



Webinar

LE REBOND APRÈS LA CRISE



NOTRE AGENDA

Que faire pour profiter au mieux du rebond ?

INTRODUCTION – **Marc-André Allard**, Directeur Innovation & Design Thinking

PARTAGE DE POINTS DE VUE – **Félix Mathieu**, Directeur Planning Stratégique

TÉMOIGNAGES & RÉFLEXIONS

Claire Revenu, Strategic Customers and Commercial Development Director France - The Coca-Cola Company
& **Laurène Rohr**, Responsable Marketing - Aparthotel Adagio

QUESTIONS/RÉPONSES – participez via le chat !

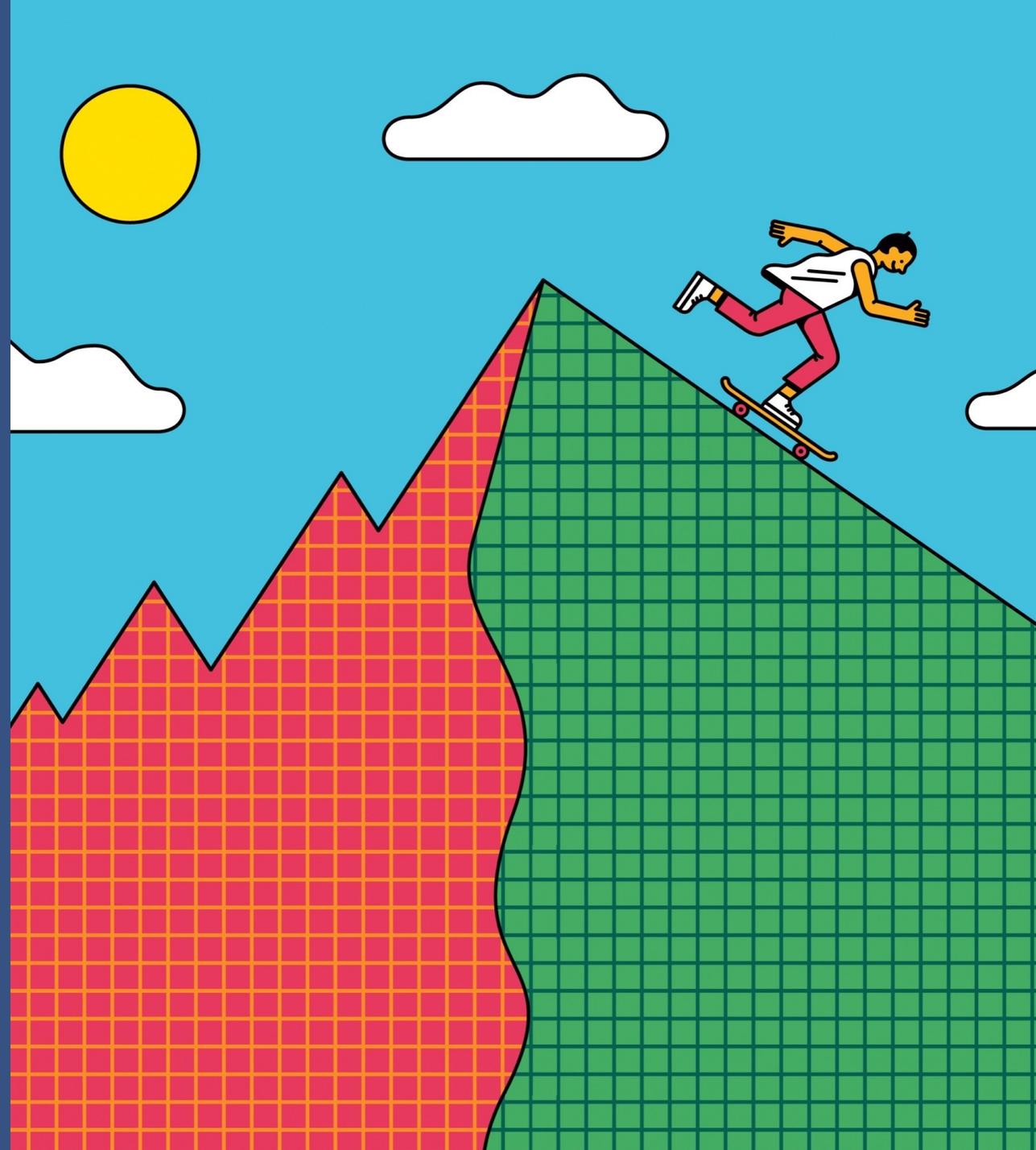
LE MONDE D'APRÈS

Les questions à se poser aujourd'hui

