

#observatoiredeslogans

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 9 janvier 2023

La 11^{ème} édition de l'Observatoire des slogans analyse les tendances de 2022.

Près de 12 000 nouveaux slogans créés en 2022 ont été recensés. Alors que l'irruption de la pandémie avait fortement impacté le langage des marques ces deux dernières années, la gravité des temps que nous vivons se ressent à travers un langage plus sobre et pragmatique, témoignant de la difficulté actuelle d'être créatif. Du côté des invités de l'observatoire, c'est **Patrice Dumas (DDB) qui, cette année, livre son palmarès des slogans de l'année pendant que **Joe la Pompe**, lui, s'attaque (une première !) aux copies de slogans.**

Les mots qui progressent : une volonté d'optimisme et de positivité dans un monde tourmenté

Solutions, choix et grâce arrivent sur le podium des mots qui progressent le plus en 2022. Deux ans de pandémie, avec son lot de contraintes voire d'interdictions, ont visiblement conduit les marques à mettre en avant des termes positifs qui évoquent réponses concrètes, liberté retrouvée et les responsables de tant de bienfaits. Pour en savoir plus sur les mots qui progressent, rendez-vous [ici](#).

Les mots les plus utilisés : français et prix grimpent, bio et ensemble baissent

Au-delà des mots courants qui servent à construire les slogans et qui se retrouvent toujours dans le peloton de tête, l'observatoire constate que **Français** et **France** montent et en explique les raisons. **Solution**, déjà cité dans les mots qui progressent le plus vite par rapport à 2021, fait son come-back dans ce classement dont il était absent depuis 2014. **Ensemble**, lui, dégringole il est vrai après deux ans de solidarité affirmée par les marques lors des années covid. **Bio** baisse également et n'est pas loin de sortir du classement des 30 mots les plus utilisés dans les slogans français. À mettre en regard de **Prix** qui poursuit son ascension vers le top 5. Pour visualiser l'intégralité du classement, c'est [ici](#).

Les mots nouveaux : entre français, écologie et tensions

Propagande, partisans, manipulées, lobby : tels sont les mots qu'on retrouve cette année dans les mots utilisés pour la 1^{ère} fois dans la publicité, et qui évoquent la perte de confiance. L'environnement étant au centre des préoccupations, tout est « éco » ; **Écoconduite, écorénover, écocertifiée, écoresponsabilité** ; on cherche des solutions : **agroécologique, autoproduction, décarboner, replanté, dépolluant**. Les mots nouveaux font également la part belle au français : **wifissime, brouting, browmances**,

CONTACT PRESSE

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

meathomanie. Et puis de plus en plus de marques osent l'écriture inclusive... un signal faible pour une tendance naissance ? Plus de mots nouveaux et d'analyse, à lire [ici](#).

Patrice Dumas est l'invité de l'Observatoire. Son critère pour élire une bonne signature ? « C'est simple, c'est malin, c'est utile »

Monsieur le « Head of copywriting » de DDB aime les slogans concis : 3 slogans sur les 4 de son palmarès ne comptent pas plus de 2 mots. Un palmarès, lui aussi, tout en efficacité, qui place le **ça arrive** d'Uber eats en tête de son panthéon personnel de l'année. À découvrir [ici](#).

Joe la Pompe s'attaque aux copies de slogans

A l'affût des pubs jumelles ayant la même idée créative, le chasseur de copies de pub le plus célèbre de l'Ouest traque copies honteuses, volontaires ou coïncidences en laissant toujours le public se faire sa propre opinion. Pour l'Observatoire, Joe s'est penché, pour la première fois, sur les copies de slogans. Tremblez, rédacteurs en manque d'inspiration ! La contribution de Joe est à découvrir [ici](#).

[L'Observatoire des slogans 2023](#) a été mis en ligne, en accès gratuit, le 9 janvier 2023 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 2023 offre un éclairage sur les mots qui ont fait la publicité de 2022, 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 exclusivement aux slogans publicitaires. 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 200 000 slogans, exploités en France, depuis 1970, par 40 000 marques sur tous supports publicitaires ainsi que sur les pages d'accueil des sites Internet. Souslelogo est un Premium Partner de Nielsen

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

CONTACT PRESSE

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