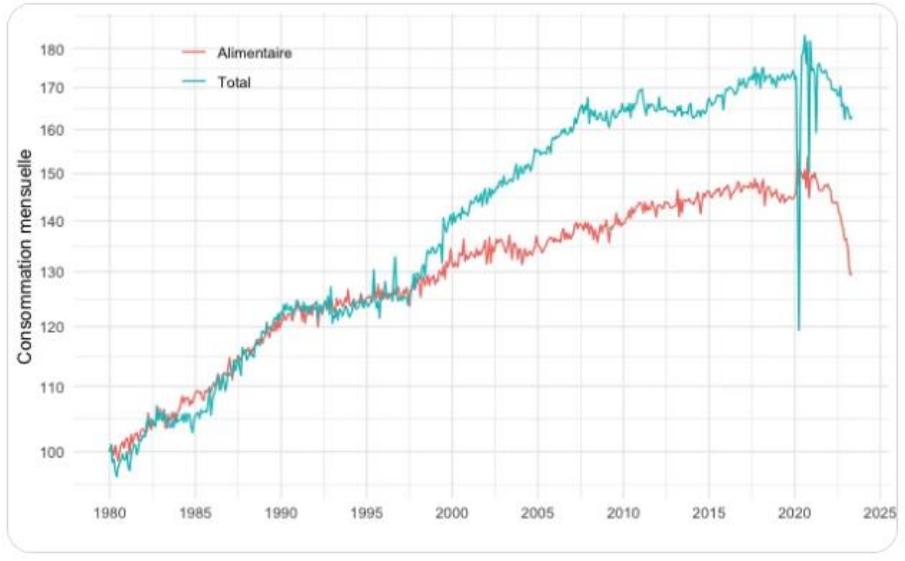


# Et pourtant...



**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...

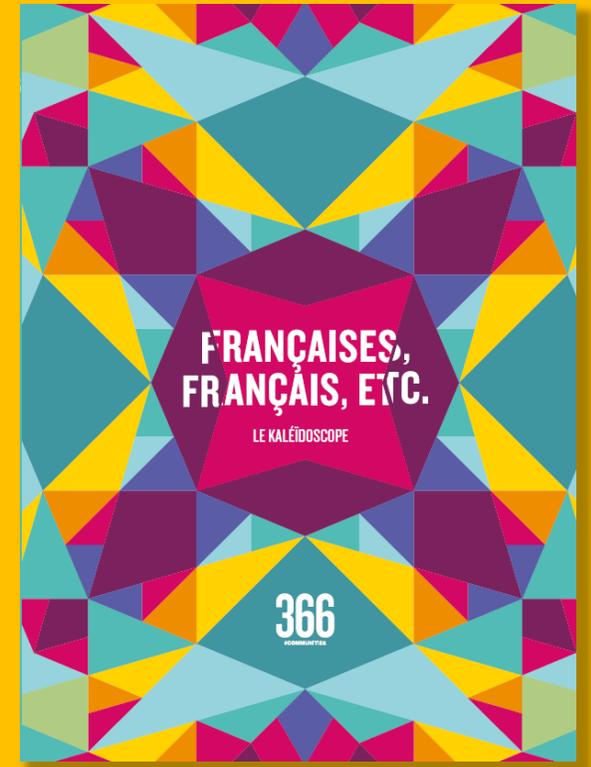


# Ce à quoi les marques doivent faire face n'est pas seulement lié à l'inflation mais à des phénomènes qui la précèdent...

