



HAL
open science

Ne vendez pas la corne de la licorne avant de l'avoir tuée : étude de la circulation et de la renaissance d'un mythe médiéval dans la société marchande et culturelle moderne

Morgane Fabreguettes

► **To cite this version:**

Morgane Fabreguettes. Ne vendez pas la corne de la licorne avant de l'avoir tuée : étude de la circulation et de la renaissance d'un mythe médiéval dans la société marchande et culturelle moderne. Sciences de l'information et de la communication. 2018. dumas-03033921

HAL Id: dumas-03033921

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03033921>

Submitted on 1 Dec 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Marque

Option : Marque, innovation et création

Ne vendez pas la corne de la licorne avant de l'avoir tuée
Étude de la circulation et de la renaissance d'un mythe médiéval
dans la société marchande et culturelle moderne

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Margot Besnier

Nom, prénom : FABREGUETTES Morgane

Promotion : 2017-2018

Soutenu le : 13/09/2018

Mention du mémoire : Très bien

Remerciements

La réalisation de ce mémoire a été possible grâce au concours de plusieurs personnes. Je tiens tout d'abord à remercier ma tutrice de mémoire Margot Besnier pour avoir accepté mon sujet de travail sans la moindre hésitation, et pour m'avoir suivie au cours de ces derniers mois. Merci également à ma tutrice professionnelle, Mathilde Gaist, pour son enthousiasme et sa réactivité.

Ce travail clôturant trois belles années passées au Celsa, je tiens également à remercier l'ensemble du corps professoral pour leur pédagogie et leurs enseignements, utiles tant à ce mémoire qu'à ma carrière professionnelle à venir.

J'aimerais également exprimer ma gratitude envers tous mes proches qui ne liront certainement pas ce travail, mais qui se sont mobilisés toute l'année pour me transmettre des publications ou des objets relatifs à la licorne. Leur aide m'a été précieuse, et m'a très certainement guérie de mon obsession pour ce sujet. Je souhaite également remercier mes collègues de chez JCDecaux pour leur soutien, leur patience et les encouragements qu'ils m'ont prodigués ces derniers mois.

Finalement, je remercie ma mère pour ses remarques avisées et son travail de relectrice, un poste qu'elle occupe avec fidélité depuis de nombreuses années.

Sommaire

REMERCIEMENTS	2
SOMMAIRE	3
INTRODUCTION	4
I. DE LA MORT SYMBOLIQUE DE LA LICORNE A SA RENAISSANCE EN TANT QU'ETRE CULTUREL	10
A. LA LICORNE EST MORTE, LONGUE VIE A LA LICORNE	10
B. LA TENDANCE AU SERVICE D'UNE RENAISSANCE	15
C. UNE FIGURE PRISE AU JEU DE SON « <i>SEX APPEAL</i> LINGUISTIQUE »	20
CONCLUSION PARTIELLE	25
II. LA LICORNE, MARQUEUR IDENTITAIRE ENTRE IDEAL INDIVIDUEL ET SYMBOLE COMMUNAUTAIRE	27
A. L'ETENDARD DES TEMPS MODERNES	27
B. LE SYMBOLE DU COLLECTIF ET LA TENTATION DU MYSTIQUE	36
CONCLUSION PARTIELLE	44
III. D'UNE FORCE DE L'ENCHANTEMENT A CELLE DE LA TRANSGRESSION	47
A. L'ERE DE LA CRISE : VERS UNE TRANSGRESSION DU QUOTIDIEN	47
B. LE NOUVEL ETAT SAUVAGE DE LA LICORNE : LA CONTRE-CULTURE DE L'ENCHANTEMENT ?	56
CONCLUSION	67
BIBLIOGRAPHIE	73
SOMMAIRE DES ANNEXES	76
RESUME	239
MOTS-CLES	240

Introduction

Quelle aurait donc été la réaction des apothicaires du XV^e siècle face à la licorne moderne ? À l'époque réputée pour les vertus curatives de sa corne et commercialisée par des marchands crapuleux, la licorne peut aujourd'hui être vendue aussi bien sous la forme de chaussons que d'une jeune entreprise valorisée sur le marché.

Le travail universitaire suivant fait le pari ambitieux d'expliquer la vitalité d'une figure dont le mythe fut démantelé scientifiquement près de cinq cents années plus tôt. Ambitieux, car la bibliographie de l'animal mythique est à ce jour très fine : la licorne a fait l'objet de peu de recherches universitaires en dehors de quelques travaux d'historiens. Ce travail de recherche est en grande partie motivé par l'apparente indifférence académique que connaît la figure pourtant omniprésente dans le paysage médiatique, marchand et culturel français. Pourquoi la licorne connaît-elle un tel regain d'intérêt et un tel succès culturel ? La question mérite d'être posée sur des aspects tant académiques que professionnels. Le monde marchand a en effet tout intérêt à comprendre le succès commercial d'un produit pour reproduire les mécanismes. D'un point de vue universitaire, le sujet reste non-traité en dehors de quelques études historiques. L'angle des sciences de l'information et de la communication, ainsi que des sciences humaines, offre une nouvelle approche pour étudier la licorne dans le contexte global de la société. En faisant appel tout particulièrement aux théories de la sociologie de l'imaginaire, nous traitons la licorne comme un signe qu'il convient d'analyser dans l'imaginaire collectif moderne. Cet imaginaire, défini comme le carrefour des images et de leurs charges émotionnelles¹, est en constante évolution sous l'influence de divers groupes sociaux. La figure de la licorne n'échappe pas à cette logique, manipulée par les individus au fil des siècles.

Les premières traces de l'animal dans ses représentations occidentales sont identifiées dans l'Antiquité par des auteurs comme Ctésias, qui en définit les caractéristiques primaires. Pour ce médecin du VI^e siècle avant J-C, la licorne est « âne sauvage à tête rouge et aux yeux bleus, vivant aux Indes et pourvu sur le front d'une corne unique, parfois torsadée »², une créature symbole d'exotisme et de voyage. Déjà évasive, elle fait figure de rareté et d'objet de désir

¹ DURAND G., *Les structures anthropologiques de l'imaginaire*, Dunod, Paris, 1993

² PASTOUREAU M. *Bestiaires du Moyen Age*, Seuil, Paris, 2011

inaccessible : « la poursuivre, c'est poétiquement dit, chasser l'impossible »³. Les premiers textes scientifiques et détaillés sur la licorne sont écrits quelques siècles plus tard, avec l'*Historia Naturalis* de Pline L'Ancien (Ier siècle après J-C). Les descriptions du naturaliste romain sont aujourd'hui considérées comme les sources du mythe, reprises dans les différents textes qui les ont suivies. Deux influences notables de Pline L'Ancien sont par ailleurs à observer pour comprendre l'évolution de la licorne. D'une part, l'ambivalence de la bête décrite par Pline est reprise dans des textes bibliques, où elle figure tour à tour pacifique et redoutable. L'imaginaire de la licorne intègre à ce moment une dimension chrétienne, encore aujourd'hui partagée entre incarnation du mal et représentation christique. La deuxième influence du texte de Pline est plus large, puisque l'*Historia Naturalis* édicte les premières règles du genre du bestiaire, un genre littéraire dont l'âge d'or est identifié entre le XII^e et XIII^e siècle de notre ère.

Le bestiaire constitue le socle du mythe de la licorne, qui ne peut être analysé sans effectuer un retour à l'époque médiévale. L'historien Michel Pastoureau définit ces bestiaires comme des « livres de bêtes » dont le but n'est pas tant d'établir un glossaire scientifique que de véhiculer des messages moraux et religieux. En d'autres termes, l'objectif d'un bestiaire n'est nullement l'objectivité scientifique mais la réflexion métaphysique. Révélateur de la pensée analogique de l'époque, le bestiaire emploie ainsi les animaux comme métaphores pour célébrer la création et offrir un support d'expression à la religion chrétienne. La réalité y est présentée comme un « monde différent de celui que nous connaissons, un monde rempli de signes et de songes, un monde qui tour à tour nous intrigue, nous séduit et nous invite au rêve »⁴. La licorne est un sujet dont les bestiaires furent friands, ce qui eut pour conséquence un foisonnement de descriptions en tout genre de l'animal. De manière unanime pourtant, elle est décrite comme un animal composite (taille de cheval, tête de cerf, queue de lion, pieds d'éléphant) doté d'une seule corne et d'un tempérament fougueux. Sa corne est à l'origine de son mythe, puisqu'elle est dite capable d'éloigner les démons et de purifier ce qu'elle touche. Le mythe de la licorne, essentiel dans ce travail de recherche, est formulé dans ces textes médiévaux. Dans ce récit imaginaire, la licorne est chassée par des chasseurs pour la rareté de sa corne, qu'ils pourront vendre aux plus offrants. Pour piéger la bête vivante dans les bois, ils y placent une jeune fille vierge dans

³ Ctésias, *Particularité des animaux*, in CAROUTCH F.-Y., *Le mystère de La Licorne, À la recherche du sens perdu*, Dervy, Paris, 1997

⁴ PASTOUREAU M. *Bestiaires du Moyen Age*, Seuil, Paris, 2011

le but de capturer la licorne, attirée par l'odeur de l'innocence et de la pureté. Sauvage et brutale, la licorne préfère se laisser mourir plutôt qu'accepter sa captivité.

Ce récit fait partie de l'imaginaire collectif de l'époque, interprété tant par l'Église comme une représentation du sacrifice du Christ que par la poésie lyrique, qui y lit le récit d'un amant douloureusement éconduit par sa belle. Dernière étape de ce bref historique de la licorne, la symbolique du bestiaire influence un autre champ d'expression créative au Moyen Age : l'art héraldique, celui des armoiries. Par un mystère historique que nous n'expliquons pas, la licorne



moderne a conservé de nombreuses caractéristiques héritées de sa représentation en héraldique. Sur ces supports avant tout destinés à la guerre (le blason permettant de distinguer les camps adverses lors des batailles), chaque signe répond à une codification très stricte. La période d'utilisation et de déploiement de l'armoirie se situe principalement entre le XII^e et le XIV^e siècle, avant une abolition de la pratique en 1790. L'avènement du blason coïncide ainsi avec celui du bestiaire, chacun de ces éléments historiques mettant la licorne en scène. Dès cette époque, la licorne entre dans une logique de tendance : Michel Pastoureau note dans ses recherches le développement de modes, avec des l'adoption massive de certains animaux ou certaines couleurs sur les blasons⁵. Lorsque la licorne figure sur l'emblème, elle est représentée dans une position dite rampante (dressée) ou passante (horizontale), dans des formats de blasons ou de devises (voir image ci-contre, datant du XIV^e siècle et extraite du *Traité d'héraldique* de Michel Pastoureau). Paradoxalement, nous le montrerons dans le développement de ce mémoire, la licorne actuelle garde cette mémoire héraldique dans ses représentations malgré une très faible présence à l'époque dans les blasons.

La fin de l'âge d'or de la licorne sonnera à la fin du XVI^e siècle avec la découverte du scientifique Ambroise Paré. Le commerce florissant de la corne de licorne connaît un arrêt brutal lorsqu'il démontre dans son *Discours de la momie, de la licorne, des venins et de la peste* (1585) l'inexistence de la bête, dont la corne est en fait celle des narvals vendus par des pêcheurs. Ainsi s'achève le règne de la licorne chez les apothicaires et au sein des cabinets de curiosité.

⁵ PASTOUREAU M., *Traité d'héraldique*, Picard, Paris, 2008

Depuis le Moyen Age et jusqu'à nos jours, la licorne ne disparaît pas malgré le démantèlement de son mythe. Il trouve ainsi une seconde vie dans les arts, où l'animal continue d'inspirer et de susciter le mystère, à l'image de la tenture dite de la Dame à la Licorne (XVI^e), à ce jour toujours débattue par des historiens. Figure éminente de l'ambivalence, la licorne incarne le profane comme le sacré, la violence comme l'innocence, la domesticité comme la sauvagerie. L'imaginaire qu'elle implique en fait une figure souple, réemployée dans des champs aussi diversifiés que le champ de bataille ou le récit biblique. Le choix de ce sujet de travail repose en grande partie sur nos interrogations quant à sa présence aujourd'hui, alors même que son mythe médiéval s'est perdu dans les mémoires et que la croyance en cet animal n'est plus possible depuis des siècles.

En préparation de ce travail, et pour dépasser notre simple perplexité face au phénomène, un corpus a été constitué de divers éléments du paysage culturel, médiatique et marchand français pour offrir une vision de la licorne dans la société contemporaine. Le tableau dressé par ce premier travail a ouvert la voie à quelques interrogations. Ainsi, la licorne actuelle ne se revendique d'aucune ascendance culturelle : elle ne dépend d'aucune production littéraire ou cinématographique particulière, et ne rappelle jamais son mythe originel. D'une certaine manière, elle agit comme une figure indépendante, détachée de tout contexte narratif. Quel est donc l'intérêt pour une marque d'employer une figure dépourvue de récit ? Notre seconde interrogation s'est portée sur l'aspect hétérogène de la figure, tantôt rapprochée de l'enfance, tantôt rapprochée de l'univers de l'adulte, incarnation de l'innocence comme du sordide.

Notre problématique pose donc la question de l'existence de la licorne à l'époque moderne et de l'invocation d'une figure fantastique au secours du réel : comment la licorne est-elle utilisée comme instrument polymorphe de réenchantement du quotidien ?

Deux hypothèses de travail guideront notre réflexion au fil de ce mémoire. La première suppose que la licorne présente des qualités et des effets extraordinaires pour celui qui la manipule. La licorne, en tant que représentation de l'extraordinaire, est alors diffusée pour exprimer une vision idéalisée du monde. Ces qualités seraient à observer dans la circulation du mythe au sein des dispositifs marchands, médiatiques et culturels. La seconde hypothèse explore les utilisations plus sordides et banales de la licorne en émettant l'idée selon laquelle la licorne incarnerait une forme de réenchantement du quotidien et d'apologie de l'ordinaire. Dans cette seconde hypothèse, l'ordinaire et l'abject sont revisités par une figure fantastique capable de

leur donner des lettres de noblesse. Il s'agira, selon l'expression de P. Filliot, de « repenser le profane sous l'expérience du mystique »⁶. Ces deux hypothèses explorent finalement des régimes imaginaires et des systèmes narratifs à première vue contradictoires, mais réunis sous la forme d'une seule et même figure.

Notre réflexion s'appuiera en grande majorité sur des analyses sémiologiques et sémiolinguistiques d'éléments marchands, culturels et linguistiques, présentées en annexe. D'un point de vue méthodologique, ce mémoire se réfère aux concepts de Gilbert Durand, développés dans la branche de sociologie de l'imaginaire qu'il nomme « mythodologie »⁷. La mythodologie propose ainsi l'étude de mythes en définissant leurs structures et en étudiant leurs variables à travers les époques. En adoptant cette méthodologie, nous cherchons à observer l'évolution du mythe de la licorne lors de sa circulation et à repérer « des corrélations dans la culture et les changements sociétaux »⁸. Le résultat ambitieux que nous visons est l'explication du succès de la licorne par le diagnostic de son rôle dans ses différents champs d'apparition.

Le corpus est constitué d'éléments de langage et d'objets marchands ou culturels présents dans la société française. Pour délimiter le sujet, nous avons fait le choix de ne travailler que dans une perspective française. La licorne est en effet une figure retrouvée dans de nombreuses cultures du monde, avec des symboliques très différentes d'un continent ou même d'un pays à un autre. Sa version asiatique est par exemple une figure positive sans aucune ambivalence, à l'inverse de la figure développée dans l'Hexagone par l'art héraldique français ou les bestiaires. Plus proche de la France, la culture de l'Angleterre ne présente également pas le même rapport avec la licorne, puisque celle-ci figure notamment sur les armoiries de la reine. L'ensemble des éléments étudiés intègre malgré tout des éléments nord-américains et britanniques, de nombreux objets étant importés en France dans le cadre d'une culture globalisée. Il est également à noter que notre corpus n'a pas la prétention d'être exhaustif : il a pour but de présenter la variété des usages de la licorne, mais implique nécessairement une certaine limite dans la mesure où le sujet n'est pas figé dans le temps. De nouvelles utilisations de la licorne apparaissent ainsi chaque jour, sans qu'elles ne puissent toutes figurer dans notre analyse.

⁶ FILLIOT P., « Trouver l'extraordinaire dans l'infra-ordinaire : pour une mystique profane », *Sociétés* 2014/4 (n°126), p.39-46

⁷ DURAND G., *Introduction à la mythodologie, mythes et sociétés*, Albin Michel, Paris, 1996

⁸ MONNEYRON F., « Gilbert Durand et l'étude des mythes », *Sociétés* 2014/1 (n°123), p41-49

Ce mémoire adopte finalement une logique de bestiaire, puisqu'il ne vise pas à décrire la licorne d'un point de vue réaliste, mais d'un point de vue culturel et symbolique. Pour comprendre la trajectoire du mythe, le premier temps de ce travail sera d'identifier le parcours de la licorne dans la société française. Nous observerons ainsi la trivialité de l'animal selon la définition d'Yves Jeanneret, à savoir sa capacité à circuler et à être reconfiguré par les différents acteurs qui le manipulent. Cette première partie présente la vie du mythe à l'époque moderne et les différentes valeurs qui lui sont assignées.

Une fois ce tableau dressé de la licorne et de son mythe, notre deuxième partie portera sur ses représentations connotées comme positives. Nous travaillerons sur ses usages individuels mais également sur les utilisations qu'en font les marques à plus grande échelle. Dans ce contexte, la licorne apparaît comme un outil de singularisation et spectacularisation, en cohérence avec notre problématique d'enchantement du monde. Nous ferons appel à des auteurs comme Michel Maffesoli pour comprendre l'usage de la licorne positive, à corréliser avec une quête ambiante d'optimisme. Cette quête nous mettra également sur la piste de la sacralisation de la licorne et la création de nouvelles croyances et mystiques.

Enfin, le dernier temps de ce mémoire abordera la question de la licorne transgressive. Influencée et réinterprétée par des opérateurs sociaux nouveaux (webculture, cinéma, marchands), la licorne adopte de nouvelles représentations, sans pour autant que ne s'opère une disparition ou une modification du mythe. Ce dernier chapitre permettra de dépasser une vision manichéenne du monde (bien et mal, sale et propre, brutal et placide, adulte et enfant) pour redéfinir l'enchantement et finalement l'attrait de la licorne, incarnation de l'ambivalence dans une culture de la perfection et de l'idéal.

I. De la mort symbolique de la licorne à sa renaissance en tant qu'être culturel

A. La licorne est morte, longue vie à la licorne

La légende de la licorne s'est éteinte autour de 1580, lorsque le biologiste Ambroise Parret publie son ouvrage exprimant ses doutes sur la réalité de l'animal mythique, équidé pourvu d'une corne au milieu du front. La légende, « récit à caractère merveilleux, où les faits historiques sont transformés par l'imagination populaire ou l'invention poétique » (dictionnaire Larousse) s'effrite ainsi lorsque les faits historiques prennent le dessus sur l'imagination populaire, lorsque la corne du narval est scientifiquement certifiée comme l'origine de la corne de licorne.

Mais si la légende s'effrite sous les arguments de biologistes, la licorne survit et traverse les siècles : elle continue d'exister dans les imaginaires, dans les arts, pour parvenir aujourd'hui dans nos espaces marchands et culturels sous des formes multiples et variées (Annexe 1). La légende est tombée, mais pas le mythe qui ne saurait mourir : la croyance dans le récit légendaire ne peut plus durer face aux discours rationnels de la science, mais les systèmes de représentations, d'idéalisation et de production de fantasmes subsistent dans le temps. Nous travaillons ici l'hypothèse selon laquelle les systèmes marchands et culturels entretiennent le renouvellement et la continuation du mythe grâce à un système de circulation de ses représentations.

1/ Le bassin sémantique de la licorne : les contours du mythe

Pour analyser cette circulation du mythe, nous empruntons ici une des théories de la sociologie de l'imaginaire, celle de Gilbert Durand. Celui-ci a montré que le mythe est un élément culturel soumis à l'épuisement, l'hybridation ou encore la renaissance, car il est

⁹ PASTOUREAU M. dans l'émission « Les mystères de la licorne », dans les chroniques « Les Animaux ont aussi leur histoire » de France Culture, diffusée le 30 août 2015. Disponible à l'URL : <https://www.franceculture.fr/emissions/les-animaux-ont-aussi-leur-histoire/les-mysteres-de-la-licorne>

fondamentalement immortel¹⁰. Son approche du mythe par la mythanalyse se fait par la comparaison avec l'image d'un fleuve, dont le tracé permet de comprendre la trajectoire d'un mythe comme « objet culturel » dans une société, elle-même désignée comme « bassin sémantique » (Annexe 4). Dans ce schéma, l'objet culturel est le produit d'une sédimentation ou accumulation de signes et de valeurs, une définition à croiser avec le concept de « trivialité » d'Yves Jeanneret : pour lui, la transformation des idées et des objets, ou « êtres culturels » (« *mixtes d'objets, de représentations, et de pratiques* »¹¹), s'explique par leur circulation, leur réappropriation et les nouvelles productions qui en résultent. Le mythe de la licorne en tant qu'objet culturel ne serait finalement, selon cette logique, qu'une longue construction, façonnée au fil des siècles, des imaginaires et des systèmes de représentations.

Comment le mythe, « récit relatant des faits imaginaires non consignés par l'histoire, transmis par la tradition et mettant en scène des êtres représentant symboliquement des forces physiques, des généralités d'ordre philosophique, métaphysique ou social »¹², évolue-t-il dans notre société contemporaine ? Nous posons l'hypothèse selon laquelle l'usage de la licorne dans l'espace marchand (physique et dématérialisé) assure au mythe sa circulation mais aussi son renouvellement. Le mythe fonctionnant par redondances, l'analyse de ses différentes applications marchandes nous permet d'identifier les caractéristiques anciennes et actuelles du mythe et ses valeurs.

Une première analyse de la licorne marchande nous permet de souligner la variété de ses représentations selon les supports utilisés (Annexe 1). Dans cette première analyse préliminaire aux propos de ce mémoire, une liste non-exhaustive est réalisée pour représenter la place considérable qu'occupe la licorne dans l'espace marchand. Les produits vendus sont majoritairement destinés aux adultes, mais une partie non négligeable est dédiée aux enfants. Les univers de référence de la licorne y sont nombreux et sans connexion apparente : les armoiries familiales de l'art héraldique (logos de l'Amiens Sporting Football Club ou du Chocolatier Monbana), le dressage d'animaux domestiques (campagne 2017 de la marque Merci Handy, L'Avant-Gardiste et son offre de licorne domestique), la guérison et la force

¹⁰ DURAND G., *Introduction à la mythologie, mythes et sociétés*, Albin Michel, Paris, 1996

¹¹ TÉTU J.-F., « Yves Jeanneret, Penser la trivialité. Volume 1 : La vie triviale des êtres culturels », *Questions de communication* (en ligne), 16 2009, mis en ligne le 17 janvier 2012,

<http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/176>

¹² Définition du CNRTL (en ligne)

physique (pansements licorne, boisson énergisante), l'univers de l'enfance (peluches, jouets d'extérieur, tendances culinaires rapprochées sur fantasme et du caprice d'enfant), le monde des festivals et de la fête en général (Too Faced et sa gamme de cosmétiques « Life's a Festival », les déguisements lors des Gay Pride). Le premier constat est celui d'une contagion du mythe dans la société marchande, mais aussi culturelle. Si la symbolique de la licorne n'est pas réellement figée, sa forme semble faire l'unanimité, mais aucun discours ne lie ses apparitions : son origine ne peut pas être expliquée par une production culturelle, comme ce serait le cas des Lapins Crétins (création de la firme Ubisoft pour la franchise de jeux-vidéos *Rayman*) ou des Minions (création du studio Universal Pictures International pour le film *Moi, Moche et Méchant*). Une généalogie pourrait être réalisée pour expliquer le retour de la figure dans les imaginaires collectifs contemporains, en retraçant ses apparitions dans les œuvres modernes comme *Harry Potter et l'école des sorcières* de J.K. Rowling jusqu'à des œuvres anciennes comme la *Tapisserie de la Dame à la Licorne*, œuvre anonyme du XVI^e siècle, en remontant jusqu'aux représentations des bestiaires du Moyen Age et écrits de l'Antiquité. Il s'agit d'un travail d'historien que nous mettons de côté, en reprenant la pensée de Gilbert Durand, selon lequel un mythe n'a ni commencement ni fin. Il est donc impossible et inutile de chercher à en établir les origines, même si un historique d'apparition de ses attributs peut être réalisé.

Cette première analyse des apparitions de la licorne dans l'univers marchand et culturel permet de dégager de premiers axes de définition du mythe moderne de l'animal. La licorne est présentée comme un être imaginaire symbole de l'insouciance de l'enfance, des bestiaires et blasons médiévaux, mais aussi d'excentricité avec des représentations colorées et pailletées. Représentée avec un corps de cheval dans la majorité des cas, la licorne moderne est blanche, pourvue d'une longue corne dorée ou multicolore, parfois pailletée, et souvent accompagnée d'autres représentations comme l'arc-en-ciel et les étoiles. Ce résultat ne nous permet pas d'établir de lien de corrélation entre le mythe et l'espace marchand car notre première méthode ne nous permet à ce stade qu'une accumulation de signes.

2/ La vitalité du mythe

Nous l'avons dit plus haut, l'évolution du mythe n'est pas linéaire dans le temps et ne peut pas être expliqué avec une généalogie. Il circule à travers un « trajet anthropologique »¹³ entre consciences individuelles et société environnante selon Gilbert Durand, dans un système de va-et-vient et de redondances : le mythe est un récit sans démonstration ni but descriptif, dont le système n'est visible que par répétitions de motifs, les « mythèmes ».

Pour comprendre la circulation du mythe et l'influence de la trivialité sur ses représentations, nous précisons notre travail d'analyse en empruntant le schéma et le concept du « bassin sémantique » de Gilbert Durand. Cette méthode nous permet de définir le mythe tel qu'il apparaît aujourd'hui dans la société marchande. Il est toutefois à noter que ce schéma est librement retravaillé pour ce travail de recherche : lorsqu'il construit un « bassin sémantique », Gilbert Durand travaille en effet sur une période de plusieurs siècles, de manière linéaire, pour schématiser la trajectoire d'un mythe dans le temps. Notre propre analyse ne concerne que la période de ces dernières décennies, par souci de limitation de la recherche : le but de cette analyse n'est pas de comprendre l'influence linéaire du passé sur le présent, mais l'influence non-linéaire des réemplois du mythe dans notre période contemporaine.

La circulation de la licorne d'après les résultats de notre analyse (Annexe 4) fait apparaître une figure singulière, porteuse de valeurs complémentaires selon les usages qui en sont faits. Elle incarne dans un premier temps un indice d'historicité : lorsqu'elle est employée sous sa forme médiévale, à l'aide des codes de l'héraldique, elle incarne une légitimité historique et des valeurs transmises au fil des générations. Dans ce cas, l'architexte prime la figure, les codes de l'héraldique renvoient à des valeurs anciennes, dont la licorne est le simple signifié, nous le voyons avec les exemples de marques comme la Brasserie La Licorne, dont l'identité renvoie à l'histoire de la ville d'origine, Saverne, dont les armoiries comportent une licorne. Dans un deuxième temps, la licorne fait l'objet d'un discours et de valeurs propres lorsqu'elle entre dans un dispositif marchand. Deux régimes de l'imaginaire s'affrontent alors, celui de l'enfant et de l'adulte. Cependant, cet affrontement donne lieu à une circulation des valeurs et des propriétés

¹³ DURAND G., *Introduction à la mythologie, mythes et sociétés*, Chapitre 5, Albin Michel, Paris, 1996

physiques : la licorne de l'enfant est dotée de couleurs multiples (celles de l'arc-en-ciel), mais surtout, elle devient domestique et docile, contrairement à la licorne médiévale, sauvage et brutale. Or, ce sont les caractéristiques régressives de la licorne de l'enfant sont retrouvées dans la licorne destinée à l'adulte : elle devient symbole de régression et réintroduit l'innocence dans les objets du quotidien de l'adulte (accessoires de cuisine, de décoration, produits de grande consommation). Finalement, dans un troisième temps, les marques que nous désignons comme institutionnelles, détentrices d'une voix d'autorité sur leur marché, cristallisent une certaine représentation de la licorne. Ainsi lorsque L'Oréal (un des premiers acteurs mondiaux de l'industrie cosmétique), la SNCF (entreprise publique française de l'industrie ferroviaire) et le Ministère chargé de la Santé adoptent la licorne dans leurs communications et leurs produits, ils entérinent sa forme moderne du mythe. L'analyse barthésienne menée dans l'Annexe 4 permet de faire la synthèse du mythe de la licorne pour ces acteurs du monde marchand : la licorne est chez eux un être imaginaire proche du réel, symbole de liberté et d'audace accessible à tous.

La conclusion de notre analyse montre que le mythe de la licorne est entré dans sa « période explosive » (A. Moles¹⁴) : après une période de latence, la figure réapparaît avec toutes ses caractéristiques, ses « mythèmes ». La circulation du mythe de la licorne assure sa continuité, sa pérennité dans le temps et le renouvellement de ses codes. Roger Caillois, un des rares historiens à s'être intéressé à la figure, désigne ses formes contemporaines comme un « seul simulacre dépositaire »¹⁵ de ce que représentait la licorne dans son passé médiéval. Notre analyse remet en cause ce jugement de l'historien : si le mythe médiéval disparaît, les valeurs qu'il portait (la quête de la pureté et de la liberté) subsistent dans la forme marchande du mythe. Les mythèmes de la licorne, les motifs répétés à chaque réemploi de la figure marchande, sont les motifs de la liberté, de l'audace et de l'imagination jusqu'à la régression. Le monde marchand reconstruit ainsi le récit de la licorne pour toucher des cibles variées, adultes comme enfants, grâce à une figure malléable. L'historien Michel Pastoureau parle à ce propos d'un phénomène d'« étrangeté familière »¹⁶ autour de la licorne : elle est associée à des représentations très variées, endossent des qualités et des valeurs très différentes d'un support à un autre, mais elle

¹⁴ Cité par Gilbert Durand, Op. Cit. (p.37)

¹⁵ CAILLOIS R., *Le mythe de la licorne* (p.15), Fata Morgana, Montpellier, 1991

¹⁶ PASTOUREAU M., « *Les licornes inspirent encore les créateurs* », *20Minutes (en ligne) publié en novembre 2015*

reste toujours un objet familier, rencontré et reconnu au quotidien, sans que l'on s'explique sa présence.

La souplesse du mythe permet à la licorne de continuer à circuler dans l'espace marchand, mais aussi dans les autres sphères de la société. Notre corpus met en avant un usage de la licorne dans la culture cinématographique et littéraire, que nous analyserons ultérieurement. En dehors de sa sphère marchande, la licorne fait également l'objet d'une polychrésie¹⁷, d'une appropriation sociale créatrice de nouvelles formes et de nouveaux usages, ce que nous verrons avec sa présence dans la webculture. Le mythe de la licorne parcourt ainsi la société de part en part, avec pour principale caractéristique l'absence de discours unificateur. « Être culturel » composite, mélange de valeurs anciennes (transmission, noblesse, pureté, liberté) et nouvelles (audace, excentricité, innocence, insouciance), la figure fait peu à peu l'objet d'une remythologisation avec la formulation de nouveaux imaginaires et de nouveaux discours. Après avoir démontré la circulation des valeurs et la reconstruction du mythe opérées par les acteurs du monde marchand, nous nous attachons à l'analyse d'un opérateur social accompagnant le succès commercial de la licorne : la figure de l'expert, qui légitime et encourage la circulation du mythe, tout en formulant un discours pédagogique et raisonné sur la licorne.

B. La tendance au service d'une renaissance

La licorne est ainsi un « objet culturel », façonné par sa circulation dans les espaces marchands et culturels. Nous avons montré dans un premier temps les caractéristiques premières de la figure mythologique (ou « mythèmes » de G. Durand), mis en avant par la réutilisation de la licorne dans l'espace marchand. Cependant, l'analyse précédente met en avant un « opérateur social »¹⁸ de la figure : l'expert de la tendance. Comment organise-t-il la circulation de la licorne en enrichissant son poids symbolique ?

¹⁷ TÉTU J.-F., « Yves Jeanneret, Penser la trivialité. Volume 1 : La vie triviale des êtres culturels », *Questions de communication* (en ligne), 16 2009, mis en ligne le 17 janvier 2012, <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/176>

¹⁸ DURAND G. Op Cit

Les articles sélectionnés pour cette analyse (Annexe 5) sont majoritairement francophones dans le souci de travailler sur l’imaginaire d’une même culture, pour plusieurs raisons. Tout d’abord, la licorne ne tient pas la même place dans les imaginaires collectifs selon les cultures nationales. En Angleterre par exemple, la licorne figure toujours sur les armoiries royales, le poids symbolique n’est donc pas le même dans l’imaginaire collectif. Nous avons pourtant conservé quelques articles de presse anglaise et américaine lorsque leur contenu nous paraissait pertinent : l’univers marchand de la licorne est mondialisé, la plupart des produits de notre corpus sont exportés de ces pays. Notre analyse sémiolinguistique a pour but d’identifier la manière dont la presse (principalement féminine, de divertissement et en ligne) définit la licorne, et la position qu’elle adopte par rapport au mythe. L’hypothèse en début d’analyse est qu’en dépeignant la licorne de la manière la plus riche, la plus complexe et la plus mystérieuse possible, la presse fait de la licorne un être légendaire (soit doté d’un récit à caractère merveilleux, où les faits historiques sont transformés par l’imagination populaire ou l’invention poétique). Pour lutter contre l’image de simulacre que nous évoquions plus haut avec Roger Caillois, la presse réinvestit la licorne d’un discours complexe pour lui redonner une profondeur mythique et historique. Ce travail de remythologisation mène à légitimation de la figure et donc sa prescription et sa vente.

1/ Les nouveaux experts de la licorne

Le premier temps de l’analyse du corpus de presse met en avant l’apparition régulière d’une figure d’autorité, qu’il s’agisse d’un historien, d’un sociologue ou d’un chercheur spécialisé dans les sciences de la communication. Les articles et publications journalistiques étudiés, disponibles en ligne, se positionnent de deux manières différentes : dans un cas, ils présentent une nouveauté relative à la licorne, dans l’autre, ils se présentent comme commentateurs d’un phénomène sociétal plus large. Dans ce dernier cas, l’expert est convoqué systématiquement : *The Guardian* (presse britannique) fait ainsi intervenir un auteur et deux professeurs de littérature, *Huffpost* (presse française en ligne) interroge deux historiennes et conservatrices de patrimoine, *Le Figaro.fr* fait intervenir un historien, *Brut* interroge quant à lui un sociologue. Cette convocation de la figure de l’expert permet de donner une profondeur historique et sociétale au mythe : en attachant la figure à des champs de recherches académiques, il devient légitime de s’intéresser à la licorne malgré sa proximité avec l’univers

de l'enfance. L'expertise permet finalement de dépasser la « barrière de la trivialité »¹⁹, concept développé par le psychologue de l'enfance Brian Sutton-Smith : à cause de cette barrière, de cet obstacle épistémologique, l'adulte ne parvient pas à prendre au sérieux les jeux de l'enfant pour en faire un objet d'études. Par exemple, en narrant le récit scientifique d'une découverte de traces de licornes en Sibérie, l'organe de presse scientifique vulgarisée Futura entretient la « force problématique »²⁰ du mythe de la licorne, soit sa capacité à générer des recherches scientifiques à partir d'une figure de l'imaginaire.

La licorne devient donc une figure légitime et une tendance que le journaliste peut recommander. Guillaume Erner reprend la définition de Georges B. Sproles pour expliquer la tendance comme « un comportement adopté de manière temporaire par une partie substantielle d'un groupe social parce que ce comportement est perçu comme socialement approprié pour l'époque et la situation »²¹. À partir du moment où la figure est jugée comme « socialement appropriée » dans son contexte sociétal, celle-ci peut se développer, circuler et faire l'objet de réappropriations qui cultivent le mythe.

Le traitement de la licorne comme objet d'études est une première étape pour la légitimer, mais notre analyse fait également ressortir un autre ressort : celui de l'émotion. Notre corpus presse montre que la figure est propice au développement d'un discours du *pathos*. On entend par discours du *pathos* un discours faisant appel à l'émotion du lecteur. Deux types d'émotions sont convoqués, celui de l'appartenance communautaire d'une part, celui de l'empathie de l'autre. Dans l'article extrait du journal en ligne (Annexe 1), *MadmoiZelle* utilise ainsi les ressorts de la connivence avec son lecteur autour de la licorne : l'auteur de l'article s'inclut dans la communauté de fans de la figure pour renforcer l'attachement, même pour ceux qui n'en feraient pas partie, en renvoyant à un univers de référence universel, celui de l'enfance et son insouciance. Dans son article du 15 octobre 2017, la journaliste Alice Fischer du *Guardian* fait quant à elle appel au registre de l'empathie en mêlant à son article des références à sa propre histoire personnelle (référence aux jeux de sa fillette). En mêlant des propos factuels pour

¹⁹ SUTTON-SMITH B., « Psychology of childlore: the triviality barrier » (p1-8), *Western Folklore*, 29, 1970

²⁰ Concept d'Abraham Moles, cité par Gilbert Durand dans *Introduction à la mythologie, mythes et sociétés*, Chapitre 5, Albin Michel, Paris, 1996

²¹ Georges B. Sproles, *Behavioral science theories of fashion*, in Michael R. Salomon (ed.), *The Psychology of Fashion*, Lexington (Mass.), Lexington Books, 1985, cité par ERNER G. dans *Sociologie des tendances : « Que sais-je ? » N°3796*, Presses Universitaires de France, Paris, 2009

expliquer rationnellement le phénomène à des témoignages personnels, l'auteur ajoute une charge émotionnelle à l'objet de son article sur la licorne. Celle-ci n'est ainsi pas qu'un simple objet d'études, elle est aussi un élément du quotidien de la vie de l'auteur. A travers son article, elle construit la licorne comme un miroir composite des préoccupations de la société moderne : elle incarnerait ainsi la quête de sens dans une période politique instable, et une figure optimiste dans une société parfois morbide. Ses propos confortent la forme mythique de la licorne, rappelant ses différents mythes (capacités curatives, liberté, imagination) déjà identifiés dans la partie précédente. Dans une analyse structuraliste, l'auteur construit la licorne comme le révélateur d'une époque.

La reprise de la licorne dans la presse construit ainsi une nouvelle mythologie de l'animal mythique, en formulant le discours censé uniformiser son utilisation dans la société en général. Ce discours légitime la présence de la licorne dans l'espace marchand, voire même, elle l'encourage : dans plusieurs cas étudiés (Annexe 5), l'explication de la tendance mène à un second discours, cette fois-ci marchand. Ainsi, l'article de *MadmoiZelle* fait la promotion de ses propres produits en évoquant le sujet de la licorne. En attachant cette étiquette de tendance à la licorne, la marque Sephora a par exemple développé toute une gamme de produits sous le nom de « Tendance Makeup Licorne » sous un onglet dédié de son site internet (Annexe 1).

En faisant du mythe de la licorne un véritable objet d'études, la presse en fait un objet d'attention légitime, donc commercialisable. Autre conséquence observée dans notre analyse, la presse construit la licorne comme un mystère, un objet de connaissance cachée, obscur (rappelons l'étymologie du mystère, du latin *mysterium*, « initié »). Seules les personnes initiées à ce mystère peuvent en connaître le sens. Les journalistes endossent alors le rôle d'initiateur et de prescripteur : ils analysent le phénomène et le désigne comme une tendance, dans un mouvement que Robert K. Merton appelle « prophétie autoréalisatrice »²². En prescrivant la licorne comme tendance, celle-ci le devient. Quand Sephora développe une gamme dédiée aux licornes, ou que le site d'info-divertissement *Huffpost* publie un article en début décembre pour annoncer la licorne comme la tendance des cadeaux de Noël 2017, la tendance est annoncée avant de se réaliser.

²² MERTON R, *Éléments de théorie et de méthode sociologique*, Armand Colin, Paris, 1997

Dans l'exemple inverse, on trouve dans notre corpus des discours contradictoires, annonçant pour leur part le déclin du mythe. Ces articles traduisent du phénomène que nous étudions précédemment avec le schéma de Gilbert Durand : l'épuisement des deltas, par un processus de saturation du mythe dans la société, ou dans ce cas, dans l'espace marchand. *Club Sandwich Konbini* fait figurer la licorne dans les tendances « qu'on ne veut plus voir ni manger en 2018 », *Konbini* publiant déjà en juin 2017 un article intitulé « Il semblerait que la tendance des licornes laisse place à celle des lamas ». Dans ces deux cas, l'annonce du déclin est une occasion de remettre sur le devant de la scène une tendance pour évoquer son remplaçant. Cette opposition entre deux tendances permet de créer une rivalité imaginaire, l'affrontement de deux figures dans une compétition pour le titre de tendance. Or en établissant une comparaison entre le lama et la licorne, l'article donne une nouvelle charge symbolique à l'un comme à l'autre. Ainsi, la figure du lama, un animal mis en avant dans la société occidentale pour son exotisme et son pelage blanc, gagne en légitimité en étant comparé à un mythe occidental. De son côté, les caractéristiques de la licorne sont mises en valeur par la confrontation avec une tendance plus récente, dont l'assise n'est pas encore aussi développée que la sienne.

Le discours médiatique reformule ainsi le mythe, en passant d'une figure historique à une figure de la modernité. Ses mythes (motifs redondants qui construisent le mythe) sont retravaillés dans un contexte contemporain. Le mythe de la liberté s'incarne dans l'association à la fête et à l'extravagance, la régression. Un nouvel élément émerge également de l'analyse, celui de la médiagenie : la quasi-totalité des articles étudiés font mention de la licorne comme un objet « instagramable » : une de ses caractéristiques modernes est sa capacité à être photogénique mais surtout à créer du contenu de qualité pour le réseau social Instagram. La licorne est ainsi prescrite comme un symbole de liberté et d'amusement pour soi, mais elle devient aussi une unité dialogique, ou « image conversationnelle » selon la définition d'André Gunthert²³. Dans la seconde ère de la photographie, devenue numérique, il conçoit l'image comme « embrayeur de conversation ». L'image n'existe plus en soi mais dans le but d'être partagée. Lorsque la presse fait de la licorne une composante de ce dispositif, elle fait de la figure un nouvel outil de la vie sociale connectée : elle peut désormais circuler en dehors de l'espace marchand et sur

²³ GUNTHERT A., « L'image conversationnelle », *Études photographiques*, 31 Printemps 2014 (en ligne), 10 avril 2014, consulté à l'URL : <http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/338>

l'espace interpersonnel que représentent les réseaux sociaux. Plus qu'un objet marchand ou un mystère académique, la licorne traverse une limite pour rejoindre l'espace personnel, celui de la mise en récit de soi, que nous étudierons dans la deuxième partie de ce mémoire.

