

2012 : les grandes marques sauvent (encore) le monde !

Author : helene-molinari

Date : 27 mars 2013

Des slogans moralisateurs ou bien-pensants, des mots-clés tels que « durable », « bio » et « responsable », avec une touche de créativité dans la vidéo : voici la recette parfaite de la campagne publicitaire. En matière de publicité, les grandes marques sont les premières à en mettre plein la vue. Et pour leurs bonnes résolutions, rien de moins prétentieux que d'annoncer qu'elles vont changer le monde. Des chaussures et des voitures qui vous souhaitent une bonne année tout en promettant qu'elles aussi vont changer, à vos côtés, pour un monde meilleur.

L'année dernière, Nike annonçait ainsi ses bonnes résolutions pour 2011 sous le slogan : « *Nike Better World* » (en français : « Nike un monde meilleur »). Une pub dite « 100% recyclée », un site internet haut-de-gamme¹, et une promesse : respecter la nature et les hommes, et se montrer responsable économiquement et écologiquement, de la production à la consommation.

Mais, derrière la vidéo et un slogan plus qu'encourageant, se cache une triste réalité, révélée par l'agence Associated Press en juillet 2011. L'article montrait ainsi comment les employés des usines de chaussures Nike en Indonésie étaient quotidiennement exploités et maltraités : de l'insulte verbale aux sévices corporels. Interrogés à l'époque, les dirigeants de Nike ont simplement répondu qu'ils ne pouvaient pas faire grand chose contre ça... Nike, un monde meilleur, oui, mais pas trop.

BMW fait encore plus fort pour ses bonnes résolutions 2012. Dans le premier clip² (dix clips en tout pour la campagne publicitaire), en anglais, la marque promet d'améliorer le bilan carbone de chacune de ses futures voitures produites. Elle mise aussi sur l'annonce de fin du monde et a choisi le slogan « Countdown to 2012 » (Compte à rebours pour 2012). Avec BMW, les changements de la marque serviront à sauver une planète déjà condamnée.

Un concept déjà anticipé par Renault, qui en 2010 clamait: « *Changeons de vie, changeons l'automobile* ». 1 minute 56 secondes de vidéo qui nous montrait comment Renault participe à la lutte contre le changement climatique.

Depuis, le résultat est mitigé. D'après des réglementations européennes établies en 2008, 65% des véhicules neufs devront émettre moins de 130 grammes de CO2 par kilomètre. Or, l'Agence européenne pour l'environnement a récemment publié un rapport en demi-teinte. Si Renault présente de bons résultats sur la réduction des émissions de CO2, Dacia, qui produit des dérivés de la marque, est quant à elle dans les dernières positions du classement.

En 2015, la totalité des voitures vendues devront atteindre cet objectif de 130 grammes par kilomètre sous peine de lourdes pénalités. On parle ainsi d'une amende pouvant atteindre 10 milliards d'euros au total. Sans doute est-ce pour cela que Renault et BMW s'empressent de

faire part de leurs bonnes résolutions pour l'environnement !

Les exemples ne manquent pas lorsqu'il s'agit de dénicher le coup marketing derrière les bonnes résolutions pour la nouvelle année. Et si on gratte un peu plus, on pourra se rendre compte qu'elles sont aussi celles qui influencent nos bonnes résolutions : mincir avec Kellog's et faire du sport avec Contrex.

Même Apple a trouvé comment nous sponsoriser en proposant, l'année dernière, l'application pour Iphone et Ipad : « New Year, New You » (« Nouvelle Année, Nouveau Vous »). Par exemple, si vous voulez éveiller votre cerveau, Apple vous suggère d'acheter l'application *Sudoku 2 HD* ou encore *Zen Timer* pour se détendre. Espérons que cette année, nos bonnes résolutions seront aussi faciles à réaliser que de télécharger une « app' » sur son Iphone (pour peu qu'on en ait un). Sinon, on pourra toujours se consoler quasi en permanence, ou du moins dès qu'on recherche quelque chose via le céléberrissime moteur de recherche Google. La devise de cette firme sonne en effet comme une boussole éthique pour un nouveau monde numérique : « Don't be evil » (« ne fais pas le mal »). Carrément !

Hélène Molinari