

LE
CLUB
DES 66

Le 18 mars 2008

LE
CLUB
DES 66

Les club des 66 présente
« Les mots des annonceurs »
1ère édition 2007-2008

Création du "Club des 66"

Comment les annonceurs ont-ils perçu l'année 2007 ? **Et comment abordent-ils 2008 ?** Quels sont les principaux enjeux, publicitaires, sociologiques et sociétaux, qui vont les animer ? Pour répondre à l'ensemble de ces questions et créer un véritable observatoire des aspirations de ses clients, le SPQR a décidé de créer en janvier 2008 le « Club des 66 ». Il réunit les 66 annonceurs les plus influents du marché et permet, dans un climat de proximité, de donner la parole aux partenaires naturels de la Presse Quotidienne Régionale.

Les débats, les échanges et les discussions de ce club ont d'ores et déjà donné lieu à une première étude qualitative. Menée par Brigitte Lech, directeur Etudes et Prospectives de l'agence H, et intitulée « **Les Mots des Annonceurs** », cette analyse a plusieurs mérites, en particulier celui de ne pas s'embarrasser de la langue de bois.
Bonne lecture.

Méthodologie

45 Interviews réalisées entre le 15 février et le 10 mars auprès des grands annonceurs plurimédias (PDG, DG, directeurs de la communication, directeurs marketing, directeurs médias).

Annonceurs participants

Banque Populaire, Banque Postale, Canalsat, Carrefour, Champion, Citroën, Conforama, Crédit agricole, Daimler Chrysler, Darty, Française des Jeux, Groupe Bouygues, Heineken, Honda, L'Oréal, La poste, Neuf Cegetel, Phox, Reckitt, Renault, Shneider Electric, Shopi, Société Générale, SONY BMG, Système U, Toyota, Véolia...



2007 Au plan personnel

Les mots qui caractérisent 2007*

Sarkozy

Mondialisation

Incertitudes

Innovation

Une année agitée

Changements

Environnement

Mais moi ça va

Pouvoir d'achat / travailler plus

Web 2.0

interactivité

Succès

Subprimes

Les mots / plan personnel 2007

En assisté

Changements,
ruptures

Environnement

Pouvoir d'achat
Travailler plus
Subprimes

Mondialisation

Incertitudes

Une conjoncture globale
sociale et économique défavorable

Les mots / plan personnel 2007

En assisté

En émergence

Un nouveau bouleversement

Le web 2.0

La convergence média

Et des ébauches de réponses possibles

Régionalisation

Interactivité

Innovation



2007 Pour l'entreprise

Les mots / Entreprises 2007*



* Voir détail en annexe 1

Et votre entreprise en 2007 ?

4 mots-clés : Environnement
Web 2.0 - convergence média
Mondialisation
Pouvoir d'achat

Mais aussi

Mutation du marché...tensions, ouvertures, concentrations
Accélération, fin de cycle...

Toujours un puissant
sentiment d'incertitudes
face à l'avenir

2 postures

Mais aussi SUCCÈS
et dynamisme
très fort
Maturité,
Grands projets

Et votre entreprise en 2007 ?

On s'efforce de faire front

On parle : **Innovations**

Travailler plus

Internationaliser ou régionaliser les
approches

Interactivité / Personnalisation / Relation
marque-client

Et votre entreprise en 2007 ?

Ce qu'il nous reste de 2007 « **c'est déjà loin** »

Constat massif d'une aggravation du contexte global :

Des choses qui ne dépendent pas de nous...ou peu...et qui sont lourdes de conséquences :

Les dégradations de l'environnement / l'avenir de la planète.

La diffusion rapide et massive des nouvelles technologies de communication.

La mondialisation.

Et l'actualité ...

Une actualité qui provoque un gros changement (économique, social, politique et régional...)et donc un sentiment partagé d'inquiétude face à tous ces avis de tempête.

À noter : une prise en compte du contexte global qui déborde assez largement les problématiques habituelles à nos métiers (La perte des références, les attentes, les valeurs, la consommation, les consommateurs, le rôle des marques...)

