

#observatoiredesslogans

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 8 janvier 2024

L'Observatoire des slogans 2024 accueille deux invités exceptionnels qui ont marqué l'année écoulée : **Raphaël Llorca** et **ChatGPT**, et livre ses secrets sur le discours des marques en 2023

L'auteur du livre-événement : *Le roman national des marques* nous livre en exclusivité son analyse et son palmarès des slogans créés en 2023. ChatGPT, notre 2^{ème} invité, virtuel celui-là, est défié par Jean-Luc Gronner, le fondateur de l'observatoire des slogans. Il tente de créer, avec son aide, sa propre signature de marque ! Sur le plan des slogans également, 2023 aura été d'abord marquée par la hausse des prix. C'est l'une des nombreuses révélations de cette édition.

Raphaël Llorca est l'invité de l'Observatoire. Son palmarès met en avant les slogans qui sont des marqueurs sociétaux

Fournisseur officiel des pharaons depuis -2000 avant J-C, concocté par EDF, est le slogan placé en tête. Non seulement parce qu'il est drôle mais parce qu'il démontre que « les marques peuvent être des relais très efficaces pour lutter contre le complotisme ». **Rapprochons le futur**, signé par France 2030, a attiré son attention parce qu'il donne à voir la partie lumineuse de la France, ses formidables capacités d'innovation, ses chercheurs et entrepreneurs de talents. Découvrez la totalité du palmarès et l'article [ici](#)

L'échange entre Jean-Luc Gronner et ChatGPT fera date : l'IA va-t-elle devenir l'outil incontournable pour créer des slogans ?

ChatGPT n'a pas de signature de marque. Une opportunité saisie par le fondateur de l'observatoire des slogans pour tester les capacités de cette IA qui aura émergé en 2023. Au-delà des slogans proposés, vous découvrirez quelques traits de la personnalité de ChatGPT. Prometteur ou angoissant ? À vous de juger. Lire l'article [ici](#)

Les mots qui progressent le plus : art, inflation, près

Pour résumer l'année en termes de tendances, l'Observatoire ose ce raccourci : l'**art**, face à l'**inflation**, d'être **près** de vous. Ces trois mots sont ceux qui progressent le plus en 2023. Le classement des mots les plus utilisés révèle, de son côté, que le mot **prix** arrive pour la 1^{ère}

CONTACT PRESSE

Émeline Barbé Mob. : 06 87 76 17 23 Mail : emeline@eb-conseil.net

fois à la troisième place. Si l'on rapproche ces deux résultats, on voit bien que pour les marques aussi, à travers leurs slogans, l'année aura été d'abord marquée par la hausse des prix. Avec d'ailleurs un corollaire qui en attristera plus d'un : **bio** disparaît en 2023 de notre classement des mots les plus utilisés. Lire l'article [ici](#)

Les mots nouveaux, autres marqueurs de l'époque

Les mots recensés pour la 1^{ère} fois en 2023 par Souslelogo témoignent aussi des défis, des innovations, des évolutions de notre temps. Face à un monde où **canicules** et **séismes** s'écrivent au pluriel, la révolution verte se poursuit : **écobiologique**, **électriquement**... Si le bio disparaît des mots les plus utilisés, il poursuit sa carrière comme préfixe : **biodéchets**, **bioéconomie**... Certains crieront au **wokisme** d'autres y verront le signe d'un monde plus **inclusif** : **LGBTQUIphobes**, **homophobix**... Découvrez l'incroyable foisonnement des mots entrés cette année dans le langage des marques. [C'est ici](#)

L'anglais recule dans les slogans, confirmant une tendance amorcée en 2018

Le ressac de la globalisation, réalité géopolitique, se traduit aussi dans le langage des marques. La part de l'anglais dans les slogans diminue cette année, malgré un sursaut pendant les années covid, et ce depuis 2018. Le pourcentage des claims en anglais se situant à un seuil historiquement bas de 10%. Mieux encore, plusieurs marques comme CityGo et Dailymotion changent leur signature en anglais pour une signature en Français. Ou à défaut, en français. Lire l'article [ici](#)

L'Observatoire des slogans 2024

Mis en ligne, en accès gratuit, le 8 janvier 2024, 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 2024 offre un éclairage sur les mots qui ont fait la publicité de 2023, un contenu riche en enseignements pour tous les professionnels de la communication, les enseignants et chercheurs, et plus généralement tous les passionnés de publicité et de sémiologie.

Souslelogo en quelques mots

Créée en 2005, Souslelogo, à la fois editrice et ressource en slogans de l'Observatoire, est la seule société française dédiée exclusivement à la veille et les recherches d'antériorité de slogans. Son équipe de documentalistes réduit les risques juridiques inhérents à l'utilisation 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 210 000 slogans, exploités en France, depuis 1970, par 40 000 marques. Nielsen, première société mondiale de pège média est le partenaire stratégique de Souslelogo depuis sa création.

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

Vous pouvez bien-sûr reproduire les classements et graphiques affichés sur le site. Merci seulement d'indiquer la source : © Observatoire des slogans/Souslelogo 2024

CONTACT PRESSE

Émeline Barbé Mob. : 06 87 76 17 23 Mail : emeline@eb-conseil.net