



FIERS D'ÊTRE FRANÇAIS, FIERS DE VOS MARQUES

ÉMERGEZ AU CŒUR DE LA FÊTE NATIONALE

14 JUILLET 2025



CAPITALISEZ SUR LE CONTEXTE ACTUEL POUR RENFORCER VOTRE PRÉFÉRENCE DE MARQUE

85%

Des Français trouvent que l'annonce de hausse des tarifs douaniers par les Etats-Unis est préoccupante.

Et notamment pour l'impact que ces mesures pourraient avoir sur :

- L'économie Française : 67%
- Leur pouvoir d'achat : 60%
- Les relations internationales : 41%
- Le taux de chômage hexagonal: 41%

71%

Des Français jugent que l'origine des produits est un élément important dans leur décision d'achat et 61% jugent que cette importance se renforce à la suite de ces annonces.

La réflexion de long terme sur la consommation et sur le modèle Français de développement est réactivée, comme pendant la crise sanitaire.



L'ORIGINE DES MARQUES JOUE UN RÔLE CLÉ DANS LEUR PERCEPTION

72%

Des Français ont une image positive des marques Françaises
(vs. 20% pour les marques américaines).

Mais les Français identifient difficilement l'origine des marques :
qui est vraiment Français, Américain, Européen parmi les marques qu'ils consomment au quotidien.



Les Français souhaitent participer au soutien de l'économie nationale

« Il faut soutenir l'économie française et européenne. »

*« Je pourrai explorer des alternatives locales ou artisanales.
Acheter chez les petits producteurs, en circuit court »*

*« Je pense plutôt soutenir des initiatives locales
en privilégiant les produits locaux. »*

*« Les entreprises françaises, peuvent valoriser le local,
le savoir-faire et la relocalisation.
Dans tous les cas, il ne suffit plus de communiquer :
il faut agir concrètement, car les consommateurs
attendent des engagements réels, pas du blabla. »*

LES MÉDIAS LOCAUX, POINTS DE CONTACTS DÉTERMINANTS POUR RENFORCER VOTRE ANCRAGE NATIONAL



SAVOIR-FAIRE

Le groupe de luxe Hermès cherche ses futurs artisans maroquiniers pour son école dans l'Eure

LOUVIERS Immersion au sein de l'école Hermès des savoir-faire, à Louviers, qui forme des artisans selliers-marroquiniers ayant vocation à intégrer les manufactures du secteur. Les candidatures pour la prochaine session sont d'ores et déjà ouvertes.

VIOLENE GARNALA

Le regard ne quitte pas le fil et l'aiguille. Le geste est minutieux. Et déjà sûr, alors que Justine a rejoint l'École Hermès des savoir-faire, à Louviers, seulement en avril 2025. La marque de luxe française a ouvert ce centre de formation en mars 2023. Les futurs artisans ont vocation à rejoindre ensuite ses maroquineries de Val-de-Reuil et de Louviers. Une nouvelle session débute en septembre et les candidatures sont d'ores et déjà ouvertes.

FRANÇOISISSON

Au bout de la formation de 18 mois, les apprentis artisans deviennent sellier-marroquinier et ont en poche un CAP maroquinier. Mais au-delà du diplôme, ils apprennent le savoir-faire transmis depuis la création d'Hermès. Comme le fameux point seller réalisé avec deux fils et une aiguille. C'est cette technique que doit justement réaliser Justine pour un examen blanc, ce mercredi 7 avril 2025. A 25 ans, l'ancienne cheffe de réception dans un hôtel cinq étoiles s'est vue proposer cette formation par France Travail « car je suis passionnée par la couture ». Après « cinq épreuves, très sélectives où par exemple on teste la dextérité de nos deux mains », elle a pu intégrer la formation. Non sans une « grande fierté de travailler pour une grande maison française ». La sélection se fait sur entretiens et tests d'habileté. Ce qui permet notamment à des personnes sans qualification de

1. Laurent, apprenti à l'école des savoir-faire, réalise un métier plus manuel 2. Actuellement, l'école des savoir-faire accueille 80 apprentis 3. Robin, diplômé en CAP, va au sein de la maroquinerie de Val-de-Reuil réaliser le fameux point seller 4. Murielle Staschev, directrice générale du pôle maroquinier-sellerie d'Hermès

rejoindre l'école.

