

# Corrigé

## Les stratégies publicitaires

- ▶ **Cultiver le culte de l'idéal** : Les publicités présentent souvent des personnes « parfaites » dans un monde « idéal », c'est-à-dire qu'on y voit 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 direct sur sa vie. En se le procurant, il pourra être comme les personnes présentées dans la publicité, puisque le produit améliore la santé, amène le bonheur, permet d'économiser du temps pour en allouer davantage à la vie familiale, etc.
- ▶ **Faire appel à l'émotion** : Faire réagir le consommateur en touchant ses émotions permet d'augmenter son intérêt pour la publicité et de s'assurer qu'il se souviendra du produit. C'est pourquoi plusieurs publicités jouent sur les sentiments des consommateurs. Même si elles ne sont pas toujours liées au produit annoncé, elles présentent des histoires touchantes, des scènes qui font rire, pleurer ou qui irritent. Elles suscitent des émotions – surtout celles associées à la santé, à la sécurité, à l'amitié ou au bonheur – et influencent ainsi les consommateurs. Les publicitaires ont compris que les jeunes sont très sensibles à l'humour, et ils n'hésitent pas à l'exploiter dans leurs campagnes.
- ▶ **Présenter des faits et des statistiques** : 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 statistiques intéressantes, 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. Les faits et les chiffres sont souvent cités pour donner plus de crédibilité aux produits.
- ▶ **La concurrence** : Le publicitaire va parfois comparer son produit avec celui de la marque concurrente la plus populaire, en tentant de déprécier le produit de la concurrence et en faisant ressortir les avantages de son propre produit. Toutefois, gare aux déclarations mensongères (la « fausse représentation »). Selon la loi, toute affirmation dans une publicité doit être véridique et vérifiable.
- ▶ **L'attrait de la popularité** : Les publicités peuvent convaincre les consommateurs que le produit est synonyme de popularité. En achetant le produit annoncé, le consommateur sera remarqué, il fera ainsi l'envie de son entourage, il aura plus d'amis et sera accepté dans les groupes les plus distingués. Bref, il sera plus « cool ». Parfois, on montre une personne ordinaire qui, après avoir essayé ou acquis un produit, devient soudainement plus populaire et commence à faire des choses « cool ».
- ▶ **Faire appel à la mémorisation** : Les publicitaires font parfois appel à la mémoire des consommateurs pour influencer leurs achats. 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.



- ▶ **Le témoignage** : Certaines publicités font appel à des témoignages de 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.
- ▶ **La notoriété et la crédibilité** : La publicité fait régulièrement appel à un porte-parole, souvent une célébrité 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 misent plutôt sur la crédibilité en associant 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.
- ▶ **Jouer avec la vérité** : Parfois, les publicitaires jouent avec les mots ou avec les informations. Selon la loi, ils 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. On joue avec les mots. De plus, il peut arriver que les publicitaires fassent paraître un produit plus gros ou plus petit qu'il ne l'est en réalité.
- ▶ **Faire une promesse** : 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.
- ▶ **Piquer la curiosité** : Les gens sont naturellement attirés par ce qu'ils ne connaissent pas. Présenter quelque chose de nouveau éveille la curiosité des gens, qui prendront quelques minutes pour s'intéresser à la publicité.
- ▶ **Un placement publicitaire stratégique** : 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.
- ▶ **Rendre un prix ou un financement alléchant** : Une autre stratégie populaire consiste à proposer un prix abordable pour les consommateurs. 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... ».