

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 20 mai 2020

L'analyse du langage des marques en période de confinement 17 mars-11 mai 2020.

Le slogan-type sous Covid-19 : un hashtag, beaucoup de bienveillance et une forte dose de « plus que jamais ».

Souslelogo, créateur de l'Observatoire des slogans, a passé en revue **1411 slogans créés et recensés pendant les deux mois durant lesquels nos concitoyens ont été contraints au confinement.** En voici les principaux enseignements :

La France s'arrête. Pas la pub !

En période de crise, on s'attend généralement à ce que les marques prennent moins la parole. Ce fût le cas en 2001 et en 2008. Pourtant si l'on considère le nombre de slogans, et non les investissements publicitaires, les chiffres montrent le contraire : **sur la période du 17 mars au 11 mai 2020, Souslelogo a recensé 20% de slogans en plus que l'année précédente à la même période.** Cette augmentation tient en partie à une sur-communication de certains secteurs, en particulier celui des **Hypermarchés dont le nombre de slogans recensés a quasiment été multiplié par 4** si l'on compare la période du 17 mars au 11 mai 2019 à celle de 2020.

La communication de confinement rime avec hashtag :

Les marques ont utilisé l'hashtag pour rassembler, fédérer, en faisant ainsi un symbole d'union face à l'isolement forcé.

Au 15 mai, au moins 108 slogans avec hashtag avaient fait l'objet d'une campagne française depuis le début de l'année. C'est deux fois plus que l'année dernière à la même période. Sur cette centaine de slogans, **70% sont apparus après le 17 mars, démontrant un lien évident entre recours aux hashtags et confinement.**

Pour rappel l'Observatoire des slogans 2019 annonçait un net recul de l'hashtag dans les slogans après qu'en 2017 il eut détrôné le verbe avoir en accédant à la 2nd place des « mots » les + utilisés des slogans français. Le début d'année 2020 confirmait encore cette perte de vitesse jusqu'à l'arrivée de la pandémie et plus particulièrement du confinement national.

CONTACT PRESSE

Emeline Barbé mob. : 06 87 76 17 23 mail : emeline@eb-conseil.net

#onatusunrôleàjouer E.Leclerc
#tousengagés La Poste
#Onresteensemble Orange
#mieuxensembleàlamaison Purina
#TogetherIamstrong Zalando

Les mots qui progressent dans la pub : solidarité et engagement

Soutenir, soutenons, soin, merci, mobilise : tels sont quelques-uns des mots dont l'utilisation a le plus progressé durant ces deux mois confinés. **Une manière pour les marques d'appeler à la solidarité ou à la bienveillance.** Mais aussi (et surtout) d'affirmer la-leur en mettant en avant leur engagement face à cette crise sanitaire inédite :

On ne sera peut-être jamais aussi formidable que vous. Mais les femmes et les hommes du Crédit Agricole restent mobilisés partout en France pour vous accompagner et soutenir l'économie (Crédit Agricole)
On a tous un rôle à jouer pour soutenir les filières françaises (E.Leclerc)
Innover pour prendre soin de tous les français (Carrefour)

Les slogans se muent aussi en consigne de sécurité, en bon conseiller ou en parole rassurante : on peut garder le lien même chacun chez soi.

#Restez chez vous. Le meilleur moyen d'être bientôt avec vos proches (Kombo)
#restez prudents (France 5)
Restez proches de vos contacts même à distance (Sosh)

Difficile en cette période de se projeter, parler avenir, alors même que les autorités naviguent à vue. Ceci explique sûrement **le bond opéré par le mot « aujourd'hui », manière pour les marques de parler instant présent, quand, au-delà de 2 jours, tout le monde voit flou.**

On note également **la progression record de l'expression « plus que jamais »**, souvent couplé à l'utilisation « d'aujourd'hui ». En effet, sur ces 3 dernières années, la tournure n'avait pas été utilisée plus de 3 fois par an dans un slogan. Depuis la fin mars, déjà près d'une trentaine de slogans français reprennent cette expression. Les marques tentent ainsi d'illustrer à leur profit la maxime : c'est dans l'épreuve qu'on mesure ses amis. Ou qu'on relégitime sa raison d'être.