L'objet culturel qu'est la licorne est ainsi travaillé parallèlement par l'espace marchand et par la presse. Les articles dédiés à la licorne sont l'occasion de redonner une mythologie à l'animal ancien pour en légitimer la circulation et la commercialisation : tout un ensemble de discours est produit pour identifier les caractéristiques du mythe et les replacer dans un contexte contemporain. Derrière le discours prophétique de la tendance se trouve finalement un deuxième discours, cette fois-ci marchand. En érigeant la figure mythique au rang de tendance, la presse et les acteurs du monde marchand autorisent la diffusion de la licorne dans les différentes strates de la société. Le mythe est donc sans cesse retravaillé dans ses représentations, entre des rappels historiques (consultations d'historiens), des interprétations de la société (consultations de sociologues) et des mises en scène marchandes de la nouveauté (qualités médiagéniques).

Nous avons étudié jusqu'à présent la circulation de la licorne à travers les discours médiatiques et la production marchande de sa représentation. Cependant, si l'analyse sémiologique du corpus fait ressortir une multitude de représentations de la licorne, elle dégage également plusieurs sens au terme même de « licorne », emprunté et utilisé dans plusieurs sphères de la société. Pour compléter ce portrait de la circulation du mythe et surtout, comprendre son expansion, nous analyserons dans un dernier temps les usages linguistiques du terme pour identifier ses détournements de sens.

C. Une figure prise au jeu de son « *sex appeal* linguistique »

Dernier jalon de sa circulation, la licorne est avant tout un terme qu'il convient d'analyser pour comprendre l'usage et les réappropriations dont elle fait l'objet. Nous nous intéressons ici au mot « licorne » et sa porosité, sa capacité à porter de nouveaux sens. La licorne brouille ses traces : on connaît peu ses origines. Nous l'avons montré précédemment, la licorne présente un passé très dense et surtout très discuté. Pour Gilbert Durand, un mythe n'a pas d'origine, il est

donc vain de lui en chercher un. Pourtant, nous l'avons vu précédemment, la presse s'y attelle et construit un objet en travaillant les imaginaires qui lui sont associés. Dans une démarche similaire, un deuxième travail d'analyse permet d'identifier la richesse du terme, cette fois-ci par la linguistique (Annexe 9). Le terme semble ainsi présenter un véritable attrait dans la langue et les imaginaires.

David Barnhard, un lexicologue américain va jusqu'à parler d'un « sex appeal linguistique »²⁴ du terme auquel est attaché un univers et des valeurs que veulent s'approprier plusieurs secteurs comme celui de l'entreprise (la réussite économique unique et presque impossible), le sport (le joueur de basketball extraordinaire, au saut presque magique). Le travail mené dans ce dernier temps en Annexe 9 concerne donc l'usage qui est fait du mot pour identifier les caractéristiques communes qui le définissent. Il nous permet d'entériner le mythe de la licorne comme « être culturel » (soit un mélange de représentations, de pratiques et d'objets) pour atteindre le second temps de réflexion de ce travail, celui de la réception et de la question du réenchantelement qu'implique sa circulation.

Pour adopter un point de vue sémiologique, le mot « licorne » dénote un animal légendaire, mais il connote des valeurs et des représentations bien différentes. L'analyse menée par la méthode sémiologique en annexe 9 à l'aide du schéma linguistique développé par Ferdinand de Saussure se porte sur les différentes apparitions du terme dans la langue française. Dans le modèle linguistique qu'il développe, il distingue deux entités distinctes mais complémentaires au sein de la langue : le signifiant (support du sens, soit le mot ou la phrase) et le signifié (le sens ou sème du signifiant). Dans cette hiérarchie du sens, Saussure ajoute un second volet, celui de la dénotation (sens immédiat ou premier du signifiant, consensuel) et de la connotation (sens secondaire). Nous avons donc travaillé dans un premier temps les éléments langagiers de notre corpus pour extraire leurs dénotations individuelles, pour dresser finalement la liste des connotations associées au terme dans les différents domaines de la langue française. Ces domaines sont ceux de l'entreprise (la « startup licorne » et la « loi de la licorne »), de la culture populaire (*Les aventures de Tintin et le Secret de la Licorne*), des secteurs marchands (cosmétiques, jouets d'enfant, cuisine), de l'histoire médiévale (la licorne des bestiaires), des

²⁴ Citation extraite de l'article de PETERS M., « The linguistic sex appeal of the unicorn », *Boston Globe* (en ligne), publié le 21 février 2016, consulté le 13 janvier 2018 à l'URL : <http://www.bostonglobe.com/ideas/2016/02/21/see-any-unicorns-lately/0CEhFoIgeaHw71hjbKSWVO/story.html>

communautés (symbole LGBT) et des réseaux sociaux (campagne de la Ligue des Droits de l'Homme et de l'expression de *Slate*). Dans ces différentes apparitions du mot licorne, la dénotation majoritaire (le sens premier, ce à quoi il renvoie de façon directe) est celle de l'animal légendaire, il renvoie à un équidé à corne imaginaire, non-réel, et n'ayant jamais existé ailleurs que dans les légendes.

En revanche, notre analyse fait ressortir trois dénnotations différentes derrière le mot « licorne » : le terme renvoie dans le vocabulaire économique en particulier à une startup au modèle économique viable et profitable (valorisée à plus d'un milliard de dollars). Le lien est fait avec l'animal légendaire par système de connotation, qui fait référence à la rareté du phénomène et son caractère hors-du-commun, de la même manière que la licorne légendaire est définie dans le mythe médiéval comme un être sauvage et impossible à capturer. Dans le domaine sportif, le terme apparaît sous la forme d'un surnom pour désigner un joueur particulier, Porzingis. Cette dénotation fait référence là aussi à l'animal mythique : les caractéristiques du joueur, ses prouesses sportives et particulièrement ses bonds sur le terrain, le rapprochent de la licorne des légendes pour sa rareté et ses records imbattables. Finalement, le troisième élément du corpus dénotant autre chose que l'animal mythique est l'usage du terme dans l'œuvre du dessinateur Hergé, *Les aventures de Tintin et le Secret de la Licorne*. Dans ce onzième tome des aventures de Tintin paru en 1943, Hergé emploie le terme pour désigner un navire nommé « La Licorne » et ayant appartenu à l'ancêtre d'un des protagonistes de la bande-dessinée, le Capitaine Haddock. Le premier sens du terme est donc le navire (dans sa forme réelle ou dans sa représentation sous forme de maquette), mais sa connotation, son deuxième sens, reste celle de l'animal mythique : le navire porte ce nom en référence au sceau accroché sur la proue, représentant une licorne. La synthèse des dénnotations du terme est donc harmonieuse : dans tous les cas, le mot est une référence (qu'elle soit directe ou indirecte) à la licorne légendaire. Une analyse plus approfondie nous permet toutefois de dresser un bilan plus complexe des sens associés au mot « licorne ».

Après avoir identifier les dénnotations du terme, nous avons mené un travail de référencement de ses connotations. Nous entendons par connotation le sens secondaire d'un mot, suggéré par un emploi particulier du terme. Un premier ensemble de connotations peut être constitué à partir d'un thème principal, celui de la marginalité : les connotations « extravagance », « prouesse », « tendance » et « exception » en forment le noyau. En effet, ces sens secondaires du mot licorne renvoient à un écart à la norme, à un état particulier qui met à l'écart le signifié du mot

« licorne ». Par exemple, le « maquillage licorne » dénote un style de maquillage inspiré par l'animal légendaire, connoté par son extravagance et son exubérance. Il se manifeste par des textures et des couleurs inhabituelles, elles-mêmes connotant l'univers de la fête, déraisonnable et excessif. Dans ce cas, le mot est lié à un univers de référence hors norme, sorti du quotidien et des règles qui s'y appliquent. Dans le cadre du sport, la connotation du mot « licorne » comme prouesse indique une performance hors du commun et inégalée. La connotation est similaire, si ce n'est plus négative, dans le cas de la « loi de la licorne », la règle énoncée par la développeuse Emma Jane Hogbine selon laquelle la probabilité qu'une femme travaillant dans l'open source finisse par faire une conférence sur le fait d'être une femme dans l'open source s'approche de 1²⁵. Dans cet emploi du terme « licorne », la connotation est aussi celle de l'exceptionnel, de ce qui n'est pas normalisé. Les femmes travaillant dans le domaine des nouvelles technologies sont réduites au statut de « licorne » car elles ne sont pas la norme et représentent des figures de la marginalité.

Un deuxième groupe de connotations est formé avec « pureté », « jouet pour fille » et « imaginaire ». Ce groupe de connotations travaille quant à lui le thème de l'innocence. Ainsi, le terme « licorne » employé dans son contexte médiéval (dans les bestiaires et autres textes de la période) est une référence au récit biblique et à une figure de la pureté²⁶. Associée à une pensée analogique propre à cette période historique, la « licorne » incarne la recherche de la pureté incarnée par la jeunesse fille vierge, dont les chasseurs se servent afin de capturer la bête. Derrière cette quête, la question est celle de l'innocence, dans un récit manichéen qui oppose un animal sauvage et pur (source de miracle) à des figures de la malfaisance, les chasseurs (attirés par le gain). Dans le cas des jouets pour enfants, la connotation est celle de l'univers de la petite fille. Victime d'un marketing genré ou d'un héritage historique lourd qui associe toujours l'image de la licorne à celle de la jeune fille, la « licorne » lorsqu'elle est employée dans le contexte de l'enfance fait une référence souvent directe aux filles, et finalement à l'innocence et l'ingénuité de ce jeune âge. Enfin, l'exemple de la Ligue des Droits de l'Homme (Annexe 9) connote l'imaginaire et l'impossible. Dans ce cas, le terme est employé pour établir la comparaison avec les droits de l'Homme, qui constituent comme la licorne des concepts culturels dans lesquels nous souhaiterions croire. La campagne analysée se sert de l'optimisme

²⁵ SERFATI J., « Qu'est-ce que la loi licorne », *Ça m'intéresse* (en ligne), publié le 26 décembre 2016 et consulté le 3 mai 2018 à l'URL : <https://www.caminteresse.fr/economie-societe/quest-ce-que-la-loi-de-la-licorne-1175841/>

²⁶ PASTOUREAU M. *Bestiaires du Moyen Age*, Seuil, Paris, 2011

pour faire passer son message : l'application des droits de l'Homme ne sera possible que par le combat et par la conviction qu'il ne s'agit pas d'un combat impossible. En comparant la croyance dans les licornes à la croyance dans les droits de l'Homme, l'irrationnel de l'un (les licornes n'ont jamais existé) légitime et renforce la légitimité de l'autre (les droits de l'Homme existent mais ont besoin d'aide). Le terme « licorne » connote ici la croyance innocente, candide, afin de donner une profondeur et un réalisme à une autre croyance. Dans ces différents usages du mot « licorne », le sens secondaire est celui de l'innocence, de la croyance ingénue dans l'imaginaire.

Un troisième et dernier groupe de connotations est constitué de « secret » et « invisibilité ». Ces connotations sont identifiées dans l'usage qu'est fait du terme chez Hergé et au sein des communautés LGBT. Le point commun dans ces deux cas est que la « licorne » renvoie à un autre élément caché volontairement ou non. Dans le cas d'Hergé et sa bande-dessinée *Les aventures de Tintin et le secret de la Licorne*, le lien entre le mystère et la licorne est fait dès le titre. Le scénario entier de ce tome repose sur le mystère de la disparition du navire nommé *La Licorne*, et surtout, de ce qu'il contenait. La connotation du secret, et plus tard, du trésor, permet d'associer la licorne au mystère, soit la signification qui n'est accessible qu'à des initiés. La vérité derrière la licorne n'est révélée qu'après une succession d'aventures, dans un processus initiatiques d'épreuves et de récompense finale. Dans le cas de l'usage au sein des communautés LGBT, le terme connote de l'invisibilité également, mais d'une autre manière : en protestation contre l'invisibilisation d'une communauté d'individus auxquels sont niés des droits, le terme est adopté comme revendication. En effet, l'animal mythique qu'il dénote est invisible car imaginaire, sans réalité tangible. En adoptant cette symbolique de l'invisible, la démarche est celle de la fierté et de l'engagement. Dans ces deux cas, le mot « licorne » renvoie à un imaginaire de ce qui est caché et invisible, mais qui demande à être révélé.

La synthèse de notre analyse linguistique est donc la suivante : si la licorne adopte différentes représentations, elle adopte également différents sens lorsqu'un secteur se l'approprié. La référence principale est celle de l'animal légendaire, issu de récits imaginaires. En revanche, le mot est associé à différentes connotations. Nous avons distingué trois types de connotation : celle de la marginalité, celle de l'innocence, et celle du mystère. Cette polysémie dresse par la langue le portrait d'une figure imaginaire, symbole de rareté voire d'impossibilité, en marge du réel, et dont la connaissance est réservée à une communauté d'initiés. La licorne est la figure qui peuple les rêves de l'entrepreneur, mais qui lui échappe ; elle incarne la différence par sa

liberté, qui autorise toutes les extravagances dans le domaine cosmétique. Son mystère fait d'elle une « étrangeté familière » selon l'historien Michel Pastoureau : on en connaît les caractéristiques dans les grandes lignes, sans jamais en comprendre tous les sens. La licorne à laquelle se réfèrent toutes les expressions analysées dans cette sous-partie prend des qualités sacrées, que nous analyserons plus tard dans ce travail : elle conçoit un monde séparé, hors du réel, dans lequel existe l'animal mythique. En étant intégrée dans des termes du quotidien, comme des jouets pour enfants, du maquillage ou des entreprises, la licorne ajoute une nouvelle forme de rareté à ces éléments. Ann Curzan, professeur d'anglais à l'Université du Michigan, dit à ce propos qu'elle « apprécie vraiment ce nouvel usage métaphorique de la licorne comme « modifier » parce qu'il introduit un moment de surprise, lorsqu'il vous rappelle que cette chose que vous cherchez (un travail, un compagnon) n'est pas juste rare mais pourrait bien ne pas exister. Une expression comme « un job de rêve » voudrait dire en théorie la même chose, mais je pense que le rêve est désormais un concept commun au point de désigner quelque chose de simplement très bien, et pas nécessairement quelque chose de si magique qu'il pourrait ne pas exister »²⁷. Le mot et sa figure deviennent un nouveau synonyme d'« impossible », pourtant inséré dans le quotidien. Paradoxalement, en ajoutant cette échelle, la licorne permet de créer un pond dans le réel entre ce qui est réalisable et ce qui est de l'ordre de l'infaisable. C'est finalement une forme d'optimisme qui se construit à travers toutes les définitions de la « licorne » : la croyance en l'impossible et l'infaisable, la suspension de l'incrédulité pour réaliser ce en quoi personne d'autre ne peut croire. Nous arrivons finalement à la question de l'enchantement du quotidien, ce que nomme Yves Winkin en sciences sociales « l'enchantement », ou « suspension volontaire d'incrédulité »²⁸.

Conclusion partielle

La licorne est une figure mythique qui ne cesse de circuler sous différentes formes et par différents canaux, qu'ils soient commerciaux, médiatiques ou culturels. Ses qualités

²⁷ Citation extraite de l'article de PETERS M., « The linguistic sex appeal of the unicorn », *Boston Globe* (en ligne), publié le 21 février 2016, consulté le 13 janvier 2018 à l'URL : <http://www.bostonglobe.com/ideas/2016/02/21/see-any-unicorns-lately/0CEhFoIgeaHw71hjbKSWVO/story.html>

²⁸ Emmanuelle Lallement et Yves Winkin, « Quand l'anthropologie des mondes contemporains remonte le moral de l'anthropologie de la communication », *Communiquer*, 13 | 2015, 107-122

médiagéniques que nous venons d'étudier en font un objet apprécié par les organes de presse comme les producteurs d'objets marchands du quotidien. Ce mythe est donc ancré dans nos imaginaires, attaché à une symbolique construite par ses dispositifs de représentations. Symbole moderne d'une croyance en l'optimisme, la figure héritée de l'imaginaire médiévale se charge en signifiants dans un processus de sédimentation à chacune de ses réutilisations tant mercantiles que culturelles. D'un même mythe découle finalement plusieurs lectures, qui permettent chacune de lire des phénomènes et des usages contemporains, de la réussite entrepreneuriale à la décoration de sa cuisine.

Relique imaginaire de l'ère médiévale, objet de désir des enfants mais également des adultes, la licorne incarne finalement aujourd'hui une forme de régression, un retour délibéré vers un psychisme plus enfantin, lorsque l'adulte suspend volontairement son incrédulité. Attachée à l'imaginaire de l'enfance, notamment par son apparition récente dans des programmes et des jouets destinés aux plus jeunes, la licorne est assimilée au rêve et à la singularité. Cette première partie nous a permis de rendre compte de la circulation riche d'une figure devenue triviale à travers différentes sphères de la société. Partout où passe ce symbole, une traînée d'optimisme semble s'attarder sur son passage, à l'image des paillettes et arc-en-ciel que lui ont affublés les imaginaires contemporains. Peut-on alors parler d'un processus de réenchantement du quotidien par ce totem de l'extraordinaire ? Nous nous intéresserons dans la deuxième partie de ce travail à la réception et la réappropriation de la bête, adoptée bien souvent comme un marqueur individuel et communautaire du singulier et de l'incroyable.

II. La licorne, marqueur identitaire entre idéal individuel et symbole communautaire

A. L'étendard des temps modernes

Après avoir démontré que le mythe de la licorne est réactivé par sa circulation contemporaine, le second temps de ce mémoire s'intéresse aux conséquences de cette trivialité. Il s'agissait du point de départ de notre réflexion, la question qui motivait ces recherches : comment expliquer l'attrait de la licorne aujourd'hui, dans tant de domaines variés, alors même que sa légende est discréditée par les faits scientifiques depuis près de 500 ans ? Nous intéresserons à partir de maintenant à la question de la réception de la figure pour répondre à notre première hypothèse. À ce stade de notre analyse, celle-ci est déjà partiellement validée : la licorne est bien construite comme un être culturel à part entière grâce à sa circulation culturelle et marchande. En revanche, la question de l'enchantement reste encore à entière, même si quelques éléments ont commencé à esquisser l'animal mythique comme moyen de répondre à une quête ambiante d'optimisme, ou à une « quête d'un avenir radieux » comme l'écrit Michel Maffesoli dans ses travaux sur l'anthropologie de l'imaginaire collectif²⁹.

1/ Une héraldique nommée Instagram

Le premier temps de notre analyse se porte sur l'usage individuel qu'est fait de la licorne. Lors de la constitution de notre corpus, cet usage a été le premier à apparaître le plus distinctement. La majorité des éléments étudiés dans la partie précédente était de l'ordre marchand : ils s'agissaient d'objets conçus par un corps de métier pour une consommation de masse (des objets de décoration, des articles de presse, des productions cinématographiques). Ils permettaient de montrer la manière dont un objet historique et culturel peut circuler et se charger en signes et en récits. Pourtant, l'usage individuel de la licorne est tout aussi remarquable dans ce phénomène de circulation, comme nous pouvons le voir sur les réseaux

²⁹ MAFFESOLI M., *La contemplation du monde : Figures du style communautaire*, Grasset, Paris, 1993

sociaux. Si les marques l'utilisent pour leurs communications sur ces réseaux³⁰, ce sont avant tout les individus qui se l'approprient et le font circuler dans leurs mises en scène impersonnelles (culture du même, annexe 8) et personnelles. Nous l'observons plus tôt dans notre analyse de la presse féminine : la figure est plusieurs fois décrite par le néologisme anglophone « instagramable », soit un objet particulièrement adapté ou propice à la publication sur le réseau social Instagram. Pour confirmer cette caractéristique, une recherche a été menée sur ledit réseau social (Annexe 10). Pour mesurer la relative viralité de la licorne, nous avons comparé le nombre d'apparition de la licorne (identifiée par le hashtag « licorne » en français ou « unicorn » en anglais, les deux termes étant souvent utilisés en même temps) à celui d'autres figures dites « instagramables ».

Pour sélectionner ces éléments de comparaison, nous avons choisi des figures associées à la licorne dans les articles de presse, sur les sites marchands qui proposent des gammes de « produits licornes », et sur les comptes Instagram qui publient régulièrement des contenus avec la licorne. Ces éléments de comparaison sont ainsi des animaux imaginaires et mythiques comme elle (la sirène, le dragon et le monstre du Loch Ness) mais également des animaux existants (les lamas, les chatons et les renards). Nous avons donc comparé, au même moment (le 28 avril), le nombre d'apparitions de chacun de ces animaux sur le réseau social. Ce premier travail confirme la grande vitalité et viralité de la licorne dans ce contexte : elle est incontestablement la plus mentionnée par rapport aux autres, avec 8 423 328 apparitions en anglais et 218 995 en français contre 98 808 apparitions du hashtag « #chatons », 92 613 apparitions de « #sirène » (784 371 pour sa version anglaise « #mermaid »), 107 639 apparitions de « #renard ». Nous notons toutefois la présence importante du lama qui revient 570 307 fois en français (779 687 dans sa version anglaise « #llama ») et du dragon, avec 5 456 377 apparitions au total³¹. Ces publications, que nous ne pouvons pas analyser dans le détail à cause de leur nombre trop important et qu'une étude partielle biaiserait, permettent d'établir la licorne comme un objet viral et un accessoire d'individualité. Instagram est en effet un réseau social qui se définit comme le réseau d'une communauté capturant et partageant les moments du quotidien par la créativité et la simplicité³². Les publications de ses membres ont donc vocation à représenter leur quotidien, à exprimer leur propre représentation du monde et de leur vie.

³⁰ Cf. Annexe 1, l'exemple de la marque Innocent sur Instagram

³¹ Annexe 10

³² Extrait de l'édito d'Instagram (traduction personnelle), consulté le 30 mai 2018 à l'URL : <https://www.instagram.com/about/us/>

Dans ce contexte, nous interprétons les usages de cette plateforme en empruntant le principe développé en littérature par Paul Ricœur selon lequel l'individu se met en récit³³ : il se met en scène pour agencer sa vie et y construire sa propre temporalité. Le récit, qu'il soit lu ou formulé par l'individu, représente de ce fait pour lui une forme de médiation, une mise à distance du réel pour mieux le comprendre. La philosophie et la psychologie parviennent à la même conclusion de l'utilité du récit pour l'individu, qui ne peut se comprendre lui-même que par la médiation de signes et de symboles³⁴. Nous l'avons vu précédemment, la licorne entre dans ce dispositif depuis son utilisation au Moyen Âge, lorsque le bestiaire incarne la pensée analogique de l'époque : l'homme médiéval se reconnaît et se comprend à travers la métaphore animale. D'une certaine manière, Instagram poursuit la pratique en se faisant le bestiaire du XXI^e siècle, à une différence près : la licorne n'est presque jamais représentée pour elle-même, elle fait figure de décor ou d'accessoire à la personne qui se met en scène sur le réseau social. La présence de la licorne n'est pas anodine et comme tout signe, porte un sens.

2/ Le mythe, « embrayeur de conversation »

La réponse de la psychologie et de la philosophie ne nous satisfait pas dans cette partie, notre travail n'étant pas d'établir un bilan psychologique de notre époque mais de comprendre la circulation d'une figure imaginaire dans nos canaux de communication. Dans un premier temps, nous préférons donc interpréter la présence de la licorne sur le réseau social Instagram comme la représentation d'une culture conversationnelle. André Gunthert désigne cette culture comme celle qui suit la seconde révolution de la photographie, celle du numérique³⁵. Sous l'influence des réseaux sociaux utilisés massivement sur les objets connectés, il part du principe que l'image devient conversationnelle : il acquiert une qualité d'« embrayeur puissant des conversations privées et publiques ». Dans sa définition, l'image conversationnelle n'existe que sous deux conditions : la pratique de la photographie individuelle et la circulation dans des

³³ RICŒUR P., *Temps et récit*, Seuil, Paris, 1983-1985

³⁴ Delvigne F., De Ryckel C., « La construction de l'identité par le récit », *Psychothérapies* (en ligne), vol. 30, no. 4, 2010, pp. 229-240, consulté à l'URL : <https://www.cairn.info/revue-psychotherapies-2010-4-page-229.htm>

³⁵ GUNTHERT A., « L'image conversationnelle », *Études photographiques*, 31 Printemps 2014 (en ligne), 10 avril 2014, consulté à l'URL : <http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/338>

systèmes communicants (par définition avec un ou des destinataires, défini ou non). Les photographies Instagram que nous analysons entrent dans cette définition : elles sont le résultat de pratiques individuelles (publications commerciales exclues) et ont pour vocation d'être partagées et surtout commentées. Lorsqu'elle fait l'objet de ces publications, et est même définie comme contenu exemplaire de cette plateforme, la licorne devient une norme et un symbole de ce que doit faire apparaître l'individu sur les réseaux sociaux. Notre précédente analyse linguistique du terme faisait apparaître trois signifiants de la figure, trois valeurs qui seraient donc attendues d'une publication Instagram si la licorne en est le canon : le mystère (dont la signification est réservée aux initiés), la marginalité (l'écart aux normes, l'originalité) et l'innocence (définie comme une forme de suspension volontaire de l'incrédulité). L'aspect mystérieux de la licorne permet de partager sur un réseau des codes que seuls les initiés seront capables de comprendre, une publication où figure une licorne (par le visuel ou le hashtag) s'adresse finalement à des destinataires bien spécifiques. En revanche, le volet de la marginalité est plus paradoxal sur un réseau social, par définition communautaire : pourquoi employer une figure de la singularité, de la mise à l'écart, sur un média s'adressant au plus grand nombre ?

Cette idée de la représentation de soi par une figure de la marginalité, de l'hors-norme, nous met sur la piste d'un usage bien spécifique de la figure de la licorne comme marqueur identitaire individuel. Dans la masse des publications, la licorne devient une « petite forme digitale expressive »³⁶ ou ce que nous interprétons comme une forme de signature (marqueur de l'identité) et de distinction (exclusion de la masse) sur les réseaux sociaux. Pour rendre hommage au terrain d'origine de l'animal, l'héraldique, nous pouvons interpréter la licorne comme l'étendard de l'individualité, le symbole d'une revendication de la singularité. Or, comme nous l'avons vu dans la partie précédente, la licorne est régulièrement employée pour représenter la singularité, la rareté. L'analyse de notre corpus nous permet de remarquer des usages de la licorne comme outil de singularisation et marqueur de l'individuel. Rappelons ici une des premières apparitions de la créature au Moyen Age, où elle figure sur quelques blasons comme un des symboles importants de l'héraldique française. A l'époque, cette utilisation est un moyen de symboliser une famille : la combinaison de plusieurs couleurs codifiées et d'animaux symboliques permet la distinction et la reconnaissance, sur les champs de bataille

³⁶ ALLARD L., « Express yourself 2.0 ! Blogs, pages perso, fansubbing... : de quelques agrégats technoculturels ordinaires à l'âge de l'expressivisme généralisé », in MAIGRET E, MACÉ E. (dir.) *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Armand Colin-INA, 2005

puis dans la vie quotidienne. Pour parvenir à cette construction identitaire dans la formulation de son propre récit, l'internaute passe par la stratégie que Laurence Allard surnomme le « bricolage esthétique-identitaire »³⁷, en écho à la pensée d'André Gunthert : accessoire de la représentation de soi sur les réseaux sociaux, la figure participe à la mise en place d'un récit individuel et d'un message adressé au public, celui d'une personnalité à part et exceptionnelle.

La notion d'enchantement apparaît à ce moment dans notre réflexion. Non, pas le réenchantement, dont nous parlerons plus loin, mais l'enchantement dans son sens latin *incantare*, « ensorceler », soit l'acte de produire un effet immédiat sur le monde à partir de l'énonciation d'une seule parole. Par le simple usage de la licorne, en l'occurrence par le hashtag dans le cas du réseau social Instagram, l'individu donne à voir sa représentation du quotidien par le prisme particulier de la figure. Il donne un ton singulier à une publication qui sans cela serait banale et ordinaire. L'exemple est particulièrement parlant dans le cas des personnalités influentes sur ce réseau. L'actrice Lucy Hale américaine publie ainsi un cliché d'elle-même tenant un panneau figurant l'emoji licorne, l'actrice française Joy Esther fait de même avec un cliché sur lequel elle porte un simple pull orné d'une licorne, la chanteuse Lana Del Rey se présente avec pour seul accessoire un carnet décoré d'une licorne³⁸... Sur ces clichés, le point commun est un cadre dépourvu de décor, où le seul signe apparent est la représentation de la licorne au côté de la personne célèbre. Cette présence ajoute un détail signifiant aux clichés, ajoute un récit dans une image autrement banale, dépourvue d'originalité. À l'issue de l'analyse des publications Instagram, nous pourrions aller jusqu'à parler de la licorne comme un levier des « arts de soi », défini par Michel Foucault comme les techniques permettant « aux individus d'effectuer, seuls ou avec l'aide d'autres, un certain nombre d'opérations sur leur corps et leur âme, leurs pensées, leurs conduites, leur mode d'être ; de se transformer afin d'atteindre un certain état de bonheur, de pureté, de sagesse, de perfection ou d'immoralité »³⁹. Employer un symbole de mystère, de marginalité et d'innocence sur ces réseaux reviendrait finalement à associer volontairement ces valeurs à sa propre identité, par le simple fait d'énoncer ou de représenter la licorne à ses côtés.

³⁷ *Ibid.*

³⁸ Voir Annexe 1

³⁹ FOUCAULT, M., *Dits et écrits. Tome 2 : 1976-1988*, Paris, Gallimard, 2001 in COUTANT A., « Des techniques de soi ambivalentes », *Hermès, La Revue* (en ligne), 2011/1 (n° 59), p. 53-58, consulté le 31 mai à l'URL : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2011-1-page-53.htm>

Incarnation de cette réappropriation de la figure sur le web, l'emoji peut être interprété comme une des « petites formes » analysées par Emmanuël Souchier, Valérie Jeanne-Perrier et Etienne Candel⁴⁰. Forme d'écriture technique complexe opératrice de médiations, l'emoji fait partie de ces écritures nées des échanges sur l'espace numérique. Dans la continuité de notre démonstration, la licorne devenue emoji permet de créer une signature à part entière sur les réseaux sociaux. Nous interprétons la réutilisation de la licorne dans cet espace de l'échange digital comme la manière d'endosser l'identité de la licorne, et finalement ses valeurs. La marque Apple a ainsi développé en 2017 *l'animoji*, un avatar de soi-même qu'il est possible de réaliser grâce à la caméra frontale d'un smartphone, donnant vie à l'emoji jusqu'à présent statique et détachée de l'utilisateur. À partir de *l'animoji*, l'utilisateur peut littéralement devenir l'emoji : l'exemple est donné dans la publicité promotionnelle de cette technologie (Annexe 1). Dans cette publicité, une jeune femme fait la démonstration en musique de cette nouvelle fonctionnalité. Le premier *animoji* de démonstration est celui de la licorne, qui prend vie sous les mouvements de la jeune femme : dernière étape de la réappropriation de la figure, la technologie permet de devenir la licorne, qui n'est plus signature ou accessoire mais véritablement incarnation de soi. La même idée est à retrouver dans le filtre développé par l'application Snapchat en 2018 (Annexe 1) : celui-ci permet de se faire représenter dans l'application en pyjama-licorne. La technologie devient le moyen pour l'utilisateur de faire corps avec la licorne, et de partager avec les autres une vision modifiée de la réalité. En effet, dans les deux cas précédemment cité, la finalité de l'objet numérique (le filtre et l'animoji) est la diffusion, la conversation.

Cette hypothèse de la licorne comme levier d'originalité et d'enchantement peut être vérifiée en dehors de la sphère du réseau Instagram, dans lequel nous avons choisi de démarrer l'analyse à cause de la réputation d'exemplarité de la licorne sur ce réseau particulier (son « instagramabilité »). Les conclusions de la démonstration précédente nous permettent de questionner l'emploi de la licorne par des acteurs non plus individuels mais cette fois marchands. Si la figure permet à l'individu de se singulariser immédiatement par son utilisation, nous pouvons supposer que les marques qui y recourent peuvent tout aussi bien bénéficier de ce dispositif.

⁴⁰ SOUCHIER E., CANDEL E., JEANNE-PERRIER V., Chapitre « Petites formes, grands desseins : d'une grammaire des énoncés éditoriaux à la standardisation des écritures » in L'Économie des écritures sur le web, 2012, Hermes Lavoisier, p. 165-201

3/ La mise en récit des marques par la licorne

Nous analysons dans un premier temps les marques dont une partie de l'activité consiste à commercialiser des objets supports de la licorne. C'est le cas par exemple du site marchand L'Avant-Gardiste, qui commercialise en France une large gamme d'objets du quotidien revisité avec l'animal mythique. L'hypothèse de l'enchantement du réel passe ici par l'analyse de ces objets : il s'agit en effet d'objets ordinaires, c'est-à-dire quotidiens, au rang desquels nous trouvons des accessoires de bureau, des décorations pour la maison et le jardin, ou encore des accessoires de cuisine comme des cure-dents pour l'apéritif.⁴¹ Par le même procédé d'esthétisation, ces objets deviennent extra-ordinaires : la norme n'est plus respectée, grâce à l'application des codes de représentations de la licorne. Ce procédé passe tant par la connotation que la dénotation : l'animal en lui-même connote le mythe, la légende de l'être imaginaire et exceptionnellement rare, tandis que des codes visuels dénotent l'extravagance et l'originalité marginale des objets (utilisation de couleurs multiples, abondance de rose, utilisation de paillettes connotant la fête et l'enfance). Le quotidien est ainsi réinterprété par l'esthétisation de son contenu, de manière tant symbolique que visuelle. Prenons ici l'exemple de la bouteille de Gin commercialisée le site Firebox, l'équivalent américain du site français L'Avant-Gardiste (dont les gammes contiennent souvent les mêmes produits). Le gin, un alcool ordinaire au même titre que la vodka ou la tequila, est revisité avec le prisme de la licorne : il est intitulé « Unicorn Tears Gin Liqueur » et doit son nom à sa couleur légèrement rosée et aux paillettes ajoutées au liquide, représentant des larmes de licorne. Un récit entier est créé pour accompagner la vente de cet alcool, narrant le récit de licornes élevées par des hommes dans le but de récolter leurs larmes. Outre cette nouvelle couche sémantique ajoutée au mythe moderne de la licorne, cet exemple démontre la force triviale et conversationnelle du mythe : sa réappropriation par l'espace marchand est possible en adaptant son récit qui n'est pas fixé ou conventionné, et ses attributs modernes (les couleurs, les paillettes, la rareté précieuse) en font un véritable créateur de conversation. L'objet qui porte la licorne est assuré de circuler de manière virale sur les réseaux sociaux pour créer sa propre promotion.

Néanmoins, la licorne n'apparaît pas uniquement sur des objets supports, elle est également employée sur des packagings et des identités graphiques de marque sans aucune affiliation à

⁴¹ Voir Annexe 1

l'animal mythique. La marque Coca-Cola, dont la signature est « Savoure l'instant » avec des communications centrées sur l'expérience amusante et unique, avait choisi par exemple en 2017 de mener des opérations de street-marketing dans les rues de Paris. Pour cela, une licorne parcourait les rues affublées du logo Coca-Cola : un cheval sur lequel était accroché une fausse corne était monté par un cavalier dans les rues⁴². L'originalité marginale, extra-ordinaire, de la figure permet alors à la marque de mener une campagne virale sur l'expérience Coca-Cola, en cohérence avec l'identité de la marque. La performativité de la figure, la force d'enchantement de la licorne permet d'agir immédiatement sur la perception de la réalité, qui devient teintée de magie et de fantastique. Les qualités conversationnelles de la licorne sont réappropriées par la marque dans un but événementiel et promotionnel. La marque française Chauffeur Privé emploie le même dispositif lorsqu'il lance en juin 2018 sa campagne « Calèche, boulot, dodo... et licorne » en partenariat avec Cornetto : en reprenant une expression du quotidien mais en y ajoutant l'élément imaginaire qu'est la licorne, la marque de VTC propose une autre lecture du quotidien à ses clients, une vision enchantée et extraordinaire.

Un autre cas de réutilisation est celui de la marque Colab, une marque de produits capillaires. Puisqu'une marque peut être comparée à une personne, la stratégie du bricolage esthétique-identitaire évoquée plus haut peut également s'appliquer à une entité commerciale. Dans ce cas précis, nous démontrons que la licorne peut être employée comme un levier identitaire de singularisation, de la même manière que ce que pratiquent les usagers d'Instagram. L'étude du rayon de l'enseigne Monoprix⁴³ révèle l'univers du shampooing sec comme un secteur extrêmement concurrentiel et peut différentier. D'une marque à l'autre, la différence entre les produits n'est notable que par la senteur ou l'effet recherché, mais l'offre reste sensiblement la même pour chaque marque. Le design du packaging semble faire la vraie force de différenciation dans le rayon, haut en couleur. Le concurrent de Colab, Baptiste, propose ainsi des packagings très colorés aux motifs relativement classiques : des roses, des amandes, des cerises, des papillons, des nœuds satinés, chacun renvoyant aux propriétés du produit vendu (la douceur, le parfum à la cerise ou à l'amande...). À l'inverse, Colab mise sur des motifs qui sortent de l'ordinaire, et que nous ne retrouvons pas ailleurs dans le rayon : des flamands roses, des imprimés jungle, des motifs abstraits, et finalement des êtres imaginaires que sont les licornes et les sirènes en édition limitée. La licorne est ici employée dans un souci de

⁴² Voir Annexe 1

⁴³ *Ibid.*

différentiation de la marque et de son produit, dans un rayon qui rivalise d'originalité et de couleurs. La marque se singularise en passant par l'utilisation d'êtres extraordinaires, dont l'imaginaire vient investir le produit dans l'esprit du consommateur.

Troisième et dernier exemple de la réappropriation de la licorne par une marque dans un souci d'enchantement, la marque Monbana a adopté la licorne sur son dernier logo en 2012 (Annexe 4). Dans ce dernier figure l'image de la licorne dans des codes héraldiques modernisés : elle figure de profil comme dans ses représentations médiévales, mais avec des couleurs non-conventionnelles, le rose. Dans ce cas, la genèse du logo nous éclaire sur la manière dont une marque peut instrumentaliser une figure de l'imaginaire au profit de sa propre identité de marque. En effet, Monbana est une chocolaterie familiale fondée en 1934 dans l'entre-deux guerres. À l'époque, le logo fait figurer une silhouette de petite fille, en hommage à la petite-fille de l'artisan chocolatier. Symbole de l'enfance, ce logo renvoie alors à une gamme de produits diététiques accessibles vendus principalement pour la famille et les enfants dans une période où les carences de la guerre sont encore dans les esprits. Cependant, la petite fille est supplantée en 1970 lorsque l'entreprise décide de requalifier sa cible avec des produits haut-de-gamme. Empruntant les codes du blason, la marque adopte un logo beaucoup plus orné et chargé de la symbolique héraldique, celle de l'héritage et de la signature familiale, de la noblesse avec une histoire longue apportant à la marque légitimité et crédibilité auprès d'un public plus mature⁴⁴. Grâce à la charge symbolique de la licorne, la marque parvient à changer l'orientation de son offre.

La démonstration précédente construit finalement la licorne comme un levier de communication interpersonnelle et marchande. Participante de l'« image conversationnelle », elle agit comme un charme dans sa définition classique : par sa formulation, son invocation, elle agit sur le réel de manière immédiate. En ce sens, nous pouvons parler d'une forme d'enchantement du réel par le mythe de la licorne. La forme moderne de ce mythe passe par une forme extrême d'esthétisation du monde et sa spectacularisation. La présence de la licorne légitime ainsi l'extravagance, jusqu'à devenir une forme normée de l'originalité. Cette institutionnalisation de l'originalité s'opère grâce à sa circulation et sa répétition sur les différents réseaux sociaux où elle devient habituelle car récurrente. Nous analyserons dans le dernier temps de ce mémoire les conséquences de cette itération pour le mythe et ses

⁴⁴ Voir Annexe 4

représentations. Avant d'y parvenir, le mythe est analysé dans la démonstration suivante comme un prisme d'analyse du réel et de l'ordinaire : nous avons vu dans un premier temps ses qualités d'étendard pour l'individu, héritées de son passé médiéval. Cependant, la licorne s'insère dans des usages de la vie quotidienne en mêlant l'extraordinaire au profane, dans ce que Philippe Filliot désigne comme une « mystique profane »⁴⁵. La sacralisation de la figure, dernière étape de l'enchantement du monde ?

B. Le symbole du collectif et la tentation du mystique

La licorne s'insère dans des dispositifs d'esthétisation du quotidien : nous avons montré dans quelle mesure la figure mythique permettait aux individus d'exprimer leur singularité. L'enchantement du quotidien passe ainsi dans un premier temps par la constitution de récits personnels, qu'il s'agisse de ceux d'individus ou de marques. Pour autant, nous montrons dans ce second temps d'analyse un mouvement plus large dans lequel s'insère l'usage de la licorne : la constitution d'une « mystique profane », ou la mise en valeur des détails du quotidien pour en célébrer tous les aspects. La figure de la licorne se construit et se charge en nouveaux récits dans une circulation en réseaux : elle est produite et portée pour circuler, être vue et partagée. Nous avons vu dans un premier temps la manière dont elle est façonnée comme une forme de signature personnelle et de marqueur de l'individualité. Ses qualités, en particulier son incarnation de l'originalité et de la singularité, en font le garant d'une viralité sur les réseaux sociaux et d'une identité de marque qui sort de l'ordinaire. Elle fait finalement figure d'élément distinctif.

Pourtant, l'analyse de notre corpus montre un second emploi du terme, cette fois-ci plus communautaire : la licorne apparaît dans de grands rassemblements (festivals, carnivals, gay prides), elle est vendue en masse dans le prêt-à-porter et a constitué au fil des années sa propre communauté de fans. Nous commençons à aborder la question du mystère en synthèse de notre analyse linguistique du terme (annexe 9) : la licorne connote dans plusieurs de ses utilisations le mystère, la constitution d'un sens qui n'est accessible qu'à des initiés. Elle se constitue dans

⁴⁵ FILLIOT P., « Trouver l'extraordinaire dans l'infra-ordinaire : pour une mystique profane », *Sociétés* 2014/4 (n°126), p.39-46

un système d'opposition et d'exclusion : lorsqu'une personne l'emploie pour se distinguer, elle le fait par exclusion d'autres formes de représentations plus conventionnelles. Lorsqu'une startup est décrite comme une « licorne », elle l'est dans un système d'exclusion qui permet de singulariser les rares startups ayant validé leur modèle économique et ayant atteint un seuil de revenus inégalés. La créatrice du concept, Aileen Lee, parlait ainsi de ces « licornes » comme regroupées dans un club : elle l'introduit dans son article « Welcome to the Unicorn Club: Learning From Billion-Dollar Startups »⁴⁶. Nous nous détachons ici de la représentation médiévale de l'animal, qui la décrivait comme solitaire, pour la considérer comme un élément de rassemblement, une « image reliante » de la société comme le décrit Michel Maffesoli⁴⁷. Une autre manière de penser l'ordinaire s'opère dans les modes de consommation : le familier, l'« infra-ordinaire »⁴⁸ comme le dénomme Georges Perec, est mis à distance par un phénomène d'épiphanie que nous analysons dans l'annexe 11.

