

Abo
via
RSSEfficacité
Pro

Digglike



Emplois Iphone



ConseilsMarketing.fr

Développez vos ventes et fidélisez vos clients facilement!

Développez vos ventes et fidélisez vos clients facilement !

- [Blogs](#)
- [Communication](#)
- [e-marketing](#)
- [Emailing](#)
- [Fidélisation](#)
- [Promotion](#)
- [Référencement](#)
- [Vente](#)
- [Subscribe to Feed](#)

Vous êtes : [Accueil](#) » [Communication](#) » **Orangina, quand la pub graveleuse-porno-chic donne une érection aux ventes...**

Orangina, quand la pub graveleuse-porno-chic donne une érection aux ventes...

Publié le 20 November 2008 - Thème [Communication](#), [Promotion](#).



0



Lorsque [les pubs originales et décalées d'Alain Chabat](#) on fait place aux **publicités Porno-chic graveleuses** de l'année passée, nombreux sont ceux qui n'y ont pas cru... et pourtant [Yann Gourvennec](#) démontre dans l'article ci dessous que cela à donné **une bonne érection à des ventes qui végétaient...**

Il y a tout juste un an, quand Odile Biger a publié son précédent billet (voir 'la nouvelle publicité Orangina se concentre sur le produit') sur ce blog au sujet de la nouvelle publicité d'Orangina, je ne voyais pas personnellement - dans un monde où la sollicitation du dessous de la ceinture est omniprésent, où **les publicités du porno chic ont transformé le consommateur en cobaye volontaire et assumé du porno dit chic- où était le problème.** Voilà une publicité avec des animaux plus ou moins bien modélisés, un sous-entendu grivois qui faisait passer de la pulpe au pulpeux ; quelle affaire ! Une publicité de plus me disais-je.

Et je me trompais à l'évidence comme se sont trompés nombre de nos lecteurs qui ont réagi sur nos pages en se récriant. La création n'était pas terrible selon certains, la pub était d'un mauvais goût absolu selon les autres, et il est vrai que la suggestivité est assez directe, jusqu'à l'apothéose, à savoir le jaillissement (!) de la boisson gazeuse hors de sa bouteille.

Un an après donc, un article de Challenge (n°141, 23 Octobre 2008 signé Alice Mérieux) fait le bilan de la publicité en question et l'auteur y annonce son verdict : **La nouvelle publicité Orangina est la source du renouveau de la marque. +12% en valeur, +4% en volume alors que depuis des années (7 pour être précis) les ventes du précieux liquide symbole de la fierté nationale étaient en chute libre.**

Mieux encore, grâce à cette nouvelle réclame (le nom semble dépassé, mais en sommes nous si loin ?) la nationale boisson réussissait à porter le fer dans la perfide Albion, lieu de collusion avec le non moins perfide breuvage d'Atlanta (ce qui les sert bien d'ailleurs, vu les ravages de l'obésité outre Manche).

Les réclamations au Advertising Standards Authority (le BVP local) furent nombreuses - tous les britanniques ne sont pas libérés de leurs préjugés moralistes et puritains semble-t-il - et les ventes s'y développèrent de façon spectaculaire avec une augmentation de 77%.



Certes, les esprits chagrins pourront faire remarquer que si **l'augmentation de 4% en volume a généré 12% d'amélioration en valeur, il s'est sans doute passé autre chose qu'une publicité** (quoique l'effet du change à l'export puisse aussi jouer).

Egalement, on pourrait remarquer qu'il pourrait tout bêtement s'agir d'une augmentation liée à un retournement de tendance lié aux habitudes de consommation, l'Orangina n'étant - bizarrement - pas toujours considéré comme un 'soft drink', alors que ses concurrents souffrent - ou devraient souffrir de la campagne anti-obésité. **Mais c'est Zéro le héros de la campagne anti-obésité, et lui qui fait d'ailleurs le plus souffrir Orangina.**

