

Marie ANTOINETTE

L'AGENCE

Confinés mais inspirés

#MARQUESENGAGÉES

En cette période de crise, nombreuses sont les marques qui se demandent si elles doivent réagir et comment. Quel est l'avis des Français face à leur prise de position ?

L'AVIS DES EMPLOYÉS

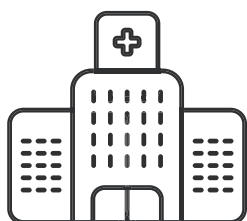
Quel est l'avis des salariés sur la conduite de leur entreprise ?

- 78%** pensent que les marques devraient privilégier la santé de leurs salariés
- 73%** estiment que les entreprises ont la responsabilité de la santé de leurs employés
- 62%** pensent qu'elles devraient mettre en place un système de travail flexible
- 75%** considèrent que l'humain passe avant le business en cette période

ENGAGEMENT SOCIAL

41%

pensent que les marques doivent aider les hôpitaux



38%

pensent que les marques doivent aider le gouvernement



LA PUBLICITÉ EN TEMPS DE CRISE

Les marques sont-elles encore légitimes à communiquer sur leurs produits et services ?

77% aimeraient que les pubs parlent de l'utilité de la marque dans leur nouvelle vie quotidienne

75% aimeraient que les pubs informent sur les efforts des marques pour faire face à la situation actuelle

70% aimeraient que les pubs abordent un ton rassurant

Qu'est-ce qui va changer ?

Si **8%** pensent que les marques devraient cesser de faire de la publicité, Kantar estime qu'un arrêt de publicité pendant 6 mois entraînerait une baisse de **39%** de la notoriété totale de la marque, liée à sa communication !

NE PAS ÊTRE OPPORTUNISTE

75%

demandent à ce que les marques n'exploitent pas le Covid-19 pour faire leur promotion



40%

pensent qu'elles ne doivent pas employer le ton humoristique pendant cette période délicate

Les marques qui profiteraient de la crise actuelle pour faire de la promotion de leurs produits sans lien avec la situation, seraient décrédibilisées auprès de leurs consommateurs.

Une certaine méfiance s'est installée, en particulier sur les réseaux sociaux qui n'apparaissent fiables qu'à **11%** de leurs utilisateurs.

NOS CLIENTS AUSSI SONT SOLIDAIRES

1. Deliveroo

Depuis le 18 mars, Deliveroo et ses restaurants partenaires ont livré plus de **6 000** repas gratuits à plus de **50 hôpitaux** en Île-de-France, Lyon, Bordeaux, Lille, Marseille et Strasbourg. L'application a un objectif de **15 000** repas, livrés d'ici mi-mai !

La marque a également étendu son engagement auprès du personnel hospitalier en permettant aux utilisateurs qui le souhaitent d'émettre un don via une cagnotte. À ce jour, **près de 35 000€** ont déjà été récoltés !

L'application reversera 100% des dons aux restaurants et au service de livraison impliqués dans cette campagne.

2. FoodSaver

A fait don de **39** packs de sacs zippés, soit plus de **1 000** sacs à la journaliste **Caroline Malbec** (journaliste culinaire pour Gala et Cookissime) qui prépare chaque jour **50** repas à un hôpital et participe à l'opération **ENCAS D'URGENCE**. Grâce aux sacs qui sont mis sont vides grâce à la machine, elle peut y mettre chaque jour la cuisine préparée et l'apporter au personnel soignant.

3. Mowi

A fait don de plus de **10 000** tabliers, surchaussures, combinaisons et charlottes au CHU de Boulogne sur Mer

4. Mondial Tissus

A créé un **tuto masque**, mis à disposition pour fabriquer le sien !

5. Majelan

Donne la possibilité **d'écouter gratuitement** tous ses contenus en illimité pendant **1 mois** ! (dont un programme de méditation de 30h).

En entrant le **code "majelan"** sur leur site internet, les utilisateurs auront accès aux contenus exclusifs de Majelan, en plus des **300 000** podcasts déjà disponibles sur l'application.