|  |  |
| --- | --- |
| 60.png | Nous avons choisit cette image de publicité car elle représente la consommation des années 60’ comme décrit dans le texte de Nicolas Riou qui privilégie le confort de la maison grâce à l’arrivé de l’électroménager comme un Moulinex destiné à la dame afin de faciliter la vie de la femme au foyer. On peut y voir que l’homme offre de manière grotesque ce cadeau à la dame. On peut également apercevoir sur la table d’autres ustensiles comme un hachoir à viande et un téléphone d’époque. La femme semble enjôlé de recevoir son magnifique cadeau tandis que l’homme regarde perversement la nourriture. La pub met un point d’encrage sur l’utilité et le côté nécessaire du Moulinex avec deux phrases «  Pour ELLE un Moulinex » et « pour LUI des bons petits plats ». |
| Pub.png | Dans cette image nous voyons un bambin à la coupe banane qui était la coupe dans le vent durant les années 80’ comme John Travolta dans le film Grease, mangeant son menu d’jeuns free-time. Nous pouvons voir que dans la pub il est mis en avant le fait que manger un fast-food permettrais à l’Homme de rester jeune et dynamique. On peut faire une corrélation entre le texte de Nicolas Riou qui décrit les années 80’ de tel sorte qu’il y a un changement dans la vision de tout a chacun que la consommation permettrais de se définir de façon a paraître intemporel via notre consommation et ainsi grâce à cette pub de rester dans une jeunesse éclatante et insouciante face à son alimentation |
| pub90.jpg | Dans cette pub de la célèbre boisson « Orangina » nous pouvons y voir que le produit attire les convoitises de la population afin d’espérer obtenir la sainte boisson porté par une dame qui se démarque de part sa position et le fait qu’elle porte le plateau au-dessus de sa tête. La boisson est ici un bénéfice quant au bien être des personnes en apportant à la fois convivialité et gaieté comme Nicolas Riou y fait référence, consommer nous permet de nous affirmer et ainsi d’acquérir. |
| pub2000.jpg | Cette pub des années 2000’ affiche une femme portant des lunettes de la marque Dior. Le couleur principal de cette affiche est le rouge (intérieur de la voiture, sa robe mais également son rouge à lèvre). De plus on peut distinguer sur cette femme la perfection de sa peau qui semble surnaturelle, ne contenant aucune imperfections (rides, boutons …).  Cette publicité contre la société vieillissante par l’achat de leur belle monture Dior. Ici cette société est vieillissante est représenté vers la fin du texte de Nicolas Riou qui explique que la consommation est un moyen de consolation. |