

# Choisir une création publicitaire ? Un conseil ?

Par François Blachère, Président de l'agence BDDP&Fils.

[www.bddpetfils.fr](http://www.bddpetfils.fr)

Quand une très belle campagne, une grande idée se présente à vous, la question du choix ne se pose plus. La création s'impose d'elle-même comme une évidence, l'idée est forte, son exécution vous surprend et vous fait redécouvrir ce brief que pourtant vous connaissiez déjà, vous vous demandez juste alors pourquoi cette idée n'a jamais été utilisée et vous vérifiez avec un brin d'angoisse qu'il n'y a pas d'antécédents... Dans tous les autres cas, les plus nombreux, le choix est un exercice difficile. Il se fait sous la pression du temps, de l'argent. Il n'y a pas de recette mais peut-être quelques conseils modestes, de bon sens glanés au fil du temps à l'usage des décideurs en agence ou chez l'annonceur au moment précis où les regards se tournent vers eux avec fébrilité, curiosité ou angoisse en attendant leur « première réaction ».

1. Votre public, votre audience, votre client ne sont pas moins intelligents que vous, si vous comprenez ils vont sûrement comprendre
2. Si vous ressentez spontanément une émotion, une surprise, une satisfaction ; si un sourire ou un rire se déclenche chez vous, ayez confiance dans votre première réaction, ne la regrettez pas.
3. La création que vous avez devant les yeux vous inspire plein d'actions dans plein de domaines ? Vous tenez alors une idée et peut-être même une très bonne idée.
4. Si aucune de ces trois réactions ne vous atteint, cherchez l'idée qui peut se cacher derrière une modeste bannière qui vous plaît, un petit élément qui retient votre attention caché à l'intérieur d'un vaste dispositif, cette idée ne demande qu'à réalimenter l'ensemble. Ne la tuez pas, cette idée elle est fragile et rare.

5. Ne demandez pas aux tests de choisir, demandez plutôt aux tests de vous apprendre comment améliorer ce que vous aurez choisi. Le choix est affaire de volonté, la volonté ne se teste pas.
6. Et puis, s'il est impossible de choisir, n'oubliez pas de donner envie à ceux qui vont reprendre le travail à zéro de trouver la bonne création.

Les contraintes forcent à la créativité, les menaces mènent à la complaisance ;-)

François Blachère  
Président de BDDP&Fils