1/ La communauté de la licorne

Opérer le réenchèvement de l'ordinaire, c'est finalement repenser notre rapport au quotidien et aux détails qui le peuplent. En amorce de notre analyse de la licorne comme figure sacralisée, nous partons de la théorie de Michel Maffesoli, pour qui notre société postmoderne est sortie d'une culture économico-utilitaire pour entrer dans une culture nouvelle dite communautaire, « où le sens du superflu, le souci de l'inutile, la recherche du qualitatif prendraient la place première »⁴⁹. La pensée économique n'ayant pas été suffisante pour répondre aux questions de l'homme, celui-ci fait revenir l'imaginaire dans sa manière d'appréhender le monde. D'une certaine manière, l'hypothèse de M. Maffesoli répond, un siècle plus tard, à la théorie wébérienne d'un désenchantement du monde et du recul des croyances au profit de la pensée scientifique. Dans notre travail de recherche sur le réenchèvement du monde par la licorne, nous interprétons une partie de notre corpus comme un retour de la croyance et du sacré dans un contexte paradoxalement profane et non-religieux.

⁴⁶ LEE A., « Welcome to the Unicorn Club: Learning From Billion-Dollar Startups », *TechCrunch* (en ligne), publié le XX et consulté le 23 février 2018 à L'URL :

<https://techcrunch.com/2013/11/02/welcome-to-the-unicorn-club/>

⁴⁷ MAFFESOLI M., *ibid*

⁴⁸ PEREC G., *L'infra-ordinaire*, Le Seuil, Paris, 1989

⁴⁹ MAFFESOLI M. *ibid*

Pour Frédéric Leblas (sociologue des imaginaires sociaux), « la licorne traduit l'esprit du temps, du climat de la société contemporaine. [...] Adhérer au symbole de la licorne, c'est faire la démonstration de notre capacité à nous imprégner du monde fictionnel. C'est être capable de mettre entre parenthèses notre crédulité et notre tentative de chercher des preuves »⁵⁰. Derrière la question du renouvellement de la licorne se pose finalement celle de la croyance et de la sacralisation d'une figure de l'imaginaire.

Premier élément de sacralisation de la licorne, celle-ci fédère par un effet communautaire. En effet, les communautés se construisent par oppositions de systèmes de valeurs ou de représentations du monde. Nous avançons la théorie de la licorne comme structure clivante, construisant un système de valeurs auxquelles adhèrent les membres de la communauté et excluant les personnes qui ne les partageraient pas. Cette structure schizomorphe⁵¹ travaille les imaginaires par opposition et par exclusion, comme dans le système religieux, ou même dans l'analyse du bassin sémantique d'un mythe étudié dans la première partie de ce travail : lorsqu'il n'y a pas adhésion au mythe dans sa forme de circulation actuelle, un schisme a lieu, ou encore une exclusion et un changement de paradigme. Notre travail sur l'imaginaire collectif et la théorie du réenchâtement par le groupe s'appuie en particulier sur le travail qu'a mené Frédéric Vincent sur les communautés de fans de la saga *Star Wars* de George Lucas⁵². Si l'univers de *Star Wars* et celui de la licorne sont bien différents l'un de l'autre (l'un tenant de la science-fiction, l'autre du mythe), nous nous permettons de travailler dans une démarche similaire à celle de Frédéric Vincent, puisque la licorne s'insère dans un univers fantastique et imaginaire de la même manière que les Jedi dans la saga des films *Star Wars*. Or, pour F. Vincent, le phénomène communautaire de fanatisme, d'adoration d'une figure fantastique et inexistante n'a rien d'anecdotique, il relève moins d'un « acte insensé et improductif » que d'une « *utilité sociale* », celle d'accomplir « le désir impérieux de transcender les limites de la condition humaine, d'accéder à un ailleurs imaginaire qui donne une orientation symbolique à la vie ordinaire ». Dans le cas de *Star Wars*, les fans accèdent à un schéma narratif qu'ils ne peuvent pas vivre dans la vie ordinaire, celui de la quête initiatique avec un début, un milieu et une fin

⁵⁰ BUIATTI M., « Pourquoi la mode des licornes n'est-elle pas près de l'arrêter en 2016 », *20Minutes* (en ligne) à l'URL : <http://www.20minutes.fr/culture/1753911-20160110-pourquoi-mode-licornes-pres-arreter-2016>

⁵¹ DURAND G., *Structures anthropologiques de l'imaginaire*, in « Les théories de l'imaginaire », FOUILLET A., *Sociétés* 2014/1 (n°123, p51-55)

⁵² VINCENT F., « Le sacré et le fan. Etude sur l'univers science-fictionnel de *Star Wars* », *Société* 2011/3 (n°113), p49-61

bien délimités. Les personnages imaginaires remplissent ainsi une fonction dont sont privés les individus de la société contemporaine. Frédéric Vincent conclut sa propre analyse en montrant que le récit de George Lucas permet de « *réenchanter la vie sociale* » en « *satisfaisant les nostalgies secrètes de l'homme moderne* » selon les mots de Mircea Eliade. Il y aurait de ce fait un rôle cathartique dans l'œuvre fictive, notamment lorsqu'elle s'empare d'un thème mythique.

Or, la licorne possède ses fans au même titre que *Star Wars*, définis par F. Vincent comme des « *croisant[s] qui développe[nt] une obsession dévorante pour l'objet de [leur] culte* ». Ce phénomène passe par la personnalisation de leur quotidien, de leur lieu de vie à leur lieu de travail et même leur propre personne. Or, nous le voyons dans notre corpus, la licorne est commercialisée sur tout type de support, tant pour le bureau (papeterie et accessoires de bureau) que pour la décoration intérieure ou le prêt-à-porter. En personnalisant son quotidien avec des objets de culte, le fan fait entrer le sacré dans le profane : il « *s'ouvre à la possibilité de forces magiques* », en passant par ce que désigne Yves Winkin comme une « suspension volontaire de l'incrédulité ». Le résultat de ce dispositif conscient est une « foi sans dogme »⁵³ : les fans sont ouverts à la possibilité des forces surnaturelles et magiques, sans pour autant qu'ils n'adhèrent à une croyance religieuse. À l'issue du parallèle entre l'objet d'étude de Frédéric Vincent et le nôtre, nous nous sommes finalement posé la question de savoir quel serait le rôle social de la vénération de la licorne. Nous revenons à notre première hypothèse, celle du réenchancement du quotidien par le mythe. Pour vérifier cette corrélation entre réenchancement et rôle social du fanatisme autour de la licorne, nous avons analysé en annexe 11 les différents éléments qui constitueraient le culte de l'animal. Nous sommes parvenu à deux conclusions aux termes de cette analyse : la licorne constitue bien la base d'une mystique profane, dont la conséquence est la célébration de l'ordinaire et non l'extraordinaire.

2/ La constitution d'une mystique profane

A priori antithétique, l'expression de « mystique profane »⁵⁴ est définie par Philippe Filliot comme la création d'une nouvelle spiritualité postmoderne dans laquelle les détails du

⁵³ VINCENT F., *ibid*

⁵⁴ FILLIOT P., « Trouver l'extraordinaire dans l'infra-ordinaire : pour une mystique profane », *Sociétés* 2014/4 (n°126), p.39-46

quotidien sont mis en avant et prennent le pas sur l'extraordinaire. Au contraire du mystère traditionnel, qui suppose une séparation entre monde réel et monde du divin, le mystère profane implique une autre lecture du quotidien. Par la célébration des détails du quotidien, ces derniers sortent du contexte de l'infraordinarité pour devenir des éléments étrangers que nous pouvons finalement appréhender sans l'obstacle épistémologique que représente la routine, le quotidien. Une distance est mise avec le quotidien pour lui retirer sa familiarité. Le résultat est une « forme non religieuse de la mystique » dont le but est « l'épiphany du réel ». Nous l'observons dans la réutilisation du thème de la guérison cher au mythe de la licorne. À l'origine, la licorne est recherchée pour les qualités miraculeuses de sa corne : lorsque celle-ci entre en contact avec des eaux empoisonnées, elle a le pouvoir de les assainir instantanément. Ce phénomène est de l'ordre du miracle, de l'action sans explication logique ou rationnelle, renvoyant à une force supérieure. F. Vincent définit ainsi le sacré comme ce qui possède « la grâce mystérieuse que les choses ne possèdent pas en elles-mêmes », soit un personnage ou un objet doté de qualités hors du commun. L'emploi moderne qui est fait de la licorne reprend cette qualité, par exemple dans l'apparition de l'animal sur des pansements pour enfants (Annexe 11). Cependant, l'action de la licorne passe du miracle à la simple guérison, dans une forme beaucoup plus modérée et humaine. En changeant de niveau d'action, la licorne moderne sort de son champ sacré, séparé du réel, pour s'intégrer dans des problématiques beaucoup plus mondaines et réelles.

Une tension se crée ainsi entre deux imaginaires bien distincts : celui du mystère (du pouvoir extraordinaire et de la figure sacrée intemporelle) et celui du réel, fait de problèmes auxquels sont confrontés tous les individus sur une base quotidienne. Nous interprétons le résultat de cette mise en tension comme le « mystique profane » développé par P. Filliot : l'ordinaire est traité au travers du prisme de l'extraordinaire, les détails du quotidien deviennent des éléments hors du commun. L'ordinaire est réinventé pour ne plus être familier et permettre sa célébration. Deux exemples de l'usage de la licorne incarnent cette réinvention du quotidien par le prisme de l'extraordinaire, la campagne « Moi(s) Sans Tabac » de novembre 2017 et celle de la marque Innocent France en 2017 (voir Annexe 1). Dans le cas du Moi(s) Sans Tabac, une publication Facebook datant du 17 novembre 2017 célèbre les 30 jours sans tabac qu'ont accompli les participants du mouvement. La publication est accompagnée d'une illustration représentant un arc-en-ciel surmonté du slogan « Nouvelle Vie », autour desquels volent des chats, dauphins et une licorne au milieu de l'illustration. La licorne reste ainsi synonyme de guérison et de changement positif, mais dans des dimensions humaines : le fumeur s'arrête de fumer et accède à une « nouvelle vie » plus saine. Dans cette représentation, la licorne incarne

cette vie plus saine, mais elle n'est pas à son origine, le crédit revient entièrement à l'individu. Elle est le résultat et non l'origine de l'action. La marque Innocent utilise le même dispositif lorsqu'elle fait figurer la licorne sur ces bouteilles. Depuis une quinzaine d'années, elle mène le projet « Petits bonnets, grande cause » en partenariat avec l'association des petits frères des Pauvres, qui consiste à financer le tricot des petits bonnets pour leurs bouteilles de smoothie. En 2017, Innocent choisit pour figure de cette action un bonnet en forme de licorne (voir Annexe 1). La publication sponsorisée Instagram est accompagnée de la légende « Les licornes existent. Et en plus elles aident nos amis Les petits frères des Pauvres ». Dans cette utilisation de l'animal mythique, on retrouve le caractère guérisseur de la licorne (capable d'aider les plus démunis), mais surtout, l'acte marchand est ré-enchanté par sa présence doublement positive : le bonnet met à la fois en scène une figure imaginaire devenue réelle, et un acte de solidarité, celle de l'aide qu'offrirait indirectement l'acheteur aux petits frères des Pauvres. Si la figure reste mystérieuse par son caractère fictif et imaginaire, son usage marchand la replace dans un cadre ordinaire (l'achat d'une boisson) où l'homme acquiert sa propre force, celle d'aider son prochain. Un renversement s'opère, et les qualités attribuées à la licorne sont transférées à l'individu dans son quotidien.

D'un côté, la licorne perd ses caractéristiques miraculeuses, de l'autre, ses réutilisations perpétuent son mythe de l'action bénéfique pour l'homme, dans des applications plus réelles et proches de lui. Le miracle, l'action résultant de l'intervention du sacré, est rendu profane : ce n'est plus une divinité qui fait l'action, mais bien l'homme. Le rapport de force s'inverse, et l'homme a désormais la charge de ses actions : il est celui qui arrête de fumer, ou encore celui qui donne pour venir en aide aux personnes dans le besoin. La licorne n'est plus que la représentation du résultat (le bonheur, l'entraide), et non plus l'instigateur de l'action. On peut alors parler d'un effet de réenchantement du monde par une mystique profane : le profane prend des qualités extraordinaires avec le prisme du mythe.

Second élément de la sacralisation de la licorne menant à un réenchantement du quotidien, la figure est associée à un pouvoir de transformation et de transmutation. Notre analyse a débuté sur le constat surprenant de l'application de la licorne sur des supports décalés, comme la mangeoire à écureuil, la corne pour chat ou encore la bouteille de gin en larmes de licornes (voir annexe 11). Dans ces cas précis, la licorne n'apparaît pas dans sa forme complète, mais de manière parcellaire. Pour autant, la présence d'un trait partiel de la licorne a pour effet instantané de modifier la perception de l'objet sur lequel elle est apposée. La mangeoire devient

magique à partir du moment où elle prend la forme d'une tête de licorne, puisque l'écureuil qui vient y glisser sa tête prend l'aspect d'une licorne. Le phénomène est identique pour la corne pour chat, qui doit permettre à l'heureux propriétaire de transformer son chat en animal mythique à l'aide de ce simple accessoire en plastique. Au-delà de l'aspect trivial et anecdotique que peuvent présenter ces objets, ils démontrent une capacité du mythe à transformer, magnifier et spectaculariser le quotidien dans ses aspects les plus ordinaires. Moins anecdotique, une mode cosmétique s'est répandue sur les réseaux sociaux et jusque dans les marques de cosmétique, celle du maquillage licorne. Nous avons ainsi mené en annexe 11 l'analyse de la collection « Tendances Makeup Licorne » mise en ligne sur le site de Sephora France en mars 2017, et plus précisément la vidéo tutorielle publiée pour illustrer ces produits. Comme pour les objets précédemment cités, la licorne n'apparaît à aucun moment dans sa forme complète, elle n'est présente que par connotations : la couleur rose et les textures irisées, la posture de profil (en référence à l'héraldique où la licorne n'apparaît jamais de face), l'angularité des produits (en référence à la corne), le caractère innocent (sourire discret et yeux clos), les paillettes et la blancheur. Le résultat de la courte vidéo est un processus de transformation en 10 étapes, réalisé sous le regard de l'internaute. De simple humaine, le mannequin devient l'incarnation d'un animal mythique en se parant au fil de la vidéo des attributs modernes de la licorne : tout d'abord les larmes, sous la forme de gouttes de sérum apposées sur le visage de la jeune femme, puis l'application de paillettes, pour finir sur la corne, représentée par un trait d'eyeliner blanc.

Dernière étape de la modernisation de la licorne, ses qualités de transmutation sont désormais appliquée dans le digital. Nous l'avons vu avec le cas de *l'animoji* d'Apple : après l'emoji, la marque américaine a développé une version animée de ses icônes grâce à la caméra de l'iPhone. Dans ce dispositif technologique, l'utilisateur peut littéralement devenir une licorne en animant son animoji-licorne.

La licorne est finalement sacralisée par la reprise de ses thèmes classiques, la guérison et la transmutation. Appliquée dans un contexte moderne et marchand, particulièrement sur des produits ordinaires (maquillage, accessoires, boissons), la sacralisation permet de sortir certains objets de leur quotidien pour en faire des leviers de l'extraordinaire. Le maquillage permet d'acquérir l'aura légendaire de la bête mythique, un bonnet en forme de licorne donne des pouvoirs hors du commun à une bouteille de jus de fruit. Le sacré, « la grâce mystérieuse que les choses ne possèdent pas en elles-mêmes » est mis à portée de l'individu pour lui donner un

pouvoir, une emprise sur son quotidien. Dans le dernier temps de synthèse de l'analyse de la licorne comme « mystique profane », nous revenons sur la constitution de lieux de culte et d'imaginaires liées à une « foi sans dogme ».

C/ Un nouveau prisme de lecture de l'ordinaire

La sacralisation permet finalement de fédérer des communautés, réunies autour des mêmes valeurs et des mêmes imaginaires. Nous le voyons dans l'analyse de ce que nous considérons comme un lieu de culte, le *Museum of Ice Cream* de San Francisco (Annexe 11). Nous nous permettons de mettre cet exemple étranger dans notre corpus d'analyse car il a été couvert par la presse française et a largement circulé sur les réseaux sociaux. Le concept de ce musée n'est pas encore développé en France, mais certaines installations temporaires s'en approchent. Ainsi, le musée de San Francisco a pour but de créer un espace de jeu et d'imagination pour les grands et les petits. Des opérations similaires ont été organisées en France, comme chez Colette en mars 2017, qui organisait avec les Arts Décoratifs de Paris l'opération « The Beach » constituée d'une large piscine à balles dans le magasin. Plus récemment, le centre commercial Val d'Europe organisait une « Bubble Party » sur le même principe en mars 2018. Le point commun de ces trois exemples est la connotation festive qui accompagne l'apparition de la licorne. Dans le cas du *Museum of Ice Cream*, la licorne trouve une place centrale puisque le lieu est dédié à « l'instagramable », du propre aveu du manifeste du site, qui se veut être un lieu de l'échange et du partage : il a déjà généré plus de 160 000 publications sur le réseau social. Or nous l'avons vu précédemment, la licorne est un vecteur de conversation et est particulièrement adaptée à ce réseau de la mise en récit personnel par l'image. La centralité de la licorne s'incarne dans le musée par une statue grandeur nature, qui est même dotée d'un nom, à l'image d'un animal domestique propre au musée. Le musée offre finalement un écrin à la bête, et cristallise sa fonction médiagénique. S'il fallait ainsi définir une doctrine à ce lieu de culte, il s'agirait de la mise en scène de soi sur les réseaux sociaux par le prisme de l'imagination débridée. Le message porté par le lieu est l'acceptation de l'originalité, de l'excentricité et de l'innocence retrouvée dans un univers connoté par l'enfance (gourmandise avec des piscines de paillettes alimentaires en plastique, crème glacée vendue à différents endroits, barbe à papa, slogan « *anything is possible* »). La forme moderne du mythe trouve ainsi son lieu d'expression dans un lieu dédié à sa revendication.

Dans la théorie de l'idéal communautaire de Michel Maffesoli, la licorne est une figure qui se plie aux besoins de créer de l'adhésion mais aussi de l'exclusion : son régime de l'opposition, de la coupure et de l'antagonisme en fait une figure parfaitement clivante. La croyance est partagée par des communautés et possède ses propres codes, ses propres idoles et ses lieux de pratique. A travers l'analyse de la licorne comme objet mystique collectif, nous approfondissons la notion d'enchantement qui guide ce travail de recherche. Ainsi, la licorne devient mystique dès lors qu'on lui assigne des vertus surnaturelles, dès lors qu'elle fait l'objet d'une croyance irrationnelle. Nous avons démontré en deux temps les différents éléments qui constituent la licorne comme sacrée : sa capacité à guérir, sa capacité à transformer, à transmuter. Nous achevons notre démonstration avec le cas de la marque Merci Handy (Annexe 11), qui à notre sens incarne la conclusion de toute notre démonstration. En effet, la marque se construit dans un rapport de connivence avec ses consommateurs pour leur proposer des produits adaptés à « [leur] 'vrai' quotidien » selon leur manifeste de marque. Ce manifeste construit le consommateur de la marque comme un individu en quête d'une représentation juste de lui-même, un individu qui revendique une part d'originalité et de « folie quotidienne ». Pour répondre à cet enjeu, la marque propose de constituer un « monde parallèle coloré » qui permet de « rendre l'ordinaire extraordinaire »⁵⁵. Dans cette analyse, nous retrouvons le concept de la « hiérophanie » développé par Mircea Eliade⁵⁶ dans l'étude des imaginaires : le sacré se manifeste dans un objet du quotidien. À l'image de la licorne-équidé, en partie sacrée par sa corne, en partie profane par son corps d'animal terrestre commun, les produits commercialisés par la marque sont revendiqués comme porteurs de valeurs de l'extraordinaire dans des produits du quotidien (des produits d'hygiène corporel au format nomade). Les produits Merci Handy rassemblent ainsi des valeurs de la sacralité, puisqu'ils renvoient à un monde parallèle, distancié de la réalité, mais s'ancrent en même temps dans le quotidien idéalisé par l'imaginaire.

Conclusion partielle

Pour rappel des précédentes conclusions, l'enchantement est défini comme l'effet immédiat d'une parole sur le monde et sa perception (à l'image d'un sortilège). Lorsqu'il est question de

⁵⁵ Extraits du manifeste de marque Merci Handy

⁵⁶ ELIADE M., *Le sacré et le profane*, Gallimard, Paris, 1987

« réenchantement », une volonté d'être enchanté est nécessairement impliquée, une volonté de voir sa perception de la réalité transformée par des éléments fictionnels. Cette notion du réenchantement, ou « suspension volontaire d'incrédulité », est avancée chez Yves Winkin dans le cadre du tourisme et du désir des voyageurs d'être dépaycé, mais nous semble particulièrement adaptée à l'univers marchand qui entoure la figure mythique de la licorne, un être dont l'inexistence est prouvée, mais qui continue à être reproduit et partagé.

Nous émettons l'hypothèse selon laquelle l'effet « réenchantant » de la licorne passe non seulement par sa réappropriation individuelle (étudiée dans la partie précédente), mais aussi par un effet de sacralisation de l'animal mythique. Cette sacralisation crée un objet de culte commun, ou encore une « image reliante »⁵⁷. Michel Maffesoli définit ainsi la fonction mythologique comme créatrice d'images unissant des initiés entre eux, fondatrice de communautés. Pour le sociologue, notre société contemporaine repose moins sur un idéal démocratique que sur celle de l'idéal communautaire, incarnée par une « culture du sentiment ». La startup, entité purement économique et entrepreneuriale, revêt ainsi l'habit imaginaire de la licorne et est teintée par le rêve et le fantasme. Des qualités rationnelles comme le pragmatisme de la réussite économique sont remplacées par une culture de l'imaginaire, où la métaphore règne en maître : « *Certes, on peut considérer cela [la fascination pour les mythes, contes et légendes] comme de la sous-culture sans consistance, il n'en reste pas moins que le succès d'Harry Potter, celui du Seigneur des anneaux et autres Star Wars ou quêtes du Graal postmodernes, sont là comme les indices les plus nets de la saturation de l'obsession d'une Histoire finalisée et sûre d'elle-même. D'une Histoire qui, telle la marche royale d'un Progrès inéluctable, est partie du point obscur de la barbarie pour arriver à la lumineuse clarté d'un avenir radieux* »⁵⁸. Dans cette « zone de haute pression imaginaire »⁵⁹, la croyance revient au galop et à l'appui des mythes. Plusieurs éléments nous mènent à analyser le mythe de la licorne comme un levier de réenchantement par le sacré mais également par la pratique commune de la photographie et de la mise en récit personnelle sur les réseaux sociaux.

⁵⁷ MAFFESOLI M., *La contemplation du monde : Figures du style communautaire*, Grasset, Paris, 1993

⁵⁸ MAFFESOLI M. « Net-activisme » : du mythe traditionnel à la cyberculture postmoderne, *Société* 2014/2 (n°124), p.7-19

⁵⁹ DURAND G., *Introduction à la mythologie, mythes et sociétés*, Albin Michel, Paris, 1996, p.17

Le travail de ce mémoire universitaire pourrait s'achever sur cette conclusion du mythe de la licorne comme levier d'enchantement positif du monde. Pour autant, plusieurs questions soulevées lors de l'analyse préliminaire du corpus restent en suspens, en particulier toutes les utilisations de la licorne connotées par la violence, le sexe ou la vulgarité. Pourquoi employer une figure de l'extraordinaire et de l'enchantement dans des cas si radicalement opposés à nos éléments précédemment analysés ? La dernière partie de ce travail interroge donc la notion du réenchantement du quotidien à travers notre seconde hypothèse, qui suppose finalement un nouvel état d'esprit des individus et des sociétés modernes : la revendication de l'ordinaire par la posture de transgression et de détournement de la figure mythique.

III. D'une force de l'enchantement à celle de la transgression

A. L'ère de la crise : vers une transgression du quotidien

La dernière heure du mythe de la licorne a-t-elle sonné ? Le chant du cygne n'a pas encore résonné, mais certains annoncent déjà la fin du règne de la créature comme nous l'avons vu au début de ce travail, en particulier dans la presse. Pourtant, nous identifions encore une foule d'utilisations de l'animal mythique, même si sa forme et ce qu'elle incarne évoluent. Pourquoi donc vendre la peau de la licorne avant de l'avoir tuée ?

Notre analyse du corpus identifie de nouvelles manières de représenter la licorne. Celle-ci s'hybride avec d'autres animaux et adopte de nouvelles formes empruntées au quotidien (bouée, peluche, tasses, désodorisant) par sur-signification et par saturation du mythe. Nous reprenons dans cette dernière partie la théorie du bassin sémantique de Gilbert Durand, citée dans la première partie de ce travail et analysée en annexe 4. Dans son schéma, le mythe connaît un rythme de vie cyclique : incapable de s'éteindre, il connaît des périodes de latence, d'explosion, mais également de saturation, d'essoufflement et de dérivation. Cette phase est désignée dans sa théorie comme la dernière phase du cycle du mythe, « l'épuisement des deltas ».

1/ Vers la fin du mythe

Après avoir connu une phase d'expansion et de définition, le mythe parvient d'après Gilbert Durand à une phase de déclin⁶⁰. Symptomatique de cette phase, les représentations du mythe se transforment de trois manières différentes, par l'hérésie (la restriction du mythe à un seul mythème), le schisme (la suppression de tous les mythèmes à l'exception d'un seul) et le travestissement. À cette typologie, nous avons ajouté dans notre analyse une quatrième forme de transformation du mythe : l'hybridation (le croisement du mythe avec un élément tiers pour

⁶⁰ Ibid

créer un récit secondaire). La licorne est ainsi croisée avec d'autres animaux comme le chien, le chat, l'ornithorynque ou le dinosaure, ou encore d'autres créatures fantastiques comme la sirène. La conséquence de cette hybridation pour ces animaux est la création d'une mythologie qu'ils ne possédaient pas jusqu'alors.

Les conclusions de notre analyse du bassin sémantique (Annexe 4) portent sur la circulation du mythe à la fin de son cycle d'existence. Rappelons à ce stade que le mythe se manifeste non par un récit linéaire, mais des « mythèmes » (G.Durand), « les plus petites unités sémantiques signalés par des redondances »⁶¹. Ainsi, il ne s'agit pas de dire que le mythe de la licorne disparaît, mais d'analyser la manière dont ses mythèmes apparaissent dans des contextes entièrement différents de ses représentations classiques. Première déviation du mythe, l'hérésie est un mouvement qui met en valeur un seul et unique mythème de la licorne, qui en devient le seul attribut par ce que nous dénommons comme un phénomène de sur-signification. Le mythe est un système par définition redondant, mais dans ce cas, un seul élément est mis en avant pour définir la licorne. La conclusion de ce mouvement est une perte de profondeur, une perte de complexité. L'exemple est pris dans notre analyse avec les cas infantilisants de la licorne, particulièrement avec les marques My Little Poney et Merci Handy. My Little Poney, un programme de dessin-animé pour enfant et une marque de jouets, impérialise le mythème de l'innocence en faisant de la licorne le personnage principal d'un programme destiné aux plus jeunes. La startup Merci Handy fait quant à elle entièrement reposer son identité de marque sur une licorne bienveillante et décalée. Son utilisation construit un lien de connivence avec la clientèle de la marque, en quête « d'enchantement » et du « côté coloré de la vie »⁶². Dans ce contexte, la licorne n'apparaît que comme un élément de pop culture supplémentaire pour construire le récit de la marque autour d'éléments ordinaires du quotidien de la clientèle, au même titre que les blagues entre amis ou les chansons de Beyoncé à chanter dans les embouteillages (Annexe 11). Dans ces deux exemples, la licorne perd sa complexité narrative (sa rareté, ses vertus médicales, son atemporalité) pour se concentrer sur un seul type de représentation, idéalisé voire infantilisé.

Le deuxième mouvement de dérivation du mythe observé par Gilbert Durand a pour effet sur notre corpus une conséquence d'une autre nature : au lieu de réduire le mythe à un seul

⁶¹ DURAND G., « Chapitre 6 : L'imaginaire littéraire et les concepts opératoires de la mythocritique », *Introduction à la mythologie, mythes et sociétés*, Albin Michel, Paris, 1996

⁶² Edito de la marque disponible sur le site mercyhandy.com

mythème, le schisme traduit un mouvement d'exclusion des autres valeurs du mythe. L'exemple de Gilbert Durand est celui du mythe de Prométhée, qui comprenait à l'origine une part de contemplation, d'altruisme et de sacrifice. Or, le mythe est aujourd'hui réduit à un symbole de transgression et de révolte égoïste. L'usage du terme dans le vocabulaire des startups suit ce mouvement : il n'est plus question dans cet emprunt linguistique d'innocence, de pureté et de sauvagerie, seule reste la valeur de rareté et de marginalité. L'effet sur le mythe tient presque du phénomène d'érosion, pour filer la métaphore du fleuve de Gilbert Durand : le mythe est travaillé par les imaginaires socio-culturels jusqu'à devenir méconnaissable. Dans le domaine marchand, le phénomène s'applique également à la forme de la licorne, peu à peu retravaillée à travers les supports qui la déclinent. Dans le domaine cosmétique, nous l'avons vu dans la partie précédente, l'animal mythique est réduit à des textures dénotant l'extravagance et l'ambiance festive. Sa blancheur et sa forme d'équidé disparaissent pour ne laisser qu'une connotation de l'animal. Cette restriction de la figure mérite que nous nous arrêtions ici sur un point encore laissé en suspens jusqu'à présent, à savoir le nouveau code de couleurs. Dans notre corpus (Annexe 1), la licorne apparaît dans la grande majorité des cas avec des couleurs rose et des couleurs empruntés à l'arc-en-ciel, des caractéristiques qu'elle ne possédait pas au début de son cycle mythologique.

Nous pouvons tenter d'expliquer cette nouveauté par le biais de l'hypothèse du schisme. Ainsi, lorsque les représentations de la licorne adoptent progressivement cette nouvelle palette de couleurs, une nouvelle interprétation du mythe peut être faite. Le rose est en effet un dérivé du rouge, une couleur ambivalente qui était déjà associée à la licorne dans ses premières apparitions. Le rouge est à l'époque un symbole d'ambivalent teinté par la religion, entre la couleur du sang du Christ et les flammes de l'enfer, elle incarne également un imaginaire de la guerre et de la violence⁶³. En dérivant vers le rose, souvent désigné comme une « demi-couleur », l'animal gagne en sobriété et perd en ambivalence. Le rose est ainsi une couleur de « la tendresse, la féminité (c'est un rouge atténué, dépouillé de son caractère guerrier), de la douceur (on dit encore « voir la vie en rose »). Avec son versant négatif, la mièvrerie (l'expression « à l'eau de rose » date du XVIIIe siècle) »⁶⁴. Ce tournant dans l'identité graphique de la licorne marque la suppression de ses mythèmes du sauvage et de l'indomptable pour développer l'image d'une licorne assagie et domestiquée, que nous discuterons dans le dernier

⁶³ PASTOUREAU M., *Rouge, histoire d'une couleur*, Seuil, Paris, 2016

⁶⁴ PASTOUREAU M., SIMONNET D., *Le petit livre des couleurs*, Points, Paris, 2014

point de ce travail. Par le schisme, la licorne devient une figure communicationnelle simplifiée et au sens condensé. En une seule image, avec une seule figure, les marques parviennent à exprimer l'innocence, la douceur et l'imagination associées à la figure.

Troisième et dernier mouvement de dérivation du mythe, celui-ci finit dans son cycle par entrer dans des formes latentes et non-assumées. Nous l'évoquons plus haut : un mythe ne saurait disparaître, mais il peut traverser des périodes de latence. Plusieurs cas apparaissent dans notre corpus, d'où notre théorie selon laquelle le mythe de la licorne serait amené à un renouvellement dans les années à venir, la fin d'un cycle le menant nécessairement au commencement d'un nouveau. Gilbert Durand dénomme cette catégorie d'apparition du mythe comme le « travesti »⁶⁵. Dans cette catégorie, le mythe ne s'avoue pas et adopte une autre forme qui continue de le faire exister dans les imaginaires. Nous identifions ainsi la licorne « travestie » dans d'autres figures fantastiques et réelles commercialisées dans le domaine marchand. La tendance du flamand rose témoigne en particulier d'un glissement de certains mythèmes de la licorne vers un animal réel et popularisé par des objets marchands grand public (vêtement, décoration, cosmétique). La marque Colab (Annexe 1) commercialise par exemple des shampooings secs faisant figurer des licornes, mais également des flamands roses. Dans les deux cas, le produit présente une figure de couleur rose, synonyme d'espaces vastes et de liberté. L'animal naturel, à défaut d'être imaginaire comme la licorne, a le potentiel de porter les mêmes valeurs que la licorne, à savoir la liberté mais également l'extravagance au vu de sa couleur distinctive dans le règne animal. Le poney est également un animal capable d'abriter le mythe de la licorne dans une phase de latence, tout d'abord grâce à sa filiation avec le cheval, l'animal associé à la licorne, ensuite par sa connotation à la domesticité, une des valeurs développées dans les formes modernes du mythe de la licorne. La page d'accueil du site Sock It To Me (Annexe 1), un site de e-commerce de chaussettes, fait par exemple figurer dans son descriptif du parcours client un poney muni d'ailes et laissant sur son chemin une trainée de chaussettes multicolores. L'image est accompagnée de la légende « Des poneys volants et magiques vous livrent deux paires de chaussettes ». Or, ce poney est représenté dans la couleur blanche (un mythème de la licorne), avec des propriétés magiques (mythème de la licorne, même si ses pouvoirs n'impliquent pas traditionnellement des ailes), et les couleurs de l'arc-

⁶⁵ DURAND G., « Chapitre 6 : L'imaginaire littéraire et les concepts opératoires de la mythocritique », *Introduction à la mythologie, mythes et sociétés*, Albin Michel, Paris, 1996

en-ciel (un motif moderne de la représentation de la licorne). Ainsi, s'il n'est question à aucun moment de licorne, plusieurs indices y font référence.

En plus de ces trois catégories conceptualisées par Gilbert Durand, nous avons développé dans notre analyse une quatrième forme de dérivation du mythe dans le cas de la licorne, celle de l'hybridation (annexe 11). Par un procédé qui tient de l'ordre de l'hérésie étudiée plus haut, la licorne est condensée dans un seul et unique mythème, pour être ensuite associée à un élément étranger au mythe d'origine. Le résultat de ce croisement est la création d'un récit secondaire, une sorte d'épilogue du mythe originel. Nous observons ainsi dans notre corpus la porosité de la licorne, en particulier de sa corne, qui se retrouve à plusieurs reprises sur le corps d'un autre animal, comme l'ornithorynque, le chat, le chien ou encore le dinosaure dans le cas de Joyau Magique, la marque de la youtubeuse Natoo. En ajoutant la corne de la licorne à ces animaux, un second récit est créé à partir de l'imaginaire mythologique. L'animal disgracieux qu'est l'ornithorynque devient un être fantastique, mêlant la laideur du monde naturel et existant avec la beauté et l'enchantement du monde fictif et idéalisé de la licorne. Le phénomène tient de l'ordre de la métamorphose, une opération étudiée dans la partie précédente dans le cadre de l'analyse de la licorne comme élément de mystère profane. L'hybridation est finalement dans notre analyse la dernière étape de l'évolution du mythe, opérée notamment par le monde marchand lors du développement de produits fantaisistes. Le mythe connaît alors une véritable distorsion en prêtant ses valeurs à d'autres créatures.

La conclusion de notre analyse est l'épuisement du mythe, avec une figure de la licorne parfois vidée de tout sens ou de tout récit. La licorne en devient grotesque et caricaturale, incarnant un autre récit dans une autre forme : celle de ce que nous appellerons la « peluche licorne », une version adoucie et assagie du mythe dans une forme domestiquée. Nous nous intéressons ici au produit fini d'un processus de marchandisation. Au terme d'un processus plus ou moins long, le mythe (récit fictif) est devenu un objet tangible, déclinable et surtout commercialisable auprès des enfants comme des adultes. En fin de cycle du mythe, celui-ci s'érode et prend de nouvelles formes simplifiées.

2/ La licorne, produit transformé de la communication

Notre problématique posait la question d'un réenchantement du quotidien par le mythe de la licorne. Comment expliquer ce réenchantement, un effet positif immédiat sur le réel par l'évocation de la figure, quand sa part extraordinaire et mythique au premier sens du terme (qui n'a pas d'existence réelle), semble s'amoindrir au fil des commercialisations de la créature ? Notre analyse de corpus nous mène en effet à observer une véritable réification de la licorne (Annexe 12) : elle devient un support concret, réel, et ses représentations s'éloignent de la figure imaginaire et équine qu'elle possédait par le passé. Nous avançons ici l'hypothèse d'un nouveau récit de la licorne, formulé et mis en circulation par ses vendeurs. Le mythe originel ne disparaît pas, mais passé au prisme du discours marchand, il connaît un nouveau système de représentations. Le système en question repose sur une représentation qui n'est plus imaginaire : une version marchandisée, concrète et réaliste de la figure est donnée à observer.

À travers cette analyse de la licorne comme objet, nous empruntons une expression à l'origine industrielle. Réifiée, elle devient une forme d'« objet transformé ». La licorne devient tout d'abord un objet, selon la définition du CNRTL, une « *chose solide, maniable, généralement fabriquée, une et indépendante, ayant une identité propre, qui relève de la perception extérieure, appartient à l'expérience courante et répond à une certaine destination* »⁶⁶. À l'origine organique et vivante (quoiqu'imaginaire), la licorne relève dans un grand nombre de cas récents d'objets matériels, et donc commercialisables. Nous utilisons dans notre conclusion d'analyse le terme d'objet transformé, un élément qui à l'image de l'« aliment transformé » dans la grande distribution, est un « aliment préparé avec divers procédés industriels », auquel s'ajoutent des « aliments augmentés »⁶⁷ (comme des additifs, édulcorants, colorants...). Or plusieurs organismes de santé publique dénoncent aujourd'hui le danger de ces types de produits pour la santé des consommateurs. En analysant le phénomène par lequel le mythe de la licorne aboutirait à un produit transformé, nous aboutissons à cette même conclusion : la transformation excessive du mythe l'affaiblirait au point d'être dangereux non pas pour ses consommateurs, mais pour le mythe en lui-même. La fin du cycle de mythe, tel qu'analysé

⁶⁶ Définition consultée à l'URL <http://www.cnrtl.fr/definition/objet>

⁶⁷ SANTI P., « Les aliments ultratransformés favoriseraient le cancer », *Le Monde* (en ligne), 16 février 2018, consulté le 2 juillet 2018 à l'URL : https://www.lemonde.fr/planete/article/2018/02/16/les-aliments-ultra-transformes-favorisent-le-cancer_5257759_3244.html

d'après les recherches de Gilbert Durand, s'accélérerait avec la formation de produits transformés.

Deux effets sont ainsi observés dans notre analyse de la licorne réifiée. La première est une domestication de la licorne, devenue docile et décorative. D'un point de vue narratif, les conséquences sont un changement dans les représentations et la symbolique de l'animal mythique. Les objets étudiés dans notre analyse en annexe 12 montrent tout d'abord une licorne de taille réduite. Il n'est plus question d'une bête à taille réelle, à l'image d'un cheval comme elle apparaissait dans les bestiaires, mais d'une version miniaturisée, presque modélisée. La licorne prend alors la taille d'une tasse ou d'un bol, ce qui a pour premier effet symbolique de réduire l'ampleur symbolique de la licorne. Cet effet est d'autant plus marqué par l'aspect marchand derrière l'objet : l'acheteur de l'objet devient propriétaire de la licorne, il en fait l'acquisition et l'intègre dans son quotidien (par exemple sa cuisine). Le récit de la licorne, à savoir l'histoire de l'animal chassé pour ses vertus miraculeuses, disparaît complètement pour ne conserver que l'aspect physique de l'animal. Domesticquée, la licorne est aussi dotée de couleurs douces comme le rose, ses formes s'arrondissent, et elle est représentée dans tous nos exemples avec un sourire aux lèvres. Ce travail d'assagissement de la licorne est mené jusqu'à la création d'une identité propre : jusqu'alors anonyme et sauvage, elle adopte un nom sur des sites marchands comme L'Avant-Gardiste, où la gamme dédiée est intitulée « Elodie La Licorne ». L'animal est ainsi domestiqué par sa forme mais aussi son identité : un lien de connivence est instauré avec le consommateur grâce à un prénom communément attribué à des humains.

Nous observons également un rapprochement de la licorne avec l'animal de compagnie, ou l'animal de l'animal « familial » selon une définition d'André Micoud⁶⁸. Cet animal familial est proche de son propriétaire et est caractérisé par sa singularisation, à l'inverse d'un animal de la ferme par exemple. La première étape de cette familiarisation vient avec l'attribution d'un prénom comme nous le voyons plus tôt, la seconde serait la mise en scène en tant qu'animal de compagnie. Le site marchand Firebox met ainsi en scène sa peluche « Chubby Light-up Unicorn » avec un chien (Annexe 12), une position que nous pouvons interpréter à la fois comme une mise en parallèle du statut du chien et du statut de la licorne (un compagnon de

⁶⁸ MICOUD A., « Sauvage ou domestique, des catégories obsolètes ? », *Sociétés* 2010/2 (n°108), p.99-107

l'homme) ou, dans une moindre importance, une figuration de la licorne comme le compagnon du chien. Dans ces deux cas, la licorne est réduite à une figure familière, mais avant tout de confort.