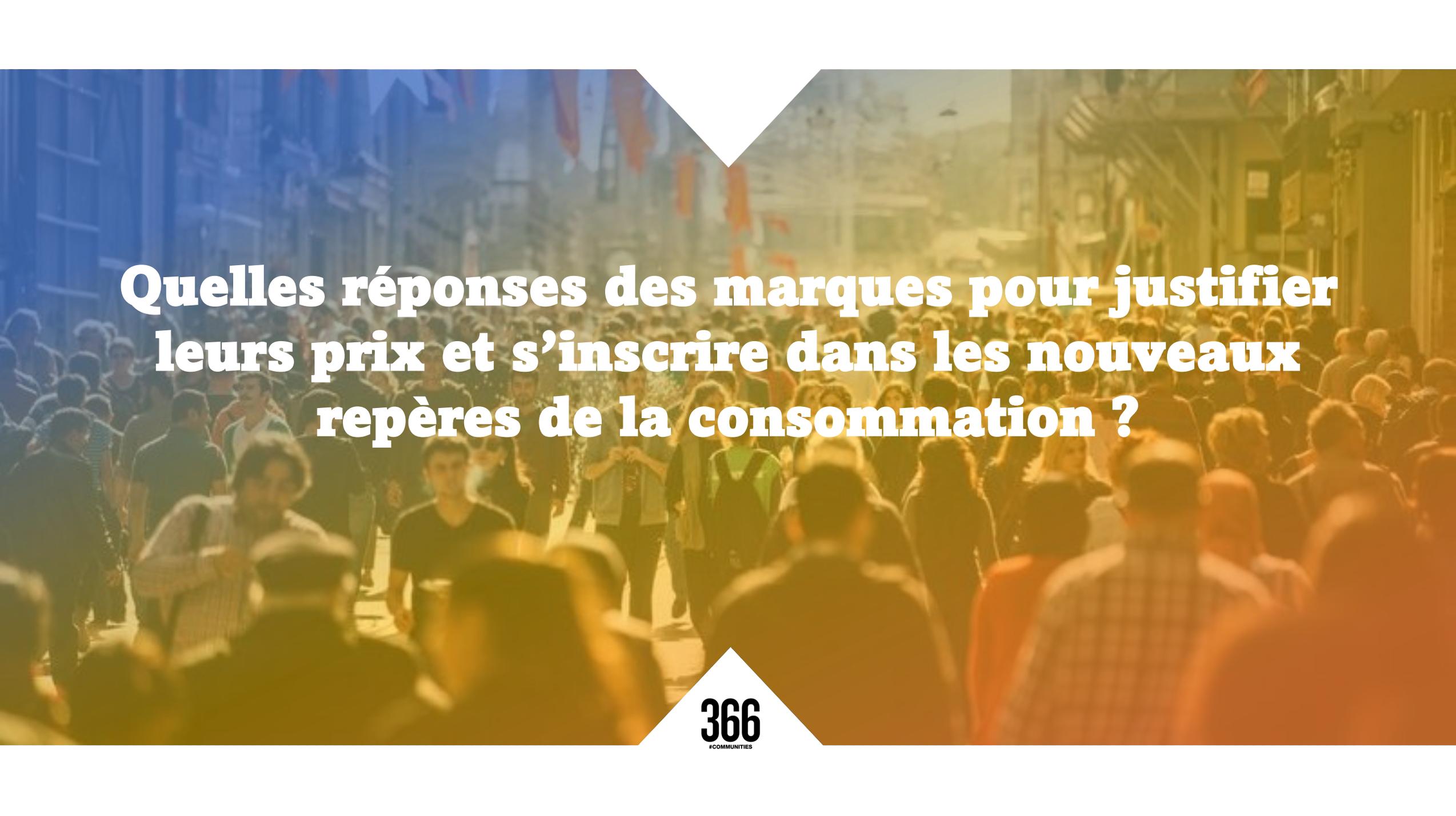
**1 – une consommation ‘sans achat’** : marquée par le réemploi / la durabilité / la réparation / la sobriété ...

**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, on a la baisse des marges, souvenez-vous le pouvoir d'achat des Français, cherchez 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**

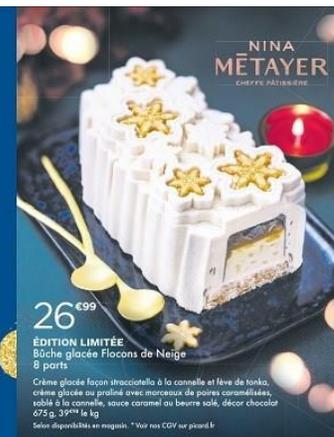
## Oui aux créations de chef accessibles partout en France !

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 fêtes 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 matière grasse.

Seule disponible en magasin. \*Voir nos CVU sur picard.fr

## Accès au plaisir, démocratisation

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



Sur ce café, comme sur 149 autres produits.

