



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

1^{er} juillet 2010

PRODIMARQUES
la vie des marques

Prodimarques – Institut de liaisons et d'études des industries de consommation

**Du 5 au 19 juillet,
l'Ilec et Prodimarques lancent une importante campagne
publicitaire, appuyée par un sondage TNS Sofres qui met
en avant les valeurs essentielles des Grandes Marques :
qualité, plaisir et innovation.**

Une campagne plurimédia exceptionnelle, réunissant 17 Grandes Marques

Les Grandes Marques lancent une campagne plurimédia pour réaffirmer leurs valeurs auprès du grand public. Chaque marque met en scène la promesse d'un de ses produits emblématiques avec un principe créatif commun :

- une accroche : « QUI MIEUX QUE... ? »,
- un visuel symbolique fort,
- un slogan identique : « LES GRANDES MARQUES, toujours plus de qualité / d'innovation / de plaisir / de confiance... ».

Ainsi, chaque annonceur valorise une ou plusieurs de ses marques tout en renforçant, par un même message, les valeurs essentielles des Grandes Marques.

Cette année, dix-sept Grandes Marques participent à la campagne :

Ariel Ecodoses, Béghin-Say, Bonduelle, Caprice des Dieux, Carambar, Coca-Cola, D'aucy, Heineken, Hollywood, Isio Actistérol, Kronenbourg, Mir Vaisselle, Nana, Oasis, Ushuaïa Bio, La Vache Qui Rit et William Lawson's.

Un dispositif à la mesure de l'événement

La campagne Ilec-Prodimarques 2010 sera déployée en affichage, en télévision et sur internet. Le dispositif d'affichage couvrira toute la France, dans les villes de plus de 100 000 habitants, avec plus de 30 000 panneaux grand format. Il devrait générer plus de 2 milliards de contacts auprès d'une audience de 23,4 millions de personnes de 15 ans et plus.

Il s'accompagnera d'une campagne en télévision, menée en partenariat avec les régies membres du SNPTV¹ et France Télévisions Publicité. Sur deux semaines, avec un taux de couverture de 89 %, chaque téléspectateur touché verra près de 9 fois un spot de la campagne.

En complément, les marques seront présentes sur internet, à la fois sur le portail www.lesgrandesmarques.fr et sur Twitter.

¹ TF1 Publicité, M6 Publicité, Canal+ Régie, Lagardère Publicité, MTV Publicité, TMC Régie.

En 2010, les Grandes Marques ont bien résisté à la crise et sont toujours synonymes de plaisir, de confiance et d'innovation.

Selon une étude réalisée par TNS Sofres en juin 2010, les Grandes Marques ont bien résisté à la crise.

Aux yeux des consommateurs, elles conservent l'avantage sur les MDD dans la plupart des dimensions, en particulier l'innovation, le savoir-faire et le plaisir.

En effet, 79 % des interviewés considèrent les Grandes Marques comme les plus grandes sources d'innovation, 83 % qu'elles possèdent un véritable savoir-faire et 86 % qu'elles offrent le plus grand choix.

Plus que jamais, elles sont gages de qualité, de sécurité et de confiance.

Et le plaisir reste une des motivations importantes de consommation des Grandes Marques. Les deux tiers des consommateurs choisissent les Grandes Marques pour se faire plaisir ou faire plaisir à leur entourage (64 % sont plutôt ou tout à fait d'accord). Les enfants sont particulièrement attentifs à cette dimension puisque 73 % préfèrent les Grandes Marques de fabricants.

Les marques de distributeurs stagnent en part de marché depuis 2009

Après presque dix ans de croissance, les MDD semblent avoir à la fois atteint un palier depuis mi-2009, se stabilisant à 30 % de part de marché valeur.

Dans un contexte économique difficile, il semble que les Français ne recherchent pas uniquement le prix le plus bas, mais sont en quête de qualité, de durabilité et de plaisir, ce qui correspond le plus souvent à l'offre des Grandes Marques.

Contact presse :
Sarah Aoun – M&C Saatchi CORPORATE
01 77 75 77 00 – sarah.aoun@mcscorporate.com

À propos de l'Ilec et de Prodimarques

Créé en 1959, l'Ilec est une association réunissant une centaine d'entreprises qui commercialisent des grandes marques reconnues aux plans national et international. Concrètement, l'Ilec :

- est un forum de rencontre, de débat et de travail ;
- représente ses membres dans la relation industrie-commerce qui constitue son champ d'excellence.

L'Ilec est l'interlocuteur des pouvoirs publics sur le droit de la concurrence et la marque et sur les relations de l'industrie et du commerce.

Créé par l'Ilec en 1987, Prodimarques rassemble une vingtaine d'entreprises et se consacre à la promotion et à la défense des marques de fabricants.

- Concrètement, Prodimarques :
- met en œuvre des actions de communication afin de sensibiliser l'opinion et les consommateurs aux valeurs inhérentes à toute marque : l'innovation, la qualité, la garantie et la sécurité ;

- défend, au plan national et international, les intérêts de ses adhérents en assistant les industriels dans tous les domaines où une action commune est jugée nécessaire.

Institut de liaisons et d'études
des industries de consommation

www.ilec.asso.fr
ilec@ilec.asso.fr
Téléphone: 01 45 00 00 37
Télécopie: 01 45 00 89 13

71, avenue Victor-Hugo,
75116 Paris

Association pour la promotion et
la diffusion des marques de fabricants

www.prodimarques.com
laviedesmarques@ilec.asso.fr
Téléphone: 01 45 00 93 86
Télécopie: 01 45 00 06 70