

REPLAY

L'ACTU VUE PAR... Tristan Waleckx (France 2) **P.4**

L'ÉVÉNEMENT

LE MONDE DE LA COM DOIT-IL S'EMPARER DE L'ÉCRITURE INCLUSIVE ? **P.6**

BUSINESS

LA MARQUE FINISTÈRE PART EN MISSION **P.10**

VIE DES BUDGETS. Flink place ses pions avec Ogilvy **P.12**

ÉTUDE DE CAS. Oui.SNCF embarque les tiktokeurs **P.14**

AGENCES. ESV fait mieux que résister **P.15**

MARKETING TV. Canal+ reformate son offre **P.16**

RADIO. Rivalité sans fausse note **P.18**

AUDIOVISUEL. BFM Business mise sur la reprise **P.19**

TÉLÉVISION. Franceinfo, la dernière des quatre **P.20**

RÉGULATION. La Chine met la data au pas **P.22**

PLATEFORME. FlipNpik, le réseau social locavore **P.23**

DOSSIER

NOUVEAUX FORMATS DES RÉGIES **P.25**

INSPIRATIONS

CINQUANTE NUANCES DE BLANCS **P.30**

CRÉATIONS. Humankind vise la Lune **P.32**

INTERNATIONAL. Wonder Williams **P.34**

MANAGEMENT

LE BURN-OUT AUSSI FAIT SA RENTRÉE **P.36**

PORTRAIT

ANNE VIAU. Tête chercheuse **P.38**

OPINIONS

E-COMMERCE. La santé mérite mieux qu'une communication de crise, par Marie-Cécile Lebard **P.40**

DÉCODAGE. Cherche thème de campagne, par Bernard Sananès **P.42**

LE BILLET DE... Amaury de Rochemonde **P.44**



© Thomas Gogny

Alerte au churn dans les agences !

Alors que les voyants de l'économie repassent tous au vert, les uns après les autres (6 % de prévision de croissance en 2021, 8 % de taux de chômage...), les Rencontres de l'Udecam s'ouvraient sous de bons auspices au Parc Floral de Paris, ce mardi 7 septembre. Pour autant, pas de question de pavoiser pour les dirigeants présents à cette grand-messe qui a rassemblé plus de 2000 personnes. Il suffit d'écouter la prise de parole de Bertille Toledano, présidente de BETC et coprésidente de l'AACC, pour comprendre : « la filière communication est dans une situation de paupérisation avec 0,3 % de croissance quand l'indice des prix est de 0,5 %... La croissance n'est pas aussi forte dans nos métiers qu'elle l'est ailleurs. » Et surtout celle de Magali Florens, CEO de Mindshare (Group M) et vice-présidente de l'Udecam : « Trois clients sur quatre quittent leur agence à la suite d'un appel d'offres. Une grosse partie de la décision porte sur le prix. » Pour les agences, ces remises en compétition systématiques, avec un objectif principal de réduction des coûts, sont catastrophiques. Elles les fragilisent à tous points de vue. Difficile, voire impossible, de piloter une entreprise avec un tel taux de churn. D'autant qu'il faut dans le même temps investir dans des appels d'offres toujours plus nombreux, à l'issue incertaine, pour espérer simplement compenser les départs de clients. Un cercle vicieux terrible. Les annonceurs prompts à s'engager sur le chemin de la responsabilité ont l'occasion de prouver leurs nouvelles vertus !

GILLES WYBO, directeur de la rédaction [@GillesWybo](https://twitter.com/GillesWybo)



© COUVERTURE : CHARLOTTE MOLAS/ILLUSTRISSIMO POUR STRATÉGIES