150 produits U à prix coûtant:



**HYPER SUPER**

(1) Série "150 produits U disponibles et disponibles en magasin, dans les magasins Hyper U, Super U et sur www.u.com. Voir conditions sur www.usuper.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**

**366**  
#COMMUNITIES



# 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



# 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](http://nutella.com)

Source : base de données alimentaires USDA

Pour votre santé, pratiquez une activité physique régulière. [www.mangerbouger.fr](http://www.mangerbouger.fr)

**Shoot**

**TARIFS SPÉCIAUX À PARTIR DE 16€90/mois** les 12 premiers mois (hors la part de 1790€/mois)



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

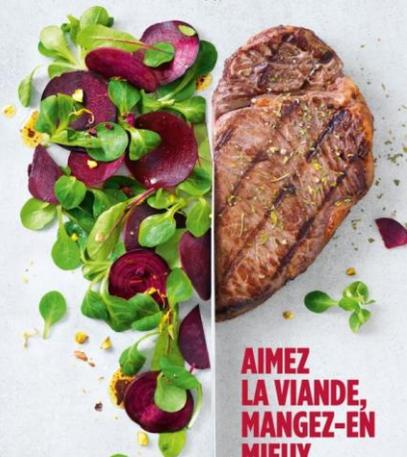
Jusqu'où vous emmènera UGC ILLIMITÉ

**UGC ILLIMITÉ**

\*Pour tout nouvel abonné réglé par prélèvement sur débit de carte sur app

**Binge**

**NATURELLEMENT FLEXITARIENS**



**AIMEZ LA VIANDE, MANGEZ-EN MIEUX.**

Des éleveurs aux consommateurs, nous préférons tout avoir un impact positif sur la terre en prenant soin de nos animaux, en mangeant la juste quantité d'une viande de qualité.

[www.naturellement-flexitariens.fr](http://www.naturellement-flexitariens.fr)

**Cheat**

**LUNDI 20.09 - DIMANCHE 26.09.21**

**PROMOS LIDL**

**A NE PAS RATER**

Arrivages Parkside, accessoires santé Mediasana, semaine italienne !



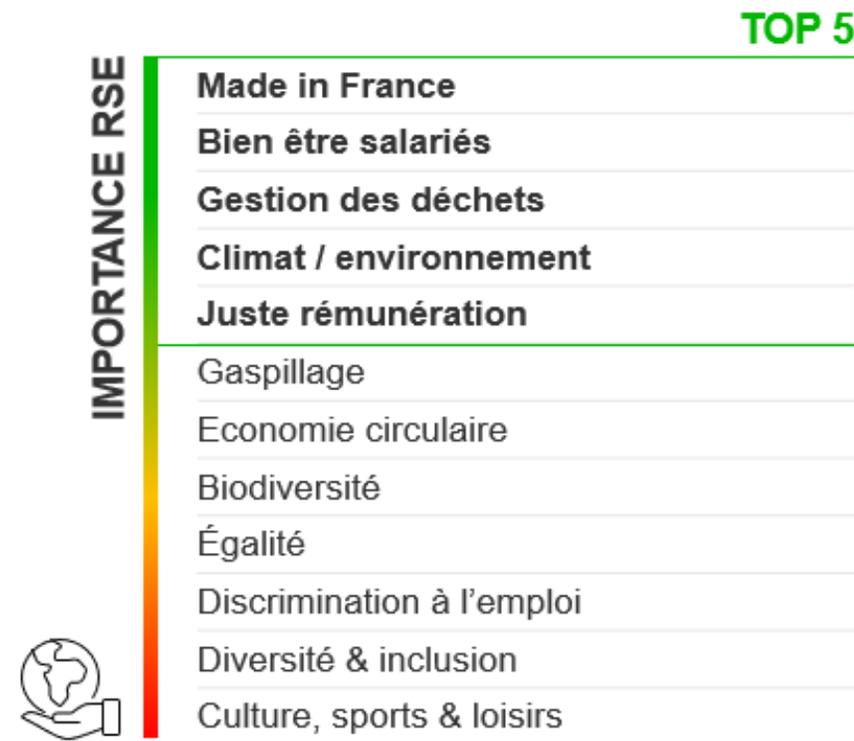
**Drop**

# 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<sup>(1)</sup> entrepreneurs ont déjà pu **bénéficier** dans notre région d'un Prêt Garanti par l'Etat (PGE)<sup>(2)</sup>.

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](http://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. Le alcool Kronenbourg est une bière brassée en Alsace. En 2014, Kronenbourg a été reconnue comme la meilleure bière d'Alsace au monde.

**Origines**

**Emploi, agriculture**

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



McDonald's France et ses franchiseurs 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, producteurs de viande, produits laitiers, produits d'élevage, etc., dont plus de 42 000 en France, ce qui représente environ 10% de nos fournisseurs agricoles. Ce sont 420 millions d'euros d'achats alimentaires qui ont été réalisés auprès d'agriculteurs français 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.

