

BAD BUZZ

RENAULT TWINGO



ANALYSE SITUATION

La nouvelle Renault Twingo en 2014 a suscité un bad buzz en raison d'une campagne sur Twitter qui a été perçue comme controversée. Cette situation a été amplifiée par des réactions négatives venant surtout de Belgique, provoquant des discussions sur la façon dont les entreprises gèrent leur image en ligne.



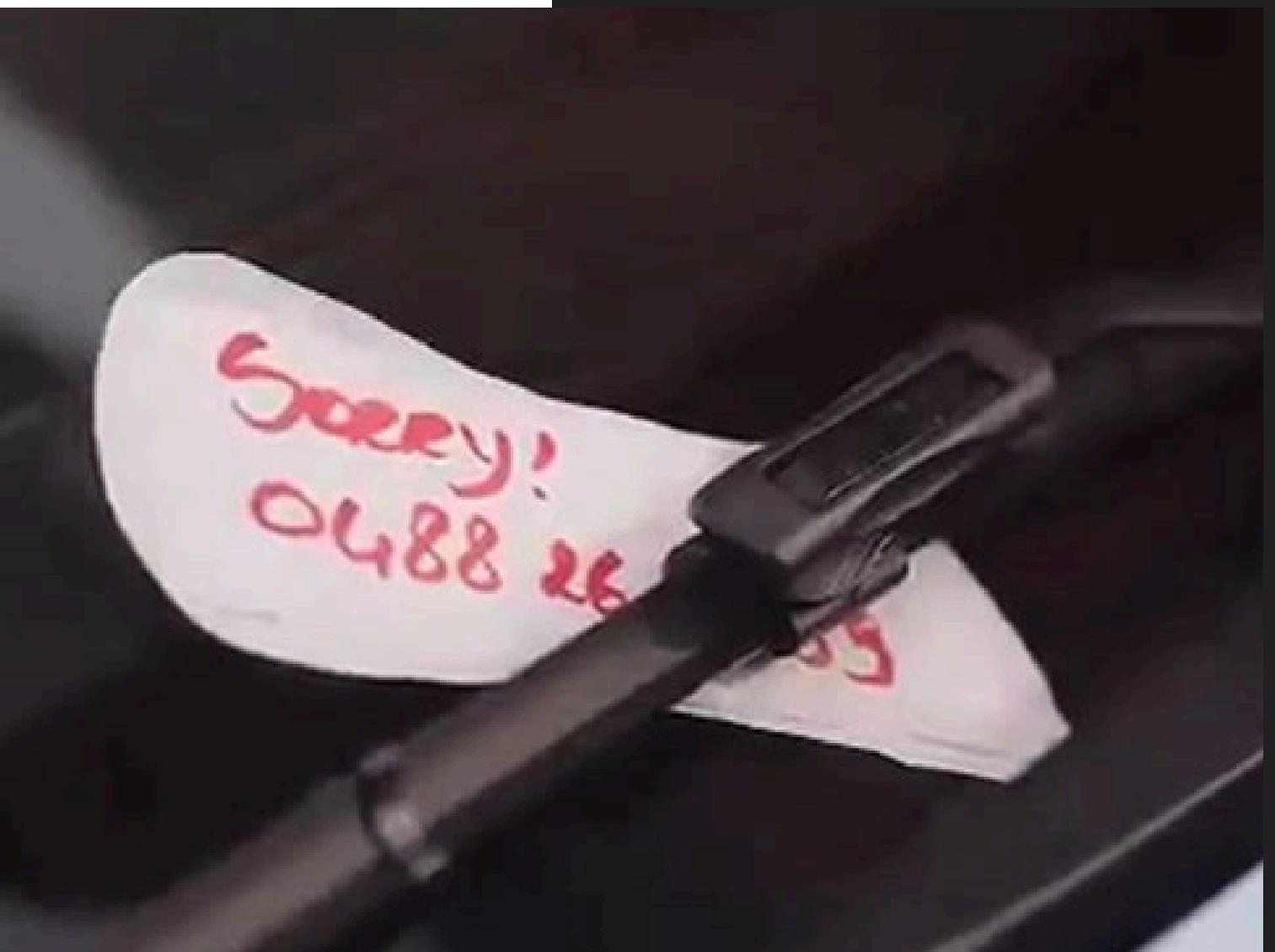
01

LA POLEMIQUE

Quel était cette polémique ?

Une campagne publicitaire concernant la nouvelle Renault Twingo . Cette campagne a généré un bad buzz en raison de jugements perçus sur le sexism, certaines critiques dénonçant un ton jugé inapproprié.

