

<http://marketingisdead.blogspot.com/archive/2009/06/16/le-pire-est-devant-nous.html>

**Blog de François Laurent**

**16.06.2009**

**Le pire est devant nous**



### **La crise ?**

*"Le pire est devant nous"* : voilà ce que pensent aujourd'hui les *Français*, à une écrasante majorité.

Pourquoi un tel pessimisme ?

Parce qu'il s'agit *"crise différente des autres, qui va engendrer des changements de comportements et d'habitudes profonds"*, pour deux *Français* sur trois !

Pas très encourageants, ces premiers résultats de l'étude : **Les Français et la crise** réalisée par le *Comité Scientifique de Panel on the Web* !

Allez, encore un chiffre : pour 39% d'entre nous, les prix ont *"beaucoup"* augmenté et pour 50 autres, ils l'ont *"exagérément"* ! Bref, pour 9 *Français* sur 10, la vie est devenue trop chère !

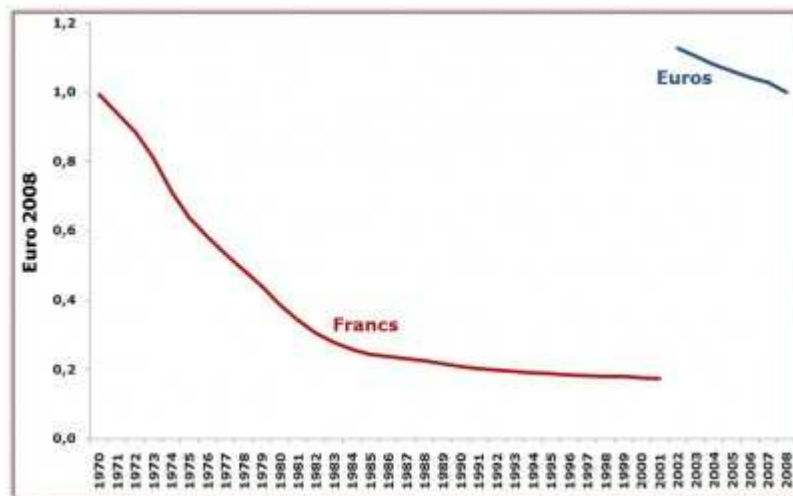
On est loin d'une simple crise des subprimes : certes à 95%, nous jugeons les banquiers responsables ... mais ni l'état (coupable pour 79% d'entre nous), ni les distributeurs (pour 71%) ne sont épargnés!

Tous coupables ?

Pourquoi ?

Tout simplement - et l'étude le met particulièrement en valeur, en croisant ses résultats à de multiples sources - parce que LA crise n'est que la résultante d'une multitude de crises, chacun ayant gentiment tiré sur la corde ... jusqu'au jour où elle craque !

Les consommateurs se plaignent : "Aujourd'hui, avec un Euro, on n'en a pas plus qu'avec un Franc" ... et c'est presque vrai : comme le souligne ce graphique, 1 Euro 2008 équivaut à 1 Franc 1970 (chiffres *Insee*). Je comprends que certains politiques souhaitent tourner la page de 68 : on en sort à peine !



Et surtout depuis 68, c'est toute une suite de petits coups de griffes au contrat social - comme dirait *Rousseau* - que vont devoir accepter consommateurs et citoyens : la forte inflation des années 70, qui érode le pouvoir d'achat ; la stagnation des revenus salariaux à partir des années 80 ; la longue flambée de l'immobilier, et la plus récente de l'alimentation, avec deux pics en 2002 et 2008 ...

Avec pour seule conséquence, l'impression de se retrouver chaque fois un peu moins riche, puis un peu plus pauvre qu'avant !

Les banquiers sont aujourd'hui vilipendés, parce que les derniers à avoir fauté !

Mais les Français ne sont pas stupides : ils ne se suffisent plus de vagues promesses et surtout de boucs émissaires !

Marketers, attention : ce qui suit, vous concernent plus directement !

Si la grande distribution est jugée principal responsable de la hausse des prix, pour 3 consommateurs sur 4, les grandes marques ont contribué à l'amplifier : tous coupables ... et là, on sort du cadre étroit de la simple - bien que violente - crise conjoncturelle.

Bref, ce n'est 29, c'est plus grave.

53% des Français jugent "important de comparer les prix entre les marques car certaines différences de prix ne sont pas justifiées".

Et 38% que "beaucoup d'innovations des grandes marques sont uniquement là pour nous faire acheter plus ou plus souvent".

Marketing is dead ? Disons que bien des acteurs se sont révélés des fossoyeurs !

Inutile de se couvrir la tête de cendres : le passé est révolu, mais il serait temps de réagir - adopter une attitude plus responsable, arrêter de développer de fausses innovations miracles - mais plus chères.

Arrêter de raconter n'importe quoi dans de magnifiques campagnes de publicité ... que vient contredire l'expérience en magasin.

Un signe : depuis le 13 Février, Michel Édouard Leclerc n'a pas osé publié un seul papier sur son [blog](#), devenu le défouloir de consommateurs en pleine révolte. Juste un commentaire parmi tant d'autres :

*"En ce moment, vos rayons de fruits et légumes ne vont pas de mains mortes, le prix kilo banane 1.65 et chez inter 0.99, on parle pas des fraises ... donc leclerc n'est pas le moins cher et en faite le panier de la ménagère diminue face au profit de la grande distribution que vous représentée par votre entreprise!"*

Que conclure, sinon que la "crise" actuelle apparaît aussi - avant tout ? - comme une crise de confiance ... et que les marketers devraient y réfléchir à deux fois avant de lancer des promesses qu'ils ne tiendront jamais !

Enfin, si vous souhaitez assister à une présentation détaillée des résultats de l'étude réalisée par Panel on the Web, deux petits déjeuners sont organisés

- Le 30 Juin à 8 heures 30, au Salon Etoile Wagram, 16 avenue de Wagram, 75008 Paris.
- Le 8 juillet à 8 heures 30, à l'Aéro Club de France, 6 rue Galilée, 75116 Paris