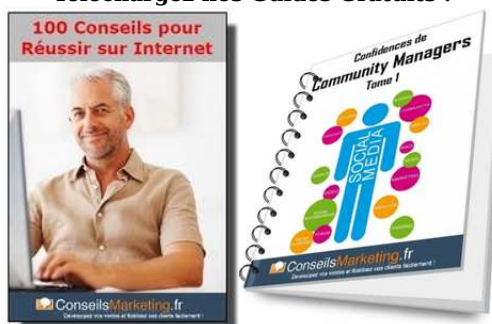
Orangina a en effet manqué ses innovations (l'Orangina rouge au Guarana qui avait un goût assez supersonique n'a pas survécu à la crise) alors que Coca en tente beaucoup et en réussit quelques unes de façon spectaculaire. Ceci étant les modes changent, et parfois dans les 2 sens.

Témoin le come back spectaculaire et temporaire **il y a quelques années de la boisson antédiluvienne Cacolac** (relancé par la marionnette de Jean Pierre Papin des Nuls il y a plus de 10 ans). Orangina serait-il revenu à la mode ? Nous n'en avons pas la preuve.

Cette fois-ci donc il faut se rendre à l'évidence, **la publicité a eu certainement un effet positif en réveillant les consciences et en choquant (comme le dit le directeur marketing de la marque « on aime ou on n'aime pas »** (Challenges, ibid.)). Ceci nous dit aussi que **les vieilles recettes de la publicité limite font toujours recette**, mais aussi que le public est finalement - même si c'est marginal dans les nombres - assez vite choqué par des choses bien inoffensives. Et n'oublions pas de reconnaître **[qu'Odile a été visionnaire dans son billet...](#)**

 J'aime  Soyez le premier de vos amis à indiquer que vous aimez ça.

Téléchargez nos Guides Gratuits :



Email :

[Je veux recevoir le guide !](#)

Nous vous recommandons de lire :



Comment réussir publicité originale et créative - Interview Joe La Pompe



La pub à Berlin...



La pub du jour : Séduisez les enfants, pas les parents... [Playstation]



Comment se faire connaître en tant que peintre ?

[Comment \(RSS\)](#) | [Trackback](#)

3 Commentaires



1. [Martin Goergler](#) says:
[20 November 2008 at 12 h 14 min](#)

Bonjour,

Si ça intéresse quelqu'un, voici le site du dessinateur de cette campagne Orangina. Il est également l'auteur des publicités pour Grimbergen.

Antoine Helbert : <http://www.antoine-helbert.com/>

[Reply to this comment](#)

2. [Naturellement pulpeuse, et toujours aussi juteuse! | Jour de Réclame](#) says:
[28 November 2008 at 10 h 52 min](#)

[...] comme le fait remarqué Yann Gourvenec dans cet excellent article, repris par la suite sur Conseils Marketing. Tout ceci ne m'empêche pas de toujours apprécier moyennement ces [...]

[Reply to this comment](#)



3. *Liloo* says:

[4 September 2009 at 23 h 03 min](#)

tout ça n'a rien de porno-chic...faut arrêter de mettre se nom à toute les sauces...

[Reply to this comment](#)

Laissez un commentaire

Name (required)

Mail (will not be published) (required)

Website

Envoyer

JE veux suivre les commentaires de cet ARTICLE

« [La pub du jour : Mettez de l'originalité dans vos panneaux \[Yoga\]](#)

[La pub du jour : Survendez vos produits... \[Spectacle\]](#) »

Gratuit !

"21 jours pour Bloguer
comme un Pro"



Email:

Cliquez ICI

• Le Top Articles

- [Nettoyer son eRéputation](#)
- [Reussir ses campagnes Adwords](#)
- [Comment lancer un blog ?](#)
- [6 clés pour réussir un projet de CRM](#)
- [103 conseils pour réussir sur le Web](#)
- [Les 97 outils pour trouver des clients](#)
- [Les Chaines de Prospection](#)
- [45 conseils pour votre service clients](#)
- [Réussir ses cartes de visite](#)
- [Prospecter et fidéliser efficacement](#)
- [La Checkliste de l'eCommerce](#)
- [La Checkliste du néo-Blogueur](#)
- [La Checkliste Analyse Concurrentielle](#)

• Notre Guide Gratuit