

Delphine Le Nozach

La sphère de la publicité intègre fréquemment celle du cinéma. Depuis plus d'un siècle, des produits et des marques figurent dans les longs métrages de fiction. Au-delà des aspects marketing, commerciaux et économiques de cette technique, cet ouvrage adopte un point de vue innovant en examinant la place accordée aux produits et aux marques dans la création cinématographique.

Grâce à l'analyse d'entretiens menés avec des réalisateurs français et à l'étude de leurs films, il est démontré que les cinéastes pensent et maîtrisent le procédé d'insertions publicitaires filmiques et que les produits et les marques représentent des outils diégétiques. En effet, selon les choix de réalisation, les produits ou les marques peuvent prendre la forme d'une simple figuration comme celle d'un ressort dramatique majeur. Les insertions publicitaires filmiques offrent alors au réalisateur la possibilité de s'approprier l'univers de valeurs identitaires d'une marque et de métamorphoser des produits en signifiants filmiques.

Originellement, les produits et marques marchands sont exogènes au cinéma. Néanmoins, lorsqu'ils sont intégrés aux films dans le but de remplir une fonction diégétique, les produits et les marques changent de statut et deviennent des éléments réellement endogènes au cinéma. Ainsi cette étude propose-t-elle de dépasser un antagonisme injustifié et d'admettre que les domaines de la publicité et du cinéma ne présentent en définitive aucune contradiction effective.

*Delphine Le Nozach est maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication à l'Université de Lorraine et chercheur au Centre de recherche sur les médiations (CREM, EA 3476). Ses travaux portent sur le placement de produits, le contenu de marque et les insertions publicitaires dans les médias.*

Illustration de couverture : Delphine Le Nozach

**L'Harmattan**  
Communication et civilisation

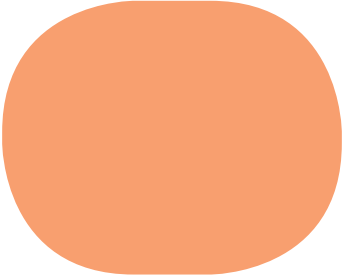
ISBN : 978-2-336-00875-2

19 €



Les produits et les marques au cinéma

Delphine Le Nozach



# Les produits et les marques au cinéma



Préface de Laurent Creton

**L'Harmattan**  
Communication et civilisation