Et votre entreprise en 2007 ?

En 2007, on a pris acte du changement, voire des ruptures annoncées. Et on se prépare à y faire face ...

On évoque 3 faits majeurs :

L'irruption de la question de **l'environnement**, dont on pressent qu'elle sera incontournable,

La mondialisation,

Les nouvelles orientations des stratégies média liées à la pénétration du **web 2.0.**

On décrit toujours un contexte général de difficultés et d'incertitudes (tensions, crispations, clientèles plus exigeantes et difficiles à servir).

Et votre entreprise en 2007 ?

Mais le paysage se structure, les enjeux sont clairs :

L'**innovation**, l'interactivité, la personnalisation,

la relation marque-client,

Enfin, le **succès** est déjà là (pour la moitié de l'échantillon).



2008



2008 Au plan personnel

Les mots / plan personnel 2008

Mondialisation

Environnement

Conflits sociaux

Guerre des prix

Promesses non tenues

Incertitudes

Changements technologiques

Urgence

Espoir / optimisme

International

Mais moi ça va toujours pas mal

Au plan personnel, Cette fois, c'est la crise

Un sentiment dominant d'incertitude :
(un interviewé sur deux)

Frilosité, ruptures, déstabilisation, urgence...

Changements technologiques et perturbations.

Un climat général qui influe sur l'ensemble.

Les promesses non tenues

Grève, rébellion, solidarité, conflits sociaux...

Le nez sur l'événement, pas de vision à long-terme.

Au plan personnel, Cette fois, c'est la crise

Les annonceurs interviewés réagissent comme la majorité de nos concitoyens :

L'avis de tempête était justifié.

Cette fois la crise est bien là...

Le contexte global est de + en + difficile.

Mais moi finalement ça va toujours pas trop mal.

Le fait nouveau, par rapport à 2007 :

**On reste inquiet, déstabilisé
frileux.**

On manque de visibilité.

Les choses bougent,
on ne sait pas vraiment où cela nous mène.

MAIS...



2008 Pour l'entreprise

Environnement

Web 2.0

Changements, année de transition

Urgences

incertitudes

Pouvoir d'achat, Guerre des prix,
Avenir des marques ?

Mondialisation

Innovations

frilosité

Transparence, gouvernance

Succès

Et votre entreprise en 2008 ? « Tout bouge autour de nous »

4 mots-clés : **Environnement**
Web 2.0
Mondialisation
Urgences

Changements
Année de transition
France TV

Friilosité
Incertitudes

Questions de l'avenir des marques
Pouvoir d'achat
Guerre des prix

Et votre entreprise en 2008 ? « Tout bouge autour de nous »

On énonce toujours clairement les DÉFIS À RELEVER :

Les atteintes à l'environnement et le développement durable,

La convergence média,

La réalité de la mondialisation,

Les problèmes du pouvoir d'achat et ses conséquences à court terme en 2008 : une sanglante « guerre des prix »,

Et à terme, la question de l'avenir des marques.

On est majoritairement d'accord sur l'urgence
des SOLUTIONS À PRIVILÉGIER :

L'innovation, thème déjà bien présent en 2007,

Et - fait nouveau en 2008 - imposer la transparence,

Mettre en place d'autres règles de gouvernance.

Et votre entreprise en 2008 ?
« Tout bouge autour de nous »

« Il n'y a pas
de raison
de ne pas
s'en sortir »



Des perceptions différentes selon les secteurs d'activité et les métiers exercés

Les banques



Un climat général délétère qui génère **incertitude** et frilosité.

2007 est marquée «par la crise des subprimes qui met en cause des équilibres mondiaux et pourrait être gravissime pour nos sociétés», « un tsunami financier, plus de scandales financiers, des fraudes en tous genres...une énorme vague! ».

« L'image compte trop, les médias peuvent faire et défaire... »

Le marché se rétrécit, est plus difficile, la concurrence est de + en + rude et il est de + en + difficile de s'adresser à chacun de nos clients.

La guerre des prix est continuelle.

