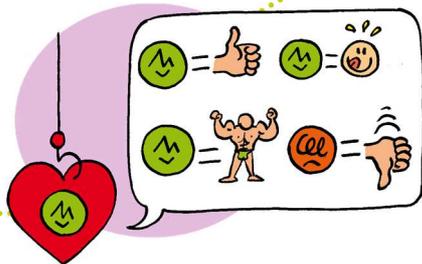
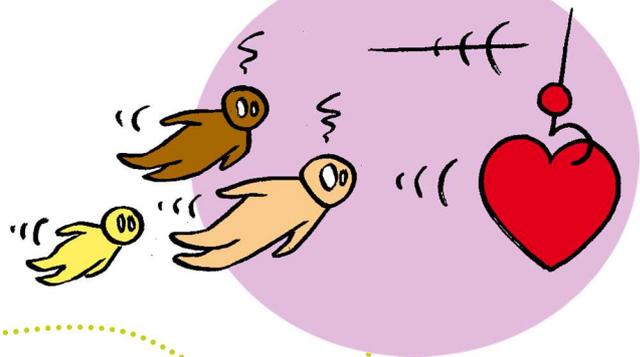


# La pub, comment ça marche ?

Dans « publicité », il y a le mot « public ». Cela veut dire : permettre qu'une information soit connue de tous. Aujourd'hui, la publicité, c'est faire connaître une marque pour donner envie d'acheter ses produits... avec des images, des phrases fortes, des musiques.

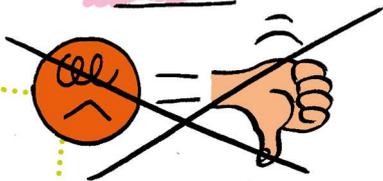


## Un message qui évolue !

Avant, on parlait du produit, de ses qualités, de son bon goût, de ses bienfaits pour la santé...

**La publicité pouvait mentir, il n'y avait pas de loi pour l'interdire !**

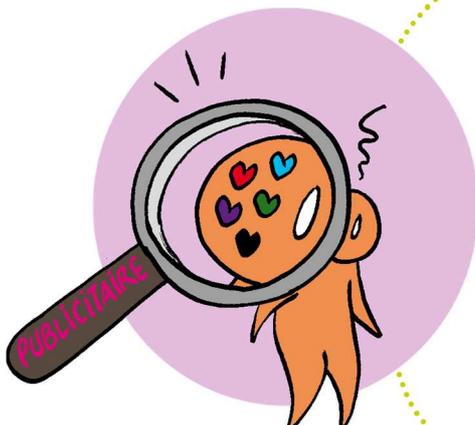
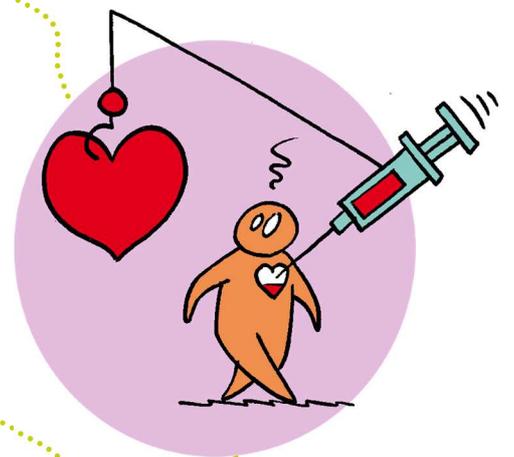
1992



Plus tard, il y a eu des publicités qui critiquaient les autres marques : elles les accusaient de proposer des produits plus chers, de moins bonne qualité... **Ces publicités dites « agressives » ont été interdites par la loi en 1992.**

## Vendre un produit dont on n'a pas besoin

**L'objectif de la publicité c'est de nous faire acheter un produit même si nous n'en avons pas besoin.** Un exemple ? La cigarette ! Personne n'a besoin de fumer pour vivre, c'est même le contraire ! Les publicitaires ont réussi à fabriquer le besoin, à donner envie de fumer. Ils ont fait croire aux hommes qu'ils auraient une meilleure image avec une cigarette : « *Gauloise, la cigarette de l'homme fort* ». Pour les femmes, la cigarette était le symbole de la libération.



## Travail de publicitaires

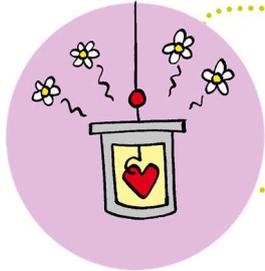
Pour réussir à nous faire acheter, les publicitaires travaillent avec **des chercheurs qui étudient nos comportements**, ce que nous regardons en premier dans une image, combien de temps nous restons concentrés sur la publicité... Ils essaient de comprendre le fonctionnement du cerveau, pour savoir comment nous attirer. Les politiques utilisent aussi les méthodes des publicitaires pour donner envie aux électeurs de voter pour eux et pour qu'ils pensent que leurs réformes sont bonnes.

