

# « Un parfum d'architecture »

Création d'une PLV\* pour promouvoir le parfum «Higher» de Christian Dior

\*PLV : publicité sur le lieu de vente.

## 1. Définition, rôle et types de matériels de PLV

### a. Définition :

Le champ de la Publicité sur le Lieu de Vente comprend toutes les opérations de communication sur le lieu de vente. . Dernier maillon de communication entre le produit et le consommateur, sa présence peut -être décisive dans l'acte d'achat.

### b. Rôle de la PLV

- accélère les achats d'impulsion en mettant le produit à portée de la main de l'acheteur.
- accroît la performance du contact avec le consommateur : pour la PLV vitrine par exemple, la qualité du contact s'apparente à celle de l'affichage en offrant l'avantage de la proximité immédiate du point de vente. La PLV intérieure, met les consommateurs en situation d'acheteurs dans le point de vente.
- donne de l'information sur les produits ou services et sur leur utilisation.
- rappelle les campagnes de publicité média sur le point de vente. C'est un complément et un démultiplicateur de l'action publicitaire.

### c. Types de matériels de PLV

- **l'emballage** : c'est le premier média de la marque, il a été conçu pour s'adapter à des actions diverses de PLV et de promotion des ventes (collerettes, ventes jumelées, produit en plus, etc...).
- **Affiches** de présentation ou de promotion
- **Stop-rayon**, habillages de linéaires,...
- **Présentoirs** : meubles, stands, à poser au sol ou sur comptoir,...
- **Télévisions**, écrans, bornes interactives,...
- **Banderoles**, drapeaux, enseignes lumineuses, ...



## 2. Observation et analyse de PLV existantes

a. Toutes les PLV répondent aux mêmes fonctions (attirer l'attention, mettre en valeur le produit,...) mais chaque type de matériel de PLV (comptoir, tête de gondole,...) permet d'en illustrer une plus spécifiquement.

Relier chaque PLV à l'expression qui lui correspond le mieux.

1. Mettre en valeur l'image de la marque
2. Mettre en valeur les qualités du produit
3. Mettre en valeur le produit
4. Rappeller la forme et le graphisme de l'emballage du produit
5. Rappeller la campagne de publicité média sur le point de vente
6. Signaler la présence de la marque dans les linéaires
7. Donner des informations sur le produit

A. ...



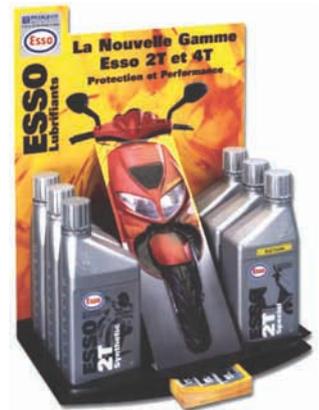
B. ...



C. ...



D. ...



E. ...



F. ...



G. ...



b. Combien d'éléments constituent cette PLV (hors produits présentés)?



c. Quelles figures géométriques surfaces et/ou volumes peut-on identifier?

### 3. Création d'une PLV pour le parfum «Higher» de Christian Dior

#### a. Le flacon du parfum

C'est une eau de toilette pour homme fraîche et énergique. Elle est destinée à une cible masculine, jeune et urbaine. Très sobre et épuré, le flacon prend la forme d'un monolithe fait de métal satiné et de verre imbriqués. Une allure très citadine qui rappelle l'architecture moderne et les grandes métropoles comme New-York.



#### b. La PLV

Vous devez concevoir pour ce parfum, une PLV de vitrine, qui renforcera son allure sobre, élancée et urbaine. À partir de l'analyse précédente sur les formes d'architecture :

- Choisir 3 volumes différents parmi les figures géométriques identifiées (cube, pyramide, parallépipède, ...)
- Combiner les suivant les principes repérés (symétrie horizontale, répétition, superposition, ...)

Après avoir fait trois recherches de PLV différentes sous forme de croquis en perspective au crayon à papier, choisir la solution qui paraît correspondre le mieux à l'image de marque du parfum (dynamisme, énergie, sobriété) et la dessiner grâce à la grille axonométrique donnée. Découper votre proposition sur une feuille Canson 21\*29,7. Donner du relief à votre dessin en utilisant trois valeurs de gris différentes (crayon à papier).

