

Analyse sémiologique

Apolline Orsset

Jun Rault

Thomas SAK

Jeremy WU

BUT MMI 1, 2024-2025

Introduction :

La publicité est une communication de masse visant à influencer un public cible. Elle existe depuis la Préhistoire sous forme de fresques. L'imprimerie révolutionne le secteur avec l'apparition des affiches et des annonces dans la presse dès le XVIIe siècle. Au XXe siècle, la radio et la télévision transforment la publicité, qui devient un domaine structuré. Avec l'essor du digital dans les années 1990, les formats se diversifient (bannières web, réseaux sociaux, vidéos).

Depuis sa création, Coca-Cola a su imposer son image à travers des campagnes publicitaires emblématiques. Entre 1960 et 2018, la marque a adapté ses stratégies de communication aux évolutions culturelles, technologiques et sociétales, devenant un symbole mondial de convivialité et de partage. De l'essor de la télévision aux campagnes digitales modernes, les publicités Coca-Cola reflètent les tendances de chaque époque tout en renforçant son identité intemporelle. Nous verrons ainsi comment ces campagnes ont évolué, en analysant leurs différents signes visuels, textuels et colorimétriques.

Étude sémiologique de la publicité Coca-Cola :



1960

Signes visuels :

Signifiant	Signifié
Les trois boissons (bouteille, verre, gobelet)	Représentent différentes manières de consommer Coca-Cola, soulignant sa polyvalence et son accessibilité.
Le glaçon flottant	Évoque la fraîcheur et la pureté de la boisson, créant un effet rafraîchissant et désirable
L'eau en arrière-plan	Renforce l'idée de fraîcheur et donne un aspect naturel et vivifiant au produit.

Signes textuels :

Signifiants	Signifiés
"Coke means only Coca-Cola... And Coca-Cola means only Coke"	Affirme que le terme "Coke" est exclusivement associé à la marque, protégeant ainsi son identité contre les génériques.
"Each is a registered trade-mark which identifies only the product of The Coca-Cola Company"	Souligne la propriété intellectuelle de la marque pour éviter que le mot "Coke" ne soit utilisé pour désigner d'autres sodas.
"Have a Coke" sur le gobelet	Slogan simple et direct incitant à la consommation du produit.

Signes colorimétriques :

Signifiants	Signifiés
Rouge et blanc (logo et texte)	Couleurs emblématiques de la marque, symbolisant la passion et la vivacité.
Bleu et blanc de l'eau et de la glace	Renforce l'idée de fraîcheur et de pureté.
Noir et marron foncé du Coca-Cola	Met en valeur la boisson et crée un contraste avec l'arrière-plan froid.

Cette publicité Coca-Cola de 1960 repose sur plusieurs niveaux de signification :

1. Signifiants et signifiés visuels :

- Les trois boissons (bouteille, verre, gobelet) représentent différentes manières de consommer Coca-Cola, soulignant sa polyvalence et son accessibilité.
- Le glaçon flottant : Évoque la fraîcheur et la pureté de la boisson, créant un effet rafraîchissant et désirable.
- L'eau en arrière-plan renforce l'idée de fraîcheur et donne un aspect naturel et vivifiant au produit.

2. Signifiants et signifiés textuels :

- "Coke means only Coca-Cola... And Coca-Cola means only Coke" : Affirme que le terme "Coke" est exclusivement associé à la marque, protégeant ainsi son identité contre les génériques.
- "Each is a registered trade-mark which identifies only the product of The Coca-Cola Company" : Souligne la propriété intellectuelle de la marque pour éviter que le mot "Coke" ne soit utilisé pour désigner d'autres sodas.
- "Have a Coke" sur le gobelet : Slogan simple et direct incitant à la consommation du produit.

3. Signifiants et signifiés colorimétriques :

- Rouge et blanc (logo et texte) : Couleurs emblématiques de la marque, symbolisant la passion et la vivacité.
- Bleu et blanc de l'eau et de la glace : Renforce l'idée de fraîcheur et de pureté.
- Noir et marron foncé du Coca-Cola : Met en valeur la boisson et crée un contraste avec l'arrière-plan froid.



