

Oui à une France dynamique

05-11-2006

Le récent film publicitaire d'IKEA tourne en dérision la déclinologie ambiante. A la France fatiguée et qui grogne, le groupe suédois propose de se lever du bon pied en dormant mieux... dans un lit IKEA. La pub ratisse large : toutes les catégories socio-professionnelles peuvent s'y retrouver. Le clip pourrait se conclure sur un « votez Ségolène » aussi bien qu'avec son « votez IKEA ».

Le commentaire oomark

C'est en réalité de se lever dont il est question dans le message. Le lit n'est utile que parce qu'il permet de se tenir debout et droit. Chacun sait qu'à rester trop allongé, on finit par broyer du noir et que l'optimisme revient dès qu'on passe à la verticale. Avec cette annonce, IKEA fait le pari que la France aspire à se redresser et que les Français souhaitent se prendre eux-mêmes en charge. Tels ces sièges que les Précieuses Ridicules rebaptisent « commodités de la conversation », voici le lit érigé en levier de l'action. Comme la poésie, la publicité anticipe les tendances. L'audace ambiguë du film d'IKEA signale peut-être que le temps du sursaut collectif approche .