

La publicité subliminale

Exposé présenté par :

Virginie Baron Pascale Biauxque Cécile Cériani Laetitia Donsimoni
Caroline Tomasi

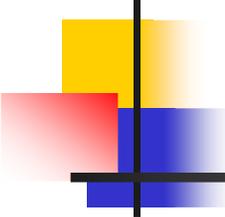
NOMIC 2 – 2005/2006

La petite histoire ...



- **New-Jersey, USA,
1956**
- **« Drink Coca cola »**
- **« Eat ? Eat popcorn »**

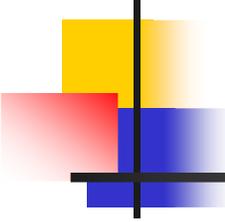




Sommaire



- **Le subliminal, qu'est-ce que c'est ?**
- **Subliminal et stratégies marketing.**
- **Que nous dit la science ?**
- **Que nous dit le législateur ?**
- **La publicité subliminale : mythe ou réalité ?**



Le subliminal, qu'est-ce que c'est ?

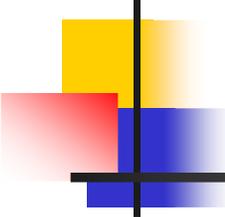


- **D'un point de vue sémantique**

du latin

sub (en-dessous)

limen (seuil, limite)

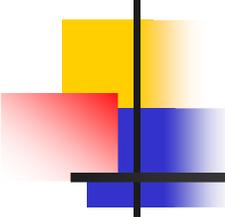


Le subliminal, qu'est-ce que c'est ?



- **En psychologie**

Perception d'un objet (image, message, son...)
à la limite de sa reconnaissance par l'individu.



Le subliminal, qu'est-ce que c'est ?



- **Le cerveau réagit à des stimulus**

Stimulus *ou* stimuli : mot latin.

En physiologie, facteur qui agit sur une cellule, sur un organe, sur l'organisme provoquant une réponse (musculaire, nerveuse...).

Le subliminal, qu'est-ce que c'est ?



- **Le cerveau réagit à des stimulus**

visuel

notion de durée

sonore

notion d'intensité

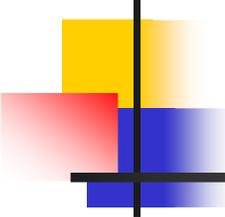
Le subliminal, qu'est-ce que c'est ?



- **4 seuils de perception**

le seuil de perception...

- le plus bas
- physiologique
- absolu
- consciente



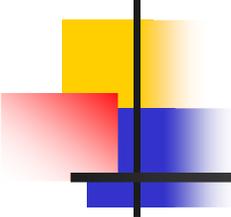
Le subliminal, qu'est-ce que c'est ?



A chemin différent, réaction différente...

Les messages traités par la **conscience**, le sont sur la base de la **logique** et du contexte.

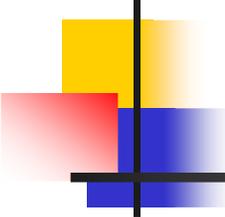
Les messages **subliminaux** le sont sur la base de l'**inconscient** (rêves, fantasmes, peurs...).



Le subliminal, qu'est-ce que c'est ?



- **Un peu d'histoire ...**



Le subliminal, qu'est-ce que c'est ?



- **Les apports de la philosophie**

Percevoir un stimulus sans en avoir conscience

- **Les apports de la psychologie**

Expérimentations empiriques de la perception subliminale

Subliminal et stratégies marketing



La publicité se voulant l'art de la persuasion, chaque message est très élaboré.

La technique et les sciences sont largement mises à contribution.

- **1957, Vance Packard**

« The hidden persuaders »

De la publicité subliminale ...



- La campagne électorale de F. Mitterrand.



De la publicité subliminale ...



- La campagne électorale de G.W Bush



De la publicité subliminale ...



- L'émission popstar



De la publicité subliminale ...



