

PEPSI CONTRE COCA

*Quelle image pepsi donne-t-il
de coca cola a travers la pub ?*



SOMMAIRE

- Introduction et début des entreprises et du conflit***
- Analyse d'images***
- Analyse de vidéos***
- Conclusion***
- Webography***



Introduction et début des entreprises et du conflit



Coca cola a été inventé en 1887 et Pepsi a été inventé 5 ans plus tard (1892).

Dès les années 20, Pepsi va se considérer comme une boisson plus "saine" que sa rivale mais ne parviendra jamais à l'égaliser.

Dans les années 60 arrive l'avènement de la télé, les 2 producteurs en profitent pour se faire une bataille interposée à travers différents spots publicitaires afin de valoriser sa marque.

Il est vrai que Pepsi et Coca Cola se livrent une bataille sans merci pour être la 1ère marque de cola au monde. Un bref rappel de l'historique entre ces 2 grandes marques américaines pour vous rafraichir un peu la mémoire.

Coca cola a été inventé en 1887 et Pepsi a été inventé 5 ans plus tard. Dès les années 20, Pepsi va se considérer comme une boisson plus "saine" que sa rivale mais ne parviendra jamais à l'égaliser. Pepsi n'hésitera pas à employer des moyens marketing comme vendre des bouteilles plus grandes et moins chères pour attirer le plus de monde. Coca-Cola va devenir le fournisseur officiel des J.O. de Berlin en 1936 pour continuer son expansion en Europe, et pour la compagnie. Coca va définitivement gagner le marché européen car pendant ce temps Pepsi va rester cantonner au marché américain.

Après la guerre de 1939, les 2 compagnies de colas, vont négocier avec des hommes politiques pour conquérir et obtenir l'exclusivité dans certains pays afin de distribuer leurs boissons, c'est comme ça que Pepsi obtient le marché soviétique grâce à Nixon tandis que Coca-Cola obtient le marché de la Chine.

Dans les années 60 arrive l'avènement de la télé, les 2 producteurs en profitent pour se faire une bataille interposée à travers différents sports publicitaires afin de valoriser sa marque.

Arrive les années 70, Coca-cola voit ses ventes diminuer de plus en plus au profit de son concurrent Pepsi. C'est alors qu'arrive la décision qui va faire basculer le monde du cola, l'entreprise rouge va décider de changer le goût de son produit phare, le "Classic" va être remplacé par le "New Coke". Le "New Coke" a été un échec total, car la marque Coca était tellement ancrée dans l'esprit des gens que changer la formule était une insulte. Face à cet échec, Coca-Cola n'eut d'autres choix que de revenir à l'ancienne formule. Les ventes de coca s'envolèrent lorsqu'il le "New Coke" sortit des étalages ! Les gens avaient tellement peur de perdre à nouveau le "Classic" qu'ils en achetèrent en masse, et c'est ainsi que Pepsi perdit la guerre des colas et fut obligé de se diversifier.

Malgré la défaite sur le marché états-unien, Pepsi a des arguments à faire valoir et le plus intéressant est sans contestation l'étude du goût. Donc Pepsi décida de créer des publicités mettant en scène pepsi qui ridiculise Coca pour essayer de regagner le marché du cola. Pour toucher le plus grand nombre de personne Pepsi va utiliser des figures emblématiques (Le parrain) ou encore des grandes personnalités (Jimmy Hendrix, Michael Jackson, Puff Daddy)...



Cette image a été créée par BBDO, c'est une affiche publicitaire pour Pepsi-cola.

Cette image met en scène des distributeurs : un Pepsi et un Coca-cola en extérieur par un temps d'hiver.

Surement pour des raisons de droit d'auteur, le distributeur coca n'a pas le logo de coca. on le devine simplement.

On comprend que Coca n'aurait pas donné son accord pour voir son logo apparaître sur une pub contre lui.

Nous remarquons aussi qu'il y a de la neige et que le côté Pepsi est déblayé donc les gens y vont plus. On voit aussi au premier plan des empreintes de

pas qui semble converger vers le chemin déblayé. En bas à droite il y a le logo pepsi devant la neige. Le contraste important entre la neige et le logo permet de le voir facilement.

Pepsi montre à travers cette image que c'est lui le plus vendu et le plus bu.

On voit également que dans le froid et la neige seul pepsi a été déblayé même la maison est encore sous la neige.



We Love Coca-Cola.



Cette affiche a été créée par Impact echo et BBDO qui est une grande agence qui est une des seul qui a travailler beaucoup avec PEPSI.