Ce passage d'un animal sauvage à un animal de confort est particulièrement visible dans le descriptif des produits vendus. En effet, le vocabulaire adopté fait appel à l'univers de l'enfance, avec un caractère régressif assumé derrière la vente de l'objet. Dans le cas de la peluche vendue par Firebox, le vocabulaire familier voire vulgaire fait référence à un univers d'adulte, mais le renvoi à des textures plus douces (« chubby », « plush ») ajoute aux caractéristiques de la licorne une valeur de confort presque enfantine, en référence par exemple à des jouets et peluches d'enfants. Cette régression, que nous commençons à percevoir dans les parties précédentes est revendiquée par le vendeur, qui désigne son produit comme « stupidement doux » : l'adverbe décrit le produit comme un caprice, une farce que s'autorise le consommateur. Le caractère capricieux de l'objet est identifié dans plusieurs objets de notre corpus, notamment la bouée licorne, devenue populaire dans l'espace marchand et les publications sur les réseaux sociaux (Annexe 12).

La tendance des représentations de la licorne en tant qu'objet fabriqué (ouvert à l'achat) est favorisée par son nouveau caractère docile et domestique. Nous le montrons avec l'exemple de la communication de L'Avant-Gardiste du 1^{er} avril 2018, analysée en annexe 12. Dans cette communication réalisée en l'honneur du Poisson d'Avril, le site marchand propose d'acheter une « licorne vivante ». Le fait même de rendre commercialisable un être de légende lui retire son caractère mythique, par définition irréel, alors même que la description de l'animal achève de lui ôter toute symbolique légendaire. Elle est ainsi décrite avec des attributs réalistes et humains, comme des tatouages, des piercings, un régime alimentaire « healthy » et même un univers géographique connu, à savoir la Provence. La licorne sort donc de son univers mythique pour intégrer un discours réaliste et ordinaire, notamment par un statut d'animal de compagnie, docile et domestiqué.

La deuxième conséquence déduite lors de notre analyse sur la réification de la licorne est un vide narratif. À l'inverse des exemples précédemment étudiés, certains objets commercialisés ne sont accompagnés d'aucun discours pour expliquer la présence ou l'existence de la licorne. Elle devient alors purement décorative. Nous avons ainsi observé la présence de l'objet licorne dans trois espaces marchands, le Monoprix d'Asnières-sur-Seine Gare, le Monoprix

d'Asnières-sur-Seine Hôtel de Ville et le magasin Naf Naf du centre commercial Val d'Europe. Dans ces trois cas, un objet à l'effigie de la licorne est vendu dans l'espace marchand, avec un espace dédié. Dans le cas de la boutique Naf Naf, il s'agit d'un porte-clés vendu à proximité de la caisse. Dans le cas des enseignes Monoprix, une sélection d'objets variés est réunie sur un stand dédié à la licorne. Le dénominateur commun de ces stands est l'absence totale de discours vendeur : rien n'indique la raison de la présence de l'animal. Le résultat est donc un vide narratif dans l'espace, qui marginalise la licorne dans le magasin : le porte-clés Naf Naf est seul sur le comptoir, et les stands Monoprix sont situés en marge des rayons cuisine et jardinage. La figure est finalement dénuée de sens, laissée à l'imagination ou l'indifférence du client dans le magasin.

Nous supposons finalement à travers ses conclusions un phénomène de saturation du mythe devenu institutionnel : la licorne est intégrée dans l'univers marchand sans qu'elle ne nécessite d'explication, à l'inverse par exemple d'un personnage de film qui aurait quant à lui besoin en magasin d'un encart publicitaire pour légitimer sa présence à l'occasion de la sortie d'un film. Le revers de cette normalisation de la figure est un phénomène de silence narratif, laissant la licorne sans contexte de vente.

Cette métamorphose de la licorne en tant qu'objet dénué de discours mythique doit-elle signer la fin de vie de son mythe ? Rien ne permet de l'affirmer. La fin annoncée serait plutôt celle d'une certaine forme d'interprétation du réel. La licorne permettait une certaine expression de l'enchantement. Or, apposée sur des objets du quotidien, elle s'insère dans une logique d'ornementation et perd l'aspect extraordinaire qui la caractérisait. Dans le dernier temps de ce travail, nous interrogerons la dernière catégorie d'apparition de la licorne identifiée dans notre corpus, à savoir ses apparitions dans des aspects plus négligés du quotidien : l'ordinaire, le vulgaire voire même le sale. Dans la logique de Gilbert Durand, nous ne supposons pas une disparition du mythe mais son renouvellement par de nouveaux acteurs du système marchand et culturel, particulièrement sur l'Internet.

B. Le nouvel état sauvage de la licorne : la contre-culture de l'enchantement ?

Sexe, vulgarité, kitsch et violence, ces nouveaux univers de référence de la licorne sont bien éloignés de ceux étudiés précédemment. Nous remarquons ainsi le développement de nouveaux « réservoir[s] des ressourcements mythologiques »⁶⁹ selon la définition de Gilbert Durand : lorsque le mythe atteint un seuil de normalisation et d'institutionnalisation sous l'influence de rôles rationalisés, le recours à l'imaginaire se tarit et fait intervenir des acteurs jusqu'alors en retrait, « les négligés et les marginaux ». Pour lutter contre ce « désenchantement rationaliste »⁷⁰ du mythe, qui a réifié la licorne pour la réduire au statut d'objet marchand, d'autres représentations font leur apparition. Nous faisons l'hypothèse à ce stade de notre travail d'un changement de paradigme dans la représentation du mythe de licorne, qui passerait d'un régime de l'enchantement (suspension de l'incrédulité) à un régime de célébration de l'ordinaire grâce à sa circulation dans la webculture et les espaces marchands.

1/ Le changement de paradigme

Dans notre analyse du bassin sémantique de la licorne, nous observons progressivement un changement dans la dynamique de ses « opérateurs sociaux » (Annexe 4). Différents groupes sociaux sont à l'origine de la diffusion d'un mythe et du renouvellement de sa symbolique. Un mythe représente finalement un champ de bataille d'imaginaires, mettant en opposition plusieurs groupes sociaux. Gilbert Durand montre par exemple dans son *Introduction à la mythologie* la manière dont le mythe de Prométhée⁷¹ a fait s'opposer des régimes d'imaginaire bien particuliers, celui de la technocratie (mythification de la figure de l'inventeur et du progrès) et celui de l'art (les exclus en marge du progrès technique). Par jeu d'appropriation, ou de

⁶⁹ DURAND G., *Introduction à la mythologie, mythes et sociétés*, « Chapitre 4 : Le concept de « topique socioculturelle » », Albin Michel, Paris, 1996

⁷⁰ *Ibid*

⁷¹ ⁷¹ DURAND G., *Introduction à la mythologie, mythes et sociétés*, p.144, Albin Michel, Paris, 1996

« polychrésie »⁷² comme nous commençons à le voir en première partie, le mythe passe d'une dominance culturelle et sociale à une autre pour en faire évoluer le sens.

Dans le cas de notre sujet, la licorne, l'analyse de la topique sociale du mythe de la licorne (Annexe 4), adaptée de la théorie de Gilbert Durand, nous fait ainsi distinguer deux catégories d'opérateurs sociaux du mythe. D'un côté, les « rôles positifs », des opérateurs sociaux utilisant le mythe à des fins rationnelles, par exemple pour désigner des réussites commerciales (une startup licorne) ou des contenus esthétiques et photogéniques (la licorne « instagramable »). De l'autre côté, nous trouvons des opérateurs sociaux aux rôles dits « négatifs » car minoritaires et en marge des représentations dominantes du mythe. Le mythe est ainsi renouvelé par ces acteurs marginaux, que nous étudions dans cette partie.

Pour observer cette évolution de la topique socioculturelle, nous avons choisi de mener une analyse sur trois productions audiovisuelles, chacune produite par un acteur différent (Annexe 7). Cette analyse a pour but de distinguer les caractéristiques de la licorne sur un même type de format (la vidéo cinématographique ou télévisée) dans des contextes et des temporalités différentes. Le premier cas est celui de l'adaptation cinématographique américaine de *Harry Potter à l'école des sorciers* (*Harry Potter and the Philosopher's Stone*), un film réalisé par Chris Columbus à partir du roman britannique éponyme de J.K. Rowling, sorti en salle en 2001. La figure de la licorne y est présente au milieu du film, dans une scène au cours de laquelle le héros Harry Potter est pourchassé par son ennemi, Voldemort. Dans le film, la licorne figure avec ses attributs classiques du mythe médiéval : elle est d'une grande rareté et est pourvue d'un corps de cheval au pelage blanc et dotée d'une corne. Son sang possède également des vertus magiques puisqu'il est capable de guérir et d'octroyer la vie éternelle. Dans des standards à la fois hollywoodiens (production de Warner Bros) et enfantins (adaptation d'un roman jeunesse), la licorne conserve donc les attributs classiques que lui donnent les opérateurs sociaux positifs : elle est entourée d'une aura de mystère, de rareté et de magie. Elle est par ailleurs presque divinisée puisqu'il est dit que son meurtre est un « terrible crime » dont la conséquence est une « demi-vie, une vie maudite ». Il est également à noter que la licorne est représentée sans vie dans le film, une représentation classique dans les œuvres médiévales

⁷² TÉTU J.-F., « Yves Jeanneret, Penser la trivialité. Volume 1 : La vie triviale des êtres culturels », *Questions de communication* (en ligne), 16 2009, mis en ligne le 17 janvier 2012, <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/176>

lorsqu'elle était pourchassée par des chasseurs souhaitant acquérir non pas une vie éternelle, mais la richesse grâce à la vente de sa corne.

À l'opposé de cette représentation, la deuxième production cinématographique étudiée met en scène une licorne réifiée sous forme de peluche. *Moi, Moche et Méchant (Despicable Me)* est un film d'animation 3D américain produit par Universal Pictures International et sorti en salle en 2010. Il raconte quant à lui l'histoire d'un vilain, Gru, qui décide de voler la Lune pour devenir le plus grand des vilains. Pour accomplir son plan, il adopte 3 petites filles dans un orphelinat, qui doivent lui permettre d'accomplir son but. Dans ce film, la licorne apparaît sous deux formes de peluche, la première fois avec des caractéristiques enfantines (peluche au corps dodu et disproportionné, crinière rose), la seconde fois avec des attributs beaucoup plus grotesques, reconstituée à l'aide d'une brosse pour WC et d'une corne faite d'un cône gaufré. Dans les deux cas, la licorne perd sa noblesse avec un corps disgracieux et un léger strabisme. Son allure est ainsi un premier élément de transgression du mythe, même si un autre élément est à prendre en compte : son comportement et son influence sur les autres personnages. En effet, dans le mythe originel, la licorne est dotée de vertus magiques et d'un caractère sauvage qui peut la rendre dangereuse. Dans ce film d'animation, la licorne réifiée ne présente aucun danger, mais semble provoquer un comportement violent chez sa propriétaire, Agnès. La petite fille, représentée de manière angélique dans le film, est en effet sujette à des crises de véhémence et de caprice lorsqu'elle est à proximité de la peluche. Le jeu des opérateurs sociaux devient ainsi confus à partir de cette représentation de la licorne : il s'agit d'une production hollywoodienne au même titre que l'exemple précédent (production d'Universal Picture International). Nous ne pouvons néanmoins pas réellement parler d'une transgression du mythe. En effet, si l'aspect physique diffère, de nombreux attributs traditionnels sont retrouvés dans le film. La licorne garde sa rareté, puisque la peluche n'existe qu'en un seul exemplaire, et après sa destruction accidentelle, elle doit être intégralement reconstruite d'une manière unique par les soldats de Gru. Dans le mythe originel, la licorne est associée à la vierge, une figure de pureté qui peut être retrouvée dans le personnage d'Agnès, une figure angélique de petite fille. Finalement, l'aspect dangereux de l'animal sauvage est identifié chez les personnages qui entourent la licorne peluche, comme si un glissement s'opérait et que sa dangerosité était transférée à son entourage. Pour acquérir la licorne, Agnès doit par exemple remporter un jeu de fête foraine consistant à tirer avec une fausse arme à feu. Lorsqu'elle n'y parvient pas, le héros Gru doit lui-même recourir à une véritable arme pour détruire ledit stand de fête foraine.

Si la scène paraît bien différente de celles des scènes de chasse médiévale, l'action reste la même, à savoir le recours à la violence pour entrer en possession de la licorne.

Troisième et dernière production analysée, la série *Happy!* diffusée par Netflix est une création de Grant Morrison et Darick Robertson, adaptée de leur propre série de *comic books*. La série narre l'histoire de l'ancien policier Nick Sax, un homme violent, alcoolique et à tendances suicidaires devenu tueur à gage. Après un arrêt cardiaque, celui-ci est visité par la licorne Happy, l'incarnation de l'ami imaginaire d'Hailey, une petite fille victime d'un kidnapping et que Nick Sax aura pour mission de sauver. La série repose ainsi sur une dichotomie marquée entre un univers sordide, violent et sanglant (le monde de Nick Sax) contre un autre univers enfantin, joyeux et lumineux (le monde de la petite fille et son ami imaginaire Happy). Cela se traduit visuellement à l'écran par des décors très sales et malfamés (bars, allées, caves) d'un côté et des vues colorées de Manhattan prises du ciel lorsque la licorne Happy se déplace en volant. Le son entre également dans ce jeu de séparation des univers, puisque l'apparition du personnage de Happy implique presque systématiquement une musique joyeuse en arrière-plan. La série de comédie noire reposant sur un principe de transgression et de perversion de figures classiques, plusieurs personnages peuvent être décrits comme grotesques. Le héros est ainsi régulièrement filmé en très gros plan, lui donnant des traits et des expressions invraisemblables voire fantastiques. Dans ce contexte lugubre, le Père Noël, autre figure classique, devient un personnage dit pervers (le titre de l'épisode étant « Pervers Noël »), un être émacié et terrifiant, kidnappeur d'enfants. La licorne n'échappe donc pas à ce phénomène de réécriture dans la série : elle est présentée dans une forme de peluche au corps bleu disproportionné. Son museau est ainsi très proéminent et d'autant plus mis en avant par la voix nasillarde du personnage.

Cette représentation de la licorne est très éloignée de celle du film d'*Harry Potter*, même si elle peut être rapprochée de celle du film *Moi, Moche et Méchant*. Les deux premiers exemples s'adressent en majorité à un public jeune ou adolescent, tandis que la série *Happy!* est classée dans les contenus déconseillés aux moins de 16 ans. Malgré cette différence d'audience, nous notons un point commun lors de l'apparition de la licorne : cette figure est associée, de près ou de loin, au danger voire à la mort. Chez Harry Potter, la licorne apparaît en effet dans un espace dangereux et mortifère : elle est elle-même un cadavre (assassinée par Voldemort) et représente la promesse d'une malédiction pour la personne qui a commis son meurtre. Dans *Moi, Moche et Méchant*, malgré une apparence plus ordinaire sous la forme d'une peluche, la licorne est elle aussi associée à la violence : elle suscite de véritables crises chez la petite fille qui la possède,

et elle cause la destruction d'un stand de fête foraine, avant de finir elle-même carbonisée par erreur. Enfin, la licorne de la série éponyme *Happy!* évolue au milieu d'un univers extrêmement violent, fait de meurtres, de torture et de rapt d'enfants. L'intérêt de comparer ces trois œuvres apparaît dans les traits saillants que l'analyse fait ressortir. En effet, si chacune de ces œuvres représente la licorne dans une forme différente, un élément fondamental du mythe subsiste : celui de la contradiction.

Dans les trois réalisations, la licorne apparaît ainsi dans des positions tout à fait contradictoires, entre violence et innocence, une caractéristique que nous retrouvons dans le mythe dès ses origines. Pour rappel, la licorne du mythe médiéval est une créature sauvage, paisible lorsqu'elle est en présence de jeunes filles vierges (symboles d'innocence) mais mortelle lorsqu'elle est prise en chasse et menacée de capture. Les scènes étudiées précédemment sont tout à fait différentes mais représentent étonnamment la même contradiction. La licorne d'*Harry Potter* est capable de guérir autrui mais maudit les personnes qui commettraient le sacrilège de la tuer, celle de *Moi, Moche et Méchant* est douce et proche des petites filles, mais provoque des crises et désastres autour d'elle, et celle de *Happy!* incarne la rédemption du anti-héros tout en présentant un corps disgracieux et en évoluant dans un univers de violence extrême.

Finalement, en croisant notre analyse du bassin sémantique (Annexe 4) avec notre analyse audiovisuelle des trois œuvres décrites plus haut (Annexe 7), nous interprétons l'évolution de la représentation de la licorne comme le signe de son renouvellement et du changement de paradigme dans ses opérateurs sociaux. En effet, nous partions du principe en début d'analyse, et selon le concept de Gilbert Durand, que le mythe subit au cours du temps une altération profonde, aussi bien dans les représentations que les symboliques. D'un point de vue visuel (dans le cas de notre analyse précédente), nous avons raison, puisque l'apparence de la licorne diffère de manière très concrète d'une réalisation à une autre, nous laissant penser que le mythe subit finalement un changement sous l'influence de nouveaux opérateurs sociaux. Ainsi, les opérateurs sociaux dominants (« rôle positif » dans la dénomination de Gilbert Durand) sont remplacés par des opérateurs sociaux jusqu'alors minoritaires (« rôle négatif »). Dans notre cas, des auteurs de *comic books* parviennent à diffuser une nouvelle vision de la licorne, non plus parfaite mais disgracieuse, symbole de la psychose d'un anti-héros drogué et alcoolisé. D'une licorne éthérée et fantastique (celle de *Harry Potter*), nous passons à une licorne réifiée (celle de *Moi, Moche et Méchant*) pour finir sur une licorne transgressive, brisant la norme en étant

associée non plus à l'enfance mais au délire, aux excès et aux vices sous l'influence de nouveaux groupes sociaux la manipulant et la diffusant.

Notre conclusion d'analyse est pourtant à nuancer, au même titre que l'hypothèse qui anime cette partie. En effet, nous avons supposé en début de partie l'idée d'un nouveau type d'enchantement du quotidien par une licorne au mythe renouvelé. Pour autant, pouvons-nous réellement parler d'une transformation du mythe ? La limite de notre analyse est tout d'abord temporelle : les réalisations étudiées ne sont séparées que par deux décennies, là où des auteurs comme Gilbert Durand travaillent sur les mythes à l'échelle de siècles. La deuxième limite est celle du nombre restreint d'œuvres étudiées, pour des raisons de praticité dans ce mémoire. La conclusion de notre analyse nous paraît pourtant suffisamment curieuse pour être considérée dans la suite de ce travail universitaire. En effet, le mythe de la licorne est retravaillé de manière évidente dans les œuvres étudiées, suivant le schéma classique retrouvé en mythologie (Annexe 4) : après une période d'explosion et de stabilisation, le mythe s'épuise pour devenir méconnaissable sous l'influence de nouveaux courants imaginaires, qui peuvent le rendre latent. À titre d'exemple, la série *Happy!* sort de la norme du mythe en présentant une licorne grotesque dans un contexte sordide et brutal, où la licorne n'est par ailleurs jamais dénommée comme telle : elle se décrit elle-même comme un « ami imaginaire » et un « cheval joyeux », mais le mot « licorne » n'est jamais prononcé. Si le mythe paraît renouvelé, une analyse plus approfondie montre que les myèmes du mythe classique sont aussi présents dans cette réalisation que dans le mythe médiéval, à savoir la contradiction entre la violence et l'innocence. Aussi surprenantes que soient leurs apparences, les licornes de la série *Happy!* ou du film *Moi, Moche et Méchant* conservent des éléments du mythe, mais sont enrichies de nouveaux récits et imaginaires.

2/ La célébration du désenchanté

L'analyse de productions audiovisuelles nous permet de mettre au jour le travail de ressourcement des imaginaires de la licorne. Elle nous permet également de confirmer l'idée de Gilbert Durand selon laquelle un mythe ne connaît pas de fin, seulement des cycles et des phases de renouvellement. Dans le dernier temps de ce travail, nous élargissons notre champ

d'analyse à l'espace marchand et à la webculture, deux domaines où la licorne multiplie ses apparitions sous de nouvelles formes dissidentes et transgressives vis-à-vis du mythe originel. Cette seconde analyse nous permet de questionner l'enchantement associé à la figure tout au long de ce travail : comment la licorne peut-elle rester une incarnation de l'enchantement (état de ravissement, de crédulité et d'envoutement) lorsqu'elle se retrouve associée dans ses nouvelles représentations à des thèmes comme la vulgarité, la paresse ou la violence ?

Notre problématique de travail s'appuie en grande partie sur des théories de la sociologie de l'imaginaire, et notamment la théorie de Michel Maffesoli selon laquelle la société contemporaine serait en quête de « la lumineuse clarté d'un avenir radieux »⁷³, d'un ressourcement dans l'imaginaire contre un mode de pensée rationnel. Nous l'avons vu précédemment, la licorne est une figure dont les opérateurs sociaux (grandes marques, producteurs cinématographiques, auteurs...) ont cristallisé un ensemble de caractéristiques : une esthétique enfantine, un caractère docile et domestiqué ou encore une proximité avec l'univers festif. Nous interprétons le développement de nouvelles représentations comme une manière de contester cette vision idéalisée du monde. Notre hypothèse est ainsi celle d'un paradoxe : l'ensauvagement d'un être enchanté (la licorne) pour revendiquer et rendre visibles des éléments quotidiens dénués d'imaginaire, censurés et finalement désenchantés.

Dans notre analyse d'une contre-culture de l'enchantement (Annexe 8), nous avons distingué trois types d'apparitions transgressives de la figure de la licorne. Le premier type est d'ordre marchand, avec l'exemple de la marque française FAUX, qui distribue en ligne une gamme de produits dédiés à la licorne. Le support principal est celui du tee-shirt à message, faisant figurer différents types de calligraphies et de contenus. La synthèse de notre analyse de ces tee-shirts à message est finalement la réappropriation de la figure de la licorne pour incarner des problématiques matures d'adultes. En trame de fond de chacun des slogans, la question est celle de la responsabilité et des engagements qu'impliquent une vie d'adulte. Nous l'observons dans le slogan « Licorne for President », « Dresseuse de licornes » ou encore « Je peux pas j'ai licorne ». Chacune de ces phrases renvoient à une responsabilité de personne majeure, désillusionnée et sans récit ou imaginaire fantastique : l'élection présidentielle, le cadre professionnel et les engagements personnels auprès d'autrui. En faisant de la figure de la licorne

⁷³ MAFFESOLI M. « Net-activisme » : du mythe traditionnel à la cyberculture postmoderne, *Société* 2014/2 (n°124), p.7-19

une figure présidentielle, même de manière humoristique, l'engagement politique devient fantastique puisqu'il implique une créature imaginaire et fictive. De la même manière, déclarer être une « dresseuse de licornes » implique l'idée d'un métier fictionnel. L'emprunt de la licorne permet finalement d'aborder des thématiques dépourvues d'amusement et de légèreté. Contre un emploi de la licorne dans des contextes enfantins et déresponsabilisés, la marque FAUX appose l'animal fictif sur des thématiques désenchantées.

Cette analyse nous met également sur la piste de ce que nous désignons comme l'ensauvagement du mythe. Nous avons vu jusqu'à présent la manière dont la licorne a pu circuler à travers différentes sphères culturelles, médiatiques et marchandes. Le résultat est une figure non plus sauvage et mortelle, mais docile et domestique. Dernière étape de notre analyse de la trajectoire de la licorne à l'époque moderne, nous émettons l'hypothèse d'un réenchantement du quotidien le plus ordinaire et désenchanté par la figure renouvelée de la licorne. Cette hypothèse s'insère dans un cadre sociologique plus large, celui d'une époque de désillusion. L'historien François Cusset développe par exemple l'idée selon laquelle « la croyance obligée dans le “bonheur” comme valeur unique ou but accessible, est devenue [la] névrose [de la société], et compte tenu du mensonge qu'elle charrie, la source d'un ressentiment explosif. [...] Tout cela, sans aucun doute, dessine un circuit neuf de la violence, un nouveau rapport du désir à la frustration, du signe à l'affect, de la répression au transfert. »⁷⁴. Dans cette théorie, une nouvelle énergie animerait la société, une énergie du « déchaînement » et de « décivilisation ».

La licorne, jusqu'alors symbole d'idéalisation et rareté, pourrait-elle subsister dans une société où le bonheur (la perfection qu'il implique) ne serait plus le mot d'ordre ? Le renouvellement de la figure s'insère à notre sens dans une époque où la perfection est atteinte même dans les instants plus plus sordides et les plus communs. Le terme de perfection désigne en effet ce qui est complet et accompli : l'idée d'une situation parfaite ou d'une réalisation parfaite est par définition qu'elle ne peut pas être plus satisfaisante. Dans notre hypothèse, la licorne joue finalement le filtre d'enchantement des éléments autrement censurés par les règles de bonnes mœurs, ce qui les rend parfaits, satisfaisants et acceptables. Les flatulences et les menstruations deviennent dignes de représentations lorsqu'elles sont associées à la licorne (Annexe 8). Nous

⁷⁴ CUSSET F., extrait de *Le déchaînement du monde, logique nouvelle de la violence* in MERCIER A., « L'ensauvagement du web », *The Conversation* (en ligne), mis en ligne le 19 avril 2018, consulté à l'url : <https://theconversation.com/lensauvagement-du-web-95190>

pouvons effectivement parler de « décivilisation » dans ces deux cas, dans la mesure où des normes sociétales implicites sont rendues caduques par l'emploi de la licorne. L'exemple est notamment pris avec la culotte périodique commercialisée par le site Firebox. Sur cette culotte hygiénique, conçue pour être portée par les femmes pendant leurs règles, une figure de la licorne est représentée dans un accoutrement de guerrier. Elle montre des crocs ensanglantés et une mitrailleuse, du sang macule par ailleurs son visage, et les étoiles (attributs classiques de la licorne dans ses représentations modernes) qui l'entourent semblent elles-mêmes être en train de couler. Le bandana rouge que porte la licorne n'est d'ailleurs pas sans rappeler celui du personnage de Rocky Balboa (interprété par Sylvester Stallone) dans la série de films *Rocky*, écrite par Sylvester Stallone et sortie entre 1976 et 2018. Nous interprétons ainsi la licorne dans ce contexte comme une incarnation de la femme portant la culotte périodique : les mouvements de coulure et le sang sur la licorne renvoient vraisemblablement aux menstruations, les connotant d'un aspect guerrier. Les règles féminines sortent ainsi de leurs représentations taboues voire repoussantes pour devenir une fierté, comparées à l'action du soldat. Le sang des menstruations n'est plus une honte mais un symbole de courage et d'endurance guerrière. Dans ce contexte, la licorne est une incarnation de la femme dont le corps accompli des prouesses physiques dignes de celles des soldats envoyés en guerre.

Dans une nouvelle phase du cycle du mythe, la licorne s'adapte donc à un contexte socioculturel différent, influencé par de nouveaux opérateurs sociaux (annexe 8). La webculture a à ce titre attiré notre attention pour sa capacité à faire circuler la licorne sous des formes variées et nouvelles. Pour analyser ce corpus spécifique, nous avons emprunté le concept d'« ensauvagement du web »⁷⁵ d'Arnaud Mercier. D'après ce concept, la production issue des réseaux sociaux reflèterait un changement sociétal où la politesse et le respect seraient remplacés par le sarcasme et l'injure. Notre propre analyse de la licorne dans la webculture s'est portée sur quelques même et les deux vidéos virales de Nattoo (2014) et du Grand JD (2012). Emprunts de vulgarité, ces éléments de corpus correspondent à ce que décrit A. Mercier comme un « usage transgressif et agressif des dispositifs numériques d'expression qui rompt avec les règles de civilité ordinaires fondatrices du pacte social ». Parmi les dispositifs de cet ensauvagement, nous trouvons la « logique du coup d'éclat permanent » (quête de la viralité en

⁷⁵ MERCIER A., « L'ensauvagement du web », *The Conversation* (en ligne), mis en ligne le 19 avril 2018, consulté à l'url : <https://theconversation.com/lensauvagement-du-web-95190>

ligne, de la reconnaissance et de la reprise), le « bannissement de la subtilité et du temps du raisonnement » (concision de l'argumentaire) et « l'hydre du sarcasme ».

Les clips musicaux analysés en annexe 8 répondent à cette logique d'un ensauvagement du web : « La chanson des Licornes » de Nattoo et « J'aime les licornes » du Grand JD sont ainsi deux vidéos diffusées sur Youtube à des fins de viralité, la production de contenus étant la source de revenus de ces humoristes. Pour créer la conversation et déclencher une logique de partage, leur vidéo adopte un thème populaire (la licorne) avec un angle inattendu : la vulgarité et la familiarité. Nattoo mêle des références populaires et adultes au symbole enfantin qu'est la licorne, qu'elle porte par ailleurs dans la vidéo sous forme de pyjama. Le Grand JD prend quant à lui le parti de mêler un format de comptine pour enfant (présence de rimes simples et d'une structure en vers) à des références sexuelles. Dans ces deux cas, les mythes de la licorne sont conservés : elle reste une créature mystérieuse, marginale et innocente. Pourtant, de nouvelles connotations sont données à la figure, telles que la sexualité, la consommation de drogue ou encore la séduction. Entre régression et transgression, la licorne de la webculture adopte un caractère sauvage dans le sens où elle retrouve une certaine forme de brutalité : elle ne répond plus aux normes et de la bienséance (douceur, docilité, élégance). Sa version domestiquée est bien présente, mais dans un but parodique.

Si nous ne pouvons pas le prouver, nous faisons la supposition que de tels types de représentations de la licorne influencent et renouvellent sa forme dans d'autres supports, notamment commerciaux. La marque Canal+ a produit en 2015 le film promotionnel « Les Licornes » (Annexe 1) pour faire la promotion de ses programmes originaux. Or, dans cette publicité télévisée, la représentation de la licorne est transgressive au même titre que ce que produit la webculture : la licorne est sexualisée, ses testicules apparaissant à l'écran. Le film narre l'histoire de l'arche de Noé, et la raison pour laquelle aucune licorne n'existerait de nos jours : le couple embarqué sur l'arche aurait en fait été un couple homosexuel, incapable donc de sauver l'espèce. Le rappel de ces détails biologiques place le mythe de la licorne à un niveau humain et concret. De cette façon, la bête subit un désenchantement, l'illusion est levée. Nous observons finalement la manière dont le mythe s'enrichit de nouveaux récits tout en conservant les mythes sur lequel il est fondé. Confronté au réalisme de la vie de tous les jours, le mythe s'adapte et se ressource dans des éléments ordinaires du quotidien.

Dans ce contexte, la licorne est une figure non plus d'enchantement mais de réenchantement : au lieu d'évoquer une figure d'enchantement, nous préférons utiliser le terme de réenchantement à ce stade final de notre analyse. L'enchantement suppose une soumission à un certain type de vision, à une illusion dont le spectateur est la victime inconsciente. En faisant appel au concept de réenchantement, nous supposons une prise de conscience de cette illusion, mais son acceptation dans les différentes strates de notre quotidien. La licorne incarne finalement la quête consciente d'un monde réenchanté, réinvesti par l'imaginaire même dans ses aspects les plus ordinaires.

Conclusion

La licorne moderne, simple « simulacre dépositaire » du mythe d'antan ?

Le point de départ de notre réflexion était l'omniprésence de la figure à travers de très nombreux supports. Aussi bien présente dans l'espace marchand que dans l'espace culturel, la licorne adopte des visages et des symboliques variables. Notre objectif principal dans ce travail universitaire était l'étude de la trajectoire d'un mythe populaire pour comprendre la manière dont il se renouvelle. Notre objet d'étude, la licorne, présente l'intérêt d'être une figure au mythe méconnu, voire inconnu. Roger Caillois, un historien s'étant intéressé à la licorne, évoque même pour sa part la théorie d'un mythe appauvri au fil des générations, dont les représentations modernes ne seraient qu'un « simulacre dépositaire », une coquille vidée de son contenu originel.

Notre analyse permet de remettre en cause cette déclaration. En effet, le mythe de la licorne est avant tout le récit d'un être mystérieux et rare, contradictoire dans sa relation à la pureté et son comportement brutal et mortel. Nous retrouvons ces mythes dans les différents réemplois de la licorne à l'époque moderne. Si le mythe adopte un nouveau visage, parfois grotesque ou parodique, il fait perdurer le thème d'une quête, celle de la rareté et de la différence. Nous formulons donc en début de réflexion la problématique d'une intervention du fantastique pour ré-enchanter le quotidien, en déficit d'imaginaire dans ses aspects les plus ordinaires.

Pour travailler cette problématique, nous avons distingué deux types de rapport au monde, l'enchantement et le réenchantement. L'enchantement d'une part implique une vision du monde contrainte et inconsciente, il renvoie à une forme d'envoutement. Cette suspension totale de l'incrédulité est trouvée dans la croyance en des entités légendaires, par définition inventées ou embellies par l'imaginaire. La licorne des bestiaires, avant d'être scientifiquement rejetée par les biologistes et le reste de la population, incarne cet enchantement. Dans un exemple plus récent, la licorne destinée à l'enfance relève également du registre de l'enchantement, dans la mesure où elle implique une illusion du monde où des êtres magiques peuvent exister. D'autre part, le réenchantement exige un travail conscient. Il suppose une volonté de re-crée une illusion, d'ajouter une couche narrative à une vision du monde autrement désillusionnée et régulée par des normes sociétales. Lorsqu'une marque de produits hygiéniques emploie la

figure mythique de la licorne, elle réinvestit à la fois l'imaginaire culturel du produit qu'elle vend, tout en retravaillant les éléments du mythe de la licorne. Ces deux régimes de l'imaginaire dépendent d'une logique de croyance consciente ou inconsciente. Nous avons ainsi pu développer l'idée d'une « foi sans dogme » (F. Vincent) pour expliquer la circulation de la licorne, l'adhésion collective à une figure magique dont les contours sont flous et sans règles établies. La licorne est utile dans l'exercice d'enchantement et comme de réenchantement car elle est une figure reconnue et consensuelle. Sans être clairement définie, la licorne incarne un élément positif et est diffusé comme tel.

Nous observons ainsi un vaste travail de réappropriation de la licorne par des opérateurs sociaux aux imaginaires bien différents les uns des autres, d'où une multiplicité des représentations de la bête. Le premier temps de travail consistait à produire un panel suffisamment diversifié et représentatif de la vitalité de la licorne dans le paysage commercial, médiatique et culturel. Cette démarche, ainsi que son résultat présent dans nos annexes, peuvent susciter une première critique puisque le corpus ne peut être exhaustif. Le sujet adopté pour ce mémoire est en effet populaire et de nouveaux cas de réemplois apparaissent chaque jour, dans des secteurs très variés. Par sa nature et sa vitalité, le corpus de travail présente donc une certaine forme de subjectivité. La seconde limite de notre terrain d'analyse réside dans son caractère transculturel, qui nous a contraint à dépasser les limites françaises que nous nous étions imposées en début de travail. Certaines pistes d'amélioration sont ainsi envisagées quelques paragraphes plus bas.

Pour formuler nos hypothèses de travail, nous avons fait le choix de séparer notre corpus en deux pôles, l'un relevant de l'enchantement et ce qu'appelle Michel Pastoureau la « licorne Disney », l'autre relevant de l'apparente transgression vis-à-vis du mythe originel. D'un côté, la licorne présente des caractéristiques enfantines (innocence, douceur, docilité), de l'autre elle fait l'apologie de l'excès (violence, caprice, drogue, sexe, paresse). Nous avons donc travaillé dans une logique dichotomique, dans l'optique de réunir les contradictions de la licorne et comprendre l'intérêt que le mythe présente pour ses différents utilisateurs. La première partie de ce mémoire présente donc la circulation du mythe entre ces opérateurs pour montrer la non-linéarité de sa trajectoire. Le mythe est façonné de manière simultanée par des régimes et des systèmes imaginaires variés, que sont ceux de l'entrepreneuriat, la cosmétique, la mode, le sport, l'enfance ou encore les arts. À l'aide d'une analyse sémiologique et sémiolinguistique, la licorne a été définie comme un être culturel trivial, c'est-à-dire une figure complexe résultant d'une circulation créative dans divers imaginaires. Cette première analyse, qui aura eu pour

vocation d'identifier le paysage actuel de la licorne, nous a également permis d'établir avec précision le mythe de la licorne, ses myèmes ou éléments redondants constitutifs.

Notre première hypothèse se fondait sur l'idée de la licorne comme incarnation positive. Quelle meilleure manière d'exprimer une vision du monde enchantée, nimbée d'une aura magique, qu'en employant une figure communément acceptée comme purement fantaisiste et innocente ? Dotée de caractéristiques connotées comme positives (la singularité, la pureté, l'extra-ordinaire, la rareté), la licorne est dans cette hypothèse la représentation d'un idéal ou d'une vision du monde idéalisé. Nous confirmons cette première hypothèse en analysant la licorne lorsqu'elle est associée à la représentation de soi. En effet, la licorne incarne fondamentalement ce qui est désiré et désirable : elle est prisée pour sa rareté et représente la différence assumée et positive. Plus qu'un simple cheval, elle possède une corne et des pouvoirs qui la distinguent positivement. Dès lors, s'associer à elle revient à s'octroyer le statut de la particularité. Cet usage est un héritage de la période médiévale, lorsque la licorne figurait dans les blasons pour incarner un trait distinctif de vaillance et de courage. Sur les réseaux sociaux, particulièrement Instagram, la licorne agrmente les publications pour créer la différence désirable. Devenue une forme normée de la distinction, elle circule comme telle dans les médias qui en font une tendance, un courant culturel revendiqué et légitime de suivre. Cette circulation de la licorne consolide ses valeurs positives, que s'approprient les marques lorsqu'elles emploient à leur tour la licorne. La cristallisation du mythe atteint son paroxysme au niveau linguistique, puisque le terme ne désigne (en français comme en anglais) plus que la simple figure du mythe, mais par extension toutes les faits échappant à l'ordinaire. Exploits sportifs, emplois, vie amoureuse, le terme s'applique dans ces différents champs par la figure de l'antonomase, le nom propre de la licorne prenant la place d'un nom commun. « Trouver l'homme idéal », « trouver l'emploi de ses rêves », peuvent par exemple être remplacés par « trouver une licorne ». Nous en concluons que la licorne retravaillée par la langue mais également l'univers marchand devient l'équivalent d'un canon, un idéal sans autre pareil. Dans cette définition, la licorne introduit dans le langage et dans la vie de tous les jours la notion de perfection atteignable dans de rares occasions. Cet optimisme peut donc être facilement transmis par des marques par le biais de la seule et simple figure qu'est la licorne.

La validation de notre première hypothèse serait capable de résoudre notre problématique. En effet, si la licorne se construit comme un symbole de l'idéal, nous pouvons comprendre sa capacité à introduire une vision enchantée du monde. Notre corpus met pourtant un frein à cette

conclusion prématurée. En effet, la licorne n'est pas uniquement employée dans des cadres positifs, à l'inverse, elle est en maintes occasions représentées avec des attributs discursifs. De noble cheval blanc à corne, elle est régulièrement réduite au statut d'objet. Cette réification s'accompagne également de cadres d'utilisation plus sordides et dénués d'imaginaires.

Si la licorne incarne une vision enchantée du monde, comment donc expliquer ses apparitions justement désenchantées ? Notre seconde hypothèse remet finalement en cause l'image communément acceptée de l'enchantement pour faire la supposition d'un changement de paradigme. Contrairement à l'idée d'une époque en quête d'un « avenir radieux » (M. Maffesoli) et idéal, nous avons fait l'hypothèse d'une adaptation du mythe pour répondre à un changement ambiant de mentalité. Le nouvel objectif n'est ainsi plus la quête de l'extraordinaire, mais l'acceptation de l'ordinaire dans toutes ses facettes. La licorne brise donc les tabous en étant associée aux flatulences, aux menstruations ou à la sexualité pour en devenir la fière représentante. De la même manière, de nombreux sujets liés à l'excès deviennent positifs lorsqu'ils sont associés à la figure de la licorne (l'excentricité, la gourmandise, le caprice). Nous observons finalement l'apologie et la revendication des sujets normés comme négatifs. La licorne dépasse les notions de bien et de mal, de sale et de propre, de distingué et de vulgaire, pour se faire le défenseur d'un mode de vie assumé en toute situation. Nous pouvons ainsi voir la licorne comme un outil de réenchantement dans le sens où son mythe perpétue la notion de la contradiction et de l'imperfection. À la fois violente et innocente, sauvage mais docile, la licorne symbolise une union des contraires et une revendication de la perfection dans l'imperfection. Si les opérateurs sociaux en charge de la circulation de la licorne évoluent dans le temps, la symbolique reste la même.

Nous l'avons vu, la licorne présente un avantage certain pour les marques, dans la mesure où son symbole est reconnu de tous. Sans que sa légende ne soit connue, sa symbolique est établie. Elle fait donc partie des rares figures, qui à l'image d'un émoticône, sont capables de condenser un imaginaire spécifique. Dans le cas de la licorne, elle traduit à elle seule la quête de l'idéal et du remarquable. La disparition du mythe en lui-même joue en la faveur des marques, qui peuvent par conséquent employer la figure seule sans s'encombrer d'éléments narratifs en opposition avec leur propre identité de marque. Le penchant négatif de ce constat est le danger d'un vide narratif, comme nous avons pu l'observer dans notre développement : le risque est une usure du symbole, dénué de contexte et d'explication. Gilbert Durand parle dans ce cas d'un épuisement du mythe, voué à être absorbé par d'autres imaginaires. Si nous pouvions

formuler une recommandation à l'attention de professionnels, nous les alerterions quant à l'emploi abusif de la licorne. Par exemple, la relation entre l'imaginaire et les programmes de Canal+ rend évident l'apparition d'une licorne dans leurs publicités, à l'inverse, le lien est très ténu entre le programme tarifaire de la SNCF et l'apparition de la licorne. Entre réinterprétation et simple réemploi, l'ombre de la réduction de la licorne à un simple simulacre reste un danger pour le mythe, et la marque qui l'adopterait trop vite et sans réflexion stratégique.

Aux termes de ce travail, nous souhaitons fonder la base d'une prolongation de la réflexion autour de la licorne. Vaste sujet, le questionnement sur la licorne relève avant tout d'une exploration de l'existence d'un mythe dans la vie culturelle et marchande d'une société. Dans un but d'exhaustivité, il convient alors d'étudier la représentation de la figure dans tous ses champs d'apparition. Malheureusement, par faute de temps et de moyen, quelques domaines ont dû être laissés de côté dans l'élaboration de notre corpus et de notre bibliographie. Un vaste pan de recherche aurait pu s'intéresser à la symbolique de la licorne dans les communautés minoritaires, en l'occurrence dans l'imaginaire LGBTQ+. Notre approche étant l'étude du champ majoritairement marchand, cette thématique n'a pu être qu'effleurée au cours de ce travail. De la même manière, un véritable travail d'écoute des réseaux sociaux permettrait de dresser un portrait de la licorne dans le langage numérique. Nous avons travaillé principalement sur l'apparition de la licorne dans sa forme complète, mais une analyse pourrait être menée sur la question du passage de figure mythique à celle de figure numérique. Dans l'optique de cette étude, nous avons également contacté plusieurs producteurs de produits utilisant la licorne. Cependant, nous n'avons obtenu aucune réponse et à travers ce travail, nous n'avons pu qu'émettre des suppositions sur les raisons de l'emploi marchand de la licorne. À l'opposé, nous aurions aimé étudier la réception de l'objet licorne, mais ce projet impliquerait un travail d'entretiens et d'études qualitatives digne d'une production universitaire à lui seul.

