

Pub! - 1/1

N'avez-vous pas remarqué que depuis le début de l'année 2004, les publicistes se démènent de plus en plus pour nous offrir des pubs de plus en plus belles, et de plus en plus longues ? Petit inventaire des plus réussies...

Tout d'abord, avez-vous déjà vu la nouvelle pub pour EDF ? Elle montre l'évolution d'un petit garçon de la naissance à l'âge de la maturité, par de petites images sur fond musical entraînant. La naissance du petit garçon se faisant dans les années 70, le contexte pop est parfaitement retranscrit. La petite histoire est bien sûr composée de dizaines d'objets électriques tels qu'un robot, une machine à laver, un aspirateur, une télé... Plus on avance dans la pub, plus les objets sont perfectionnés et modernes. Cette pub est vraiment réussie car elle tourne EDF en légère dérision en montrant que dans n'importe quelle vie sur Terre, nous avons tous besoin de l'électricité, et que EDF se charge de nous la distribuer...

Ensuite, vous l'avez tous vu, cette magnifique pub qu'a créée Areva, société de production dans les énergies nucléaires. C'est une sorte de petit dessin animé, composé d'une évolution de l'énergie à travers le temps et à travers le monde. La musique de fond Fucky Town est devenue célèbre grâce à cette pub ! Avec sa nouvelle pub, récompensée à Cannes, Areva lance un nouveau genre de publicité, amusant, drôle, enfantin, agréable en clair ! Soulignons tout de même le fait que Areva serait accusé de plagiat pour cette pub, par rapport à un clip d'un groupe de rock... Affaire à suivre !

Enfin, bien que ce soit une pub très discrète sur le petit écran car trop longue, je tenais à vous en parler car de ma vie, je n'ai jamais vu de pub d'une aussi grande qualité visuelle ! C'est une pub pour une berline Honda. La pub est en fait un enchevêtrement de petits mécanismes qui en se déclanchant, en déclenchent des autres... etc. Le principe est connu et fait souvent impression. Honda a osé et en a fait une pub de 3 minutes et 6 secondes, sans musique, juste les petits bruits de tous les mécanismes différents. Cette pub a été élue Lion d'Or au festival de la pub de Cannes.

En clair, même si la pub peut agacer certaines personnes, par son matraquage et sa présence trop excessive à la télé, dans les journaux, dans la rue, nous pouvons dire que si les publicistes continuent dans cette bonne voie, la pub pourrait être appréciée du public (la lessive a beaucoup de progrès à faire !). Car rappelons-le tout de même, la pub ; c'est avant tout un Art.