1970

Signes visuels :

Signifiants	Signifiés
Verre de Coca-Cola avec condensation de glace	Met en avant la fraîcheur et l'aspect désaltérant du produit. La condensation accentue le réalisme et la tentation
Le houx	Symbole de Noël et des fêtes de fin d'année, il associe Coca-Cola à un moment chaleureux et familial
Le ruban rouge	Évoque les cadeaux et la célébration, renforçant l'idée que Coca-Cola est une boisson festive et réconfortante

Signes textuels :

Signifiants	Signifiés
"It's the real thing. Coke."	Ce slogan emblématique insiste sur l'authenticité du produit. "The real thing" suggère que Coca-Cola est unique, inimitable et synonyme de plaisir véritable.
Texte explicatif	Fait référence aux achats stressants des fêtes et présente Coca-Cola comme une solution rafraîchissante et agréable

Signes colorimétriques :

Signifiants	Signifiés
Rouge et blanc	Les couleurs de Coca-Cola, qui rappellent aussi Noël et la joie des fêtes
Doré et brun ambré	Donne une impression de richesse et de qualité, mettant en valeur la boisson
Vert	Fait écho aux décorations de Noël, renforçant l'association entre Coca-Cola et cette période festive

Cette publicité Coca-Cola des années 1970 repose sur une symbolique forte pour associer la boisson à l'authenticité et à l'esprit des fêtes.

1. Signifiants et signifiés visuels :

- Le verre de Coca-Cola avec condensation et glace met en avant la fraîcheur et l'aspect désaltérant du produit. La condensation accentue le réalisme et la tentation.
- Le houx : Symbole de Noël et des fêtes de fin d'année, il associe Coca-Cola à un moment chaleureux et familial.
- Le ruban rouge : Évoque les cadeaux et la célébration, renforçant l'idée que Coca-Cola est une boisson festive et réconfortante.

2. Signifiants et signifiés textuels :

- "It's the real thing. Coke." : Ce slogan emblématique insiste sur l'authenticité du produit. "The real thing" suggère que Coca-Cola est unique, inimitable et synonyme de plaisir véritable.
- Texte explicatif : Fait référence aux achats stressants des fêtes et présente Coca-Cola comme une solution rafraîchissante et agréable.

3. Signifiants et signifiés colorimétriques :

- Rouge et blanc : Les couleurs de Coca-Cola, qui rappellent aussi Noël et la joie des fêtes.
- Doré et brun ambré du Coca-Cola : Donne une impression de richesse et de qualité, mettant en valeur la boisson.
- Vert du houx : fait écho aux décorations de Noël, renforçant l'association entre Coca-Cola et cette période festive.

Cette publicité associe Coca-Cola aux fêtes en mettant en avant convivialité, tradition et fraîcheur à travers ses visuels, son message et ses couleurs emblématiques.



1980

Signes visuels :

Signifiants	Signifiés
Une bouteille Coca-Cola dessinée avec des crayons de couleurs	Nostalgie, spontanéité, attachement émotionnel, retour à l'enfance
Représentation texturée et colorée de la bouteille avec des bulles	Aspect rafraîchissant, évoque boisson pétillante
Un cahier et des outils de dessin	Créativité, authenticité, renforce l'image positive de Coca-Cola.
Une étoile dorée	Réussite, excellence

Signes textuels :

Signifiants	Signifiés
Un badge rouge avec le slogan "Always Coca-Cola"	Renforce la fidélité
Texte "Toujours premier"	Supériorité, leadership
Usage du français	Cible public francophone, crée une connexion culturelle et locale

Signes colorimétriques :

Signifiants	Signifiés
Rouge	Énergie, chaleur, passion, excitation
Blanc	Simplicité, pureté
Doré	Excellence, réussite

Cette publicité Coca-Cola repose sur un ensemble de signes visuels et textuels qui véhiculent un message précis. L'analyse sémiologique permet de comprendre comment ces éléments interagissent pour construire une signification forte associée à la marque.

1. Signifiants et signifiés visuels :

- La bouteille de Coca-Cola est dessinée aux crayons, évoquant l'enfance et l'école.
- Le dessin texturé et coloré met en avant sa fraîcheur, avec des bulles qui rappellent une boisson pétillante.
- Le cahier, le crayon brisé, le compas et les crayons évoquent le monde scolaire et la créativité.
- Une étoile dorée symbolise la réussite, et un badge rouge avec "Always Coca-Cola" souligne la constance de la marque.