Sur cette image il y a le slogan "We love Coca-cola" fait par Pepsi mais avec une certaine ironie.

en y regardant de plus près nous pouvons voir que l'image a été faite le 1er avril donc poisson d'avril ou en anglais April fool, il s'agit donc bien d'un canular fait par Pepsi les gens en riront, et s'en souviendront, donc, il s'agit tout de même d'un affiche publicitaire derrière ses allures de canular. nous pouvons voir que c'est une pub simple qui ne présente pas de photo en fond mais il y a un contraste entre le slogan et le fond bleu, qui rappelle Pepsi. "Pepsi" est bien rajouter en bas, c'est lui qui nous indique qu'il s'agit d'une farce, le "1st April 2000" nous le rapelle.





"You're fired, Jack. The lab results just came back, and you tested positive for Coke."

C'est une image caricaturale faite par Reynolds qui met en scène deux hommes.

Le premier a la bouche grande ouverte, comme si il criait, avec le bras tendu vers la porte. Il est assis dans un grand siège de bureau, et il porte une costume et une cravate, tout nous porte à croire qu'il s'agit d'un directeur

Sur le mur, on voit une capsule de bouteille géante au couleur de Pepsi avec "pepsi" de marqué en gros dessus. Ceci nous informe que nous sommes sûrement dans un bureau de Pepsi, les rideau au couleurs de Pepsi le confirme

Devant le bureau, on a un homme, sûrement Américain, pas très riche vu sa corpulence (ne rentre pas dans son pantalon), sur son pull, le logo et le nom de la marque y figurent, on peut donc en déduire qu'il travaille sur Pepsi.

Dans le pied de l'image, on voit le Texte : "You're fired Jack. The lab results just came back, and you tested positive for Coke." que l'on peut traduire par

"Tu es virée Jack. Les résultats du labo viennent juste d'arriver, et ton test est positif au coca." Ce texte confirme la version du patron qui virer son employé.

On voit aussi la rivalité que se livre Pepsi et Coca, au point que les patron considère leurs employé comme des traîtres si il consomme le produit rival.

Bien sur, il s'agit d'une caricature, le dessin exagère la réalité, mais il montre qu'il existe de réels tension entre Pepsi et Coca.



VIDEO 1

Description video :
Cette pub de 30secondes a été réalisée en 1993 par l'agence BBDO pour Pepsi. La BBDO a été fondée en 1928 et contient pret de 20 000employé. Elle possède 287 bureau dans 77 pays et elle siege a NewYork.Elle reçoit depuis 2006 le prix de réseau de l'année au festival de Canne. Cette vidéo met en scène un personnage interprétant Jimi Hendrix à ses 11ans dans la ville de Seattle.

Séquence 1: 2secondes

-Plan d'ensemble, vue d'ensemble de la rue, comprendre le contexte. On voit des gens qui traverse au second plan et une voiture qui passe au premier plan. -La caméra reste fixe pendant le plan. -Il y a du texte a l'écran "Seattle 1953"

Séquence 2: 1secondes

Caméra Fixe -Plan du trottoir, vue au genoux du personnage.-On voit le personnage au premier plan, avec des voitures a l'arrière plan-Situer le personnage dans le contexte.-Le personnage se ballade dans la rue, avec une part de pizza, il avance vers nous -Plan de face -Bruit de rue, Brouhaha en hors champs.

Séquence 3: 7secondes

Hendrix qui est en train de choisir entre un pepsi ou un coca. Succéssion de plan sur le distributeur de coca, puis hendrix, puis distributeur de pepsi, puis hendrix, puis distributeur de coca. Les plan change de plus en plus vite, et chaque plan est de plus en plus rapproché, zommé, vers les distributeur. Hendrix tourne la tête d'un distributeur a l'autre. Les distributeur sont rouge et bleu sur un mur peint en vert, les distributeur ressorte bien. La caméra reste fixe sur chaque plan, o a exactement le même plan de hendrix que dans la séquence 2. Les plan sont tous prit de front par rapport au sujet. Dans le dernier plan, hendrix court vers le distributeur de pepsi, hendrix est prit a moitié de dos.

Séquence 4 : 4secondes

Hendrix boit son Pepsi, puis voit le magasin de guitar juste a côté. Caméra fixe, Hendrix est prit de profil pendant qu'il boit son pepsi. Plan au buste, on entend Hendrix boire. Caméra fixe, on zoom progressivement sur la vitrine du magasin de guitar. Gros plan sur la tête de Hendrix, qui finit son pepsi, pour voire son expression émerveillé.

Séquence 5 : 2secondes

Caméra fixe, Plongé sur Hendrix, caméra placé derrière la vitrine du magasin, a la place de la guitare. Plan genoux sur Hendrix. Texte a l'écran "James Marshall Hendrix. Age 11", il nous apprend qu'il s'agit de Hendrix a l'age de 11ans. Pendant ce plan, on entend une musique de Hendrix joué a la guitar électrique en voix off.