3 avril 2020

TABULA RASA

Se positionner face aux nouvelles
prises de conscience



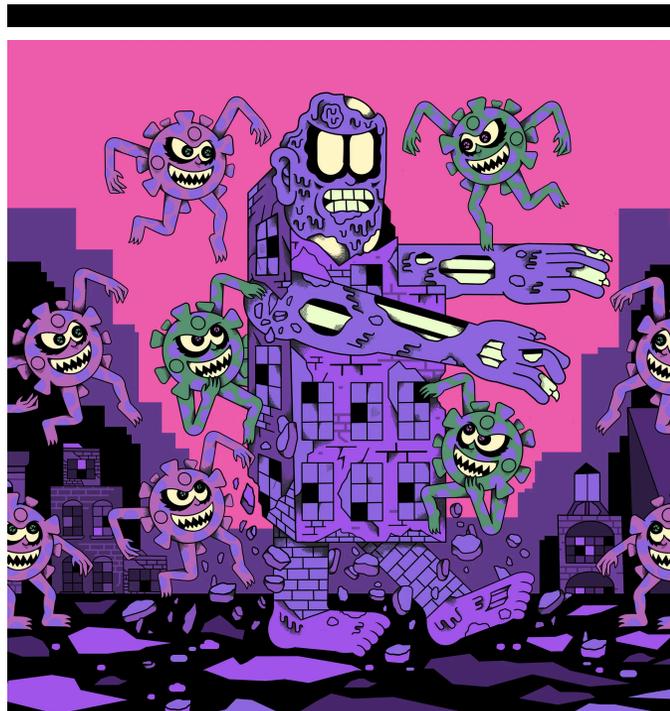
CE QUI EST TRAIN DE SE PASSER



Ruptures et stress bousculent toutes nos certitudes

La mise sur pause forcée de l'humanité offre à chacun une prise de recul sur sa vie personnelle, sa carrière, ses modes de consommation. Les politiques comme les experts annoncent un monde nouveau, alimentant ainsi autant l'espoir que la crainte.

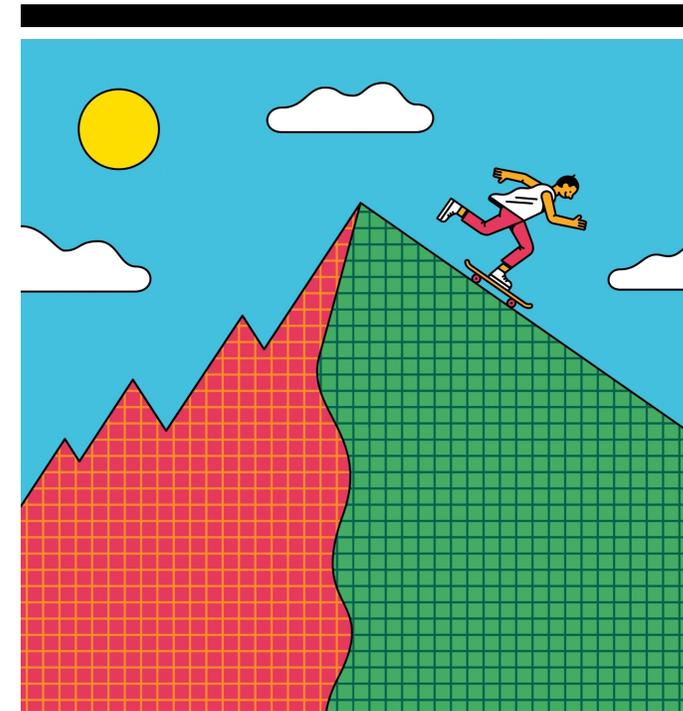
LES QUESTIONS SOULEVÉES



Faut-il s'attendre à une purge économique et morale?