Le traitement de ce sujet n'est pas des plus simples, tout d'abord parce qu'il implique une grande part d'affect et de subjectivité, à l'image de tout sujet traitant de l'imaginaire. Plusieurs limites sont donc à admettre dans ce travail, pour en nuancer les résultats. La délimitation du sujet de la licorne était particulièrement compliquée dans une époque où les objets culturels traversent les frontières, sans pour autant garder le même poids symbolique dans les cultures nationales. La licorne est une figure que l'on retrouve sur différents continents : comme nous l'expliquions au début de ce travail, ses représentations asiatiques et orientales ont d'emblée été écartées pour délimiter le corpus à ses images occidentales. Cependant, même en gardant

une focale occidentale avec des représentations d'ascendance antique et médiévale européenne, l'objet d'étude de ce mémoire ne présente pas le même intérêt dans la culture française que dans la culture nord-américaine ou même britannique.

L'auteure de ce mémoire étant elle-même française, sa vision et son traitement de la figure pourraient être tout autre si elle l'avait étudiée en Angleterre, où la licorne fait encore partie du blason de la famille royale régnante. Le corpus de ce travail universitaire est constitué en grande partie d'objets vendus en France, mais ils sont souvent importés des Etats-Unis. Le contexte de l'émission et de la réception de la figure mythique est propre dans ce travail au contexte français, qui constitue un angle de travail, mais également un biais. Une des prolongations de ce travail de recherches pourrait être l'analyse de la licorne dans un autre contexte culturel, pour en mesurer le déplacement et la réappropriation dont elle fait l'objet.

La seconde limite que nous atteignons dans ce travail est la limite est d'ordre méthodologique. Nous avons eu l'ambition de démontrer l'influence d'une figure mythique sur une société, et inversement, la manière dont une société peut nourrir et ressourcer un mythe à un instant donné. Or, interroger un mouvement de société à travers un corpus restreint et exhaustif est un projet idéaliste. Nous espérons néanmoins être parvenu à établir un paysage réaliste de la licorne dans la culture française actuelle. À notre sens, son mythe n'a pas encore atteint sa fin, loin de là. Au lieu d'envisager la licorne moderne comme un triste simulacre de ce qu'il était au Moyen Age, nous faisons le constat d'un mythe non pas appauvri et moribond, mais en plein ressourcement d'imaginaires. À une époque où la quête n'est plus celle d'un bonheur idéalisé mais d'un quotidien perfectible et assumé, la licorne est la seule figure qui parvienne à conjuguer des valeurs contradictoires. Imparfaitement parfaite, la licorne n'impose pas tant la quête d'un avenir idéal que de celle d'un présent optimiste et assumé.

Bibliographie

MÉTHODES D'ANALYSE

Ouvrages

MERTON R., *Éléments de théorie et de méthode sociologique*, Armand Colin, Paris, 1997

SÉMIOLOGIE DE L'IMAGINAIRE

Ouvrages

DURAND G., *Introduction à la mythologie, mythes et sociétés*, Albin Michel, Paris, 1996

DURAND G., *Les structures anthropologiques de l'imaginaire*, Dunod, Paris, 1993

ELIADE M., *Le sacré et le profane*, Gallimard, Paris, 1987

MAFFESOLI M., *La contemplation du monde : Figures du style communautaire*, Grasset, Paris, 1993

Revue

DURAND G., *Structures anthropologiques de l'imaginaire*, in « Les théories de l'imaginaire », FOUILLET A., *Sociétés* 2014/1 (n°123, p51-55)

FOUCAULT, M., *Dits et écrits. Tome 2 : 1976-1988*, Paris, Gallimard, 2001 in

COUTANT A., « Des techniques de soi ambivalentes », *Hermès, La Revue* (en ligne), 2011/1 (n° 59), p. 53-58, consulté le 31 mai à l'URL : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2011-1-page-53.htm>

LALLEMENT E., WINKIN Y., « Quand l'anthropologie des mondes contemporains remonte le moral de l'anthropologie de la communication », *Communiquer*, 13 | 2015, 107-122

MAFFESOLI M. « Net-activisme » : du mythe traditionnel à la cyberculture postmoderne, *Société* 2014/2 (n°124), p.7-19

MICOUD A., « Sauvage ou domestique, des catégories obsolètes ? », *Sociétés* 2010/2 (n°108), p.99-107

MONNEYRON F., « Gilbert Durand et l'étude des mythes », *Sociétés* 2014/1 (n°123), p41-49

TÉTU J.-F., « Yves Jeanneret, Penser la trivialité. Volume 1 : La vie triviale des êtres culturels », *Questions de communication* (en ligne), 16 2009, mis en ligne le 17 janvier 2012, <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/176>

VINCENT F., « Le sacré et le fan. Etude sur l'univers science-fictionnel de Star Wars », *Société* 2011/3 (n°113), p49-61

SÉMIOLOGIE DU WEB

Ouvrages

ALLARD L., « Express yourself 2.0 ! Blogs, pages perso, fansubbing... : de quelques agrégats technoculturels ordinaires à l'âge de l'expressivisme généralisé », in MAIGRET E., MACÉ E. (dir.) *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Armand Colin-INA, 2005

SOUCHIER E., CANDEL E., JEANNE-PERRIER V., Chapitre « Petites formes, grands desseins : d'une grammaire des énoncés éditoriaux à la standardisation des écritures » in *L'Économie des écritures sur le web*, 2012, Hermes Lavoisier, p. 165-201

Revue

GUNTHER A., « L'image conversationnelle », *Études photographiques*, 31 Printemps 2014 (en ligne), 10 avril 2014, consulté à l'URL :

<http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/338>

MERCIER A., « L'ensauvagement du web », *The Conversation* (en ligne), mis en ligne le 19 avril 2018, consulté à l'URL : <https://theconversation.com/lensauvagement-du-web-95190>

ANALYSE DE RÉCITS

Ouvrages

RICÉUR P., *Temps et récit*, Seuil, Paris, 1983-1985

BIBLIOGRAPHIE DE LA LICORNE

Ouvrages

CAILLOIS R., *Le mythe de la licorne* (p.15), Fata Morgana, Montpellier, 1991

CAROUTCH F.-Y., *Le mystère de La Licorne, À la recherche du sens perdu*, Dervy, Paris, 1997

PASTOUREAU M., *Bestiaires du Moyen Age*, Seuil, Paris, 2011

PASTOUREAU M., *Traité d'héraldique*, Picard, Paris, 2008

La licorne et le bézoard : une histoire des cabinets de curiosité (Collectif), Gourcuff Gradenigo, Montreuil, 2013

Revue

BUIATTI M., « Pourquoi la mode des licornes n'est-elle pas près de l'arrêter en 2016 », *20Minutes* (en ligne) à l'URL : <http://www.20minutes.fr/culture/1753911-20160110-pourquoi-mode-licornes-pres-arreter-2016>

FISCHER. L.-P., COSSU FERRA FISCHER V., « La licorne et la corne de licorne chez les apothicaires et les médecins » in *Histoire des Sciences Médicales – Tome XLV – n°3 - 2011*

LEE A., « Welcome to the Unicorn Club: Learning From Billion-Dollar Startups », *TechCrunch* (en ligne), publié le XX et consulté le 23 février 2018 à l'URL :

<https://techcrunch.com/2013/11/02/welcome-to-the-unicorn-club/>

PASTOUREAU M., « Les licornes inspirent encore les créateurs », *20Minutes* (en ligne) publié en novembre 2015 à l'URL : <http://www.20minutes.fr/culture/1709211-20151014-licornes-inspirent-encore-createurs>

PETERS M., « The linguistic sex appeal of the unicorn », *Boston Globe* (en ligne), publié le 21 février 2016, consulté le 13 janvier 2018 à l'URL : <http://www.bostonglobe.com/ideas/2016/02/21/see-any-unicorns-lately/0CEhFoIgeaHw71hjbKSWVO/story.html>

Webographie

BAREL S., « La symbolique de la licorne et sa place dans la sémiologie du web », publié sur Medium en février 2016, consulté le 14 novembre 2017 à l'URL :

<https://medium.com/@SophieB./la-symbolique-de-la-licorne-et-sa-place-dans-la-sémiologie-du-web-6ec33ef2745f>

Podcasts

PASTOUREAU M., « Les secrets de la licorne » sur France Culture, émission diffusée le 22 juin 2013. Disponible à l'URL : <https://www.franceculture.fr/emissions/concordance-des-temps/les-secrets-de-la-licorne>

PASTOUREAU M., « Les mystères de la licorne » dans les chroniques « Les Animaux ont aussi leur histoire » sur France Culture, émission diffusée le 30 août 2015. Disponible à l'URL : <https://www.franceculture.fr/emissions/les-animaux-ont-aussi-leur-histoire/les-mysteres-de-la-licorne>

PSYCHOLOGIE

Ouvrages

SPROLES G., *Behavioral science theories of fashion*, in Michael R. Salomon (ed.), *The Psychology of Fashion*, Lexington (Mass.), Lexington Books, 1985, cité par ERNER G. dans *Sociologie des tendances : « Que sais-je ? » N°3796*, Presses Universitaires de France, Paris, 2009

Reuves

DELVIGNE F., DE RYCKEL C., « La construction de l'identité par le récit », *Psychothérapies* (en ligne), vol. 30, no. 4, 2010, pp. 229-240, consulté à l'URL : <https://www.cairn.info/revue-psychotherapies-2010-4-page-229.htm>

SUTTON-SMITH B., « Psychology of childlore: the triviality barrier » (p1-8), *Western Folklore*, 29, 1970

Sommaire des annexes

ANNEXE 1 : CORPUS	77
ANNEXE 2 : ANALYSE PRELIMINAIRE DU CORPUS	146
ANNEXE 3 : ANALYSE SEMIOLINGUISTIQUE DU CORPUS	156
ANNEXE 4 : ANALYSE DU BASSIN SEMANTIQUE ET DE LA TOPIQUE SOCIOCIALE	160
ANNEXE 5 : ANALYSE DU CORPUS PRESSE.....	175
ANNEXE 6 : ANALYSE SEMIOLOGIQUE DE LA MARQUE FAUX	184
ANNEXE 7 : ANALYSE AUDIOVISUELLE DE LA LICORNE	188
ANNEXE 8 : LA CONTRE-CULTURE DE L'ENCHANTEMENT	194
ANNEXE 9 : ANALYSE LINGUISTIQUE DU TERME	203
ANNEXE 10 : CORPUS DES RESEAUX SOCIAUX.....	215
ANNEXE 11 : LA LICORNE ET LE PROFANE MYSTIQUE	220
ANNEXE 12 : LA LICORNE, PRODUIT TRANSFORME	230

Annexe 1 : Corpus

Catégorie alimentaire

The screenshot shows the website for 'Feerie cake'. The top navigation bar includes 'SHOP', 'BLOG', 'CONTACT', 'ESPACE PRO', 'SERVICE CLIENT +33 1 64 17 16 80', and 'JE ME CONNECTE'. The main header features the brand logo, a search bar with the text 'Que recherchez vous ?', and a 'MON CABAS' button. Below the navigation bar, there are icons for 'CUPCAKES', 'CONFISERIES', 'THÈMES', 'BISCUITS', 'GÂTEAUX', 'FÉRIE COOK', and 'BLOG'. The main content area is titled 'LICORNE' and includes a sub-section for 'NOËL' with a list of products: 'LES MOULES À BÛCHES', 'LES EMPORTE-PIÈCES DE NOËL', 'CONSERVATION ET PRÉSENTATION', 'CAISSETTES À CUPCAKES DE NOËL', 'SPRINKLES ET DÉCORS COMESTIBLES', 'DÉCORS NON COMESTIBLES', and 'LES MOULES À CHOCOLATS'. A large image of a unicorn cake is featured, with the text 'Licorne' and a description: 'Les licornes c'est LA tendance du moment ! Que ce soit en **emporte-pièce** ou en **décoration en sucre**, les licornes nous font craquer ! Allez, maintenant à vous ce fondre !'. Below the image, there are sorting options: 'Trier par prix', 'Nouveautés', and 'Afficher les 40 produits'. A footer at the bottom contains a cookie consent message: 'En poursuivant votre navigation sur ce site, vous acceptez l'utilisation de Cookies qui garantissent son bon fonctionnement. Plus d'infos' and a 'Fermer' button.

Extrait du site feeriecake.fr

The screenshot shows a Facebook post from 'Cdiscount Shopping' dated 'dimanche, à 07:00'. The post text reads: 'Gâteau de rêve pour licorne-addict !' followed by a link: 'http://bit.ly/2rdVgxt'. The main image is a cake titled 'EMPORTE-PIÈCE LICORNE' featuring a unicorn on top of a blue cake decorated with a rainbow and clouds. The Facebook interface includes a comment box with 'Votre comment...', a GIF icon, a smiley face icon, and a share icon. At the bottom, there are icons for messages, profile, home, notifications, and a menu.

Publicité sponsorisée sur Facebook de la marque Cdiscount



Source : Facebook

89. Une salière et une poivrière licorne

Prix : à partir de 24,95€ chez L'Avant Gardiste



Source : Topito

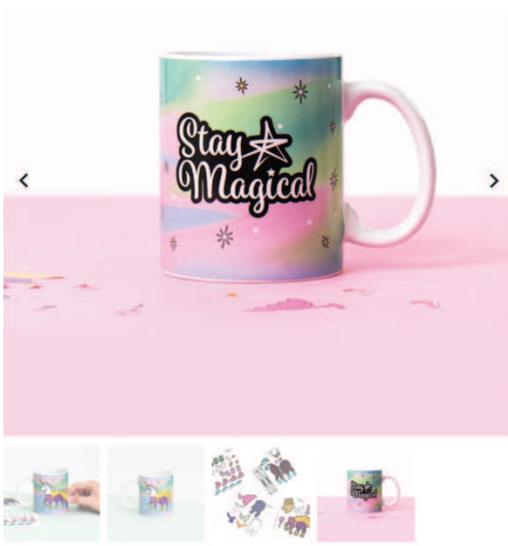


Bouchon de vin Elodie la licorne
16,95 €

Source : L'Avant-Gardiste



Pics apéritif licorne
4,95 €



Source : Firebox.com

Not to be lewd, but have you ever noticed that unicorns are naked?

We have, so we made them some clothes - 40 fabulous fashions and accessories in sticker form, to be precise. Keep your legendary ceramic beast warm and fashion focused on a ski trip, or kit the little fella out with a tutu or superhero costume. Or use the other 37 items of clothing. Or keep him unclothed! *Bit weird though.*

Simply attach these charming waterproof stickers to the included unicorn mug as you see fit and reuse them time and time again for endless sartorial fun. Finally you've got something to do on your tea break!

More detail and specification



Home > Gifts > Unicorn Dress Up Mug



NEW

Unicorn Dress Up Mug

Dressed to a 'Tea'

In Stock

€11.49

Add to basket

♥ Add to wishlist

Feedback

Description Share Related

- Adorable unicorn mug with 40 reusable outfit stickers
- Make every brew magical!
- Any self-respecting steed needs sunglasses and a cape
- The Kate Moss of the mythical beast world
- Something to fiddle with during awkward office small talk
- Awww, look at his little shoes!

Source : Firebox.com



Corne à boire Licorne

de Think Geek

★★★★☆ 9 commentaires provenant des USA

Prix : EUR 57,90

Tous les prix incluent la TVA.

Il ne reste plus que 1 exemplaire(s) en stock.

Livré avant Noël.

Faites-vous livrer 14 et 23 déc. en choisissant la Livraison Rapide lors du passage de commande. [En savoir plus.](#)

Expédié et vendu par Mondiversi It's a Different World.

1 neuf à partir de EUR 57,90

- Not intended for use with hot liquids
- Hand wash only
- Stand and horn included
- Capacity: 2.15 oz. Materials: BPA-free ABS plastic.
- Measures approximately 29.8cm(W) x 12.8cm(H) x 11.9cm(D)

Partager

EUR 57,90 + EUR 20,00 Livraison en France métropolitaine
Il ne reste plus que 1 exemplaire(s) en stock. Vendu par Mondiversi It's a Different World

📍 Livrer à Morgane - Gaillon 27600

Ajouter au panier

Activez la commande 1-Click

Ajoutez à votre liste

Vous l'avez déjà ? [Vendez sur Amazon](#)

Source : Amazon

112. Une canette remplie de potion de licorne, pour être plein-e d'énergie

Prix : à partir de 3.50€ chez L'Avant Gardiste



Source : Topito



Source : Rayon Monoprix

 **Club Sandwich**
hier à 15:58 · 🌐

Pourtant on voulait arrêter avec les licornes...



CLUBSANDWICH.KONBINI.COM
Ces gâteaux licornes sont (presque) trop adorables pour être mangés

👍👎👤 127 112 commentaires

👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager

Source : Facebook/Club Sandwich

 crazy_sweets_it S'abonner



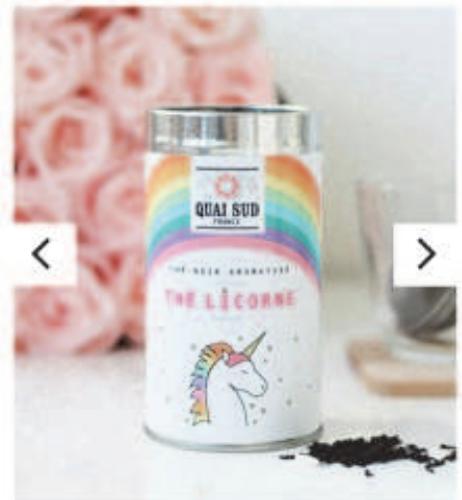
714 mentions J'aime

383. Une pinata licorne

Prix : à partir de 20€ chez **My Little Day**



Source : Topito



Thé de licorne

Source : L'Avant-Gardiste



Source : magasin Little Extra (Rouen Dock 76)



Source : Monoprix (Asnières-sur-Seine Gare)



Le rayon comprend :

- Une partie make-up « Petits prix » (accessoires de maquillage)
- Des jeux (bouée, jeux de cerceaux)
- Des accessoires d'anniversaire pour enfant (ballons personnalisables, serre-tête, serviettes, moules à gâteaux)



Source : Starbucks « Unicorn Frappuccino »



Source : Instagram Innocent

Livraison à domicile du Lundi au Samedi de 7h à 21h selon localités. [Appel iPhone et Android](#) [Contactez-nous](#)

picard Vos courses et des idées gourmandes en quelques clics.

picard & MJO Mon compte
Votre programme de fidélité

Rechercher un produit, une idée...

PRODUITS IDÉES À CUISINER QUALITÉ & SAVOIR-FAIRE MAGASINS MON COMPTE 0 produit 0,00 €

Accueil / Tous les produits / Les pâtisseries / 2 cupcakes licorne

2 Cupcakes licorne

NOUVEAU

4.95 €
C'EST NOUVEAU

Quantité 1 AJOUTER AU PANIER

Ajouter à ma liste Choisir une taille

So sweet? dans leurs jolies corsettes roses à pois blancs, ces cupcakes font de l'air à nos petites à l'heure du goûter. Côté saveurs, ils sont garnis d'un cœur à la framboise, décorés d'une crème saupoudrée de petits macarons de mariage et surmontés d'une corne en chocolat blanc. Tu rigoles?

★★★★★ Lire les 7 avis Contacter un avis

Source : Picard



Unicorn Tears Gin Liqueur

Unicorn's Ruin

In Stock

€45.79

We can't ship this particular product to FRANCE... yet

[Why?](#)

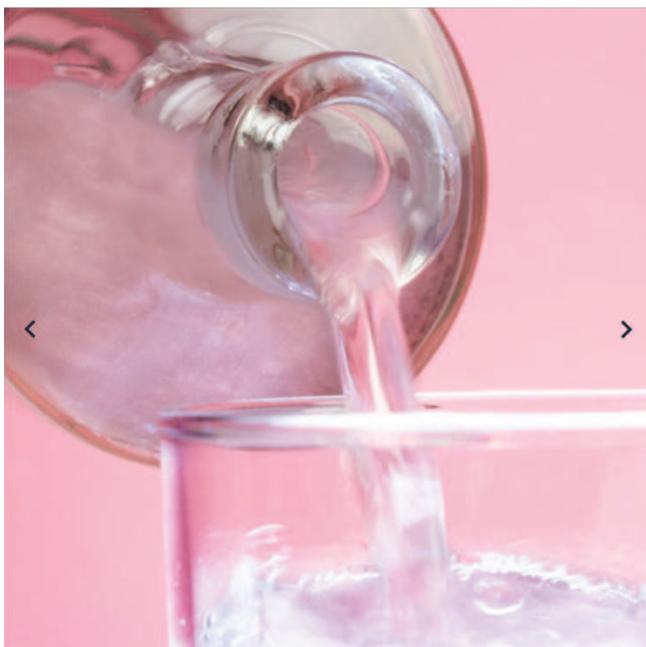
See available products

Add to basket

Add to wishlist

Description 80 Reviews 31,040 Shares **Rela**

- A mythical spirit made from the tears of humanely raised Unicorns
- Embody the magical power of this fabled beast
- Batch 2 of our bittersweet bestial booze
- Real Unicorn tears with sublime glittery finish
- Created by Firebox



A Firebox best-seller

Description 80 Reviews 31,040 Shares **Related**

[V - Suitable for Vegetarians](#)

This gin liqueur contains real Unicorn tears. Created by Firebox in a **secret location**, using our free range Unicorn herd and **closely-guarded** extraction process (patent pending).

For our second batch, we've refined and improved our emotion harvesting technology, resulting in a bittersweet gin experience and an **iridescent glittery appearance** that will blow your mind.

To give Unicorn tears their unique taste, we **humanely force-feed** these beautiful beasts entire wheelbarrows of citrus fruit, oranges, juniper berries, bunches of coriander, and sticks of liquorice. We then force down this concoction with a giant glittery pestle, like fantasy foie gras, and reap the tears as they fall.

You too can now **embody the purity, power and potency** of nature's most sacred steed.

To unleash their magical powers: Swirl the bottle. Behold its shimmering majesty. **Consume the mythical spirit.**

Source : Firebox.com



Source : Firebox.com

Tasty a partagé la vidéo de Tasty Junior.
4 h · €

Follow Playfull for more parenting videos like this!



Tasty a partagé la vidéo de Tasty Junior.
4 h · €

Follow Playfull for more parenting videos like this!



Tasty a partagé la vidéo de Tasty Junior.
4 h · €

Follow Playfull for more parenting videos like this!



Tasty a partagé la vidéo de Tasty Junior.
4 h · €

Follow Playfull for more parenting videos like this!





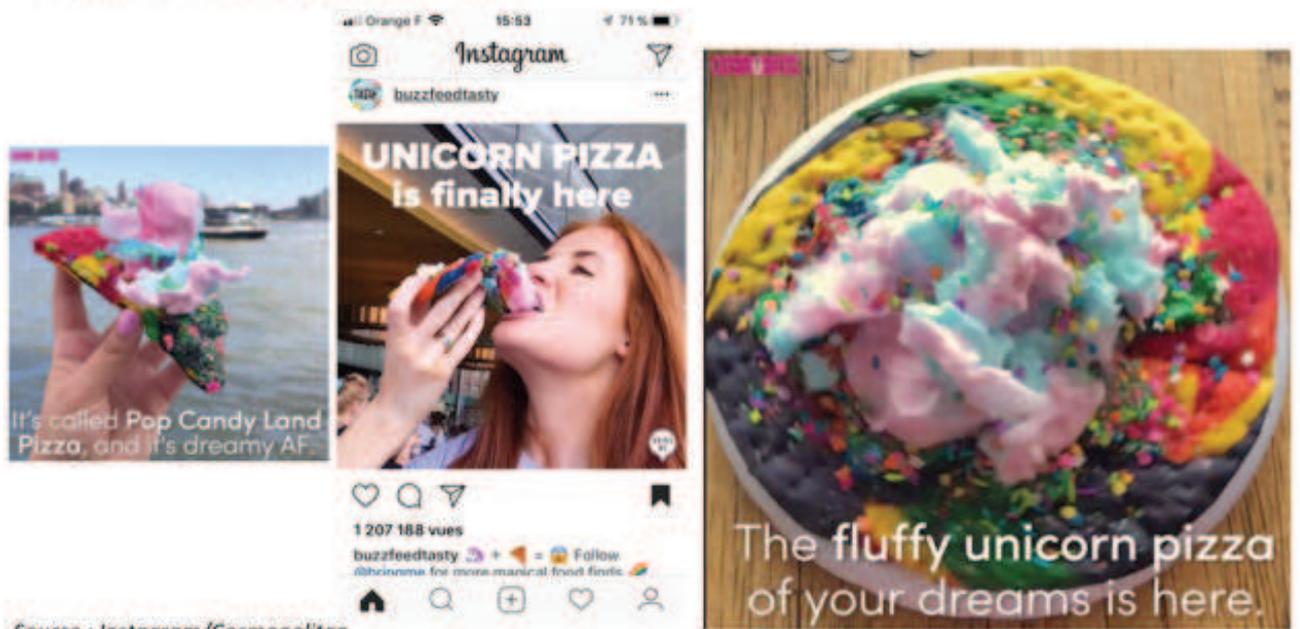
Source : Facebook Page Tasty

La tendance de l'« Unicorn Toast »



Source : Instagram

La tendance de la « Pizza Unicorn »



Source : Instagram/Cosmopolitan

Catégorie confort et lifestyle

TOPITO Topito
6 février, 17:17 · 🌐

Elle ne réchauffe pas que ton corps, mais ton cœur aussi!!
Dispo ici : <http://amzn.to/2iTmqGn>
Chaque jour, les meilleures idées cadeaux sont sur [Topito Shopping](#) 🛍️🛍️



TOPITO
SHOPPING

2 C'EST ENCORE MIEUX
QU'UN GROS CÂLIN

🔊

Source : Facebook/Topito

211. Un bougie parfum « pet de licorne », ça vend du rêve

Prix : à partir de 10.28€ chez Special Days Designs LTD UK



Source : Topito



Brume désodorisante de licorne

Source : l'avant-gardiste



Capture d'écran d'une publication Facebook du site Topito



Source : photo personnelle dans le Monoprix d'Asnières-sur-Seine (Mairie).

Combien ? à partir de 40.00 €

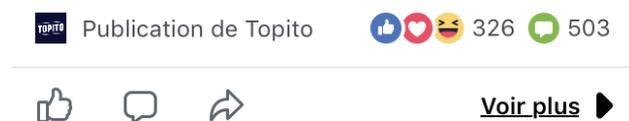
Chez qui ? Etsy

Il m'en faut (au moins) un !

Pourquoi c'est top ?

1. Parce qu'on a atteint le summum de la kitchitude
2. Parce qu'ajouter une licorne à cet animal disgracieux, c'est bien
3. Parce que t'as jamais eu de peluche de ce style

Une idée de Topitruc ? Proposez-la nous !





EXCLUSIVE

Chubby Light-Up Unicorn

Plump and Plush

In Stock

€40.09

Add to basket

♥ Add to wishlist

1 accessory available
Batteries (4x AA)

Description

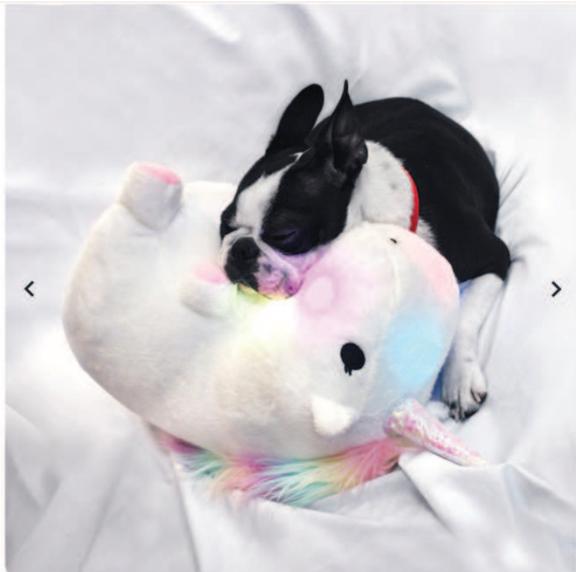
7 Reviews

473 Shares

Related

- Relax in the glowing aura of an overweight Unicorn
- Illuminates with a whole rainbow of colours
- Stupidly soft and cuddly
- Luxuriant pastel mane that you can style as you please
- It's like Aurora Borealis, only in the belly of a mythical beast

Feedback



Description

7 Reviews

473 Shares

Related

- Relax in the glowing aura of an overweight Unicorn
- Illuminates with a whole rainbow of colours
- Stupidly soft and cuddly
- Luxuriant pastel mane that you can style as you please
- It's like Aurora Borealis, only in the belly of a mythical beast

Someone's eaten a few too many rainbow bagels...

Just look at this Chubby Light-Up Unicorn, it's so podgy its practically rocking on its soft, plush ass.

This cuddly creature sports a windswept **pastel mane** that you can style as you wish while its **body glows** with a vibrant **rainbow of colours**. It's your very own Aurora Borealis, safely contained within the rounded belly of a mythical beast.

More detail and specification

7 Reviews

Average 5/5 stars ★★★★★

Feedback

Source : Firebox.com

420. Un bonnet de douche (ou charlotte) licorne

Prix : à partir de 5,80€ chez Amazon



Source : Topito

50. Un repose-tête licorne

Prix : à partir de 36,95€ chez L'Avant Gardiste



411. Un coussin Pusheen licorne

Prix : à partir de 16,25€ chez prix-cadeau



Source : Topito

31. Un déguisement de licorne pour doigts

Prix : à partir de 9,99€ chez L'Avant Gardiste





Source : photographies personnelles prises dans la boutique La Chaise Longue (Angers)

☰ COSMOPOLITAN
STYLE BEAUTY LOVE VIDEO OSCARS
SUBSCRIBE FOLLOW 🔍 🌐 US

This Rainbow Unicorn Pool Float Fits Six People, Is Where The Party's At

You're going to need a bigger pool.

👤 By Lindsey Matthews Mar 9, 2019
631k
📘
🐦
✉️

MORE FROM LIFESTYLE

▶️ Tyler The Hollywood Medium Helps a Cosmo Editor

Source : Cosmopolitan

📶 Orange F 📶 19:41 📶 🔋 92%

⬅️
📱
👤
L'AVANT GARDISTE
L'AVANT GARDISTE
1 h · 🌐
⋮

Vous en rêvez ? Bientôt disponible sur L'AVANT GARDISTE ! 🙌

FONTAINE LICORNE GÉANTE

🗨️
😊
➤

📄
👤
🏠
🔔
☰

Source : Facebook de la page L'Avant-Gardiste

32. Une enceinte licorne qui danse

Prix : à partir de 24.95€ chez L'Avant Gardiste



Source : Topito



Source : Magasin Alice Délices

Catégorie décoration

305. Une licorne à tricoter

Etsy : à partir de 48€ chez Firebox



510. Du ruban adhésif licorne, l'accessoire de bureau indispensable

Etsy : à partir de 15,27€ chez Amazon



Source : Topito

82. Une licorne gonflable géante

Etsy : à partir de 56,99€ chez L'Avant Gardiste



456. Un trophée tête de licorne, pour les fans de poneys et de cornes

Etsy : à partir de 42,00€ chez Etsy



Source : Topito



EXCLUSIVE

Crying Unicorn Candle

Cry me a rainbow

IN STOCK

€22.89

Add to basket

Add to wishlist

1 accessory available
2 Spare Rainbow Candles

Description

11 Reviews

5,445 Shares

Relab

- Is there anything more beautiful than a Unicorn crying?
- Weeps a waxy rainbow of tears
- Knowingly-Kitsch ceramic ornament
- Unusual home décor for Unicorn-lovers
- Comes with two spiralled horns

Source : Firebox



Unicorn Squirrel Feeder

Découvrez notre [guide d'achat](#) et nos [idées de cadeaux](#) pour préparer au mieux les fêtes de fin d'année.

de Accoutrements

★★★★☆ 95 commentaires provenant des USA

Prix : **EUR 18,36** Livraison gratuite dès EUR 25 d'achats en France métropolitaine. [Détails](#)
Tous les prix incluent la TVA.

Il ne reste plus que 1 exemplaire(s) en stock.

Livré avant Noël. Choisissez l'option au cours de votre commande.

Voulez-vous le faire livrer le jeudi 7 déc.? Commandez-le dans les **17 h et 59 mins** et choisissez la **Livraison Express** au cours de votre commande. [En savoir plus.](#)

Vendu par **Bargains 4 Ever** et **expédié par Amazon** dans un emballage **'Déballer sans s'énerver par Amazon'**. Emballage cadeau disponible.

Note: Cet article est éligible à la livraison en points de collecte. [Détails](#)

Partager    

Neuf: **EUR 18,36**

Votre adresse de livraison:
Levallois-Perret 92300

 **Ajouter au panier**

[Activez la commande 1-Click](#)

D'occasion: **EUR 11,00**

Autres vendeurs sur Amazon

EUR 18,99  **Ajouter au panier**

Livraison gratuite dès EUR 25,00

Source : Amazon

L'AVANT GARDISTE

[Nouveautés](#) [Les TOPS](#) [Maison&objets](#) [Cuisine&bar](#) [High-tech](#) [Kids](#) [Lifestyle](#) [Epicerie](#) [Idées cadeaux](#)



Offre chocolâtée : -15% sur tout le site dès 40€ d'achat
CODE : LOVEFISH

[Accueil](#) | [Licorne Addict](#) | [Licorne vivante](#)



Licorne vivante
3 000 000,00 €

Grande nouvelle ! Comment ça vous n'êtes pas au courant ?! Et oui, vous ne rêvez pas L'AVANT GARDISTE a ENFIN trouvé cet animal majestueux dont tout le monde parle! Perdu dans un champ de fleurs au beau milieu de la Provence, un élevage de licornes y séjourne. Ces animaux magiques aiment gambader sur les arcs-en-ciel, côtoyer les étoiles, distribuer des paillettes d'amour, et laisser une touche de féerie derrière elles, le tout en ayant une chevelure de sirène. On a TOUS besoin d'une licorne dans sa vie, alors n'attendez plus !

JE LA PRÉ-COMMANDE

**Rupture temporaire, victime de son succès...
Prévenez-moi lorsque le produit est disponible :**

VALIDER

 [Sauvegarder](#)

Source : Poisson d'avril de l'Avant-Gardiste sur Facebook



L'AVANT GARDISTE

1 avril, 11:00 · 🌐

[ALERTE INFO] Élevez VOTRE licorne, c'est maintenant possible ! 🦄
Shop now → <http://bit.ly/licorne-vivante>



👍 J'aime

💬 Commenter

🔗 Partager



Source : Poisson d'avril de l'Avant-Gardiste sur Facebook

DESCRIPTION

- Licorne vivante
- Taille : 1m60 bras levés
- Pelage : blanc comme neige et doux comme un nuage
- Tatouée et percée et... bien élevée
- Elevée en plein air
- Crinière soyeuse rose bonbon
- Corne unique au milieu du front
- A laisser gambader dans un champ de préférence de pâquerettes (nécessite d'avoir un terrain de minimum 1 hectare), et sur les arcs en ciel
- Caractère : la licorne fait ce qu'elle veut. Quand elle veut. Ou elle veut. Avec qui elle veut. L'AVANT GARDISTE n'est pas tenu responsable des caprices de votre licorne. Elle prend souvent le caractère du propriétaire
- Pour rendre votre licorne heureuse :
 - Nourrissez la tous les jours de tout ce qu'elle aime tout sauf Healthy. La licorne n'est pas à la diet.
 - A laver deux fois par jour avec amour. La licorne a besoin de son intimité. Elle aime les bains et se lave, seule.
 - Animal et rare en voie de disparition, il est donc important d'en prendre soin !

Livraison & retour

Pas de Colissimo, à venir chercher au point relais dans le pré de L'AVANT GARDISTE (adresse communiquée au moment de l'achat)

HEEEEEEEEEEEY OH RÉVEILLE TOI !

#poissondavril

Vous avez pensé une seule seconde qu'on allait vous vendre une licorne à 3 millions d'euros ?!

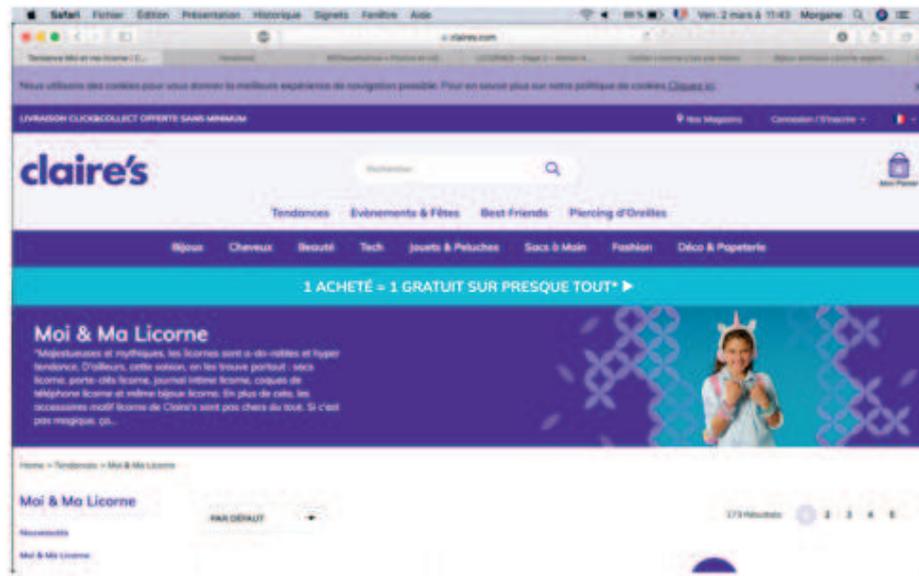
Mais SURPRISE ! Rien n'est perdu et on t'offre -15% sur tout le site, c'est pas si mal ?

A prendre ou à laisser !



Source : fenêtre de conclusion du Poisson d'avril de L'Avant-Gardiste sur Facebook

Catégorie Accessoires



Source : Gamme « Moi & Ma Licorne » sur le site de la marque [Claire's](https://www.claire's.com)



Source : Marque [Joyau Magique](https://www.joyau-magique.com)

18 RÉSULTATS



T-SHIRT TROLL NUL

20,00 €



T-SHIRT LICORNE RÉTRO BLEUE

20,00 €



Source : Marque Joyau Magique



Source : photographie personnelle prise dans une boutique de la marque Naf Naf (Marne La Vallée)

Catégorie soin et maquillage

Life's A Festival Collection is here! [Shop Now](#) United States ^ [SIGN IN](#)

[United States](#) [Canada](#) [Ireland](#) [Mexico](#) [United Kingdom](#)



sephorafrance • Abonné(e)

sephorafrance COMING SOON
 @glamglowfrance : une édition limitée 🦄
 qu'on a très très hâte de vous faire
 découvrir. Restés connectés 🥰🦄
 #Glamglow @glamglow #PonyPower © 2018
 Hasbro. All Rights Reserved. Licensed by
 Hasbro.

Charger d'autres commentaires

lordonnier @estellemassicot @cordiiii
 jusptl @chloe_trns 🥰
 maevagrebeauval Sympa la faute
 d'orthographe
 mrrnrcs @chlo_lpne des masques je crois
 🥰🦄🦄🦄
 iam.cassie @ad_lyiis @laurelinedpl regarder
 la collection 🥰
 fdl_lea @jeanne_gate

16 402 J'aime
 IL Y A 1 JOUR

Ajouter un commentaire...

Source : Instagram Sephora France

MON COMPTE LA CARTE SEPHORA MAGASIN ET SERVICES 0 PANIER

NOUVEAU **Alerte aux licornes addict** : Découvrez la collection **Too Faced** Life's a festival de Too Faced pour un effet holographique ! **JE CRAQUE !**

SEPHORA RECHERCHER LIVRAISON RAPIDE 48h en relais

MAQUILLAGE PARFUM SOIN VISAGE CORPS & BAIN HOMME CHEVEUX ACCESSOIRES NOUVEAUTÉS MARQUES | INSPIREZ-VOI

Accueil > **UNICORN BEAUTY by Richard Homel**

AFFINER PAR

MARQUES

- TOO FACED (13)
- URBAN DECAY (8)
- SEPHORA COLLECTION (6)
- BENEFIT COSMETICS (6)

plus de marques

PRIX

5€ - 80€

5€ 80€

SPÉCIFICITÉS

- Exclusivité (46)
- Nouveau (23)
- Exclusivité Internet (6)
- Edition limitée (5)
- Offre spéciale (1)

TEINTES

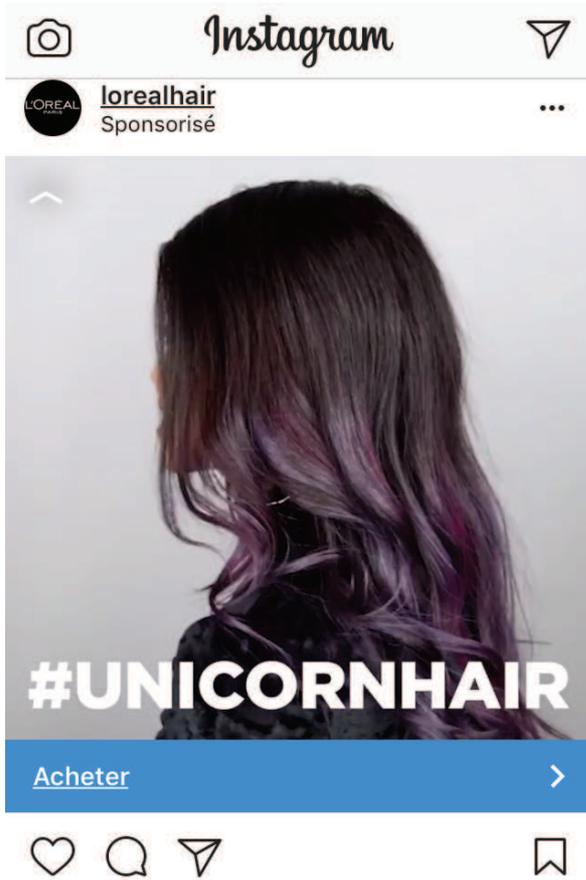
TENDANCE Makeup LICORNE

Attention les yeux, on sort les paillettes !
 Brillez de mille feux grâce aux conseils de pro de Richard
 et son **sensationnel makeup unicorn** !

