

Analyse d'une campagne publicitaire



Campagne publicitaire réalisée par la marque « *United colors of benetton* », publiée le 24 novembre 2014.

Je vous propose de regarder la campagne vidéo avant de lire le reste de ma présentation.

Lien vers la version entière (1'16) : <https://www.youtube.com/watch?v=IDncgUwor4>

Dans un premier temps, je vais faire une présentation rapide de la marque, ensuite je vais expliquer mon choix et enfin je vais analyser la publicité.

➤ **United colors of benetton :**

La marque est créée en 1965 par la famille Benetton et inaugure son premier magasin à Paris en 1969. Benetton compte aujourd'hui plus de 6500 points de vente dans le monde. La marque est notamment reconnue pour ses campagnes publicitaires osées, elle prend le slogan « United colors of benetton » en 1985, qui fait référence aux nombreuses couleurs que la marque met en vente mais qui montre également, par ses publicités, le fait qu'elle veut rassembler les couleurs (les couleurs de peau). En 1983 elle engage le célèbre

photographe Oliviero Toscani, qui sera à l'origine des publicités qui ont parfois choqué les consommateurs mais qui traitaient toujours de l'actualité. La campagne la plus connue est celle qui portait pour nom « UnHate », qui avait pour but de délivrer un message de paix et de tolérance, elle met en scène des personnages politique ou religieux en train de s'embrasser :



cette campagne a rassemblé de vives interactions sur les réseaux sociaux, notamment à cause de l'image des deux hommes porteurs de religion différente, mais c'est ce que souhaitait la marque.

➤ **Pourquoi avoir choisis cette campagne publicitaire ? :**

Tout d'abord, j'ai connu la marque Benetton grâce à mes cours d'Italien, notre enseignante nous a fait travailler sur des campagnes publicitaires choquantes faites par Oliviero Toscani, comme celle avec les vêtements ensanglantés d'un soldat par exemple.

J'ai donc décidé d'analyser une campagne portant un message et j'ai trouvé celle contre la violence faite aux femmes, que je trouve belle visuellement et avec un objectif fort. Selon moi, la publicité c'est avant tout le partage d'un message ou d'une idée importante qui pourrait faire réfléchir le consommateur.

➤ **Analyse de la campagne publicitaire :**

Pour commencer, cette campagne est soutenue par « Un Women » qui lutte pour l'autonomisation des femmes. On voit une femme vêtue d'une robe rouge avec de longs cheveux bruns, on peut voir un léger sourire sur son visage comme si elle venait d'accomplir quelque chose. Autour d'elle, quatre hommes lui jettent des pétales de roses blanches et rouges qui l'entourent. Ils ont l'air furieux avec un regard méchant. La campagne est tournée dans un endroit isolé derrière des montagnes comme si il fallait se cacher pour battre une femme. Cette campagne a été faite pendant les « orange days », ce sont les 16 jours d'action contre les violences faites aux femmes, ce qui fait également la force de cette dernière.

Pour interpréter cette publicité, on pourrait dire qu'il ne faut pas battre une femme mais lui donner des fleurs, ou bien que même avec des fleurs il ne faut pas les battre, les pétales pourraient représenter les coups reçus par une femme qui sont beaucoup trop nombreux. Les hommes représentent l'acharnement fait sur certaines femmes. Dans tous les cas cette campagne s'engage à véhiculer le message suivant : arrêtez la violence envers les femmes. La femme est assise comme si elle était inférieure aux hommes mais elle est en rouge et les hommes en noir ce qui montre que la femme est resplendissante comparée aux actes fait par les hommes qui sont, eux, ignobles.

Ensuite le slogan de cette publicité est « end violence against women now ! » qu'on pourrait traduire par « finissez-en avec la violence contre les femmes maintenant ! » au sens littérale,

mais plus simplement il faut en finir, il faut arrêter maintenant les violences faites aux femmes. Ce slogan est écrit en majuscules en haut de l'affiche, c'est donc la chose la plus importante. Il est suivi du hashtag « orangeurhood », qui montre la place très importante des réseaux sociaux pour diffuser ce message. Le « now » (maintenant) représenterait un ordre, comme si le lecteur se disait « c'est maintenant qu'il faut arrêter », il exprime le fait qu'aujourd'hui, dans nos sociétés actuelles, il ne devrait plus y avoir ce genre d'actes, donc il faut arrêter cela maintenant. Avec la femme en dessous du slogan on pourrait se dire que le message est le suivant : « pourquoi faire du mal à un être si beau, si gracieux, qu'est la femme », en effet la femme, assise au milieu, représente la beauté, la simplicité, la douceur et la gentillesse, il ne faut pas lui infliger de violence.

On pourrait associer à cette publicité de nombreuses autres qui véhiculent également un message contre les violences faites aux femmes. Par exemple, la suivante montre le rapport entre des onomatopées comme « aïe » et l'amour :



Ou encore la suivante, qui montre que la cause de la mort de 146 femmes cette année n'est pas la violence mais les escaliers :



Ainsi, la publicité a une place majeure dans notre société et dans nos vies. Elle diffuse des messages très importants qui nous interpellent parfois. Elle n'est pas toujours derrière la vente d'un produit mais elle est quelques fois derrière la diffusion d'une idée qui possède un intérêt énorme. Celui de la violence envers les femmes est un sujet parmi tant d'autres, on retrouve la violence faite envers les animaux, la pollution ou encore la famine dans le monde. Les arguments esthétiques sont très importants puisque c'est ce qui va attirer le regard du consommateur, la campagne publicitaire de Benetton en est un parfait

exemple. **Analyse d'une campagne**

publicitaire



Campagne publicitaire réalisée par la marque « *United colors of benetton* », publiée le 24 novembre 2014.