- *Too big to fail*, les géants aux grandes trésorerie vont-ils racheter à tout-va ?
- Les "Zombie Corps", jusqu'ici maintenues en vie par d'énormes emprunts, vont-elles disparaître?
- Pendant et après la crise, les entreprises vont prendre des décisions qui impacteront leur marque employeur pour les années à venir.

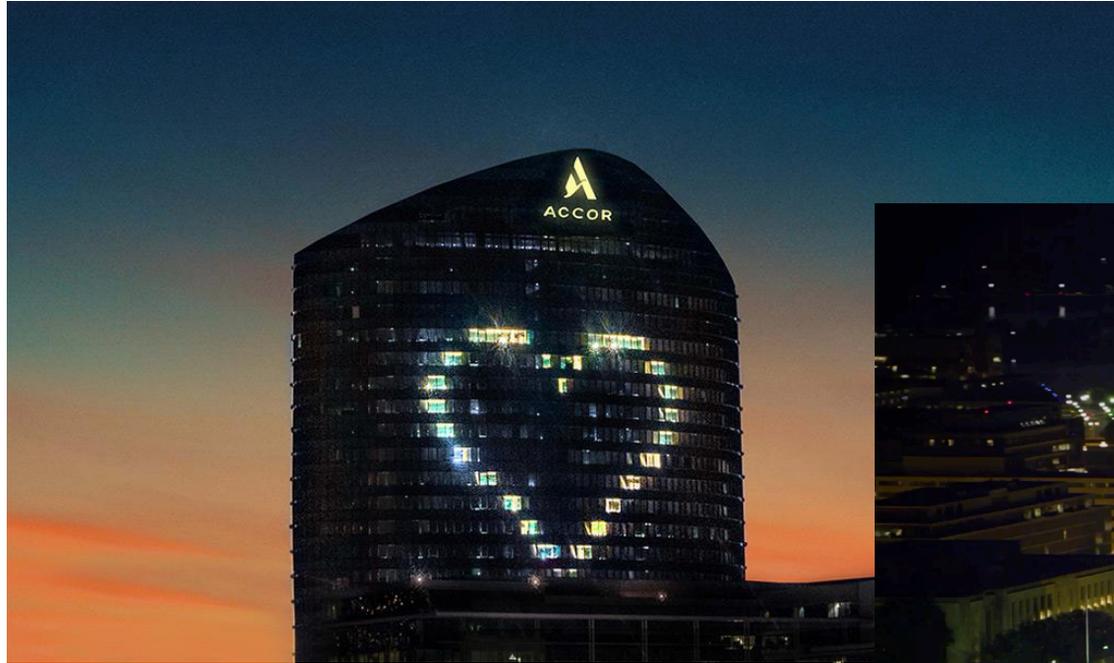
LES PERSPECTIVES POUR DEMAIN



Accélération de l'engagement sociétal des entreprises

- Fonder les décisions à venir sur un sens profond et partager avec tous en interne
- Capitaliser sur l'élan de solidarité pendant la crise, et sur le sentiment d'appartenance à un tout
- Adopter une posture de sérendipité pour innover dans le bon sens

Les nouveaux modèles



Coronavirus Emergency Desk Accor



Kraft Food – Shutdown operation (2019)

MONEY ANXIETY

Anticiper la déconsommation
face à un avenir incertain



CE QUI EST TRAIN DE SE PASSER



Des consommateurs face à un avenir financier incertain

Les pouvoirs publics vont-ils pouvoir endiguer la crise ? Vais-je garder mon emploi ? Mes enfants vont-ils trouver un travail ? Le manque de visibilité sur les prochains mois s'ajoute au stress de la situation présente.

