

Tendance et culture pub

-

SAE : L'éthique

Vous expliquerez comment cette régulation du monde publicitaire est perceptible aujourd'hui, et quels sont les leviers et les enjeux de demain pour ce domaine, aujourd'hui si controversé ? Vous testerez ces nouveaux outils (ChatGPT, Rytr.me, etc.), en me communiquant en annexes, les modalités renseignées pour cette recherche. L'objectif : essayer de vous rapprocher au plus près de votre propre opinion sur ce sujet. Puis, dans une conclusion, vous pourrez confronter ce résultat obtenu, avec votre véritable pensée.

Problématique : Une démarche éthique peut-elle sauver la publicité ?

De nos jours, la publicité est omniprésente, elle est parfois détestée, elle occupe une place qui pour certain se sentent souvent bombardé d'images publicitaires : lorsqu'ils conduisent en ville, lorsqu'ils allument leur télévision ou leur radio, lorsqu'ils naviguent sur internet.

En effet, il existe quelques éléments qui pourraient faire évoluer la pub. L'**affichage** extérieur et le **Digital Out Of Home** (DOOH) représentent une solution car les consommateurs se sentent libres de regarder le contenu ou de détourner la tête. Les consommateurs attendent aujourd'hui de la publicité qu'elle offre une expérience marquante. En apportant une réponse à un besoin, cela va amener une perception positive de la publicité.



Les consommateurs espèrent des annonceurs des publicités originales et créatives. Ils ne veulent plus retrouver la même vidéo à la télévision, sur YouTube et dans la rue par exemple. Le **contenu** doit être adapté à la cible, et être pertinent.

La perception est différente selon le moment de la journée, l'état d'esprit, l'activité en cours, et le canal utilisé. Par exemple, une publicité d'un restaurant situé au bout de la rue fonctionnera mieux avant l'heure du déjeuner qu'après. Le **contexte** influence la perception du consommateur.

En effet, une démarche éthique permet à la publicité de partager des **valeurs et principes** dans lequel des personnes tiennent, c'est donc un bon moyen de marquer les esprits et d'avoir une opinion positive sur ce que la publicité veut valoir. La publicité peut faire prendre conscience à la société de certains sujets sensibles pour améliorer notre monde tels que l'handicap, les maladies, les sans-abris etc... Cette démarche éthique de la publicité qui semble positive va donner une raison aux individus de moins la négliger et lui accorder de l'importance.

Annexe :

Nous allons observer comment l'**Intelligence Artificielle** peut répondre à cette question. Pour cela, j'ai utilisé quelques outils tel que **ChatGPT** donnant des informations sur la publicité moderne d'aujourd'hui et son impact sur le monde :



«La publicité d'aujourd'hui a évolué de manière significative grâce aux progrès technologiques et aux changements dans les habitudes de consommation. Les publicités modernes utilisent des plates-formes numériques telles que les réseaux sociaux, les moteurs de recherche et les applications mobiles pour atteindre les consommateurs. Les publicités sont également devenues plus personnalisées, utilisant des données démographiques et comportementales pour cibler les consommateurs individuellement.

Cependant, il y a également des préoccupations quant à la quantité et à la qualité de la publicité. Les consommateurs peuvent se sentir submergés par la quantité de publicités qu'ils voient chaque jour, et certains peuvent être méfiants à l'égard des publicités personnalisées qui utilisent leurs données personnelles.

En fin de compte, la publicité d'aujourd'hui est une partie intégrante du marché moderne, mais son impact sur les consommateurs dépend de nombreux facteurs différents, notamment la qualité de la publicité, la pertinence pour le public cible et l'éthique de la publicité.»



Nous nous sommes demandé si une démarche éthique peut sauver la publicité. Voici la réponse donnée par Chat GPT donnant une réponse pertinente, qui présente la possibilité de cette démarche mais également l'inconvénient que procure la publicité même avec de l'éthique.

Tout d'abord qu'est ce qu'est l'éthique

? : «L'éthique peut être définie comme un ensemble de principes moraux qui guident le comportement humain dans des situations particulières. Elle s'applique à différents domaines tels que la médecine, les affaires, la politique, la technologie, etc. L'éthique peut inclure des valeurs telles que l'honnêteté, la justice, la responsabilité, la bienveillance, la tolérance et la liberté. Elle vise généralement à protéger les intérêts et les droits des individus et à promouvoir le bien-être collectif. »



«Il est possible qu'une démarche éthique puisse contribuer à améliorer l'image de la publicité auprès des consommateurs et à regagner leur confiance. Cela peut également aider les entreprises à créer une relation de confiance à long terme avec leurs clients.