UNE FORMATION OUVERTE À TOUT

La formation, gratuite et rémunérée, est ouverte à tous les âges. Les femmes sont majoritaires dans beaucoup de promotions « à cause d'une image erronée alors qu'historiquement la maroquinerie était un métier d'homme », relève Murielle Staschev, directrice générale du pôle maroquinier-sellerie d'Hermès.

Ces derniers sont donc invités à postuler. « Nous avons une majorité de reconversion de personnes ayant des métiers divers comme la pâtisserie, la coiffure, la médecine... »

« INCHANGÉ »

« Fidélité, rigueur » sont des qualités nécessaires, relève Éléonore, 26 ans. Elle est dans la deuxième phase de la formation : la formation tutorée, qui

intervient au bout de six mois, après la formation initiale lors de laquelle les apprentis ont découvert les gestes, l'outillage. Aux côtés d'une formatrice, elle apprend à devenir plus autonome et à concevoir des produits de A à Z. Ce jour-là elle est sur un Kelly to go, un modèle de pochette en cuir. Elle rejoindra dans quelques mois la production tutorée pour terminer sa formation. Laurent, 46 ans, quit-

tera l'école en septembre. « C'est incroyable et fait ce que l'on est capable de faire en un an », observe cet ancien imprimeur qui a quitté un métier devenu « trop numérique » pour retrouver du manuel. Une fois la formation terminée, si les nouveaux artisans répondent au niveau d'exigence d'Hermès, ils sont recrutés en CDI pour rejoindre une maroquinerie. « C'est le cas de 70 à 80 % des apprentis formés. Ils reçoivent alors, hors d'une cérémonie, une « marque » : c'est ce qui va leur permettre de signer tous les objets qu'ils vont confectionner de A à Z. C'est le cas de Robin, 39 ans, qui a rejoint en mars la manufacture de Val-de-Reuil, spécialisée dans la petite maroquinerie (celle de Louviers confectionne de la petite maroquinerie, des sacs et de la sellerie). Il continue à être accompagné même s'il affirme ne pas avoir été perdu en arrivant « car l'école forme bien ». En pleine confection d'un portefeuille Bern compact, Robin raconte que la couture et le travail du cuir ont été une totale découverte pour lui lorsqu'il a intégré l'école Hermès des savoir-faire. « Je n'avais jamais touché une aiguille ». Mais la patience, la minutie et le calme lui ont tout de suite plu. Lui qui ne se retrouvait plus dans son métier de la restauration, détaille-t-il alors que, dans l'atelier, le silence, signe de concentration n'est brisé que par quelques coups de maillet. Pour assister à la prochaine session de formation, Laurent, 46 ans, quit-



ÉCONOMIE

Frerejean Frères lève neuf millions d'euros

La maison d'œuvres, portée par Rodolphe et Guillaume Frerejean-Lattinger, a bouclé une levée de fonds de 9 millions. Ces financements sont destinés à la nouvelle cuverie d'Oger et à l'hôtel haut de gamme d'Avize.

THOMAS CHOUDET

Pour ses 20 ans, le champagne Frerejean Frères, à Avize, offre un joli cadeau avec une levée de fonds bouclée à hauteur de neuf millions d'euros. Fondée en 2005 par Guillaume et Rodolphe Frerejean-Lattinger, la maison s'entend aujourd'hui sur ses bottes, principalement dans la Côte des Blancs, où elle a ouvert quatre lieux d'apprentissage.

« On pourrait dire qu'à 20 ans, nous avons atteint notre âge de raison. Même s'il nous reste encore beaucoup de projets à développer », souligne Rodolphe Frerejean-Lattinger. « La marque a progressivement augmenté sa production, pour atteindre aujourd'hui 150 000 bouteilles annuellement, avec un objectif à 300 000 bouteilles d'ici à 2030 », souligne Guillaume Frerejean-Lattinger, président de la maison. Par son positionnement haut de gamme, tourné vers l'histoire de la gastronomie, le champagne Frerejean Frères s'est placé sur les tables internationales, distribué à 100 à l'export.