LES QUESTIONS SOULEVÉES



Comment anticiper la thésaurisation des ménages?

- Report des intentions d'achats impliquants ?
- Achats plus réfléchis avec plus de temps accordé à la comparaison ?
- Comment capitaliser sur la période de surconsommation en sortie de crise ?

LES PERSPECTIVES POUR DEMAIN



Réinventer le paiement pour plus de visibilité business

- Sécuriser les intentions d'achat pour assurer la production
- Le leasing va-t-il s'étendre à de nouvelles catégories de produits ?
- Faciliter les solutions de partage
- Encourager la customer loyalty en temps de crise avec de nouveaux programmes de fidélité

Les nouveaux modèles



Budweiser – Des cartes cadeaux pour sauver les bars de quartier

A man with a beard and sunglasses, wearing a dark jacket and a maroon shirt, stands on a rooftop with a cityscape in the background. Overlaid on the right is a white box containing a process flow diagram.

Comment fonctionne Asphalté ?

Notre concept est simplissime : **La précommande.**
De cette manière, on inverse l'ordre habituel Production > Vente.

Questionnaire Produit ▶ Création du Prototype ▶ Précommande ▶ Production ▶ Livraison

Asphalté – La pré-commande comme étendard

LOCAL CONNECTION

Se connecter aux
micro-dynamiques
du tissu urbain



CE QUI EST TRAIN DE SE PASSER



Chacun chez soi, tous ensemble

Le confinement invite chacun à se ré-ancrer localement, à redécouvrir ses commerces de quartier et ses voisins. La sédentarité imposée invite à l'optimisation de l'habitat et crée de nouvelles dynamiques d'échanges et de solidarités.

LES QUESTIONS SOULEVÉES



Une sphère locale redynamisée?

- Réinventer la vie de quartier en développant les solidarités locales et intergénérationnelles ?
- Prioriser les commerces locaux versus les plateformes de distribution ? (ex : librairie)
- Ou massification du drive (piéton) ?

LES PERSPECTIVES POUR DEMAIN



Irriguer le tissu ultra-local

- Animer les communautés de commerçants
- Faire des partenariats des plateformes d'entraides
- Offrir des expériences et des services à domicile ou en résidence de qualité professionnelle (care, cooking, sport, etc)

Les nouveaux modèles



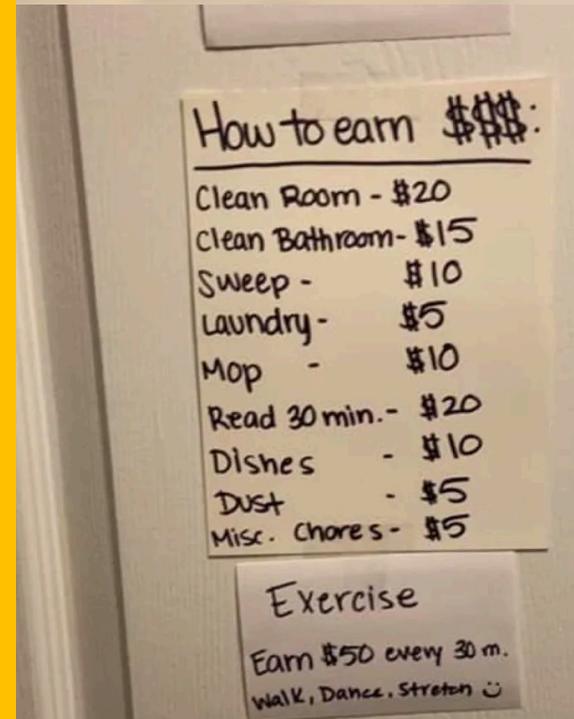
York – Le commerce de quartier connecté

The block contains the AG2R LA MONDIALE logo (a blue and black diamond shape) at the top. Below it is a photograph showing a young man in a brown jacket assisting an elderly man in a wheelchair. The elderly man is smiling and looking towards the camera.

