



MARKETING

La pub s'empare toujours plus du métissage en Suisse

Par Pascal Schmuck, Zurich. Mis à jour le 29.08.2014

De plus en plus visible, l'image d'une Suisse colorée fait son chemin dans la publicité. De nombreuses entreprises s'y sont mises. Tout comme les CFF avec sa campagne 2014 qui affiche un style à base de selfies multiculturels



1/5 Il est devenu très courant dans le sport de mettre en avant les athlètes d'origine différente. Comme ici avec l'affiche des Championnats européens d'athlétisme de Zurich

Articles en relation

[Local.ch s'allie à myKompass et vise les PME](#)

[Le Conseil fédéral ne peut pas être détourné par la pub](#)

[Le National veut interdire la publicité agressive](#)

[Google et Facebook dominent la publicité mobile](#)

Mots-clés

CFF

Mujinga Kambundji

Signaler une erreur

Vous avez vu une erreur? Merci de nous en informer.

Partager & Commenter



Le multiculturalisme est une réalité en Suisse, un pays qui compte près de 25% de population étrangère. Et s'il est depuis longtemps présent dans la publicité, cette dernière fait sortir le multiculturalisme de ses niches.

Le multiculturalisme se reflète toujours plus dans la publicité. Le phénomène n'est pas récent mais il tend à toucher toujours plus de secteurs.

Mujinga Kambundji

«Ce qui est nouveau c'est qu'avant on considérait ces «étrangers» comme des niches marketing à part. Aujourd'hui, comme ces nationalités se sont intégrées et mélangées à la société helvétique, on revendique ce métissage et l'on en est fier, notamment dans le sport», explique Victoria Marchand, rédactrice en chef de [Cominmag.ch](#).

Un exemple très visible en Suisse lors des Championnats d'Europe d'athlétisme à Zurich, avec la mise en avant du relais féminin 4 x 100

Numérologie: «Michel Balestra a une fâcheuse tendance à l'impatience»



Le nouveau président des SIG passe ce mois-ci sous la loupe de notre numérologue

[Dressez vous aussi votre profil numérologique](#)

Le blog de Pascal Décaillet



Je te dis, André, que tu dois continuer tel que tu as toujours été : républicain, serviteur, mystique.

[La revue des blogs, c'est par ici](#)

SERVICES

L'UNIQUE CONTACT POUR VOS ANNONCES!

En appelant le
021 349 50 50

En cliquant sur
www.point-annonces.ch

Chemin, Suisse, Le Matin, L'Après-Midi, L'Evening, encore, GuideTV, Télétop, TRAVEL, SERVICES

tamedia

[Insérez votre annonce dans le journal](#)

Les ascensions de la région à vélo (3/6)



La jolie vallée n'est autre qu'une longue pente, sévère et séduisante. Mais il faut l'apprivoiser.

[Voir notre vidéo](#)

La ville sur les rives du lac, le pont au milieu



Tout l'été, la «Tribune» se penche sur les projets

mètres et son emblématique [Mujinga Kambundji](#).

Des annonceurs qui se veulent «cool»

Parmi les autres secteurs aimant mettre en scène des personnes d'origine non-européenne figurent les compagnies aériennes, qui affichent ainsi leur globalité, ou encore les écoles, internationales de préférence. Comme le résume Victoria Marchand, les marques sont toujours plus progressistes que la morale, c'est une manière aussi d'attirer les consommateurs.

Avec certaines limites toutefois, précise Gilles Blanchet. «On n'échappe pas aux stéréotypes dans certains secteurs. Par exemple, la représentation de la laitière qui prépare l'onctueux yaourt est toujours représentée par une femme blanche. La ménagère de 50 ans ou le jeune cadre dynamique sont aussi encore majoritairement représentés par des mannequins de style européens, très stéréotypés». explique le directeur de l'agence de communication à Lausanne

Et d'ajouter que les entreprises ne peuvent plus passer à côté du multiculturalisme et de la diversité des habitants. «D'autre part, l'annonceur qui se veut «cool» et «ouvert» à tout intérêt à démontrer que son entreprise et ses produits s'adressent à tous, sans discrimination de genres, d'âges et de styles», relève Gilles Blanchet.

Les usagers au cœur de l'entreprise

Les CFF illustrent cette inflexion avec leur campagne 2014 «En route comme chez soi». Alors que les années précédentes, la régie fédérale affichait un style presque classique, elle adopte depuis la mi-août un style résolument novateur, [à base de selfies ainsi que de photos prises par son personnel et ses usagers](#).

Résultat: on y voit une diversité de voyageurs rarement vue sur les affiches des CFF. «Ce sont nos clients, on s'y reconnaît tous», explique sa porte-parole Donatella Del Vecchio. Cette campagne s'inscrit ainsi dans l'objectif 2016 de la régie qui veut mettre ses clients au cœur de ses activités.

Pas de studio ou de scénarisation, il s'agit vraiment de photographies réalisées par nos usagers, insiste la porte-parole. Et les voyageurs se sont prêtés au jeu puisqu'ils ont été [plusieurs centaines à envoyer leurs clichés](#). Avec une petite récompense pour les trois meilleures photos dans la seconde moitié de septembre: leurs auteurs verront leur nom griffé sur un wagon CFF qui sillonnera la Suisse pendant deux mois

(Newsnet)

Créé: 29.08.2014, 17h39



d'urbanisme les plus fous formulés pour Genève.

[Les Genève auxquelles vous avez échappé](#)

PROGRAMME TV

SERVICES



[Accédez au programme TV](#)

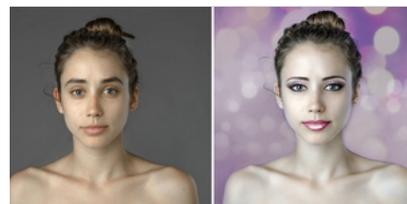
Un insecte géant découvert en chine



Les biologistes ont découvert un nouveau spécimen d'insecte aquatique à l'envergure record.

[Voir les images](#)

La beauté, une notion culturelle



Une journaliste américaine a demandé à 25 graphistes dans le monde de retoucher sa photo.

[Le projet en images](#)

BILLETS D'AVION

COMPARATIF DE PRIX



Comparez les prix des billets d'avion de vos différents prestataires de voyage et trouvez l'offre la meilleure marché.

Rubriques: [Genève](#) · [Suisse](#) · [Monde](#) · [Economie](#) · [Sports](#) · [Culture](#) · [People](#) · [Vivre](#) · [Auto-Moto](#) · [High-Tech](#) · [Savoirs](#) ·

Outils: [Recherche](#) · [RSS](#) · [Newsletter](#) · [Mobile](#) · [Météo](#)

Tribune de Genève: [Contacts](#) · [Publicité](#) · [Annonce](#) · [Services clients](#) · [Conditions générales](#) · [Cercle de lecteurs](#) · [Charte des commentaires](#) · [Impressum](#)