

## REPLAY

**L'ACTU VUE PAR...** Jérôme Bouvier (Assises internationales du journalisme)

## L'ÉVÉNEMENT

**ROCH-OLIVIER MAISTRE (CSA): « NOUS NE SOMMES PAS UN RÉGULATEUR CONSERVATEUR »**

## FLASHBACK

**LES ARCHIVES DE STRATÉGIES**

**CRÉATION.** BETC contre TBWA

**CRÉATION.** Quand la pub perd la tête

**TECH.** Les années numériques

## BUSINESS

**DIRECT ASSURANCE SE MET À L'E-SPORT** P.30

**RESTAURATION.** Léon se refait un nom

**VIE DES BUDGETS.** Serge Blanco fait équipe avec LMWR

**COMMUNICATION.** MNSTR, le M de momentum

**ACTIONNARIAT.** Les nouveaux habits de Vivendi

**ÉTUDE.** Les top cadres accros à la presse

**PRESSE.** L'Express en quête de modèle

**CULTURE TECH.** Le récap de l'influence

## DOSSIER

**EMPLOI ET FORMATION**

## INSPIRATIONS

**CAMAÏEU, LES FEMMES D'ABORD**

**CARTE BLANCHE.** Paul-Émile Raymond et Adrien Mancel (Wunderman Thompson Paris): « Les antihéros inspirent toujours »

## MANAGEMENT

**JEAN-MARIE CHARON (EHES):**

« LES JOURNALISTES PARTENT PAR DÉSENCHANTEMENT »

## PORTRAIT

**ESTELLE DENIS.** Meneuse de jeu

## OPINIONS

**RÉSEAUX SOCIAUX.** Les marques, influenceuses qui s'ignorent, par Arnaud Le Bacquer

**STORYTELLING.** L'appel du vide, par Denis Gancel

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

P.4



© Thomas Gogny

## Les marques face au risque de pénurie

Des consommateurs qui doivent attendre de longs mois avant d'obtenir la voiture convoitée,

P.6

d'autres qui désespèrent de trouver leur caisson Pax chez Ikea pour finir d'aménager leur appartement, ou encore des aficionados de la griffe Nike qui voient s'éloigner la sneaker dont ils rêvaient... L'accroissement des pénuries commence à inquiéter les directions marketing car cela fragilise la relation de confiance entre les clients et leur enseigne préférée.

P.10

P.26

P.27

P.28

Difficile pour des spécialistes du marketing de vanter une expérience d'achat hors norme, un parcours sans couture, une qualité de relation client prodigieuse, quand l'essentiel n'est pas là: le produit désiré n'est tout simplement pas disponible en rayon. Si les raisons de ces pénuries sont multifactorielles, une chose est sûre: le décalage de rythme entre une économie et une consommation mondiale reparties tambour battant et l'usine du monde (l'Asie), qui est encore à bas régime, risque de durer encore quelques mois. Si l'explication est implacable, les consommateurs ne l'entendront pas de cette oreille quand ils seront face à un conseiller clientèle de leur marque favorite... Et les directions marketing vont devoir faire preuve d'ingéniosité pour faire patienter leurs clients de moins en moins sensibles à l'argument du covid.

P.33

P.34

P.35

P.36

P.37

P.38

Trouver à la fois les bons mots et les bons leviers, un défi somme toute basique à relever mais crucial pour les grandes marques afin de maintenir le lien de confiance avec leurs clients!

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

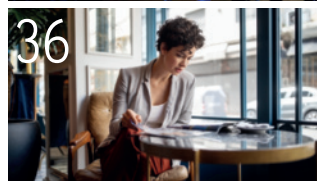
P.40



P.50

P.52

P.54



P.56

P.58

P.60

P.62



© COUVERTURE: THOMAS GOGNY POUR STRATÉGIES