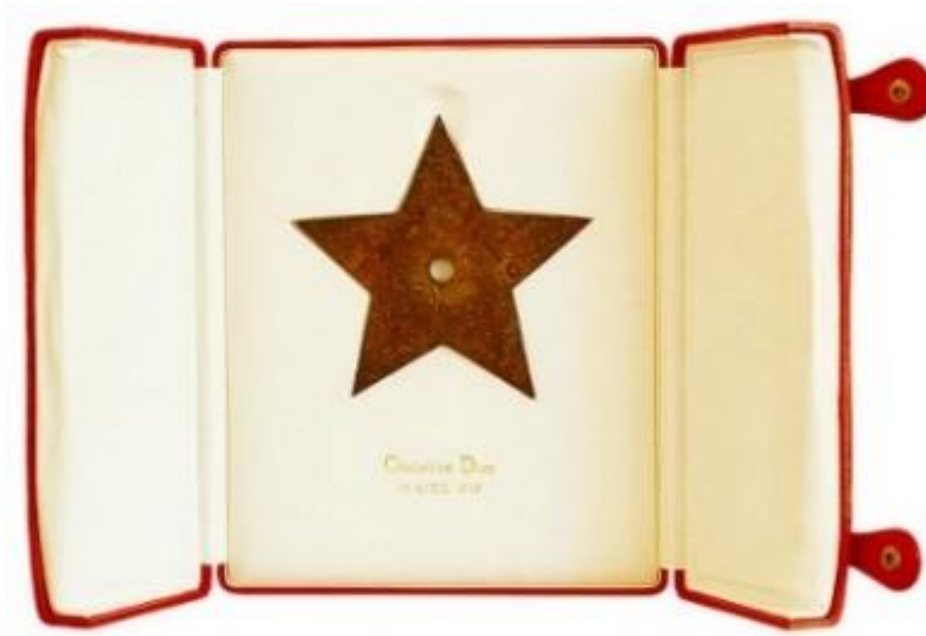


## Grille d'analyse 1 : Analyse sémiotique structurale

	<b>Signifiants ou dénnotations</b>	<b>Signifiés ou connotations</b>	<b>Significations ou mythes</b>
<b>Signes linguistiques</b>	<p>« <i>Christian Dior a changé les codes de l'élégance mondiale dès sa première collection de 1947</i> », « <i>Le New Look impose une nouvelle allure. Au Printemps 1947, les femmes ne seront plus jamais les mêmes</i> », « <i>Le retour à un idéal de bonheur civilisé</i> ».</p> <p>« <i>Croire en son destin</i> », « <i>les dignes et la superposition des sens</i> », « <i>le hasard au fondement de la maison Dior</i> », « <i>une prédilection pour les diseuses de bonne aventure</i> », « <i>Tout est signe, tout fait sens.</i> ».</p> <p>« <i>Les femmes vous seront bénéfiques et c'est par elles que vous réussirez</i> ».</p> <p>« <i>Rayonnement de la France à l'étranger</i> ».</p>	<p>Révolutionnaire, anticonformiste, transformateur, renversement, révélation, nouvelle air.</p> <p>Sacralité ou sacralisation, divinité, spiritualité ou spiritualisation, héroïsation, magie, élu divin.</p> <p>La prophétie, le concept de muse.</p> <p>Internationalisation, iconisation.</p>	<p>CD = révolutionnaire de la mode, 1947 = ancrage temporel. Nouveau libérateur de la femme, incite les femmes à être audacieusement élégante, un bonheur qui passe par l'acceptation de la sensualité des courbes féminines.</p> <p>CD = héros, un Messie envoyé par les puissances divines pour révolutionner les codes de l'élégance féminine. = Création de fausses évidences.</p> <p>La femme = clé de la réussite de CD.</p> <p>CD = ambassadeur de la France.</p>
<b>Signes symboliques</b>	L'art divinatoire, les cartomanciennes, le hasard, l'intuition, la chance.	Les prémonitions, la magie, les pouvoirs surnaturels.	CD = personnage magique, hors du commun, surnaturel, extraordinaire.

