

ANNEXES ELECTRONIQUES

Mémoire : « Analyse comparative de la
construction, de la représentation du genre et de la
présence de stéréotypes dans les publicités pour
parfums traditionnels et mixtes »

Mémoire réalisé par
Salomé Simons

Promoteur(s)
Sarah Sepulchre

Année académique 2017-2018
Master [120] en communication, à finalité spécialisée

Annexes électroniques

Sommaire

Annexes électroniques.....	0
1. Tableaux de Catherine Vallée-Dumas résumant les croyances stéréotypées selon Marc Préjean	2
2. Grille d'analyse de visuels selon Élisabeth Tissier-Desbordes.....	3
3. Tops des ventes 2017 de parfums	4
Analyses	6
1. Parfums traditionnels.....	6
1.1. Parfums pour femmes.....	6
1.2. Parfums pour hommes.....	32
2. Parfums déclinés	57
2.1. Duos de parfums sur une seule image (version duo)	57
2.2. Duos de parfums sur trois images différentes (versions féminine, masculine, duo)	71
3. Parfums mixtes.....	83
3.1. Publicités ne présentant pas de personnage	83
3.2. Publicités présentant au moins un personnage.....	89

1. Tableaux de Catherine Vallée-Dumas¹ résumant les croyances stéréotypées selon Marc Préjean²

Tableau 1.1

Les caractères attribués à la féminité comme propriétés selon Marc Préjean

Autonomie impuissance, objet, patient, paraître, dépendante, activité privée et domestique, obéissance, soumission, subordination et exécution de l'action, proie, victime, statut subalterne, assistée, matière, substance, abandon, peur, masochisme, faiblesse, docilité, paix.
Traits physiques cœur, imberbe, voix aiguë, seins volumineux, hanches larges, démarche sautillante, mouvement vers le bas, plus basse, plus penchée, courbée, plus effilée, plus petite, plus flexible, fragile, faible.
Mobilité Passivité, détente, repos, immobilité, en attente, sédentarisme, stabilité, fidélité, intérieur, accumule de l'énergie potentielle, gestation.
Intelligence Indécision, ignorance, désordre, chair, nature, distraction, désorientée, superficialité, légèreté, étourderie, rieuse, imprévisibilité, émotivité, intuition, sensibilité, sensualité, enfance, déséquilibre, caprice, pratique, terre-à-terre.
Qualités émotionnelles/interpersonnelles réceptivité, bonté, douceur, tendresse, gentillesse, délicatesse, souplesse, mollesse, chaleur, réserve, coopération, collaboration, partage, harmonie, générosité.

Tableau 1.2

Les caractères attribués à la masculinité comme propriétés selon Marc Préjean

Autonomie Puissance, sujet, agent, être, indépendant, autonome, activité publique, direction, initiation et guide de l'action, prédateur, statut supérieur, protecteur, énergie, essence, contrôle, vaillance, intrépidité, sadisme, force, guerre, conquête.
Traits physiques Cerveau, poilu, voix grave, poitrine plate, hanches étroites, démarche ferme, mouvements vers le haut, plus haut, plus droit, plus large, plus grand, plus solide, fort, fermeté.
Mobilité Activité, mouvement, nomadisme, instabilité, infidélité, extérieur, décharge de l'énergie potentielle, extériorisation.

¹ VALLEE-DUMAS, 2013, pp. 17-22.

² PREJEAN, 1994, p. 86.

Intelligence
Décision, connaissance, ordre, esprit, culture, vigilance, orienté, profondeur, sérieux, prévisibilité, raison, rationalité, logique, intelligence, adulte, maturité, équilibre, exigence, spéculation.
Qualités émotionnelles/interpersonnelles
Agressivité, rudesse, brutalité, rigidité, froideur, franchise, compétition, rivalité, confrontation, calcul.

2. Grille d'analyse de visuels selon Élisabeth Tissier-Desbordes³

Tableau 3
Éléments d'analyse et d'interprétation

Catégorie	Éléments	Exemples
1 – Analyse formelle	Medium Situation Taille, Couleur Typographie Texture Lumière Type d'iconographie	Presse, Télévision Dernière de couverture Demi-page, Couleur ou NB Types de caractères utilisés Papier, textile Sombre Photographie, dessin, infographie
2 – Les personnages	Nombre, Genre Habillement Postures tête, mains Expression Parties du corps mises en valeur	Homme ou femme Business ou sportswear Dynamique, lascive Face, profil, regard Au repos, en action, agressive, joie Découpage du corps, tronc, tête.
3 – Les objets	Nombre, Fonction Symbolique	Décoratif, utilitaire Luxe, domination
4 – Les textes	Catégories Mots Signifiés	Accroche, signature Descriptif
5 – Analyse artistique	Style Catégorie Angle de vue Focus Profondeur de champ Esthétisation	Classique, impressionniste Nature morte, paysage Frontal Flou ou direct Court ou profond Esthétique ou commercial
6 – Analyse interactive	Interaction entre les personnages Interaction entre les objets et les personnages Interactions entre les objets, les personnages et le texte Cohérence d'ensemble	Place de l'homme par rapport à la femme ou aux enfants. Prédominance des objets, utilisation ludique. Cohérence entre les éléments, redondance ou surprise
7 – Analyse interprétative	Objectifs de l'annonce Contexte Culture Auteur Processus rhétoriques	Faire aimer, informer Lien avec la marque et son histoire Limites culturelles Présupposés de l'auteur Analyse des figures de styles

³ TISSIER-DESBORDES, 2004, p. 72.

3. Tops des ventes 2017 de parfums

	Masculin.com	Prime Beauté	Cosmopolitain	Sephora.fr	Iciparisxl.be
1	Invictus de Paco Rabanne	Sauvage de Dior	Le Mâle de Jean-Paul Gaultier	Dior Sauvage	Dior Sauvage
2	1 million de Paco Rabanne	Bleu de Chanel	1 million de Paco Rabanne	Terre d'Hermès	Acqua di Gio de Giorgio Armani
3	Sauvage de Dior	Le Mâle de Jean-Paul Gaultier	Terre d'Hermès	Dior Homme Intense	Bleu de Chanel
4	Azzaro Wanted d'Azzaro	Terre d'Hermès	Only The Brave de Diesel	Le Mâle Jean-Paul Gaultier	Invictus de Paco Rabanne
5	Bleu de Chanel	Allure Homme Sport de Chanel	Dior Homme	1 million Paco Rabanne	Emporio You de Giorgio Armani
6	Boss Bottled d'Hugo Boss	Eau Sauvage de Dior	Eau Sauvage de Dior	Boss Botled Hugo Boss	1 million de Paco Rabanne
7	Le Mâle de Jean-Paul Gaultier	Spicebomb de Viktor & Rolf	Bleu de Chanel	Acqua di Gio de Giorgio Armani	Boss Botled Hugo Boss
8	La Nuit de l'Homme d'Yves Saint Laurent	1 million de Paco Rabanne	Boss Botled d'Hugo Boss	Eau Sauvage de Dior	Yves Saint Laurent Eau de Toilette
9	Acqua di Gio de Giorgio Armani	La Nuit de l'Homme d'Yves Saint Laurent	La Nuit de l'Homme d'Yves Saint Laurent	L'homme d'Yves Saint-Laurent	Chanel Allure homme sport
10	Pure XS de Paco Rabanne	Invictus de Paco Rabanne	Invictus de Paco Rabanne	Dior Homme	Le Mâle de Jean-Paul Gaultier
11		Habit Rouge de Guerlain		Invictus de Paco Rabanne	
12		Dior Homme de Dior		Azzaro Chrome	
13		Azzaro pour Homme d'Azzaro		La Nuit de l'Homme d'Yves Saint Laurent	
14		A*Men de Thierry Mugler		CK one	
15		Wanted d'Azzaro		Un Jardin sur le Nil d'Hermès	
16		Acqua di Gio de Giorgio Armani		Le Jardin de Monsieur Li d'Hermès	
17		Antaeus de Chanel		Fahrenheit de Dior	
18		L'Homme d'Yves Saint Laurent		Concentré d'orange verte d'Hermès	
19		L'Homme Idéal de Guerlain		Spicebomb de Viktor & Rolf	
20		Fahrenheit de Dior		Dior Homme Sport	

	Parfumerie Burdin	Prime Beauté	Cosmopolitain	Sephora.fr	Iciparisxl.be
1	Mon Paris d'Yves Saint Laurent	Coco Mademoiselle de Chanel	N°5 de Chanel	La vie est belle de Lancôme	Coco Mademoiselle de Chanel
2	La vie est belle de Lancôme	La vie est belle de Lancôme	Shalimar de Guerlain	J'adore de Dior	La vie est belle de Lancôme
3	Live Irrésistible de Givenchy	For Her de Narciso Rodriguez	Opium d'Yves Saint Laurent	Yes I Am de Cacharel	J'adore de Dior
4	Féerie Rubis de Van Cleef & Arpels	N°5 de Chanel	Angel de Thierry Mugler	Black Opium d'Yves Saint Laurent	Gabrielle Chanel de Chanel
5	La Panthère de Cartier	Angel de Thierry Mugler	J'adore de Dior	Si Passione de Giorgio Armani	Black Opium d'Yves Saint Laurent
6	La Nuit Trésor de Lancôme	La Petite Robe Noire de Guerlain	FlowerbyKenzo de Kenzo	La Petite Robe Noire de Guerlain	Si de Giorgio Armani
7	Loverdose de Diesel	J'adore de Dior	La vie est belle de Lancôme	FlowerbyKenzo de Kenzo	Chance Eau Fraîche de Chanel
8	Jaïpur Bracelet de Boucheron	Chance de Chanel	La Petite Robe Noire de Guerlain	Mon Guerlain de Guerlain	Coco Mademoiselle Intense de Chanel
9	FlowerbyKenzo de Kenzo	Narciso Poudrée de Narciso Rodriguez	Coco Mademoiselle de Chanel	Miss Dior de Dior	Scandal de Jean-Paul Gaultier
10	Acqua di Gioia de Giorgio Armani	Mon Guerlain de Guerlain	Miss Dior de Dior	Si de Giorgio Armani	Si Passione de Giorgio Armani
11	For Her de Narciso Rodriguez	Black Opium d'Yves Saint Laurent		Gucci Bloom de Gucci	
12	Parisienne de Yves Saint Laurent	La Fille de l'Air de Courrèges		Twilly d'Hermès (d'Hermès)	
13	Jeanne Lanvin de Lanvin	This is Her de Zadig & Voltaire		Scandal de Jean-Paul Gaultier	
14	Hypnôse de Lancôme	Le Classique de Jean-Paul Gaultier		Chloé de Chloé	
15	Alien de Thierry Mugler	Si de Giorgio Armani		La Nuit Trésor de Lancôme	
16	Kenzo Jungle de Kenzo	Alien de Thierry Mugler		Hypnotic Poison de Dior	
17	Angel de Thierry Mugler	Shalimar de Guerlain		Mon Paris d'Yves Saint Laurent	
18	Le Premier Parfum de Lolita Lempicka	Bonbon de Viktor & Rolf		Chloé Nomade de Chloé	
19	Burberry Brit de Burberry	Flowerbomb de Viktor & Rolf		Shalimar de Guerlain	
20	Very Irrésistible de Givenchy	Scandal de Jean-Paul Gaultier		La Nuit Trésor à la Folie de Lancôme	

Analyses

1. Parfums traditionnels

1.1. Parfums pour femmes

1.1.1 « La vie est belle » de Lancôme (2016)



Catégorie	Éléments	Publicité analysée
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : gris/argent, blanc, rose - Claire - Photographie - Couleur grise/argent : Paillettes/éclats de verre du décor, paillettes de la robe, bague, boucles d'oreilles, ruban autour du flacon + Couleur rose : parfum, couleur de peau + Rappel entre les paillettes du décor et de la robe
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps	- Une femme - Célébrité : Julia Roberts (actrice, née en 1967) - Robe de soirée - Debout, dynamique, avance/défile - De face - De face

	- Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Regarde vers le destinataire - Main gauche visible, mouvement de marche - Joyeuse, rayonnante - Visage, cheveux, décolleté (léger) - Bague en argent, maquillage - Intérieur, soirée, murs, magique
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face, éclairée - Avant-plan, coin inférieur gauche, moins d'1/4 de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Description du produit, nom du produit, slogan anglais, marque, lieu - « L'Eau de Parfum - La vie est belle - Life is beautiful. Live it your way - LANCÔME - PARIS » - Différentes polices + Une couleur : blanc + Slogan français > Marque > Description du produit > Slogan anglais
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan américain
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- L'actrice marche vers l'objectif/défile - Nulle - Nulle - La femme se dirige vers le parfum. « La vie est belle » semble confirmé par le grand sourire qu'elle affiche
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Lancôme - Joie, bien-être, bonheur, beauté, simplicité - Le tout laisse supposer que la femme est heureuse car « la vie est belle » grâce au parfum.

8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée (tailles, âges, domination/subordination/égalité...) - Stéréotypes véhiculés	- Femme : Confiante, heureuse, positive, jolie, sexy, mince, rayonnante - Femme : Jolie, soin de l'apparence, bijoux, femme d'intérieur, mince
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction descriptive : pas d'action particulière

1.1.2. « J'adore » de Dior (2016)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : jaune/or, rose, bleu, blanc - Claire - Photographie - Couleur jaune/or : cheveux, robe, bracelets, flacon, slogan + Couleur bleue : eau, ciel + Femme est la personnification du parfum + Rappel entre anneaux du bracelet et anneaux du flacon
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité	- Une femme - Célébrité : Charlize Theron (actrice, née en 1975)

	- Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Robe de soirée - Debout, dynamique, avance/défile - Entre de face et de profil - De face - Regarde au loin en haut à droite de l'image - Main gauche fort visible, main droite peu visible, mouvement de marche - Pensive, rayonnante, libre - Visage, cheveux, cou, épaule, bras, cuisse (légèrement), poitrine - Bracelets en or - Extérieur, jour, étendue d'eau, montagnes, ciel
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face, très éclairée - Arrière-plan, coin inférieur droit, 1/4 de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Marque, nom du produit, slogan anglais - « Dior j'adore THE ABSOLUTE FEMINITY » - Différentes polices + Deux couleurs : blanc et or + Nom du produit > Marque > Slogan anglais
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan américain
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- L'actrice marche vers l'objectif/défile - Nulle - Nulle - Le « j'adore » est exprimé par la femme, qui incarne par ailleurs « the absolute femininity »
7) Analyse interprétative	- Auteur	- Dior

	- Premières impressions - Interprétation	- Bien-être, bonheur, féminité, beauté, liberté, sensualité - Le tout laisse supposer que la femme « adore » la féminité absolue que le parfum lui procure, « adore » sa liberté.
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée (tailles, âges, domination/subordination/égalité...) - Stéréotypes véhiculés	- Femme : Confiante, heureuse, positive, jolie, sexy, mince - Femme : Jolie, sexy, soin de l'apparence, bijoux, mince + Contre-stéréotype : femme d'exérieur
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction descriptive : pas d'action particulière