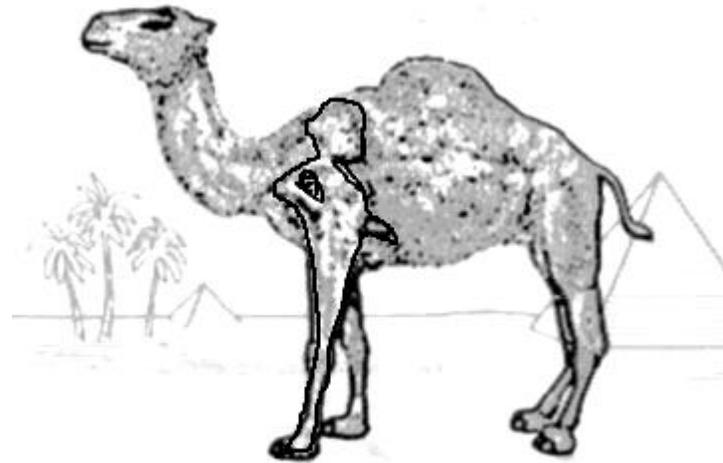
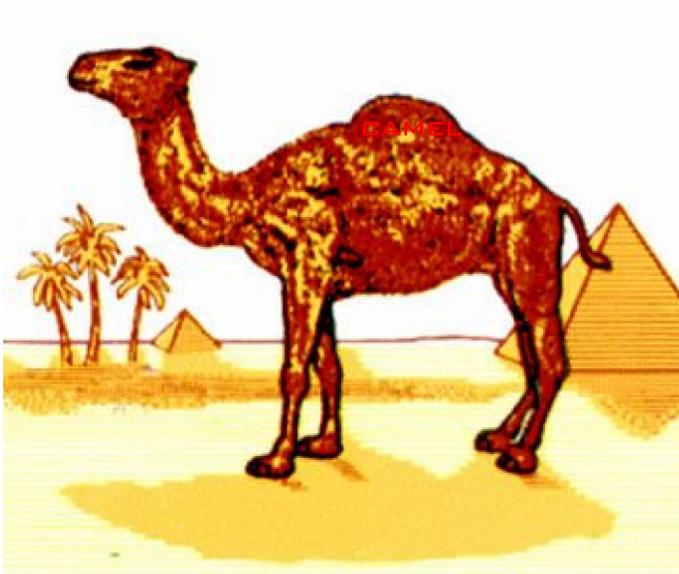
- Club de vacances



De la publicité subliminale ...



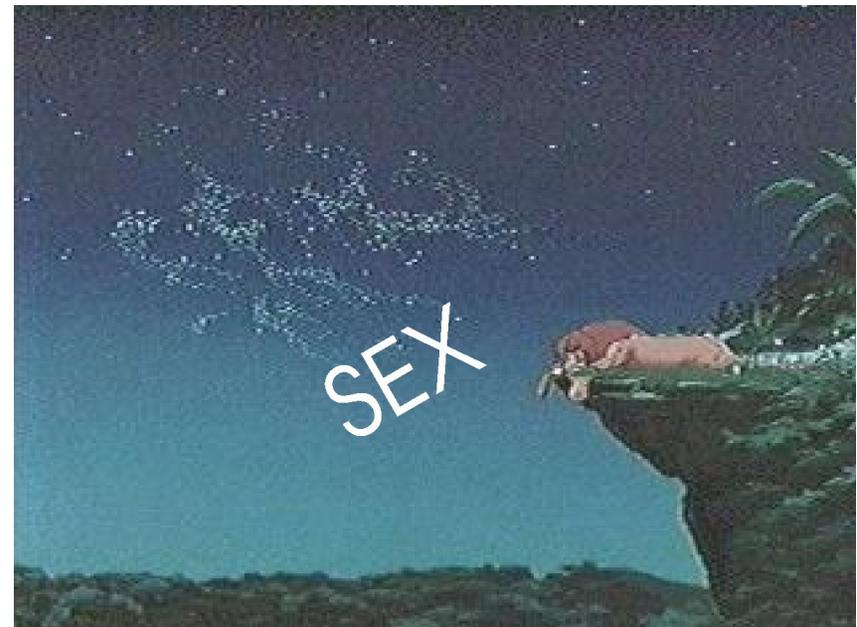
- Camel



De la publicité subliminale ...