Une démarche éthique implique de prendre en compte les conséquences de ses actions sur les personnes et l'environnement, ainsi

que d'agir conformément aux normes morales et sociales établies. Les entreprises qui adoptent une approche éthique en matière de publicité peuvent prendre des mesures pour garantir que leurs publicités ne sont pas trompeuses, qu'elles ne portent pas atteinte à la dignité humaine ou ne soient pas discriminatoires. Cela peut inclure la vérification de la précision des informations dans les publicités, la représentation de toutes les personnes avec respect et dignité, et la prise en compte des préoccupations environnementales.

Cependant, il est important de noter que l'éthique en publicité ne peut pas être considérée comme une solution à elle seule pour résoudre tous les problèmes associés à la publicité. Les consommateurs sont souvent confrontés à un grand nombre de publicités chaque jour, et même les publicités les plus éthiques peuvent sembler intrusives ou exagérées. Les entreprises doivent également être conscientes des conséquences économiques et environnementales plus larges de leurs activités, et prendre des mesures pour minimiser leur impact négatif.

En résumé, une démarche éthique peut certainement aider à améliorer l'image de la publicité, mais cela ne peut être considéré comme une solution complète à tous les problèmes associés à la publicité. Les entreprises doivent continuer à réfléchir à leur impact plus large sur la société et l'environnement, tout en prenant des mesures pour améliorer leur relation avec les consommateurs.»

Pensez vous que l'éthique est un bon moyen pour que la publicité soit appréciée ?

«La publicité éthique peut certainement contribuer à améliorer la perception du public envers les marques et leurs produits. Les consommateurs sont de plus en plus conscients de l'impact social et environnemental de leurs achats, et ils sont plus susceptibles de soutenir les entreprises qui partagent leurs valeurs. La publicité éthique peut également aider à renforcer la crédibilité et la confiance des consommateurs envers les marques, ce qui peut conduire à une augmentation de la fidélité et des ventes.»



Comment savoir si une démarche éthique peut sauver la publicité avec l'intelligence artificielle ?

«L'intelligence artificielle (IA) peut jouer un rôle important dans l'identification et la mesure de l'éthique en publicité. Les algorithmes d'IA peuvent être utilisés pour analyser les publicités à grande échelle et identifier les biais ou les messages qui pourraient être perçus comme trompeurs ou discriminatoires. De plus, les données collectées à partir de l'analyse de ces publicités peuvent aider à évaluer l'impact de ces publicités sur le public cible et sur la société dans son ensemble.

En outre, l'IA peut également être utilisée pour aider les entreprises à cibler les publicités de manière plus responsable et éthique. Les algorithmes peuvent aider à identifier les publics cibles qui ont le plus de chances de répondre positivement aux publicités tout en respectant les normes éthiques.

Cependant, il est important de noter que l'IA ne peut pas être considérée comme la solution complète pour résoudre tous les problèmes éthiques liés à la publicité. Les algorithmes ne peuvent pas prendre en compte les nuances et les subtilités des normes éthiques complexes, qui sont souvent basées sur des valeurs culturelles et sociales. Les entreprises doivent également faire preuve de leadership éthique et mettre en place des politiques et des pratiques qui reflètent leur engagement envers la responsabilité sociale.

En fin de compte, l'utilisation de l'IA peut aider à améliorer l'éthique en publicité, mais cela doit être accompagné d'un engagement ferme et durable des entreprises envers des pratiques commerciales éthiques et responsables.»



Conclusion : Après ces informations concernant la démarche éthique, mon opinion est ressemblante à celle-ci. Qu'il y est de l'éthique ou non dans la publicité, il faut savoir quand l'utiliser et comment. Pour lui accorder de l'importance, il faut qu'elle réponde aux besoins de chaque individu sans avoir un but lucratif, pour promouvoir leur marque, produit ou service. La publicité doit s'améliorer en termes d'influence sur les individus et éviter de répéter les mêmes choses.

Marquer une fois suffit, c'est lorsque les choses se répètent qu'on a tendance à ignorer.

Personnellement, les publicités qui

communiquent des valeurs morales qui m'apprennent des choses sur la vie me captent d'avantages. Des publicités qui ont une histoire autour d'un sujet fort tel que l'amour, le courage, la confiance en soi, la bienveillance, le respect de son prochain, la

santé environnementale, des sujets qui apportent des solutions

concernant la solitude, la maltraitance des animaux et pas seulement, la pollution. Tout simplement des publicités qui ont un but **relationnel et humain** avec les consommateurs. Ce genre de publicité apporte une conscience vis-à-vis du monde dans lequel on vit.