1.1.3. « FlowerByKenzo » de Kenzo (2013)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : rouge, blanc, vert, gris - Claire - Deux photographies (l'une en dessous de l'autre) - Couleur rouge : coquelicots, lèvres, robe + - Couleur verte : tiges des coquelicots, végétation de la ville + Rappel entre coquelicot

		du flacon et coquelicots des deux photographies
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Une femme - Célébrité : Shu Qi (actrice, née en 1976) - Bretelle rouge - Statique, en observation - Presque de profil (droit) - De profil - Regarde au loin à droite de l'image - Non visibles - Admirative, pensive, joyeuse - Visage, cheveux, épaule (très légèrement) - Maquillage - Extérieur, jour, ville, Paris, fleuve, immeubles, végétation, ciel
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face - Avant-plan (devant les deux photographies à la fois), coin inférieur droit, 1/4 de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Nom du produit (inclut la marque), slogan anglais - « FLOWERBYKENZO for a beautiful world » - Différentes polices + Une couleur : noir + Nom du produit < Slogan anglais
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal pour la 1^{ère} photo ; en plongée pour la 2^{ème} photo - Gros plan pour la 1^{ère} photo ; plan d'ensemble pour la 2^{ème} photo
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s)	- L'actrice est figée, observe, admire - Nulle - Nulle - Le nom du parfum contient le mot fleur, tout comme le flacon en contient une. « Pour un

	et le texte/ Cohérence d'ensemble	monde beau » fait référence à la jolie femme et à la vue de la « belle » ville respectivement sur les deux photos. La femme observe probablement la ville remplie de fleurs.
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Kenzo - Bien-être, bonheur, féminité, beauté - Le tout laisse supposer que la femme admire la beauté de la ville que lui confèrent les coquelicots ; le parfum contenant un coquelicot permettrait donc de rendre le monde (plus) beau
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée (tailles, âges, domination/subordination/égalité...) - Stéréotypes véhiculés	- Femme : Heureuse, positive, jolie - Femme : Jolie, soin de l'apparence + Contre-stéréotype : femme d'extérieur
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction descriptive : pas d'action particulière

1.1.4. « Angel » de Mugler (2014)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs	- Couleurs : blanc, bleu, rose, gris/argent

	- Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Claire - Photographie - Couleur bleue : parfum, robe, fond de l'image + femme est personnification du parfum
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Une femme - Célébrité : Georgia May Jagger (mannequin, née en 1992) - Jupe bleue qui s'évapore en fumée et gouttes bleues - Debout, corps figé mais cheveux en mouvement - De face - De face - Regarde vers le destinataire - Tiennent le parfum - Mystérieuse, secrète, confiante - Visage, cheveux, épaule, décolleté, buste, mains - Maquillage (léger), bouteille de parfum - Irréel, magique, fond blanc avec bande bleue horizontale au milieu de l'image, sépare le corps de la femme en trois (tête, buste, jambes), fumée et gouttes bleues
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face, tenu dans les mains de la femme - Avant-plan (partagé avec la femme), centre de l'image, 1/9^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Nom du produit, slogan, marque, nom du mannequin, référence au site internet - « ANGEL BEWARE OF ANGELS Thierry Mugler GEORGIA MAY JAGGER DISCOVER YOUR FRAGRANCE AT MUGLER.COM » - Différentes polices + Deux couleurs : noir, blanc + Nom du produit > Marque > Slogan > Site internet > Nom du mannequin
5) Analyse artistique	- Angle de vue	- Frontal

	- Plan utilisé	- Plan américain
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- L'actrice est figée, fait face, observe, tient le parfum - Nulle - La femme et le parfum sont sur le même plan, la femme tient le parfum, elle semble le protéger ou se cacher derrière, voire sortir du parfum - Le nom du parfum, « Angel », peut signifier que la femme est un ange qui tient le flacon de parfum car elle en sort
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Thierry Mugler - Étrangeté, sérénité, puissance, féminité, beauté, sensualité - Le tout laisse supposer que la femme est un ange qui sort du flacon de parfum « Angel ». Le slogan « Beware of angels » nous met en garde contre les anges, ce qui se confirme avec l'air mystérieux de la femme
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée (tailles, âges, domination/subordination/égalité...) - Stéréotypes véhiculés	- Femme : Mince, jolie, sexy, puissante - Femme : Mince, jolie, sexy, partiellement dénudée, soin de l'apparence
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction narrative : la femme tient le parfum, semble en sortir, elle ne se contente pas juste d'être là

1.1.5. « Coco Mademoiselle » de Chanel (2014)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : blanc, rose, brun, gris/argent, noir - Claire - Photographie - Couleur blanche : robe, pull, capuchon du flacon, marque + Couleur rose : peau, parfum
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires	- Une femme - Célébrité : Keira Knightley (actrice, née en 1985) - Robe de soirée - Semi-allongée, lascive, corps figé mais cheveux en mouvement - Entre de face et de profil - Entre de face et de profil - Regarde vers le destinataire - Main gauche visible soutient la femme sur surface sur laquelle elle est allongée, main droite peu visible tient le pull de la femme - Mystérieuse, séductrice, libre - Visage, cheveux, épaule, décolleté, buste, mains - Maquillage, pull

	- Décor	- Intérieur, soirée, murs décorés, surface dure (sur laquelle elle s'appuie)
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face - Avant-plan, coin inférieur droit, 1/9 ^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Marque, nom du produit - « CHANEL COCO MADEMOISELLE » - Différentes polices + Deux couleurs : noir, blanc + Marque > Nom du produit
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan rapproché
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- L'actrice est figée, observe, séduit - Nulle - La femme tient son pull sur son épaule - Le « mademoiselle » contenu dans le nom du produit fait allusion à la femme
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Chanel - Beauté, féminité, sensualité, séduction, bien-être, liberté - Le tout laisse supposer que la femme se montre telle qu'elle est, belle et sensuelle
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée (tailles, âges, domination/subordination/égalité...) - Stéréotypes véhiculés	- Femme : Mince, jolie, sexy, - Femme : Mince, jolie, sexy, soin de l'apparence, femme d'intérieur
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction descriptive : pas d'action particulière

1.1.6. « La petite Robe noire » de Guerlain (2012)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir, blanc, rose - Claire - Dessin - Couleur blanche : fond, parties d'écriture + Couleur noire : femme et écriture + Couleur rose : flacon + Rappel entre la robe de la femme et celle sur le flacon + Rappel entre « La petite Robe noire » sur l'affiche et sur le flacon
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression	- Une femme - Irréel : dessin d'une femme en noir - Robe de soirée - Debout, pose - De face - De face - Non visible - Main gauche visible posée sur la hanche de la femme, main droite visible tient le parfum - Non visible

	- Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Non applicable - Collier, bracelets, chaussures à talons, bouteille de parfum - Fond blanc
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face - Arrière-plan (partagé avec la femme ; écriture en avant-plan), coin inférieur gauche, 1/12^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Marque, description du produit, nom du produit, signature du dessinateur, site internet - « GUERLAIN MON NOUVEAU PARFUM La petite Robe noire GUERLAIN.FR » - Différentes polices + Deux couleurs : noir, blanc + Marque > Nom du produit
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan moyen
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- L'actrice est figée, séduit, s'affiche, tient le parfum - Nulle - La femme tient le parfum au bout de ses doigts - Une « petite Robe noire » se retrouve à la fois dans les écritures (deux fois), que sur le flacon de la bouteille ou dans l'habillement de la femme
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Guerlain - Beauté, féminité, bien-être, liberté - Le tout laisse supposer que la femme se montre telle qu'elle est, belle et sensuelle
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Femme : Mince, sexy, bijoux

	- Stéréotypes véhiculés	- Femme : Mince, sexy, soin de l'apparence
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction descriptive : pas d'action particulière, elle ne fait que tenir le parfum au bout du bras

1.1.7. « Black Opium » d'Yves Saint Laurent (2014)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir, blanc, rose - Sombre - Photographie - Couleur blanche : écritures, lumières + Couleur noire : cheveux, veste, flacon, vernis, fond + Couleur rose : flacon, peau + Rappel flacon en avant-plan et sur la photo + Femme est la personnification du parfum (cœur/peau rose et contour/veste et cheveux noirs)
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps	- Une femme - Célébrité : Edie Campbell (mannequin, née en 1990) - Veste - Dynamique et lascive, Appuyée contre un mur, se met du parfum - De face

	- Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Entre de face et de profil - Regarde vers le destinataire - Main gauche non visible, main droite visible tient le parfum et en asperge le cou de la femme - Sensuelle, mystérieuse - Visage, cheveux, décolleté, main - Vernis, bouteille de parfum, maquillage - Soirée, mur, vitre, lumières floues, ciel noir
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Deux bouteilles de parfum - De face (dans les deux cas) - 1^{ère} : Avant-plan, coin inférieur droit, moins d'1/9^{ème} de l'image ; 2^{ème} : Plan du milieu (partagé avec la femme), centre, moins d'1/12^{ème}
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Signature de la marque, nom du produit, marque, description du produit - « YSL BLACK OPIUM YVES SAINT LAURENT THE NEW FEMININE FRAGRANCE » - Différentes polices + Une couleur : blanc + Signature Marque > Nom du produit > Marque > Description du produit
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan rapproché
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- L'actrice est figée, séduit, s'affiche, tient le parfum et s'en asperge - Nulle - La femme tient le parfum dans sa main et s'en asperge le cou - Nulle
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions	- Yves Saint Laurent - Sombre, beauté, féminité, sensualité

	- Interprétation	- Le tout laisse supposer que la femme se montre telle qu'elle est, belle et sensuelle grâce au parfum « Black opium » qu'elle porte
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée (tailles, âges, domination/subordination/égalité...) - Stéréotypes véhiculés	- Femme : Jolie, sexy, vernis - Femme : Jolie, sexy, soin de l'apparence, femme d'intérieur
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction narrative : la femme s'asperge du parfum dans le cou

1.1.8. « Si » de Giorgio Armani (2015)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir, blanc, rose, blond - Claire - Photographie - Couleur rose : écritures, flacon, peau + - Couleur noire : capuchon du flacon, veste
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité	- Une femme - Célébrité : Cate Blanchett (actrice, née en 1969)

	- Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Veste - Pose, corps figé - Entre de face et de profil - De face - Regarde vers le destinataire - Non visibles - Joyeuse, secrète, positive, confiante - Visage, cheveux, décolleté(très légèrement) - Nul - Fond blanc
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face - Avant-plan, coin inférieur droit, moins d'1/12^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Nom du mannequin, marque, nom du produit, slogan - « Cate Blanchett GIORGIO ARMANI Sì #SaySì » - Différentes polices + Deux couleurs : noir, rose + Nom du produit > Marque > Slogan > Nom du mannequin
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan rapproché
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- L'actrice est figée, séduit, s'affiche - Nulle - Nulle - Nulle
7) Analyse interprétative	- Auteur	- Giorgio Armani

	- Premières impressions - Interprétation	- Clarté, simplicité, beauté, féminité, joie, bien-être, sérénité - Le tout laisse supposer que la femme se montre telle qu'elle est, belle et sûre d'elle grâce au parfum « Si » qu'elle porte
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée (tailles, âges, domination/subordination/égalité...) - Stéréotypes véhiculés	- Femme : Jolie, confiante, positive, naturelle - Femme : Jolie
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction descriptive : pas d'action particulière

1.1.9. « Shalimar » de Guerlain (2008)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir, blanc, orange, bleu - Claire - Photographie - Nul
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité	- Une femme - Célébrité : Natalia Vodianova (mannequin, née en 1982)

	- Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Nul - Lascive, corps figé, s'exhibe, semi-allongée - De face - De face - Regarde vers le destinataire - Main gauche non visible et main droite visible cachent la poitrine nue de la femme - Mystérieuse, sensuelle, séductrice - Visage, cheveux, buste, peau nue, main - Nul - Fond sombre
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face - Avant-plan, coin inférieur gauche, plus d'1/4 de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Nom du mannequin, marque, nom du produit, slogan - « GUERLAIN SHALIMAR www.guerlain.com » - Différentes polices + Une couleur : blanc + Marque > Nom du produit
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan rapproché
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- L'actrice est figée, séduit, s'exhibe - Nulle - Nulle - Nulle
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Guerlain - Séduction, beauté, étrangeté, simplicité

		- Le tout laisse supposer que la femme se montre telle qu'elle est, belle au naturel
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée (tailles, âges, domination/subordination/égalité...) - Stéréotypes véhiculés	- Femme : Jolie, sexy, mince, naturelle, mystérieuse - Femme : Jolie, sexy, dénudée, mince, femme d'intérieur
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction descriptive : pas d'action particulière

1.1.10. « Scandal » de Jean Paul Gaultier (2017)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir, blanc, rouge, rose - Claire - Photomontage entre photographie et article de journal - Couleur rose : flacon, peau, soutien-gorge, rouge à lèvres + Rappel entre jambes de la femme et jambes du flacon
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité	- Une femme - Célébrité : Vanessa Axente (mannequin, née en 1995)

	- Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Soutien rose, robe noire transparente - Debout, dynamique, traverse la page, s'exhibe - De face, penchée en arrière - Entre de face et de profil - Regarde vers le destinataire - Main gauche et main droite visibles tiennent et arrachent la page - Séductrice, confiante, joyeuse, libre - Visage, cheveux, buste, décolleté, cuisse, main - Collier, bracelet, maquillage - Page/la une d'un journal (à travers duquel la femme passe), dessin d'un bâtiment en noir et blanc
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face - Avant-plan, coin inférieur droit, 1/4 de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Nom du produit, contenu de l'article de journal, description du produit, contenu de l'article de journal, marque - « SCANDAL [Voir page] LA NOUVELLE EAU DE PARFUM [Voir page] Jean Paul GAULTIER » - Différentes polices + Deux couleurs : rouge, noir + Nom du produit > Marque > Description du produit > Contenu de l'article de journal
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan italien
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s)	- L'actrice traverse la page, s'exhibe, séduit, - Nulle - Nulle

	- Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- La femme interagit avec le décor, ce qui va dans le sens du texte « Scandal ». Le contenu de l'article parle de la femme, ministre, qui va dans une boîte de nuit durant la nuit. Cela correspond au flacon qui représente les jambes (de la ministre) qui plongent dans le Scandal/le parfum.
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Jean Paul Gaultier - Originalité, séduction, beauté, féminité, joie, liberté, sensualité - Le tout laisse supposer que la femme brise les codes, elle fait scandale car c'est une ministre qui fréquente les boîtes de nuit. Elle n'a pas peur de s'exhiber et de vivre comme elle l'entend. Son métier de ministre montre que les femmes peuvent exercer ce métier aussi.
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée (tailles, âges, domination/subordination/égalité...) - Stéréotypes véhiculés	- Femme : Jolie, sexy, mince, épanouie, confiante, métier masculin >> érotisation - Femme : Jolie, sexy, mince, partiellement dénudée, soin de l'apparence, bijoux, érotisation + Contre-stéréotype : femme d'extérieur, monde du travail
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction narrative : la femme déchire le décor en le traversant, s'affirme en s'exhibant

1.1.11. « Mon Paris » d'Yves Saint Laurent (2016)

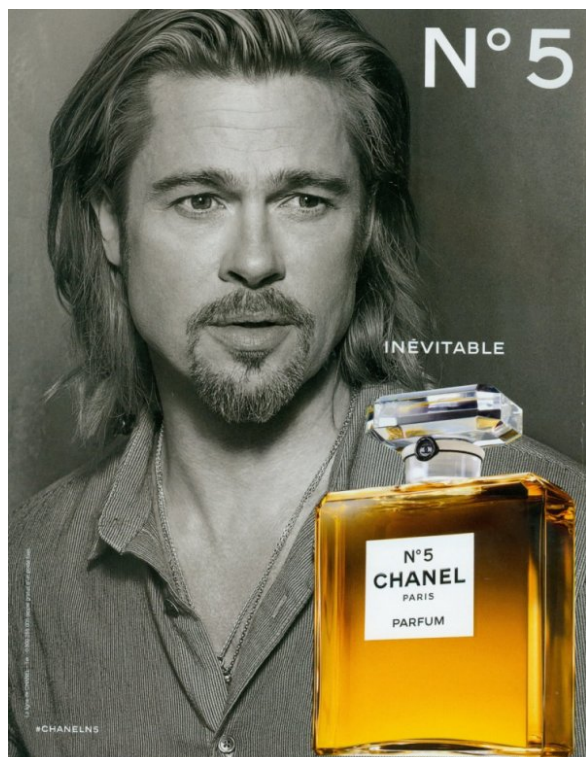


Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir, blanc, rose, gris - Claire - Photographie - Couleur rose : coucher de soleil, parfum + Rappel formel entre la cravate dénouée de la femme et le ruban du flacon
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard	- Une femme et un homme - Célébrités : Crista Cober (mannequin, née en 1986) et Jérémie Laheurte (mannequin, né en 1990) - Femme : Chemisier blanc, cravate noire dénouée. Homme : t-shirt noir - Couchés, enlacés. - Femme : de face, penchée en arrière. Homme : entre de face et de profil, penchée en avant. - Femme : entre de face et de profil. Homme : de profil - Femme : regarde vers le destinataire. Homme : regarde vers la droite de l'image, vers la femme.

	- Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Tous les deux une main visible, serrant le corps de l'autre. - Femme : séductrice, sensuelle, exaltée. Homme : sensuel, amoureux. - Femme : visage, décolleté - Cravate dénouée, vernis, maquillage - Extérieur, jour (crépuscule), ville, sol en béton, Tour Eiffel illuminée, coucher de soleil
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face - Avant-plan, coin inférieur droit, 1/9 de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Signature de la marque, Nom du produit, marque, description du produit - « YSL Mon Paris Yves Saint Laurent LE NOUVEAU PARFUM FÉMININ » - Différentes polices + Deux couleurs : blanc, noir + Signature marque > Nom du produit > Marque > Description du produit
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan rapproché, photographie à l'envers (haut et bas presque inversés)
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- Les deux mannequins s'enlacent sur les toits parisiens - Très proches, contacts, enlacements - Nulle - L'image montre une étreinte amoureuse sur les toits de la capitale française, devant la Tour Eiffel, ce qui se rapproche de « Mon Paris ». Les deux mannequins s'approprient la ville pour vivre leur passion.
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Yves Saint Laurent - Séduction, liberté, complicité

		- Le tout laisse supposer que Paris leur appartient, c'est le terrain qu'ils ont choisi et se sont appropriés pour s'aimer.
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée - Stéréotypes véhiculés (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Couple : érotisation, complicité, liberté, désir - Femme : Jolie, sexy, mince, partiellement dénudée, soin de l'apparence + Couple : domination masculine (se trouve au-dessus de la femme) + Contre-stéréotype Femme : femme d'extérieur
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction narrative : le couple s'enlace sur les toits, devant un coucher de soleil sur Paris et la Tour Eiffel

1.1.12. « N°5 » de Chanel (2012)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir, blanc, orange - Claire - Photographie - Nul
2) Les personnages	- Nombre, Sexe	- Un homme

	- Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Célébrité : Brad Pitt (acteur, née en 1963) - Chemise - Statique - De face - Entre de face et de profil - Regarde au loin à droite de l'image - Non visibles - Intrigué, doute - Visage, cheveux, décolleté - Collier - Fond uni sombre
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - Presque de face, seul élément de l'image en couleur - Avant-plan, coin inférieur droit, 1/4 de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Nom du produit, slogan, marque et nom du produit - « N°5 - INEVITABLE #CHANELN5 » - Une police + Une couleur : blanc + Nom du produit > Slogan > Marque et nom du produit
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan rapproché
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- L'acteur est figé, observe - Nulle - Nulle - L'écriture « inévitable » semble destinée au parfum « N°5 »
7) Analyse interprétative	- Auteur	- Chanel

	- Premières impressions - Interprétation	- Originalité, intrigue, séduction, virilité - Le tout laisse supposer qu'il est tellement inévitable de porter le parfum Chanel « N°5 » que même un homme vient à le porter. Cela casse les codes car on pense ce parfum destiné aux femmes, ce sont toujours des femmes qui l'ont représenté en publicité.
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée (tailles, âges, domination/subordination/égalité...) - Stéréotypes véhiculés	- Homme : viril, séducteur - Homme : viril
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction descriptive : pas d'action particulière

1.2. Parfums pour hommes

1.2.1. « Sauvage » de Dior (2015)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir, blanc, bleu, rose, beige - Claire - Photographie - Couleur noire : veston, flacon, cheveux, tatouages + Couleur bleue : chemise, flacon

2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Un homme - Célébrité : Johnny Depp (acteur, né en 1963) - Chemise, veston - Debout, dynamique, en observation - Entre de face et de profil - De face - Regarde vers la droite de l'image - Main gauche et main droite visibles, main droite retrousse la manche du bras gauche - Pensif, secret, confiant, libre, virilité - Visage, cheveux, tronc, avant-bras - Boucle d'oreille, bracelets, bagues, tatouages - Extérieur, journée, ciel, végétation sèche, montagne
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face - Avant-plan, coin inférieur droit, 1/6^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Nom du produit, description du produit, marque - « SAUVAGE THE NEW FRAGRANCE DIOR » - Différentes polices + Une couleur : blanc + Nom du produit > Marque > Description du produit
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan « taille »
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s)	- L'acteur retrousse ses manches, regarde au loin, s'exhibe - Nulle - Nulle - Le mot « sauvage » va dans le sens du genre de l'homme et le décor derrière

	et le texte/ Cohérence d'ensemble	
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Dior - Force, virilité, puissance, réflexion - Le tout laisse supposer que l'homme est sauvage, cela se confirme par son regard sérieux, presque « dangereux » et par ses tatouages. Cela laisse également supposer que la terre est sauvage, tout comme l'homme, qui se retrouve alors dans son élément.
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée (tailles, âges, domination/subordination/égalité...) - Stéréotypes véhiculés	- Homme : viril, confiant, actif, libre, aventurier - Homme : fort, confiant en soi, homme d'extérieur
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction narrative : l'homme se retrouve les manches, se prépare en regardant au loin

1.2.2. « Bleu de Chanel » de Chanel (2014)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière	- Couleurs : bleu, rose, noir - Sombre

	- Type d'iconographie - Rappel formel	- Photographie - Couleur noire : capuchon du flacon, cheveux, fond + Couleur bleue : chemise, veste, yeux, flacon + Homme est la personnification du parfum (cheveux/capuchon noirs, buste/flacon bleus)
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Un homme - Célébrité : Gaspard Ulliel (acteur, né en 1984) - Chemise, veste - Statique, en observation - De face - Entre de face et de profil - Regarde légèrement vers la droite de l'image - Non visibles - Pensif, secret - Visage, cheveux, yeux - Nul - Fond flou presque uni (bleu/noir)
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face - Avant-plan, coin inférieur droit, moins d'1/4 de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Marque, description du produit - « CHANEL LA NOUVELLE EAU DE PARFUM » - Une police + Une couleur : blanc + Marque > Description du produit
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan rapproché
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s)	- L'acteur est figé, observe - Nulle - Nulle

	- Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- L'ensemble de l'image possède beaucoup de bleu, ce qui rappelle le nom du parfum
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Chanel - Réflexion, simplicité, sérénité - Le tout laisse supposer que l'homme est la personnification du parfum, « simple » (sans artifice) et bleu, tout comme le flacon.
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée (tailles, âges, domination/subordination/égalité...) - Stéréotypes véhiculés	- Homme : confiant, naturel - Homme : confiant en soi
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction descriptive : pas d'action particulière

1.2.3. « Boss bottled » de Hugo Boss (2017)

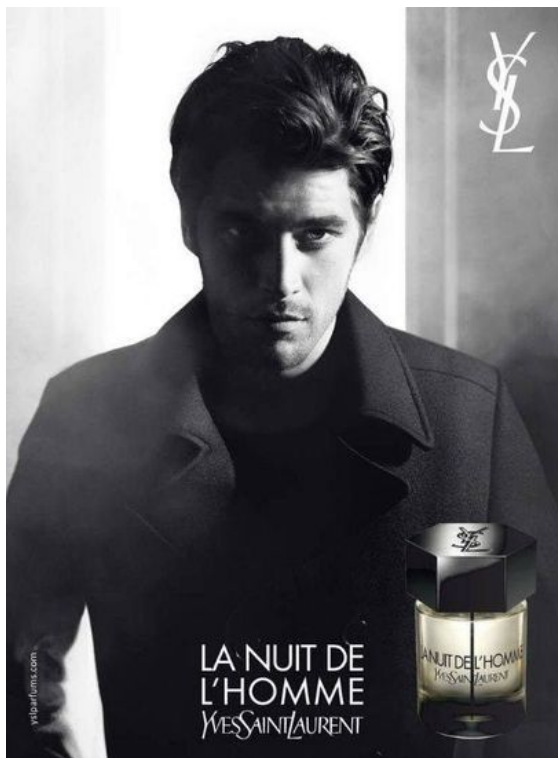


Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie	- Couleurs : noir, blanc, rose, bleu, gris, or - Claire - Photographie

	- Rappel formel	- Nul
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Un homme - Célébrité : Chris Hemsworth (acteur, né en 1983) - Chemise, veste, cravate - Debout, dynamique, avance/défile - De face - De face - Regarde vers le destinataire - Non visibles - Déterminé, virilité, confiant, séducteur - Visage, carrure - Nul - Extérieur, jour, ville, pont, buildings, ciel
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face - Avant-plan, coin inférieur droit, 1/6^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Marque, nom du produit, slogan, nom du mannequin - « BOSS HUGO BOSS BOSS BOTTLED #MANOFTODAY CHRIS HEMSWORTH » - Différentes polices + Une couleur : blanc + Marque > Nom du produit > Slogan > Nom du mannequin
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan rapproché
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s)	- L'acteur marche vers l'objectif/défile, regarde fixement - Nulle - Nulle

	et le texte/ Cohérence d'ensemble	- L'homme incarne le slogan de « man of today » à la ville
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Hugo Boss - Virilité, détermination, séduction, force - Le tout laisse supposer que l'homme incarne l'homme moderne, le « man of today » de la ville, a confiance en lui grâce au parfum « Bos Bottled ».
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée (tailles, âges, domination/subordination/égalité...) - Stéréotypes véhiculés	- Homme : confiant, viril, actif - Homme : confiant en soi, fort, homme d'extérieur, monde du travail
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction descriptive : pas d'action particulière

1.2.4. « La nuit de l'homme » de Yves Saint Laurent (2015)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie	- Couleurs : noir, blanc, beige - Sombre - Photographie

	- Rappel formel	- Nul
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Un homme - Célébrité : Vinnie Woolston (mannequin, né en 1985) - T-shirt, veste - Statique, en observation - De face, penchée en avant - De face - Regarde vers le destinataire - Non visibles - Déterminé, de défi, virilité, secret, confiant - Visage - Nul - Intérieur, fumée, fond flou sombre et très lumineux
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face, légèrement penché en avant, éclairé - Avant-plan, coin inférieur droit, 1/9^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Signature de la marque, nom du produit, marque - « YSL LA NUIT DE L'HOMME YVES SAINT LAURENT » - Différentes polices + Une couleur : blanc + Signature de la marque > Nom du produit > Marque
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan rapproché
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s)	- L'acteur est figé, regarde fixement, défie - Nulle - Nulle

	et le texte/ Cohérence d'ensemble	- Le nom du parfum évoque l'homme et son environnement, « la nuit » justifie l'environnement sombre
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Yves Saint Laurent - Virilité, détermination, mystère, sombre - Le tout laisse supposer que l'image illustre le nom du parfum, avec un homme dans la nuit. L'homme se trouve dans une atmosphère mystérieuse
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée (tailles, âges, domination/subordination/égalité...) - Stéréotypes véhiculés	- Homme : confiant, viril, actif - Homme : confiant en soi, homme d'extérieur
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction descriptive : pas d'action particulière

1.2.5. « Terre d'Hermès » de Hermès (2012)



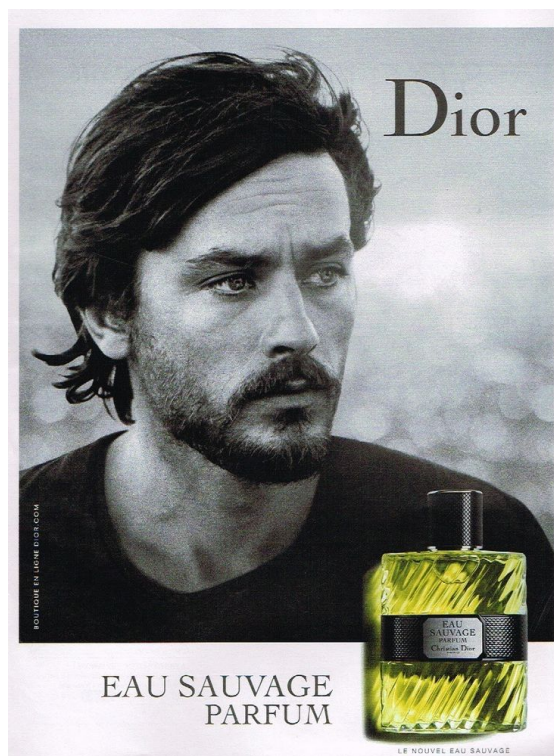
Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie	- Couleurs : orange, brun, bleu, jaune - Claire - Photographie

	- Rappel formel	- Couleur orange : signature marque, nom du parfum, poussière, flacon, teint de l'homme + Rappel formel entre le « H » du nom de la marque et la forme du flacon
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Un homme - Célébrité : Clément Sibony (mannequin, né en 1976) - Pantalon - Debout, statique, en observation, corps figé mais cheveux en mouvement - De profil - De profil - Regarde vers la droite de l'image - Main droite visible le long du corps, main gauche non visible - Sévère, déterminé, virilité, pensif - Visage, cheveux, tronc - Nul - Extérieur, jour, poussière, ciel, désert
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face - Avant-plan, coin inférieur droit, 1/9^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Signature de la marque, nom du produit, slogan - « HERMES PARIS TERRE D'HERMES INSPIRIERT DURCH HIMMEL UND ERDE⁴» - Différentes polices + Deux couleurs : blanc, orange + Nom du produit > Signature de la marque > Slogan
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan américain
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s)	- L'acteur est figé, regarde fixement l'horizon, défie, fait face au vent et à la poussière

⁴ Slogan français : "Une eau entre terre et ciel"

	- Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- Nulle - Nulle - Le nom du parfum rappelle la terre de l'image, la poussière qui vole, le slogan rappelle le parfum, le ciel et la terre
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Hermès - Sauvage, virilité, force, nature, réflexion - Le tout laisse supposer que la poussière représente la « Terre d'Hermès », elle se trouve clairement entre le ciel et la terre. L'homme représenterait Hermès qui se trouve sur sa terre.
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée (tailles, âges, domination/subordination/égalité...) - Stéréotypes véhiculés	- Homme : sauvage, viril, puissant, sexy, aventurier - Homme : fort, musclé, homme d'extérieur
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction descriptive : pas d'action particulière

