

la semaine

opinions

- L'innovation marketing doit être mieux planifiée et plus ambitieuse p.4
- Digital natives do it better! p.6
- Le bonheur près de chez soi. p.8

enquête

- Au bonheur des drames p.12

marques en vue

- Woody en selle avec les Peugeot familiales . . p.16

INTERVIEW. Patrick Ropert (SNCF): « Redonner cohérence et puissance à notre communication » p.20

ÉVÉNEMENTIEL. Les festivals de musique déclinent leur marque p.22

POINT DE VENTE. Fiat prend la clé des Champs p.24

COMMUNICATION. Havaianas fait chanter l'été p.24

tendances

INTERNET. Pleins feux sur l'influence numérique p.26

médias

TÉLÉVISION. Rémy Pflimlin, retour vers le futur p.28

AFFICHAGE. Clear Channel innove dans la fiction TV p.29

TÉLÉVISION. Le site Pluzz rattrape le buzz . . p.29

QUOTIDIENS. The Sun, le journal qui chauffe la Grande-Bretagne p.30

RADIO. La RNT joue sa dernière carte p.31

MAKING OF. Défilé du 14 juillet: au pas, camarades! p.33

conseils

CRÉATION. Les « Dudus » jeune team de l'année p.34

PUBLICITÉ. Chez Grey Paris, qui vivra Vella . . p.36

COMMUNICATION. Plan créatif intègre le numérique p.36

dossier

Les marques face à leurs fans p.38

management

RELATIONS SOCIALES. Ma meilleure pub ? Mes salariés p.46

AGENCE. Femmes managers : Michèle Ferrebeuf (McCann Paris), marieuse de talents p.47

ITINÉRAIRE EXPRESS. Aude du Colombier (CBS Outdoor France) p.48

la vie des budgets

France Inter va s'essayer à la rupture p.55

sur strategies.fr

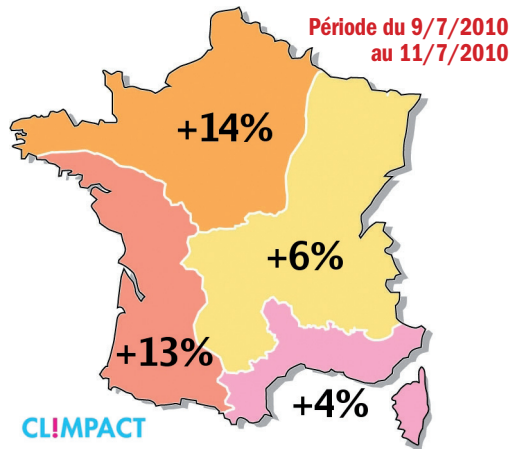
Prix Stratégies des jeunes créatifs 2010. En plus des lauréats de cette année, retour sur les onze précédents binômes gagnants et sur ce qu'ils sont devenus.

La Ré-création n°57. Des fruits et légumes, des gens qui sautent et des références bibliques sont au programme de ce montage réalisé avec les films publicitaires de la semaine.

Et pendant les vacances, l'actualité continue sur strategies.fr.

Météo Conso/Climpact®

L'impact de la météo sur les ventes de produits sensibles aux températures chaudes.



% Évolution des ventes exclusivement liée aux fluctuations de la météo par rapport à la semaine précédente.

n'oubliez pas

✓ Lundi 23/08

Stratégies Newsletter reprend le collier. Après sa pause estivale, elle revient dans vos messageries électroniques.

✓ Jeudi 26/08

Retour de Stratégies dans les kiosques. Le site strategies.fr, lui, reste sur le pont tout l'été. Bonnes vacances !

✓ Médias, grand angle

Le dimanche avec Stratégies sur France Info. À 5h49, 7h19, 15h42 et 17h51.



Exemplaire

Il suffit de regarder les palmarès créatifs de ces dernières années ou même, plus simplement, d'ouvrir les yeux dans la rue et devant son poste de télévision pour s'en convaincre: la SNCF est l'un des annonceurs les plus intéressants en France.

TGV, TER, Eurostar, Voyages-SNCF.com, entre autres, sont des marques familières à tous les Français, et à pas mal d'Européens. Leurs campagnes de communication sont à bien des égards remarquables. Avec le risque de faire de l'ombre à la maison mère. Un point de rupture auquel la SNCF est peut-être arrivée. C'est en tout cas l'analyse de son nouveau directeur de la communication, Patrick Ropert. Dans l'interview qu'il a accordée à *Stratégies* (lire page 20), celui qui était jusqu'alors l'adjoint de Bernard Emsellem le dit sans ambages: son ambition est de « redonner de la cohérence, de la puissance et de la densité » à la communication de cette extraordinaire entreprise.



© Thomas Gregory

« Une marque qu'on adore détester »

Extraordinaire, oui, dans la mesure où transporter des millions de personnes chaque jour est une responsabilité immense et où la fréquentation quotidienne du public vous expose à coup sûr aux critiques, plus souvent qu'à votre tour.

« [La SNCF] est une marque qu'on adore détester, certes, remarque Patrick Ropert. C'est aussi une marque patrimoniale d'une incroyable modernité, au capital de confiance remarquable. »

Le grand bain de la concurrence dans lequel la compagnie ferroviaire est en train d'être plongée sera l'occasion de le vérifier. En termes de marketing et de communication, les prochains mois s'annoncent passionnants.

Olivier Mongeau
rédacteur en chef

Bonnes vacances.
Rendez-vous jeudi 26 août.