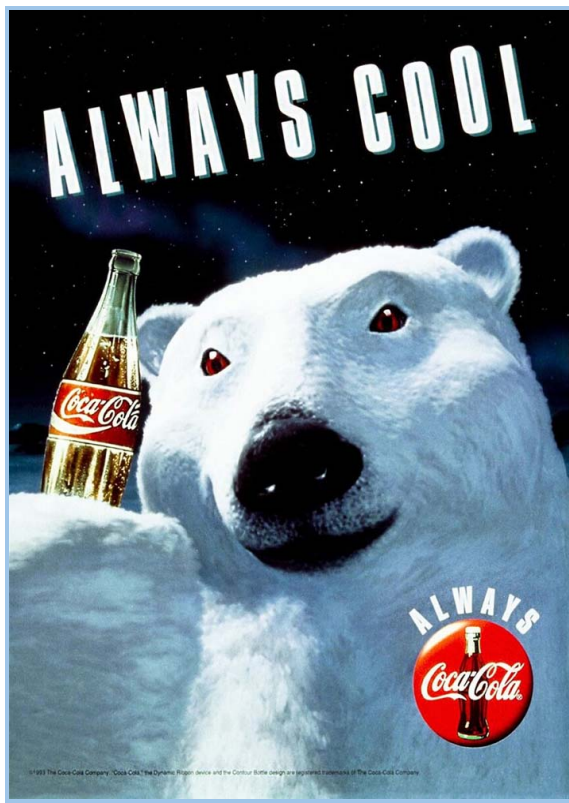
2. Analyse des signes textuels :

- L'expression "Toujours premier" insiste sur le leadership de Coca-Cola.
- L'utilisation du français crée un lien avec le public francophone.
- L'écriture manuscrite rouge apporte une touche chaleureuse, comme une annotation scolaire.
- Le slogan "Always Coca-Cola" assure la continuité dans la communication mondiale.

3. Signifiants et signifiés colorimétriques :

- **Rouge** : symbolise l'énergie, la passion et attire l'attention, couleur emblématique de Coca-Cola.
- **Blanc** : représente la simplicité et la pureté.
- **Doré** : la petite étoile et les reflets sur la bouteille évoquent l'excellence et le succès.

Cette publicité joue sur une dimension émotionnelle en associant Coca-Cola à l'enfance, à l'école et à des souvenirs nostalgiques.



1990

Signes visuels :

Signifiants	Signifiés
Ours polaire anthropomorphisme	Symbole de fraîcheur, lien avec la nature, aspect sympathique et amical
Bouteille de Coca-Cola en verre	Produit emblématique, authenticité, tradition
Position de l'ours (regard et sourire)	Connexion avec le spectateur, message accueillant et chaleureux
Arrière-plan étoilé	Sensation de pureté, de magie, de rêve
Neige et glace	Fraîcheur extrême renforcement de l'image de la boisson rafraîchissante

Signes textuels :

Signifiants	Signifiés
Slogan "ALWAYS COOL"	Double sens : fraîcheur du produit et attitude détendue, jeune et tendance
Slogan "ALWAYS COCA-COLA"	Slogan affirmatif qui renforce la fidélité à la marque et sa constance dans le temps
Choix typographique	Accentue le message : lisibilité, modernité

Signes colorimétriques :

Signifiants	Signifiés
Blanc	Pureté, fraîcheur, innocence
Rouge	Passion dynamisme, énergie, attirance pour la marque
Doré	Qualité, valeur du produit, aspect savoureux

1. Signifiants et signifiés visuels :

- **L'ours anthropomorphisé** : Son sourire et son attitude amicale créent un lien émotionnel et humanisent la marque.
- **La bouteille en verre** : Rappelle l'authenticité et la tradition de Coca-Cola.
- **L'arrière-plan étoilé** : Évoque la magie et le rêve.
- **Le paysage enneigé** : Met en avant la fraîcheur extrême de la boisson.

2. Signifiants et signifiés textuels :

- **"ALWAYS COOL"** : Met en avant la fraîcheur de la boisson et suggère une image moderne et tendance.
- **"ALWAYS COCA-COLA"** : Rappelle la constance et la fiabilité de la marque, soulignant son intemporalité.
- **Typographie en lettres capitales et grandes** : Renforce la lisibilité et donne une impression de confiance et d'assurance.

