

TABLE DES MATIÈRES

Avant-propos	7
--------------------	---

PREMIÈRE PARTIE STRATÉGIES

1. Des outils pour la stratégie	11
Erik Bertin, Directeur de la stratégie Europe Saatchi & Saatchi X, chargé de cours à l'Université de Limoges	
2. Cohérence des discours et identité de la marque	25
Jean-Paul Petitimbart, PRC-PHAREST	

DEUXIÈME PARTIE PARTIES SENSIBLES

3. Les discours du sensible : Un changement de paradigme	37
Denis Bertrand, Université Paris 3 - Sorbonne Nouvelle	
4. Du pack au pack : Pour une sémiotique du packaging	49
Nicolas Couégnas, Université de Limoges	

TROISIÈME PARTIE ANCRAGES PERSPECTIVE HISTORIQUE ET PRÉSENCE DES MYTHES

5. Cuisine sémiotique et recettes publicitaires : De sémiotiques publicitaires en modèles de publicité	67
Jean-Jacques Boutaud, Université de Bourgogne	

6. Luxe : univers sémantique et mythique 103
Jacques Fontanille, Institut Universitaire de France,
Université de Limoges

QUATRIÈME PARTIE
QUESTIONS DE « SÉMIO-TIC »

7. La sémiotique et les enjeux créatifs dans le design interactif 131
Nicole Pignier, Université de Limoges
8. Vous avez dit « allumer l'ordinateur » ? 153
Alessandro Zinna, Université de Toulouse