This is a 'LE PANNEAU DES VOISINS' (Neighbors Board) form. It features the logos of the French Ministry of Territorial Cohesion and AG2R LA MONDIALE. The form is divided into two main sections: 'Spécial Coronavirus' and 'j'aurais besoin de (m'accompagner chez le médecin, faire des courses, aller à la Poste...)'. Each section contains three columns of input fields for 'Nom', 'Étage', 'Email', and 'Message'. A silhouette of a person is on the right side of the form. At the bottom, it includes the website www.voisinssolidaires.fr and the text 'L'association - Voisins Solidaires - a pour objectif de développer au quotidien la solidarité de proximité.'

FAMILLE RÉINVENTÉE

Comprendre et accompagner
les nouveaux modèles



CE QUI EST TRAIN DE SE PASSER



De la survie en huis-clos

Les parents endossent de multiples rôles et frôlent la surchauffe : éducateurs, planificateurs, cuisiniers, coachs sportifs, animateurs, psychologues. Les enfants s'adaptent aux nouvelles règles pour mieux vivre cette expérience émotionnelle forte qui restera pour longtemps un marqueur générationnel.

LES QUESTIONS SOULEVÉES



Vers de nouvelles parentalités ?

- **Parentalité partagée** : vers un meilleur équilibre de la charge mentale et de la répartition des tâches ?
- **Poly-éducation** : du parent Shiva au parent délégitif, l'éducation est-elle l'affaire du couple... ou de tous ?
- **Clash ou fusion ?** La Gen Z va-t-elle devenir encore plus proche de ses parents ?

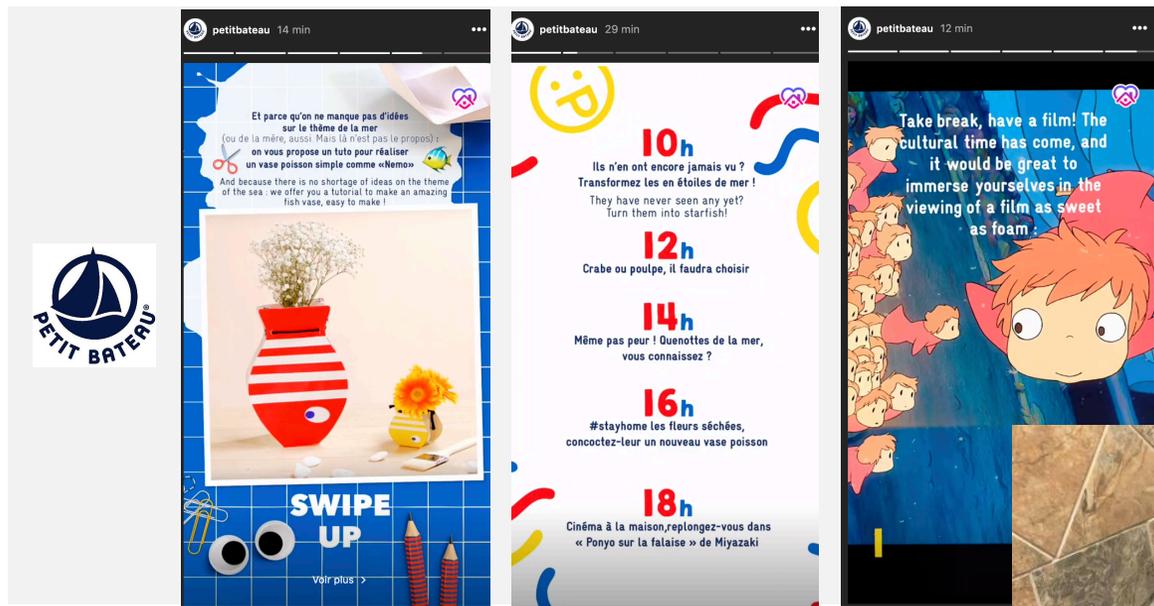
LES PERSPECTIVES POUR DEMAIN



Les marques pour prendre le relais et incarner la modernité

- Marque animatrice (explorer, jouer)
- Marque doudou (réconforter, être ensemble)
- Marque éducatrice (enseigner, cultiver)
- Marque sage (donner des repères, méditer)