3. Signifiants et signifiés colorimétriques :

- **Blanc** : Domine dans le paysage et le pelage de l'ours, symbolisant la pureté et la fraîcheur.
- **Rouge** : Crée un fort contraste, attire l'attention et apporte énergie et chaleur.
- **Doré** : Présent sur la bouteille, il suggère une qualité supérieure et un goût unique.

L'affiche montre Coca-Cola comme une boisson intemporelle et rafraîchissante. L'ours polaire, avec son expression amicale, crée un lien émotionnel avec le spectateur. Le mot "cool" joue sur la fraîcheur du produit et son côté moderne. Malgré le décor glacé, l'image associe authenticité et chaleur, positionnant Coca-Cola comme une boisson réconfortante et tendance.



2008

Signes visuels :

Signifiants	Signifiés
Bouteille de Coca-Cola au centre	Symbole d'authenticité et de tradition
Femme marionnette souriante avec un costume	Incarnation du plaisir et de l'exaltation
Soldats mécanisés avec des tambours	Dynamique, tradition, rituel autour du Coca-Cola
Arrière-plan chaud	Sensation de chaleur, mouvement, ambiance théâtrale
Univers steampunk et marionnettique	Nostalgie, spectacle, mise en scène orchestrée

Signes textuels :

Signifiants	Signifiés
Logo "Coca-Cola" sur la bouteille	Identité forte de la marque, intemporalité
Ecriture cursive fluide	Elégance, tradition, accessibilité
Position centrale du logo	Point focal, marque omniprésente

Signes colorimétriques :

Signifiants	Signifiés
Rouge	Energie, passion, dynamisme
Or et brun	Chaleur, nostalgie, univers rétro et féérique

1. Signifiants et signifiés visuels :

- La bouteille de Coca Cola est au centre, entourée d'un univers étrange et festif.
- Des personnages animés, comme une femme-marionnette souriante et des soldats mécanisés, créent une ambiance théâtrale.
- L'arrière-plan brûlant et en mouvement renforce l'idée de chaleur et d'énergie.

2. Signifiants et signifiés textuels :

- Le texte "Coca-Cola" : Texte principalement présent inscrit sur l'étiquette de la bouteille. Ce logo, mondialement connu, incarne immédiatement la marque et son histoire. Son écriture cursive et fluide rappelle une certaine élégance et une intemporalité qui renforcent son statut iconique.
- Le positionnement du logo : Centré, mis en évidence comme élément principal de la composition. Il devient un point de focalisation autour duquel l'ensemble de la scène s'organise, affirmant la puissance de la marque.

3. Signifiants et signifiés colorimétriques :

- Rouge : couleur emblématique de Coca-Cola, est visible sur l'étiquette, les vêtements du personnage féminin et certains éléments des soldats. Il symbolise l'énergie, la passion et le dynamisme.
- Or et tons bruns : Créent une ambiance chaleureuse et presque rétro, rappelant un univers steampunk ou une vieille fête foraine. Ces couleurs confèrent un aspect à la fois nostalgique et féérique, renforçant l'idée que Coca-Cola est une boisson intemporelle qui traverse les générations.

L'ensemble donne à Coca "Cola une aura de spectacle et de célébration, montrant que la marque allie tradition, dynamisme et plaisir festif.



2018 :

Signes visuels :

Signifiants	Signifiés
Femme en robe rétro à pois	Élégance, intemporalité
Plateau avec trois bouteilles de Coca-Cola	Diversité des produits, accessibilité
Arrière-plan urbain flou et ensoleillé	Atmosphère estivale, dynamisme, liberté
Mouvements dans les cheveux	Naturel, spontanéité
Regard détourné	Confiance, insouciance

Signes textuels :

Signifiants	Signifiés
"TASTE THE FEELING"	Expérience sensorielle et émotionnelle
Logo "Coca-Cola"	Notoriété, identité forte de la marque
Diverses bouteilles avec leurs noms	Adaptation aux préférences des consommateurs

Signes colorimétriques :