	<p>La bonne étoile, l'étoile du berger. Le chiffre 3. Le chiffre 8.</p> <p>La villa Granville et ses jardins. Fleurs : la rose et le muguet.</p> <p>30, Avenue Montaigne, Paris</p>	<p>La lumière, la visibilité, starification. Chiffre sacré, spirituel, voire biblique. L'infini, morphologie en 8, sensualité</p> <p>Havre de paix, jardin d'Eden, temple. Inspiration, passion, délicatesse.</p> <p>Lieu sacré, temple du savoir-faire.</p>	<p>CD est né pour briller, c'est une star née. Le 3 est le chiffre porte-bonheur de CD. Succès infini par la sensualité féminine.</p> <p>Source de vie et d'inspiration de CD. CD = personnage très passionné.</p> <p>Adresse emblématique, légendaire.</p>
<b>Signes visuels</b>	<p>Étoile couleur bronze + ancrage textuel étant : <i>Christian Dior, 18 avril 1946.</i></p> <p>Christian Dior + Diseuse de bonne aventure. Le Tailleur Bar et la collection New-Look.</p> <p>Villa de Granville + jardins fleuris + femmes en fleurs + robes et objets en forme de fleurs.</p> <p>Ouvriers et une mannequin, habillés en blanc, devant la Maison du 30, Avenue Montaigne.</p>	<p>Sacralisation, légende personnelle, mise en lumière, starification.</p> <p>Spiritualité, religion, croyance. Savoir-faire, iconisation d'un modèle.</p> <p>Valeurs familiales, inspiration fétiche, ancrage spatial très fort.</p> <p>Iconisation du lieu, savoir-faire, expertise, Noir et blanc = Luxe.</p>	<p>Objet sacré ayant guidé CD vers les firmaments de la haute couture.</p> <p>CD est très attaché à sa guide spirituelle. Le New Look = Collection iconique.</p> <p>CD en contact avec les fleurs depuis l'enfance d'où sa passion démesurée.</p> <p>Présentation d'un lieu sacré où la magie du luxe opère sous la houlette d'experts.</p>



**Figure 6 : L'étoile du berger**



**Figure 5 : Le Tailleur Bar 1947**



**Figure 7** : *Christian Dior et sa cartomancienne vedette, Madame Delahaye*



**Figure 8** : *Les formes en fleurs*



**Figure 9 : La villa de Granville**



**Figure 10 : 30, Avenue Montaigne**

## Grille d'analyse 2 : Analyse sémiotique structurale + analyse thématique

<b>Storytelling sur l'Esprit Dior et le Savoir-faire</b>	
<b>Mise en place des indicateurs sur base des éléments théoriques</b>	
<b>Indicateurs</b>	<b>Application</b>
<b>Sacralisation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Le créateur : personnage mystique et mystérieux entouré de fétiches, superstitions, mythe, magie, et des personnages adjutants sacralisés, de mythes et magies. Instaurateur d'une culture de l'entreprise et de la marque qui se perpétue = on parle de l'esprit Dior. Une véritable culture en son honneur. CD = Créateur, Élu sacré, Artiste du bonheur féminin.</li><li>➤ La marque : culte voué à la marque et aux valeurs véhiculées dont les principales : l'audace, le prestige, féminité, la sensualité, l'élégance, la qualité, l'excellence, l'authenticité, la créativité artistique. Pas d'existence indépendante de la marque, cette dernière perpétuellement dépendante de l'Esprit Dior instauré par CD, incarné dans les valeurs. Mise en avant du savoir-faire artisanal et artistique.</li><li>➤ Sacralisation de : Granville, de la Maison 30, Avenue Montaigne, Paris, et de la Femme (l'Esprit Dior voue un culte à la Femme, c'est un hymne à la femme).</li></ul>
<b>Stratification sociale</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Dior a été avant tout une marque portée par de grandes stars : Marilyn Monroe, Marlène Dietrich, Liz Taylor, Ava Gardner, etc. CD est avant le couturier des femmes stars icônes de la société.</li><li>➤ Après la mort de CD, l'Esprit Dior reste : le sac Lady Dior = hommage à Lady Diana, le parfum Miss Dior incarné par Nathalie Portman, le parfum J'adore représenté par Charlize Theron, Bela Hadid, Marion Cotillard ? etc. = Mise en avant de la femme riche, belle et célèbre.</li><li>➤ Accessibilité aux hommes : les égéries de Dior homme = Robert Pattinson et Jude Law, parfum sauvage incarné par Johny Depp, Alain Delon et Zinedine Zidane = Des hommes iconiques, riches et célèbres.</li></ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Accessibilité pour la population aisée : les prix des articles supposent que tout le monde ne peut pas se le permettre, à moins d'accepter de sacrifier un montant conséquent de son budget.</li> </ul>
<b>Rareté</b>	Physique	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ De manière générale : présentation et explication du savoir-faire ancestral, artisanal et artistique (en images et vidéos) : « <i>les petites mains des ateliers situés au 30, avenue Montaigne, à Paris, font perdurer un savoir-faire ancestral.</i> »</li> <li>➤ Les vêtements et accessoires : sont élaborés dans des ateliers, ils sont faits main</li> <li>➤ Les parfums : recherche des matières premières précieuses : « <i>Perpétuant une longue tradition d'excellence, le parfumeur-créateur exclusif de la Maison a fait des ingrédients d'exception le signe distinctif de ses créations.</i> », « <i>François Demachy se définit comme le metteur en scène de la qualité rare des ingrédients.</i> »</li> <li>➤ La haute joaillerie : matières premières précieuses (or blanc, jaune et rose, diamant, rubis, émeraude, onyx, nacre, laque céramique, malachite, opale, lapis-lazuli, pierres dures, morganite, etc.)</li> <li>➤ L'horlogerie : « <i>Les mouvements Dior s'animent grâce à l'inventivité de l'horlogerie suisse.</i> » « <i>La montre Dior fait appel à la manufacture Zenith, réputée pour sa fiabilité et sa qualité.</i> », « <i>la noblesse d'une mécanique de haute origine.</i> »</li> <li>➤ Maquillage et soin : mise en avant du travail artisanal et laboratoire scientifique</li> </ul>
	Technologique	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Argument pas très mis en avant sauf dans les métiers du maquillage et des soins : « <i>En testant chaque jour des dizaines de produits, ils orientent le travail du laboratoire et du centre d'innovation pour que l'application et le confort des créations soient optimisés.</i> », « <i>Aujourd'hui plus que jamais, les fleurs inspirent la Science Dior et sont au cœur de la recherche scientifique des chercheurs de la maison.</i> »</li> </ul>
	Sur mesure ou séries limitées	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Fabrication à la main : « <i>Je couds les deux parties entre elles, la doublure et le tissu, avec du fil que j'enlèverai ensuite.</i> »</li> <li>➤ Fabrication en petite série de la veste Dior Homme</li> <li>➤ Personnalisation et sublimation des commandes faites en ligne</li> <li>➤ Les détails faits à la main : le nœud de satin sur Miss Dior, la pose du fil d'or sur J'adore</li> </ul>
	Virtuelle	Prix

