

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Saatchi & Saatchi France explore des parts de vérité et d'espoir par-delà les annonces catastrophistes.



Paris le 23 septembre 2024

Le département de planning de Saatchi & Saatchi France, en collaboration avec Freethinking, ont voulu interroger et écouter les Français sur leur situation ainsi que celle de la France.

Car à moins d'habiter sur Mars ou d'être dans un déni total, force est de constater qu'il devient difficile de peindre un portrait réjouissant de la France en 2024.

Le moral des Français est au plus bas.

Les revendications et débordements de vases ne s'enchainent même plus ; ils se cumulent. Les désignés fautifs se renvoient la balle.

Le vivre ensemble paraît illusoire, tant une partie des Français parle de « survivre » plutôt que vivre, et que l'idée même d'ensemble semble être une utopie surannée ou naïve.

Loin de dresser un additionnel état des lieux déprimant, le département de planning stratégique de l'agence et le cabinet de conseil et d'études Freethinking, ont voulu interroger et écouter les Français sur leur situation ainsi que celle de la France.

Pendant quelques semaines, nous avons effectué une plongée dans le quotidien des Français de 2024. Et ceci dans un but : comprendre ce qui se passe et éclairer un constat surprenant perceptible au quotidien : « jusqu'ici tout va mal ». Un travail devenu nécessaire pour mieux travailler les briefs avec plus de pertinence et de justesse. » précise Cédric Charron, Directeur du planning stratégique de Saatchi & Saatchi France

Une plongée dans le présent, où tout n'est pas rose, pour essayer d'envisager et d'anticiper les solutions de demain - notamment pour les marques et les entreprises - en se disant que tout n'est pas condamné à être noir.

L'étude, **préfacée par Jean-Laurent Cassely**, essayiste, journaliste et notamment co-auteur de *La France sous nos yeux*, est téléchargeable sur le site de l'agence en format PDF à l'adresse <https://www.saatchi.fr/> et est également éditée (pour en recevoir un exemplaire, merci d'envoyer un email à contact@saatchi.fr)

Greater work comes from great place to work.



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Quelques mots sur la méthodologie :

Une méthodologie hybride qui mixe une étude « qualicollaborative » sur une période de deux semaines auprès de 111 Français. Ce travail a été complété par un approfondissement via des interviews d'une demi-journée dans les foyers d'une poignée de Français triés sur le volet.

Crédits agence

Olivier Després - Président
Cécile Arzac - Directrice Générale
Pierre Viallaneix - Executive Creative Director
Cédric Charron - Directeur du Planning Stratégique
Alexandre Riniotis - Planneur Stratégique Junior
Mathilde Makangu - Cheffe de Projet et Coordination
Marion Lafuste, Simon Bart - Direction Artistique
Alexandra Daguet - Exécution
Nadja Massinot - Communication et Coordination

Contact Presse

Nadja Massinot
Head of Communications – Awards Manager
Nadja.massinot@saatchi.fr
Tél. : 0673281850

A propos de Saatchi & Saatchi France

Chez Saatchi&Saatchi France, nous sommes persuadés que de meilleures conditions de travail permettent de faire du meilleur travail. Nous y croyons tellement que nous avons décidé d'en faire notre positionnement : **Greater work comes from great place to work.**

Et c'est aussi pour ça que de grands clients tels que SFR, Playstation, Matmut, Burger King, VISA ou P&G nous font confiance depuis de nombreuses années.

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/saatchi-saatchi-france>

Twitter : <https://twitter.com/saatchifrance>

Facebook : <https://www.facebook.com/saatchifrance/>

Instagram : <https://www.instagram.com/saatchifrance/>

Greater work comes from great place to work.

