

# IMPACT MÉMOIRE

## PRÉ-TEST PUBLICITAIRE COGNITIF SANS INTERVIEW CONSO

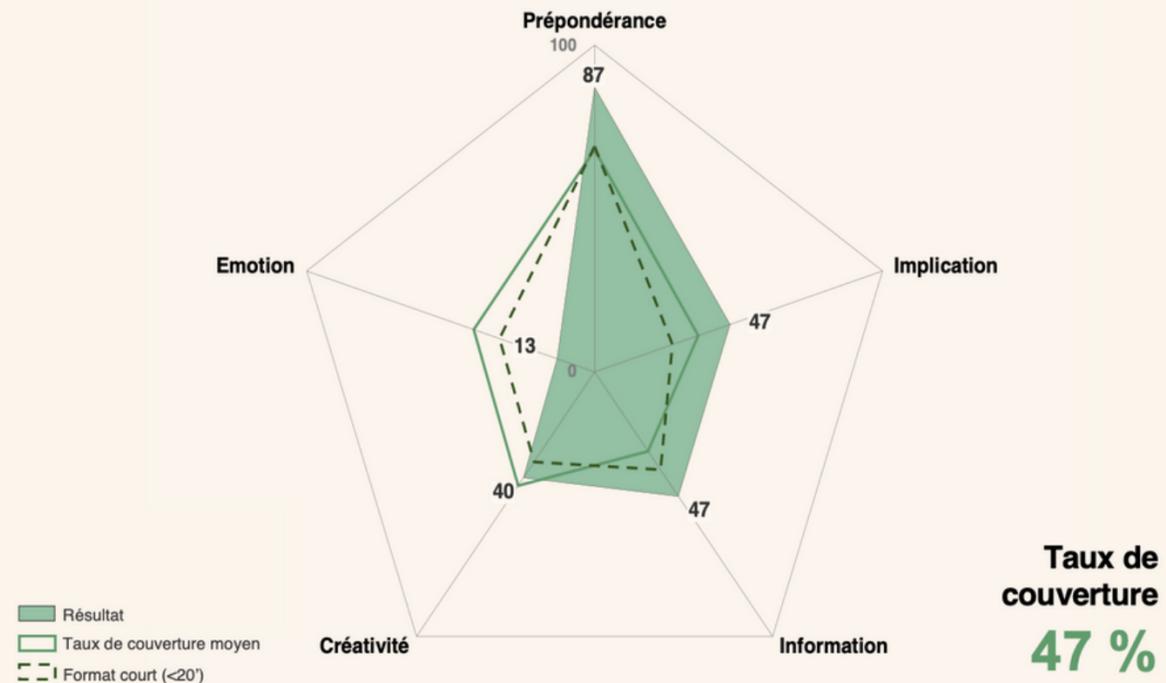
DEPUIS 2001

# CASE STUDY IMPACT POSITIF



Dans un contexte de format court, un film qui dispose d'une certaine force grâce à la place centrale donnée au message RSE et à l'apport d'informations tangibles. Un film dont les émotions sont limitées du au parti-pris créatif.

BIOCOOP	TV	15'	FRANCE	07.2022
---------	----	-----	--------	---------



L'Impact Positif de la communication s'évalue au travers de la performance intrinsèque de 5 critères clés susceptibles d'influencer le viewer de façon responsable :

## PRÉPONDÉRANCE

- + Un message prépondérant centré sur l'éco-conception des emballages, présent au travers de la VO/texte (éco-conçu...) et de la mise en scène (réutilisation du couvercle)
- + Des éléments implicites: chant d'oiseau, bocal de vrac en arrière-plan...

## CRÉATIVITÉ

- + Malgré une mise en scène simple, une certaine créativité qui met le message en valeur: VO qui rythme la mise en scène ancien / nouveau pot de yaourt, zoom sur le produit, ton de voix

## ÉMOTION

- + Une question « vous ne savez jamais où jeter le couvercle ? » en parallèle de la gestuelle qui présente de l'humour potentiel
- Mais un levier émotionnel limité par le choix créa : film informatif, ton de voix qui ne présente pas d'émotion, personnage dont on ne voit pas le visage...

## IMPLICATION

- + Un geste concret qui illustre le message : réutilisation du couvercle plastique
- + Une interpellation du viewer « Vous ne savez jamais où jeter le couvercle ? Gardez-le. »

## INFORMATIONS TANGIBLES

- + Des informations tangibles : yaourt éco-conçus, sans couvercle, 4 tonnes d'emballage économisées

**Un message RSE prépondérant mais dont les émotions pourraient être renforcées et des précisions qui peuvent être apportées :**

- En jouant sur le potentiel humoristique de la question à travers la VO (ton joueur, moins formel par ex), ou en exagérant la mise en scène via jeu d'acteur par ex
- En apportant des précisions sur les informations fournies et la solution proposée : en combien de temps les 4T sont économisées, comment se procure-t-on le couvercle...

# DE LA SCIENCE ET DE L'EXPERTISE POUR DES PUBLICITÉS EFFICACES

**DEPUIS 2001**

[WWW.IMPACTMEMOIRE.COM](http://WWW.IMPACTMEMOIRE.COM)

[@IMPACTMEMOIRE](https://twitter.com/IMPACTMEMOIRE)