

Le parfum dans la publicité

La première publicité nous montre en gros plan, à droite de l'image, le visage d'un homme fondu en dans un arrière-plan noir. Son regard rappelle celui d'un prédateur, comme un tigre regardant sa proie caché dans la jungle, la bouche légèrement ouverte laissant apparaître les dents. Malgré la sobriété de l'image ont sens de la force, le gros plan du visage domine et s'impose au spectateur.

Ce n'est que dans un second temps que notre œil regarde plus en détail les informations données à gauche de l'image. La griffe du parfum : Guerlain, suivie du public visé : HOMME.

La forme du parfum est simple, un bouchon transparent, le flacon est gris métallisé. L'accroche : « Pour l'animal qui dort en vous », reste discrète mais se trouve renforcée par le visage de l'homme.

Cette publicité sous-entend au public visé, les hommes, que s'ils portent ce parfum cela éveillera leurs masculinités et leurs forces animales et virils.

Dans la 2^{ème} publicité, nous changeons totalement d'univers, le public visé étant totalement différent. Ici notre œil est encore attiré par le personnage de la publicité et non par le produit en lui-même. Une femme assise genoux pliés, pieds sous les fesses dans un siège en forme d'œuf de Pâques, extérieur blanc brillant, molletonné de fourrure rose. La femme tiens une barbe à papa dans la main droite et prend un bout de la main gauche, le regard tourné vers le spectateur. La pose est plutôt enfantine, le regard incitant le consommateur. Le fond est rose avec des spirales d'un ton de rose plus clair.

Le produit au premier plan, en bas à droite est montré en intégralité, le parfum, une eau de toilette en bombe d'Aqualina et le packaging, un cylindre fait de spirales roses et blanches. Le nom du parfum : Pink Sugar évoque bien l'univers visuel de cette publicité, ou plutôt la mise en scène de cette publicité nous amène au nom du parfum.

Ici le message joue sur le côté enfant et gourmande de la consommatrice qui encore une fois va s'identifier au personnage qui l'incite du regard, comme une invitation.

La confrontation de ces deux publicités nous montre les différences entre les hommes et les femmes. On appuie sur ce qui peut les attirer et où ils vont pouvoir se reconnaître et rêver. L'idée suggérée dans chacune évoque bien deux univers opposés.

Malgré la grande différence d'univers et d'ambiance de ces deux publicités nous notons des similitudes :

Les personnages sont plus mis en valeur que le produit vendu, l'achat est suggéré aux consommateurs mais pas imposé et les deux publicités s'appuient sur les traits de caractère et les envies que peut avoir chacun, les hommes et les femmes.

Le but premier étant de vendre un parfum, les deux publicités font soit s'identifier le consommateur, soit lui donner envie. Il achètera pour lui-même ou pour offrir.