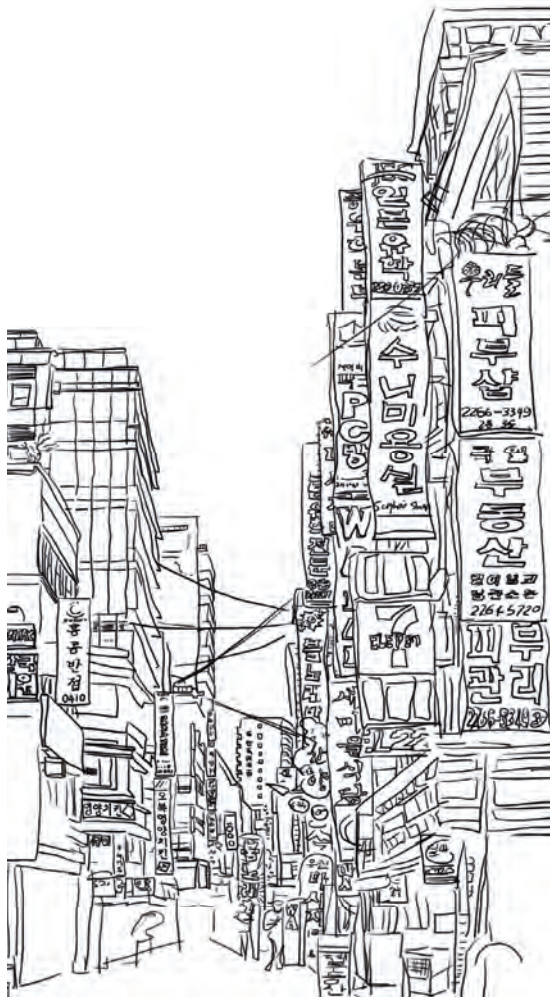


# BILAN & PERSPECTIVES 2019 MEANINGFUL MARKETING



# ÉDITO

**Dans un monde de plus en plus impacté par la technologie,  
l'humain est plus que jamais au centre de nos réflexions.**



**Raphaël De Andréis**

CEO président-directeur général Havas Village France

2018 a été pour nous l'occasion de nous pencher sur la nature des relations entre les personnes, d'essayer de comprendre comment elles s'établissent aujourd'hui et, par extension, d'analyser comment les marques et les consommateurs entrent en relation, comment donner du sens à ces relations, les rendre « meaningful », dans la mesure où elles ne peuvent s'établir que sur un réel partage de valeurs. Gardons à l'esprit que 77% des marques pourraient disparaître sans que les consommateurs s'en inquiètent<sup>(1)</sup>.

Dans ce nouvel ordre relationnel, nous avons pu observer que bien des choses avaient changé : les équipements avec le smartphone comme point central, les connexions faciles à tout moment, les nouvelles écritures et la surabondance des contenus, la multiplication des plateformes de jeu, les réseaux sociaux et le marketing de l'influence...

Que ce soit au niveau de l'intime, de la famille ou de l'amitié, les relations interpersonnelles ont été transformées par les nouvelles technologies, engendrant l'accélération des rencontres, la multiplicité et la richesse des échanges. De nouvelles règles de communication entre les individus

s'installent progressivement, via les messageries, les applis, les stories, les « like », les « follow », les « follow back »..., qui parfois sont transposées dans la vraie vie. On se trouve plus facilement, on s'aime plus intensément, on se quitte plus rapidement. Ces évolutions profondes de nos modes de relation impactent notre engagement vis-à-vis des marques.

Alors que les relations humaines sont la clé du futur, une remise à plat des fondamentaux du marketing s'impose pour retrouver du lien. Les marques en ont conscience, et elles s'engagent toutes dans une course à la réséduction permanente. La notion de relation client ne se cantonne plus aux stratégies CRM mais irrigue la réflexion marketing dans toutes ses dimensions.

Les divers articles de cet ouvrage nous montrent bien l'absolue nécessité de redonner du sens à la relation entre les marques et les consommateurs, de coconstruire avec eux une relation équilibrée et pérenne, un partenariat basé sur un partage de valeurs, enrichi d'expériences, d'émotions et de plaisir. En somme, un marketing qui redevient une vraie rencontre : le meaningful marketing. Bonne lecture!

(1) Source : étude Meaningful Brands, Havas Group.



# SOMMAIRE

---

## 01.

### BILAN

- 12 . TV et SVOD : des expériences différentes mais source de partage
- 16 . Ensemble : nouvelle définition
- 22 . Entretien exclusif avec mobile, l'acteur que tout le monde s'arrache
- 28 . Réseaux sociaux et messageries instantanées : l'œil d'une Millennial
- 34 . S'il te plaît, dessine-moi un influenceur
- 38 . Les gamers, des antisociaux qui perdent leur sang-froid ?
- 46 . Let's play, let's talk
- 52 . In podcast veritas
- 56 . C'était téléphoné

# 02.

## TENDANCES

- 64 . L'expérience, le vibrato des marques
- 70 . Du CMO au CXO : pour une nouvelle définition du directeur marketing
- 74 . Amazon, du virtuel au réel
- 78 . La voix au service de l'expérience consommateur
- 82 . Les paradoxes du marketeur
- 86 . Le fan relationship management, un terrain de jeu pour les annonceurs
- 90 . I am what I feel : mesurer les émotions pour maîtriser la communication
- 94 . Tatouage : expression indélébile de notre personnalité
- 98 . Rendez-vous en terrain connu : la passion comme accélérateur de rencontres
- 102 . Match me if you can, ou la déshumanisation de l'amour
- 106 . Les nouvelles frontières de l'adultère

# 03.

## PERSPECTIVES

- 112 . Entreprises : vers une bipolarisation des marchés
- 120 . Quand la marque devient communauté
- 126 . Connaissez-vous Cookie Monster ?
- 132 . Du mythe à la réalité : quand la blockchain s'attaque à la publicité
- 136 . Face à l'écran
- 142 . Vivons heureux, vivons déconnectés ?
- 146 . Voulez-vous coucher avec moi ce soir ?