



Le smiley : nouvel outil de communication

publié le 14/06/2015 - mis à jour le 15/06/2015

Descriptif :

Le graal des marques : Pourquoi les marques s'approprient-elles le phénomène ?
Un article sur le site Influencia

“LOL”, “MDR”, “OMG”... cette avalanche d'acronymes du 21ème siècle est menacée par une horde de petites têtes jaunes, portant le nom d'émoticônes. Issues de la rencontre entre l'émotion et le design et popularisées par les smartphones, elles sont plus de 700 à intégrer nos conversations du quotidien, et leur nombre ne cesse de croître.

Pour aller plus loin :

[L'identité visuelle d'une marque se doit être exclusive. Les émoticônes typographiques ne sont pas déposables.](#)



Emoticoke English ([Video Youtube](#))

Comment Coca Cola s'approprie l'émoticône du bonheur !



**Académie
de Poitiers**

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.