

Ipjmag - le magazine réalisé  
par les étudiants de l'IPJ

-- Business --

Business

**Le '#171; buzz  
marketing '#187; de  
Borat**

Pascal Dronne [28ème promotion]  
mardi 7 novembre 2006

**Pas encore à l'affiche, « Borat, leçons culturelles sur l'Amérique pour profit glorieuse nation Kazakhstan », film déléuré sur le reportage d'un journaliste kazakh aux Etats-Unis, est déjà célèbre. Ce, grâce à un bouche-à-oreille savamment orchestré par la Fox, distributeur du film, en particulier sur Internet.**

Son nom ? Sagdiyev. Borat Sagdiyev, deuxième meilleur journaliste du Kazakhstan, désormais célèbre dans le monde entier pour son reportage sur les Etats-Unis. Le personnage incarné par Sacha Baron Cohen s'est notamment fait connaître sur la Toile. La Fox, distributeur du film, a organisé savamment la promotion de cette réalisation déjantée. Tout a été fait pour créer « un système de type épidémique ou pyramidal »\*, base du « buzz marketing » ou marketing viral, sorte de bouche-à-oreille dirigé. Mais chut ! « Nous n'allons tout de même pas vous dévoiler notre stratégie autour de Borat », concède, amusée, Cécile Rebbot, chargée de communication à la Fox.

Sur Internet, le [site officiel](#) a servi de vitrine à la promotion du film. Les vidéos de Borat mises en ligne sur cette adresse ont été reprises sur des sites non-officiels. Le virus kazakh a ainsi été lancé. Tapez « Borat » sur YouTube ou DailyMotion : des centaines de vidéos s'affichent. Une publicité à peu de frais pour la Fox. Une technique déjà utilisée il y a quelques années par la marque de lingerie Aubade. Les économiseurs d'écran disponibles en ligne de mannequins en soutien-gorge lui avaient assuré une notoriété rapide.



Un autocollant et un tee-shirt à l'effigie de Borat ont été distribués aux étudiants lors d'une avant-première organisée au Planet Hollywood à Paris.

Surtout, le web permet de cibler un public jeune, plus susceptible d'être intéressé par le style déléuré de Borat qu'un couple de retraités. Pour preuve, une avant-première, réservée aux étudiants des grandes écoles, a été organisée à la mi-octobre au Planet Hollywood des Champs-Élysées à Paris. Que dire enfin de la consécration du journaliste Borat par ses confrères du Monde ! Deux articles en l'espace de deux semaines au début du mois d'octobre. L'un sur une avant-première réservée à la presse à l'hôtel George V, l'autre sur la colère du président kazakh devant l'image donnée de son pays par le film. Pour l'instant, le buzz sur Borat est une réussite. A confirmer dans les salles à partir du 15 novembre.

\**Le marketing, fondements et pratiques*, 4e édition, Broché, pp 449, Pierre-Louis Dubois, Alain Jolibert.

L'organisation d'une communauté de "buzzers"

Sur le site [BuzzParadise](#), les internautes sont invités à buzzer sur des sujets en rapport avec leurs hobbies. L'agence de communication Vanksen gère ainsi la publicité de la Fox sur Borat. "Nous aidons les marques à concevoir des campagnes de communication par le bouche-à-oreille en

permettant aux leaders d'opinions de participer à des événements VIP, d'accéder à des informations exclusives ou de tester des produits en avant première", est-il écrit sur BuzzParadise.

Nicolas, 29 ans, a monté son [agence de communication événementielle](#) il y a un an et demi. "Je m'intéresse au buzz marketing, confie-t-il. C'est une technique qui possède énormément d'avenir dans la publicité." Inscrit sur BuzzParadise, il a été contacté pour partager des vidéos et images de Borat sur son [blog](#), en échange d'un kit composé d'un tee-shirt et d'un autocollant à l'effigie du journaliste kazakh, puis du fameux maillot de bain à bretelles. La bannière "virale" est également mise à disposition.

"Quand on s'inscrit sur BuzzParadise, on précise ses hobbies et on reçoit des courriels d'incitation au buzz en fonction", raconte Nicolas. La Fox n'est pas la première marque à utiliser ce bouche-à-oreille organisé. Sony BMG, Warner Bros ou encore Nokia s'en sont déjà servi pour lancer des produits. Preuve que le "buzz marketing" s'ancre comme un outil promotionnel à part entière.