#### Critères d'évaluation :

##### Rendu 21 novembre sur 20 =

Justesse et pertinence de l'analyse (identification des surfaces et des volumes pour l'architecture + questions sur la PLV): 10 pt  
Exploitation judicieuse des données observées, diversité des recherches demandées : 10 pt

##### Rendu 5 dec sur 20 =

Qualités plastiques du rendu final (la PLV en axonométrie) : 10 pt  
Rendu du volume par les valeurs de gris au crayon à papier : 10 pt

#### Exemples de PLV de vitrine existantes :

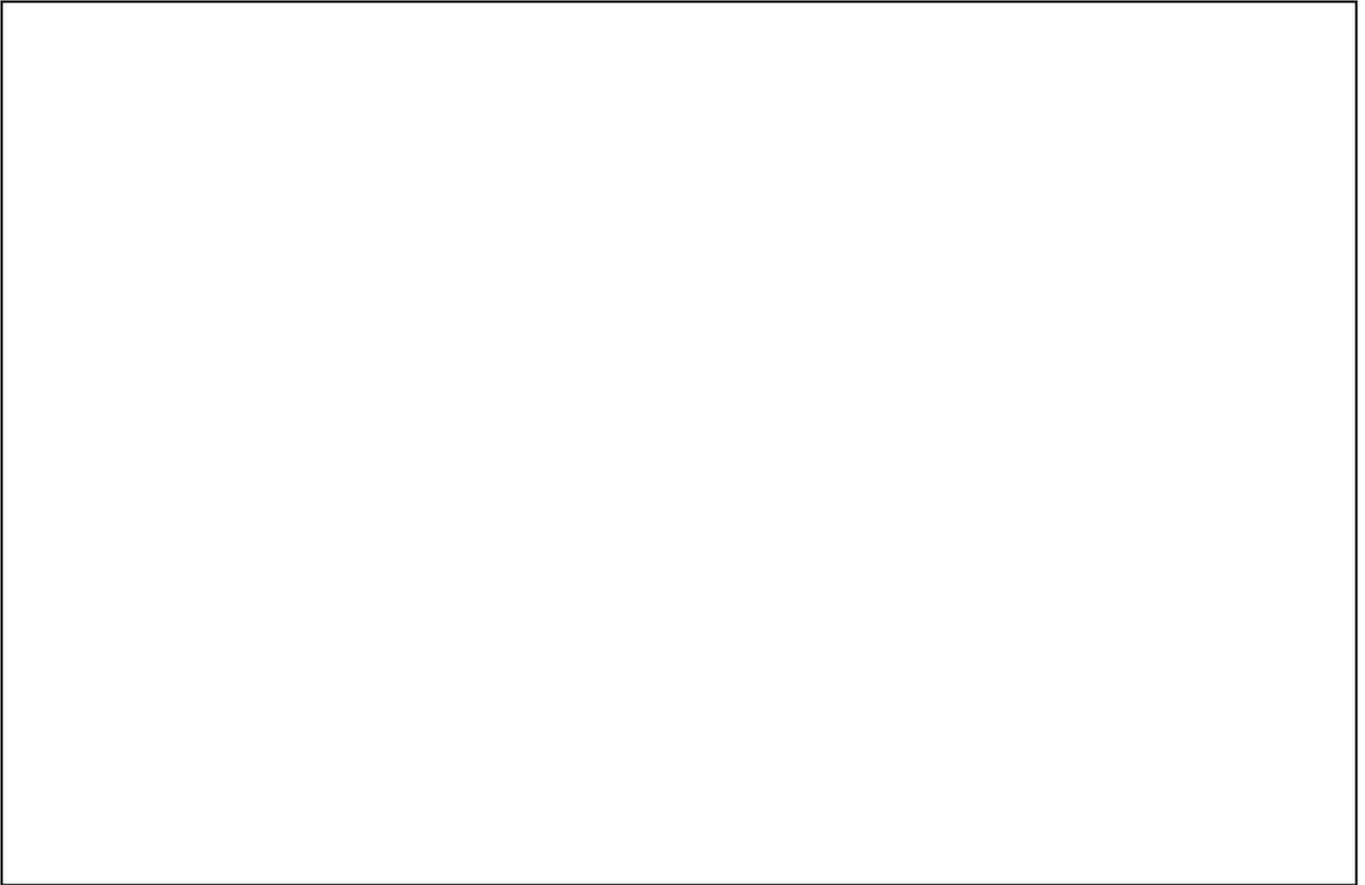


**PLV : recherche n°1**



**PLV : recherche n°2**





### Grille axonométrique

En perspective axonométrique les fuyantes sont parallèles. Toutes les dimensions sont en vraie grandeur et ne tiennent donc pas compte de la déformation visuelle due à l'éloignement.

Pour vous repérer dans le dessin, choisissez une échelle : un trait vertical « à l'intérieur d'un losange » = la hauteur de l'emballage du parfum. Le personnage vous permet également un repérage pour la hauteur.