RETOUR

La beautysphère ne parle que de ça ! Heureusement.
 Sephora vous a préparé un super **tuto vidéo** pour découvrir comment réaliser
un maquillage licorne facile. Pailleté, nacré, irisé, métallisé, holographique, duo-chrome,
 arc-en-ciel... Les marques les plus tendances rivalisent de créativité pour votre plus grand plaisir.
 Depuis le **sérum embellisseur Farsali**, aux **highlights Fenty** et **Kat von D**,
 votre teint n'aura jamais été aussi glowy !
 Les incroyables **fards à paupières concoctés par Huda** se verront rehaussés
 avec les **eyeliners à paillettes Too Faced** et une sublime paire de **faux-cils**.
 On détourne les fards irisés sur les lèvres, une bonne dose de **gloss Huda** aux reflets métalliques et
 vous êtes ready to party !

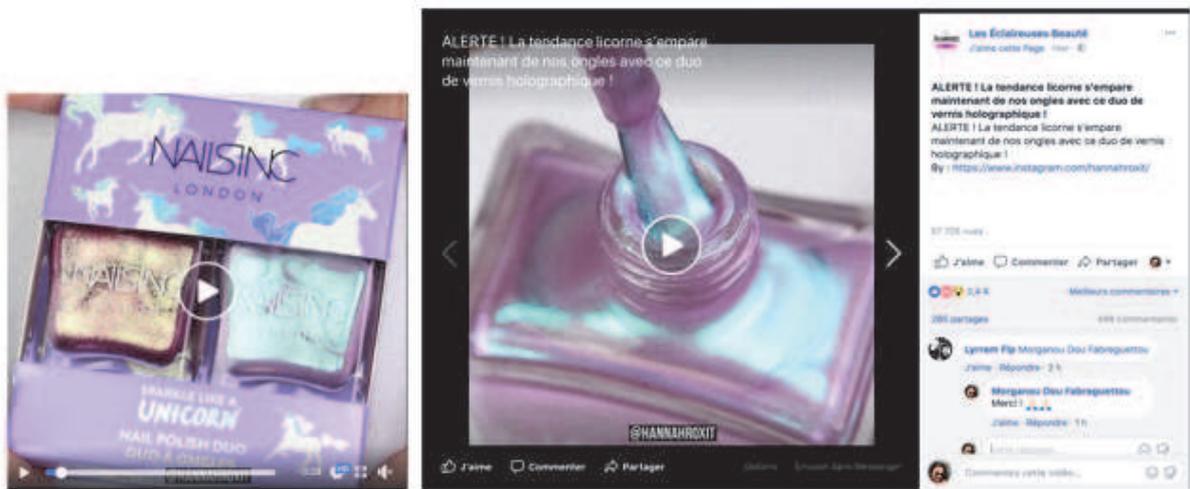
68 produits Trier par pertinence Affichage par 60 | Tout voir



Source : Instagram/Page L'Oréal Hair



Source : Gamme L'Oréal Colorista, site L'Oréal Paris



Source : Facebook, Instagram et Nailsinc London



Source : site internet de la marque Colab

product
RANGE

unicorn
FRAGRANCE

with an
enchanting sparkling plum
and vanilla
scent

more info

Source : site internet de la marque Colab



Source : photographie personnelle prise dans au rayon « soins coiffants » de Monoprix (Asnières-sur-Seine)

408. Des pansements licorne
Prix : à partir de 5,7€ chez The-Warehouse



Source : Topito

C'EST LA VIE 06/12/2016 13:06 CET | Actualisé 06/12/2016 13:50 CET



La dernière tendance maquillage? Le eyeliner "licorne"

Après le "dickliner" voici la nouvelle tendance maquillage féérique et décalée.

Par Claire Tervé



ON EN PARLE



Le testament manuscrit de Johnny Hallyday dévoilé



Il avait 1 chance sur 100 millions, cet astronome amateur a observé la naissance d'une supernova



Najat Vallaud Belkacem a trouvé un deuxième job

Source : huffpost.fr

Catégorie prêt-à-porter

The screenshot shows the Firebox website's 'Period Panties' product page. The page features a large image of a person wearing colorful, patterned underwear. To the right, there is a list of product options with their prices and availability.

Product Name	Availability	Price
Rainbo: First Blood L	In Stock	£13.59
Rainbo: First Blood M	In Stock	£13.59
Rainbo: First Blood S	In Stock	£13.59
Jurassic Period L	In Stock	£13.59
Jurassic Period M	In Stock	£13.59
Jurassic Period S	In Stock	£13.59

Source : Firebox

The screenshot shows a Facebook post from the page 'Topito'. The post includes a profile picture, the name 'Topito', and the time 'hier à 17:17'. The main text of the post is in French and promotes 'Topito Shopping' as a source for cool gifts. Below the text are two images of purple underwear featuring a pattern of pugs, rainbows, and clouds.

TOPITO Topito
hier à 17:17 · 🌐

Pour séduire dans le confort le plus total

Tous les cadeaux les plus cools sont sur
Topito Shopping

Un slip (oui oui un slip) avec des carlins licorne

⚡ Topito

Source : Topito

L'AVANT GARDISTE Pâques-Man Nouveautés Maison&objets Cuisine&bar High-tech Kids Lifestyle Epicerie Idées cadeaux

Accueil | Lifestyle | Accessoires | Kit de 2 paires de chaussettes licorne magique

Kit de 2 paires de chaussettes licorne magique ★★★★★ (2)
14,95 €

Enfilez une dose de magie à vos pieds grâce aux chaussettes licorne magique... Des paillettes, des licornes, de la chaleur... que demander de mieux ? Vous allez être prêtes pour danser sur les arc-en-ciel ou surfer sur un tourbillon de folie !

Qté. 1 **AJOUTER AU PANIER**
Sauvegarder

DESCRIPTION

- Chaussettes licorne magique
- Deux paires
- Licornes tisser dans les chaussettes
- Matière : coton, polyamide, fibre, élastane
- Livré dans une jolie boîte
- Taille : convient du 37 au 41

LIVRAISON & RETOUR

Source : L'Avant-Gardiste

SOCK f t i p GIFT CARDS (503) 419-6428 CUSTOMER SERVICE My Account

Shop Lookbook Monthly About Cool Girl

1 SELECT YOUR SOCK SUBSCRIPTION OPTIONS

2 MAGICAL FLYING PONIES DELIVER 2 PAIRS OF MYSTERY SOCKS

3 REPEAT MONTHLY FOR AS LONG AS YOU CAN HANDLE

Source : Sock It To Me

MON COMPTE LA CARTE SEPHORA
MAGASINS ET SERVICES ♥ 0 PANIER

SEPHORA

Q

LIVRAISON RAPIDE
 48h en relais

MAQUILLAGE
PARFUM
SOIN VISAGE
CORPS & BAIN
HOMME
CHEVEUX
ACCESSOIRES
NOUVEAUTÉS
MARQUES
INSPIREZ-VOI

Accueil > **UNICORN BEAUTY by Richard Homel**

AFFINER PAR

MARQUES ▾

- TOO FACED (12)
- URBAN DECAY (8)
- BENEFIT COSMETICS (6)
- SEPHORA COLLECTION (5)

plus de marques

PRIX ▾

5€ - 65€

5€

65€

SPÉCIFICITÉS ▾

- Exclusivité (42)
- Nouveau (21)
- Exclusivité Internet (8)
- Edition limitée (3)
- Offre spéciale (1)

TEINTES ▾

TENDANCE Makeup LICORNE

Attention les yeux, on sort les paillettes !
Brillez de mille feux grâce aux conseils de pro de Richard et son **sensationnel makeup unicorn** !

EN SAVOIR PLUS ▾

62 produits
Trier par pertinence ▾
Affichage par 60 | Tout voir

NOUVEAU
TOO FACED
Life's A Festival Eye
Shadow Palette
Palette fards à paupières
43,50€
exclu

NOUVEAU
TOO FACED
Festival Rainbow Strobe
Highlighter
Enlumineur
33,00€
exclu

NOUVEAU
TOO FACED
Unicorn Horn Mystical
Highlighting Stick
Enlumineur stick
29,50€
exclu

[Existe en 2 teintes]

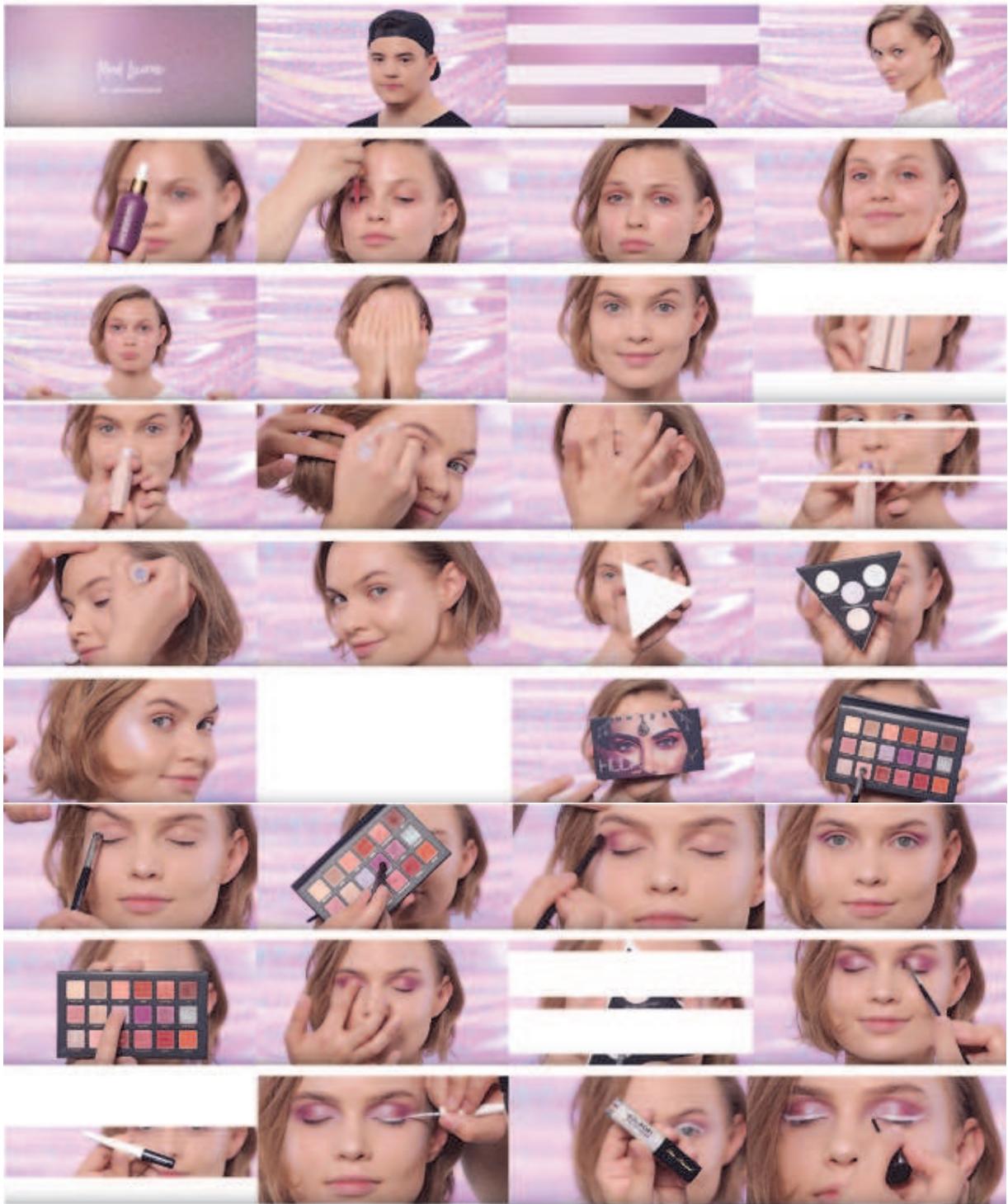
NOUVEAU
TOO FACED
Festival Refresh Spray
Spray fixateur maquillage
26,00€
exclu

TENDANCE Makeup LICORNE

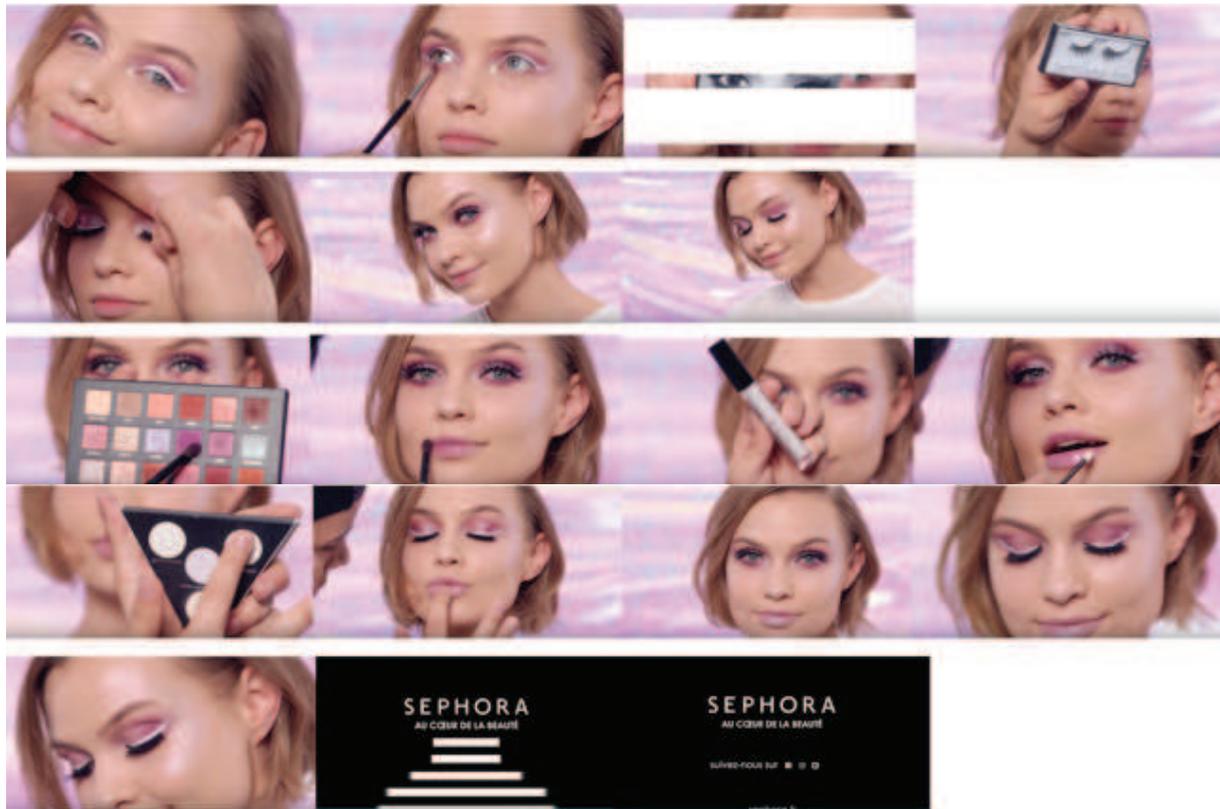
Attention les yeux, on sort les paillettes !
Brillez de mille feux grâce aux conseils de pro de Richard et son **sensationnel makeup unicorn** !

RETOUR ▲

La beautysphère ne parle que de ça ! Heureusement, Sephora vous a préparé un super **tuto vidéo** pour découvrir comment réaliser **un maquillage licorne facile**. Pailleté, nacré, irisé, métallisé, holographique, duo-chrome, arc-en-ciel... Les marques les plus tendances rivalisent de créativité pour votre plus grand plaisir. Depuis le sérum embellisseur Farsali, aux highlighters Fenty et Kat von D, votre teint n'aura jamais été aussi glowy ! Les incroyables fards à paupières concoctés par Huda se verront rehaussés avec les eyeliners à paillettes Too Faced et une sublime paire de faux-cils. On détourne les fards irisés sur les lèvres, une bonne dose de gloss Huda aux reflets métalliques et vous êtes ready to party !



Source : Vidéo Youtube sur la page dédiée du site [Sephora France](https://www.sephora.fr)



La vidéo réalisée par Sephora France dure 1 minute et rassemble plusieurs éléments renvoyant directement à la figure de la licorne. Le maquillage est réalisé par Richard Homel, une figure phare de la marque en France, très présente dans les prises de parole sur les réseaux sociaux de la marque.

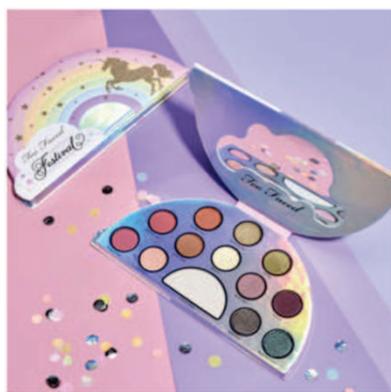
Elle met en scène une bonne partie de la collection spéciale « Unicorn Beauty by Richard Homel », une gamme de produits sélectionnés par le maquilleur. On compte XX séquences dans cette vidéo courte, chacune séparée par une animation par bandes blanches et roses, la signature Sephora (bandes noires et blanches) déclinée sur le thème licorne. À noter : toutes les étapes de ce maquillage sont montrées, le seul moment où l'action n'est pas représentée s'explique par le fait que le produit employé ne fait pas partie de la collection.

Ordre des séquences :

- 1-2 : présentation des 2 acteurs de la vidéo
- 3 : l'étape de préparation (sérum hydratant et coloration des sourcils)
- 4 : usage du premier élément de maquillage, un stick pailleté
- 5 : deuxième stick appliqué sur le visage, cette fois-ci violet
- 6 : présentation de la palette d'enlumineur triangulaire
- 6 : plus longue séquence avec le maquillage des yeux (plusieurs teintes appliquées, agrégation et métamorphose progressive)
- 7 : étape de paillettes sur les yeux
- 8 : étape de l'eyeliner blanc et ajout de paillettes
- 9 : Pose de faux-cils
- 10 : maquillage des lèvres

Figures de la licorne (dans l'ordre l'apparition) :

- La dominance de la couleur rose et de la texture irisée
- La posture de profil (propre aux vidéos de maquillage, mais aussi à la posture de la licorne dans l'art héraldique)
- Les larmes de licorne
- La transformation : lorsque les sourcils sont maquillés comme par magie en passant ses mains dessus (aspect esthétique d'une magie licornienne mais aussi souci marchand, la collection ne présentant pas de produit pour les sourcils, on éclipse donc la marque de celui utilisé pour la vidéo). L'effet de la métamorphose apparaît aussi pendant l'étape du maquillage des yeux, avec un mouvement de caméra lorsque la jeune femme rouvre ses yeux. On est renvoyé à l'univers des contes et des Disney lorsque la princesse ouvre les yeux après que son sort soit levé.
- L'angularité, le triangulaire (palette de fards)
- L'innocence (posture de profil, sourire, le yeux clos)
- Les paillettes et le blanc



THE Beauty BOARD

TOO FACED

Life's A Festival Eye Shadow Palette
Palette fards à paupières J'AIME

★★★★★ 4.6 (34) [DONNEZ VOTRE AVIS](#) [POSEZ VOTRE QUESTION](#)

NOUVEAU | EXCLU

Life's A Festival est une palette d'ombres à paupières duo-chromatiques arc-en-ciel. Un mélange de mats crémeux audacieux et d'éclats de couleurs iridescentes, complété par un enlumineur Unicorn ...

[En savoir plus](#)



Palette fards à paupières
NOUVEAU | EXCLU
[Disponibilité en magasin](#)

43,50€

En stock

[AJOUTER AU PANIER](#)

DESCRIPTION

CONSEILS D'UTILISATION

INGRÉDIENTS

Life's A Festival est une palette d'ombres à paupières duo-chromatiques arc-en-ciel. Un mélange de mats crémeux audacieux et d'éclats de couleurs iridescentes, complété par un enlumineur Unicorn Tears pour le visage et les yeux.

Cette palette de fards à paupières contient des pigments qui offre un reflet différent selon la lumière.

Pour ajouter de la profondeur et obtenir un fini iridescent, osez les mélanger. La formule infusée de poudre de quartz rose ajoute à votre maquillage une touche d'éclat, et son parfum procure une sensation de fraîcheur enchanteresse.

Source : Gamme Page dédiée sur le site [Sephora France](#)



THE *Beauty* BOARD

TOO FACED
Festival Rainbow Strobe Highlighter
Enlumineur J'AIME

Too Faced

★★★★☆ 4.2 (5) [DONNEZ VOTRE AVIS](#) [POSEZ VOTRE QUESTION](#)

NOUVEAU | EXCLU

Cet enlumineur laisse sur le visage un voile de lumière coloré et chatoyant. Pour un véritable effet arc-en-ciel, prélevez le produit de gauche à droite, à l'aide d'un pinceau plat et dense, et ...

[En savoir plus](#)



8 g
NOUVEAU | EXCLU
Disponibilité en magasin

33,00€

En stock

AJOUTER AU PANIER

DESCRIPTION INGRÉDIENTS

Cet enlumineur laisse sur le visage un voile de lumière coloré et chatoyant.

Pour un véritable effet arc-en-ciel, prélevez le produit de gauche à droite, à l'aide d'un pinceau plat et dense, et appliquez d'un seul geste, ou mélangez les couleurs en faisant tourner le pinceau pour un effet prismatique instantané.

La formule infusée de poudre de quartz rose ajoute à votre maquillage une touche d'éclat, et son parfum procure une sensation de fraîcheur enchantée.

Source : Gamme Page dédiée sur le site [Sephora France](#)



Unicorn Tears (7 g)



THE *Beauty* BOARD

TOO FACED
Unicorn Horn Mystical Highlighting Stick
Enlumineur stick J'AIME

Too Faced

★★★★☆ 4.2 (6) [DONNEZ VOTRE AVIS](#) [POSEZ VOTRE QUESTION](#)

NOUVEAU | EXCLU

Cet enlumineur en stick capture la lumière et glisse facilement sur votre peau pour obtenir des touches d'éclat ciblées. Disponible en deux teintes, il s'accorde à toutes les carnations. Une formule ...

[En savoir plus](#)



Unicorn Tears (7 g)
NOUVEAU | EXCLU
Disponibilité en magasin

29,50€

En stock

AJOUTER AU PANIER



Unicorn Dreams (7 g)
NOUVEAU | EXCLU
Disponibilité en magasin

29,50€

En stock

AJOUTER AU PANIER

DESCRIPTION INGRÉDIENTS

Cet enlumineur en stick capture la lumière et glisse facilement sur votre peau pour obtenir des touches d'éclat ciblées.

Disponible en deux teintes, il s'accorde à toutes les carnations.

Une formule crémeuse et un fini scintillant nacré. Que la fête commence !

Comment l'utiliser ?

Faites glisser la formule crémeuse facile à appliquer pour une touche d'éclat nacrée parfaitement ciblée. Cet enlumineur peut être utilisé seul ou en complément d'un autre pour un effet plus intense.

Source : Gamme Page dédiée sur le site [Sephora France](#)

Tournoi d'association sportive



Source : [Badminton Club Sérignan](#)



BADMINTON CLUB SERIGNAN B.C.S.

f

Le Nouveau Club de la Ville de Sérignan

[Le Club](#) [Infos Pratiques](#) [Contact et Liens](#) [Compétitions](#)



Source : [Badminton Club Sérignan](#)

Le Unicorn Café (Bangkok, Thaïlande)



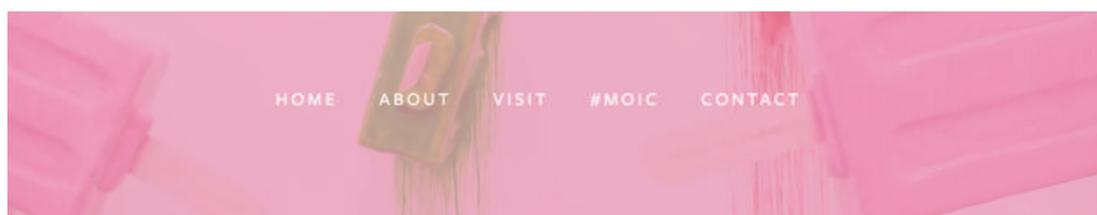
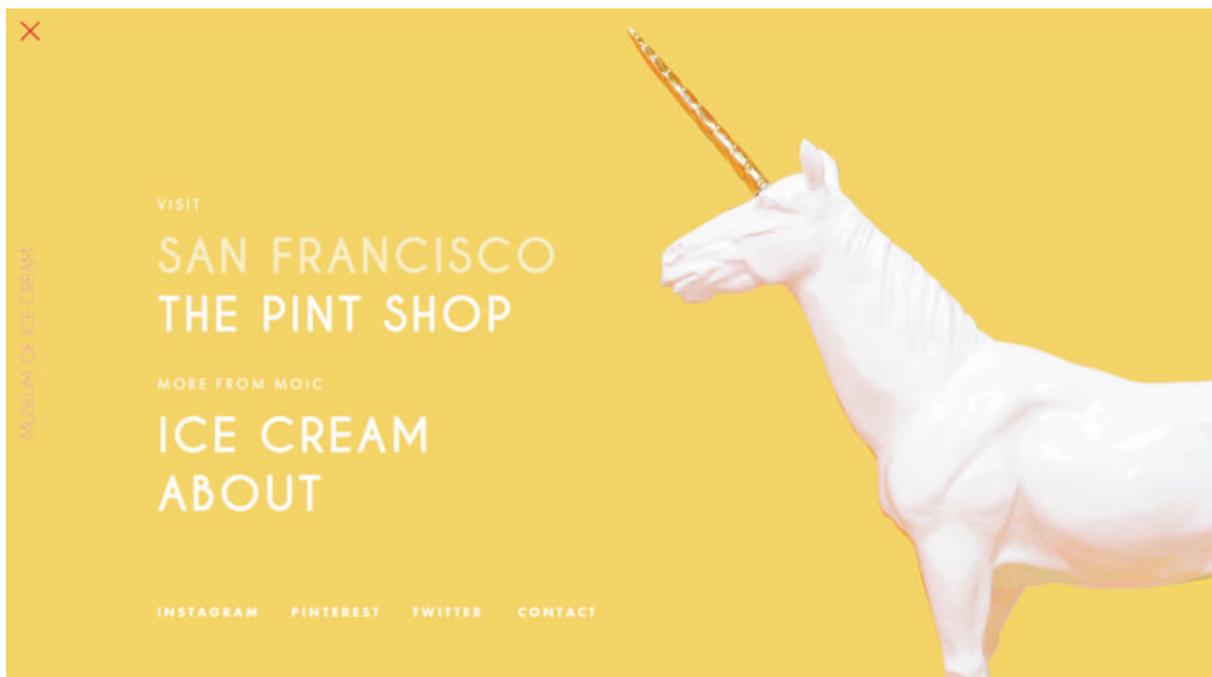
Source : Facebook

Détails

En prévision des JO de 2024, une grande course de bouées licornes vous est proposée ce samedi.

⚠️ CECI EST UNE BLAGUE, NE VOUS METTEZ PAS EN DANGER ⚠️

Source : Facebook



REMEMBER THOSE *Crazy Ideas* YOU DREAMED UP AS A KID ?
THE MUSEUM OF ICE CREAM IS THE PLACE WHERE **IDEAS** ARE
TRANSFORMED INTO REAL LIFE EXPERIENCES A PLACE WHERE FLAVORS
ARE MYSTERIES, **TOPPINGS** ARE TOYS AND **SPRINKLES** MAKE THE WORLD
A BETTER PLACE. OUR MISSION IS TO DESIGN ENVIRONMENTS
THAT BRING *people together* & PROVOKE IMAGINATION .

Source : extrait du manifeste de l'Ice Cream Museum de San Francisco



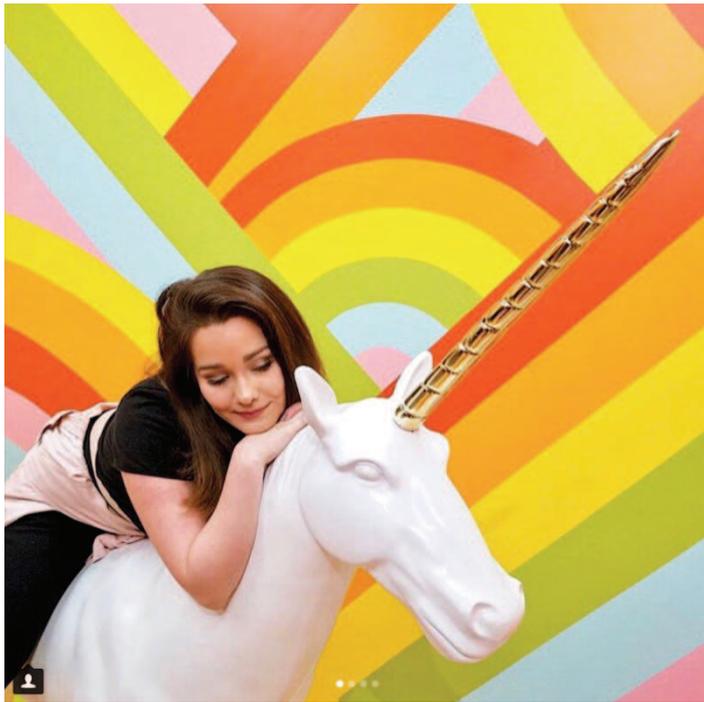
 **evelina**
MUSEUM OF ICE CREAM SAN FRA...



*Extrait du réseau social Instagram
sous le hashtag #museumoficecream*

 **evelina** • Abonné(e)
MUSEUM OF ICE CREAM SAN FRANCIS...

evelina In my natural habitat 🦄
#museumoficecream



museumoficecream • S'abonner
MUSEUM OF ICE CREAM SAN FRANCIS...

museumoficecream Did you know at MOIC San Francisco, we have a pet unicorn 🦄?! Introducing: GRANT! Grant is a symbol of magic, inclusivity and enchantment ✨ He is an homage to the accepting, kind and welcoming Bay Area community that we are so proud to be apart of! 🥰 Make sure you say 🦄🦄 to him when you stop by our RAINBOW 🌈 installation at MOIC SF! 🦄 #museumoficecream (cc: @bree.c.henry @katiegibbsphoto @foodandwine)

Charger d'autres commentaires

jwkm @ucantcme17 lol yeah! We went there and got in trouble for trying! It's so dumb

kerryaudrey @lisannehuber yessssss 🦄❤️ it's a must ! Woohoo!!

carolinasanjaya @jocelynecleo

raracouture How many people can go in at one time? Per time slot?



7 996 J'aime

17 FÉVRIER

Ajouter un commentaire...

Source : publication de l'Ice Cream Museum sur son compte Instagram officiel



Source : affichage au centre commercial de Val d'Europe

Catégorie Influenceurs et réseaux sociaux



Gigi Hadid sur In Style Magazine (Instagram)

Lana Del Rey (Instagram)



Joy Esther sur Instagram (actrice française)



joyestheroff • Abonné(e)

joyestheroff C'est reparti pour une nouvelle semaine, nouvelle danse 🥳🥳
#dals8 #surun ... #prime7 #happy
pic by @mattdortomb 🥳

Charger d'autres commentaires

marine07_26 Tellement belle 🥳
lola.mdx Trop belle 🥳 WOAW !! 🥳🥳🥳
luna_jtm Kiffe kiffe ! 🥳
laudenicole @joyestheroff oui mais vous êtes bonne en danse et belle aussi
telaranrhyod Waow m(*~*)m
greginio.83 I just love it my friend 🥳🥳
667km_mv
v4r4nthegreat C'est quoi l'idée?
clara.pcvds Ma licorne
alhamdiwi Sim

👍 🗨️ 📌

21 249 J'aime

20 novembre 2017

Ajouter un commentaire... 🌐

EnjoyPhoenix pour Too Faced (Youtubeuse)



enjoyphoenix • Abonné(e)

enjoyphoenix J'ai reçu cette petite Licorne il y a quelques jours à l'occasion de la nouvelle collection #tfilesafestival de @toofaced 🥳

Elle est pas trop mignonne ? J'ai pas du tout envie de la casser cette piñata 🥳

D'ailleurs aidez moi à lui trouver un prénom ! J'attends vos idées dans les commentaires 🥳

👍

🗨️

📌

#Mojaimbienlla #toofaced

Charger d'autres commentaires

neilatebbi Tu peux l'appeler enjoylic
marilou_bsn Tu peux l'appeler FUNNY
nook2007 Unie

👍 🗨️ 📌

175 321 J'aime

22 février

Ajouter un commentaire... 🌐

Tovelo (chanteuse) et en festival (Coachella 2018)



 **tovelo** • Abonné(e)

tovelo unicorns make me a better person
👉👉 #coachella #avantstay

Charger d'autres commentaires

mmallen80 @tabithamarie9344 lol! I have the unicorn and that bull in the background too!!

tabithamarie9344 @mmallen80 I figured as much. Ha

daniellebuisse @indradekort

johnny_scott18 🍷🍷🍷

kaylademmans_aye 🍷🍷🍷🍷

vanyjoustit #yosstop

tovelo LEGGSGSGSGSGSG DAMN

taixtv 🍷🍷🍷🍷

eccentricem94 @autumn_in_wonderland_stellastra 🍷🍷🍷🍷

🍷🍷
52 102 J'aime
6 · 4 · 1 · 2018

Ajouter un commentaire... 🍷

Tendance culinaire (Instagram)



 **naturallyjo** ...

 **naturallyjo** ...

 **naturallyjo** ...

 **naturallyjo** ...

42 878 J'aime
naturallyjo Unicorn Breakfast Toasts 🍷🍷

Aimé par oatmeal_stories et 47 618 autres personnes

Aimé par oatmeal_stories et 16 916 autres personnes

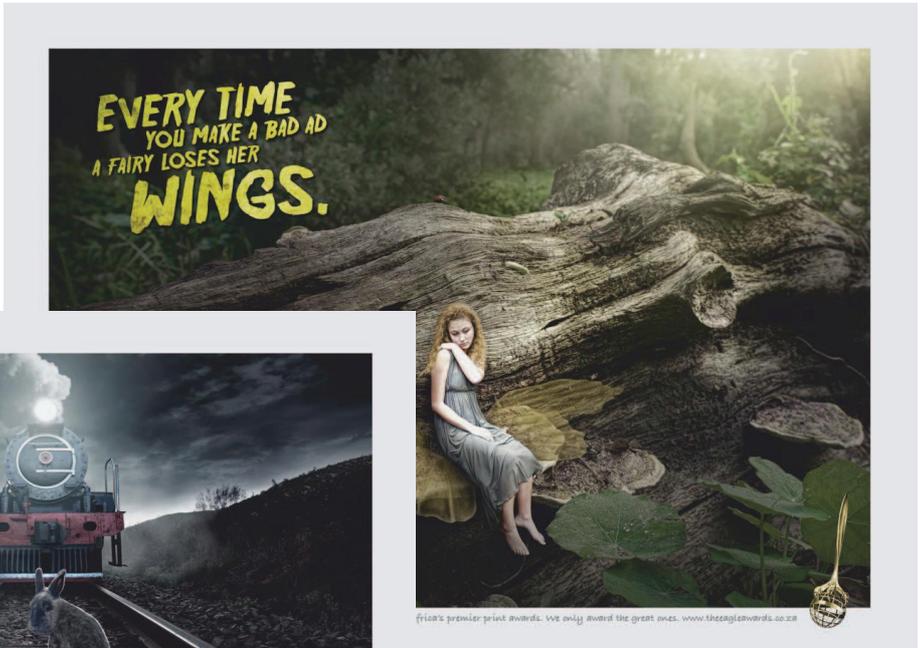
40 223 J'aime
naturallyjo Fait unicorn cake 🍷🍷🍷🍷 tag

Catégorie Publicités

L'affiche pour les Eagle Print Awards 2010



Agence: King James
Septembre 2010
Source Ads of the World





Source : LSA, campagne print Merci Handy (février 2017)

Le film publicitaire est disponible à cet URL :

<https://www.youtube.com/watch?v=IGUe2y3Krr0&feature=youtu.be>



Source : Culture Pub, campagne télévisée Canal+ (février 2015)

Le film publicitaire est disponible à l'URL : <http://www.culturepub.fr/videos/canal-les-licornes/>

Bpifrance SPONSORISÉE



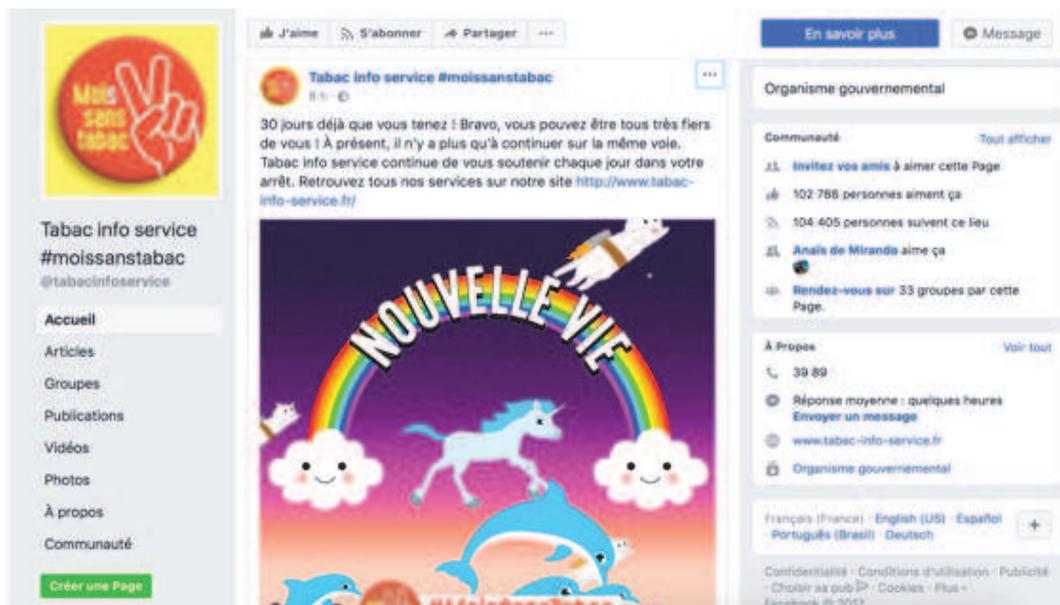
LE TERME "LICORNE" A ÉTÉ EMPRUNTÉ À LA MYTHOLOGIE,

#DansNotreJargon La Licorne
 Tout tout tout vous saurez-tout sur les licornes ! 🦄😊

Publication de BuzzFeed 4 872

Voir plus ▶

Source : publication sponsorisée de Bpi France sur Facebook, contenant un court documentaire sur les origines du terme « licorne ».



Mois sans tabac

Tabac info service #moissanstabac @tabacinfoservice

Accueil
 Articles
 Groupes
 Publications
 Vidéos
 Photos
 À propos
 Communauté

Créer une Page

J'aime S'abonner Partager

Tabac info service #moissanstabac
 11 - 12

30 jours déjà que vous tenez ! Bravo, vous pouvez être tous très fiers de vous ! À présent, il n'y a plus qu'à continuer sur la même voie. Tabac info service continue de vous soutenir chaque jour dans votre arrêt. Retrouvez tous nos services sur notre site <http://www.tabac-info-service.fr/>

NOUVELLE VIE

#MoiSansTabac

En savoir plus Message

Organisme gouvernemental

Communauté [Tout afficher](#)

- Invitez vos amis à aimer cette Page
- 102 788 personnes aiment ça
- 104 405 personnes suivent ce lieu
- Anais de Miranda aime ça
- Rendez-vous sur 33 groupes par cette Page.

À Propos [Voir tout](#)

- 39 89
- Réponse moyenne : quelques heures
- Envoyer un message
- www.tabac-info-service.fr
- Organisme gouvernemental

Français (France) · English (US) · Español · Português (Brasil) · Deutsch

Confidentialité · Conditions d'utilisation · Publicité · Choisir sa pub · Cookies · Plus

Facebook © 2017

Publication Facebook « Mois sans tabac » (novembre 2017)



CHANGER DE RÉGION | RETOUR SNCF.COM

MES GARES (0) | MES ITINÉRAIRES (0) | CONNECTEZ-VOUS | MON PANIER 0 €

TER NORMANDIE

- HORAIRES & TRAFIC
- TARIFS & ACHATS
- Calculer un prix
- Acheter en ligne
- TEMPO Normandie
- Bons plans
- Calendrier Voyageurs
- Où acheter votre billet ?
- SERVICES & GARES
- LOISIRS

Tarifs & Achats / Bons plans / Jeunes ? Voyagez pour moins de 2€

JEUNES ? VOYAGEZ POUR MOINS DE 2 €

Parce que le train n'est pas cher, 92% des chatons dresseurs de licornes RECOMMANDENT TER ! Vous avez entre 18 et 26 ans ?

Vous aussi faites comme eux, PRENEZ LE TRAIN !

[JE VOYAGE PLUS DE 2 FOIS/SEMAINE ?](#)
[JE VOYAGE 2 FOIS/SEMAINE OU MOINS](#)
[VOTRE MEILLEUR SOUVENIR TER](#)

JE PRENDS UN ABONNEMENT

Jusqu'à 80% de réduction !

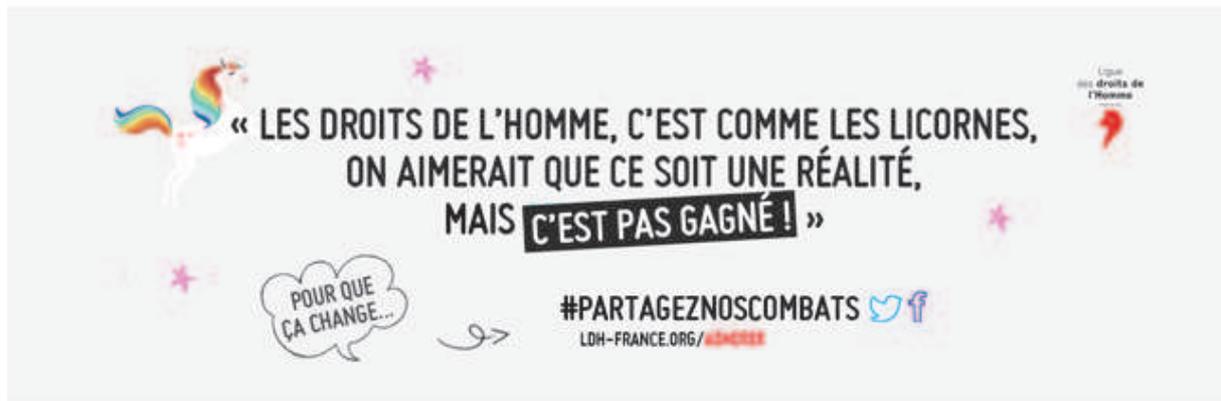
- Vous voyagez depuis le Calvados, la Manche et l'Orne ?

GO!