« On pourrait dire qu'à 20 ans, nous avons atteint notre âge de raison », commente Rodolphe Frerejean-Lattinger. « Pour l'instant, nous comptons sur les neuf millions de cette levée de fonds pour financer la nouvelle cuverie d'Oger et l'hôtel haut de gamme d'Avize. Ces financements sont destinés à la nouvelle cuverie d'Oger et à l'hôtel haut de gamme d'Avize. »

Une telle « expérience » pour déguster les vins de la maison, ainsi qu'une boutique aménagée sont également envisagés. L'ensemble du site ouvrira prochainement ses portes au public en juin 2026.

L'ACTUALITÉ EN FLASH

CHAMPAGNE
Un job dating à Épernay pour le palissage
Chaque année, les vignes de Champagne paient à travers des bras pour faire le palissage. Cette opération, qui s'effectue en général en mai, consiste à signer les souches les uns des autres et à leur venir en un fil pour leur donner un bon développement. Pour assister à cette grande chorégraphie, la Maison locale les jours d'Épernay Wine & Champagne organise une session de production et de développement. L'association professionnelle des producteurs de champagne, l'Union des producteurs de champagne, organise une session de production et de développement. L'association professionnelle des producteurs de champagne, l'Union des producteurs de champagne, organise une session de production et de développement.

366, L'AUDIENCE QUI SOUTIENT LES PRODUITS FRANÇAIS AU QUOTIDIEN

Consommation de l'audience 366

66% 

de l'audience 366 préfère consommer des produits locaux
afin de soutenir les producteurs Français.

Couverture sur cible des médias 366

 **85%**

des Français achetant des produits fabriqués en France
aussi souvent que possible consomment les médias 366.

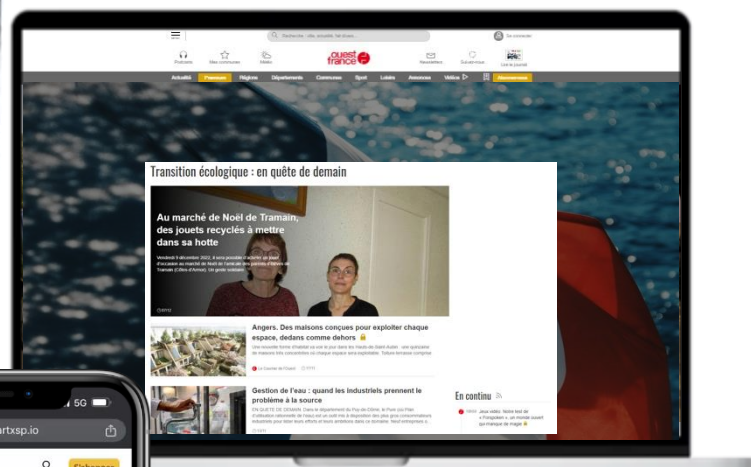


ÉMERGEZ AU CŒUR DE LA FÊTE AVEC UN DISPOSITIF EXCEPTIONNEL

PANORAMIQUE

1 DOUBLE PAGE PANORAMIQUE

3M d'exemplaires diffusés le 14 juillet
49 titres de PQR



HABILLAGE MOBILE + DESKTOP

2M d'impressions diffusées - 5 jours
46 sites de PQR + 20minutes + Diverto

INTERSCROLLER WEB MOBILE

3M d'impressions diffusées le 14 juillet
46 sites de PQR + 20minutes
Format indissociable du print
Possibilité d'adaptation de la création par 366