		Marketing expérientiel sur internet	<p><b>Qualité de services en ligne :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Informations sur les produits</li> <li>➤ Informations sur la Maison Dior : histoire et mythes, savoir-faire, les métiers, le patrimoine culturel (l'art et les expositions), les actualités récentes.</li> <li>➤ Informations sur livraisons : livraisons standards offertes, retours offerts sous 30 jours, personnalisation et sublimation des commandes.</li> <li>➤ Mise en évidence du service client téléphonique, email, possibilité de prendre un RDV personnalisé en boutique + possibilité de créer un compte et d'avoir une wishlist.</li> <li>➤ Inscription à la Newsletter pour être mis au courant des nouveautés</li> <li>➤ Pas très bonne expérience utilisateur, car navigation peu fluide, lenteur du site internet, ergonomie pas très optimisée, disposition de l'information à améliorer.</li> <li>➤ Design du site web : - Thème général : minimaliste, commun et épuré, beaucoup d'images, très peu de textes. – Couleurs : noir et blanc, avec des touches de couleurs chaudes grâce aux images et bannières.</li> <li>➤ Type de site web : E-shop et site vitrine. <ul style="list-style-type: none"> <li>- E-shop : avec dans la première zone des signes qui signalent le pays de l'utilisateur et la devise, le service client et les points de vente. La seconde zone est consacrée au menu principal, barre de recherche, logo DIOR (en image acoustique), et trois icônes (un cœur pour la wishlist, un profil pour consulter son compte, et un panier). La troisième zone est dédiée à la disposition des informations sur les nouveautés et les campagnes Dior, contenu disposé sous forme de carrousel, bandeau, etc. La dernière zone = réservée à d'autres types d'informations (Newsletter, liens vers les réseaux sociaux, mentions légales, FAQ, info sur les livraisons et retour, retrouver les boutiques physiques, devises).</li> </ul> </li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Site vitrine : tous les signaux du E-shop disparaissent pour laisser place à un autre univers, très loin de l'aspect commercial. Univers plus historique, mythique, orienté sur le savoir-faire, l'histoire de la marque et de son fondateur, le patrimoine culturel (art et expositions), l'actualité de la marque.</li> </ul>
		<p>Identité et culture</p>	<p><b>Vocabulaire sophistiqué :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ « Ateliers » ou « studio de création », « maisons », « toiles » (pour dire prototypes), « créateur », « directeur artistique », « créations », « modèles », « couture », « hautes coutures », « les petites mains des ateliers », « savoir-faire cérémonial », « savoir-faire ancestral », « une opération longue et ancestrale », « Geste ancestral et incontournable », « savoir-faire unique. », « construction architecturée », « La montre Dior utilise le langage de la couture. », « découvrez la féminité selon Dior ».</li> </ul> <p><b>Vocabulaire courant :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Les termes tels qu'« usines », « laboratoire » ne sont utilisés que lorsqu'il s'agit de parler des métiers du parfum, maquillage et soins puisque ce sont les seuls types de métiers dans lesquels l'on retrouve des produits fabriqués en plus grande quantité.</li> </ul> <p><b>La discrétion sur le savoir-faire et les événements</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tendance à la transparence sur la façon de faire, car on nous donne des explications sur la procédure de fabrication de certains produits, mais on ne rentre pas dans la profondeur, il s'agit plutôt d'un résumé avec des termes généraux tels que « le savoir-faire ancestral, cérémonial », « construction architecturée », etc.</li> <li>➤ Les événements tels que les expositions et défilés sont annoncés sur le site web dans la rubrique réservée à cet effet. Pas vraiment de grande discrétion sur ce sujet, bien que pas mise à la une du site web.</li> </ul>

