

## Diagonales : Sainte Thérèse et le marketing

30-10-2012

Des chercheurs en sciences du comportement de l'université de Bretagne-Sud ont déposé des tirelires dans une quinzaine de boulangeries bretonnes. Sur chacune des tirelires figuraient une invitation à effectuer un don en faveur d'une action humanitaire au Togo et une photo d'une jeune mère togolaise avec son enfant. Cinq tirelires affichaient le message : Donner = Aimer. Cinq autres, Donner = Aider. Les cinq dernières tirelires ne comportaient aucun message complémentaire. Les tirelires "Donner = Aimer" ont attiré un total de dons 1,7 fois supérieur à celui des tirelires "Donner = Aider", et 1,9 fois plus élevé que celui des tirelires sans slogan.

"Aimer, c'est donner", proclamait Thérèse de Lisieux. Voilà qui explique son succès.

Jean-Jacques  
Salomon

[jjsalomon@oomark.com](mailto:jjsalomon@oomark.com)