Semiopolis

Décrypter les signes et les émotions

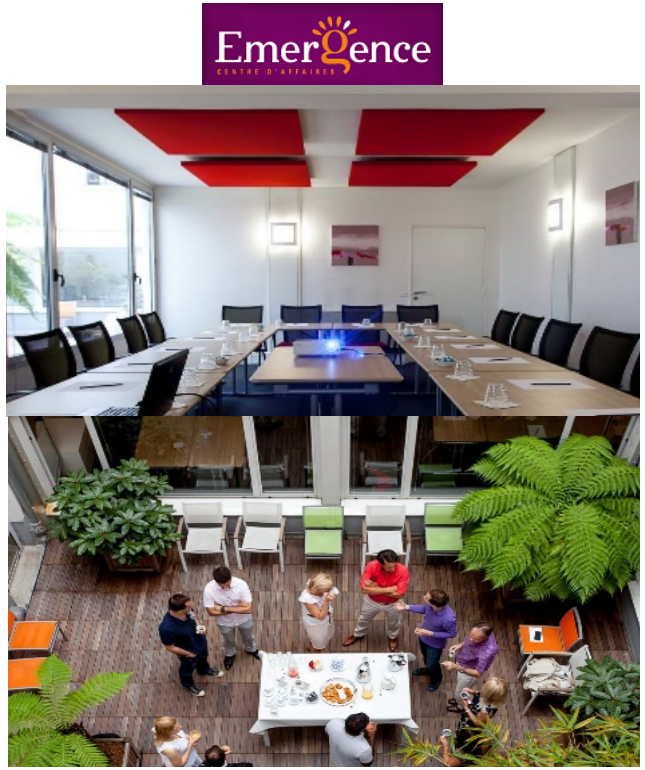
\+ 1 an d'accès au logiciel de Sémiologie e-semiotics®

Les horaires, les 2 jours de formation

- 9h30 Accueil, Petit-Déjeuner
- 13h Déjeuner
- 14h Reprise de la formation
- 17h30 Fin de la formation

Le lieu

- La formation a lieu 5 rue du Helder 75009 PARIS (Opéra)



Prérequis

- Aucun

Le prix

- Le prix : 1320 euros HT/personne les 2 jours de formation

Jour n°1 – Maîtriser la science des signes : apprendre à décoder les signes et à stimuler sa créativité pour en créer

- **Qu'est-ce que la sémiologie, qu'est-ce qu'un signe? Les composantes d'un signe et les systèmes de signes.**
- La polysémie du signe : comment faire pour découvrir les sens d'un signe à un moment t pour une culture donnée?
- Application 1 : comment faire pour découvrir les significations du gris en France?

- **La sémiologie appliquée au marketing : une technique d'analyse associée à un travail de veille sémiologique.**
- Dans quels cas utiliser la Sémiologie? Les objectifs de la Sémiologie dans les cas d'un repositionnement.
- Application 2 : comment faire évoluer les signes et le positionnement d'un packaging problématique?

- **Impact des signes sur le plan cognitif et physiologique : distinguer les signes générateurs de sens de ceux qui génèrent une réaction corporelle : une sensation, une émotion, une humeur, un affect**
- Application 3 : analyse d'un nom de produit : impact des composantes sonores et sémantiques de ce nom sur le corps et le cerveau du consommateur ciblé.
- Application 4 : application de cette grille cognitivo-physiologique aux codes du BIO.

- **La rhétorique des signes : un outil pour stimuler la créativité publicitaire.**
- Signifier une valeur ou bien un concept via la métaphore, la métonymie, le symbole, la syllepse, le paradoxe, l'oxymore, l'hyperbole….

Jour n°2 – Maîtriser la méthode sémiologique dans sa globalité pour analyser une communication et l'optimiser