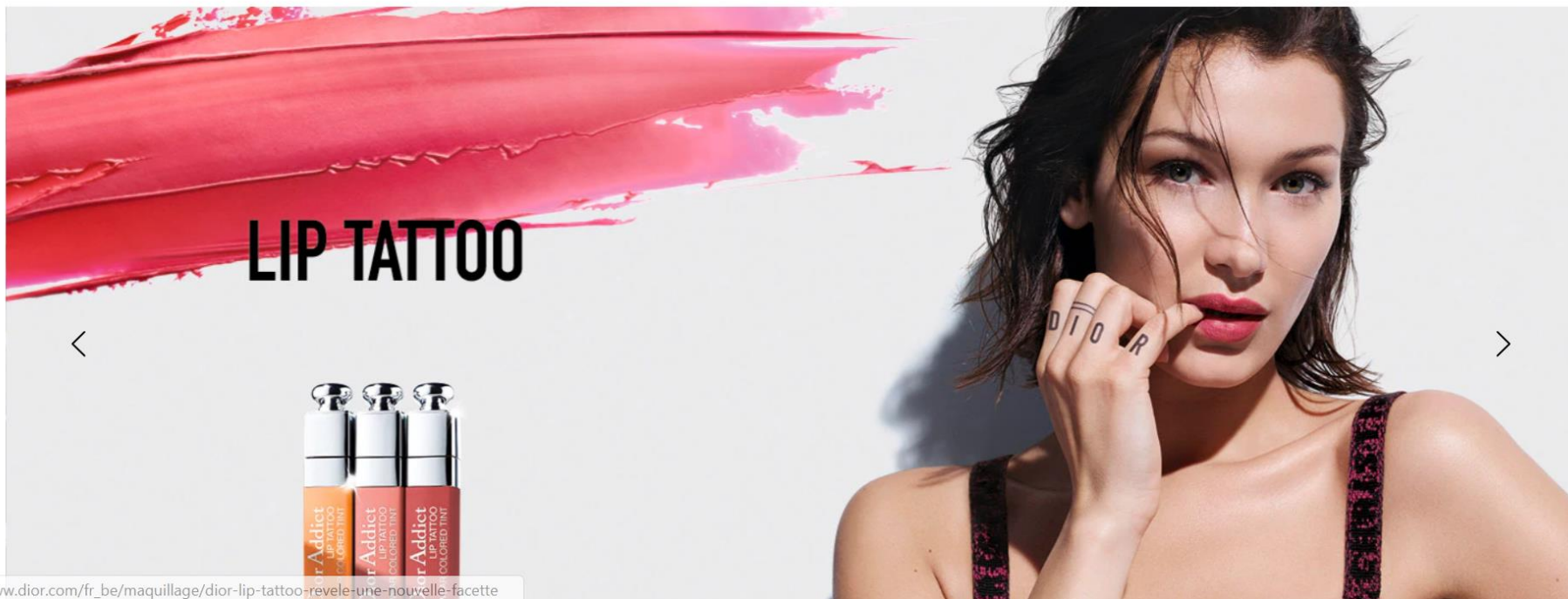
		<p>Vedettariat et Design des produits</p>	<p><b>Vedettariat :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Starification et mythification de CD et des créateurs qui l'ont précédé (Yve Saint Laurent, Marc Bohan, Gianfranco Ferré, John Galliano, Raf Simons, Maria Grazia, Chiuri). Certains créateurs plus célèbres que d'autres.</li> <li>➤ Utilisation des stars du cinéma et de la chanson comme égéries de la marque (voir sacralisation)</li> <li>➤ Starification de la Maison Dior à Paris et de son adresse : 30 Avenue Montaigne = Le nouveau sac Dior porte le nom de cette adresse.</li> <li>➤ Starification de la villa de Granville et ses jardins comme sources de certaines créations.</li> <li>➤ Starification des produits voire des collections : le New Look dont les articles phares sont le Tailleur Bar et la jupe corolle, les parfums Miss Dior, J'adore, Sauvage, le sac Lady Dior, la bague Mimirose.</li> </ul> <p><b>Design des produits :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Insertion des muguet dans les ourlets des robes par CD</li> <li>➤ Les robes en forme de fleurs, la bague Mimirose à la forme d'une rose</li> <li>➤ Insertion de motifs à fleurs, du chiffre 8 et l'effet dentelle dans l'horlogerie Dior</li> <li>➤ Insertion d'une étoile dans les semelles des chaussures Dior</li> <li>➤ Le design du parfum J'adore (le flacon imite les courbures de la femme)</li> </ul>
<p><b>Communauté sur internet</b></p>			<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sur le site internet : pas d'interaction entre membres de la communauté, celle-ci ne peut interagir qu'avec le service client. La FAQ présente contient des questions figées (probablement élaborées par la marque), auxquelles celle-ci répond de manière figée.</li> <li>➤ Sur Instagram, deux types de communautés : Dior <ul style="list-style-type: none"> <li>- D'une part, les stars et tops modèles présentés par Dior sur son fil d'actualité : les stars portant les créations de la marque sur les tapis rouges des événements prestigieux, les tops modèles brandissant les collections sur les podiums des défilés.</li> <li>- D'autre part, la communauté de followers</li> </ul> </li> </ul>