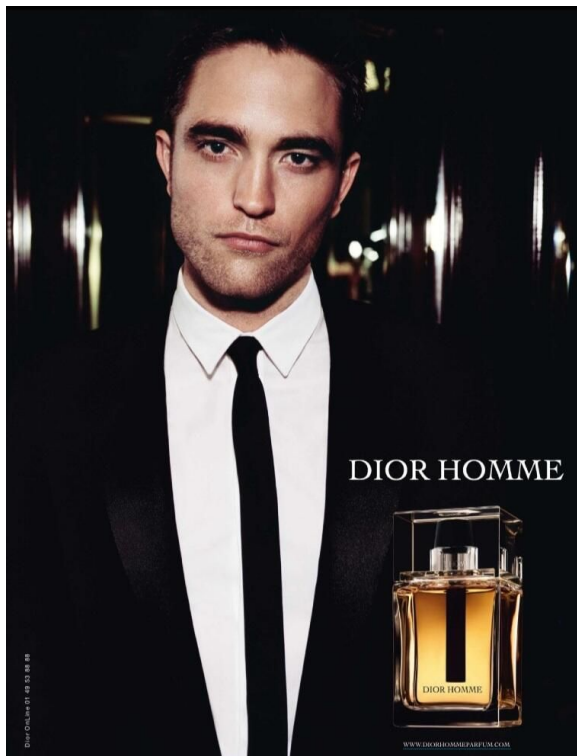
1.2.6. « Eau Sauvage » de Dior (2017)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir, blanc, vert - Claire - (Vieille) photographie de 1966 (date de sortie du parfum) + bande blanche en-dessous - Nul
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Un homme - Célébrité : Alain Delon (acteur, né en 1935) - T-shirt - Statique, en observation, corps figé mais cheveux en mouvement - Entre de face et de profil - De face - Regarde vers la droite de l'image - Non visibles - Pensif, mystérieux, déterminé, virilité - Visage, cheveux - Nul - Extérieur, jour, mer, fond clair avec taches lumière floues
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face - Avant-plan, coin inférieur droit, moins d'1/6^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Marque, nom du produit, description du produit - « DIOR EAU SAUVAGE PARFUM LE NOUVEL EAU SAUVAGE » - Différentes polices + Une couleur : noir + Marque > Nom du produit > Description du produit
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan rapproché

6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- L'acteur est figé, regarde fixement l'horizon - Nulle - Nulle - La mer rappelle le nom du parfum, « Eau sauvage parfum » et le mot sauvage rappelle l'attitude de l'homme
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Dior - Sauvage, virilité, nature, réflexion, mystère - Le tout laisse supposer que le parfum, « Eau Sauvage Parfum » rend l'homme sauvage et l'accompagne dans ses aventures
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée (tailles, âges, domination/subordination/égalité...) - Stéréotypes véhiculés	- Homme : viril, aventurier, sauvage, séducteur - Homme : homme d'extérieur
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction descriptive : pas d'action particulière

1.2.7. « Dior Homme » de Dior (2013)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir, blanc, orange - Sombre - Photographie - Couleur noire : veste, cravate, fond, élément du flacon + Rappel formel entre cravate et élément du flacon
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Un homme - Célébrité : Robert Pattinson (acteur, né en 1986) - Chemise, cravate, veste - Statique, en observation - De face - De face - Regarde vers le destinataire - Non visibles - Sévère, mystérieux, confiant, virilité - Visage - Nul

		- Flou, soir, taches de lumière blanches sur fond noir
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - Presque de face - Avant-plan, coin inférieur droit, 1/9^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Nom du produit « DIOR HOMME » - Une police + Une couleur : blanc
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan rapproché
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- L'acteur est figé, regarde fixement le destinataire - Nulle - Nulle - Très peu de texte, très peu de détail dans l'image. Effet de sobriété, simplicité, tout comme pour le nom du parfum
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Dior - Sobriété, virilité, réflexion, mystère - Le tout laisse supposer que le parfum, tout comme l'homme qu'il désigne, est mystérieux et viril
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée (tailles, âges, domination/subordination/égalité...) - Stéréotypes véhiculés	- Homme : viril, séducteur, confiant - Homme : confiant en soi
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction descriptive : pas d'action particulière

1.2.8. « Azzaro Wanted » d'Azzaro (2016)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : rose, noir, blanc, or - Claire - Photographie - Couleur noire : veste, nœud papillon, cheveux + Couleur rose : peau, fond de l'image
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Un homme - Célébrité : Nikolai Danielsen (mannequin, né en 1991) - Chemise, nœud papillon, veste - Dynamique, ajuste son nœud papillon - Entre de face et de profil - Entre de face et de profil - Regarde vers le destinataire - Main droite visible, ajuste le nœud papillon - Confiant, virilité, déterminé - Visage, main, cheveux - Pansement <i>strip</i> sur le sourcil droit - Fond uni rose

3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face, très éclairé - Avant-plan, centre droit, 1/9^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Nom du produit, description du produit, marque, site internet « AZZARO WANTED - Le nouveau parfum très masculin - AZZARO - wanted.azzaro.com » - Différentes polices + Une couleur : noir + Nom du produit > Marque > Description du produit > Site internet
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Gros plan
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- L'acteur regarde fixement vers le destinataire en remettant son nœud papillon en place, séduit - Nulle - Nulle - Le « wanted » semble désigner le parfum voulu pour les hommes « très masculins ». La blessure de l'homme et la forme du flacon en barillet soulignent la virilité du parfum et de l'homme qui le porte.
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Azzaro - Virilité, force, détermination, séduction - Le tout laisse supposer que le parfum rend les hommes encore plus masculins et virils
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée (tailles, âges, domination/subordination/égalité...) - Stéréotypes véhiculés	- Homme : viril, séducteur, confiant, aventurier, provocateur - Homme : confiant en soi, fort
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction narrative : l'homme ajuste son nœud papillon

1.2.9. « Allure Homme Sport » de Chanel (2013)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir, blanc, rouge - Claire - Photographie - Couleur rouge : marque, nom du parfum sur flacon + Rappel formel entre la photo en noir et blanc avec écritures blanches et rouges et le flacon en noir et blanc avec écritures blanches et rouges
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires	- Un homme - Célébrité : Danny Fuller (surfer et mannequin, né en 1982) - Nul - Statique, en observation, tient sa planche - Entre de face et de profil - De profil - Regarde vers le destinataire - Mains visibles, tiennent la planche - Concentré, confiant, virilité - Visage, cheveux, mains, bras droit - Montre, planche de surf

	- Décor	- Extérieur, journée, mer, vagues
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face - Avant-plan, coin inférieur droit, moins d'1/4 de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Marque, description du produit « CHANEL LE NOUVEAU PARFUM DE CHANEL » - Une police + Deux couleurs : rouge, blanc + Marque > Description du produit
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan rapproché
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- L'acteur regarde fixement vers le destinataire en tenant sa planche de surf - Nulle - L'homme tient la planche droite, debout - L'homme, sa planche et le décor illustrent le nom du parfum, « Allure Homme Sport ». Le surf représente évidemment le sport pratiqué par l'homme, et l'on voit l'allure que cela lui donne
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Chanel - Sportif, virilité, force, concentration - Le tout laisse supposer que le parfum est destiné aux hommes qui font du sport, qu'il leur rajoute de « l'allure »
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée (tailles, âges, domination/subordination/égalité...) - Stéréotypes véhiculés	- Homme : sportif, viril, confiant, aventurier, actif, naturel, fort - Homme : confiant en soi, fort, homme d'extérieur, monde du sport, musclé
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction narrative : l'homme tient sa planche de surf, est en séance de surf car la mer l'attend derrière

1.2.10. « Spicebomb » de Viktor&Rolf (2012)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir et blanc - Claire - Photographie - Rappel formel entre les deux bouteilles de parfum + Rappel formel entre les muscles de l'homme et la forme du parfum
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires	- Un homme - Célébrité : Sean O'Pry (mannequin, né en 1989) - Nul - Debout, dynamique, en observation, s'affiche, manipule le parfum - Entre de face et de profil - De profil - Regarde vers la gauche de l'image - Main droite visible, amène la bouteille de parfum à la bouche de l'homme - Virilité, sensualité, confiant - Visage, cheveux, mains, bras droit, tronc, musculature - Bouteille de parfum

	- Décor	- Fond uni (gris)
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Deux bouteilles de parfum - 1^{ère} : De face ; 2^{ème} : De face, tenu dans la main de l'homme - 1^{ère} : Avant-plan, coin inférieur droit, 1/12^{ème} de l'image ; 2^{ème} : Arrière-plan (partagé avec l'homme), centre droit, moins d'1/12^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Nom du produit, description du produit, marque « SPICEBOMB - THE NEW EXPLOSIVE FRAGRANCE - VIKTOR & ROLF » - Une police + Une couleur : blanc + Nom du produit > Marque > Description du produit
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan rapproché
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- L'acteur semble sur le point de dégoupiller le flacon en forme de grenade avec sa bouche - Nulle - L'homme tient le parfum dans la main et semble sur le point de dégoupiller le flacon en forme de grenade avec sa bouche - Le flacon du parfum illustre bien le nom du parfum (Spicebomb) et sa description (« the new explosive fragrance ») car c'est une forme de grenade. En bas à droite de l'image, le flacon est d'ailleurs en train d'exploser.
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Viktor & Rolf - Musclé, virilité, force, concentration, séduction, menace - Le tout laisse supposer que l'homme est sur le point de faire exploser le flacon en forme de grenade, qui explose d'ailleurs en bas à droite de l'image. Le parfum semble donc bien être explosif et destiné aux hommes virils
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Homme : musclé, fort, viril, confiant, provocateur, sexy

	- Stéréotypes véhiculés	- Homme : confiant en soi, fort, musclé, fort
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction narrative : l'homme tient le flacon/grenade entre sa main et sa bouche, « menace » de la faire exploser

1.2.11. « L'Homme » d'Yves Saint Laurent (2014)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir, blanc, or - Claire - Photographie + bande blanche en-dessous - Nul
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression	- Un homme - Célébrité : Olivier Martinez (acteur, né en 1966) - Chemise - Statique, en observation, se retourne pour la photo, appuyés sur ses bras pliés - Presque de profil - Entre de dos et de profil - Regarde vers le destinataire - Main gauche visible, s'appuie - Secret, pensif, sensualité

	- Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Visage - Nul - Fond flou uni (gris)
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face, légèrement penché en avant - Avant-plan, coin inférieur droit, moins d'1/9^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Nom du mannequin, site internet, nom du produit, marque, slogan « Olivier Martinez ysl-parfums.fr L'HOMME YVES SAINT LAURENT SENSUEL ET MAGNETIQUE » - Différentes polices + Deux couleurs : blanc, noir + Nom du produit > Marque > Slogan > Site internet > Nom du mannequin
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Gros plan
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- L'acteur se retourne et regarde vers le destinataire - Nulle - Nulle - L'homme représente certainement le nom du parfum, en toute simplicité, « L'Homme »
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Viktor & Rolf - Sobriété, mystère, réflexion - Le tout laisse supposer que l'homme sur l'image représente « L'Homme » d'Yves Saint-Laurent, chic et sobre à la fois, sérieux et mystérieux.
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée (tailles, âges,	- Homme : mystérieux

	domination/subordination/ égalité...) - Stéréotypes véhiculés	- Nul
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction descriptive : pas d'action particulière

1.2.12. « Fahrenheit » de Dior (2014)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir, rouge, orange, jaune - Sombre - Photographie - Couleur noire : fond, éclipse, haut du flacon + Couleur rouge : effets de l'éclipse, milieu du flacon + Couleur jaune : soleil, bas du flacon + Rappel formel entre le dégradé de couleur de l'éclipse et du flacon
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps	- Nul - Nul - Nul - Nul - Nul - Nul

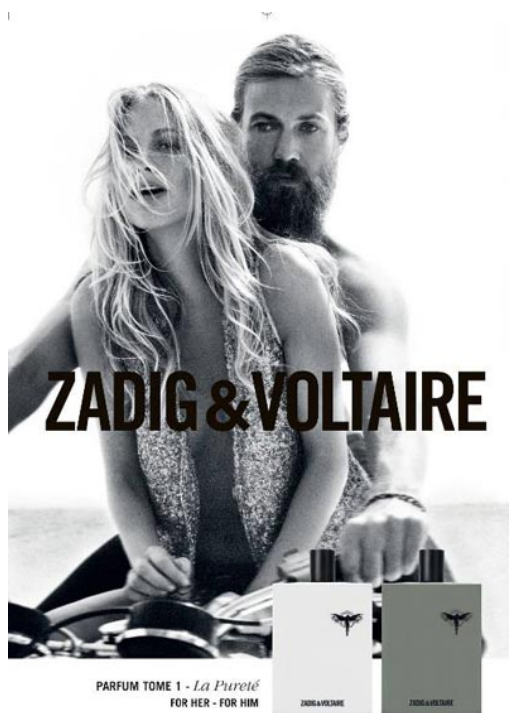
	- Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Nul - Nul - Nul - Nul - Nul - Extérieur, nuit, fond sombre avec lumière orange, éclipse, soleil caché
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face - Avant-plan, centre de l'image, 1/4 de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Marque, nom du produit, description du produit « Dior Fahrenheit LE PARFUM » - Différentes polices + Une couleur : blanc + Marque > Nom du produit > Description du produit
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Gros plan
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- Nulle - Nulle - Nulle - Les couleurs de l'éclipse rappellent celles du flacon. Le nom du parfum, « fahrenheit », est une unité de mesure de la température, qui peut donc aussi aller de froid à chaud
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Dior - Mystère, étrangeté, nature, sombre - Le tout laisse supposer que le parfum joue sur la chaleur et la lumière, il possède plusieurs tons.
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée (tailles, âges,	- Nulle

	domination/subordination/ égalité...) - Stéréotypes véhiculés	- Nul
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Pas d'application

2. Parfums déclinés

2.1. Duos de parfums sur une seule image (version duo)

2.1.1. « Tome 1 – La Pureté, For Her » et « Tome 1 – La Pureté, For Him » de Zadig & Voltaire (2012)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir et blanc, kaki - Claire - Photographie + bande blanche - Rappel formel entre cheveux clairs de la femme/flacon clair du parfum de la femme et cheveux sombre de l'homme/flacon sombre du parfum de l'homme + Rappel formel entre les deux flacons (les mêmes mais couleurs différentes)
2) Les personnages	- Nombre, Sexe	- Une femme et un homme

	- Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Célébrités : Poppy Delevingne (mannequin et actrice, née en 1986) et Chris Del Moro (surfer et acteur, né en 1984) - Femme : gilet sans manche + Homme : pantalon - Couple : Dynamiques, assis sur une moto, collés l'un derrière l'autre, l'homme guide et la femme se tient à la moto - Femme : de face, légèrement penchée en arrière + Homme : de face - Femme : de face + Homme : de face - Femme : regarde vers le destinataire + Homme : regarde vers la gauche de l'image - Femme : main gauche visible, se tient à la moto + Homme : main gauche visible, se tient au guidon - Femme : libre, heureuse, sensualité, exaltée, désir + Homme : libre, concentré, virilité - Femme : visage, bouche, cheveux, décolleté (profond) + Homme : barbe, carrure, bras - Moto - Extérieur, jour, nature, plage, ciel
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Deux bouteilles de parfum - De face, côte à côte, mis en avant grâce à la bande blanche au bas de l'image - Avant-plan, coin inférieur droit, moins d'1/9^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Marque, Nom du produit - « ZADIG & VOLTAIRE PARFUM TOME 1- <i>La Pureté</i> FOR HER – FOR HIM » - Différentes polices + Une couleur : blanc + Marque > Nom du produit
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan « taille »

6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- Les deux mannequins font de la moto, la femme est assise devant et se tient, l'homme est assis derrière elle et pilote - Très proches, contacts, protection, attitudes de couple - L'homme conduit la moto, la femme s'y tient - Les flacons, tout comme l'image, n'affichent pas énormément de détails, ce qui correspond bien au nom du parfum, « La Pureté »
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Zadig & Voltaire - Séduction, liberté, complicité, féminité >< virilité, bien-être, puissance, force, sportif - Le tout laisse supposer que la femme se laisse mener par l'homme qui cherche à l'impressionner en lui montrant sa puissance. Cela représente peut-être deux types de pureté, masculine et féminine
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée - Stéréotypes véhiculés (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Femme : Épanouie, extasiée, sexy, jolie, mince, naturelle, libre + Homme : viril, actif, libre, puissant, sexy, naturel, séducteur + Couple : érotisation, complicité, liberté, désir - Femme : Jolie, sexy, mince, partiellement dénudée, sexualisée + Homme : fort, musclé, homme d'extérieur, monde du sport, de l'automobile + Couple : subordination de la femme, domination masculine, homme plus grand, semble plus âgé + Contre-stéréotype Femme : femme d'extérieur (mais guidée par homme)
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Femme : Fonction descriptive : pas d'action particulière + Homme : Fonction narrative : l'homme conduit la femme sur sa moto