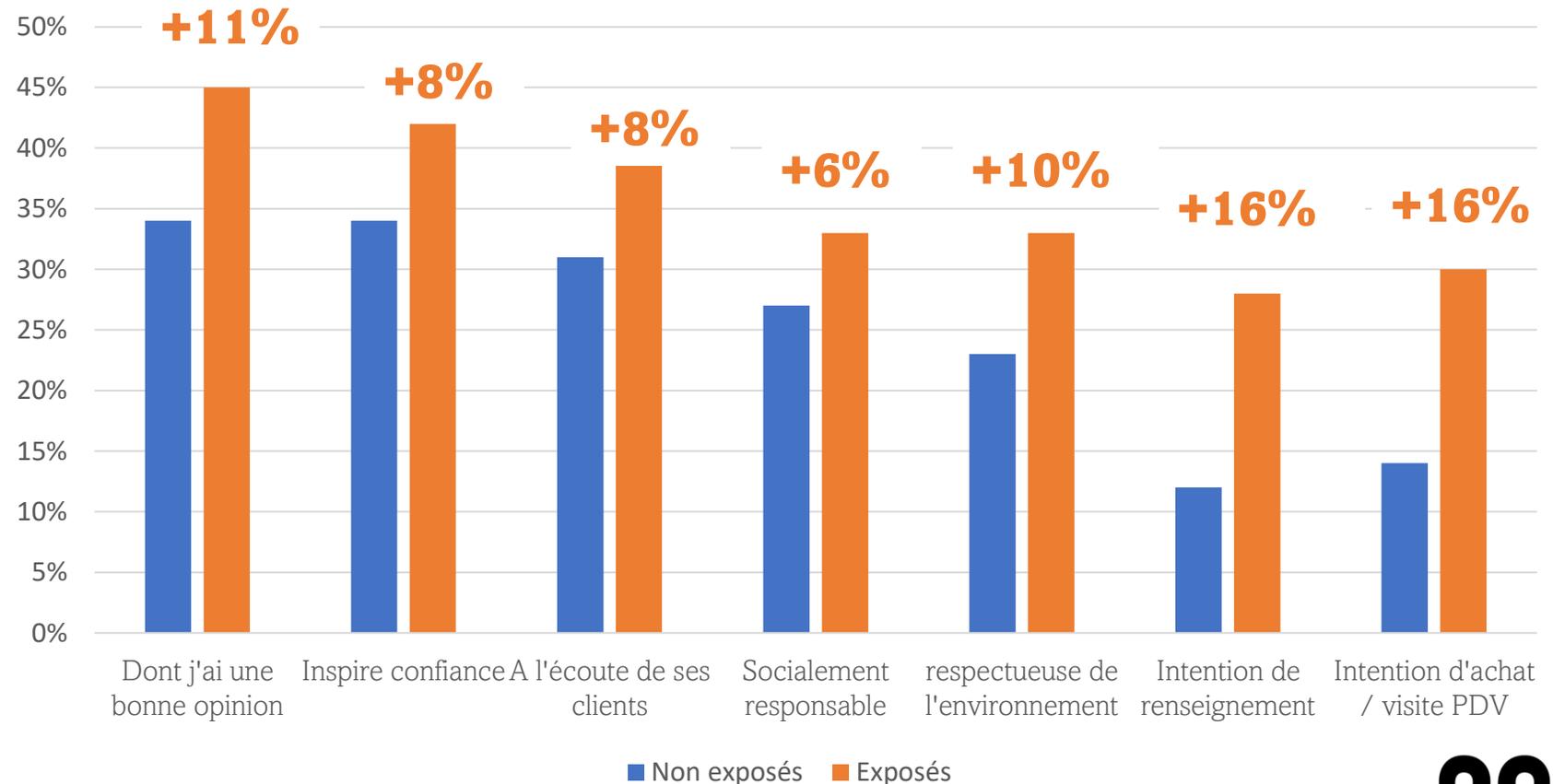
**DANS McDONALD'S FRANCE, IL Y A FRANCE.**

© 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](http://all.com)



**366**  
#COMMUNITIES

Stratégies Summit 2023

---

Marques & consommateurs, comment  
recréer du lien ?

**Stéphane Delaporte**

Directeur général de 366