

Annexe 4. Grilles de l'hypothèse H3

Données	Jupiler	Asahi
Présence	Non	Non
Fréquence	—	—
Nature	—	—
Source	—	—
Destinataire	—	—
Objet	—	—
Place de l'égérie	—	—

Annexe 4. Grilles de l'hypothèse H3

Données	Côte d'Or	Meiji
Présence	Non	Oui
Fréquence	—	La totalité de la publicité repose sur un fond humoristique.
Nature	—	<p><i>Visuel</i> Version plus légère et humoristique des sept Dieux du Bonheur japonais.</p> <p>Kanji du jeu de mots mêlant le nom de l'égérie et la plaque en or pur faisant l'objet du concours.</p> <p>Plan et montage rapide amenant de la vitesse comique à la publicité.</p> <p>Les noms en Kanji des sept Dieux du Bonheur japonais mélangés à celui de l'égérie.</p> <p><i>Verbal</i> Jeu de mots à l'oral mêlant le nom de l'égérie et la plaque en or pur faisant l'objet du concours.</p> <p>Chacune des représentations des dieux complète la phrase en y apportant un mot. Ajoute de la vitesse comique.</p>
Source	—	Jun Matsumoto (égérie)
Destinataire	—	Les spectateurs.
Objet	—	Le nom de l'égérie (sans méchanceté) et les autres éléments.
Place de l'égérie	—	Met en place et délivre les jeux de mots sur son nom.

Annexe 4. Grilles de l'hypothèse H3

Données	AXA	SoftBank
Présence	Non	Oui
Fréquence	Trop subtil pour être perçu comme de l'humour.	Cette publicité fait partie d'une série d'annonces télévisées humoristiques. La comédie est la partie principale du concept.
Nature	—	<p><i>Visuel</i></p> <p>Le chien représente le père de famille et parle.</p> <p>L'égérie joue un alien et se fait respecter avec un regard autoritaire, symbolisé par des éclairs.</p> <p>Comparaison entre le service de connexion et le fait que les sourcils se touchent.</p> <p><i>Verbal</i></p> <p>Résulte en un jeu de mots entre le service et la situation.</p> <p>L'égérie délivre ses répliques et répète une partie de celles des autres sur un ton monotone.</p>
Source	—	Les personnages mettent en place l'humour sans en être conscients. Attention : ne pas confondre personnages et acteurs.
Destinataire	—	Le spectateur. Les personnages ne sont pas conscients de la comédie.
Objet	—	Le service.
Place de l'égérie	—	Personnage principal de la série, met en place l'humour avec l'aide des figurants, inconsciemment.

Annexe 4. Grilles de l'hypothèse H3

Données	Volkswagen	BMW
Présence	Oui	Non
Fréquence	Totalité est consacrée au côté humoristique. Inévitable afin de respecter l'esprit des personnages.	Trop subtil pour être perçu comme de l'humour.
Nature	<p><i>Visuel</i> Blague sur la courbe de la voiture.</p> <p><i>Verbal</i> Méprise entre voiture et droïde. Dynamique légère et peut rendre le tout amusant. Reproduit la rythmique des films Star Wars.</p>	—
Source	C3P0, R2D2 et L0-LA.	—
Destinataire	Le spectateur. Les personnages ne sont pas conscients de la comédie.	—
Objet	Le produit	—
Place de l'égérie	Source sans en être conscients.	—