

## [Tribune] Empowerment

Publié par Jeanne Bordeau #MadameLangage le 24 août 2020 - mis à jour à 16:13

**Dans cette tribune, Jeanne Bordeau revient sur la notion d'empowerment et son retentissement dans la sphère du marketing client.**

Le mot court, court, court et a bousculé les liens des marques avec leurs publics depuis plusieurs années. Il a chaviré l'écriture et a créé un face à face de l'internaute avec la marque et libéré l'expression et les paroles de l'internaute qui se sent tout pouvoir d'interpeller, d'être un client adulte qui veut savoir, participe et vérifie la marque, ses offres, sa fiabilité et sa fidélité à sa raison d'être !

" **Empowerment** " est un concept qui fut popularisé par Barack Obama et garde un nombre d'interprétations importantes. Enraciné dans les cités de Chicago après la crise de 1929, le mot a longtemps ignoré les rivages de la marque et du marketing. On retrouve ce terme quand il nourrit l'engagement des féministes américaines.

Sa traduction en Français ? Autonomisation, affranchissement, accroissement de pouvoir. Certains préfèrent remplacer " empowerment " par " capacitation ", chez les canadiens notamment il est utilisé et tient son origine du latin " capax ", capacité. " **L'empowerment** " indique la **capacité d'un individu à prendre conscience de son pouvoir** et de sa liberté d'agir. Est-ce pour ces raisons que certains traduisent " empowerment " également par responsabilisation ? Sûrement. C'est un mot qui libère. C'est un mot qui nous met aussi face à nous-mêmes et à nos choix. " Empowerment ", synonyme de Liberté chérie ?

IPSOS confirmait en juin 2015 que le consommateur avait pris le pouvoir. Et ce pouvoir s'exprime au travers de deux attitudes : " moi consommateur " ma parole est d'or ! S'ajoute à cela un autre constat : " Ce n'est pas parce que les marques parlent, qu'on les écoute, qu'on leur répond, qu'on les vante. C'est parce qu'elles le méritent ", libre arbitre de l'acheteur ? Des mots cousins ont essaimé autour de " l'empowerment " : " consomm'acteur " et également " prosommateur ", l'individu là encore, maîtrise, il crée et produit ce qu'il souhaite acquérir ... tous ces concepts et nouveaux mots confirment l'autonomie du consommateur.

L'histoire continue. Bien des marques astucieuses et créatives ont pris le client digital à son propre jeu et mettent à profit la liberté nouvelle accordée pour enrôler le client, le rendre acteur, lui demander ses idées, **Sosh, ING et tant d'autres marques, Luko, Oscar, le sollicitent pour un avis, Revolut, Maison standard le consultent même pour fixer certains prix.** C'est une attitude intelligente, cela crée un lien, une implication qui ne peut que rétroagir sur la fidélisation complète du client dont toute marque rêve ! Le client devient co-créateur, contributeur. Alors, cette autonomisation ne devient-elle pas plus que liberté complète, discret enrôlement ...subtile extension de sens, n'est-ce pas. N'est-ce pas ? Le

consommateur devient ambassadeur de la marque, voire prescripteur d'opinion et participe à la notoriété d'une marque qu'il a conseillée et dont il est satisfait. On pourrait réinstaller un débat : dans cet écosystème discrètement réfléchi, qui tient qui par la barbichette ? Cet écosystème enrôlant est-il un réel affranchissement ? Quand la marque pendant ce temps avide de données analyse, cerne, trace et mémorise ce même consommateur libre (mais tellement regardé). #Liberté chérie ! Sera-t-il un jour prochain encore possible d'acheter, de se comporter et de penser, sans passer par les voies balisées du numérique ?

Avec la crise sanitaire la question reste posée, car la crise a provoqué deux attitudes opposées : l'achat digital amplifié, et le souhait, à l'inverse, d'un achat local immédiat et libre à de petits producteurs français que l'on cherche à soutenir. C'est une intéressante histoire. Le consommateur autonome sera-t-il celui qui choisit de marcher sur des voies inattendues, plus créatives, plus étonnantes ? Ou celui qui emprunte les grands chemins digitaux mondiaux ? Histoire à suivre.

**Jeanne Bordeau #MadameLangage, août 2020**