



## Un monde de comparaisons The Most Awesomest Thing Ever

Par Alexandre Ribichesu

Publicité comparative, comparateur de prix, comparaison d'objets, de personnes, notre vie n'est qu'une succession de choix.

Dans la publicité, on compare deux produits pour faire émerger celui que l'on défend. Nike Vs Adidas ou Coca-Cola Vs Pepsi.

La comparaison permet ainsi d'éliminer le doute dans la tête du consommateur. Le comparateur de prix intègre la notion d'argent dans l'opposition et pose la question du « pourquoi payer plus cher? ».

Opérateurs téléphoniques et grands distributeurs français sont devenus spécialistes dans ce genre de pratique. C'est le factuel qui s'impose à la vue du consommateur. La marque part

du principe que le levier de consommation réside dans la cohérence du choix fait par la cible.

Ainsi nous sommes constamment en train de faire des choix de « type direct », nous comparons des objets aux caractéristiques relativement similaires. Coca-Cola ou Pepsi?

Mais si l'on va plus loin, on rentre dans l'une des problématiques les plus fascinantes du Marketing: la comparaison indirect d'objets éloignés.

Concrètement, je possède de l'argent à dépenser, je peux soit m'acheter une nouvelle voiture soit faire des travaux dans ma maison. Les deux objets s'opposent en créant le doute

chez l'Homme malgré leur différence absolue.

C'est cette clé incontrôlable qui est mise en avant sur [The Most Awesomest Thing Ever](#) un site qui vous propose sous la forme de Battle, de se faire affronter des objets! À l'image de Chatroulette, vous pouvez nexter les objets en fonction de votre préférence.

Cette idée originale et parfaitement réalisée permet de savoir qui rencontre le plus de succès entre Mario Bross et Benjamin Franklin ou encore entre le Ketchup et Pulp fiction par exemple. Inutile mais tellement addictif. Je vous laisse découvrir qui trust la première place du classement! Il est même possible de proposer ses propres éléments... Fight!