**15,8M
DE FRANÇAIS
TOUCHÉS
DONT 14,7M EN 24H**

**34M
DE CONTACTS
PUBLICITAIRES GÉNÉRÉS**

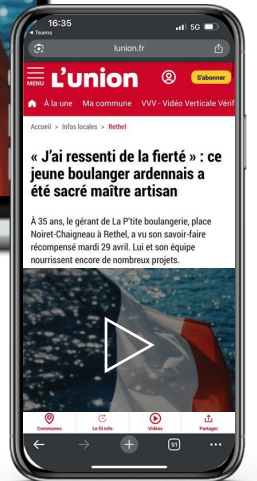
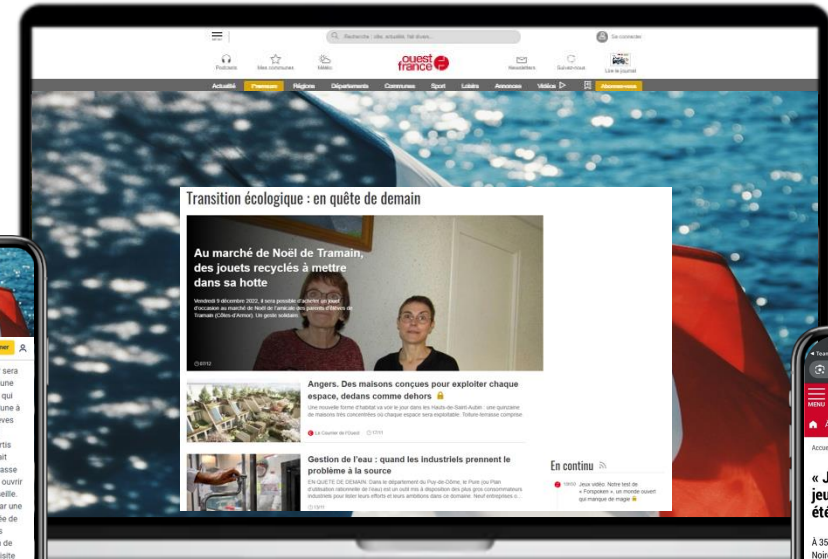
Offre hors accord cadres valable pour toute campagne
affirmant votre ancrage national du 11.07 au 15.07 2025
OJD DFP 2023 - One Next Global 2025 S1
PQR BRAND 30 JOURS + 20 MINUTES DIGITAL 30 JOURS

CÉLÉBREZ VOTRE FIERTÉ AU PLUS PRÈS DE LA FÊTE DES FRANÇAIS VIA UNE PRISE DE PAROLE LOCALISÉE



1 PLEINE PAGE

Jusqu'à 3M d'exemplaires diffusés le 14 juillet
49 titres de PQR activables



DIGITAL MIX FORMATS

5 jours de communication
46 sites de PQR + 20minutes + Diverto

Diffusion géolocalisée selon vos besoins

Offre valable en édition départementale via l'offre POD accessible à partir de 3 départements et 2 bassins économiques. Format, thème de campagne et jour de parution identique, pour toute campagne affirmant votre ancrage national du 11.07 au 15.07 2025 / OJD DFP 2023



« EXCELLENCE LOCALE, FIERTÉ NATIONALE, RAYONNEMENT INTERNATIONAL »

Icônes internationales

Production Française

Savoir-faire



Renault Megane E-Tech 100% électrique est assemblée dans les Hauts-de-France, dans la manufacture de Douai, et pour nous c'est important.

C'est important parce que dans les Hauts-de-France cela représente 4 000 emplois pérennisés et la création de 700 nouveaux emplois d'ici à 2024 dont 350 dès cette année.

C'est important parce que c'est du travail pour nos partenaires et nos fournisseurs qui emploient au minimum 4 000 personnes dans la région.

Renault Megane E-Tech 100% électrique, moins d'émissions de CO₂, plus d'emplois en France.

à partir de 300€/mois⁽¹⁾
borne et installation offertes⁽²⁾
LLD sur 37 mois, 1^{er} loyer de 1000€
5000€ de bonus écologique et
2500€ de prime à la conversion déduits⁽³⁾



modèle présenté: Renault Megane en version 100% électrique (version E-Tech 100% électrique), version peinture métallisée 407€⁽⁴⁾ (prix standard Renault Index pour l'équivalent) (1) à partir de 300€/mois (2) borne et installation offertes (3) 5000€ de bonus écologique et 2500€ de prime à la conversion déduits (4) prix standard Renault Index pour l'équivalent



MERCI

KLERVIA BIANCHI
Directrice pôle Plurimédia
klervia.bianchi@366.fr

366
#COMMUNITIES

WERTINGEN
GUNTZBOURG
ELCHINGEN
DIERNSTEIN
HOLLABRUNN
SAALFELD
HALLE

PRENTZLOW
LUBECK
PULTUSK
EYLAU
OSTROLENKA