



Les stratégies publicitaires

La publicité nous influence à différents niveaux, notamment dans nos décisions d'achats. Pour développer un esprit critique face à la publicité, il faut d'abord être en mesure de reconnaître les différentes stratégies utilisées par les publicitaires pour nous convaincre d'acheter leurs produits ou services.

Associe chacune des stratégies ci-dessous à sa définition.

- Cultiver le culte de l'idéal
- La notoriété et la crédibilité
- La concurrence
- L'attrait de la popularité
- Rendre un prix ou un financement alléchant
- Un placement publicitaire stratégique
- Faire appel à l'émotion
- Jouer avec la vérité
- Présenter des faits et des statistiques
- Faire appel à la mémorisation
- Le témoignage
- Faire une promesse
- Piquer la curiosité

Le savais-tu ?

Une **stratégie publicitaire**, c'est une méthode permettant d'atteindre le public, d'amadouer le consommateur pour ainsi créer un besoin ou rendre le consommateur plus dépendant d'un produit, lui donner l'impression qu'il a besoin d'un produit, et l'inciter à se le procurer.

1. Les publicités présentent de jolies personnes, équilibrées, en forme, à la mode, possédant de beaux objets et vivant dans des décors attrayants. Tout le monde est heureux, tous les couples sont amoureux et tous les membres de la famille s'entendent à merveille. Ces personnes représentent le type d'adultes ou de jeunes auquel les consommateurs visés voudraient ressembler. Cette stratégie publicitaire vise à donner l'impression au consommateur que le produit aura un effet positif direct sur sa vie.

2. Faire réagir le consommateur permet d'augmenter son intérêt pour la publicité et de s'assurer qu'il se souviendra du produit. Même si elles ne sont pas toujours liées au produit annoncé, les publicités présentent des histoires touchantes, des scènes qui font rire, pleurer ou qui irritent. De plus, les publicitaires ont compris que les jeunes sont très sensibles à l'humour, et ils n'hésitent pas à l'exploiter dans leurs campagnes.

3. Une bonne publicité présente des informations de base sur le produit ou le service en plus d'en énumérer les avantages. En présentant les caractéristiques du produit, la façon dont il est conçu, l'endroit de sa fabrication et des chiffres intéressants, le publicitaire peut convaincre le consommateur que son produit a tout ce qu'il faut pour lui plaire. D'autant plus si ces informations sont fournies par un expert.

4. Le publicitaire va parfois comparer son produit avec celui d'une autre marque, en tentant de déprécier le produit de la concurrence et en faisant ressortir les avantages de son propre produit. Toutefois, gare aux déclarations mensongères. Selon la loi, toute affirmation dans une publicité doit être véridique et vérifiable.

5. Les publicités peuvent convaincre le consommateur qu'en achetant le produit annoncé, il sera remarqué, qu'il fera ainsi l'envie de son entourage, qu'il aura plus d'amis et sera accepté dans les groupes les plus distingués. Bref, il sera plus « cool ».

6. L'utilisation de jeux de mots, d'un slogan, d'un refrain publicitaire (*jingle*) est un bon moyen d'amener le consommateur à penser au produit et à la marque, et de s'assurer qu'il s'en souviendra. De plus, les publicitaires jouent sur la répétition d'éléments visuels ou sonores précis : pour eux, plus vous voyez un produit ou entendez son nom constamment, plus vous serez susceptible de l'acheter.

7. Certaines publicités présentent des gens (des comédiens ou non) ayant utilisé le produit, qui en vantent les mérites et qui sont heureux de faire partager leur satisfaction à son égard. Certains consommateurs aiment s'identifier à des gens qui leur ressemblent; cela leur fait croire qu'ils ont eux aussi toutes les chances d'être satisfaits du produit.

8. La publicité fait régulièrement appel à un porte-parole, souvent une personnalité connue de la télé, du cinéma, de la chanson ou du sport, pour vendre un produit. Ce porte-parole encourage les consommateurs à faire comme lui et à acheter le produit. Le but est de faire croire aux consommateurs cibles que leurs vedettes préférées utilisent le produit annoncé. Les enfants regardent ces publicités sans se rendre compte que ces personnes sont payées pour faire la promotion d'un produit. D'autres publicités associent plutôt des « scientifiques » au produit. C'est le cas lorsqu'un des personnages porte un sarrau ou qu'une association ou un groupe de professionnels crédibles dans le domaine donne son appui au produit.

9. Selon la loi, les publicitaires sont obligés de dire la vérité, mais parfois ils utilisent un vocabulaire qui peut induire les consommateurs en erreur, ou ils déguisent certaines informations. Par exemple, ils emploient des expressions comme « fait partie de... », « le goût du vrai... », « naturel », « nouvelle saveur améliorée », « parce que nous nous préoccupons de... ». Ou encore on affirmera dans une publicité qui fait la promotion d'un produit pour le déjeuner : « ... fait partie d'un petit déjeuner nutritif ». On ne dit toutefois pas que le déjeuner peut être santé sans ce produit.

10. Pour qu'il souhaite acheter un produit, le consommateur doit croire qu'il en retirera au moins un avantage. La publicité tente donc de séduire le consommateur en lui promettant que le produit ou le service acheté répondra à un de ses besoins ou de ses désirs. Parfois, les publicités vont plus loin en donnant l'impression que le produit produira toute une exaltation. Ainsi, les personnages d'une publicité ont un plaisir fou en mangeant des croustilles, ou se retrouvent à surfer après avoir ouvert l'emballage d'une friandise glacée.

11. Les gens sont naturellement attirés par ce qu'ils ne connaissent pas. Présenter quelque chose de nouveau éveille l'intérêt des gens, qui prendront quelques minutes pour s'intéresser à la publicité.

12. Les publicitaires établissent des stratégies de placement publicitaire en fonction du produit à promouvoir et du public ciblé. Ils paient de grosses sommes, par exemple, pour que leurs produits apparaissent dans des sites Web en vue, des films, des émissions de télévision ou des concerts rock.

13. Au lieu d'annoncer un produit à 40 \$, la publicité offre de payer en 4 versements de 10 \$. Certains commerçants offrent du financement à des taux d'intérêt réduits (ou nuls), ou proposent au consommateur de faire des paiements différés dans le temps, du genre « Ne payez rien avant... ».

Les réponses se trouvent dans le corrigé présenté à la dernière page.

Corrigé

1. Cultiver le culte de l'idéal
2. Faire appel à l'émotion
3. Présenter des faits et des statistiques
4. La concurrence
5. L'attrait de la popularité
6. Faire appel à la mémorisation
7. Le témoignage
8. La notoriété et la crédibilité
9. Jouer avec la vérité
10. Faire une promesse
11. Piquer la curiosité
12. Un placement publicitaire stratégique
13. Rendre un prix ou un financement alléchant