Vous êtes producteur local, plus que jamais, vous pouvez compter sur nous (Magasins U)
Aujourd'hui plus que jamais 30 000 de nos collaborateurs sont mobilisés en France pour fournir vos # services essentiels (Veolia)
Plus que jamais, une nouvelle vision de la vie (Optic 2000)

CONTACT PRESSE

Emeline Barbé mob. : 06 87 76 17 23 mail : emeline@eb-conseil.net

Comme le souligne Jean-Luc Gronner, dirigeant de Souslelogo : « **Mis bout à bout tous ces slogans ressemble à une immense campagne à la fois corporate et humanitaire.** Comme si les marques étaient subitement devenues engagées, bienveillantes, vertueuses. Comme si elles avaient attrapé une sorte de virus de la solidarité. »

Mots dont l'utilisation a le plus progressé dans les slogans publicitaires français par rapport à la même période en 2019
Soutenons
Restez
aujourd'hui
producteurs
Merci
soin
mobilise
soutenir
agriculteurs
#

© Souslelogo 2020

Des mots nouveaux reflet du quotidien des français : applaudissement, confinement et distanciation

Grâce au Covid 19, en plus de cet élan inattendu de solidarité, le langage des marques s'est enrichi de mots nouveaux emprunté bien-sûr au vocabulaire médical, voire épidémiologique, mais aussi au langage courant avec, dans ce cas, des mots jamais utilisés dans les slogans publicitaires comme *masquée* ou *immunisent*.

Une fois de plus, dans cette période de crise, les slogans s'avèrent des repères de notre société. Utilisés par des marques qui incarnent des organisations humaines, leurs slogans sont l'expression concise de leurs émotions, de leur volonté, de leur vitalité.

Les mots nouveaux décrivent un nouveau quotidien ; *confinement, confinées, confinée ; et ses nouveaux rituels : applaudissement. Ils nomment l'ennemi : coronavirus, covid-19, coronastop. Et évoquent le dénouement ; déconfinement, distanciation avec rêves d'étreintes ; jusqu'à imaginer une possible résilience.*

CONTACT PRESSE

Emeline Barbé mob. : 06 87 76 17 23 mail : emeline@eb-conseil.net

Mots utilisés pour la 1 ^{ère} fois dans un slogan français	Slogan dans lequel le mot a été recensé (il existe parfois plusieurs slogans, nous n'avons conservé qu'un exemple par mot nouveau)
applaudissement	Imaginez que chaque applaudissement soit un don (Protège ton soignant)
chillez	Chillez chez vous (Ikéa)
glander	Le kit qui sauve tous les parents qui ont envie de glander au lit (Parents Épuisés)
Confiné / confinée / confinées	# Confiné dehors (Samu social de Paris)
confinement	Pour défendre votre pouvoir d'achat, Marque Repère bloque ses prix jusqu'au terme du confinement (E.Leclerc)
coronastop	# coronastop (Unicef- Ville de Paris)
Coronavirus / Covid-19	Ensemble faisons bloc contre le Coronavirus (République Française)
déconfinement	Avec Bricomarché on vous donne tous les outils pour bien réussir votre déconfinement (Bricomarché)
distanciation	La distanciation sauve des vies la proximité des aides à domicile aussi (Macif)
étreintes	C'est le moment d'investir. Investir dans les étreintes. Investir dans la vie normale (Fondation pour la recherche médicale)
immunisent	Les faits immunisent contre le complot-19 (UNESCO)
infirmières	Les docteurs, les infirmières et les faits peuvent nous sauver la vie (UNESCO)
manifeste	Chaque soir, vous êtes des millions à manifester votre soutien aux personnels soignants (Fondation de France)
masquée	La vérité ne doit jamais être masquée (UNESCO)
résilience	La résilience c'est un choix (FM Global)
soignantes	Aux équipes soignantes bravo & merci (MGEN)

© Souslelogo 2020

CONTACT PRESSE

Emeline Barbé mob. : 06 87 76 17 23 mail : emeline@eb-conseil.net

Entre fin mars et la mi-mai, Souslelogo a recensé plus de 300 slogans spécifiquement créés en réaction au Coronavirus, au confinement ou au déconfinement. Une sélection de plus d'une centaine d'entre eux est disponible pour tout détenteur d'un compte Souslelogo (inscription gratuite), rubrique Mon compte, section l'Observatoire des slogans.

Souslelogo en quelques mots

Créée en 2005, Souslelogo est la seule société française de veille publicitaire dédiée aux slogans et aux signatures de marque. Actualisée quotidiennement, la base Souslelogo recense à ce jour plus de 156 000 slogans, exploités en France depuis 1970 par 39000 marques sur tous supports publicitaires ainsi que sur les pages d'accueil des sites Internet. Souslelogo a pour vocation première de réduire les risques juridiques inhérents à l'exploitation d'un slogan : elle compte pour cela une équipe spécialisée dans les recherches d'antériorité de slogans, en France ou à l'International, qui au-delà des recherches accessibles en ligne, propose des services sur-mesure pour ses clients : agences de communication, annonceurs, cabinets d'avocats et de Propriété Intellectuelle. Souslelogo a créé l'Observatoire des slogans en 2011, devenu, depuis, un rendez-vous attendu par la communauté de la communication chaque fin d'année.

Visiter le site de Souslelogo : [ici](#)

Visiter la dernière édition de l'Observatoire des Slogans Publicitaires : [ici](#)

CONTACT PRESSE

Emeline Barbé mob. : 06 87 76 17 23 mail : emeline@eb-conseil.net