

GENR/IMAGES

représentations sexuées
et stéréotypes dans l'image

<http://www.genrimages.org>

Masculinités

Corps

A ANNOTER : PUBLICITÉ POUR LE
DÉODORANT REXONA "HOMME"

✓
Rexona
MotionSense™
Je reste frais
à chaque
mouvement.

Jo-Wilfried
Tsonga

The advertisement features a tennis player, Jo-Wilfried Tsonga, in a dynamic pose on a tennis court. He is wearing a dark blue t-shirt and black shorts with the Adidas logo. A glowing blue particle trail follows his movement, suggesting freshness and energy. The background is dark, making the player and the glowing trail stand out. The text on the left is in white and blue, with a checkmark above the brand name. The player's name is written in small white text below the main text.



MÉTHODE



À comparer à la version "Femme".

A ANNOTER : PUBLICITE POUR LE DEODORANT REXONA "FEMME"

Questions

Quelles sont les dominantes couleur ? (de l'image et du produit)

Que nous indiquent-elles ?

Connaissez-vous d'autres produits dans le même registre de couleur ?

Qui est la personne qui joue au tennis ?

Pourquoi le choix d'une personne connue (un professionnel)? Qu'en est-il dans la version femme ?

Le slogan "Plus vous bougez..." : comparer les mouvements avec la version du déo femme. Quest-ce que ça nous donne comme valeurs masculines et féminines ? comme stéréotypes hommes/femmes ?

VOIR

Comment les parfums sont devenus genrés (2021)

Les jus féminins sont frais et pétillants, les fragrances masculines sont brutes et puissantes. Comme tant d'autres, l'industrie du parfum s'appuie sur des stéréotypes de genre en cataloguant les odeurs et en répondant à des codes marketing éculés et sexistes.

<https://www.lesinrocks.com/cheek/parfums-genre-marketing-308471-04-01-2021/>