2.1.2. « Because It's You » et « Stronger With You » de Emporio Armani (2017)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir, blanc, orange, jaune, rose, brun, vert - Claire - Photographie - Rappel formel entre les capuchons des deux flacons qui semblent représenter des alliances + Personnages sont personnifications des parfums (flacon homme et homme plus grands que flacon femme et femme, portent une alliance tous les deux)
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête	- Une femme et un homme - Célébrités : Matilda Lutz (actrice, née en 1991) et James Jagger (acteur, né en 1985) - Femme : robe de soirée + Homme : chemise blanche, costume noir - Couple : Dynamiques, debout sur un taxi, collés l'un contre l'autre, l'homme attire la femme vers lui, elle se tient à lui, corps figés mais cheveux et veste en mouvement, s'affichent - Femme : de profil + Homme : de profil

	- Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Femme : de profil + Homme : de profil - Femme : regarde vers la gauche de l'image, vers l'homme + Homme : regarde vers la droite de l'image, vers la femme - Femme : mains visibles, se tiennent à l'homme + Homme : main droite visible, tient le dos de la femme - Femme : libre, heureuse, sensualité, exaltée, désir + Homme : libre, heureux, désir, confiant - Femme cheveux, bras, jambes + Homme : nul - Femme : vernis, bracelet, bague + Homme : nul - Extérieur, jour, ville, végétation, immeubles, taxis jaunes, ciel
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Deux bouteilles de parfum - De face, côte à côte, parfum femme devant et un peu plus bas que parfum homme - Avant-plan, coin inférieur droit, moins d'1/6^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Slogan, Noms des mannequins, Description des produits, Marque, Site internet - « TOGETHER WE ARE UNSTOPPABLE Matilda Lutz & James Jagger THE NEW FRAGRANCES FOR THE TWO OF US EMPORIO ARMANI Discover the #TogetherStronger series on armanibeauty.com » - Différentes polices + Deux couleurs : blanc + Slogan > Marque > Descriptions des produits > Site internet
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan d'ensemble
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s)	- Les deux mannequins se tiennent debout sur un taxi au plein milieu de la rue, se tiennent l'un à l'autre. La femme monte sur pointes de pieds pour se rapprocher de l'homme. Ils semblent danser.

	- Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- Très proches (d'un baiser), contacts, attitudes de couple, dansent ensemble - Le couple se tient debout sur un taxi - L'image correspond au slogan « Together we are unstoppable » : le couple semble au-dessus de tout, se moque des règles.
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Emporio Armani - Couple, danse, liberté, complicité, bien-être, sensualité - Le tout laisse supposer que la femme se laisse mener par l'homme dans une danse où il n'y a qu'eux qui comptent. Le slogan et les noms des parfums insistent sur le fait que rien ne peut les arrêter, contrairement aux taxis qui semblent à l'arrêt, et que l'homme est plus fort grâce à la femme qui l'a choisi (peut-être à l'image du mariage car on retrouve des alliances sur les flacons des parfums)
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée	- Femme : heureuse, épanouie, sexy, jolie, mince, libre + Homme : heureux, libre, fort, séducteur + Couple : complicité, liberté, désir
	- Stéréotypes véhiculés (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Femme : Jolie, sexy, mince, partiellement dénudée, soin de l'apparence (bijoux, vernis), + Homme : fort, homme d'extérieur + Couple : subordination de la femme, domination masculine, homme plus grand + Contre-stéréotype Femme : femme d'extérieur (mais guidée par homme)
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Femme : Fonction narrative : danse sur un taxi + Homme : Fonction narrative : danse sur un taxi

2.1.3. « Play, For Her » et « Play, For Him » de Givenchy (2011)

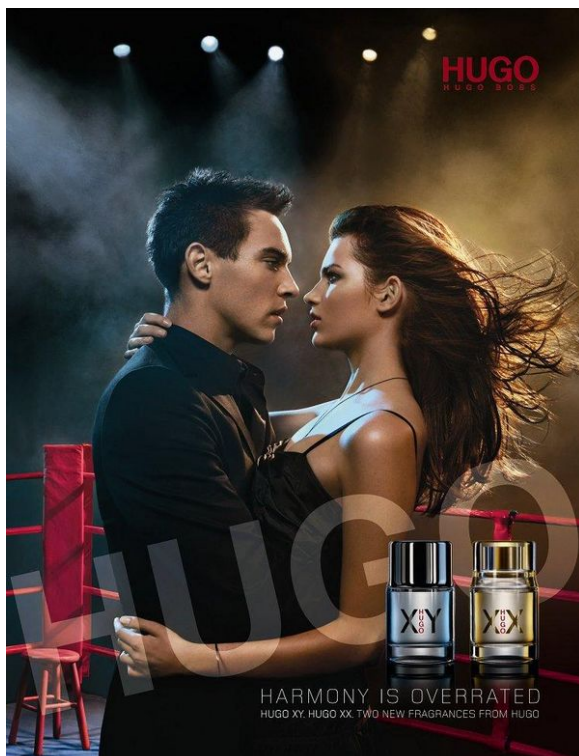


Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir, blanc, sépia, rose, gris/argent - Sombre - Photographie - Rappel formel entre les flacons de parfums qui ressemblent à un lecteur audio et la paire d'écouteurs que partagent les personnages
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains	- Une femme et un homme - Célébrités : Noot Seear (actrice et mannequin, née en 1983) et Justin Timberlake (chanteur et acteur, né en 1981) - Femme : robe de soirée + Homme : chemise blanche, cravate noire, costume noir, chapeau noir - Couple : Statiques, debout, la femme se tient contre l'homme, en observation/écoute - Femme : entre de face et de profil + Homme : de face - Femme : de profil + Homme : de face - Femme : regarde vers le destinataire + Homme : regarde vers la droite de l'image - Femme : main droite visible, contre son ventre

	- Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	+ Homme : main gauche visible, tient le lecteur dans la poche interne de sa veste - Femme : joie, mystère, sensualité, confiante + Homme : joie, mystère, confiant - Femme : visage, cheveux + Homme : visage - Femme : écouteur + Homme : lecteur (supposé) et écouteur - Extérieur, nuit, ville, immeubles, ciel, brouillard
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Deux bouteilles de parfum - Collés, entre de face et de profil, parfum femme devant et un peu plus petit que parfum homme - Avant-plan, coin inférieur droit, 1/9^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Site internet, Marque, Noms des produits, Description des produits - « justintimberlake.com GIVENCHY PLAY THE NEW FRAGRANCE FOR HER FOR HER FOR HIM» - Différentes polices + Une couleur : blanc + Marque > Noms des produits > Descriptions des produits > Site internet
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal pour les personnages, plongée pour le décor - Plan américain
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- Les deux mannequins se tiennent debout, la femme contre l'homme, et écoutent ensemble sur une même paire d'écouteurs - Proches, contacts, attitudes de couple, écoutent ensemble - Nulle - Le parfum « Play » se retrouve dans l'image sous forme de lecteur audio que les deux personnages écoutent grâce à une paire d'écouteurs. Ils partagent le même parfum (en version féminine et masculine)
7) Analyse interprétative	- Auteur	- Givenchy

	- Premières impressions - Interprétation	- Couple, confiance, complicité, bien-être - Le tout laisse supposer que les personnages se partagent le parfum « Play », tout comme ils se partagent les écouteurs. Avec ce parfum, ils paraissent confiants, complices et semblent dominer la ville
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée	- Femme : heureuse, jolie, mince + Homme : heureux, confiant + Couple : complicité
	- Stéréotypes véhiculés (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Femme : Jolie, mince + Homme : confiant en soi, homme d'extérieur + Couple : subordination de la femme, domination masculine (car c'est lui qui gère le lecteur), homme plus grand + Contre-stéréotype Femme : femme d'extérieur (mais guidée par homme)
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Femme : Fonction narrative : écoute de la musique + Homme : Fonction narrative : écoute de la musique

2.1.4. « Hugo XX » et « Hugo XY » de Hugo Boss (2007)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir, rouge, blanc, argent, or - Sombre - Photographie - Couleur noire : fond, cheveux, vêtements homme et femme + Couleur rouge : marque, ring, tabouret + Couleur argent : parfum XY, lumières sur l'homme + Couleur or : parfum XX + lumières sur la femme
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Une femme et un homme - Célébrités : Bette Franke (mannequin, née en 1989) et Jonathan Rhys-Meyers (acteur, né en 1977) - Femme : robe de soirée + Homme : chemise noire - Couple : Dynamiques, debout, collés l'un contre l'autre, se tiennent et se font face, corps figés mais cheveux en mouvement - Femme : de profil + Homme : de profil - Femme : de profil + Homme : de profil - Femme : regarde vers la gauche de l'image, vers l'homme + Homme : regarde vers la droite de l'image, vers la femme - Femme : mains visibles, se tiennent à l'homme + Homme : non visibles - Femme : défi, envie, force, provocation + Homme : idem - Femme : visage, cheveux, buste, bras + Homme : visage - Femme : bracelet, bague, collier + Homme : nul - Intérieur, nuit, ring de boxe, tabouret, fumée, lumières bleues/jaunes
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Deux bouteilles de parfum - De face, parfum femme du côté de la femme, parfum homme du côté de l'homme - Avant-plan, coin inférieur droit, moins d'1/9^{ème} de l'image

4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Marque, Marque, Slogan, Noms des produits et description des produits - « HUGO HUGO BOSS HUGO HARMONY IS OVERRATED HUGO XY. HUGO XX. TWO NEW FRAGRANCES FROM HUGO » - Différentes polices + Deux couleurs : blanc, rouge + Marque > Marque > Slogan > Noms des produits et descriptions des produits
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan « taille »
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- Les deux mannequins se tiennent debout, face à face, l'un contre l'autre, se serrent - Très proches (d'un baiser), contacts, attitudes de couple, défi - Nulle - L'image illustre le slogan, « Harmony is overrated »⁵ et les parfums qui représentent les deux sexes. En effet, on remarque que les deux sexes s'attirent mais sont également sur une zone de combat, d'où leur air de défi.
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Hugo Boss - Couple, attraction, désir, confrontation - Le tout laisse supposer que les personnages s'attirent et se repoussent à la fois. Le terrain de combat fait référence au combat entre les deux sexes qui sont représentés par les deux parfums et les deux personnages (avec d'un côté, l'homme, le flacon d'argent et la lumière argentée et de l'autre la femme, avec le flacon doré et la lumière dorée), mais ceux-ci sont également très attirés l'un vers l'autre.
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée	- Femme : jolie, mince, sexy, séduisante + Homme : fort, séduisant + Couple : érotisation, désir

⁵ Traduction libre : l'harmonie est surestimée.

	- Stéréotypes véhiculés (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Femme : Jolie, mince, sexy, soin de l'apparence + Homme : fort + Couple : domination masculine (car plus grand et elle s'accroche à lui, elle a les cheveux dans le vent), homme plus grand
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Femme : Fonction narrative : écoute de la musique + Homme : Fonction narrative : écoute de la musique

2.1.5. « Black XS L'Aphrodisiaque » pour femme et « Black XS L'Aphrodisiaque » pour homme de Paco Rabanne (2013)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir, blanc, or - Sombre - Photographie - Couleur or : écritures sur affiche, écritures sur parfums, capuchons des parfums + Personnages sont personnifications des parfums (tailles, formes du corps)
2) Les personnages	- Nombre, Sexe	- Une femme et un homme

	- Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Réels - Femme : pantalon + Homme : pantalon, veste en cuir - Couple : Statiques, debout, proches, l'un à côté de l'autre, observent, toisent - Femme : de face + Homme : de face, penchée sur son côté gauche et en avant - Femme : entre de profil et de face + Homme : de face - Femme : regarde vers le destinataire + Homme : regarde vers le destinataire - Femme : main droite visible, tient ses cheveux ; main droite non visible, tient son boa + Homme : non visibles - Femme : défi, provocation, sensualité, confiante + Homme : idem, force - Femme : visage, cheveux, tronc, bras + Homme : visage, cheveux, décolleté, ventre, carrure, muscles, bras - Femme : vernis, bague, boa, ceinture + Homme : collier, tatouage, ceinture - Fond uni sombre
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Deux bouteilles de parfum - De face ; parfum femme du côté de l'homme, parfum homme du côté de la femme ; parfum femme devant l'autre et plus petit, plus rond - Avant-plan, coin inférieur droit, plus d'1/4 de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Marque, Description du produit, Site internet - « paco rabanne The new Aphrodisiaque limited edition www.pacorabanne.com » - Une police + Deux couleurs : blanc, or + Marque > descriptions du produit > Site internet
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan américain
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s)	- Les deux mannequins se tiennent debout, côté à côté, posent, s'affichent

	- Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- Proches, contacts, attitudes de couple, l'homme se tient derrière la femme, attitude de protection de l'homme envers la femme - Les personnages portent divers accessoires, cela donne un style Rock&Chic - Double nuance : « Aphrodisiaque » et « Black » : on voit des caractères sexuels, personnages relativement dénudés, mais aussi un aspect sombre, Rock&Roll
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Paco Rabanne - Provocation, étrangeté, menace, sexualisation, couple, sombre - Le tout laisse supposer que les personnages s'affichent, se dénudent, jouent sur le « Black » et « l'Aphrodisiaque »
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée	- Femme : jolie, mince, sexy, séduisante, provocatrice, confiante + Homme : confiant, fort, séduisant, viril, provocateur + Couple : érotisation, provocation
	- Stéréotypes véhiculés (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Femme : Jolie, mince, sexy, soin de l'apparence, partiellement dénudée, sexualisée + Homme : viril, confiant en soi, musclé + Couple : domination masculine (car plus grand et semble la protéger), homme plus grand
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Femme : Fonction descriptive : pas d'action particulière + Homme : Fonction descriptive : pas d'action particulière

2.2. Duos de parfums sur trois images différentes (versions féminine, masculine, duo)

2.2.1. « This is Her ! » et « This is Him ! » de Zadig & Voltaire (2016)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir et blanc - Claire - Photomontage : fond blanc avec deux photographies différentes et photographie des deux parfums sur le fond blanc - Rappel entre la main de l'homme et celle de la femme + Rappel entre la couleur du flacon de l'homme et son t-shirt (noirs) et la couleur du flacon de la femme et son top (blancs) + Homme et femme sont personnifications des parfums
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête	- Une femme et un homme - Célébrités : Joséphine Le Tutour (mannequin, née en 1994) et Sam Lammar (mannequin, né en 1989) - Femme : top + Homme : t-shirt - Femme : Statique, pose, en observation, attentive + Homme : statique, en observation, toise - Femme : de face, légèrement penchée en avant

	- Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	+ Homme : de face, légèrement penchée en arrière -Femme : entre de profil et de face + Homme : de face - Femme : regarde vers le destinataire + Homme : regarde vers le destinataire - Femme : main gauche visible, caresse ses cheveux/son visage + Homme : main droite visible, en mouvement - Femme : pensive, secrète + Homme : idem - Femme : visage, cheveux, bras, main + Homme : visage, cheveux, décolleté, pilosité, bras, main - Nul - Intérieur, fond uni flou
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Deux bouteilles de parfum - De face ; couchés ; parfum femme au-dessus de celui de l'homme - Avant-plan, centre inférieur, moins d'1/6^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Slogan, Nom des produits, Description des produits, Marque - « #THISISZADIG THIS IS HER! THIS IS HIM ! THE NEW FRAGRANCES ZADIG ET VOLTAIRE » - Une police + Une couleur : noir + Marque > Nom des produits = Description des produits > Slogan
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan rapproché
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- Les deux mannequins fixent l'objectif, attendent - Nulle - Nulle - La femme s'accorde avec son parfum blanc grâce à son top, tandis que l'homme fait pareil avec son t-shirt pour son parfum