Signifiants	Signifiés
Rouge	Passion, énergie, convivialité
Blanc	Élégance, clarté
Brun et doré	Plaisir gustatif, authenticité
Teintes beiges, flous	Chaleur, ambiance estivale

1. Signifiants et signifiés visuels :

- **L'image** : Met en scène une jeune femme élégante en robe rouge à pois blancs, évoquant un style rétro des années 50-60. Sa posture décontractée et son regard détourné lui donnent une allure naturelle et confiante. Elle porte un plateau avec trois bouteilles de Coca Cola (Classique, Light et Zéro), illustrant la diversité de la marque.
- **L'arrière-plan légèrement flou suggère** un cadre urbain et ensoleillé, créant une ambiance estivale et chaleureuse. Le mouvement de ses cheveux et son expression dynamique apportent une sensation de spontanéité et de liberté.

2. Signifiants et signifiés textuels :

- Le slogan "TASTE THE FEELING" est une invitation sensorielle et émotionnelle. Il met en avant l'idée que Coca-Cola n'est pas qu'une boisson, mais une expérience qui procure une sensation de plaisir et de bien-être.
- Le logo Coca-Cola immédiatement reconnaissable renforce la notoriété de la marque et son statut iconique. Sa position en haut à gauche attire l'œil et lui donne une présence forte dans la composition.
- La disposition des bouteilles sur le plateau met en avant la variété des produits (Classic, Light, Zéro) suggérant que Coca-Cola s'adapte aux différents goûts et préférences des consommateurs.

3. Signifiants et signifiés colorimétriques :

- **Rouge** : Couleur dominante, présente dans la robe de la femme, le logo et l'étiquette des bouteilles. Cette couleur est associée à la passion, l'énergie et la convivialité.
- **Blanc** : Utilisé dans les pois de la robe et le texte du logo apporte une touche d'élégance et de clarté, facilitant la lisibilité et équilibrant la composition.

- Les tons **dorés** et **bruns** présents dans les bouteilles de Coca-Cola évoquent une sensation de douceur et de plaisir gustatif mettant en avant l'aspect rafraîchissant et appétissant du produit.
- L'arrière-plan dans des teintes **beiges** et **flous** crée une ambiance estivale et chaleureuse, tout en mettant en valeur le visage principal et les bouteilles.

Cette publicité présente Coca Cola comme une boisson agréable et intemporelle, moderne et fidèle à son image iconique.

Conclusion :

L'étude sémiologique des publicités de Coca-Cola de 1960 à 2018 montre une évolution stratégique tout en préservant des éléments essentiels garantissant la reconnaissance et l'intemporalité de la marque.

Dans les années 1960, Coca-Cola se concentre sur son unicité et sa fraîcheur avec des visuels épurés et un discours affirmant son exclusivité. Au fil des décennies, la marque évolue.

Dans les années 1970 et 1980, elle associe son image à des émotions fortes, d'abord en mettant en avant la convivialité et la fête avec Noël, puis en suscitant la nostalgie et la créativité en référence à l'enfance et à l'école. Les années 1990 marquent un tournant avec l'introduction de l'ours polaire, une icône humanisant la marque et renforçant le lien émotionnel avec les consommateurs à travers un message rafraîchissant et réconfortant.

En 2008, Coca-Cola adopte un univers plus sophistiqué et spectaculaire, inspiré du steampunk et du théâtre de marionnettes, créant une expérience sensorielle et magique. Enfin, la publicité de 2018 marque la modernisation de l'image de Coca-Cola en s'adaptant aux nouvelles attentes des consommateurs. Elle met l'accent sur la diversité, l'inclusivité et un message universel de partage, visant à véhiculer des valeurs contemporaines et sociétales.

L'utilisation de visuels dynamiques, de couleurs vives et d'un ton accessible reflète cette volonté de se connecter avec un public plus large, sensible aux notions d'unité et de bonheur collectif.

En résumé, à travers ces évolutions, Coca-Cola a su intégrer des codes culturels spécifiques à chaque époque tout en préservant ses valeurs fondamentales : fraîcheur, authenticité et convivialité. La marque a construit une identité forte et adaptable, assurant sa pérennité et sa place centrale dans l'imaginaire collectif mondial.

Apolline : vert

Jeremy : Jaune

Thomas : bleu

Jun : rose