

#observatoiredesslogans

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 11 janvier 2022

**L'Observatoire des slogans analyse les tendances de 2021
et constate une baisse du nombre de slogans créés.
Cette 10^{ème} édition est également placée sous le signe des élections
présidentielles avec la publication du premier podcast
« journal de campagne » qui analyse le duo slogan et politique**

La baisse de slogans créés en 2021 est à nuancer au regard d'une hausse en 2020 qui était liée aux nombreuses prises de paroles des marques pour réagir à la pandémie (information sanitaire, solidarité...). Ainsi, sur les quelques 7300 slogans (contre 8400 en 2020) créés dans l'année et recensés par Souslelogo, on note en particulier une baisse de près de 30% de signatures de marque. Deux tendances s'entrechoquent dans ce cru 2021 : l'élan d'une reprise et d'un nouveau commencement s'illustre à travers des slogans optimistes, mais aussi l'émergence d'un vocabulaire clivant qui dépeint le climat social actuel, à l'approche de la campagne présidentielle.

Voici les autres enseignements de cette édition :

Gabriel Gaultier est l'invité de l'Observatoire. Et il choisit un slogan de 2020 comme slogan de l'année 2021 !

Pour le Président de l'agence Jésus et Gabriel, le slogan de l'année date... de l'année dernière. C'est dire le regard critique d'un des meilleurs créatifs français sur la production de 2021. Une gifle qui devrait secouer les créatifs cette année, à découvrir [ici](#).

Les mots qui progressent reflètent la volonté d'un regain de vie

5G, commence, bienvenue arrivent sur le podium des mots qui progressent le plus en 2021. Nouveau terrain de jeu des opérateurs télécom, la 5G fait tout naturellement sa percée dans le classement. *Commence* et *bienvenue* parlent d'eux-mêmes : on peut difficilement faire plus optimiste. Les déconfinements successifs, les commerces qui réouvrent, la vie qui reprend (en tout cas en partie !), tout montre que les marques ont souhaité aller de l'avant. Pour en savoir plus sur les mots qui progressent, rendez-vous [ici](#).

CONTACT PRESSE

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

Les mots nouveaux, point de frictions à l'image du climat social

Les mots nouveaux sont à l'image des différents profils qui cohabitent dans notre société moderne : **boomers, daronne, snapchatters, gourmetariens**, ou même **tarien**. La planète et l'environnement restent dans le top 1 des préoccupations, l'ère de l'énergie plus propre est venue : **décarbonée, électrifiions, énergivores**. On sent l'élan d'une reprise : **réouverts, redéconfiné, soudés, démasquons, gambadez, émancipez**. Mais un fort vocabulaire de scission émerge, à l'image du climat social actuel : **distanciez, divisions, affrontons, intransigeants, fanatismes, totalitaire**. Plus de mots nouveaux et d'analyse, à lire [ici](#)

Nouveau : le « journal de campagne 2022 », premier podcast de l'Observatoire, analyse le duo singulier entre slogan et politique.

A l'approche des élections présidentielles françaises 2022, l'Observatoire des slogans propose un éclairage inédit sur les slogans politiques. Qu'est-ce qu'un bon slogan politique ? Doit-on le penser comme celui d'un yaourt ? Un bon slogan peut-il faire gagner une élection ? Que penser des premiers slogans de la campagne 2022 ? Le podcast « journal de campagne » proposé par Jean-Luc Gronner, fondateur de l'Observatoire des slogans, se poursuivra jusqu'en avril 2022. Les 2 premiers épisodes sont déjà disponibles, et à découvrir [ici](#).

[L'Observatoire des slogans 2022](#) a été mis en ligne, en accès gratuit, le 8 janvier 2022 par Souslelogo, société de veille de slogans, editrice de l'Observatoire.

L'Observatoire propose à ses visiteurs une expérience singulière et graphique, et surtout une analyse des slogans de l'année écoulée et des tendances qui s'en dégagent. Chaque édition propose, par exemple, de visualiser les marques ayant créé une signature au cours de l'année dans un secteur donné, ou encore de découvrir les mots qui n'avaient jamais été utilisés jusqu'ici dans des slogans français.

À travers ces différentes rubriques, l'Observatoire des slogans 2022 offre un éclairage sur les mots qui ont fait la publicité de 2021, un contenu riche en enseignements pour tous les professionnels de la communication et les passionnés de publicité et de sémiologie.

[Souslelogo en quelques mots](#)

Créée en 2005, Souslelogo est la seule société française de veille publicitaire dédiée aux slogans et aux signatures de marque. Son équipe de documentalistes réduit les risques juridiques inhérents à l'utilisation de slogans en effectuant les recherches d'antériorité de slogans, en France ou à l'International, pour ses clients : agences de communication, annonceurs, cabinets d'avocats et de Propriété Intellectuelle.

Actualisée quotidiennement, la base Souslelogo recense à ce jour près de 170 000 slogans, exploités en France, depuis 1970, par 40 000 marques sur tous supports publicitaires ainsi que sur les pages d'accueil des sites Internet.

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

CONTACT PRESSE

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