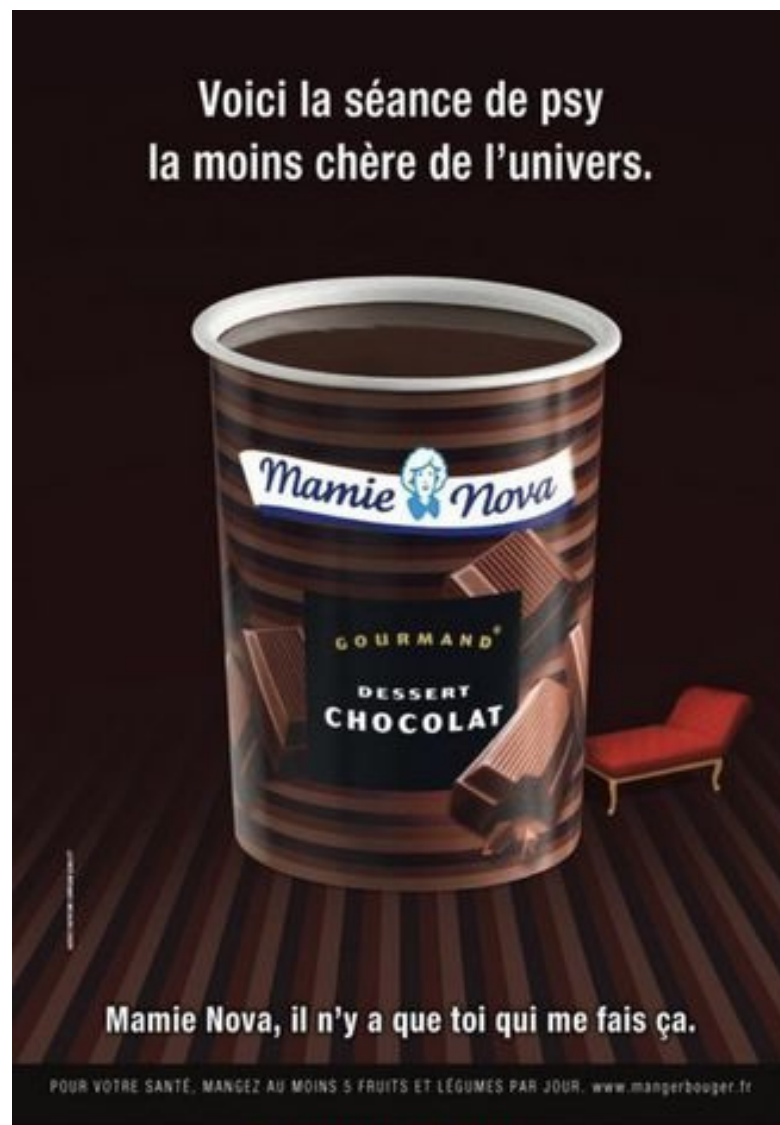

ANALYSE SÉMIOLOGIQUE D'UNE COMMUNICATION PRINT DE LA MARQUE MAMIE NOVA.

SOUSA PEREIRA Mariana



PSYCHOLOGIES

Description de l'image

L'image présente un seul plan, centré sur le produit. Le fond est brun en haut et se transforme progressivement en un sol façon parquet, avec différentes nuances de marron. Au centre de l'affiche, on voit un pot de dessert au chocolat Mamie Nova Gourmand. Le pot est ouvert, laissant apparaître la surface lisse du dessert chocolaté. Il est de couleur marron foncé et décoré de motifs rectangulaires dans différentes teintes de marron. On y voit également des morceaux de chocolat, dont un semble avoir été croqué ou cassé.

En haut du pot, on voit l'étiquette blanche de la marque Mamie Nova, accompagnée du logo bleu représentant la « mamie ». Juste en dessous, sur une bande noire, on lit un texte doré : « GOURMAND », suivi d'un texte blanc : « DESSERT CHOCOLAT ».

À droite du pot, on voit un petit fauteuil rouge aux pieds dorés.

Sous le pot, un second texte blanc avec un contour noir autour des lettres indique : « Mamie Nova, il n'y a que toi qui me fais ça. »

En haut de l'image, un texte blanc en typographie simple et sans empattement affiche la phrase : « Voici la séance de psy la moins chère de l'univers. »

En bas de l'image, dans une bande noire, la mention légale obligatoire apparaît en lettres blanches : « Pour votre santé, mangez au moins 5 fruits et légumes par jour – www.mangerbouger.fr »

Enfin, tout en bas de l'affiche, le logo du magazine PSYCHOLOGIES apparaît en rouge.

