



Description de l'image :

L'image présente un grand pot de dessert au chocolat de la marque Mamie Nova placé au centre. Le pot est de couleur marron avec des illustrations de carreaux de chocolat. Il est ouvert, laissant apparaître son contenu. L'étiquette indique 'Gourmand Dessert Chocolat' et comporte le logo de la marque "Mamie Nova". En arrière-plan, un petit canapé rouge est positionné sur un sol à rayures alternant entre marron foncé, marron clair ou beige et noir. Ces rayures se prolongent en arrière-plan dans des tons similaires, fusionnant avec le fond de l'image.

En haut de l'image, un texte publicitaire est inscrit en blanc : "Voici la séance de psy la moins chère de l'univers." En bas de l'image, le slogan "Mamie Nova, il n'y a que toi qui me fais ça." est écrit en blanc.

Plus bas, une mention sanitaire apparaît dans un cadre noir, conformément aux obligations légales : "POUR VOTRE SANTÉ, MANGEZ AU MOINS 5 FRUITS ET LÉGUMES PAR JOUR. www.mangerbouger.fr". Enfin, dans un cadre blanc, le mot "PSYCHOLOGIES" est inscrit en rouge et en majuscules.

Le Message Plastique

Cadre

- Description : L'image est encadrée de manière serrée sur l'élément principal, le pot de dessert. Il occupe la majeure partie de l'espace visuel. De plus il y a une bande

noir tout en bas de l'affiche pour séparer l'affiche publicitaire du message d'information externe à la pub. Encore en dessous il y a un cadre blanc avec le mot "psychologie" écrit dedans.

- Interprétation : Ce cadrage met en valeur le produit en lui conférant une présence dominante. Le spectateur est immédiatement attiré par lui. Le texte en rouge est mis en valeur grâce à sa couleur afin de faire un lien avec le thème de l'affiche publicitaire

Cadrage

- Description : Plan en légère plongée qui place le pot de dessert en position centrale et dominante.
- Interprétation : Ce choix de cadrage donne au produit une importance visuelle forte et crée une impression de proximité avec le spectateur.

Angle de prise de vue

- Description : L'angle est légèrement plongeant, donnant une impression de profondeur avec l'arrière-plan rayé qui semble reculer vers le fond.
- Interprétation : Cet angle confère au produit un effet d'ancrage solide, renforçant l'idée qu'il est au centre de l'attention, comme une solution évidente et accessible.

Effets

- Description : Effet de perspective avec les lignes du sol et du fond qui convergent vers l'arrière. Le pot semble être posé sur une scène inclinée.
- Interprétation : Cet effet crée une sensation de dynamisme et de profondeur, donnant plus d'impact au produit tout en renforçant son lien avec l'environnement représenté.

Formes et dimensions

- Description : Le pot a une forme cylindrique imposante, contrastant avec le canapé qui est plus petit et rectangulaire.
- Interprétation : La taille du pot par rapport au canapé renforce l'idée que le produit est plus important que le cadre dans lequel il est placé, suggérant qu'il est la "solution" mise en avant.

Couleurs

- Description : Marron dominant (pot, chocolat, sol et fond), avec du rouge (canapé et texte "PSYCHOLOGIES") et du blanc (textes et logo).
- Interprétation : Le marron rappelle la gourmandise et la chaleur du chocolat. Le rouge du canapé évoque la psychanalyse, le confort et l'intimité, tandis que le blanc des textes assure une bonne lisibilité et un contraste avec l'arrière-plan.

Analyse du message socio-culturel

Le yaourt au chocolat Mamie Nova est un produit de plaisir et de gourmandise, sur cette affiche nous retrouvons deux signes socio-culturel :

1. Le canapé rouge

Nous pouvons voir un canapé rouge allongé placé en bas à droite du yaourt, il est placé en arrière plan. Ce canapé peut être une allusion à l'idée d'une thérapie pas comme les autres, elle suggère que consommer ce yaourt offre un réconfort mental et émotionnel, similaire à une séance chez un psychologue. Une thérapie gourmande.

Le rouge est une couleur qui représente la passion, ce qui renforce l'idée d'une expérience gustative mémorable et unique.

2. Les morceaux de chocolats

Nous pouvons voir plusieurs carreaux de chocolat éparpillés sur le pot de yaourt, ces chocolats évoquent la gourmandise et la richesse du goût, ils renforcent l'association du produit avec la satisfaction de désir sensoriel. Pour tous, le chocolat est un symbole de plaisir associé à des moments de réconfort ou de célébration. Un antidote au stress et une source de plaisir intense.

Analyse du message linguistique

1. « *Voici la séance de psy la moins chère de l'univers* » = Texte de relais, car il ajoute une information qui ne se voit pas dans l'image : il établit un parallèle entre la consommation du yaourt et une séance de thérapie.
2. « *Mamie Nova* » = Texte d'ancrage, car il rappelle la marque et aide à comprendre de quel produit il s'agit.
3. « *Mamie Nova, il n'y a que toi qui me fais ça* » = Texte d'ancrage, car il guide l'interprétation de l'image en associant la marque à un plaisir unique et personnel.
4. « *Pour votre santé, mangez au moins 5 fruits ou légumes par jour [...]* » = Texte de relais, car il apporte une information extérieure à l'image, en lien avec la réglementation sanitaire sur la publicité alimentaire.

Synthèse

Cette publicité Mamie Nova met en avant un dessert au chocolat en jouant sur l'association entre plaisir gustatif et bien-être psychologique. L'image présente un grand pot de yaourt au chocolat placé au centre, sur un fond aux rayures marron et beige qui convergent vers l'arrière, créant un effet de profondeur. Un canapé rouge, symbole classique de la psychanalyse, est discrètement positionné en arrière-plan, renforçant l'idée d'une "thérapie gourmande". Le cadrage en légère plongée donne une impression de dominance au produit, tandis que les couleurs jouent sur la chaleur du chocolat (marron) et l'intensité de l'expérience (rouge). Le message linguistique appuie cette idée avec l'accroche « *Voici la*

séance de psy la moins chère de l'univers » (texte de relais), qui suggère que ce yaourt procure un réconfort comparable à une thérapie. Le slogan « *Mamie Nova, il n'y a que toi qui me fais ça* » (texte d'ancrage) renforce la relation affective avec la marque, la présentant comme une source de plaisir unique. Enfin, la mention sanitaire « *Pour votre santé, mangez au moins 5 fruits et légumes par jour* » (texte de relais) rappelle la réglementation en vigueur sur la publicité alimentaire. À travers son message visuel et textuel, cette publicité transforme un simple dessert en un véritable remède contre le stress, ancré dans une expérience gourmande et réconfortante.