

Nous vivons dominés par MERCURE.

La mythologie nous apprend que Mercure, le Romain, appelé Hermès par les Grecs, est le dieu des commerçants.

On sait moins qu'entre autres domaines, il est aussi le dieu des voleurs !
Pour réunir ces deux activités, on a inventé la PUBLICITÉ.

Avant le développement de la télévision, nos anciens connaissaient la RÉCLAME, un élément de communication chargé de faire connaître un produit et de vanter ses qualités, sans faire de comparaisons avec les produits concurrents.

Les supports étaient les affiches et images murales, les articles de presse et les prospectus distribués.

Aujourd'hui, la RÉCLAME, devenue désuète, est remplacée par la PUB qui envahit notre univers.

Cette connaissance nous permet de déchiffrer le langage qui lui est propre.

Dans la vente de divers produits, on indique les prix avec l'expression courante :

À partir de ...

Quand on dit que telle automobile est accessible : *À partir de 15.500 €*, on est certain que le modèle proposé n'est équipé que des seuls accessoires strictement obligatoires.

Tout autre élément de sécurité ou de confort d'utilisation sera disponible dans la longue liste des options coûteuses que le vendeur vous conseillera expressément.

Si on vous propose des services leur intérêt sera précédé de la formule :

Jusqu'à ...

Exemple, l'adhésion à un groupement proposé par une grande enseigne commerciale vous fera économiser : *jusqu'à 25 %* de vos prochains achats.

Cette expression indique une limite maximale, mais la crédulité du client ne lui fait retenir que le meilleur résultat.

On pourrait proposer *presque 25 %*, qui serait jugé limitatif et dissuasif.

Dans le rôle trompeur de la publicité, on peut citer la généralisation des prix avec les deux décimales terminales, .99. Ex : 19,99 €, bien que tout le monde sache qu'on ne peut vous rendre les 0,01 € promis.

Les psychologues confirment que les chiffres cités avant la virgule restent privilégiés même dans les esprits ouverts.

Les publicitaires exploitent ces lacunes dans un univers qui nous est devenu familier.

François Andriussi (KIN-150) août 2022