Une question ?

Source : Site TER SNCF et Twitter

Campagne d'adhésion de la Ligue des Droits de l'Homme (2017)



« LES DROITS DE L'HOMME, C'EST COMME LES LICORNES,
ON AIMERAIT QUE CE SOIT UNE RÉALITÉ,
MAIS **C'EST PAS GAGNÉ !** »

POUR QUE
ÇA CHANGE...

#PARTAGEZNOSCOMBATS  
LDH-FRANCE.ORG/ADHESION

Ligue des droits de l'Homme

Source : La Ligue des Droits de l'Homme : <https://www.ldh-france.org/campagne-adhesion/>



Source : vidéo personnelle de l'opération de street-marketing de Coca Cola (04/11/2016, Paris)

Catégorie Cinéma

Harry Potter à l'école des sorciers (2001)



La scène du film est disponible en VO sur Youtube : <https://www.youtube.com/watch?v=X42oyQj0USw>

Moi, moche et méchant (Universal Pictures International, 2011)



La scène avec la licorne-peluche :
<https://www.youtube.com/watch?v=tLiM-49Dj7k>



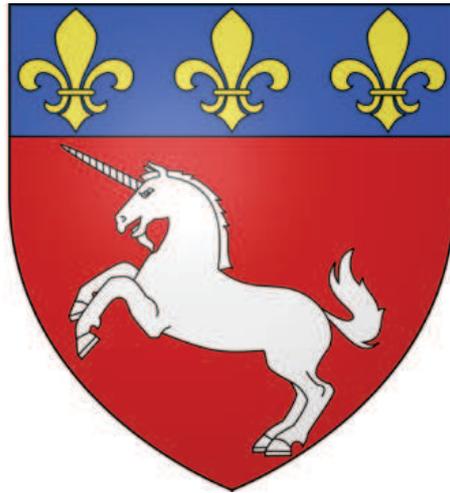
La scène avec la licorne-papuche :
<https://www.youtube.com/watch?v=H2OgcLrDsyw>



La tapisserie de la Dame à la Licorne (XVI^e siècle, Musée Cluny)

Catégorie Blasons

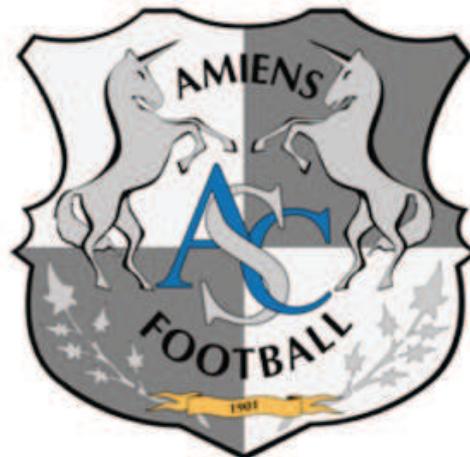
Le blason de Saint-Lô
(Normandie)



Le blason de [Saverne](#)
(Alsace)



Le logo de l'Amiens Sporting
Football Club





Histoire et héritage

Un savoir faire familial qui se transmet au fil des générations



La Brasserie Licorne se situe à Saverne, en Alsace, une région reconnue pour son attachement au monde brassicole. Fière de sa ville natale, la Brasserie a d'ailleurs choisi son emblème comme symbole de la société : une Licorne. Synonyme de pureté, de force et d'indépendance, la Licorne est devenue emblème de Saverne au XVI^e siècle. L'incroyable légende raconte qu'une Licorne aurait trempé sa corne dans l'eau de Saverne et que depuis cette eau est limpide et pure, donc idéale pour la bière.

Née au **XVIII^e siècle**, la Brasserie Licorne est une entreprise familiale dont le savoir-faire s'est transmis de génération en génération. Elle a été dirigée successivement par les familles Ebener, Schweickhardt, Gerber, Becker et Weber.

1845

Après plusieurs années entre les mains de la famille Ebener, elle est reprise par la famille Schweickhardt. La Brasserie est alors un long bâtiment à un étage qui se situe au centre-ville de Saverne.



1900

Les trois brasseurs Henri Schweickhard, son fils et son gendre insufflent un nouveau dynamisme à la Brasserie. Les connaissances des anciens se mêlent à la motivation de la nouvelle génération pour développer la Brasserie. Les locaux deviennent vite exigus et la Brasserie s'installe rue de Dettwiller à Saverne, le site actuel.



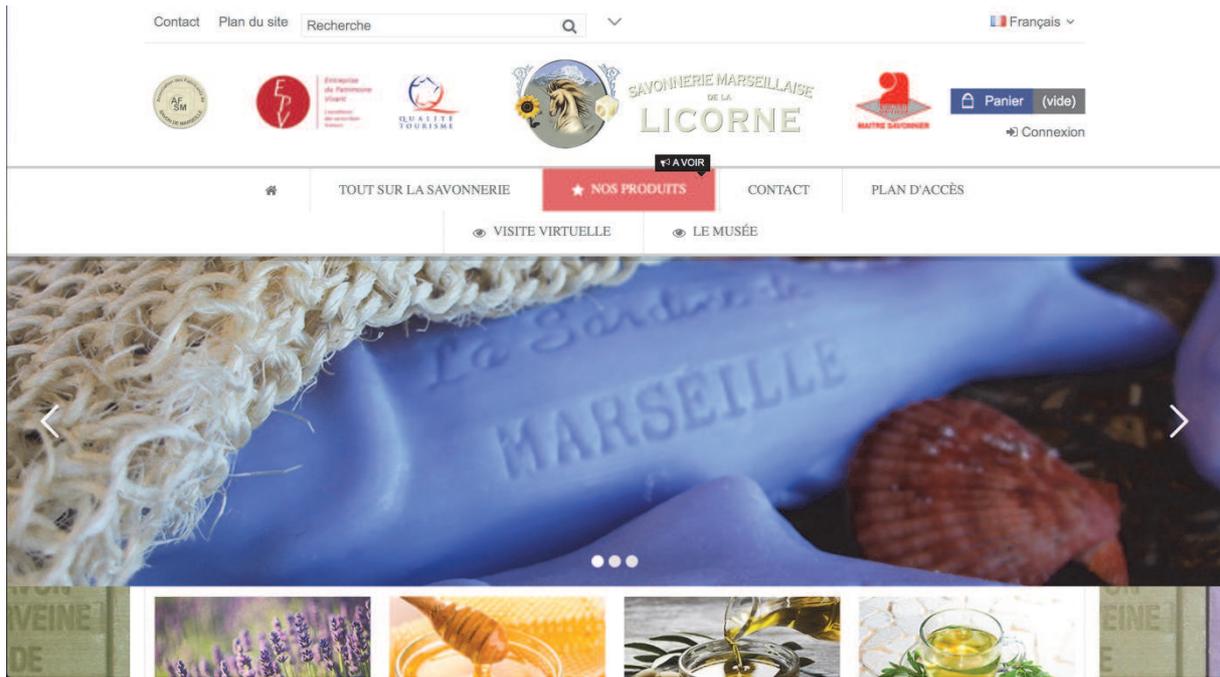
1911

On y construit la salle de brassage. Tout au long du XX^e siècle, la production augmente régulièrement et de manière significative, à l'exception des périodes de guerre.

1989

Elle est reprise par le groupe brassicole allemand Carlsberg, un des premiers producteurs de boissons européens. La Brasserie est alors propulsée sur la scène internationale mais conserve tout son savoir-faire et ses traditions, hérités d'un long passé au cœur de l'histoire brassicole française et alsacienne.

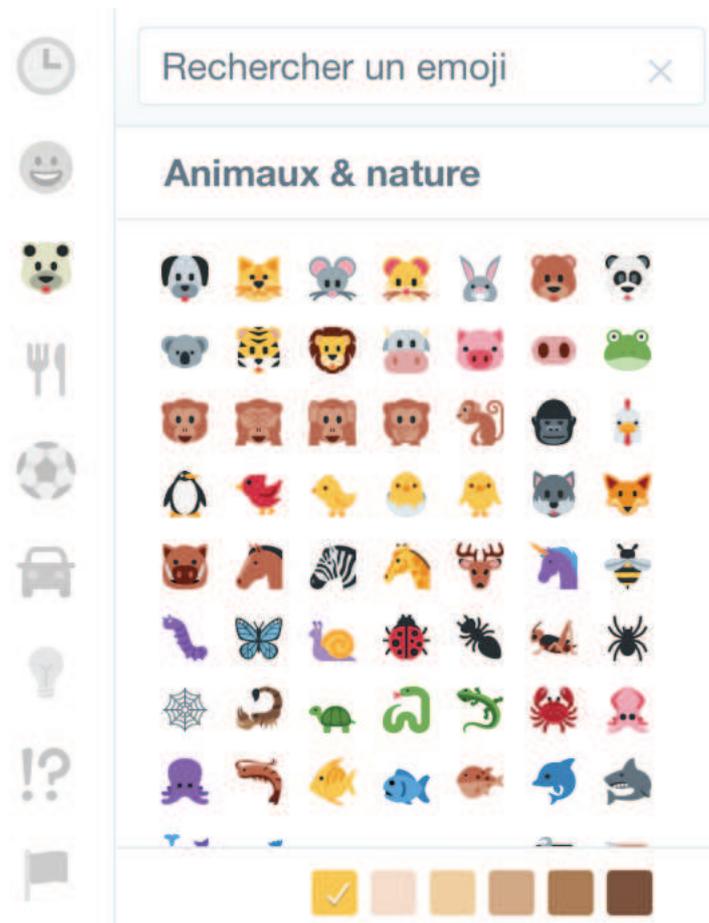
Source : extrait du site de la Brasserie Licorne



Source : site internet de la Savonnerie Marseillaise de la Licorne



Source : photographie personnelle de la devanture de la marque Monbana (Angers)
L'historique de la marque est disponible à cet URL :
<http://www.monbana.com/chocolaterie/logo>



Source : capture d'écran du pavé d'écriture sur Twitter



Source : publicité Apple pour la technologie de l'animoji.
Film disponible à l'URL : <https://www.youtube.com/watch?v=QbN9ydv3yUU>

 **Manon St Mar** a partagé un lien. 23 novembre, 10:34

[ACHTUNG] [JOB DE RÊVE] [V.I.E]

Marre du métro, boulot, dodo? Envie de passer au „Fahrrad, Arbeit, Schlaf » ? Je cherche la perle rare, ma licorne, mon petit strudel pour m’accompagner sur des missions de communication digitale et change management. Si les ingénieurs ne te font pas peur, tu aimes quand les collaborateurs résistent au changement, et devenir expert dans des outils informatiques internes est une passion, alors postule donc à ce V.I.E !
 *Le poste est à pourvoir dans la charmante petite ville d’Aachen, point trilingue entre la Belgique et les Pays-Bas. C’est une ville 100% étudiante, où boire de la bière et manger des currywursts est de tradition.

<https://www.civiweb.com/FR/offre/103381.aspx...>

Civiweb

La langue sélectionnée sera utilisée dès votre inscription sur le site, jusqu’à votre désinscription ou à la désactivation de votre compte Civiweb.

[CIVIWEB.COM](https://www.civiweb.com)

 **J’aime**  **Commenter**

Source : publication Facebook

  **Slate.fr** 5 h · 

La licorne de la bouffe



Internet au bord de l’indigestion de raclette
 slate.fr

 **J’aime**  **Commenter**  **Partager**

  **71**

11 partages

Source : publication Facebook de la page Slate



Source : publications Facebook



Calèche, boulot, dodo ET LICORNE...



Encore mieux que la voiture autonome ? Chez Chauffeur Privé, on a décidé d'opter pour la Calèche Licorne et le Magic Cloud* **#visionnaire**

avec



[> Voir la vidéo](#)

Du 8 au 10 juin, certains d'entre vous auront l'immense privilège de (re)découvrir Paris sous un tout autre jour à bord de véhicules pour le moins inhabituels.

Envie de monter à bord ?

Participez au tirage au sort en entrant le code **FEELGOOD** dans votre app jusqu'au 5 juin** !

JE PARTICIPE

[> En savoir plus](#)

*Magic Cloud, n.m. : véhicule cabriolet surplombé par un arc-en-ciel, avec une structure nuage géante adossée (type cumulus). Oui, vous avez bien lu.

**Tirage au sort le 6 juin 2018. Vous avez jusqu'au 5 juin 2018 23h59 pour participer en entrant le code FEELGOOD dans l'onglet Code Promo de votre application Chauffeur Privé. Offre valable pour 2 personnes. En entrant ce code, vous acceptez que vos coordonnées soient transmises à l'entreprise organisatrice de l'événement. Dans la limite des places disponibles, sous réserve de la disponibilité du créneau.



Envoyé avec ❤️ par Chauffeur Privé.

Contact :
serviceclient@chauffeur-privé.com

© Copyright 2018 Chauffeur Privé
Tous droits réservés.

Projet Respect Zone "Licornes vs Haters"



« L'association Respect Zone lance le projet « Licornes VS Haters » : le tout premier **modérateur online** qui utilise des emoji « kawaii » : ces **licornes, petits cœurs, arcs en ciel et autres symboles mignonnets** sont un langage très prisé des jeunes, et que les haters détestent. Installé à leur insu sur les sites et forums, ce plug-in transforme automatiquement et en temps réel chaque insulte postée en **emoji ultra «mignons» et niais**. Non seulement cela bloque la cyber-violence, mais les haters se **ridiculisent** eux-mêmes, ce qui les oblige à s'auto-modérer : une façon virale et décalée de sensibiliser tous les adolescents et de les dissuader de commettre de telles offenses. »

Le projet de l'association Égalité contre Racisme « Licornes vs. Haters » (février 2016)

Source : Égalité contre Racisme à cette adresse :

<http://www.egalitecontreracisme.fr/actualites/projet-respect-zone-licornes-vs-haters>

La « licorne » chez Madmoizelle (article du 18/04/2018)

L'Île Licorne, le meilleur endroit pour passer les vacances de tes rêves

Par JulietteLee | 18 avril 2018 | 1 commentaire

Je pense qu'on a trouvé le lieu parfait pour passer les meilleures vacances de ta vie ! C'est une île gonflable avec tout plein de bouées licornes et de tobogans pneumatiques roses bonbons. Juliette est chaude ! Et toi ?

Tout a été pensé pour satisfaire les yeux et mettre de la joie dans les cœurs.

Pour s'y rendre, il faut déjà s'envoler jusqu'aux Philippines. Un ticket d'entrée pour une heure de jeu coûte 499 pesos philippins, soit à peu près 7,75 euros.

Mon projet, c'est d'essayer de chauffer la rédaction pour faire un séminaire là-bas. Bon, pas sûr que ça marche mais bon, la chance sourit aux audacieux, comme on dit !

Parce que oui, chez madmoizelle, j'ai remarqué qu'il y a « ooooooore » les licornes. Il y en a même une superbe à la rédaction, suspendue dans le bureau de la régie commerciale :

Extraits, article disponible sur <http://www.madmoizelle.com/le-licorne-vacances-911017>

Une plage recouverte de parasols roses, une licorne géante flottant sur une mer paisible, des tobogans gonflables aux mille couleurs pour s'amuser dans l'eau, et des matières pneumatiques aux formes pastels et paillettes destinés à ceux et celles qui préfèrent chiller au soleil...

Se baigner au pays des licornes

Tu ne rêves pas, c'est un lieu paradisiaque au gros potentiel instagramable.



Afficher le profil sur Instagram

La licorne chez The Guardian (GB, article du 15/10/2017)

Why the unicorn has become the emblem for our times

The modern unicorn is everywhere. On children's TV, on Gay Pride marches and selling beauty products. Alice Fisher looks at why this magical creature has become so popular.



Illustration: Alice Fisher. A child sits on her rocking horse, a unicorn, in a room. Photograph: Ed Hume for The Observer

The unicorn started as a fierce creature found in the furthest corners of the known world. It had the head of a stag, the feet of an elephant and the tail of a boar. So how did one end up on my daughter Robin's fourth birthday cake – all pink and covered in glitter? That was my first memory of unicorns and Robin together. Singing Happy Birthday at her party, staring at this slightly ridiculous creature as the candles were blown out. I didn't realise then how much time I'd spend looking at unicorns over the coming years. If you have a girl under 18 in your family, you'll know what I mean. Robin is six now and her room's a *paradise of mythical one-horned beasts*. There are *lambie toys*, fluffy *earmuffs*, *necklaces*, *glittery stickers*, *snuggly cushions*, *sparkly pencil cases*. These were not hard to come by. Unicorns no longer have to be lured from magical forests by pure maidens, you can buy one in two clicks off Asos. Topshop has *unicorn headbands*, *pillows* and *real ponies*. Asos's top sellers are slippers. At H&M you can buy a T-shirt for the *unicorns fan club*. Currently Paperchase's windows suggest you "Be More Unicorn", a slogan for a stationery collection that runs to snow globes and rucksacks. Kellogg's has just launched Unicorn Froot Loops – their tagline: *The Magic Has Landed*. Aisling McKeefry, head of womenswear non-clothing design at Asos, says that social media is a huge factor in the spread of this mythical beast. "I think Instagram is the biggest contributor – like *avocado* in the food world, unicorns are perhaps the most 'Instagrammable' of all creatures." With #unicorn at 7m posts and counting, she's not wrong. TV and films are also overrun by unicorns. The *My Little Pony* franchise had been through various makeovers since it launched in 1982, but the current incarnation – My Little Pony: Friendship is Magic – made more than \$1bn in 2015. My Little Pony: The Movie, starring Emily Blunt and Zoe Saldana, is out in UK cinemas next week. The main star is *Pegasus*, *unicorn*, *cross*, *Princess*, *Twilight Sparkle*.

Source : <https://www.theguardian.com/society/2017/oct/15/return-of-the-unicorn-the-magical-beast-of-our-times>



► Renaissance figure: the unicorn depicted as a female creature with a virgin in a 17th century French photograph. In: *Against Picture Library/Getty Images*

From the 2014 Oscar-nominated *Lego Movie*, the only character to get her own spin-off show is Princess Unikitty, the pink ruler of Cloud Cuckoo Land. It launches on Cartoon Network later this year. Also on TV is CBeebies show *Go Jetters* (number one in the UK ratings, with over 10m viewers on linear TV). The show's mentor is *Unicorns* – a *discussing unicorn with a voice like Barry White and a horn full of 'funky facts'*.

If you're a kid, unicorns are ubiquitous. If you're a girl, they're inescapable. And they're cantering into wider popular culture, too. The *unicorn inflatable* was the hit beach accessory of the summer. *Markus* launched the *Unicorn Frappuccino* this year and rainbow-hued unicorn toast and cakes are a major food trend. In beauty, you get *unicorn hair*, *unicorn nails* and you can buy *girly toys gal* called *Unicorn Soul* if you want to. Fashion designer *Thom Browne* even sent one down his catwalk last month.

Nor is this purely superficial. The values of a unicorn – as rare and magical – have seen the word used in various connotations. Now a unicorn can be a start-up business valued at more than \$1bn. A unicorn is also an elusive or unobtainable woman – or a bisexual woman depending on your source. When Scottish Tory leader Ruth Davidson told the Conservative Party Conference a fortnight ago that people "tire of being offered free unicorns", it was a put-down to Jeremy Corbyn's policies. But Davidson couldn't have been more wrong. Right now, people bloody love unicorns.

Robin is growing up in the age of unicorns – and I don't know how I feel about that. They are so *girly and gay*. I mean, it's Miley Cyrus and Ariana Grande who dress up as unicorns, not Hillary Clinton or Christine Lagarde. As a spokesperson for the campaign *Let Toys Be Toys* told me: "*Often pink, purple or sparkly, unicorns are clearly marketed with girls in mind. The issue for unicorns seems to be the latest aspect of princess culture, only ever seen on one side of the toy and clothes aisle. Unicorns are magical creatures and it's easy to see their appeal, but we need to let girls know that it's OK to find joy in lots of different things.*"



► View from the magical beast in fully aspect

The campaigners directed me to a Chad Valley *Toys* TV advert of a boy playing with a pink unicorn. It felt weird in that particular way that only gendered things can. I asked Robin if unicorns were girls. She said yes immediately, then paused. Actually some are boys she admitted, looking confused. They come through a portal from a magic world, she added, to clarify matters. But her uncertainty is understandable. They're *slippery creatures*. "The unicorn has been popular at various points for at least 3,000 years," says Dr Miles Leeson, director of the *Iris Murdoch Research Centre* and a lecturer in English literature. "They were considered as real in the ancient world by the Greeks – they appear in books of natural history, not books about the gods. The Old Testament contains possible mentions of unicorns, and from there they have been incorporated into Western art and culture, surfacing at various times, including the Medieval period and the Renaissance. The unicorn also has a role to play in Chinese mythology."

Author Juliette Wood's book *Fantastic Creatures in Mythology and Folklore* is out next year, but she's already completed her chapter on unicorns. "The 'myth' began to develop early in the Christian era – it's found in Islamic sources as well – that this fierce creature would come tamely to a virgin female," she explains. "There are some lovely renditions of 'the Mystic Hunt' with the angel Gabriel as the hunter and of the little unicorn approaching the Virgin – a very symbolic view of the Annunciation story. It also became popular in that aspect of chivalry known as courtly love. A lover is 'hunted' by his love of the lady and, like the unicorn, wins her and becomes 'tamed' as the husband."

The creature had an interesting time in the 16th and 17th century, too, says natural history writer Natalie Lawrence. "There was a raging trade in powder and tableware made of unicorn horn because it was seen as an antidote to poison. It was also seen as an aphrodisiac. Unicorns became allied with reports of exotic creatures from the north or the sea, because the horns were actually *narwhal* horns or elephant tusks, but this gave them their reputation of being elusive – things you could never quite see and never catch."

Source : <https://www.theguardian.com/society/2017/oct/15/return-of-the-unicorn-the-magical-beast-of-our-times>

Point à noter :

- La catégorie de l'article est « Children », on renvoie cet univers à celui de l'enfance.
- On parle bien « d'emblème » dès le titre (renvoi à l'héraldique)
- Les réseaux sociaux comme vecteur majeur (Aisling McKeefry, head of womenswear non-clothing design at Asos)
- Objet de l'enfance
- Objet sexualisé
- Communauté LGBTQ, fluidité sexuelle
- Christ
- Médical

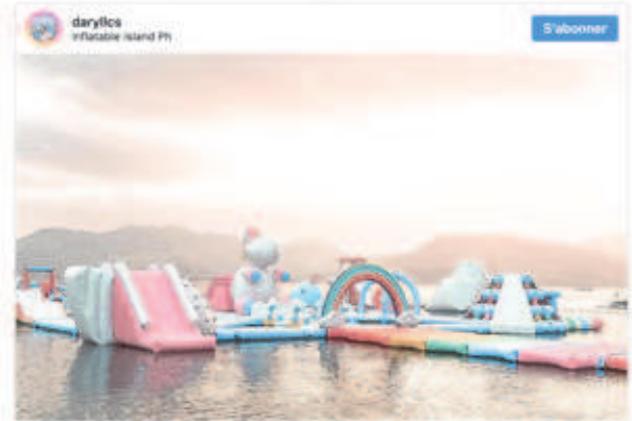
La licorne chez Cosmopolitan (article du 17/04/2018)

BEAUTÉ MODE SEXO PSYCHO FORME ASTROLOGIE LIFESTYLE **PHOTOS** **INSPIRATION**

VENEZ PASSER LA JOURNÉE SUR UNE ÎLE GONFLABLE GÉANTE LICORNE

Par Luce Sébastien | Foto © Shutterstock

Au risque de vous décevoir, non, vous ne pourrez pas **chevaucher de vraies licornes**, ni grimper sur le dos d'un serpent de mer géant. Les animaux légendaires n'existent pas (quoique). Mais une **plage des Philippines** a décidé de surfer sur la licorne-mania et de créer un espace magique qui couvre près de 35 000m carrés de surface aquatique.



Extraits, http://www.cosmopolitan.fr/venez-passer-la-journee-sur-une-ile-gonflable-geante-licorne_2016439.asp

La licorne chez Futura (article du 28/01/2017)

FUTURA PLANÈTE Explorer Vidéos Photos Experts Forum

Rechercher avec f t y i n

Lettres d'Information | Espace Membre

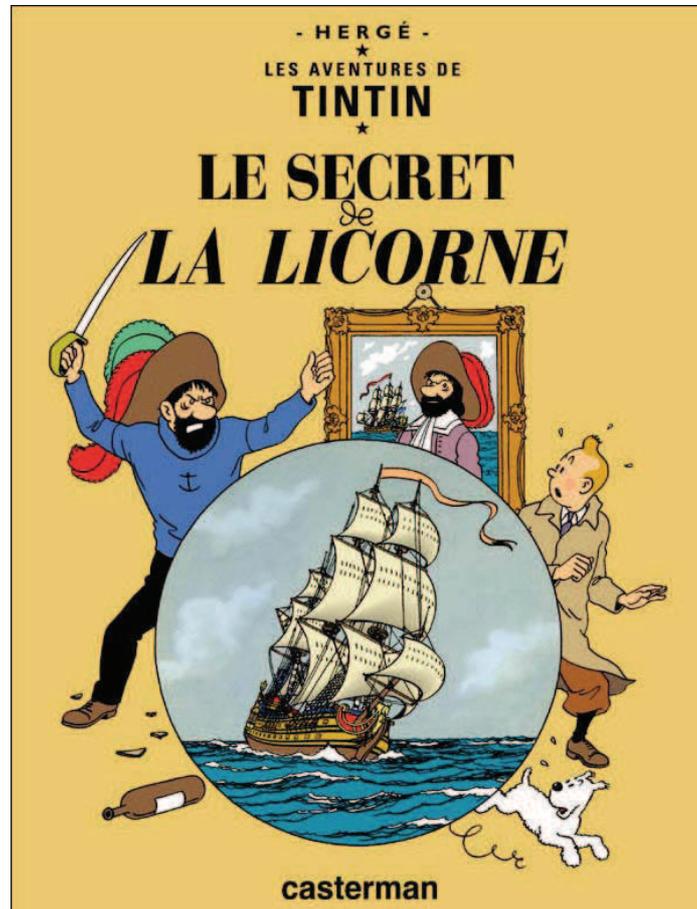
Accueil Planète Actualités

Science décalée : la licorne existe, nous l'avons rencontrée

ACTUALITÉ 4 Cliquez aussi : ZOOLOGIE · MAMMIFÈRE · RHINOCÉROS



Extrait, disponible sur : <https://www.futura-sciences.com/planete/actualites/zoologie-science-decalee-licorne-existe-nous-avons-rencontree-62252/>



Les aventures de Tintin – Le secret de la licorne (Hergé, 1943)

La « licorne » dans le monde des start-up et du travail

LesEchos

Ces startup qui sont devenues des licornes en 2017

Toutiao, Nio, Coinbase... Plus de 50 jeunes « pépites » ont dépassé cette année le milliard de dollars de capitalisation.

LA TRIBUNE

INDICATEUR	VALEUR	ÉVOLUTION
CAC 40	5 521,17 Pts	-0,29%
INDEX EURO	1 200,00	+0,27%
INDEX ASIATIQUE	1 200,00	+0,25%
INDEX AMÉRICAIN	1 200,00	+0,25%
INDEX BRÉSIL	1 200,00	+0,25%
INDEX CANADA	1 200,00	+0,25%
INDEX CHINE	1 200,00	+0,25%
INDEX JAPON	1 200,00	+0,25%
INDEX RUSSIE	1 200,00	+0,25%
INDEX INDE	1 200,00	+0,25%
INDEX AFRICAINE	1 200,00	+0,25%
INDEX Océanie	1 200,00	+0,25%

Startups : 57 licornes en Europe, la France reste à la traîne

Par Sylvain Rolland | 10/11/2017, 17h30 | 236 mots

Forbes

Entrepreneurs / #Licornes

Start-Up : Les Licornes Font Des Bulles

La « Loi de la Licorne » (sur le modèle du point Godwin)

“C’est la probabilité qu’une femme dans l’open source finisse par faire une conférence sur le fait d’être une femme dans l’open source, qui s’approche de 1” (Clarence Edgard-Rosa)

Source : <https://www.caminteresse.fr/economie-societe/quest-ce-que-la-loi-de-la-licorne-1175841/>

La « Licorne rose et invisible » (culte parodique employé pour faire la satire des croyances théistes, au même titre que le Monstre en spaghetti volant)



Source : <https://www.caminteresse.fr/economie-societe/quest-ce-que-la-loi-de-la-licorne-1175841/>

Annexe 2 : Analyse préliminaire du corpus

Élément de corpus	Support	Émetteur	Cadre d'usage	Comparaison	Éléments	Date d'observation
Gamme « Licorne » de Féerie Cake	Accessoires cuisine et t-shirt	Site marchand (cuisine)	Gastronomie	La pâtisserie, le sucré enfantin	Corps, corne, blancheur	02/03/2018
Publicité CDiscount	Ustensile de cuisine	Site marchand électroménager (via Facebook)	Gastronomie et événementiel (mariage)	La licorne + Le « rêve » et l'« addiction »	Corps, blancheur, multico, corne, arc	26/01/2018
Publicité Unilad pour poêle à pancake	Ustensile de cuisine	Site de divertissement (via Facebook)	Le petit-déjeuner, la crêpe américaine (rituel du pancake)	Le pancake traditionnel	Tête et corne	15/02/2018
La salière et poivrière	Accessoire de cuisine	Site marchand (L'Avant-Gardiste)	Le repas	La licorne	Corps, blancheur & multico	09/12/2017
Bouchon de vin	Accessoire de cuisine	Site marchand (L'Avant-Gardiste)	Cuisine et apéritif (consommation d'alcool)	La licorne	Corps, blancheur	09/12/2017
Pic apéritif	Accessoire de cuisine	Site marchand (L'Avant-Gardiste)	Cuisine et apéritif (décoration plat)	La licorne	Tête et corne, multico	09/12/2017
Tasse Dress Me Up	Tasse à personnaliser	Site marchand (Firebox)	Consommation à domicile ou au travail	Le jeu d'enfant à destination de l'adulte (poupée à habiller), la magie et la nostalgie de l'enfance	Corps, corne, étoiles, multico	26/03/2018
Corne à boire	Accessoire de cuisine	Site marchand (Amazon)	Consommation, festivité	Le calice	Corne, blancheur	09/12/2017
Canette de potion Lady Corn	Boisson énergisante	Site marchand (L'Avant-Gardiste)	Consommation, décoration	La « potion », le remède // La boisson énergisante	Tête, corne, multico, arc, rose	09/12/2017
Céréales Kellogg's	Céréales de petit-déjeuner	Marque grande distribution	Consommation domicile, petit-déjeuner	Céréales américaines	Tête, blancheur, multico, rose	12/02/2017
Tendance gâteau	Article Page Facebook	Page Facebook (Club Sandwich)	Article de divertissement	La licorne	La figure	13/02/2018
Le gâteau en lui-même	Gâteau/pâtisserie	Instagramers	Consommation domicile et confection, DIY	La licorne, le mignon	Corps, corne, blancheur, rose, rondeur, yeux close	13/02/2018
Pinata	Jouet	Site marchand (My Little Day)	Festivité (anniversaire)	L'âne traditionnel de la pinata et les sucreries	Corps, corne, rose	10/12/2017

Thé licorne	Thé	Marque Quai Sud	Consommation domicile ou travail	La licorne	Tête, corne, multico, arc, yeux clos	13/12/2017
Unicorn Frapuccino	Boisson glacée	Marque Starbucks	Consommation nomade ou en lieu de vente	La boisson froide Starbucks	Multico, rose	23/02/2018
Smoothie Innocent	Packaging	Marque Innocent	Consommation nomade	La solidarité, Les petits frères des Pauvres	Corps, corne, multico	14/11/2017
Gin Unicorn Tears	Boisson alcoolisée	Site marchand (Firebox)	Consommation et décoration	La potion magique, le dressage, l'élixir	Corne, paillettes, larmes, rose, arc	26/03/2018
Cupcakes Picard	Pâtisserie industrielle surgelée	Marque de produits alimentaires préparés	Consommation à domicile	Le goûter d'enfant, la gourmandise	Corne, oreille, rose, multico	17/03/2018
Bière à paillette	Boisson alcoolisée	Contenu page Facebook (Buzzfeed)	Consommation	La bière et ses imaginaires	Paillettes	10/03/2018
Recette Tasty Junior	Tutoriel vidéo pour pâtisserie enfantine	Tasty (divertissement et vente d'accessoires de cuisine)	Vidéo virale (réseaux sociaux)	La cuisine avec des enfants, le goûter d'anniversaire, gourmandise	Corne, multico, rose, paillettes	21/03/2018
Unicorn Toast	Tendance Instagram	Compte particulier	Photo virale (réseaux sociaux)	L'encas (petit-déjeuner), la gourmandise	Multico	21/03/2018
Pizza Licorne	Plat de restaurant et phénomène viral	Restaurant spécialisé dans les desserts originaux et relai sur les RS	Consommation et contenu instagramable	Le rêve, la culture populaire (pizza), la gourmandise	Corne, multico, paillettes	02/04/2018
Bouillotte	Objet de confort	Relai par Facebook Topito (vente Amazon)	Cocooning, Vie domicile	Les remèdes de grands-mères, le confort	Corps, tête, multico	09/12/2017
Brume désodorisante	Spray d'intérieur	Site marchand (L'Avant-Gardiste)	Vie domicile	Vie domestique	Corps, corne, blancheur, paillettes, vulgarité	13/12/2017
Peluche	Jouet	Grande surface (Monoprix)	Enfance, décoration, cadeau	Enfance	Corps, blancheur, corne, rose	17/12/2017
Ornithorynque licorne	Jouet	Site marchand (Topito Shopping)	Décoration, cadeau	Cadeau, animal marginal (ornithorynque)	Corne	30/01/2018
Peluche lumineuse	Peluche et accessoire de déco	Site marchand (Firebox)	Décoration, confort	Phénomène naturel (aurore boréale), enfance	Corps, blancheur, multico, douceur	26/03/2018
Bonnet douche	Produit de soin/hygiène	Sélection cadeau Topito // Site	Cadeau // Salle de bain	Produit d'hygiène et de beauté	Corne, tête, blancheur	10/12/2017

		marchand (Amazon)				
Repose-tête	Objet de confort	Sélection cadeau Topito // Site marchand (L'Avant-Gardiste)	Cadeau // usage nomade	Le repos, le voyage, le calme	Tête, blancheur, corne + arc	09/12/2017
Coussin Pusheen	Objet décoration	Sélection cadeau Topito // Site marchand (prix-cadeau)	Cadeau // décoration intérieure	Pusheen	Corne, multico	10/12/2017
Déguisement doigts	Objet loisirs	Sélection cadeau Topito // Site marchand (L'Avant-Gardiste)	Cadeau // Loisirs	Déguisements de doigts, accessoire absurde, jeu de récréation	Tête et pieds sans corps, corne, arc	09/12/2017
<i>Article Cosmopolitan</i>	<i>Presse féminine américaine</i>	<i>Presse</i>	<i>Divertissement</i>	<i>Période estivale</i>		
Bouée licorne	Jouet d'extérieur	Presse américaine féminine	Sortie extérieure	Milieu nautique, contenu Instagram, la fête	Corps, corne, multico	10/03/2018
Fontaine géante	Accessoire d'activité aquatique	Site marchand (L'Avant-Gardiste)	Sortie extérieure	Jeu d'extérieur, animal de compagnie	Corps, blancheur, multico, grandeur, sourire	25/03/2018
Enceinte licorne	Produit high-tech	Sélection cadeau Topito // Site marchand (L'Avant-Gardiste)	Usage personnel, écoute de musique	Enceinte, accessoire high tech nomade	Corps, corne, rose, danse	09/12/2018
Carte postale	Carte à message licorne sur format carte postale	Boutique d'accessoires cuisine (Alice Délices)	Cadeaux (rayon carte à offrir)	Quotidien disgracieux, la fête, la grâce	Corps, blancheur, corne, rose, étoiles, paillettes	31/03/2018
Licorne à tricoter	Kit de loisir créatif	Sélection cadeau Topito // Site marchand (Firebox)	Travaux manuels, divertissement et décoration DIY + cadeau	Le tricot (activité traditionnelle) et le trophée	Tête, corne, multico	10/12/2017
Ruban adhésif licorne	Accessoire de décoration et de bureau	Sélection cadeau Topito // Site marchand (Amazon)	Décoration et personnalisation + cadeau	Le travail en bureau	Corps, blancheur, multico, corne	10/12/2018
Licorne gonflable	Element de décoration extérieur intérieur	Sélection cadeau Topito // Site marchand (L'Avant-Gardiste)	Décoration + cadeau	L'animal de compagnie, la présence dans le domicile	Corps, blancheur, corne, rose, grande taille	09/12/2017
Trophée licorne	Element de décoration	Sélection cadeau Topito	Décoration + cadeau	Le trophée de chasse	Tête, corne, rose	10/12/2017

holographique		// Site marchand (Etsy)				
Bougie licorne	Bougie gothique avec une cire multicolore	Site marchand (Firebox)	Décoration intérieure	Le kitsch, les larmes de licorne, le décor gothique	Corps, blancheur corne, multico, larmes	10/03/2018
La mangeoire à écureuil	Décoration extérieur (jardin)	Site marchand (Amazon)	Décoration et accessoire de jardin	La mangeoire pour animaux (oiseaux, écureuil) et accessoire humoristique	Tête, corne, blancheur	04/12/2017
La licorne vivante	Faux produit en ligne (poisson d'avril) une licorne à élever soi-même	Site marchand (L'Avant-Gardiste)	Canular viral	Le dressage	Corps, corne, rose, douceur	01/04/2018
Gamme « Moi & Ma Licorne	Gamme d'accessoire (bijoux, coiffure) axé enfants	Marque de bijoux et accessoires Claire's	Accessoires, fashion, déguisement	La magie, la possession	La corne, la blancheur	02/03/2018
Gamme Licornes de Joyau Magique	Prêt-à-porter et bijoux de l'influenceuse Natoo	Marque Joyau Magique	Accessoires et tendance	La culture pop et les années 1990	La corne, rose, multico	25/11/2017
Porte-clé Nanaf	Accessoire de mode	Marque de prêt-à-porter (Nafnaf)	Accessoire, cadeau	Le porte-clé	Corps, blancheur, corne, rose, douceur	17/03/2018
Gamme Life's a festival »	Gamme make-up de la marque Too Faced	Marque américaine de maquillage Too Faced	Make-up et influence (forte présence RS)	Les festivals (Coachella), la culture hippie	Corps, corne, arc en ciel, multico, paillette	02/03/2018
#unicorn hair	Publicité L'Oréal pour la gamme Colorista	Marque de maquillage et soin	Coiffure et influence	Le fun et l'audace	Multico	25/02/2018
Vernis Nailsinc	Vidéo tendance sur le vernis licorne « Sparkle like a Unicorn »	Page FB Les Eclairuses Beauté // Vernis Nailsinc	Manucure et soin de soi	La tendance chaude à suivre	Corps, corne, multico, paillette	18/03/2018
Shampooing sec COLAB	Shampooing sec, produit de soin de grande surface	Marque COLAB, distributeur Monoprix	Soin de soi quotidien	Le coiffage, le geste du parfum	Corps, corne, multico, paillette	02/03/2018
Pansement licorne	Produit de soin	Sélection cadeau Topito // Site marchand (The Warehouse)	La blessure légère	La trousse de premiers soins, les égratignures	Corps, corne, arc, multico, étoiles, rose	10/12/2017
Tendance maquillage licorne	Habitude de maquillage (viralité) et article divertissement	Site d'infotainment Huffpost	La tendance maquillage	Le maquillage, la tendance	Corne, multico	23/02/2018

Long Unicorn Nails	Habitude de maquillage (viralité)	Comptes particuliers RS	La tendance maquillage	La manucure	Corne, rose, paillette	19/02/2018
Culotte hygiénique	Protection hygiénique/prêt-à-porter	Site marchand (Firebox)	Les périodes de règles	L'hygiène intime féminin, les règles	Corne, féroce, arc, multico	13/12/2017
Culotte carlin	Prêt-à-portée/sous-vêtement	Sélection cadeau Topito Shopping	Le cadeau	La séduction et le fun	Corne, arc, multico, vol	25/01/2018
Kigurumi licorne	Vêtement d'intérieur ou de déguisement	Sélection cadeau Topito // Site marchand (Asos)	Le confort chez soi, la nuit	Le cocooning, le pyjama	Corne, tête, multico	09/12/2017
Pulls Faux	Vêtements à message	Site marchand Faux	Prêt-à-porter	Le pouvoir, l'identité personnel, les compétences personnelles	Corps, corne, blancheur, arc, multico	21/03/2018
Chaussettes	Accessoires/vêtement	Site marchand Amazon US	Prêt-à-porter	Le conte, l'intergalactique	Corps, blancheur, corne, étoiles, multico	28/03/2018
Tournoi Association Badminton Club Sérignan	Affiche sportive, événementiel	Association sportive	Événement sportif	La compétition	Corne, rose, multico, blason	18/02/2018
Site BCS	Site d'association sportive	Association sportive	Communication d'association, nom de club	Le blason	La blancheur, la corne, les ailes et plumes	18/02/2018
Le Unicorn Café	Réseaux sociaux, publication virale	Site de divertissement 9GAG	Divertissement	Alice au Pays des Merveilles	Rose, multico, l'abondance, les paillettes	25/11/2017
Grande course de bouées licornes sur la Seine	Événement Facebook viral (et fictif)	Particulier (à vocation virale)	Divertissement	Le sport, l'amusement, les Jeux Olympiques, l'absurde	Corps, corne, multico	11/03/2018
Musée de la crème glacée	Lieu et publications réseaux sociaux	Organisation privée et relais sur les réseaux par les particuliers	Divertissement	L'enfance, la gourmandise, le jeu, l'animal de compagnie	Corps, blancheur, corne, or, multico	18/02/2018
Le filtre Snapchat	L'application smartphone	Snapchat	Echange de message, réseau social	Le pyjama, la combinaison	Rose, corne, corps, pyjama	10/02/2018
Bubble Party de Val d'Europe	Affichage et événement	Centre commercial et marques partenaires	Animation de centre commercial	L'été, l'activité sportive	Blancheur, corne, rose	16/03/2018
Publication Instylemagazine	Publication Instagram/paparazzi	Compte RS de presse féminine	Contenu réseaux sociaux	L'animal de compagnie	Corps, blancheur,	12/01/2018

					multico, corne	
Publication Lana Del Rey	Publication Instagram	Compte RS de chanteuse	Contenu réseaux sociaux	Le rêve (position allongée)	Corne, multico, arc, yeux fermés	26/02/2018
Publication Joy Esther	Publication Instagram	Compte RS d'actrice	Contenu réseaux sociaux	L'accessoire de mode	Corps, corne, multico, blancheur	11/03/2018
Story Natoo	Story Instagram	Compte RS d'influenceur	Contenu réseaux sociaux	Les Lapins Crétins, la peluche	Corne, pyjama, arc, emoji	25//11/2018
La chanson des licornes	Vidéo parodique	Natoo (Youtubeuse)	Contenu humoristique RS	Pop culture, références à des personnalités de la culture française, références de la culture geek	Corne, rose, multico, excès	04/04/2018
Publication EnjoyPhoenix	Publication Instagram	Compte RS d'influenceur	Réseaux sociaux et partenariat de marque (TooFaced)	La pinata, la fête, l'animal de compagnie	Corps, blancheur, corne, rose, yeux fermés	11/03/2018
Publication Zoella	Publication Instagram/plat culinaire	Compte RS d'influenceur	Le repas et le contenu RS	La saint-valentin	Corne, yeux fermés	16/02/2018
Publication Lucy Hale	Publication Instagram	Compte RS actrice	Contenu RS	La pancarte à message (carcéral ? à message viral ?)	Emoji	11/03/2018
Publications Naturally Jo	Publications Instagram	Compte RS culinaire (spécialisé vegan)	Contenu RS	La gourmandise	Corne, yeux fermé, multico	05/03/2018
Campagne Eagle Print Awards 2010	Affichage publicitaire	Agence de publicité	Concours B2B de professionnels de la publicité	Les créatures fantastiques, le sacrilège	Corps, corne, blancheur	23/02/2018
Merci Handy	Affichage et campagne publicitaire (spot)	Marque de produits d'hygiène	Campagne de notoriété	L'être magique, la tendresse, le dressage	Corps, corne, multico, blancheur, rose, larmes magiques	23/03/2018
Campagne Canal + 2015	Spot publicitaire	Chaîne de télévision privée	Campagne publicitaire pour les contenus originaux Canal	La bible, l'arche de Noé, la séduction	Corps, corne, blancheur	15/02/2018
Publicité sponsorisée BPI	Spot publicitaire	Organisme gouvernemental	Publicité pédagogique sponsorisée	La leçon	Corne	05/03/2018
Publicité du FTQ	Spot publicitaire	Fonds d'investissement québécois	Campagne de notoriété	La leçon de mathématique, la féerie	Cheval, corne	23/03/2018