7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Zadig & Voltaire - Mystère, simplicité, sobriété - Le tout laisse supposer que les personnages se ressemblent dans leurs attitudes mais s'opposent par leur sexe
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée - Stéréotypes véhiculés (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Femme : jolie, mince, mystérieuse, naturelle + Homme : mystérieux, naturel
		- Femme : Jolie, mince + Homme : nul
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Femme : Fonction descriptive : pas d'action particulière + Homme : Fonction descriptive : pas d'action particulière

2.2.2. « Lady Million » et « 1 million » de Paco Rabanne (2017)



eau de parfum & eau de toilette

paco rabanne

Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir, blanc, or - Claire - Photomontage : photographie sur fond blanc - Nul
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Une femme et un homme - Célébrités : Sophia Ahrens (mannequin, née en 1996) et Jordan Barrett (mannequin, né en 1996) - Femme : robe de soirée + Homme : t-shirt, veste, pantalon - Femme : dynamique, penchée en arrière, claqué des doigts + Homme : dynamique, penché en avant, claqué des doigts - Femme : entre de face et de profil + Homme : de face - Femme : de profil + Homme : entre de face et de profil - Femme : regarde vers le destinataire + Homme : regarde vers le destinataire - Femme : main gauche visible, claqué des doigts + Homme : main droite visible, claqué des doigts - Femme : hautaine, confiante, provocation + Homme : hautain, confiant, provocation - Femme : visage, cheveux, bras, main + Homme : visage, cheveux, main - Nul - Fond uni clair
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Deux bouteilles de parfum - De face ; mis en avant car entre le fond blanc et la photographie - Avant-plan, coin inférieur droit de la photographie, 1/4 de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants	- Slogan, Description des produits, Marque - « #MyMillionProblem eau de parfum & eau de toilette paco rabanne »

	- Typographie	- Une police + Une couleur : noir + Marque > Description des produits > Slogan
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan américain
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- Les deux mannequins fixent l'objectif, dansent, claquent des doigts, narguent - Même attitude - Nulle - Le parfum féminin représente un diamant et celui masculin un lingot d'or. En plus du « #MyMillionProblem », on comprend que l'image tourne autour de la richesse.
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Paco Rabanne - Richesse, hautains, liberté, complicité, jeunesse, provocation - Le tout laisse supposer que les personnages adoptent les mêmes attitudes car ils se vantent tous deux de leur richesse et de leur vie de millionnaires. C'est pourquoi leur parfum leur va si bien. Il suffit qu'ils claquent des doigts pour avoir ce qu'ils veulent.
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée	- Femme : jolie, mince, sexy, hautaine, confiante, provocante, épanouie, libre + Homme : hautain, épanoui, confiant, provocant, libre + Couple : complicité, liberté, richesse, jeunesse
	- Stéréotypes véhiculés (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Femme : Jolie, mince, sexy + Homme : confiant en soi
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Femme : Fonction narrative : danse, claque des doigts + Homme : Fonction narrative : danse, claque des doigts

2.2.3. « Gucci Guilty, For Her » et « Gucci Guilty, For Him » de Gucci (2014)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : rose, noir, bleu - Claire - Photographie - Rappel formel entre logo des parfums et bracelet de la femme + Rappel formel entre couleurs des flacons et couleurs des cheveux des personnages
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard	- Une femme et un homme - Célébrités : Evan Rachel Wood (actrice, chanteuse, née en 1987) et Chris Evans (acteur, né en 1981) - Femme : nul + Homme : nul - Femme : statique, allongée sur l'homme, enlace + Homme : statique, allongé sous la femme, enlace - Femme : entre de face et de profil + Homme : de face - Femme : de profil + Homme : de profil - Femme : regarde vers le destinataire + Homme : regarde vers le destinataire

	- Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Femme : main gauche visible, tient la tête de l'homme + Homme : main droite visible, tient la tête de la femme - Femme : surprise, exaltée, désir + Homme : surprise, exalté, désir - Femme : visage, cheveux, bras + Homme : visage - Femme : maquillage, bracelet - Fond uni sombre
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Deux bouteilles de parfum - Entre de face et de profil ; se font face ; parfum homme du côté de l'homme, parfum femme du côté de la femme - Avant-plan, coin inférieur gauche pour le parfum homme, coin inférieur droit pour le parfum femme, moins d'1/4 de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Nom des produits, Description des produits - « GUCCI GUILTY THE FRAGRANCES FOR HIM AND HER » - Une police + Une couleur : Blanc + Nom des produits > Description des produits
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan rapproché
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- Les deux mannequins fixent l'objectif, semblent surpris en étreinte amoureuse - L'un sur l'autre, très très proches, contacts, attitudes de couple, s'étreignent, se caressent les cheveux - Nulle - Les personnages semblent surpris dans leur étreinte amoureuse, ce qui est en adéquation avec le nom du parfum qui aborde la culpabilité
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Gucci - Sensualité, sexualité, sexualisation, complicité, plaisir, bien-être, attraction, désir - Le tout laisse supposer que les personnages sont surpris, interrompus pendant une étreinte

		amoureuse, dont ils peuvent peut-être se sentir coupables, étant donné le nom du parfum
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée	- Femme : jolie, mince, sexy, épanouie, extasiée, dénudée, provocatrice + Homme : sexy, dénudé + Couple : complicité, sensualité, liberté
	- Stéréotypes véhiculés (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Femme : Jolie, mince, sexy, soin de l'apparence, dénudée, sexualisée + Homme : musclé + Contre-stéréotype Couple : domination féminine, taille plus haute sur l'image, est au-dessus de l'homme
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Femme : Fonction descriptive : pas d'action particulière + Homme : Fonction descriptive : pas d'action particulière

2.2.4. « Azzaro pour Elle » et « Azzaro pour Lui » d'Azzaro (2015)

AZZARO



Ana Beatriz Barros & Ian Somerhalder

Pour Elle & Pour Homme

Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie	- Couleurs : noir, blanc, rose, orange - Claire - Photomontage : photographie sur cadre blanc

	- Rappel formel	- Rappel formel entre bijoux de la femme et capuchon du flacon femme, ainsi qu'entre chemise de l'homme et capuchon du flacon homme
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Une femme et un homme - Célébrités : Ana Beatriz Barros (mannequin, née en 1982) et Ian Somerhalder (acteur et mannequin, né en 1978) - Femme : robe de soirée + Homme : chemise - Femme : statique, allongée sur le torse de l'homme, caresse ses cheveux + Homme : statique, allongé dans le fauteuil, s'accoude sur le fauteuil - Femme : de profil + Homme : de face - Femme : de profil + Homme : de face - Femme : regarde l'homme, vers le haut de l'image + Homme : regarde vers le destinataire - Femme : main gauche visible, posée sur le fauteuil + Homme : main droite visible, soutient sa propre tête - Femme : heureuse, attentionnée + Homme : sérieux, pensif, séducteur - Femme : visage, cheveux, bras + Homme : visage, décolleté (léger) - Femme : bracelet + Homme : nul - Intérieur, fond flou sombre, salon
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Deux bouteilles de parfum - Entre de face et de profil ; flacon femme se tient proche et devant flacon homme ; parfum homme du côté de l'homme, parfum femme du côté de la femme ; se trouvent mis en avant car entre la photographie et le cadre blanc - Avant-plan, coin inférieur droit, moins d'1/4 de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants	- Marque, Site Internet, Noms des mannequins, Description des produits

	- Typographie	- « AZZARO azzaroparis.com Ana Beatriz Barros & Ian Somerhalder Pour Elle & Pour Homme » - Différentes polices + Deux couleurs : Blanc, noir + Marque > Noms des mannequins > Description des produits > Site internet
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Femme : Plan rapproché + Homme : plan « taille »
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- Les deux mannequins sont allongés dans le fauteuil, l'homme fixe l'objectif, pendant que la femme lui caresse les cheveux - L'un sur l'autre, proches, contacts, attitudes de couple, la femme caresse les cheveux de l'homme - Nulle - L'image représente un couple, un homme et sa femme ; les personnages ressemblent aux couleurs de leurs flacons
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Azzaro - Douceur, sensualité, complicité, bien-être, attraction - Le tout laisse supposer que les personnages forment un couple qui ont des gestes tendres l'un pour l'autre
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée - Stéréotypes véhiculés (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Femme : jolie, mince, soin de l'apparence, heureuse, féminine + Homme : viril, pensif + Couple : complicité, douceur
		- Femme : Jolie, mince, soin de l'apparence, femme d'intérieur + Homme : confiant + Couple : domination masculine, homme plus grand
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Femme : Fonction narrative : caresse les cheveux de l'homme + Homme : Fonction descriptive : pas d'action particulière

2.2.5. « The Scent For Her et The Scent For Him d'Hugo Boss » (2016)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : rose, brun, orange, noir, blanc, - Claire - Photographie - Nul
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains	- Une femme et un homme - Célébrités : Anna Ewers (mannequin, née en 1993) et Théo James (acteur, né en 1984) - Femme : nul + Homme : chemise, cravate, veste - Femme : dynamique, sur le point d'embrasser l'homme + Homme : idem - Femme : de profil, penchée en arrière + Homme : de profil, penchée en avant - Femme : de profil + Homme : de profil - Femme : fixe l'homme dans les yeux + Homme : idem - Non visibles

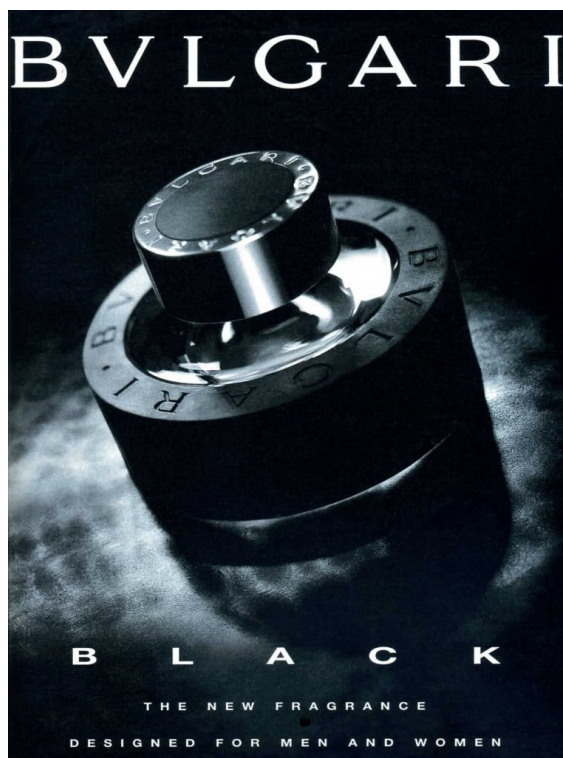
	- Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Femme : désir, passionnée, envie + Homme : idem, séducteur - Femme : visage, cheveux, buste + Homme : visage - Femme : maquillage - Intérieur, fond uni brun
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Deux bouteilles de parfum - De face ; flacon femme se tient proche et devant flacon homme ; parfum homme du côté de l'homme, parfum femme du côté de la femme ; parfum femme plus petit que parfum homme - Avant-plan, coin inférieur droit, 1/9^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Marque, Slogan, Nom des parfums, Description des produits - « BOSS HUGO BOSS Get Closer. THE SCENT FOR HER. FOR HIM. » - Différentes polices + Une couleur : Blanc + Marque > Nom des parfums > Slogan > Description des produits
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan rapproché
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- Les deux mannequins se font face et semblent sur le point de s'embrasser - L'un en face de l'autre, proches (du baiser), contacts, attitudes de couple - Nulle - Le slogan prend son sens dans l'image. En effet, « get closer » invite les personnages à se rapprocher, à se sentir.
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Hugo Boss - Séduction, attraction, envie, sensualité, beauté, bien-être, désir - Le tout laisse supposer que les personnages obéissent au slogan qui leur demande de se rapprocher. Ils se rapprochent sans doute pour

		sentir leur parfum, « The Scent », mais semblent dès lors sur le point de s'embrasser.
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée	- Femme : jolie, mince, soin de l'apparence, sexy + Homme : viril, sexy, grand + Couple : désir, attraction
	- Stéréotypes véhiculés (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Femme : Jolie, mince, soin de l'apparence, partiellement dénudée + Homme : nul + Couple : domination masculine, homme plus grand
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Femme : Fonction narrative : sur le point de s'embrasser + Homme : Fonction narrative : sur le point de s'embrasser

3. Parfums mixtes

3.1. Publicités ne présentant pas de personnage

3.1.1. « Black » de Bulgari (2009)



3.1.2. « Eau Parfumée au thé rouge » de Bulgari (2005)



3.1.3. « Eau Pure » et « Eau Cologne » de Caron (2014)



3.1.4. « Eau de Cartier » de Cartier (2002)



3.1.5 « CK All » de Calvin Klein (2017)



3.1.6. « ck2 » de Calvin Klein (2015)



3.1.7. « Eau de Guerlain » de Guerlain (années 1990)



3.1.8. « Le jardin de Monsieur Li » de Hermès (2015)



3.1.9. « Les colognes » d'Hermès (2009)



3.1.10. « Paco » de Paco Rabanne (années 1990)



3.1.11. « Cologne » de Thierry Mugler (2006)



3.2. Publicités présentant au moins un personnage

3.2.1. « Eau Parfumée au thé blanc » de Bulgari (2004)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir et blanc - Claire - Photographie + bande blanche en dessous - Nul
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard	- Une femme et un homme - Réels - Femme : nul + Homme : nul - Femme : Statique, en observation + Homme : idem - Femme : de profil, légèrement penchée en arrière + Homme : de profil, légèrement penchée en avant - Femme : non visible + Homme : de face - Femme : regarde en face d'elle, vers la droite de l'image + Homme : idem

	- Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Non visibles - Femme : bien-être, sérénité, pensive + Homme : idem - Femme : visage + Homme : visage, buste - Nul - Fond flou uni clair, extérieur, rayons du soleil
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - Entre de face et de profil ; mis en avant car entre bande blanche et photographie - Avant-plan, coin inférieur droit, moins d'1/8^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Marque, Description marque, Nom du produit, Description du produit, Site Internet - « BVLGARI CONTEMPORARY ITALIAN JEWELLERS Eau Parfumée au thé blanc THE FRAGRANCE COLLECTION FOR MEN AND WOMEN bulgari.com » - Différentes polices + Deux couleurs : Blanc, noir + Marque > Nom du produit > Description marque > Description du produit > Site internet
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Gros plan
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- Les deux mannequins regardent devant eux (du côté droit de l'image), fixent l'horizon ensemble - Femme devant l'homme, proches, contacts, attitude de couple - Nulle - Clarté qui correspond à la blancheur dans le nom du parfum. Deux personnages de deux sexes qui illustrent l'écriture signifiant que le parfum est destiné aux deux sexes.
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions	- Bulgari - Clarté, sobriété, bien-être, simplicité, calme, couple

	- Interprétation	- Le tout laisse supposer que les personnages représentent un couple qui porte le même parfum unisexe.
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée	- Femme : naturelle, pensive + Homme : grand, pensif + Couple : complicité, couple, douceur
	- Stéréotypes véhiculés (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Femme : nul + Homme : grand + Couple : domination masculine (plutôt subordination féminine), homme plus grand
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Femme : Fonction descriptive : pas d'action particulière + Homme : Fonction descriptive : pas d'action particulière

3.2.2. « Eau de Cartier » de Cartier (date inconnue)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie	- Couleurs : noir et blanc, argent - Claire - Photographie