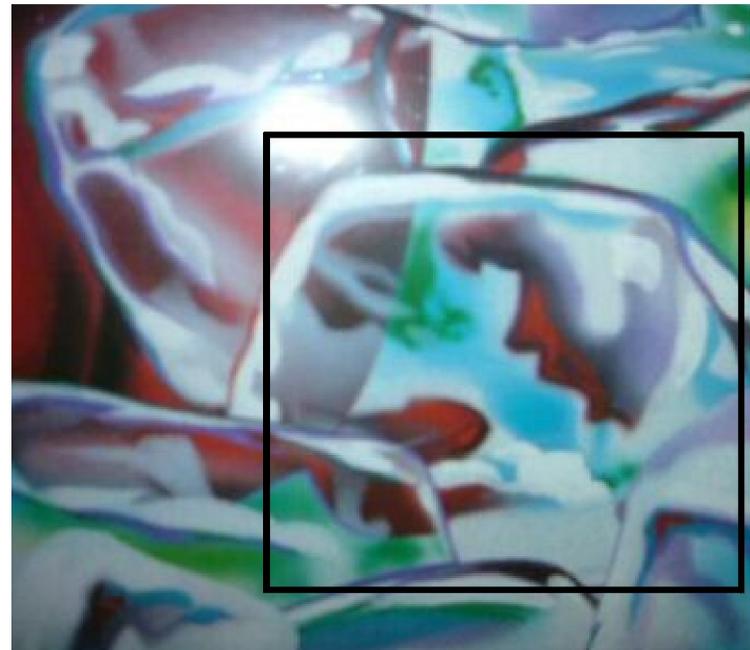
- Le roi lion



De la publicité subliminale ...

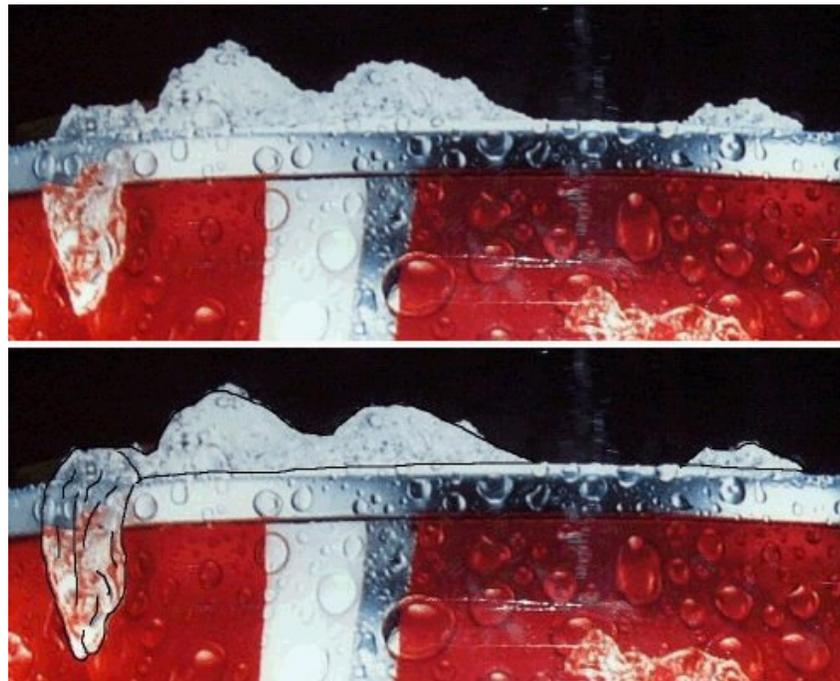


- Coca Cola



De la publicité subliminale ...

- Coca Cola



De la publicité subliminale ...