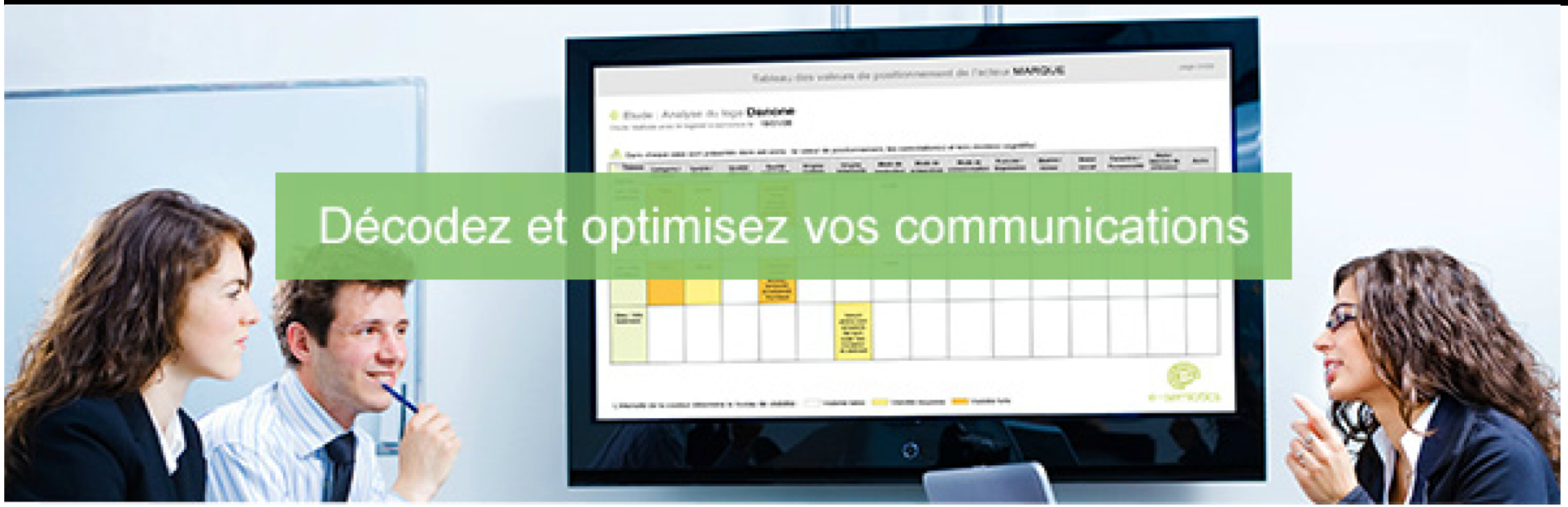
- **Décodez une communication pour l'optimiser : logo, mailing, packaging, affiche, site web…**
- **Procéder à une analyse plastique** : analyser le chromatisme (teinte vs saturation vs valeur), les contrastes de couleurs, les points de vue, les rendus graphiques, les distances, les cadrages, les perspectives, la topologie, les formes, les compositions.
- Application 5 : analyse des valeurs de positionnement véhiculées par le chromatisme d'un site web.

- **Procéder à une analyse figurative**: produit, paysage, décor…Faire l'analyse gestuologique des personnages : la direction et le type de regard, le traitement des yeux et de la pupille, les postures et les gestes…
- Application 6 : déterminer les valeurs et émotions transmises par le langage corporel des mannequins publicitaires.

- **Procéder une analyse typographique** : découvrir les classifications des grands typographes, les familles et les critères techniques qui permettent d'analyser la personnalité d'une police de caractère.

- **Procéder à une analyse sémio-narrative** : décrypter les trames narratives au travers desquelles émergent et transitent les valeurs publicitaires mises en scène. Identifier les rôles et compétences attribués aux actants de la communication : la marque, le produit, le consommateur.
- Application 7 : analyse et recommandations pour optimiser les supports de communication apportés par les participants.

Pour vous entrainer toute l'année à réaliser des études sémiologiques, SEMIOPOLIS vous donne un accès au logiciel e-semiotics ®



Le logiciel e-semiotics® accessible sur Internet vous permet d'appliquer la méthode sémiologique apprise durant la formation à la sémiologie dispensée par Marina Cavassilas.
En 3 étapes, le logiciel vous guide dans l'analyse sémiologique d'un support de communication. En fin d'analyse, e-semiotics ® vous permet de télécharger les résultats de votre analyse sémiologique dans des tableaux synthétiques en format PDF.

La formatrice qui animera la formation

MARINA CAVASSILAS

Docteur en Sémiologie et Directrice de Semiopolis

Passionnée par le Langage, Marina Cavassilas poursuit des études de Philosophie à l'Université d'Aix-en-Provence puis de Marketing & Communication à l'INSEEC Paris. C'est en 2000 qu'elle se spécialise dans la **SEMIOLOGIE PUBLICITAIRE** et c'est en 2005 qu'elle obtient son **Doctorat en Sciences du Langage (Sémiologie)** à l'Université de Limoges sous la direction du Professeur Jacques Fontanille.
En 2008, elle crée **SEMIOPOLIS**, Institut de Recherche, de Formation et d'Etude sémiologiques. Elle y développe et commercialise e-semiotics®, un logiciel pour apprendre la Sémiologie en toute autonomie et réalise de nombreuses études sémiologiques : analyse et recommandations sémiologiques pour la refonte du logo AIRFRANCE, des packagings FLEURY MICHON, des emailings et des spots TV COFIDIS, des sites web de SWISS LIFE, des communications du CONSEIL GENERAL DE l'EURE…
Marina Cavassilas enseigne également le fruit de ses recherches appliquées dans divers établissements pédagogiques : l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, l'Université Paris Dauphine, l'Université de Lyon 2, L'Ecole de Management de Grenoble, l'IAE de Poitiers…