Séquence 6 : 1seconde

Insert sur le corps de la guitare. la caméra reste fixe. rien ne bouge. la musique de hendrix a la guitar continue en voix off

Séquence 7 : 1 seconde

Insert sur la tête a Hendrix de profil. Il tourne la tête vers la caméra, pour montrer qu'il dirige son regard vers l'autre magasin a côté du distributeur de coca. On entend toujours la musique a la guitar en voix off.

Séquence 8 : 3seconde

Gros plan sur le distributeur de coca, on voit l'inscription au dessus "Accordions", nous informe qu'il s'agit d'un boutique d'accordéon. Brouhaha en hors champs. Deuxième plan : vue d'ensemble sur le distributeur de coca, et le magasin d'accordéon. On entend a ce moment la la même musique que dans les séquence précédente, sauf qu'elle n'est plus joué par guitar, mais par accordéon.

Séquence 9 : 1seconde

On quitte la scène avec hendrix, on a un plan sur fond noir avec un texte en blanc (ressort bien a cause du contraste), il y a écrit "Whew...That was a close one", qui signifie : "Ouf...C'est pas passé loin.", dans le sens ou l'on vient d'éviter une catastrophe. Donc, on sous entend que Hendrix fait de la guitar grâce a pepsi, si il avait fait de l'accordéon, cela aurrais été la faute a coca. On entend la fin de la musique joué par l'accordéon.

Séquence 10 : 3seocndes

Caméra fixe, a l'extérieur du magasin. On regarde a travers la porte ouverte. On voit Hendrix achetant sa première guitar. On entend de nouveau la chanson joué par la guitar + une voix off d'un homme annonçant le Slogan de Pepsi. On voit ensuite le logo de pepsi, que l'on peut trouver a chaque fin de pub.

Pepsi vs Coca



VIDEO 2

First we see that the scene that takes place in a bar. We see two peoples (an old person and a little girl probably his granddaughter) who are went up the busboy. At the background, we see other peoples talking at tables.

- 1) General Plan since the camera who is located behind the bar.
- 2) The little girl asks a pepsi at the busboy. When we see the little girl, the camera is located in the shoes of the busboy then the camera is inclined and vice versa.
- 3) The busboy serves him a Coke instead of Pepsi.
- 4) Starting of the music from the film "The Godfather" Very close up to the eyes of the little girl who is respond with a voice of gangsters, "Hey come here ..." the busboy returns and the little girl said "I want you to listen very carefully to what I'm going to tell you."..
- 5) The camera shows that everyone in the room is surprised and scared. She said: "We both know I've ordered a Pepsi Cola and now you've insulted me and my entire family by offering me this...whatever this is...to be a civilized person I'd like to give you the chance to make amends...capisci ?". The busboy goes up to the little girl to show that is submitted.
- 6) The busboy scared, running orders and serves a coke. The girl smiled and said "Thank you" with his real voice and then she drinks the pepsi. The music of "Godfather" stops.
- 7) The cook makes a bubble with his chewing gum that makes the sound of a gunshot. Everyone takes cover. A pepsi music comes.
- 8) The little girl enjoys drinking the Pepsi and said "Grazie!"
- 9) We see the Pepsi logo and slogan (a kind of advertisement)

Pepsi vs Coca



Conclusion

- Pepsi donne une image négative de Coca-Cola et le rabaisse en le plaçant plus bas que lui.
- Utilise des icônes populaire pour augmenter l'impact de leurs publicités

Dans sa publicité, Pepsi emploie différents procédés pour donner une image négative de Coca-Cola. Ils utilisent des personnages célèbres ou font des références à des choses connues de tous (film, musique, etc) pour toucher un large public de consommateurs en faisant référence à des choses que tous le monde connaît, y compris les moins instruits. Pepsi allie les références touchant un large public à de l'humour grandissant l'impact de leurs pubs. Mais un des atouts majeurs des publicités de Pepsi reste la rivalité qu'il montre pour Coca, en effet, dans beaucoup de publicités de Pepsi, Coca apparaît, et à chaque fois, il se fait ridiculiser, ce qui engendre les moqueries du public. Pepsi donne donc à Coca une image négative, le place plus bas que lui, et le discredite. Pepsi caricature Coca-Cola, et le place comme le "mauvais soda", pour se placer comme le "bon soda" dans ses publicités.



Webographie

- **Ressources en Images :**
- **Image Joy Of Pepsi :** <http://talpurimran.blogspot.com/>
- **Image BD :** <http://www.fanpop.com/spots/coke-vs-pepsi/images/4891337/title/coke-vs-pepsi-photo>
- **Vidéo Parrain :** <http://www.youtube.com/watch?v=0xtkwB--qdl>
- **Vidéo Jimmy Hendrix :** <http://www.youtube.com/watch?v=ao6JntNIPHc>
- **Information Historique :**
- **Site de Coca Cola :** <http://www.coca-cola-entreprise.fr/>
- **Site de Pepsi :** <http://www.pepsi.com/>

