

« Avec la PPO, on ne paye que si l'on communique »

Par Céline Collot sur une idée d'Yves Lucky (Instruments d'écriture Everflow)

La PPO présente de nombreux avantages par rapport aux « mass médias » traditionnels, en particulier la certitude pour l'annonceur d'atteindre sa cible.

Imaginons une cabine téléphonique : la personne insère sa pièce ou sa carte bancaire, compose un numéro, mais son interlocuteur ne décroche pas, autrement dit elle ne « communique pas », elle peut donc récupérer sa pièce ou retirer sa carte sans avoir été débitée d'un centime. C'est exactement le même principe avec la publicité par l'objet : on ne paye que si l'on communique.

À l'inverse, pour communiquer à la radio, à la télévision ou dans la presse, l'annonceur paye d'office, mais la réussite de sa campagne est toujours soumise à de nombreux aléas. En effet, malgré les courbes d'audience et les études de lectorat, on ne peut jamais être certain que la clientèle visée achètera tel ou tel magazine ou sera bien devant son poste de télévision à une heure donnée. En fait, si l'on poursuit la métaphore de la « cabine téléphonique », on pourrait dire que communiquer via d'autres médias que la PPO, cela revient à tomber sur un répondeur : on paye, mais on n'est jamais totalement certain de toucher sa cible... même si on laisse un message !

Comme support de communication, l'objet publicitaire a en lui un atout majeur : celui d'être un « objet » justement, qui peut s'offrir de la main à la main, de l'annonceur à l'utilisateur final qu'il souhaite précisément toucher. Ensuite, il reste plus longtemps auprès de la cible que le spot de pub, par définition éphémère : l'objet sera utilisé, et le message ou le logo qu'il porte vu et revu sur plusieurs mois, voire plusieurs années. C'est pourquoi, avant même de s'intéresser au produit, les annonceurs devraient se laisser convaincre par l'efficacité de la démarche qui offre la quasi-certitude d'atteindre sa cible. De plus, c'est un média qui ne coûte pas si cher au regard des retombées, puisque le gaspillage est extrêmement limité et que les objets sont faits pour durer. ■