La question du **pouvoir d'achat** : faut-il augmenter les salaires ?

L'environnement, «c'est central».

« **L'innovation** est le seul moyen de s'en sortir »

« Il faut retrouver la créativité et l'envie, travailler la régionalisation, la proximité...»

La distribution



De grandes **incertitudes** liées à la question du **pouvoir d'achat** et aux mouvements sociaux (les rémunérations?...)

Impression d'être « montré du doigt ».

La guerre des prix est le problème quotidien.

Sentiment d'être perpétuellement sous pression, dans **l'urgence** « tout, tout de suite, tout le temps... ».

Importance de **l'innovation** : Trouver de «nouvelle solutions commerciales», « développer l'outil Internet», «faire mieux que les concurrents».

La distribution



Et en dépit de tout :

Sensibilisation croissante aux problèmes d'environnement et de développement durable : « On est très concernés ».

On veut croire au succès, à la réussite :
« Pour l'entreprise, ça devrait bien se passer ».

On est plutôt confiant :
« Être en restructuration perpétuelle, c'est le boulot ».

On a des capacités d'adaptabilité :
« Je suis optimiste, passionnément ».

L'automobile



2008 : une année de lancements de nouveaux modèles **d'innovation** qui prennent en compte les contraintes environnementales.

«La question de **l'environnement** est en train d'exploser !».

Une année qui s'annonce compliquée, mais qui pourrait être meilleure que prévu.

Et aussi **l'urgence** : la nécessité d'agir. Il y a beaucoup de problèmes qui se posent et devront trouver une solution en 2008.

Une conjoncture qui pourrait être favorable si on saisit les opportunités liées aux normes environnementales, aux crédits d'impôts, aux bonus-malus...et au développement de la **Mondialisation** : récession en Occident et focus sur les marchés émergents.

De grandes bagarres en perspectives.

Les responsables communication & média

Ils sont forcés d'affronter une situation nouvelle.

Un contexte imprévu:

La suppression de la publicité sur France TV oblige à préparer le terrain, changer de stratégie et modifier les investissements.

« L'urgence : **l'innovation et la convergence** ».

« **Apprendre un nouveau métier ?** ».

« Des marques qui interviennent dans la fabrication des contenus ».

« Lutte féroce entre les acteurs traditionnels et les nouveaux entrants sur l'économie des médias virtuels...bataille pour le monopole des Bases de données ».



ANNEXES

Annexe 1

Quand vous pensez à 2007, les mots, les images qui vous viennent à l'esprit ?...

VOUS NOUS AVEZ DIT :

- " C'est le début de la crise, les prix en hausse, le pouvoir d'achat en baisse, la hausse du prix des matières premières ..."

- " L'affaire des subprimes ; on n'a pas tout vu...ça va toucher beaucoup de personnes, même si c'est loin d'ici ."

- "Une année agitée.»

- "Tout est perpétuellement dans l'urgence, la pression, on n'a pas de vision à long terme."

- " Les élections présidentielles ! Tout ce battage médiatique et l'enjeu ... un matraquage , trop d'attentes de promesses d'espoir ..."

- " Les nouvelles technologies de communication changent la façon de consommer les médias dans le sens de plus d'invitation à développer la relation marque/client."

- "Tout ce qui est communautaire, Face Book... beaucoup, beaucoup.»

- " Vacances ... on en voudrait plus ... mais c'est un problème pour rester compétitif ."

Annexe 2

Et pour 2008, les mots, les images qui viennent à l'esprit ?

VOUS NOUS AVEZ DIT :

Frilosité et attentisme :

- « On attend avant de faire de gros investissements, on se contente de peu, on remet au lendemain .»

- "Au plan personnel : problème de confiance et de visibilité au point mort. L'évolution de carrière , par exemple est presque au point mort ."

- " On manque de visibilité, on pilote à vue ."

- "Les consommateurs ont perdu confiance ; ils sont en attente, ils ont peur ; (pétrole, subprimes, pouvoir d'achat) des préoccupations importantes et anxiogènes. »

Urgence :

- " Il y a une volonté très forte de changement ; il faut aller plus vite, proposer des innovations vraiment radicales, trouver des solutions, avoir de la volonté, une raison , arrêter de se regarder le nombril."

