



AUDACE & PUBLICITÉ

PAR LES EXPERTS
ET LE GRAND PUBLIC

www.francetvpub.fr



france•tvpublicité
Le monde change. La pub aussi.

ÉDITO

L'Audace, vedette de la 3^{ème} édition de Télé.visionnaire

L'Audace manque, trop de prudence, trop de normes selon les Experts interrogés.

On ose plus être différent.

Pourtant la liberté et l'inattendu sont dans l'ADN de la publicité.

Concrètement, l'audace en publicité permet de sortir du cadre, d'apporter un œil neuf, changer notre vision, donner envie d'en parler...

Emergence, différenciation, sens sont les différentes facettes de l'Audace.

Et l'Audace séduit !



Une étude en deux temps en partenariat avec l'AACC et Ipsos

Objectifs

Analyser et explorer les perceptions de l'audace auprès des experts en agences.

Comprendre les registres de l'audace du grand public à partir d'un corpus composé de 18 créations sélectionnées à partir des entretiens des experts/prix.

Approche

Interrogation de 20 experts et 1 000 personnes âgées de 18 à 75 ans
Réalisation de l'étude : juillet 2021



LA VISION DES EXPERTS : L'AUDACE MANQUE !

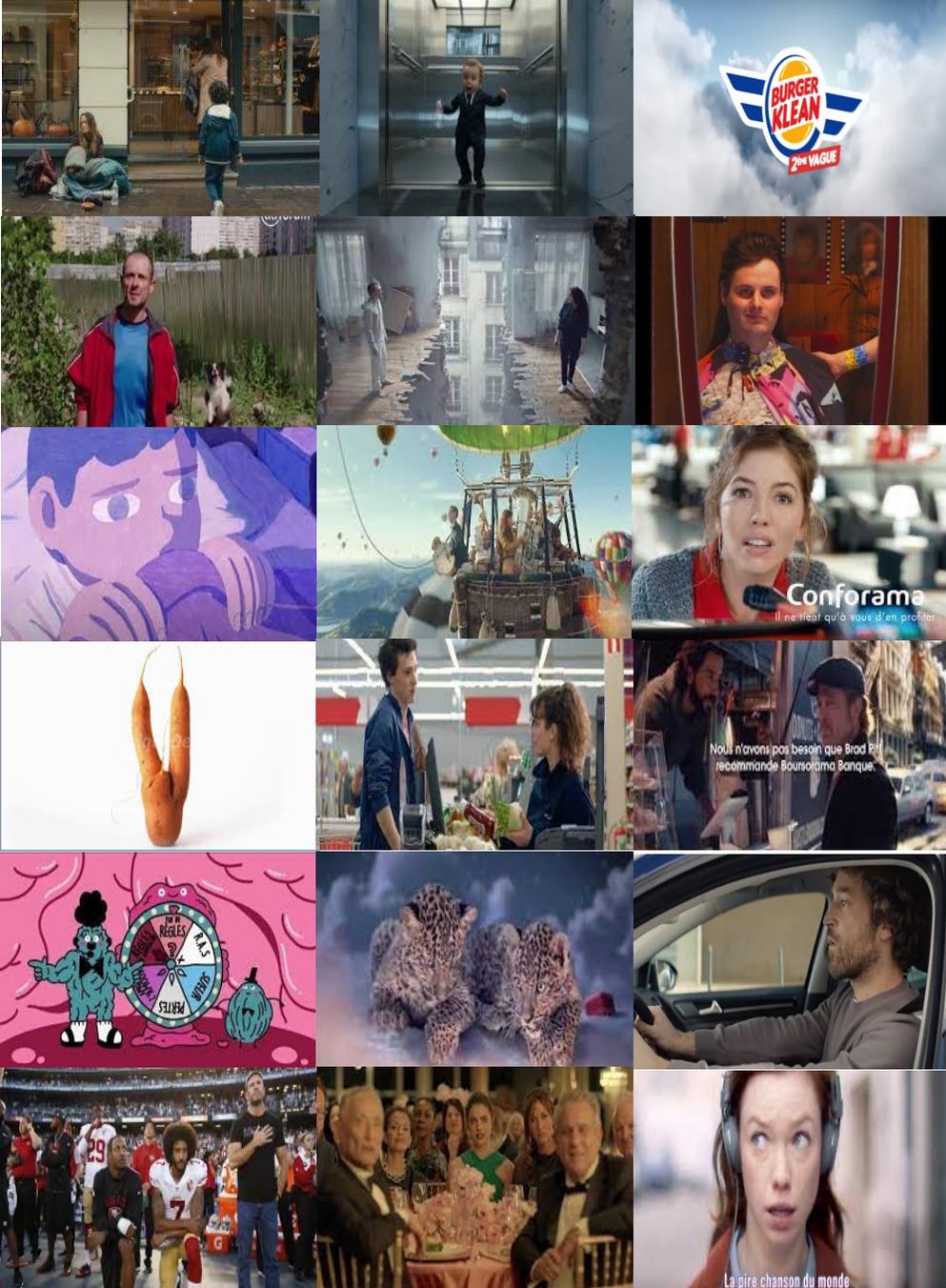
Une nécessaire liberté créative

- Trop de prudence, de normes
- Pourtant l'audace permet :
 - Emergence
 - Différenciation
 - Sens

Trois registres sémantiques

- Audace et émotion
- Audace ludique
- Audace militante

« Pourtant, la liberté et l'inattendu sont dans l'ADN de la pub »



L'avis du grand public : L'audace, vecteur d'agrément et de différenciation

1. Des publicités résolument originales et différentes, quel que soit le registre (engagé, spectaculaire ou ludique)...
2. ...Qui captent l'attention et se distinguent de la concurrence
3. Des bénéfices forts pour les marques : elles se démarquent des autres et renvoient une image positive et innovante



france•tvpublicité
Le monde change. La pub aussi.