

## [Pub: Gaz de Schiste, Promise Land & Matt Damon](#)



Le domaine des énergies est intégré au monde de la Pub et de la communication. Voici un très beau exemple d'un coup marketing du lobby de Gaz de Schiste en réaction au film **Promise Land** avec Matt Damon, Gus Van Sant et John Krasinski.

Sorti début 2013, cette fiction hollywoodienne présente l'actuelle chasse au Gaz de Schiste dans les campagnes américaines. On n'y parle argent, pouvoir, pollution et politique. Promise Land montre une partie de la face cachée de cette nouvelle ruée vers l'or bleu au grand regret du lobby gazier américain. Du coup, une campagne de pub a été réalisée pour contrer les répercussions négatives que pourraient générer ce film.

La controverse sur les forages de gaz de schiste grandi aux USA. Les millions de litres d'eau, de sable et de produits chimiques nécessaires à l'extraction du gaz ou du pétrole commencent à peser sur nouveau rêve américain d'indépendance énergétique et sur la santé des habitants. Matt Damon joue le rôle d'un cadre qui essaie d'acheter des concessions à des fermiers et Krasinski prend le rôle d'un pionnier qui tente d'éviter l'implémentation de forages dans sa région.

### **Le Lobby entre en jeu**



Le groupe Marcellus Shale Coalition représente les entreprises qui travaillent dans ce domaine (forage, outils, installation) et à décider de répliquer aux diffusions de ce film dans l'Etat de Pennsylvanie.

Marcellus a décidé de ne pas s'opposer frontalement à un film "*qui est une pure fiction qui ne reflète en aucun cas ce qui se passe réellement dans le monde du gaz de schiste*" selon le responsable de la communication de la coalition. Il souligne que cette industrie compte 240'000 jobs dans l'Etat.

## Pub de 15 secondes dans les cinémas

Ainsi l'industrie du gaz, réunie sous la bannière Marcellus Shale Coalition, a réalisé une pub de 15 secondes diffusée avant le film Promise Land dans tous les salles de cinéma de Pennsylvanie, USA. L'entreprise a également réalisé une plateforme (pas de gaz mais internet) afin de répondre à toutes les questions que le public pourrait se poser après avoir vu ce film. [LeanAboutShale.org](http://LeanAboutShale.org). (pas de bol, les gars qui ont fait ce site ont oublié de l'annoncer à Google et Bing. On ne peut pas être bon partout.)

Au lieu d'entrer en confrontation direct avec le film, la stratégie a été de montrer cette pub avant toutes les projections dans toutes les salles de l'Etat afin de créer un doute dans l'esprit du spectateur et de présenter Promise Land comme une fiction et non comme une réalité.

James Schamus, le CEO de Focus Features (le studio qui a produit ce film) souligne que la communication de Marcellus Shale Coalition n'est qu'une action de propagande. Il a ajouté, "*Pour être honnête, je ne peux pas m'offrir toute la propagande que les spécialistes de l'industrie du gaz de schiste ont monté pour combattre notre petit film. Ils sont vraiment très forts dans ce qu'ils font*

". "

*Gus Van Sant, Matt Damon et John Krasinski ont réalisé un excellent film sur ce qui arrive quand l'argent entre en collision avec les valeurs d'une petite ville. Je suppose que nous arrions dû prévoir ce qui arrive avec Marcellus*

".

Analyse: Laurent Horvath

Sources: ABC, Marcellus Shale Coalition

## Vidéo de la pub (en anglais)

{youtube}jKZk5H1f1o8|400|300|1{/youtube}

{rokcomments}