<p><b>Légitimité</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ L'artification de Dior <ul style="list-style-type: none"> <li>- CD était lui-même un artiste peintre, musicien et dessinateur + il dirigeait une galerie d'art avant de devenir couturier ;</li> <li>- Ami avec plusieurs artistes, il a soutenu de nombreuses œuvres d'art ;</li> <li>- De nombreuses expositions Dior en France comme à l'international (articles exposés comme des œuvres d'art) ;</li> <li>- Musée de Granville et les autres musées Dior à l'étranger ;</li> </ul> </li> <li>➤ Élaboration de livres regroupant les œuvres de CD et de la Maison Dior par collection, créateurs ou périodes = activité culturelle intellectuelle</li> <li>➤ Sur le site web : rubriques réservées aux expos Dior et Rubrique « Patrimoine »</li> <li>➤ La communauté d'adhérents dont les stars qui donnent le tempo</li> <li>➤ Légitimité par le vocabulaire employé (voire culture et identité, plus haut)</li> </ul>
--------------------------	---

**NB :** Dans cette analyse consacrée au storytelling, les citations présentées sont tirées du site web de Dior, à la rubrique « Expositions », dans les pages de l'onglet « Dior en histoires »<sup>1</sup>.

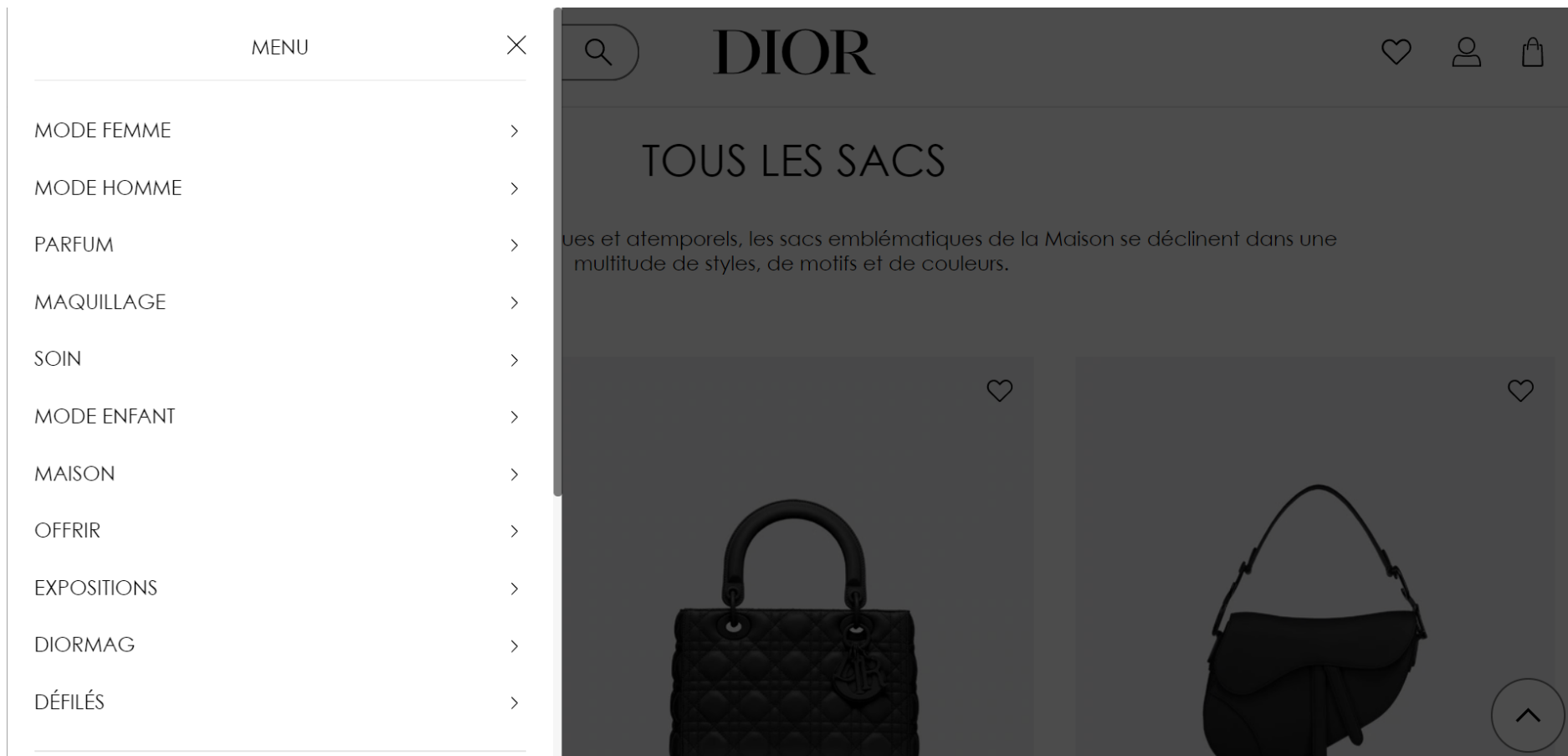
---

<sup>1</sup> [https://www.dior.com/couture/fr\\_be/la-maison-dior/dior-en-histoires](https://www.dior.com/couture/fr_be/la-maison-dior/dior-en-histoires)