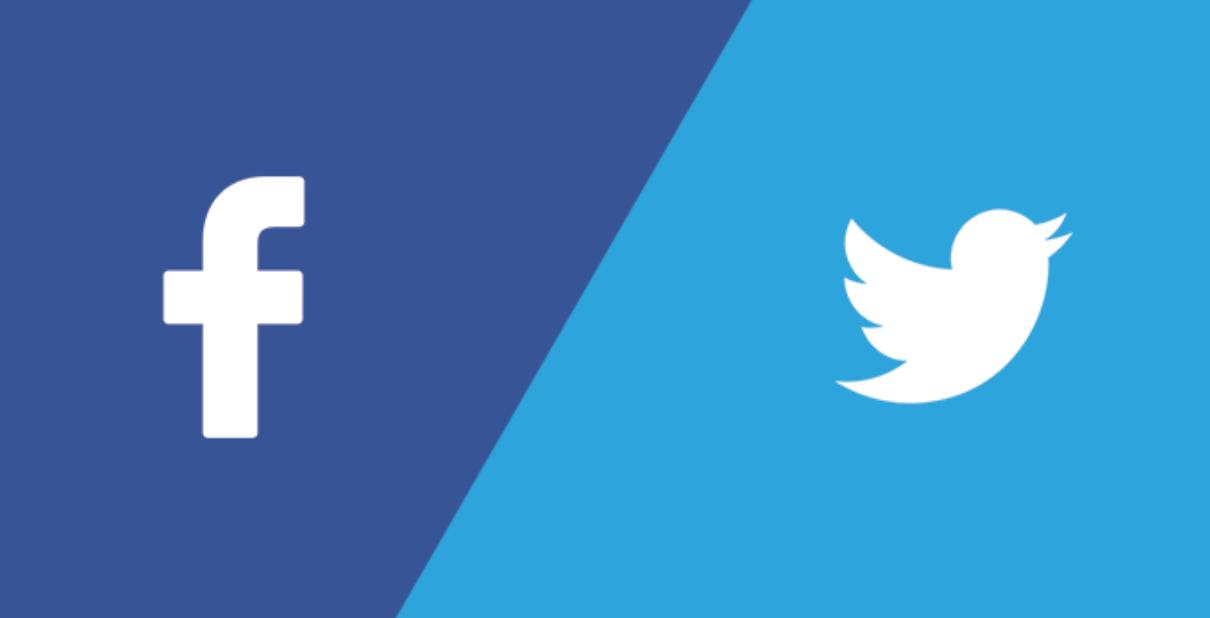
On y voit une jeune femme garer sa voiture sur le terre-plein central d'un rond-point puis noter son numéro sur une serviette hygiénique, qu'elle place sur le pare-brise. Les internautes n'ont pas apprécié ce cliché sexiste.



02

CANAUX DE DIFFUSION

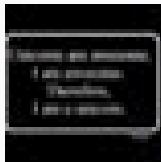
https://www.dailymotion.com/video/x22f69n_publicite-sexiste-de-la-renault-twingo_news



The image features two overlapping rectangular blocks. The left block is dark blue and contains a white Facebook 'f' logo. The right block is light blue and contains a white Twitter bird logo. They overlap in the center.

La vidéo a été publiée sur YouTube et Facebook, mais c'est via les réseaux sociaux que l'indignation s'est propagée, avec des partages et des articles dénonçant le spot.

03



Comme je suis une femme, je comprends pas tout trèèèèès
trèèèèès bien, mais est-ce que vous voulez dire par là que les femmes sont toutes
des débiles qui ne savent pas se garer ?

J'aime · Répondre ·  13 · 29 juillet, 18:47



[REDACTED] en plus d'être des connasses fières de ne pas respecter le code de la route en se garant n'importe où et incapables de faire un créno même avec une Twingo.

Je me demande si celles qui ont posé pour cette campagne de pub misogyne étaient au courant avant de se faire prendre en photo. Mais bon je suis aussi une femme, donc un peu limitée, je peux me tromper hihi. Sur ce je pars me garer sur une place handicapés avec mon mot d'excuses "Désolée, j'ai mes règles. Bisous"

J'aime · 17 · 29 juillet, 18:59



Renault BeLux Nous regrettons que la mise en ligne des vidéos s'adressant aux conductrices belges ait suscité des réactions négatives de la part de certains internautes. L'intention n'était guère de choquer. Renault Belgique a décidé hier de les retirer sur tous les sites concernés et présente ses excuses aux personnes qui auraient été heurtées.

J'aime ·  1 · il y a 18 heures

REACTIONS ET GESTION DE CRISE

Renault a retiré rapidement la publicité après la vague de critiques et a présenté des excuses, expliquant que la vidéo se voulait humoristique mais n'avait pas pour but d'offenser.

La filiale belge a donc renoncé à cette campagne et diffuse largement des messages d'excuses en réponse aux nombreuses plaintes postées sur sa page Facebook notamment.

L'entreprise a tout de même réussi à redresser son image en réagissant rapidement et en évitant d'autres erreurs similaires, Renault a pu limiter l'impact négatif et restaurer progressivement son image.



ERREURS COMMISES

05

Quelles erreurs ont été commises dans la communication de crise ?

- Manque d'anticipation des réactions négatives.
- Absence de tests auprès de panels variés avant diffusion.
- Stéréotypes inappropriés dans la publicité.

QUELS BONS RÉFLEXES AURAIENT DÛ ÊTRE ADOPTÉS ?

- Évaluer le contenu avec des experts en communication inclusive.
- Tester les campagnes avant diffusion.
- Avoir un plan de gestion de crise bien défini.

COMMENT ÉVITER CE TYPE DE SITUATION À L'AVENIR ?

07

- Faire une veille proactive sur les sensibilités sociétales.
- Engager une communication plus inclusive et réfléchie.
- Établir un dialogue constant avec le public pour mieux comprendre ses attentes.