## L'objectif : nous habituer à une marque !

Difficile de savoir si, parce que nous voyons une publicité à la télévision pour un yaourt, nous allons l'acheter. **Le travail des publicitaires est de nous faire aimer une marque.** Quand nous faisons nos courses, nous ne faisons pas à chaque fois un choix entre tous les yaourts. Nous prenons souvent les mêmes. Les marques veulent que nous prenions l'habitude de les choisir, elles.



Aujourd'hui, les publicitaires ont beaucoup de **techniques différentes**. Par exemple :



- **le packaging** : c'est l'emballage du produit, sa forme pour que l'utilisation soit pratique, les couleurs, les informations données dessus... Tout est pensé pour attirer le client.

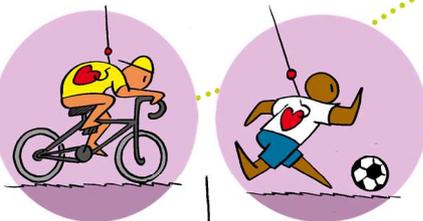
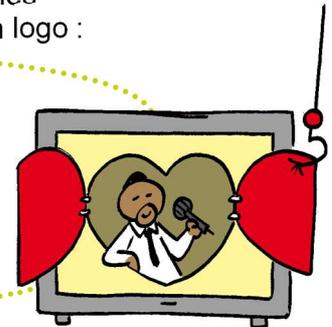
- **faire appel à des stars** (chanteurs, sportifs...) qui plaisent ! Les gens ont envie de leur ressembler et d'acheter les mêmes produits qu'elles.



- **faire du placement de produits** : les publicitaires paient pour que leurs marques apparaissent dans les films, les séries télévisées, les clips musicaux, les jeux vidéo ! Dans les films « *James Bond* », le comédien utilise des dizaines de produits de marques (voiture Aston Martin, montre Rolex, portable Sony, bière Heineken...). Ces marques ont payé très cher pour être vues avec le héros.

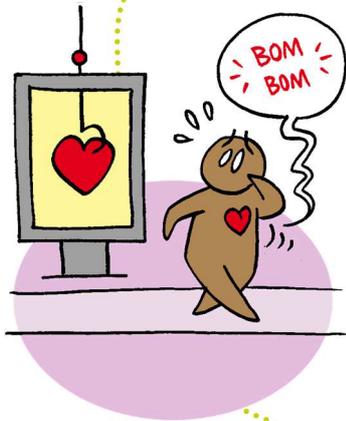
Quand il y a des placements de produits, les spectateurs doivent être informés avec un logo : un « P » noir dans un rond blanc.

- **parrainer** : l'entreprise finance un programme télévisé (bulletin météo, émission...). En échange, sa marque, ses activités, ses produits apparaissent au début, parfois au milieu et à la fin du programme.



- **sponsoriser** : les marques aident à financer des événements pour, en échange, être vues. La publicité est ainsi très présente dans le sport. En voile, les bateaux portent le nom d'une marque et affichent les logos. Les équipes du Tour de France ont aussi des noms de marques et, avant chaque étape de la course, des voitures publicitaires distribuent des cadeaux aux spectateurs. Les courts de tennis, les stades de foot... sont entourés de panneaux publicitaires...





### La pub doit créer des émotions

Aujourd'hui, **les publicitaires ne montrent pas qu'ils veulent vendre**, sinon cela ne fonctionne pas. Ils doivent **faire croire aux clients** qu'ils restent libres. Parfois, on voit très peu le produit à vendre.

Pour que les gens se rappellent une publicité, elle doit créer une émotion. Pour cela, ils utilisent des images qui touchent (des bébés, des chats...), l'humour, la peur (par exemple, pour la prévention des accidents sur la route).

### Qui paie la publicité ?

C'est nous ! **La publicité est calculée dans le prix du produit.** Acheter un parfum, c'est aussi payer les salaires des publicitaires et des stars qui le portent ! Moins les produits vendus sont utiles (produits de beauté...), moins les gens en ont besoin, plus le budget publicité est élevé.

Nike et Adidas dépensent 2 à 3 fois plus en publicité que pour payer les personnes qui fabriquent les chaussures, les t-shirts ou les ballons.

En 2017, le laboratoire Sanofi, qui fabrique des médicaments, a dépensé 10 milliards d'euros pour commercialiser ses produits et en faire la publicité. C'est 2 fois plus que pour la recherche et le développement de nouveaux médicaments.