	- Rappel formel	- Nul
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Une femme et un homme - Réels - Femme : top + Homme : nul - Femme : Statique, en observation + Homme : statique - Femme : entre de profil et de face + Homme : de dos - Femme : de face + Homme : de dos - Femme : regarde en face d'elle, légèrement vers la droite de l'image + Homme : non visible - Femme : main droite posée au sol, main gauche posée sur sa tête + Homme : Non visibles - Femme : sérieux, pensif, froide + Homme : non visible - Femme : visage, buste + Homme : cheveux, dos, bras - Femme : bracelet, boucle d'oreille, maquillage - Fond flou uni clair
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face - Avant-plan, coin inférieur droit, 1/9^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Marque, Nom du produit, Description du produit - « Cartier eau de Cartier POUR LUI AUSSI » - Différentes polices + Deux couleurs : Blanc, noir + Marque > Nom du produit > Description du produit
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan rapproché

6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- La femme s'adosse à l'homme, s'appuie contre lui ; l'homme tient le bras de la femme ; elle regarde au loin devant elle - Dos à dos, proches, contact, attitude de couple - Nulle - L'image laisse supposer que le parfum est destiné à la femme, le « pour lui aussi » indique qu'il l'est pour l'homme aussi.
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Cartier - Clarté, sobriété, sérieux, calme, couple - Le tout laisse supposer que le parfum se destine à la femme et, sachant qu'il y a toujours un homme derrière une femme, à lui aussi.
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée	- Femme : pensive, sexy + Homme : grand, musclé + Couple : complicité, couple
	- Stéréotypes véhiculés (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Femme : jolie, sexy, soin de l'apparence, mince + Homme : grand, musclé, fort, + Couple : domination masculine (le bras de l'homme semble tenir celui de la femme), homme plus grand
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Femme : Fonction descriptive : pas d'action particulière + Homme : Fonction descriptive : pas d'action particulière

3.2.3. « CK Be » de Calvin Klein (Autour de 1996)

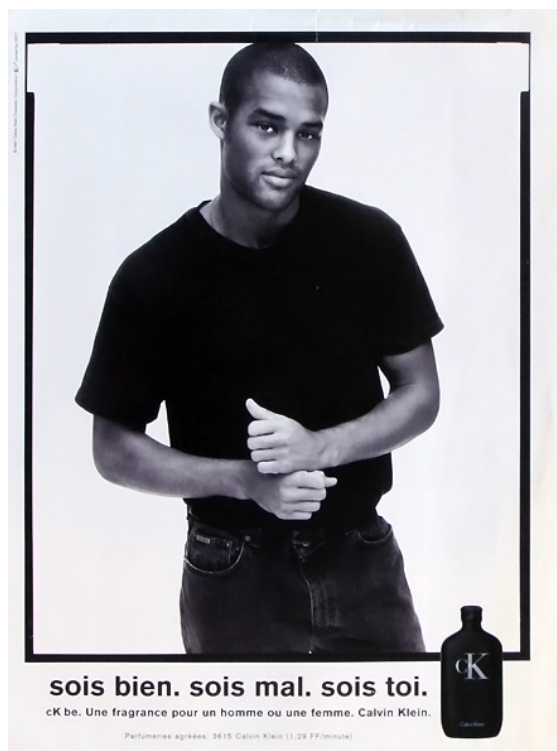


Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir et blanc - Claire - Photographie + cadre noir fin + cadre blanc large - Rappel formel entre la couleur du flacon et les vêtements et cheveux de la femme
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires	- Une femme - Célébrité : Kate Moss (mannequin, née en 1974) - Femme : top, pantalon - Femme : Debout, dynamique, tord ses bras, rit - Femme : de face - Femme : de face - Femme : regarde vers le destinataire - Femme : jointes au-dessus de son épaule droite - Femme : joyeuse, heureuse, libre, rire - Femme : cheveux, visage, buste, bras, mains, bas ventre - Femme : nul

	- Décor	- Fond uni blanc
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face, mise en avant car entre photo, cadre noir et cadre blanc - Avant-plan, coin inférieur droit, moins d'1/30^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Slogan, Nom du produit, Description du produit, Marque - « sois bien. sois mal. sois toi. cK be. Un parfum pour tout le monde. Calvin Klein. » - Une police + Une couleur : noir + Slogan > Nom du produit = Description du produit = Marque
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan « taille »
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- La femme fait face, se tord les mains et les bras, rigole - Nulle - Nulle - La femme illustre bien le slogan « sois bien. sois mal. sois toi ». Elle se tord les bras comme pour montrer ce qu'elle est capable de faire, cela la distingue des autres mais elle est unique comme elle est. Et c'est à elle et à tout le monde que le parfum se destine.
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Calvin Klein - Clarté, simplicité, rire, bonheur - Le tout laisse supposer que la femme est unique, se montre comme elle est, bien ou mal. Et que le parfum « cK Be » est destiné à tous les gens comme elle, à tout le monde.
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée	- Femme : heureuse, rigole, positive, mince

	- Stéréotypes véhiculés (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Femme : mince, partiellement dénudée
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction descriptive : pas d'action particulière

3.2.4. « CK Be » de Calvin Klein (Autour de 1996)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir et blanc - Claire - Photographie + cadre noir fin + cadre blanc large - Rappel formel entre la couleur du flacon et les vêtements de l'homme
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement	- Un homme - Réel - Homme : t-shirt, jeans

	- Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Homme : Debout, dynamique, bouge ses mains - Entre de face et de profil - De face - Regarde vers le destinataire - Presque rassemblées à hauteur du nombril, en suspension - Gêne, timide, sourire, pensif - Tête, bras, mains - Nul - Fond uni blanc
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face, mise en avant car entre phot, cadre noir et cadre blanc - Avant-plan, coin inférieur droit, moins d'1/30^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Slogan, Nom du produit, Description du produit, Marque - « sois bien. sois mal. sois toi. cK be. Une fragrance pour un homme ou une femme. Calvin Klein. » - Une police + Une couleur : noir + Slogan > Nom du produit = Description du produit = Marque
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan « taille »
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- L'homme fait face, superpose ses mains, sourit de manière timide - Nulle - Nulle - L'homme illustre le slogan « sois bien. sois mal. sois toi ». Il semble timide mais il est unique comme il est. Et c'est à lui et à tout le monde que le parfum se destine, comme le dit la description du produit « une fragrance pour un homme ou une femme ».
7) Analyse interprétative	- Auteur	- Calvin Klein

	- Premières impressions - Interprétation	- Clarté, simplicité, timidité, bonheur - Le tout laisse supposer que l'homme est unique, se montre comme il est, extraverti ou timide, bien ou mal. Et que le parfum « cK Be » est destiné à tous les gens comme lui, à tout le monde, aux hommes comme aux femmes.
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée	- Homme : positif, naturel
	- Stéréotypes véhiculés (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Homme : nul
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	-Fonction descriptive : pas d'action particulière

3.2.5. « CK2» de Calvin Klein (Autour de 2015)



Note : dans la description des caractéristiques des femmes et des hommes, nous procédons par personnage dans l'ordre de gauche à droite et de haut en bas.

Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : blanc, rose, orange, bleu - Claire - Quatre photographies - Rappel formel entre les couleurs des quatre photographies et les quatre éléments (air, terre, feu, eau) + Rappel formel entre les grillages de la première photo et l'ombre de grillages de la 3^{ème}
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur	- Quatre femmes et quatre hommes - Réels - Femmes : top ; sous-pull, jeans ; pull, pantalon ; top + Hommes : sous-pull, pantalon ; nul ; nul ; marcel - Femmes : dynamique, en mouvement ; idem, statique, en observation ; dynamique, en mouvement de nage, baiser + Hommes : statique, en observation ; idem ; idem, lascif ; dynamique, en mouvement de nage, baiser - Femmes : entre de profil et de face, fort penchée en arrière ; idem ; de face, légèrement penchée en arrière ; de profil + Hommes : de face ; idem ; idem ; de profil - Femmes : de dos ; idem ; de face ; de profil + Hommes : de face ; idem ; idem ; de profil - Femmes : yeux fermés ; idem ; vers le destinataire ; non visible + Hommes : vers le destinataire ; idem ; idem ; non visible - Femmes : accrochées au grillage ; idem ; non visibles ; main droite tient l'homme + Hommes : tiennent le ventre de la femme ; non visibles ; idem ; main gauche tient la tête de la femme - Femmes : épanouie, joie, rire, libre, provocation ; idem ; sérieuse, pensive, froide ; non visible + Hommes : sérieux, pensif, froid, protection ; sérieux, pensif, provocation, menaçant ; pensif, défi ; non visible - Femmes : visage, cheveux ; visage, cheveux, ventre ; bras, cheveux, main

	- Accessoires - Décor	+ Hommes : tête, mains ; visage, cheveux, torse ; idem ; cheveux, bras, mains - Femmes : bague ; bracelets ; nul ; nul + Hommes : nul ; nul ; nul ; bracelet - 1) Extérieur, jour, grillage, route, végétation 2) Extérieur, soir, terre, montagne, coucher du soleil 3) Lumière orange, fond uni orange, ombres de grillages 4) Jour, eau
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face - Avant-plan, plein centre, + d'1/4 de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Description du produit, Marque - « a new scent for @the2ofus by calvin klein » - Une police + Une couleur : Blanc + Description du produit = Marque
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plans américain, rapproché, « taille »
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- 1) Les jeunes filles s'amuse, soulèvent leur t-shirt sur un pont au-dessus de la route, elles éclatent de rire ; 2) Le couple se tient proche, fixe l'objectif 3) Le couple se tient côte à côte, fixe et semble défier l'objectif 4) Le couple s'embrasse sous l'eau - 1) Côte à côte, même attitude 2) Femme devant homme, collés, proches, contact, attitude de couple 3) L'un à côté de l'autre, proches, contacts, attitude de couple 4) Très proches, baiser, attitude de couple - Nulle - L'image laisse supposer que le parfum est destiné à tout le monde. Elle représente différents couples composés de différents sexes ou des mêmes, qui représentent à chaque fois « the2ofus »
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Calvin Klein - Couleurs, joie, couple, diversité, amour - Le tout laisse supposer que le parfum se destine à tout le monde, les hommes comme les femmes. Et pour faire passer son message, il présente la diversité des genres et des

		couples. Homosexuels ou hétérosexuels, le parfum se porte par tout le monde.
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée	- Femmes : joyeuse, épanouie, heureuse, libre, sexy ; idem ; pensive, sexy, mince ; mince, amoureuse + Homme : viril, confiant ; confiant, provocateur ; idem ; amoureux + Couple : complicité, couple, érotisation, liberté
	- Stéréotypes véhiculés (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Femme : jolie, mince, (partiellement) dénudée + Homme : confiant en soi, homme d'extérieur ; 2) plus grand + Couple : 2) domination masculine (l'homme protège la femme), homme plus grand + Contre-stéréotype : femme d'extérieur
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Femmes : 1) Fonction narrative : soulève son t-shirt ; 2) idem ; 3) Fonction descriptive : pas d'action particulière ; 4) Fonction narrative : embrasse l'homme sous l'eau + Hommes : 1) Fonction descriptive : pas d'action particulière ; 2) idem ; 3) idem ; 4) Fonction narrative : embrasse la femme sous l'eau

3.2.6. « Anthology » de Dolce & Gabbana (2009)

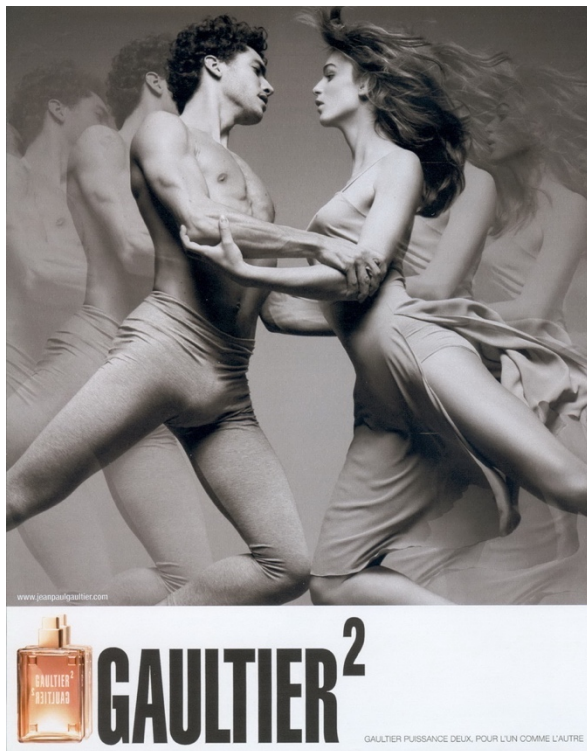


Note : dans la description des caractéristiques des femmes et des hommes, nous procédons par personnage dans l'ordre de gauche à droite et de haut en bas.

Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : gris, rose, brun - Claire - Photographie - Nul
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Trois femmes et trois hommes - Femmes : célébrités : Eva Herzigova (mannequin, née en 1973), Claudia Schiffer (mannequin, née en 1970) et Naomi Campbell (mannequin, née en 1970) + Hommes : célébrités : Fernando Fernandes (athlète, né en 1981), Tyson Ballou (mannequin, né en 1976) et Noah Mills (mannequin, né en 1983) - Femmes : Nul + Hommes : Nul - Femmes : statiques, lascives + Hommes : statiques, concentrés - Femmes : entre de profil et de face, penchée en arrière ; idem ; de face, légèrement penchée en avant + Hommes : entre de profil et de face ; idem ; de face - Femmes : de profil ; entre de profil et de face + Hommes : entre de profil et de face ; idem ; de face - Vers le destinataire - Femmes : main gauche posée sur l'homme ; non visibles ; main gauche posée sur la femme + Hommes : non visibles - Femmes : épanouie, joie, extasiée ; pensive, désir ; idem + Hommes : concentré, défi ; idem ; idem - Femmes : visage, cheveux, buste ; visage, cheveux, décolleté ; visage, cheveux, main + Hommes : visage, torse, bras ; visage, torse ; idem - Nul, vernis pour 3^{ème} femme - 1) Fond uni gris
3) Produit	- Nombre - Présentation	- Cinq bouteilles de parfum - De face

	- Place dans l'image	- Avant-plan, centre inférieur, 1/9 ^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Marque, Description du produit - « D&G THE NEW FRAGRANCES BY D&G » - Une police + Une couleur : Blanc + Marque > Description du produit
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plans rapproché, « taille »
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- Posent, s'exhibent - Côte à côte, proche, contacts, couple - Nulle - Nulle
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Dolce & Gabbana - Bien-être, couple, diversité, sensualité, beauté - Le tout laisse supposer que les parfum se destinent à tout le monde, les hommes comme les femmes. Et pour faire passer son message, il présente la diversité des couleurs de peau (comme le parfum), des genres et des couples.
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée - Stéréotypes véhiculés (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Femmes : joyeuse, épanouie, sexy + Homme : viril, confiant + Couple : complicité, couple, érotisation
		- Femme : jolie, mince, dénudée + Homme : confiant en soi, virils, musclés + Couple : EGALITE + Contre-stéréotype : femme d'extérieur
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction descriptive : pas d'action particulière

3.2.7. « Gaultier² » de Jean Paul Gaultier (2005)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir et blanc, brun - Claire - Photographie + bande blanche en dessous - Rappel formel entre le nom du parfum en miroir sur le flacon et la position en miroir des personnages
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains	- Une femme et un homme - Réels - Femme : robe + Homme : legging - Debout, dynamiques, en l'air, sautent l'un vers l'autre - Femme : de profil + Homme : de profil - Femme : de profil + Homme : de profil - Femme : regarde l'homme dans les yeux, vers la gauche de l'image + Homme : regarde la femme dans les yeux, vers la droite de l'image - Femme : main gauche accrochée au bras de l'homme

	- Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	+ Homme : main droite accrochée au bras de la femme - Femme : désir, concentré + Homme : idem - Femme : cheveux, poitrine, jambe + Homme : torse, bras - Nul - Fond uni gris
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face - Avant-plan, coin inférieur gauche, moins d'1/30^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Site internet, Nom du produit, Description du produit - « www.jeanpaulgaultier.com GAULTIER² GAULTIER PUISSANCE DEUX, POUR L'UN COMME POUR L'AUTRE » - Différentes polices + Deux couleurs : Blanc, noir + Nom du produit > Description du produit > Site internet
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan italien
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- Sautent l'un vers l'autre, se tiennent aux bras - Face à face, proches (d'un baiser), contact, attitude de couple - Nulle - L'image laisse supposer que le puissance deux du parfum indique qu'il est destiné aux hommes et aux femmes. La description du produit le confirme : « Gaultier puissance deux, pour l'un comme pour l'autre »
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Gaultier - Étrangeté, simplicité, mouvement, danse, miroir, couple - Le tout laisse supposer que le parfum se destine à la femme et, sachant qu'il y a toujours un homme derrière une femme, à lui aussi.