Annexe 2 (suite)

Et pour 2008, les mots, les images qui viennent à l'esprit ?

VOUS NOUS AVEZ DIT :

Rupture :

- " C'est un mot à la con, je préfère parler d'évolution ."

- " Je pense qu'on a atteint un certain niveau de maturité ; on a un peu plus d'objectivité sur tout ce qui se passe... On est au bord de la rupture , mais avec la crainte de l'inconnu, on n'ose pas faire le premier pas."

- " Une année pleine d'espoir, (présidentiel) mais après le soufflé est retombé en fin d'année; mais il y a bien eu un électrochoc économique et social.

Environnement :

- "La bataille du futur; Avec une influence générale sur les médias, les produits, sur tout ..."

- " Une année d'urgence ! Tout le monde a pris conscience du problème. Ca amène des changements profonds au coeur du discours politique et social, des comportements ."

- " C'est devenu un axe majeur de communication ."

- " Un grand thème beaucoup traité; ça fait avancer les mentalités, c'est une préoccupation quotidienne, une prise de conscience pour l'avenir ."

- " La question maintenant après le Grenelle, c'est comment passer à l'acte ? "

Annexe 2 (suite)

Et pour 2008, les mots, les images qui viennent à l'esprit ?

VOUS NOUS AVEZ DIT :

Web 2-0 Convergence :

- " Le site, c'est la première concession de France ."

- " Le Web 2-0 transforme les approches ; c'est une tendance lourde . »

- " Les gens participent aujourd'hui. On retrouve les consommateurs sur les blogs, les forums. Il faut apprendre à travailler ensemble ."

- " Il faut apprendre de nouveaux métiers ."

- " Pour moi, le vrai changement c'est Internet. Ca bouleverse toutes nos manières de penser, nos façons de travailler ; l'info, la communication ne passent plus seulement par les grands médias ..."

Global/local :

- " Le village global ... mais aussi la résurgence des cultures locales et des singularités ; c'est un problème professionnel et d'information à résoudre ."

Annexe 2 (suite)

Et pour 2008, les mots, les images qui viennent à l'esprit ?

VOUS NOUS AVEZ DIT :

Pouvoir d'achat et guerre des prix :

- " Je fais mes courses en ménagère -50 et je suis restée scotchée devant mon rayon ! "

- " C'est un enjeu très important : les gens font de plus en plus attention. Ca provoque un ralentissement du business ."

- " C'est vraiment la grande préoccupation de cette année 2008. L'année sera chaude en termes sociaux. Les gens sont déçus et plus regardants et plus exigeants ."

- " Avec la guerre des prix, l'avenir des marques est remis en question ; il y a des grands magasins qui tirent sur les marques ; c'est démagogique, pas rationnel."

Innovations :

- " Créer de la valeur en faisant ce que les autres ne font pas. Par exemple, Tata avec sa voiture low cost. "

- " C'est l'avenir des marques, chercher, (produits et services) et ... trouver ."

- " Une question inséparable de celle de l'environnement ."

Annexe 2 (suite)

Et pour 2008, les mots, les images qui viennent à l'esprit ?

VOUS NOUS AVEZ DIT :

Espoir , renouveau , succès :

" Une année qui s'annonce compliquée, mais qui pourrait être meilleure que prévu ..."

"À l'auberge des décisions on y dort bien...parce qu'elles sont prises ! » (proverbe persan)

" Au final , une année sous tension, mais nous restons optimistes. On ne réduit pas la voile; le marché se porte bien. Les carnets de commandes sont pleins. »

" Il y a du boulot, mais on est sur le chemin ."

" Bonnes tendances professionnelles : bons contrats, beaux projets ."

" Nous sommes en phase d'analyse, d'autocritique constructive ."

" Ca risque d'être une année difficile, mais il suffirait de peu pour que la motivation revienne ."



Merci au "Club des 66"

P·Q·R

66