

Suite dossier 1

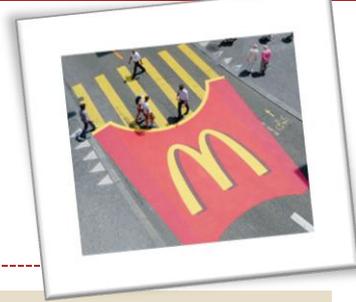
En complément...

2

- Les deux « sous-tendances », street-selling et Food-truck, présentées précédemment démontrent que la tendance « urbain » est de plus en plus intégrée dans le processus de vente des entreprises. En effet, les exemples choisis pour l'illustration des concepts clés sont révélateurs de l'augmentation de la vente dans les lieux publics.
- D'autres pistes peuvent être étudiées pour montrer la volonté croissante des entreprises à mettre en place des actions urbaines. Les enjeux sont l'augmentation de la visibilité et de la notoriété des marques en vue d'inciter les individus à acheter dans un contexte où la concurrence est accrue et où l'acte d'achat est parfois freiné par la crise économique.
- Dans ce cadre, une troisième « sous-tendance » est présentée dans ce dossier: le street-marketing. Elle est la preuve que le développement de la tendance « urbain » ne se limite pas à la vente proprement dite puisqu'elle est aussi largement utilisée dans le domaine du marketing et de la communication.

STREET MARKETING

3



- Le street marketing est une opération de communication destinée à promouvoir un événement, un produit ou une marque en touchant des individus dans leur quotidien via la mise en place d'actions diverses dans les lieux publics (à proximité des enseignes, des accès aux transports en commun, etc.).
- Le principal enjeu de cette technique est de surprendre en vue de marquer les esprits des individus. En effet, ces derniers perçoivent entre 2000 et 5000 messages par jour ils ne peuvent donc pas être réceptifs à chacun d'entre eux. De ce fait, l'objectif est de réussir à les sensibiliser pour développer leur affect envers une marque. Il faut également que les actions soient menées à un moment où la cible ne s'y attend pas.
- Actuellement, le street marketing est de plus en plus adopté par les entreprises face à l'ignorance et au rejet des consommateurs pour la publicité traditionnelle. De plus, les opérations de street marketing ne sont pas plus coûteuses et sont beaucoup plus efficaces que les méthodes utilisées communément. Même si le street marketing n'est pas une notion récente, les moyens de diffusion des messages sont de plus en plus innovants passant de la simple distribution de flyers ou d'échantillons à la création d'animations. Parfois, des hôtes/hôtesse peuvent accompagner la réalisation des actions.
- La créativité, l'imagination et l'originalité sont nécessaires pour les entreprises. Elles doivent trouver une idée capable de « créer le buzz ».

Concepts clés associés au street-marketing

4

```
graph TD; 4((4)) --> A[Mise en scène]; 4 --> B[Stupéfaction]; 4 --> C[Rassemblement]; 4 --> D[Engagement, solidarité];
```

Mise en scène

Engagement,
solidarité

Stupéfaction

Rassemblement

Mise en scène

5

- La mise en scène est un des concepts clés du street-marketing. En effet, pour promouvoir leurs produits, certaines entreprises les agencent dans les lieux publics. Ils peuvent être placés sans autre artifice, mis en valeur par un décor ou encore accompagnés d'un autre objet. C'est un moyen permettant aux individus de tester les produits et de les imaginer dans leur environnement quotidien. Le but est de stimuler l'envie d'achat et d'inciter à se rendre dans les différents points de vente.
- Ce concept peut également faire intervenir des hôtes qui vont veiller au bon déroulement de l'animation. Dans ce cas, les individus peuvent être sollicités à leur insu pour la réalisation de l'opération.
- Cette technique permet également au cœur de cible de garder en mémoire l'aspect ludique de l'action et contribue au développement de l'affect envers la marque promue.
- Exemples:

Coca-Cola zéro : Skyfall challenge



Ikea : salle de bain suspendue, gare Saint-Lazare



Stupéfaction

6

- Le street-marketing provoque la réceptivité naturelle des individus: les actions sont mises en place à un moment où ils ne s'y attendent pas, ils sont donc plus attentifs aux messages émis. L'effet de surprise est donc indissociable de cette tendance et semble être l'une des raisons expliquant l'efficacité de cette stratégie de communication auprès des passants. Certaines entreprises font perdurer ce sentiment dans leurs opérations de street-marketing.
- Pour les mettre en œuvre, elles font preuve d'imagination (gigantisme etc.) et il n'est pas rare que les individus soient filmés à leur insu. L'objectif est de les rendre acteur de l'animation en leur faisant vivre une expérience négative (ex: fausses promesses) et surtout mémorable. Au final, des hôtes leur annoncent qu'ils ont été piégés et parfois leur offrent le produit promu. Généralement, les personnes sont stupéfaites. Les entreprises vendant des produits high-tech adoptent souvent cette stratégie.
- Exemples:

Ubisoft, Watch dogs: Hack d'une ville



LG, G2: Destruction de portables



Rassemblement

7

- Le street-marketing est un vecteur de rassemblement.
- Ce concept permet de réunir un grand nombre d'individus grâce à:
 - La mise en scène des produits et la présence d'hôtes pour faire leur promotion
 - Le lancement d'une campagne publicitaire sur internet, via les réseaux sociaux, qui contribue largement à la mise en place de flash mobs, happenings et autres manifestations dans la rue
 - La mise en place d'un événement pour l'essai d'un produit (nouveau ou non)
 - La distribution de coupons de réduction dans les lieux publics
 - La promotion d'un produit par les salariés de l'entreprise etc.
- En outre, les entreprises identifient les lieux les plus fréquentés pour mener des actions très ciblées.
- Exemples:

Adidas, Boost : la nuit blanche 2013



Diesel, Fuel For Life : un jean contre un parfum



Engagement, solidarité

8

- Certaines opérations de street-marketing peuvent également dénoncer des phénomènes sociétaux. Dans ce cas, les actions réalisées ont pour but de mobiliser, d'intriguer, voire même de choquer, en vue de faire réagir la population et modifier son comportement vis-à-vis d'un produit, d'une personne etc.
- Même si les associations et les ONG sont les principaux défenseurs des droits au niveau international (préservation de l'environnement, lutte contre la pauvreté etc.), les entreprises se mobilisent également. Celles-ci réalisent des actions de street-marketing engagées pour faire de la subversion afin de gagner la confiance des consommateurs (geste de solidarité) ou encore d'améliorer leur image de marque en cas de baisse de notoriété.
- Exemples ci-dessous: Coca célèbre les 20 ans de la démocratie sud-africaine, Benefit Cosmetics se mobilise contre les violences domestiques, Lush lutte contre la maltraitance des animaux.

Coca-Cola : Rainbow Nation



Benefit Cosmetics : Mascarathon 2012



Lush : Fighting Animal Testing



BIBLIOGRAPHIE

- **Street-selling :**

- <http://www.journaldunet.com/economie/services/street-vending.shtml>
- <http://www.lesechos.fr/entreprises-secteurs/grande-consommation/actu/0203429345455-danone-se-lance-dans-la-distribution-nomade-d-eau-663136.php>
- <http://www.showroomm.fr/2013/06/10/les-fashion-trucks-francais/>
- <http://videos.tf1.fr/jt-20h/2014/fashion-trucks-la-mode-en-itinerance-8397385.html>
- http://www.m6.fr/emission-100_mag/videos/11352546-fashion_trucks_c_8217_est_quoi_ce_truc.html
- <http://www.lavoixdunord.fr/region/deux-roubaisiens-lancent-leur-concept-de-vente-ambulante-de-jna24b0n923461>
- <http://www.lefigaro.fr/sortir-paris/2014/02/26/30004-20140226ARTFIG00010-food-mode-beaute-trucks-en-tous-genres-a-paris.php>

- **Food-trucks :**

- http://www.lexpress.fr/styles/saveurs/tendance-food-trucks-l-apologie-de-la-street-food_1248847.html
- https://www.facebook.com/MumDimSum/photos_stream
- <http://www.mozzaandco.it/>
- <http://www.bugelski.com/>
- http://www.lexpress.fr/styles/saveurs/restaurant/guide-des-food-trucks-a-paris-camion-qui-fume-cantine-california_1290857.html
- <http://www.lecamionquifume.com/>
- <http://www.streetfoodenmouvement.fr/wp-content/uploads/Livre-Blanc-oct2012.pdf>
- <http://www.cantinecalifornia.com/>
- <http://www.myfairparty.com/25-adresses-de-food-trucks-pour-un-mariage-ou-un-evenement/>

- **Street-marketing :**

- <http://www.marketingattitude.net/2013/09/street-marketing-lg-piege-les-passants-en-massacrant-leur-mobile/>
- <http://streetandmarketing.com/operations-street-marketing/>
- <http://www.danstapub.com/ikea-invente-la-premiere-salle-de-bain-live-sur-un-panneau-publicitaire/201310/>
- <http://streetandmarketing.com/2014/04/4-dispositifs-innovants-pour-communiquer-moindre-cout/>
- <http://www.vivelapub.fr/le-meilleur-du-street-marketing-en-220-exemples/>
- <http://streetplanneur.com/?s=street+marketing>