8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée	- Femme : attirée, envie, libre + Homme : idem + Couple : désir, couple
	- Stéréotypes véhiculés (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Femme : mince + Homme : musclé + Couple : EGALITE + Contre – stéréotype : l'homme est davantage dénudé
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction narrative : sautent l'un vers l'autre, s'accrochent l'un à l'autre

3.2.8. « Totem » de Kenzo (2015)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : orange, rouge, noir, rose, bleu, jaune, brun, blanc - Claire - Photographie avec bande noire en dessous - Rappel formel entre les couleurs des flacons et les couleurs des vêtements des personnages
2) Les personnages	- Nombre, Sexe	- Quatre femmes et cinq hommes

	- Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Réels (danseurs) - Femmes : tops, shorts/pantalons + Hommes : chemise, t-shirts, marcel, pantalons, bandeau, gants - Debout/Assis, Statiques, concentrés, figés - De face - De face - Vers le destinataire - 1-2-3) jointes devant bas ventre ; 4) main droite avec deux doigts « en V » ; 5-6) non visibles ; 7-8-9) posées sur les deux genoux - Concentrés, observateurs, défi, confiants, déterminés - Nul - Nul - Extérieur, jour, bande unie orange, sable, rochers, ciel
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Trois bouteilles de parfum - De face, l'une derrière l'autre avec léger décalage vers la droite ; mises en avant car entre la bande noire et l'image - Avant-plan, coin inférieur droit, 1/9^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Nom du produit, Marque, Description du produit - « KENZO TOTEM LES 3 NOUVEAUX PARFUMS KENZO » - Différentes police + Une couleur : Blanc + Nom du produit > Marque > Description du produit
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan d'ensemble
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s)	- Posent, fixent l'objectif - Côte à côte, proches - Nulle

	- Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- Flacon du parfum « Totem » en forme de totem
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Kenzo - Couleurs, nombreux, concentration, diversité - Le tout laisse supposer que les parfums se destinent à tout le monde, les hommes comme les femmes. Et pour faire passer son message, il présente la diversité des couleurs de peau, des nationalités et des genres. Trois femmes, trois hommes ou deux hommes et une femme, les trois parfums peuvent être portés par qui le souhaite.
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée - Stéréotypes véhiculés (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Sérieux, confiants, déterminés
		- Femme : nul + Homme : confiant en soi, musclés + Couple : EGALITE + Contre-stéréotype : femme d'extérieur
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction descriptive : pas d'action particulière

3.2.9. « Cologne » de Thierry Mugler (2001)

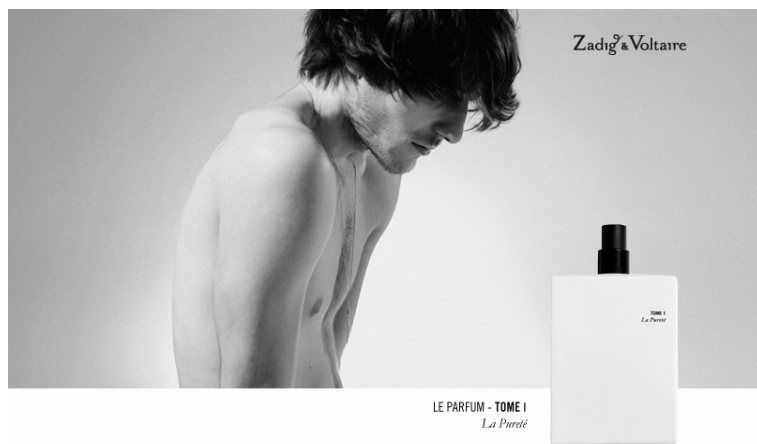


Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : blanc, rose, vert, bleu, noir - Claire - Entre photographie et dessin - Nul
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires	- Une femme et un homme - Irréels - Nul - Debout, statiques, semblent admirer quelque chose et présenter le parfum - 1) de profil 2) entre de profil et de face - 1) de profil 2) entre de profil et de face - Vers le haut, vers en haut à droite de l'écran - 1) main droite porte le parfum 2) enlace la femme - Souriants, heureux, attentionnés - 1) Visage, cheveux, poitrine, fesse ; 2) Partie de buste - 1) Bouteille de parfum

	- Décor	- Extérieur, jour, ciel, surface blanche désertique
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face, légèrement penchée en arrière - Avant-plan (partagé avec les personnages), centre supérieur, moins d'1/50 ^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Nom du produit, Marque - « COLOGNE Thierry Mugler » - Différentes polices + Une couleur : Noir + Nim du produit > Marque
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan italien
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- Ils s'enlacent et regardent vers le haut. Ils semblent présenter le parfum. - Très proches, contacts, attitudes d'un couple, s'enlacent. Mais semblent siamois, semblent posséder le même bas du corps. - La femme tient la bouteille et semble la présenter - Nul
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Thierry Mugler - Étrangeté, extraterrestre, joie, couple, complicité - Le tout laisse supposer que le parfum se destine à tout le monde, les hommes comme les femmes. Et pour faire passer son message, la publicité présente deux personnages qui semblent siamois, l'homme et la femme ne font qu'un et porte tous les deux le même parfum. Ils semblent également le présenter, à la terre (?), s'ils sont extraterrestres.
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée	- Femmes : mince, nue, heureuse + Homme : protection + Couple : complicité, couple, douceur

	- Stéréotypes véhiculés (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Femme : mince, dénudée + Homme : protecteur + Couple : domination masculine car protecteur, mais égalité de la taille + Contre-stéréotype : femme d'extérieur
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction narrative : les personnages s'enlacent et présentent le parfum

3.2.10. « Le Parfum – Tome 1, La Pureté » de Zadig & Voltaire (2009)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir et blanc - Claire - Photographie + cadre blanc en-dessous - Nul
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur	- Un homme - Réel - Nul - Statique, corps figé mais cheveux en mouvement, penché en avant, recroquevillé - de profil, penchée en avant - de profil - non visible - non visibles - neutre - cheveux, torse, épaule

	- Accessoires - Décor	- collier - Fond uni gris
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face, mise en avant car entre photo et cadre blanc - Avant-plan, coin inférieur droit, 1/8^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Marque, Nom du produit, Description du produit, Site internet - « Zadig & voltaire LE PARFUM – TOME 1 <i>La Pureté</i> » - Différentes polices + Une couleur : noir + Marque > Nom du produit > Description du produit > Site internet
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan rapproché
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- L'homme se détourne vers l'objectif et semble fixer le sol, est un peu recroquevillé - Nulle - Nulle - L'homme illustre le nom du parfum, « La Pureté »
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Zadig & Voltaire - Clarté, simplicité, sobriété, mystère - Le tout laisse supposer que l'homme représente le parfum « La Pureté », c'est pourquoi l'image est « pure », naturelle, sans mise en scène.
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée	- Homme : naturel, mince, non confiant

	- Stéréotypes véhiculés (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Homme : nul + Contre stéréotype Homme : mince (non musclé), non confiant en soi
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction descriptive : pas d'action particulière

3.2.11. « Le Parfum – Tome 1, La Pureté » de Zadig & Voltaire (2009)



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir et blanc - Claire - Photographie + cadre blanc en-dessous - Nul
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression	- Une femme - Réel - Nul - Statique, corps figé mais cheveux en mouvement - de face - de profil - regarde vers le destinataire - non visibles - neutre

	- Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- cheveux, œil, épaule - nul - Fond uni gris
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face, mise en avant car entre photo et cadre blanc - Avant-plan, coin inférieur droit, 1/8^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Marque, Nom du produit - « Zadig & voltaire LE PARFUM – TOME 1 <i>La Pureté</i> DISPONIBLE EN BOUTIQUE WWW.ZADIGETVOLTAIRE.COM » - Différentes polices + Une couleur : noir + Marque > Nom du produit
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan rapproché
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- La femme se tourne vers l'objectif et le fixe - Nulle - Nulle - La femme illustre le nom du parfum, « La Pureté »
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Zadig & Voltaire - Clarté, simplicité, sobriété, mystère - Le tout laisse supposer que la femme représente le parfum « La Pureté », c'est pourquoi l'image est « pure », naturelle, sans mise en scène.
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée	- Femme : naturelle, mince

	- Stéréotypes véhiculés (tailles, âges, domination/subordination/ égalité...)	- Femme : mince, partiellement dénudée
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction descriptive : pas d'action particulière

3.2.12. Le cas Calvin Klein « CK One » : publicités

- Publicité de 2009



we are one



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs - Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Couleurs : noir et blanc - Claire - Photographie avec bande blanche en dessous - Nul
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité	- Six femmes, cinq hommes, deux petits garçons - Réels

	- Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Femmes : chemise, jupe ; top, jeans ; blouse, jeans ; robe ; top, jeans, gilet ; chemise, short, gilet + Hommes : jeans, chemise nouée à la taille ; jeans ; pull, jeans ; sous-pull, jeans ; jeans ; veste, jeans - Debout, dynamiques, marchent/courent vers l'objectif - Varient de face à de profil ou entre les deux - De face sauf l'enfant de profil - Vers le destinataire, vers le haut, vers la gauche ou droite de l'image - Soit libres soit se tiennent à un autre personnage - Concentrés, observateurs, défi, confiants, déterminés, heureux - Torses, jambes, visages, cheveux - Colliers, bracelet - Extérieur, jour, fond blanc uni, terre au sol
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face, sur la bande blanche - Avant-plan, coin inférieur droit, 1/50^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Slogan - « we are one for all for ever » - Une polices + Une couleur : noir
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan moyen
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- Marchent vers l'objectif - Côte à côte, proches, contacts, attitudes de couples, amis, parents - Nulle - Comme écrit en bas de l'image (« we are one. For all. For ever »), les personnages représentent les valeurs du parfum : unis dans la diversité et dans les âges.

7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Calvin Klein - Nombre, diversité, unicité, bien-être - Le tout laisse supposer que le parfum CK One s'adresse à tout le monde, aux hommes comme aux femmes, aux plus jeunes comme aux plus âgés, à toutes les nationalités.
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée - Stéréotypes véhiculés (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Heureux, confiants, déterminés
		- Femme : jolie, mince, attitude de mère + Homme : confiant en soi, (un seul) musclé, grands + Couple : EGALITE + Contre-stéréotype : femme d'extérieur, homme attitude paternel, homme plus dénudé que femme
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction narrative : marchent/courent ensemble

- Publicité de 2018



Catégorie	Éléments	Exemples
1) Analyse formelle	- Couleurs	- Couleurs : noir, blanc, gris, bleu, rose

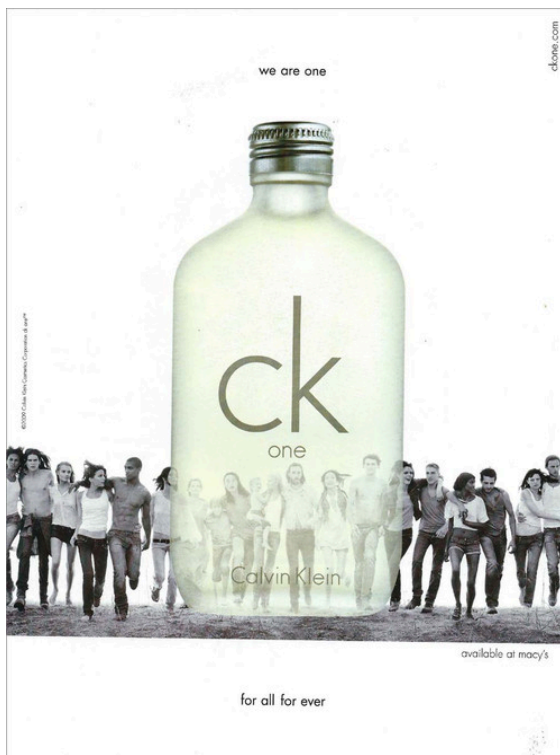
	- Lumière - Type d'iconographie - Rappel formel	- Claire - Photographie avec bande blanche en dessous - Nul
2) Les personnages	- Nombre, Sexe - Personnage irréel/réel/célébrité - Habillement - Postures - Tête - Corps - Regard - Mains - Expression - Parties du corps mises en valeur - Accessoires - Décor	- Quatre femmes, cinq hommes - Réels - Femmes : chemise en jeans, jeans ; idem ; top, jeans ; top + Hommes : t-shirt, veste en jeans, pantalon ; chemise en jeans, jeans ; jeans ; veste en jeans, jeans ; idem - Debout, statiques, semblent attendre, poser - Varient de face à de profil ou entre les deux - Varient de face à de profil ou entre les deux - Vers le destinataire ou vers la droite de l'image - Libres ; dans les poches ; sur le ventre ; sur une femme ou sur le bas ventre - Concentrés, observateurs, défi, confiants, déterminés, provocants - Visages, torsos - Nul - Extérieur, jour, toit, ville, buildings, ciel
3) Produit	- Nombre - Présentation - Place dans l'image	- Une bouteille de parfum - De face, presque couchée, sur un panneau blanc en hauteur - Avant-plan, coin inférieur droit, 1/50^{ème} de l'image
4) Les textes	- Catégories (de haut en bas) - Mots/Signifiants - Typographie	- Nom du produit, Slogan, Marque - « CK ONE One for all. CALVIN KLEIN » - Une police + Une couleur : noir + Nom du produit = Marque > Slogan
5) Analyse artistique	- Angle de vue - Plan utilisé	- Frontal - Plan d'ensemble
6) Analyse interactive	- Activités réalisées par le(s) personnage(s) - Interaction entre le(s) personnage(s)	- Observent, posent - Côte à côte, proches ou moins proches ou seuls, un contact, une attitude de couple, amis

	- Interaction entre les objets et le(s) personnage(s) - Interaction entre les objets, le(s) personnage(s) et le texte/ Cohérence d'ensemble	- Nulle - Comme écrit en bas de l'image (« One for all »), les personnages représentent le « all » et les valeurs du parfum : unis dans la diversité et dans les âges.
7) Analyse interprétative	- Auteur - Premières impressions - Interprétation	- Calvin Klein - Nombre, diversité, unicité - Le tout laisse supposer que le parfum CK One s'adresse à tout le monde, aux hommes comme aux femmes, à toutes les nationalités.
8) Représentation du genre	- Image homme/femme/couple représentée - Stéréotypes véhiculés (tailles, âges, domination/subordination/égalité...)	- Confiants, déterminés, défiants, jeunes
		- Femme : mince + Homme : confiant en soi + Couple : EGALITE + Contre-stéréotype : femme d'extérieur, homme plus dénudé que femme
9) Fonctions de Soulages	- Fonction narrative/descriptive	- Fonction descriptive : pas d'action particulière

- Publicité de 2009



- Publicité de 2009



- Publicité de 2005



- Publicité des années 1990

