

Paris, le 23 juin 2014

Communiqué de presse

IFOP TRENDS MARQUE ENTERTAINMENT, le 1^{er} cahier de tendances marketing qui révèle toutes les stratégies pour devenir une marque Entertainment lancé par InCapsule By Ifop,

A l'origine dédiée aux marques ciblant la génération Y puis les Millenials, la posture de « marque entertainment » est en train de devenir clé, pour toutes les marques qui ont besoin de renforcer leur valeur d'attraction mais aussi de renforcer leur lien émotionnel avec leurs publics.

Mais encore faut-il savoir identifier pour sa marque, les critères nécessaires pour devenir de façon légitime un « entertainer » ?

C'est fort, de cette conviction, que InCapsule by Ifop a décidé de mener une investigation élargie des différentes dimensions que recouvrent cette nouvelle tendance marketing, en s'appuyant sur sa méthodologie éprouvée de captation de signes émis par les marques, tous secteurs, en Europe, aux USA et en Asie.

Ainsi qu'une marque appartienne au secteur du retail, du luxe, de la grande consommation ou des services, elle pourra découvrir comment d'autres acteurs sont parvenus à engager de façon pérenne leurs cibles, en innovant avec des dispositifs de co-création de produits, de street marketing, de web series, de pop-up stores, d'appli expérientielles, de célébrations collectives...

InCapsule note que cette tendance permet à la marque de s'infiltrer dans des moments les plus inattendus (comme Coca Cola qui rend le paiement en caisse fun avec le changement de tonalité du bip répétitif des caisses enregistreuses), ou d'investir des territoires événementiels nouveaux (comme celui de la culture pour RedBull qui après avoir investi les sports extrêmes crée le Music Academy Festival de NY 2014 pour nourrir le lien avec sa cible), ou bien de célébrer des temps forts de la vie d'une marque (comme Nutella qui pour ses 50 ans a organisé une grande journée de festivités au parc de Sceaux en France). Et bien d'autres stratégies inspirantes.

En synthèse : **IfopTrends IfopTrends Marque Entertainment,**

- + Les tendances marketing indispensables à connaître sur cette thématique,
- + 200 cas d'innovations produit, service, distribution, communication,
- + Repérés localement par le réseau de chasseurs de tendance d'InCapsule by Ifop,
- + Europe, USA, Japon - Tous secteurs d'activité,
- + Avis issus des internautes dans les réseaux sociaux
- + Disponible sur abonnement : à partir de la rentrée 2014
- + Vente Privée de lancement : -20% jusqu'au 30/06,

CONTACTS : 01.45.84.14.44

Martine GHNASSIA, Directrice du pôle – InCapsule by IFOP et de la Communication – martine.ghnassia@ifop.com
Isabelle GRANGE, Directrice de clientèle – InCapsule by IFOP et de la Communication - isabelle.grange@ifop.com



A propos d'InCapsule by Ifop

InCapsule by Ifop est l'entité de Tendances et de Conseil en Management de l'Inspiration de l'Ifop. Avec ses cahiers de tendances, ses books prospectifs, ... elle capte, analyse et structure les signaux utiles qui deviendront demain des avantages concurrentiels pour les marques. Dans ses protocoles de conduite de l'innovation, elle met en pratique des démarches collaboratives issues de méthodes de conduite du changement pour favoriser la production d'idées et l'adhésion dans les organisations, insufflant ainsi la fibre créative en interne. Elle partage les mêmes valeurs que l'Ifop : la solidité du sourcing de la donnée et la précision des recommandations. Elle s'appuie sur un réseau de chasseurs de tendances exclusifs basés localement dans les différents pays veillés par InCapsule.

InCapsule by Ifop est nominé au Grand Prix de l'Excellence Marketing 2014 pour sa méthode d'aide à la créativité collaborative aux côtés de Système U.

Pour plus d'information <http://www.incapsule.ifop.com>
