

Indira ARMOURDOM

Cultures de la communication

Analyse de la campagne de communication de EM Normandie, une grande école de management mondialement reconnue.



Typographie :

- Sa couleur : blanche
- Sa casse (minuscule ou majuscule) : headline en majuscule
- **Code graphique :**
 - couleurs vives et attrayantes
 - la photographie illustre le concept de « sortir du cadre »
 - le logo est bien présent sur l'affiche afin de renforcer la marque et l'identité de l'école.
- **Niveau de lecture :** Proche

- **Disposition des lettres et des mots** : Texte plutôt mis au centre, pas très aéré, probablement pour que le message saute plus à l'œil.

Stratégie de communication

Objectif cognitif : Faire connaître les Grandes Ecoles → EM Normandie

Objectif conatif : Motiver les personnes à sortir de leur zone de confort, prendre des risques et saisir les opportunités.

Objectif affectif : Susciter des émotions positives et motivantes chez le public cible.

L'utilisation de l'expression « why not » suggère l'ouverture d'esprit, l'audace et l'envie de d'explorer de nouvelles opportunités.

Fonction ancrage et relais :



Roland Barthes est un sémiologue et écrivain français, connu pour avoir fait la théorie « signifiant, signifié ».

En 1964, Roland Barthes donnait essentiellement deux fonctions au texte mis en relation avec l'image : la fonction d'ancrage et la fonction de relais.

Qu'est-ce que la fonction d'ancrage et de relais ?

Le texte assure une fonction d'ancrage de l'image quand il sert à en indiquer le bon niveau de lecture.

Le texte assure une fonction de relais quand il apporte des informations que l'image ne peut pas donner.

La fonction d'ancrage de l'affiche est représentée par le slogan mis en avant et qui suscite alors chez le public une impression positive ou mémorable et donc d'influencer sa perception de la publicité.

La fonction relais de mon affiche est représentée par la manière dont le slogan et l'image sont transmises au public cible. Ici, le slogan est transmis de façon à toucher la cible, avec les couleurs utilisées, la police et la taille de la police, qui sont marquants. Ensuite, on a la photographie qui renvoi directement au slogan avec le regard de la femme, ce qui rappelle directement le « sortez du cadre » mentionné sur l'affiche.

Le visuel de EM Normandie transmet un message informatif représenté par la photographie de la femme qui renvoie directement à un message incitatif, et également avec le slogan qui complète la photographie ainsi que les informations données sur EM Normandie. Elle a une fonction relais : l'image dit quelque chose que le texte ne dit pas explicitement.



Des éléments redondant sur chacune des campagnes de communication de EM Normandie sont retrouvés. En effet, les codes graphiques sont les mêmes, les relations texte-image sont toujours présentes, la première affiche avec « sortez du cadre » représentée sur la photographie et sur la seconde affiche, avec le bagage représenté sur la photographie également. De plus, les mêmes couleurs apparaissent (rouge, bleu et blanc), la même typographie et les mêmes niveaux de lecture (centré et pas très aérés). EM Normandie utilise les mêmes codes graphiques afin d'être reconnaissable plus facilement par le public.

Le visuel de EM Normandie crée un côté assez politique, avec le bleu, blanc, rouge utilisé dans chacune de ses campagnes. Ils accentuent peut-être le fait que c'est une école française, implantée dans 7 campus basé en France.