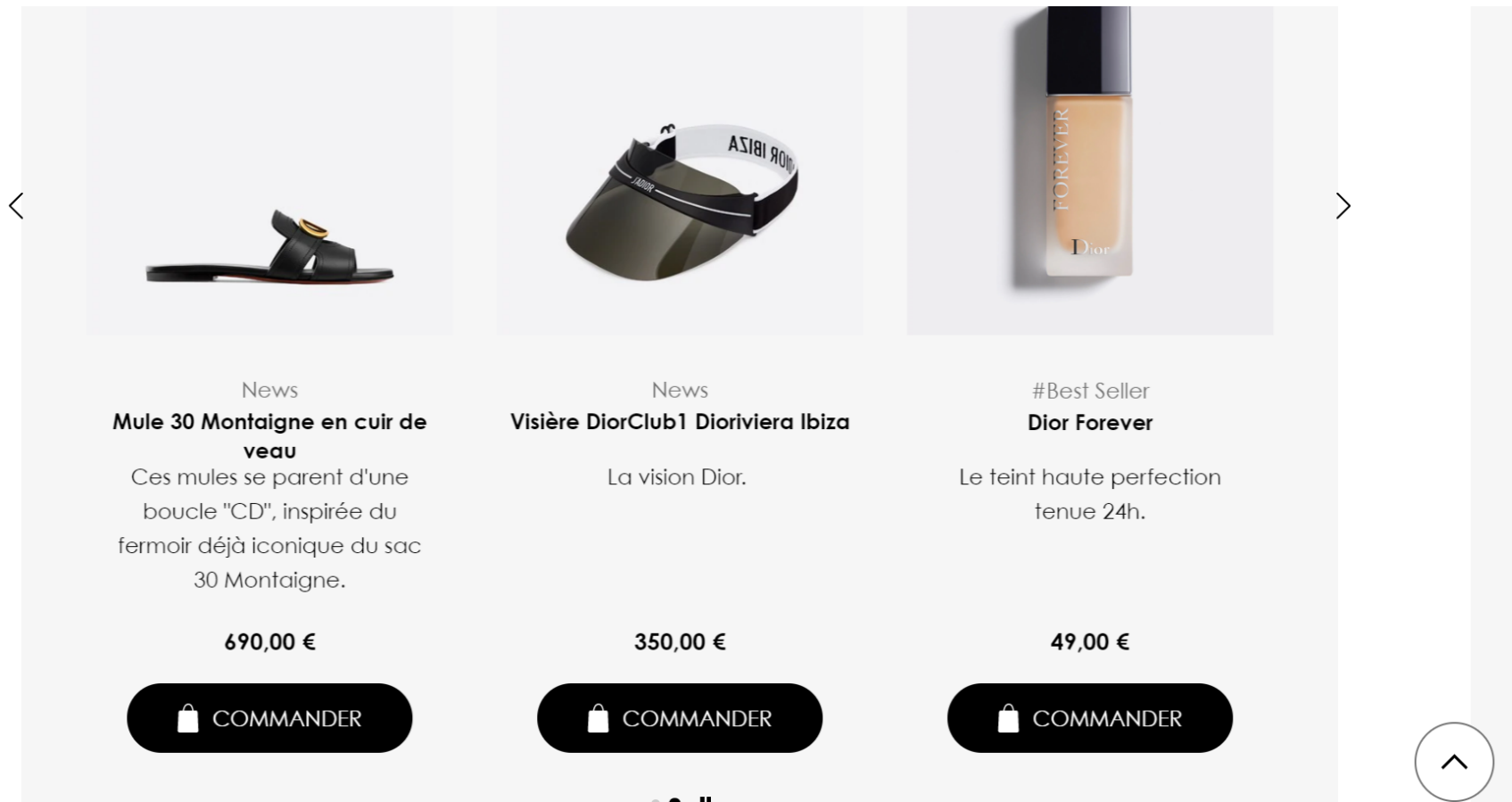


[www.dior.com/fr\\_be/maquillage/dior-lip-tattoo-revele-une-nouvelle-facette](http://www.dior.com/fr_be/maquillage/dior-lip-tattoo-revele-une-nouvelle-facette)

**Capture d'écran de la page d'accueil de la partie E-shop**



**Capture d'écran du menu principal**



News  
**Mule 30 Montaigne en cuir de veau**

Ces mules se parent d'une boucle "CD", inspirée du fermoir déjà iconique du sac 30 Montaigne.