Les nouveaux modèles



Petit Bateau – Capitaine de quarantaine



Pampers – Les tables à langer pour tous



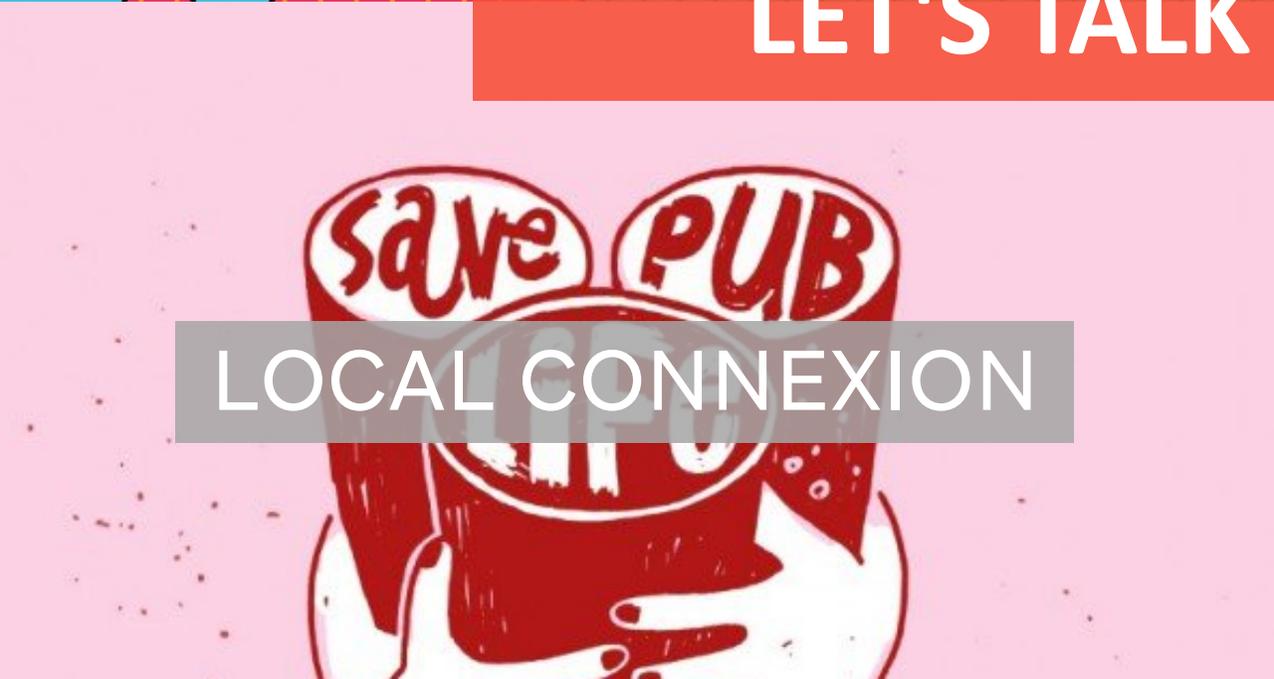


TABULA RASA



MONEY ANXIETY

LET'S TALK ABOUT IT ;)



LOCAL CONNEXION



FAMILLE RÉINVENTÉE

██████████
LONSDALE.FR



LONSDALE

Marc-André

Allard

Partner, Innovation Director

M +33 6 70 71 31 79

ma.allard@lonsdale.fr

Marie

Reynaud

New Business & Marketing Director

M +33 6 67 57 13 11

m.reynaud@lonsdale.fr



merci !