

# La publicité

Titre(s) : La publicité

Auteur(s) : Chomarat, Luc

Editeur, producteur : Paris : PUF (Presses universitaires de France), impr. 2013

Description matérielle : 1 vol. (127 p.) : ill., couv. ill. en coul.; 18 cm

Collection : Que sais-je ? 3960 0768-0066

ISBN : 978-2-13-060734-2

Appartient à la collection : Que sais-je ? 3960 0768-0066

Note(s) : La 4e de couv. porte aussi : "La pub : making of". - Bibliogr. p. 125. Glossaire

Note sur le contenu : Introduction : La cause de tous nos maux. - I. Définition(s) : Buts; La place de la publicité dans la communication. - II. L'agence de publicité : Une entreprise comme une autre ?; Tous les secteurs d'activité; La taille; Les différents corps de métier; Fonctionnement(s). - III. Évolution(s) : Les outils numériques ou l'annonce-minute; Tout le monde en sait trop; L'international; L'évolution de la législation. Du BVP à l'ARPP; Internet; Le brand content; Les Ghosts ou le grand écart. - IV. Chiffre(s) : Les dépenses publicitaires dans le monde; Les plus gros annonceurs du marché; Les agences et leur rémunération; Le coût de la publicité. - V. Des outils pour concevoir et juger la publicité : Du neuf avec des vieux; La valeur du spectacle. Quelques exemples

Résumé ou extrait : La publicité n'a jamais été considérée comme une activité moralement neutre, comme le commerce par exemple, dont elle est pourtant une simple facette. Il n'est peut-être pas si simple de comprendre pourquoi ni de rendre compte objectivement de la place et du fonctionnement de la publicité en tant que secteur d'activité. En adoptant le « point de vue du publicitaire », Luc Chomarat rappelle que la pub n'est qu'un élément du marketing mix et que son but n'est pas directement de faire vendre mais de construire des marques. Du "brief client" à la diffusion de la campagne, il nous donne surtout à comprendre le fonctionnement concret d'une agence publicitaire : comment les publicitaires répondent aujourd'hui aux besoins de communication des annonceurs. Non sans humour, il interroge aussi, de l'usage d'Internet aux développements des « ghosts », les mutations actuelles du métier et nous invite, grâce à de nombreux exemples, à décortiquer les logiques de création en matière de publicité. Car enfin, c'est quoi une bonne pub ? [4e de couv.]

Sujet(s) : Publicité

Art publicitaire

Plans médias

Rédaction publicitaire

Sujet - Nom commun : Que sais je