690,00 €

 COMMANDER

News  
**Visière DiorClub1 Dioriviera Ibiza**

La vision Dior.

350,00 €

 COMMANDER

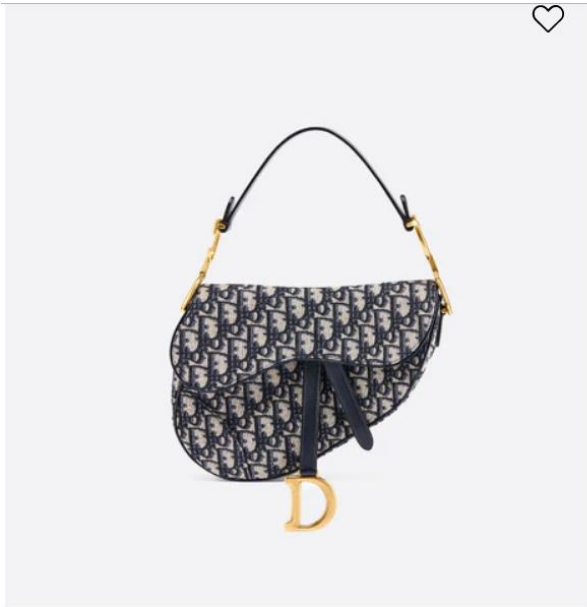
#Best Seller  
**Dior Forever**

Le teint haute perfection tenue 24h.