TEMOIGNAGES

VANITY FAIR
· LINGERIE SINCE 1919 ·

Charlotte AELION

Brand Manager
Bestform Lingerie
Vanity Fair Brands
Lingerie

"Une formation captivante sur le dit & le non-dit des messages et valeurs de marque véhiculés dans les communications visuelles, aussi bien média que packaging. C'est un excellent moyen d'être rapidement plus aguerri et efficace dans la création de ses propres campagnes et outils, en traduisant de manière plus analytique et convaincante ses intuitions marketing."

SwissLife

Eddie
ABECASSIS

Directeur Stratégie digitale

" Une formation essentielle pour voir au-delà des mots. Packaging, PLV, emailing : l'étude des signes offre une meilleure compréhension du sens caché des visuels et permet de dépasser subjectivité et préférence esthétique pour ne s'attacher qu'à l'analyse objective d'une composition. Se former à la sémiologie avec Semiopolis présente un avantage indéniable pour le professionnel du Marketing. "

FEYEL
ALSACE · 1811

Patricia
HOUDEBERT

Directrice Marketing

"La formation suivie auprès de Semiopolis m'a permis d'identifier les points essentiels à prendre en compte dans la performance d'un message, qu'ils soient véhiculés par un support media ou par un packaging. Ces divers éléments vont me permettre à l'avenir de mieux préciser mes briefs agence et surtout d'avoir des points de repère pour mieux juger les recommandations qui me seront faites."

GROUPE BPCE

Équipe communication corporate

"Cette formation m'a passionnée ! Je regarde les messages publicitaires avec un œil plus averti car je dispose d'outils nouveaux pour mieux les décrypter : signification des couleurs, impact des typos dans les mises en pages...J'ai notamment apprécié la démarche pour l'analyse d'un logo pour en comprendre toutes les dimensions (forme, couleur, effets visuels, typo…).... L'analyse sémiologique apporte un éclairage précieux en complément des méthodes classiques : maîtriser les codes permet aussi de mieux exprimer ses intentions et d'affiner son positionnement."

Semiopolis

Décrypter les signes et les émotions

BULLETIN D'INSCRIPTION

Pour vous inscrire, merci de renvoyer ce bulletin d'inscription scanné à : marie.imbert@semiopolis.fr

Inscrire les dates de la session souhaitée. DATES :.....

Prix : 1320 euros HC (20% TVA)

Conditions générales de vente

Les tarifs

Semiopolis est un organisme de formation continue. Les prix sont hors taxe. La TVA est de 20%.

Les reports ou annulations

Les annulations et les demandes de report perturbent grandement l'organisation des formations. En cas d'annulation ou demande de report tardive (moins de 30 jours avant le début de la formation), nous serions amenés à facturer la formation dans sa globalité. Nous vous proposerons de remplacer le stagiaire par un autre.

Les documents remis à la fin du stage

Une convention de formation et une photo pie de la feuille d'émargement. Si vous souhaitez que le règlement soit effectué par un OPCA, il vous appartient de vous assurer du financement des formations et des modalités de règlement auprès de cet organisme. Indiquez nous si la facture est à vous transmettre directement ou à envoyer à un OPCA.

Le paiement

Acompte

Pour les entreprises n'ayant pas de convention bilatérale en cours auprès de Semiopolis, aucune inscription ne sera acceptée si elle n'est pas accompagnée d'un chèque du montant de la formation.

Règlement

Le règlement de la facture ou du solde doit intervenir dès réception de la facture par chèque ou virement.

A défaut de règlement dans un délai de 15 jours à compter de la date de son exigibilité, le montant des sommes dues sera majoré de pénalités de retard basées sur un taux d'une fois et demie le taux d'intérêt légal (article 3 – loi 92 – 1442 du 31.12.92) sans qu'il soit besoin de procéder à une mise en demeure. Les frais de procédure et les honoraires pour le recouvrement de factures seront à la charge du client.

Participant

Nom :

Prénom :

Fonction :

Téléphone :

Email :

Entreprise :

Responsable de l'inscription :

Fonction :

Responsable RH ou formation, si différent .

Adresse :

Téléphone :

Email :

Facturation

Etablissement à facturer, si différent (raison sociale, adresse, destinataire) :

.....

.....

Règlement

O Par l'entreprise (joindre un chèque correspondant à 100% du prix)

O Par un OPCA (adresse à compléter dans la rubrique facturation)

Cachet de l'entreprise et signature

Fait à .....le.....