



veille

● **Les Français un peu moins pessimistes.** Les consommateurs français se déclarent encore affectés par la crise, mais de manière moins prononcée. Si, selon une étude publiée en juillet par BBDO, OMG et Scanblog, 76% d'entre eux perçoivent une forte augmentation des prix et que 73% observent une dégradation du pouvoir d'achat, ces deux indicateurs sont en baisse par rapport à octobre 2008 (respectivement de 12 et 8 points). Par ailleurs, 34% des Français considèrent comme primordial de payer le moins cher possible, contre 40% en octobre 2008.

En savoir +
> www.clmbbdo.com

● **Les enfants aiment les séries TV.** *Dr House* est la star incontestée des séries TV préférées des enfants de 7 à 14 ans. Selon l'institut Junior City, ils seraient 71% à la regarder. D'après le baromètre de l'institut sur l'usage de la TV par cette tranche d'âge, les séries devançant désormais les dessins animés. Les enfants en citent cinq parmi leurs sept programmes de prédilection. À noter que M6 détrône TF1 comme chaîne favorite de cette cible : ils sont 46% à déclarer la regarder le plus souvent. Mais près de la moitié des chaînes les plus citées par les 7-14 ans font partie de la TNT.



En savoir +
> www.juniorcity.fr

● **La communication des collectivités locales à la peine.** Plus d'un tiers des Français estiment que les collectivités locales ne communiquent pas assez, selon un baromètre présenté par l'institut CSA et l'agence de communication publique ID Communes, en partenariat avec l'organisme de formation Cap Com. Or, 62% d'entre eux émettent de fortes attentes en la matière. De plus, ils jugent l'information

locale peu objective et peu transparente, et les élus pas assez proches de leurs préoccupations. Enfin, s'ils restent attachés au support papier, ils attendent beaucoup d'Internet et des nouveaux médias comme supports de complément.

En savoir +
> www.cap-com.org/presse



● **Collection pratique sur le design.** Coauteur avec Sophie Sanchez du livre *Le Designer* (Éditions d'Organisation), Jean-Jacques Urvoy, président du cabinet de design Urvoy Conseil, a lancé chez le même éditeur (filiale du groupe Eyrolles) une collection baptisée Design & Marques. Dernier titre sorti : *Créer un point de vente. Petit, moyen, grand commerce...* (Pierre-Jean Richard et Sophie Sanchez). Autres ouvrages au catalogue : *Créer un nom de marque et un nom de domaine* (Catherine Lalanne-Gobet) et *Créer un logotype* (Jean-Jacques Urvoy et Pierre-Emmanuel Fardin).

En savoir +
> www.eyrolles.com



● **La science du shopping.** Caméras, traqueurs et études in situ à l'appui, le spécialiste du point de vente Paco

Underhill a sensiblement réactualisé son ouvrage *Comprendre nos comportements d'achat* (éditions Pearson, 35 euros, 360 pages). Cette deuxième édition présente les dernières tendances de la « science du shopping » à travers des exemples de magasins novateurs, mais aussi et surtout via des sites comme iTunes ou Amazon, que l'auteur analyse par le menu.

En savoir +
> www.pearson.fr