49,00 €

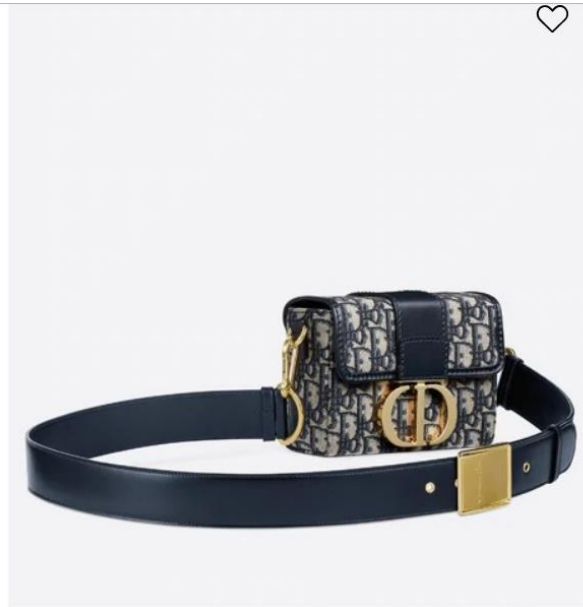
 COMMANDER

Capture d'écran de la manière de présenter les produits



Sac Saddle Dior Oblique

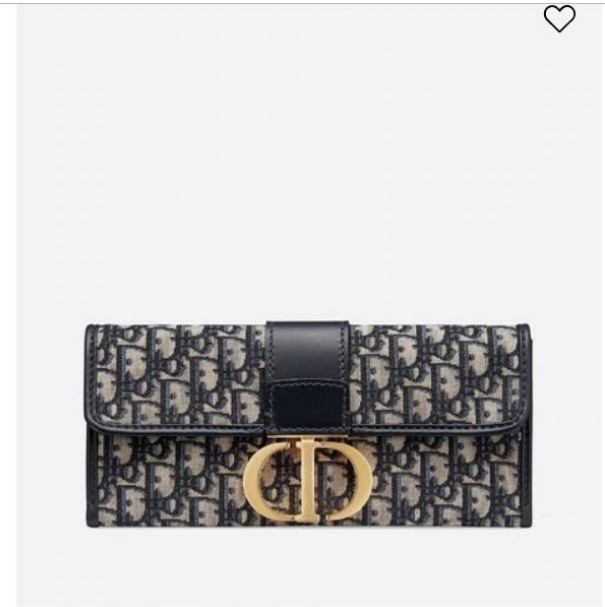
**2 300,00 €**



#Nouveauté

Sac Box 30 Montaigne en toile  
jacquard

**2 100,00 €**

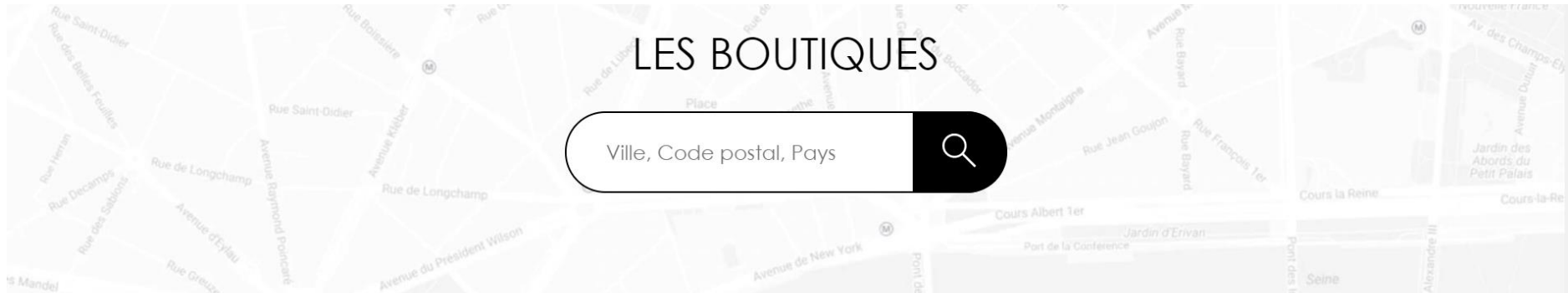


#Nouveauté

Sac pochette 30 Montaigne en  
toile jacquard

**1 600,00 €**

**Capture d'écran de la manière de présenter les produits**



## LES BOUTIQUES

Ville, Code postal, Pays



## AVANTAGES E-BOUTIQUE



### LIVRAISON OFFERTE

Livraison standard offerte  
pour toute commande



### RETOURS OFFERTS

Retours sous 30 jours offerts  
pour toute commande



### L'ART D'OFFRIR

Votre commande sublimée  
dans un coffret Dior iconique  
et accompagnée d'un  
message personnalisé



Capture d'écran des informations pratiques

NEWSLETTER

\*Votre email

[Nous contacter](#)

[Livraison & retours](#)





[FAQ](#)

[Carrières](#)

[Mentions légales](#)

[Politique de vie privée - mise à jour](#)

SUIVEZ-NOUS

PAYS / RÉGION

**Capture d'écran de la dernière zone de la page d'accueil**



### Grille d'analyse 3 : Analyse sémiologique de l'image publicitaire

<b>Miss Dior &amp; J'adore</b>	
<b>Rhétorique de l'image</b>	
	<b>Application</b>
<b>Messages linguistiques</b>	<p><b>Logo Dior :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dénotation : haute couture et marque de luxe française, renommée internationale, nom de famille de CD.</li> <li>➤ Connotation : esprit révolutionnaire, codes d'élégance féminine + masculine, vente de rêve, transformation, pouvoirs surhumains (déesse, dieu, religiosité, etc.) = rapport au sacré.</li> <li>➤ Rapport à l'or = Mythe de rayonnement, prestige, opulence. Mythe de la femme en or, née pour briller = exhibitionnisme.</li> </ul> <p><b>Miss Dior :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 1er parfum Dior par CD : essence de la rose, parfum de l'amour, Natalie Portman = égérie.</li> <li>➤ Slogan : <i>And you, what would you do for love ?</i> Parole impérative, interpellative, intentionnelle et motivée par l'histoire de Dior et de la femme dans la société occidentale et les sociétés occidentalisées. Minimalisme, connotations : audace, romantisme, rêve, etc. Cependant, pronom personnel devient impersonnel, généralité, intemporalité.</li> </ul> <p><b>J'adore :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Parfum bestseller : rupture de codes, essences florales (rose, muguet, jasmin), Charlize Theron = égérie.</li> <li>➤ Slogan : <i>J'adore</i>. Parole impérative, interpellative, intentionnelle et motivée par l'histoire. Originalité = confusion entre slogan et nom. Conséquences : marketing de l'adoration, religiosité, importance de l'or (fortune sacrificielle). J'adore = amour.</li> </ul>

<b>Messages iconiques non codés (perceptifs)</b>	<b>Miss Dior :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Voir l’affiche publicitaire ci-bas</li> <li>➤ Voir le film publicitaire : lien vers la vidéo <a href="https://www.dior.com/fr_be/parfum/parfums_femmes/miss-dior">https://www.dior.com/fr_be/parfum/parfums_femmes/miss-dior</a></li> </ul> <b>J’adore :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Voir l’affiche publicitaire ci-bas</li> <li>➤ Voir le film publicitaire : lien vers la vidéo <a href="https://www.dior.com/fr_be/parfum/parfums_femmes/jadore">https://www.dior.com/fr_be/parfum/parfums_femmes/jadore</a></li> </ul>	
<b>Messages iconiques codés (culturels)</b>	<b>Les publicités Miss Dior et J’adore nous livrent le contenu de la mythologie singulière de Dior :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ L’audace ou l’esprit révolutionnaire et exhibitionniste</li> <li>➤ Beauté et sensualité</li> <li>➤ Le romantisme et prestige</li> <li>➤ Le bonheur féminin</li> </ul> <p>= Voir les explications de chaque point dans le mémoire.</p> <p>= Discernement de l’Esprit Dior.</p>	



**Figure 11 : Affiche publicitaire Miss Dior**



**Figure 12 :** *Affiche publicitaire du parfum J'adore*