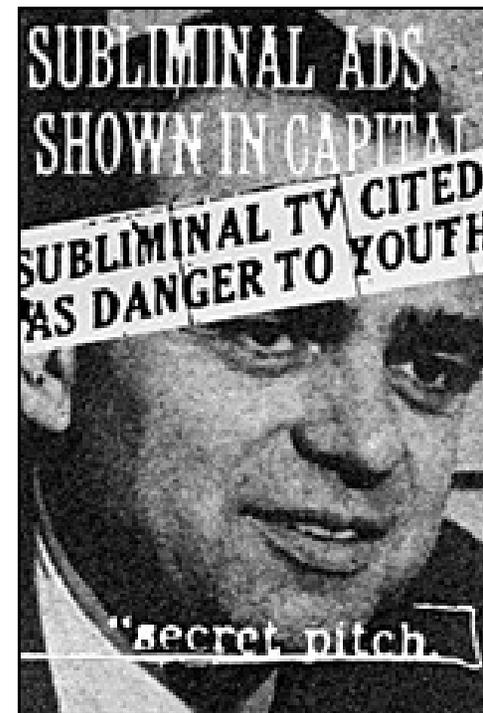
- Pepsi

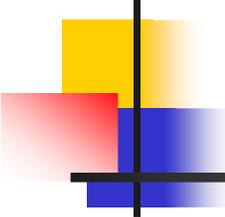


Que nous dit la science ?

- **Les recherches et les expérimentations**

- Sidis en 1898
- James Vicary dans les années 50'
- Igor Smirmov durant la guerre froide





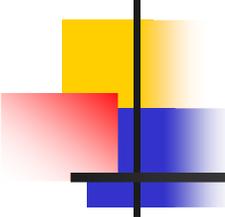
Que nous dit la science ?



- **L'avis des experts**

Quels effets sur le comportement des individus ?

- Norman F. Dixon
- Ahmed Channouf



Que nous dit le législateur ?

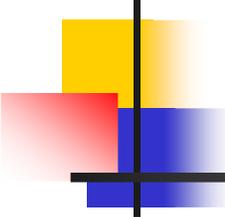


■ La définition juridique

La publicité subliminale est définie juridiquement par le droit de la consommation comme étant une publicité qui, au moyen de techniques de production de stimuli d'intensité à la limite des seuils de sensibilité, peut agir sur le public destinataire sans être consciemment perçue.

■ Les organismes de contrôles français et d'application.

- CSA
- BVP



Que nous dit le législateur ?

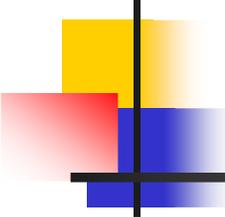


■ Les limites du contrôle

- Les difficultés de perception et de preuve
- Des sanctions quasi inexistantes dans la pratique
- Le contrôle a posteriori par le CSA des programmes diffusés
- L'organisation et les domaines de compétence du BVP

■ En Europe, aux USA ?...

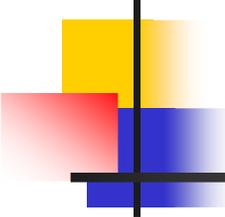
CETT, FCC, NAB



Mythe ou réalité ?



- **Si théories et expériences démontrent l'existence de la perception subliminale, on constate :**
 - Un impact faible sur l'inconscient individuel
 - Un impact fort sur la mémoire collective
- **Quelle est la part de mythe et de réalité ?**



Mythe ET réalité

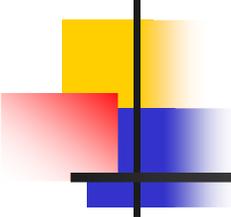


- **Mythe**

Fantasme entretenu par la peur des mutations sociales, économiques, politiques, technologiques des cinquante dernières années...

- **Réalité**

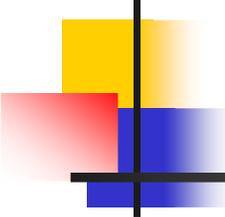
Avatar moderne de la propagande, subtile stratégie de marketing...



Mythe ET réalité



- **La réponse appartient aujourd'hui à chacun**
- **Demain, à la science ...**



La publicité subliminale



Merci de votre attention