Analyse du message plastique

Élément	Description	Interprétation
Cadre	Il n'y a pas de cadre. L'image occupe tout l'espace de l'affiche.	Sans cadre, le spectateur peut imaginer ce qu'il y a autour. Cela donne l'impression d'être dans un monde imaginaire ou dans un espace intime, comme celui d'un psychologue.
Cadrage	Plan serré, centré sur le pot	Ce cadrage met le dessert au centre, lui donnant de l'importance. Le pot devient presque un personnage, comme un psychologue. Le fauteuil renforce l'idée d'une séance chez le psy.

Angle de vue	L'angle est frontal, on regarde le pot droit devant, légèrement en contre-plongée.	L'angle frontal donne de l'importance au produit. Le pot semble nous faire face, comme un psychologue qui nous écoute.
Couleurs	Marron, noir, rouge	Les tons marron et noir évoquent la gourmandise et la chaleur du chocolat. Le rouge du fauteuil symbolise l'univers du cabinet de psy, tout en ajoutant une touche de luxe.
Composition	Le pot est centré et occupe la majorité de l'espace, le fauteuil est sur le côté droit, et les textes sont en haut et en bas.	La composition met le produit en valeur, attirant naturellement le regard vers le pot. Cela rappelle la position d'un patient face à son psychologue, dans un moment intime et confidentiel.
Formes	Nombreuses formes assez grandes	Le contraste entre la grande forme du pot et les petites formes, comme le coussin, renforce l'idée qu'un grand plaisir peut tenir dans une petite forme.

Analyse du message socio-culturel

Un des signes socio-culturels présents dans l'affiche est le fauteuil rouge, qui peut être considéré comme un fauteuil typique d'un cabinet de psy, en rouge et doré. Il y a aussi la référence au magazine « PSYCHOLOGIES » en bas de l'affiche, où se trouve le logo. Ces deux éléments donnent l'idée que l'affiche s'adresse aux personnes intéressées par le bien-être mental, sachant que le chocolat est perçu comme un réconfort psychologique pour beaucoup de gens. Le fauteuil fait également référence à une consultation psychologique, et la promesse de l'affiche est que le dessert devient une sorte d'assurance, un confort pour les gens, comme une séance chez le psychologue.

Le deuxième signe socio-culturel est le dessert au chocolat. Dans notre culture, le chocolat est souvent associé à un confort émotionnel, car il libère des endorphines dans notre corps, ce qui nous rend plus heureux. Ce lien avec le bien-être physique et émotionnel renforce l'idée de réconfort. Cela fait écho au signe de la psychologie, car le dessert devient, pour les consommateurs, une forme de confort psychologique, à l'instar d'une séance avec un psychologue.

Analyse du message linguistique

Dans l'affiche, plusieurs textes sont présents. Le premier, « Voici la séance de psy la moins chère de l'univers. », est un texte d'ancrage qui apporte du sens à l'image. Il suggère l'idée d'une séance de psychologie, la rendant accessible avec un simple dessert au chocolat. Un autre texte d'ancrage, « Mamie Nova, il n'y a que toi qui me fais ça. », renforce l'idée que le produit procure une sensation de bien-être et de réconfort. L'utilisation du "tu" s'adresse directement aux consommateurs, rendant le message plus personnel et affectif. Le texte « POUR VOTRE SANTÉ, etc. » est un texte relais, inscrit dans un cadre légal et contextuel, qui trouve sa place dans l'affiche pour des raisons informatives.

Synthèse

La campagne adopte un ton humoristique en comparant le plaisir de savourer un dessert au chocolat à une séance chez le psy. En mettant le dessert Mamie Nova dans la peau d'un « psy », la marque le transforme en un confident, capable d'apporter du réconfort, le tout à petit prix.

Le visuel et le texte créent un univers à la fois léger et cohérent. La couleur chocolat, omniprésente, évoque la chaleur et le plaisir coupable, tandis que le fauteuil rouge rappelle l'univers de la psychologie.

Au final, l'affiche transmet l'idée qu'un simple dessert au chocolat peut offrir un moment de réconfort, presque comme une petite thérapie du quotidien, simple et accessible à tous.