Je vous propose de regarder la campagne vidéo avant de lire le reste de ma présentation.
Lien vers la version entière (1'16) : <https://www.youtube.com/watch?v=IDncgUwor4>

Dans un premier temps, je vais faire une présentation rapide de la marque, ensuite je vais expliquer mon choix et enfin je vais analyser la publicité.

➤ **United colors of benetton :**

La marque est créée en 1965 par la famille Benetton et inaugure son premier magasin à Paris en 1969. Benetton compte aujourd'hui plus de 6500 points de vente dans le monde. La marque est notamment reconnue pour ses campagnes publicitaires osées, elle prend le slogan « United colors of benetton » en 1985, qui fait référence aux nombreuses couleurs que la marque met en vente mais qui montre également, par ses publicités, le fait qu'elle veut rassembler les couleurs (les couleurs de peau). En 1983 elle engage le célèbre photographe Oliviero Toscani, qui sera à l'origine des publicités qui ont parfois choqué les consommateurs mais qui traitaient toujours de l'actualité. La campagne la plus connue est celle qui portait pour nom « UnHate », qui avait pour but de délivrer un message de paix et

de tolérance, elle met en scène des personnages politique ou religieux en train de s'embrasser :



cette campagne a rassemblé de vives interactions sur les réseaux sociaux, notamment à cause de l'image des deux hommes porteurs de religion différente, mais c'est ce que souhaitait la marque.

➤ **Pourquoi avoir choisis cette campagne publicitaire ? :**

Tout d'abord, j'ai connu la marque Benetton grâce à mes cours d'Italien, notre enseignante nous à fait travailler sur des campagnes publicitaire choquantes faites par Oliviero Toscani, comme celle avec les vêtements ensanglantés d'un soldat par exemple.

J'ai donc décidé d'analyser une campagne portant un message et j'ai trouver celle contre la violence faite aux femmes, que je trouve belle visuellement et avec un objectif fort. Selon moi, la publicité c'est avant tout le partage d'un message ou d'une idée importante qui pourrait faire réfléchir le consommateur.

De plus, j'aime particulièrement la mode et Benetton est une marque de vêtements que j'apprécie.

➤ **Analyse de la campagne publicitaire :**

Pour commencer, cette campagne est soutenue par « Un Women » qui lutte pour l'autonomisation des femmes. On voit une femme vêtue d'une robe rouge avec de longs cheveux bruns, on peut voir un léger sourire sur son visage comme si elle venait d'accomplir quelque chose. Autour d'elle, quatre hommes lui jettent des pétales de roses blanches et rouges qui l'entourent. Ils ont l'air furieux avec un regard méchant. La campagne est tournée dans un endroit isolé derrière des montagnes comme si il fallait se cacher pour battre une femme. Cette campagne à été faite pendant les « orange days », ce sont le 16 jours d'action contre les violences faites aux femmes, ce qui fait également la force de cette dernière.

Pour interpréter cette publicité, on pourrait dire qu'il ne faut pas battre une femme mais lui donner des fleurs, ou bien que même avec des fleurs il ne faut pas les battre, les pétales pourraient représenter les coups reçus par une femme qui sont beaucoup trop nombreux. Les hommes représentent l'acharnement fait sur certaines femmes. Dans tous les cas cette campagne s'engage à véhiculer le message suivant : arrêtez la violence envers les femmes. La femme est assise comme si elle était inférieure aux hommes mais elle est en rouge et les hommes en noir ce qui montre que la femme est resplendissante comparée aux actes fait par les hommes qui sont, eux, ignobles.

Ensuite le slogan de cette publicité est « end violence against women now ! » qu'on pourrait traduire par « finissez-en avec la violence contre les femmes maintenant ! » au sens littérale, mais plus simplement il faut en finir, il faut arrêter maintenant les violences faites aux

femmes. Ce slogan est écrit en majuscules en haut de l'affiche, c'est donc la chose la plus importante. Il est suivi du hashtag « orangeurhood », qui montre la place très importante des réseaux sociaux pour diffuser ce message. Le « now » (maintenant) représenterait un ordre, comme si le lecteur se disait « c'est maintenant qu'il faut arrêter », il exprime le fait qu'aujourd'hui, dans nos sociétés actuelles, il ne devrait plus y avoir ce genre d'actes, donc il faut arrêter cela maintenant. Avec la femme en dessous du slogan on pourrait se dire que le message est le suivant : « pourquoi faire du mal à un être si beau, si gracieux, qu'est la femme », en effet la femme, assise au milieu, représente la beauté, la simplicité, la douceur et la gentillesse, il ne faut pas lui infliger de violence.

On pourrait associer à cette publicité de nombreuses autres qui véhiculent également un message contre les violences faites aux femmes. Par exemple, la suivante montre le rapport entre des onomatopées comme « aïe » et l'amour :



Ou encore la suivante, qui montre que la cause de la mort de 146 femmes cette année n'est pas la violence mais les escaliers :



Ainsi, la publicité a une place majeure dans notre société et dans nos vie. Elle diffuse des messages très important qui nous interpellent parfois. Elle n'est pas toujours derrière la vente d'un produit mais elle est quelques fois derrière la diffusion d'une idée qui possède un intérêt énorme. Celui de la violence envers les femmes est un sujet parmi tant d'autres, on retrouve la violence faite envers les animaux, la pollution ou encore la famine dans le monde. Les arguments esthétiques sont très importants puisque c'est ce qui va attirer le regard du consommateur, la campagne publicitaire de Benetton en est un parfait exemple.

Tom Durand