



@souslelogo #obslogans2017

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 5 janvier 2017

L'Observatoire des slogans 2017 est en ligne :
**nouveau site, étude exclusive sur les start-up, révélation des 5
meilleurs slogans de l'année et, bien-sûr, les classements des mots de
la publicité de l'année 2016...**

Pour sa 6^{ème} édition et pour amplifier un succès qui ne se dément pas au fil des années, Souslelogo, l'éditeur de l'Observatoire des slogans, a innové :

Un véritable outil pour les professionnels ou passionnés de la pub

Un **nouveau site dédié** <http://www.observatoiredesslogans.fr>, **très ergonomique**, permet aux visiteurs une expérience singulière, très graphique, qui les transporte au milieu des mots les plus usités ou qui progressent le plus en 2016. Ils peuvent y **générer leurs propres graphiques** pour afficher certaines tendances, par exemple **visualiser les marques ayant créé une signature au cours de l'année 2016** dans un secteur donné.

Une étude inédite : les slogans phares des start-up en 2016

L'Observatoire édite pour la première fois une **étude exclusive et inédite sur les Signatures de start-up** ! Plus de 250 slogans des start-up françaises les plus en vue sont affichés, classés et disséqués¹. Une analyse approfondie propose une typologie des familles de signatures, identifie **les 5 mots préférés des start-up**, et les compare avec ceux des entreprises classiques. Par rapport aux marques traditionnelles qui cherchent avant tout à se différencier, les start-up préfèrent les signatures descriptives, soulignant et expliquant leur innovation. Elles servent davantage l'expérience utilisateur que la construction d'une identité de marque.

Les 5 meilleurs slogans de l'année : le palmarès d'Olivier Altmann

¹ Souslelogo a passé au crible 250 jeunes pousses d'un échantillon varié (constitué à partir du palmarès du Point-Octobre 2016, du classement Fast500 Deloitte, du site Madyness et des levées de fond publiées ces derniers mois). Pour établir des comparaisons, l'analyse s'est limitée aux seules signatures créées après 2010.

Pour la première fois également, l'Observatoire des slogans a demandé à un grand publicitaire de nous désigner ses **5 slogans de l'année**. C'est **Olivier Altmann**, co-fondateur d'Altmann+Pacreau qui inaugure cette rubrique, livre son palmarès et justifie ses choix.

Les mots nouveaux qui lancent une nouvelle tendance

En 2016, les marques ont inventé comme chaque année des néologismes plus ou moins heureux, preuve une fois de plus que la publicité est un langage qui récupère, recycle, associe les mots pour fabriquer ses slogans. Dans **ces mots nouveaux recensés pour la 1^{ère} fois**, la palme revient à EasyJet qui se lance dans une déferlante de mots-valises pour illustrer tous les styles de loisirs : de *bikiniste* ou *finebouchophile* à *doudouneurs* ou *hublophiles*. Les néologismes fabriqués autour du nom de la marque sont en forte progression avec la série remarquée d'Uberaccroches : *Uberdanslesepinards* et autres *Ubergedejeunesse* ; et aussi deux espèces automobiles découvertes par Volkswagen : *Polociraptor*, *Triceragolf*. Il y a ces mots –miroirs de notre actualité comme Brexit. Enfin, il y a ces mots usuels mais peu usités qui apparaissent d'un coup, cette année, après avoir été délaissé par les marques depuis le début de la publicité comme *touillettes*, *strapontins* ou *cuistot*.

Moment, 2016, jours, sont les mots qui ont le plus progressé en 2016.

Prix et le # de Twitter sont les mots qui ont le plus progressé parmi ceux qui sont les plus utilisés dans les slogans de 2016.

Tels sont quelques-uns des enseignements que professionnels de la communication ou simples passionnés des mots et de la publicité peuvent découvrir gratuitement dans [L'observatoire des slogans 2017](#), mis en ligne par Souslelogo.

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 près de 105 000 slogans, exploités en France depuis 1970 par 32000 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.
www.souslelogo.com

Visiter l'Observatoire des Slogans Publicitaires : [ici](#)

CONTACT PRESSE

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