Publication « Moi sans tabac »	Publication Facebook	Service public, organisme gouvernemental	Campagne de prévention et d'arrêt du tabac	L'accomplissement de soi, le bonheur	Corps, corne, arc	30/11/2018
Affichage SNCF/TER Normandie	Affichage en train et site web	SNCF	Campagne prix	L'absurde, le meme, le dressage	Corps, corne, multico	23/02/2018
La ligue des Droits de l'Homme	Campagne web d'adhésion	La Ligue des Droits de l'Homme (association citoyenne)	Campagne d'adhésion	Le rêve, l'illusion	Corps, corne, multico, étoiles	04/04/2018
Street marketing Coca	Street marketing à Paris	Coca Cola	Campagne de notoriété	Le dressage	Corps, corne	
Harry Potter	Production hollywoodienne adapté d'un roman jeunesse	Studio et romancière	Divertissement	La magie, la forêt de Brocéliande, le conte, le sacré et l'interdit	Corps, blancheur, corne, guérison	31/03/2018
Moi, Moche et Méchant	Production animée hollywoodienne	Studio	Divertissement	La peluche, le doudou d'enfant	Corps, blancheur, rose, corne	31/03/2018
Tapisserie de la Dame à la Licorne	Tapisserie du XVI ^e siècle	Inconnu, pour commanditaire	Art mural	Religion et condition humaine	Corps, corne, blancheur, bouc	23/11/2017
Blason de la ville de Saint-Lô	Emblème historique	Inconnu	Identité locale	Religion catholique (Vierge Marie), pureté, iconographie du bestiaire	Corps, corne, blancheur, cabré	03/04/2018
Blason de la ville de Saverne	Emblème historique	Inconnu	Identité locale	Iconographie du bestiaire	Corps, corne, cabré	03/04/2018
Logo du Amiens Sporting Football Club	Logo de club sportif (emprunté au blason de la ville)	Inconnu	Identité de club sportif local	Iconographie du bestiaire	Corps, corne, cabré	03/04/2018
Brasserie La Licorne	Identité de marque de boissons alcoolisées	Brasserie familiale de Saverne	Production locale de bière	Pureté, force, indépendance et identité locale	Corne, blancheur	22/03/2018
Modèle automobile Licorne	Voiture de collection	Société française des automobiles Corre	Construction automobile	Armoiries familiales (symbole emprunté à un coureur automobile)	Corps, corne, cabré	22/03/2018
Le repère de la licorne	Site internet de développement personnel	Coach de développement personnel	Coaching, atelier et introspection	Sagesse, calme, pureté, bienveillance	Corne, blancheur	03/04/2018
Savonnerie marseillaise de la licorne	Identité de marque de produits pour le soin	Savonnerie locale	Vente et production de savons de Marseille	Pas de référence apparente	Corne, blancheur	02/03/2018

L'émoticône et l'emoji	Langage smartphone	Apple	Communication interpersonnelle	La licorne	Corne, blancheur, rose, multico	03/04/2018
Annonce d'emploi	Recherche de stagiaire	Particulier sur une page d'alumni	Communication professionnelle	La rareté	Rareté, douceur de caractère	25/11/2017
Les aventures de Tintin – Le secret de la Licorne	Bande-dessinée	Hergé, auteur de bandes-dessinées	Lecture, divertissement	L'enquête, l'univers nautique et de la piraterie	L'emblème, la corne	22/03/2018
La licorne chez les start-up	Element de langage pour désigner une start-up valorisé à un million de dollars	Expression de Aileen Alex, entrée dans la langue économique	Economie et entrepreneuriat	Rareté, rêve, succès	Rareté	22/03/2018
La licorne dans le sport	Element de langage pour désigner un joueur particulièrement doué (en basketball)	Vocabulaire de la presse sportive	Sport (basketball)	Les talents extraordinaires	Le rebond, la force physique, la rareté	19/03/2018
La licorne dans la communauté LGBTQ+	Logo, symboles et costumes	Prises de parole médiatiques (associations, influenceurs, individus)	Revendications	L'invisibilité, l'être surnaturel, l'excentricité, l'identité fluide, la sexualité non-définie	Blancheur, corne, paillettes, multico, rose, non-genre, arc	03/04/2018
La « loi de la licorne »	Théorème social	Emma Jane Hogbin (développeuse canadienne)	Revendications féministes	L'animal rare	Rareté	22/03/2018
La Licorne Rose et Invisible	Objet de culte parodique	Vocabulaire du web (forums)	Parodie et satire de la religion	La religion et les croyances théistes	Invisibilité, rose	02/12/2017

Dénominations :

NOMS	ADJECTIFS	VERBES
Tendance	Adorable	Faire craquer
Licorne-addict	Magique	Faire fondre
Pureté	Sublime	Consommer
Pouvoir	Elevée par les hommes	Mériter
Rêve	Pailleté	Réchauffer (ton cœur)
Cadeau	Magnifique	Rêver
Arc-en-ciel	Mythique	Devenir
Fête	Mignon	Élever
Amour	Fluffy (XXX)	Avoir besoin
Etoiles	Insane (fou)	Faire la fête
Féerie	Géant	Briller/Glow
Paillettes	Kitsch	Parler de
Paix	Chubby (XXX)	Se permettre
Festival	Stupidly soft and cudly	S'amuser

Plaisir	Beau	Séduire
Confort	Knowingly-kitsch	Danser
Dresseur	Bien élevée	Mélanger
Folie	Majestueux	Se ridiculiser
Poney	Tendance	Satisfaire
Pays des Merveilles	Rétro	Chiller
Symbole	Holographique	
Enchantement	Mystique	
Force	Sensationnel	
Pureté	Nacré	
Indépendance	Irisé	
Indigestion	Métalisé	
Joie	Incroyable	
Secret	« buzz-worthy »	
	Enchanting (Enchanteur)	
	Enchanted	
	Féérique	
	Décalé	
	Marvelous (merveilleux)	
	Cool	
	Spécial	
	Volant	
	Incandescent	
	Ultra-canon	
	Glamour	
	Sweet/doux	
	Soft/doux	
	Iconique	
	Audacieux	
	Chatoyant	
	Rare	
	Kawai	
	Niais	
	Paradisique	
	Instagramable	

Les phénomènes d'hybridation et de parallèles observés :

- L'arc-en-ciel
- La bête ailée
- Le poney
- La sirène

Les traits saillants et redondance :

- Le lien entre les paillettes ou l'arc en ciel et la licorne
- Le rapport à l'enfance
- Le ludique

- Le surprenant (décalage : espace du bureau)
- L'Instagramable
- La fusion avec d'autres animaux
- L'attitude des personnes qui la porte
- Le cadeau
- L'abondance, l'excès
- Le dressage de l'indomptable
- La représentation réelle
- Rendre le capitalisme tolérable ? (Cf opposition doux/méchant, donner une épaisseur de plus au cadeau volatil...)

Les termes qui désignent la licorne (Cf. Corpus en annexe 1)

***Archétype** (chez CG Jung, psychologie) :

Structure universelle issue de l'inconscient collectif qui apparaît dans les mythes, les contes et toutes les productions imaginaires du sujet sain, névrosé ou psychotique.

***Conte** :

Récit, en général assez court, de faits imaginaires.

Synonymes : fable (apologue, récit allégorique d'où l'on tire une moralité), fiction

***Divinité** :

1. Dieu, être divin, objet de culte

2. Personne ou chose adorée, considérée comme un souverain bien (littérature).

***Fétiche** (du portugais *feitiço*, sortilège, du latin *facticius*, non naturel) :

1. Objet culturel auquel sont attribuées des propriétés surnaturelles bénéfiques pour son possesseur.

2. Animal qui est censé porter bonheur à celui qui le possède.

3. S'emploie en apposition pour désigner un objet quelconque auquel on attache ce pouvoir.

***Fantasme** (du latin *phantasma*, apparition) :

Représentation imaginaire traduisant des désirs plus ou moins conscient spécialement en psychanalyse, scénario de l'accomplissement du désir inconscient.

***Idole** (du latin ecclésiastique *idolum*, du grec *eidôlon*, image) :

1. Représentation d'une divinité sous une forme matérielle (image, statue), qui est l'objet d'un culte, d'une adoration.

2. Personne qui est l'objet d'une tendresse ou d'une admiration passionnée de la part de quelqu'un, et, en particulier, vedette de la chanson ou du music-hall adulée par le public.

***Légende** (du latin *legenda*, chose à lire, de *legere*, lire) :

1. Récit à caractère merveilleux, où les faits historiques sont transformés par l'imagination populaire ou l'invention poétique.

2. Représentation embellie de la vie, des exploits de quelqu'un et qui se conserve dans la mémoire collective.

3. Ensemble de convention (signes, couleurs), qui permettent la compréhension d'une carte, d'un schéma, etc.

***Mythe** (du grec *muthos*, récit) :

1. Récit mettant en scène des êtres surnaturels, des actions imaginaires, des fantasmes collectifs, etc.

2. Personnage imaginaire dont plusieurs traits correspondent à un idéal humain, un modèle exemplaire.

3. Ensemble de croyances, de représentations idéalisées autour d'un personnage, d'un phénomène, d'un événement historique, d'une technique et qui leur donnent une force, une importance particulière.

CNRTL : Récit relatant des faits imaginaires non consignés par l'histoire, transmis par la tradition et mettant en scène des êtres représentant symboliquement des forces physiques, des généralités d'ordre philosophique, métaphysique ou social

***Symbole** (du latin *symbolum*, du grec *symbolon*, signe) :

1. Signe figuratif, être animé ou chose, qui représente un concept, qui en est l'image, l'attribut, l'emblème.

2. Figure de rhétorique par laquelle on substitue au nom d'une chose le nom d'un signe que l'usage a choisi de désigner.

Traits communs :

- Le lien au réel (déformation, amplification, incarnation)
- L'imagination (conscience et inconscience)
- La mémoire et la circulation dans l'imaginaire collective
- La mise en récit
- La codification
- La perfection, l'idéal
- La suspension de la crédulité (croyance)

Les termes qui entourent la licorne (cf. corpus)
--

***Domestique :**

(adj) Se dit, par opposition à sauvage, d'un animal qui vit dans l'entourage de l'homme et qui a été dressé à des degrés divers d'obéissance selon les espèces, en vue d'obtenir une production, un service ou un agrément.

***Extraordinaire :**

1. Qui sort de la règle, de l'usage ordinaires.
2. Qui n'est pas courant ; exceptionnel, inhabituel.
3. Qui étonne par sa bizarrerie, son étrangeté, son originalité.

***Exceptionnel :**

Qui constitue une exception, dont les qualités sont rares, éminentes.

***Fabuleux :**

1. Qui appartient aux légendes anciennes, à la mythologie, mythique.
2. Qui paraît invraisemblable par son importance, ses proportions.
3. (Familier) Qui est exceptionnel par ses qualités.

***Familiér :**

1. Se dit d'un animal qui vit dans le voisinage de l'homme.
2. Qui est habituel à quelqu'un, qu'il est habitué à avoir, à voir autour de lui.
3. Dont on a acquis la pratique, que l'on suit bien.
4. Se dit d'un mot, d'une construction, d'un style employés couramment, mais pouvant être ressentis comme incongrus dans certaines relations sociales et dans les écrits de style sérieux ou soutenu.

***Fantastique** (du grec *phantastikos*, qui concerne l'imagination) :

1. Créé par l'imagination.
2. Qui atteint un très haut degré, dont les qualités sont très grandes.
3. (Familiér) Qui s'écarte des règles, de l'habitude.
4. Se dit d'une œuvre littéraire, artistique ou cinématographique qui transgresse le réel en se référant au rêve, au surnaturel, à la magie, à l'épouvante ou à la science-fiction.

***Fascination** (du latin *fascinatio*, enchantement, charme) :

1. Action de fasciner, d'être fasciné, hypnotisé.
2. Attrait irrésistible, prestige, séduction.

***Imaginaire :**

1. (adj) Qui est créé par l'imagination, qui n'existe que dans l'imagination.
2. (nom) Domaine de l'imagination
3. (Psy, Lacan) Catégorie qui fait le lien entre le symbolique (assimilé à l'inconscient) et le réel ; ce qui reflète le désir dans l'image que le sujet a de lui-même.

***Innocence :**

1. Qualité de quelqu'un qui ignore le mal.
2. Etat de quelqu'un qui n'est pas coupable d'une faute déterminée.
3. Caractère de ce qui est exempt de malignité, de quelqu'un qui est d'une ingénuité, d'une naïveté souvent excessives.

***Magie** (du bas latin *magia*, du grec *mageia*) :

1. Ensemble de croyances et de pratiques reposant sur l'idée qu'il existe des puissances cachées dans la nature, qu'il s'agit de se concilier ou de conjurer, pour s'attirer ou susciter un malheur, visant ainsi à une efficacité matérielle.
2. Puissance de séduction, d'illusion, charme séducteur.

***Magique** (du latin *magicus*) :

1. Dont les effets sont extraordinaires, sortent du rationnel.
2. Qui agit d'une manière surprenante.

***Merveilleux** (de *merveille*, latin classique *mirabilia*, choses étonnantes) :

Qui cause une très grande admiration par ses qualités extraordinaires, qui étonne par son côté sensationnel, par ses qualités exceptionnelles.

***Monstre** (du latin *monstrum*, phénomène singulier, *monstrare*, désigner, montrer) :

1. Être vivant présentant une importante malformation.
2. Qui provoque la répulsion par sa laideur ou sa déformité.
3. Qui suscite la crainte par sa cruauté, sa perversion.
4. Être fantastique des légendes, créature légendaire, mythique, dont le corps est composé d'éléments disparates empruntés à différents êtres réels, et qui est remarquable par la terreur qu'elle inspire.
5. Animal effrayant ou gigantesque par sa taille, son aspect.

***Mystère** (du latin *mysterium*, du grec *mustêrion*, initié) :

1. Ce qui est inaccessible à la raison humaine, ce qui est de l'ordre du surnaturel, ce qui est obscur, caché, inconnu, incompréhensible.
2. Chose inconnue ou qui n'est accessible qu'à des initiés.
3. (Antiquité) Rite religieux, souvent purificateur, magique, lié au culte de certaines divinités et dont les initiés juraient de ne rien révéler.
4. (Théologie) Vérité inaccessible à l'intelligence humaine, mais dont le contenu ne peut être saisi que par la révélation divine (Trinité, Incarnation, Rédemption). Le mystère ne doit pas être conçu comme une forme négative de la connaissance humaine, mais comme une ouverture au mystère central qui est le mystère de Dieu, manifesté en Jésus-Christ.

***Réel** (du latin classique *res*, chose) :

1. Qui existe ou a existé effectivement, peut être visiblement constaté.
2. Qui est conforme à ce qu'il doit être ou prétend être.

***Surnaturel** :

1. Qu'on juge ne pas appartenir au monde naturel, qui semble en dehors du domaine de l'expérience et échapper aux lois de la nature.
2. Qui est révélé, produit, accordé par la grâce de Dieu.

***Tendance**

1. (nom) Disposition particulière qui incline quelqu'un à avoir tel type de comportement. Orientation, direction de l'évolution de quelque chose.
2. (adj) à la mode

Traits communs :

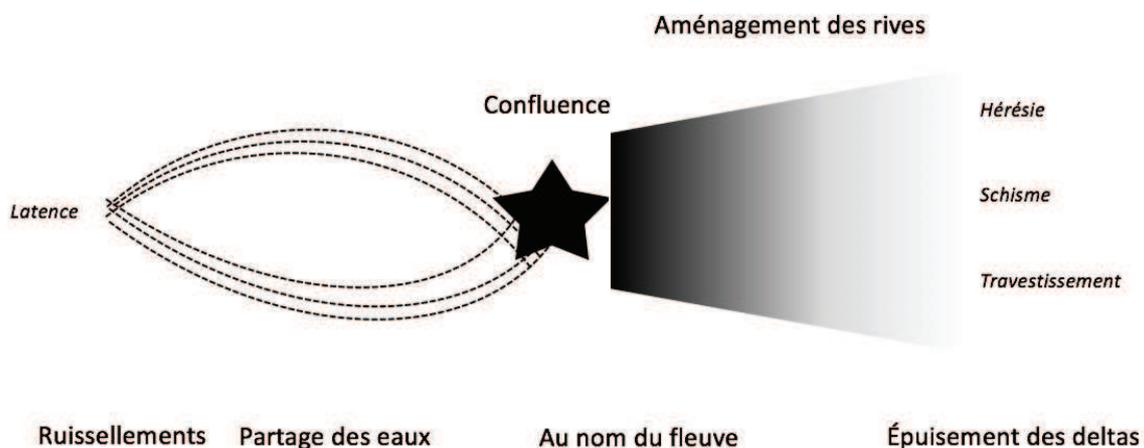
- L'opposition naturel, réel, rationnel/surnaturel, supérieur
- Visible / Invisible
- Envoûtement, attraction
- Pragmatisme et effets bénéfiques sur le réel
- L'illusion, la séduction, le désir
- L'imagination, l'inattendu, l'original, la suspension de crédulité
- La croyance

Annexe 4 : Analyse du bassin sémantique et de la topique sociale

Dans son *Introduction à la mythologie*, Gilbert Durand interroge la vie et l'évolution des mythes dans la société. Sa conclusion, qu'il donne avec la métaphore du fleuve, est que le mythe est un objet culturel qui ne meurt jamais. Il connaît un même cycle, sans cesse répété au fil des siècles, entre périodes d'exposition, de reconnaissance et de latence. La métaphore du fleuve fonctionne selon lui car elle permet de montrer le mouvement de sédimentation, d'accumulation de signes menant à l'explosion du mythe avant son assèchement, sa convergence avec d'autres mouvements, et finalement une renaissance.

Pour analyser la circulation de la licorne, sa reprise moderne dans l'espace marchand et ses conséquences sur le mythe, nous empruntons librement le schéma de Gilbert Durand. En effet lorsqu'il travaille ce schéma, Durand travaille sur une période longue (un siècle voire plus) : nous travaillons sur une échelle beaucoup plus courte pour montrer la montée du mythe sous sa forme contemporaine et son éventuelle reformulation. Le but de cette analyse préliminaire est d'analyser les composants du mythe qui constituent aujourd'hui son ou ses systèmes. L'analyse est croisée avec le système de Barthes pour comprendre la constitution sémiologique du mythe.

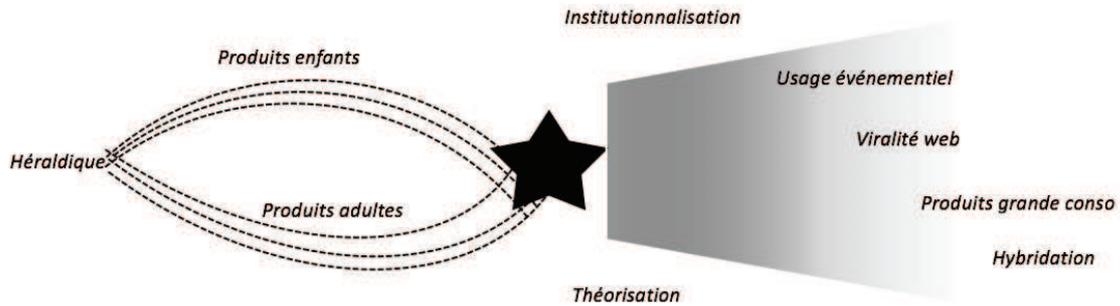
- Notre schéma du « Bassin sémantique » de Gilbert Durand :



La société est désignée comme un « bassin sémantique », dans lequel le mythe circule à l'infini et en boucle. A chaque nouvelle phase, le mythe évolue pour s'enrichir ou s'appauvrir sous l'action d'« opérateurs sociaux » (Durand). En empruntant ce schéma, nous cherchons à démontrer le rôle de la publicité et de la marchandisation comme opérateurs sociaux de la remythologisation de la figure. Le mythe existe toujours, nous en cherchons les indices et connotations, pour observer son évolution au fil de ses utilisations.

Au nom du fleuve

Aménagement des rives



Ruissellements Partage des eaux Confluence

Épuisement des deltas

Dans sa **période de latence**, le mythe n'est pas explicitement formulé mais uniquement connoté. C'est le cas pour les marques présentes dans notre corpus, ainsi que les villes dont l'emblème fait figurer une licorne : Monbana (chocolatier français dont le logo actuel est une licorne), la Brasserie La Licorne (brasserie française localisée en Alsace) et la Savonnerie Marseillaise de la Licorne, l'Amiens Sporting Football Club, la ville de Saint-Lô (Normandie) et de Saverne (Alsace). Dans ces cinq cas, la figure est représentée dans sa forme médiévale, selon l'art héraldique. Elle renvoie pour chacun d'entre eux à l'histoire de la ville de fondation (sauf pour le cas Monbana, que nous étudierons dans un second temps) avec un passé médiéval encore symbolisé par la licorne.

1. Signifiant La licorne héraldique	2. Signifié Un passé historique
3. Signe I. SIGNIFIANT La figure codifiée de la licorne selon les règles médiévales de l'héraldique (de profil, rampante, avec un corps équidé et une corne sur le front)	II. SIGNIFIÉ - Revendication d'un passé historique - Identité reconnaissable et transmissible
III. SIGNE (niveau du mythe) La transmission de valeurs anciennes	

Le schéma de Barthes dans *Mythologies*, Editions du Seuil, Paris, 1994, p.187

De cette période de latence, où la licorne ne fait pas l'objet d'un discours puisqu'elle sert de référence à un autre récit. Elle sert alors d'indice historique.

Dans un deuxième temps vient la **période du ruissellement**, lorsque de nouveaux courants font ressurgir le mythe par « résurgences ». Les caractéristiques historiques de la licorne, développées par Ctésias dans la Grèce antique puis dans les traités scientifiques et les bestiaires du Moyen Âge, réapparaissent dans les produits commercialisés : les vertus curatives voire miraculeuses de la licorne sont réincarnées dans des produits de soin (crème Glamglow vendue par Sephora,), la rareté de la corne à posséder dans son cabinet de curiosité (la corne vendue par Amazon pour boire à l'apéritif), la représentation de son identité par le blason (la vente de T-shirts faisant figurer des blasons aux couleurs de la licorne). Cette première profusion de l'usage de la licorne nous mène à ce que nomme Gilbert Durand, en citant A. Moles, « la période de l'explosive » du mythe.

En ressurgissant, le mythe est réinterprété et ses représentations se multiplient : c'est la **période du partage des eaux**, ou encore des « affrontements des régimes de l'imaginaire ». On distingue deux régimes particuliers : l'un inscrit dans l'univers de l'enfance, l'autre dans l'univers des adultes, le second étant perméable au premier. En effet, l'usage de la licorne à destination des adultes est en partie caractérisé par la régression (voire tableau ci-dessous). Dans des produits conçus pour les enfants, la licorne est représentée avec un corps équidé blanc, de manière partielle (du poitrail à la corne) ou entière, comme dans le cas de la pinata-licorne vendue chez Little Extra ou les céréales Kellogg's « Unicorn Frootloops » commercialisée chez Monoprix en France. Elle est également utilisée sur des supports particuliers que sont les peluches.

La licorne pour enfant, exemple du personnage « Princesse Twilight Sparkle », héroïne du dessin-animé pour enfant « My Little Pony »

<p>1. Signifiant Personnage le corps est celui d'un poney violet et rose, ailé, doté d'une corne</p>	<p>2. Signifié Personnage pour enfant</p>
<p>3. Signe I. SIGNIFIANT Une figure empruntant des codes réalistes (corps de poney, système monarchique), mythologique (référence à Pégase, cheval ailé, et à la licorne, cheval avec une corne) et enfantins (système d'aventures, morales sur l'amitié et la relation à autrui)</p>	<p>II. SIGNIFIÉ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Qualités magiques (voler, animal qui parle) - Fantaisie (dynastie de poney, aventure, animaux colorés et pailleté) - Domesticité (gentillesse, douceur et déclinaison en merchandising à collectionner)
<p>III. SIGNE (niveau du mythe) La licorne est un animal magique mais domestique</p>	

Le schéma de Barthes dans *Mythologies*, Editions du Seuil, Paris, 1994, p.187

En étant affilié par l'univers marchand à l'univers de l'enfance, la licorne connaît sa première évolution depuis sa représentation médiévale : alors que l'héraldique restreignait l'usage des couleurs à 5 types de couleurs, la figure est parée de couleurs multiples, celles de l'arc-en-ciel.

Elle perd à la même occasion un des traits particuliers qui caractérisait son mythe occidental : l'agressivité et la force sanguinaire et mortelle. D'animal sauvage et chimérique, la licorne passe au statut l'animal domestiqué pour les enfants, sous forme de peluches et de d'accessoires du quotidien (en cuisine, en cosmétique, jouets).

Ces différentes caractéristiques (blancheur, couleurs de l'arc-en-ciel, domestication et docilité) circulent dans des utilisations à destination des adultes. C'est ainsi que Starbucks commercialise en 2017 un « Frappuccino Licorne » caractérisé par sa couleur, rose saupoudré de poudre multicolore, et qu'une gamme du site de e-commerce L'Avant-Gardiste développe une gamme de produits « Élodie la licorne » pour la cuisine et la maison. L'univers de référence est celui de l'enfance avec une personnification de l'animal domestiqué et doté d'une identité (Élodie) appliqué dans l'univers de l'adulte (décoration, cuisine). Cette insertion de l'univers enfantin dans le monde adulte par la figure marchande de la licorne est particulièrement visible dans l'univers de la nourriture et de la boisson. La marque Quai Sud commercialise un « Thé licorne », un produit pour adulte, aromatisé au chewing-gum à la fraise, un produit connoté pour les enfants. De la même manière, Picard commercialise depuis 2018 des « Cupcakes licorne ».

La licorne pour adulte, exemple du « Bouchon de vin Élodie » vendu le site de l'Avant-Gardiste (voire corpus)

1. Signifiant Bouchon de vin en forme de licorne prénommée Élodie	2. Signifié Accessoire fantaisie pour l'apéritif (bouteille d'alcool)	
3. Signe I. SIGNIFIANT L'accessoire de cuisine pour adulte, utilisé dans un contexte domestique de consommation d'alcool et de décoration		II. SIGNIFIÉ - Esthétisme - Ludique - Référence à l'univers de l'enfance
III. SIGNE (niveau du mythe) La licorne réintroduit l'enfance dans le quotidien de l'adulte		

Le schéma de Barthes dans *Mythologies*, Editions du Seuil, Paris, 1994, p.187

Après cette période de partage des eaux, lors de laquelle la licorne circule par l'univers marchand et voit ses caractéristiques évoluer, vient le **temps de la confluence et du nom du fleuve**, en suivant le schéma de Gilbert Durand. Dans ce temps central du circuit d'un mythe, celui-ci se trouve conforté par l'appui d'autorités et personnalités influentes. Le mythe se stabilise et adopte un nom et des caractéristiques fixes.

Dans le cas du mythe de la licorne, le nom est le même depuis des siècles, mais nous affirmons ici que lors de cette période, la licorne trouve ses représentations et ses valeurs modernes dans cette phase. Son récit médiéval est définitivement occulté, il n'en est plus fait mention. Des acteurs que nous désignerons comme institutionnels cristallisent sa forme. Dans la culture cinématographique et littéraire, l'auteur J.K. Rowling la représente comme un animal magique symbole de pureté là où la firme Universal Pictures International la réifie en en faisant une

peluche pour enfant (voir Annexe 7). Dans ces deux cas, la licorne est une créature à part, même si elle ne représente pas la même chose.

Dans l'univers marchand, nous partons de trois exemples d'acteurs français qui ont chacun une voix d'autorité pour des raisons différentes : L'Oréal, entreprise française réputée à l'international dans l'industrie de la cosmétique, la SCNF avec sa marque Intercités, une marque publique française de transport ferroviaire, et le Ministère chargé de la Santé avec son opération 2018 « Mois sans tabac ». Ces trois acteurs français ont employé la figure de la licorne entre 2015 et 2018, cristallisant par leur communication le mythe moderne.

Le cas L'Oréal

<p>1. Signifiant Campagne web pour la gamme L'Oréal Colorista avec le hashtag « Unicorn Hair »</p>	<p>2. Signifié Démonstration des produits Colorista et la possibilité pour tous de réaliser un style capillaire particulier</p>
<p>3. Signe I. SIGNIFIANT Photographie de cheveux bruns teints en violet pour réaliser un « #unicornhair » (<i>cheveux de licorne</i>). Le ton est celui de l'audace et de l'amusement, avec la possibilité de « se permettre » cette originalité et la promesse de s'amuser</p>	<p>II. SIGNIFIÉ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ludique - Audace - Liberté
<p>III. SIGNE (niveau du mythe) Imiter la licorne est un jeu accessible à tous, promesse d'amusement et de liberté individuelle</p>	

Le cas Intercités

<p>1. Signifiant Page web et affichage de campagne SNCF pour la marque Intercités</p>	<p>2. Signifié Représentation de la licorne surmonté d'un chaton et du texte « 92% des chatons dresseurs de licornes recommandent TER »</p>
<p>3. Signe I. SIGNIFIANT Combinaison de deux éléments imaginaires (« chat dresseur » et « licornes ») faisant la promotion d'un service réel auprès d'une audience jeune (18-26 ans), le train Intercités</p>	<p>II. SIGNIFIÉ</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'imagination - La liberté
<p>III. SIGNE (niveau du mythe) La licorne fait partie d'un univers incongru et imaginaire, mais son degré est atteignable par tous</p>	

Le cas de la publication « Mois sans tabac »

<p>1. Signifiant Publication Facebook de l'opération « Mois sans tabac » au jour 30, avec une représentation de la licorne sous le titre « Nouvelle Vie »</p>	<p>2. Signifié Message d'encouragement aux fans de la page qui sont parvenus à atteindre 30 jours sans fumer</p>
<p>3. Signe I. SIGNIFIANT Message de Tabac Info Service dans le cadre de l'opération annuel « Mois sans Tabac », sous tutelle du Ministère chargé de la santé. Sous le message, une image représente la « Nouvelle vie » du non-fumeur avec un arc-en-ciel, une licorne, des dauphins et des chats volants.</p>	<p>II. SIGNIFIÉ - L'imagination - Le rêve - La liberté</p>
<p>III. SIGNE (niveau du mythe) Le cadre de vie où vivent les licornes est celui de la liberté et du rêve</p>	

Le schéma de Barthes dans *Mythologies*, Editions du Seuil, Paris, 1994, p.187

Pour ces trois voix d'autorité, la licorne est le symbole de la liberté et de l'audace. Elle est un argument de vente ou de changement d'attitude (arrêter de fumer) et représente la capacité de réaliser le rêve, le fantasme. C'est une hiérophanie au sens de Mircea Eliade : en dépassant la dichotomie du sacré et du profane, elle permet d'inclure l'un dans l'autre. On revient au schéma du mythe classique tel qu'il était interprété par la religion catholique lorsque ses représentants voyaient dans la licorne une représentation du Christ. En incluant la licorne dans leurs communications, ces marques rompent la limite entre imagination et réel pour promouvoir la liberté et la légèreté. La licorne en est le symbole.

Passé cette période, les contours du mythe sont redéfinis cette fois-ci par des voix académiques : il s'agit de la **période d'aménagement des rives**. Le style, la philosophie et la rationalité du mythe sont consolidés par la théorisation d'opérateurs académiques. Dans cette partie, nous observons l'intervention des figures d'experts dans la presse (voir annexe 5), interrogés pour expliquer le phénomène et ses origines. Dans les sphères universitaires, la figure est travaillée d'un point de vue historique par des auteurs comme Michel Pastoureau, Francesca-Yvonne Caroutch, Roger Caillois ou encore des collectifs de recherches comme le Centre d'Étude sur l'Actuel & le Quotidien. Le travail de recherche actuel est un signe même de cette période, le fait qu'un établissement universitaire français, spécialisée dans les sciences de la communication, autorise le choix de ce sujet comme travail de fin de cycle d'études. L'ensemble des écrits produits dans cette phase consolident le mythe en analysant la sédimentation des signes effectuée au fil des périodes précédentes.

Au terme de ce cycle, le mythe parvient à la dernière phase de son évolution : la **période de l'épuisement des deltas**. Dans sa métaphore, Gilbert Durand démontre que le fleuve qu'est le mythe s'assèche ou se divise en méandre pour cesser d'exister tel qu'il est dans son cycle en cours. Il distingue trois types d'épuisements lors du déclin du mythe : l'hérésie (la restriction du mythe à un seul élément par accentuation), le schisme (la restriction du mythe

à un seul élément par suppression des autres) et le travestissement (la nouvelle dénomination du mythe pour le cacher, le menant à une période de latence).

Nous observons dans la période contemporaine un moment de saturation du mythe de la licorne, devenu omniprésent dans toutes les sphères de la société (voir Annexe 2). Or, dans ses nouvelles et multiples représentations, la licorne adopte des formes simplifiées voire même, elle s'hybride et croise d'autres types d'animaux.

Dans le cas de l'hérésie (accentuation d'une seule caractéristique), la licorne est régulièrement réduite à sa seule corne : tout objet ou animal peut alors être désigné sous le terme de licorne, pourvu qu'il en soit doté. C'est le cas de la « peluche ornithorynque licorne » vendu sur Etsy et promue par Topito sur les réseaux sociaux. La licorne est également réduite à son seul motif coloré, par exemple dans l'univers alimentaire, où la nourriture multicolore justifie l'appellation « licorne » (tendances #unicorntoast, #unicorncake sur Instagram, Frappuccino Licorne chez Starbucks).

Dans le cas du schisme, la licorne est réduite à une forme réifiée : elle n'est plus dotée de corps animal comme dans son mythe original, mais représentée selon sa forme marchande. Lors de l'événement « Bubble Party » organisé par le centre commercial Val d'Europe, la licorne figure sur l'affiche sous une forme de bouée fantaisiste. De même, il est proposé de participer à des cours d'« aqua licorne » : la figure mythologique est réduite à sa forme marchande d'accessoire de loisir. On observe ainsi une profusion de représentations de licorne sous la forme de bouée ou de peluches.

Au-delà de ce changement de forme visuelle, l'épuisement des deltas se traduit également par un changement des valeurs évoquées au cours de cette analyse. La douceur et la domesticité n'en font plus partie (voir Annexe 4). L'analyse de la fin du cycle, menée dans l'annexe 4, nous permettra de comprendre la transgression que connaît aujourd'hui la licorne avec l'analyse de la topique du système social.

- **Synthèse de l'analyse du bassin sémantique**

Le mythe moderne de la licorne se structure en plusieurs axes complémentaires, issus d'un processus de sédimentation lors de la circulation de la licorne dans l'espace marchand et culturel :

Période de ruissellement

- La licorne incarne la transmission de valeurs anciennes et historique.

Partage des eaux

- La licorne est un animal magique mais domestique.
- La licorne réintroduit l'enfance dans le quotidien de l'adulte.

Confluence (reconnaissance et confort avec des personnalités influentes)

- Imiter la licorne est un jeu accessible à tous, promesse d'amusement et de liberté individuelle.
- La licorne fait partie d'un univers incongru et imaginaire, mais son degré est atteignable par tous.
- Le cadre de vie où vivent les licornes est celui de la liberté et du rêve.

Dans cette circulation, la licorne ne fait finalement plus l'objet d'un seul et unique récit, comme c'était le cas au Moyen Age avec le récit transmis depuis l'Antiquité de la licorne sauvage attirée par la pureté des jeunes filles vierges et traquée par les chasseurs. Elle est désormais une figure souple faite de différents systèmes de représentations selon qu'elle s'adresse à une cible jeune ou adulte. Sa marchandisation modifie ainsi ses caractéristiques et ses représentations selon le besoin du vendeur.

- **Le cas de la marque Monbana**

Le cas de la marque Monbana (artisan chocolatier français, fondé en 1934) nous permet de démontrer l'influence marchande sur la figure mythique qu'est la licorne. Nous travaillons ici à partir de l'historique du logo de la marque, disponible à cet URL :

<http://www.monbana.com/chocolaterie/logo>

Cette analyse est menée à partir des travaux de l'historien Michel Pastoureau (*Traité d'art héraldique*).

La marque Monbana a adopté 5 logos depuis sa fondation en 1934 :



1934 : Le premier logo de la marque fait référence directement à l'histoire et aux produits du chocolatier : le principal produit vendu est un cacao en poudre, pour réaliser des boissons chocolatées.

Ce produit fait référence directe à **l'univers de l'enfance**, étant consommé en grande partie par cette cible. Le logo traduit cette identité avec la représentation de la petite-fille du fondateur, surnommée « Louisette », buvant son bol de lait chocolaté. Le produit est enrichi en vitamines pour des produits avec un savoir-faire diététique après la guerre.



1950 : le logo évolue et fait toujours figurer la petite-fille « Louisette », mais cette fois-ci en empruntant un élément de l'art héraldique, le blason (forme d'écu). Celui-ci reste fidèle aux règles strictes de l'héraldique en utilisant une des 5 couleurs habituellement utilisées, le rouge (ou « gueules »). Là où les blasons font initialement figurer des éléments végétaux ou animaux, la version moderne de Monbana met en son centre les contours de la petite-fille du fondateur, symbole des valeurs familiales de la marque.

Par cette modification, la marque s'inscrit dans **une lignée familiale**. Le blason fait ainsi référence à l'usage qui en était fait au Moyen Age, lorsque le blason servait à distinguer les familles, à l'image d'un nom de famille. L'univers de référence reste pourtant celui de **l'enfance et de la gourmandise** (une fillette buvant son bol de lait chocolaté). Les valeurs prônées par la marque sont encore celle du **plaisir simple et accessible**, ouvert à tous et notamment la cible la plus jeune.



1970 : le logo subit un changement radical, selon le site internet de la marque dans le but de prendre un ton « **plus haut de gamme** ». Ce nouveau logo est désigné comme le « blason aux deux licornes ».

Par ce changement, Monbana conserve l'art héraldique dans sa manière de se représenter (haut de gamme) mais supprime l'élément originel de la marque, la petite-fille (le signe explicite de l'enfance).

On note également que le « blason » perd son cadre et se complexifie : l'iconographie est beaucoup plus dense, avec deux figures au lieu d'une seule, dont les couleurs ne respectent d'ailleurs plus les codes de l'héraldique. À l'inverse du symbole de la petite-fille, simplifié au minimum (le contour d'une silhouette), les licornes sont représentées dans le détail et avec fioritures. Malgré la perte de la forme du blason, le logo reste emprunté de l'héraldique, avec une représentation classique d'un élément que l'on retrouve bien sur les blasons d'origine : la licorne en position dite rampante (dressée à la verticale). L'apparition des initiales de la marque (« MB ») font glisser le logo-blason (en forme d'écu) vers une autre forme de l'héraldique, les armes (qui font figurer du texte).

Le nom de la marque réapparaît donc dans le logo par deux fois, dans l'iconographie (calligraphié et stylisé pour imiter l'art héraldique) et dans la partie inférieure (dactylographié, en lettres capitales et graissées). Le résultat est un logo plus dense, plus complexe, qui emprunte des codes historiques pour assurer une image **moins enfantine et plus mature**. Il affirme un **passé familial et une légitimité** dont le logo précédent ne faisait pas la promotion. Les produits s'adressent désormais à un public plus restreint.



2001 : le site internet de la marque décrit un changement de positionnement et d'image à cette période, dans le « **souci(...) de retrouver la légitimité de sa marque** », de « revendique(r) haut et fort (leur) métier de chocolatier depuis 1934 ».

L'enjeu n'est finalement pas si éloigné de celui de 1970, lorsque la marque souhaitait monter en gamme. Pour revaloriser leur savoir-faire historique, la marque conserve son emprunt héraldique avec la figuration de la licorne, mais cette-fois-ci simplifiée : le logo est toujours désigné comme un « blason », mais avec « une simple licorne ». L'ensemble de la composition est retravaillé de manière à alléger le logo, mais en conservant les éléments de base : le fond reste ocre et le tracé crème, mais le logo n'apparaît qu'une fois dans une typographie personnalisée. C'est désormais le nom de la marque qui prend la place principale dans le logo, là où l'iconographie de la version précédente occupait une place équivalente.

Le métier fait également sa première apparition dans le logo, sous le nom de la marque : celle-ci affirme son savoir-faire de longue date, en mettant en avant sa date de création. La licorne

subit de nombreuses modifications : désormais, seule sa silhouette est tracée (elle était pleine dans la version précédente) et seules quelques détails subsistent (la crinière, la forme des sabots, la torsade de la corne). Son importance dans le logo est réduite pour laisser plus de place au nom de la marque : les valeurs connotées par l'art héraldique (le patrimoine familial, le ton haut de gamme) s'effacent du logo. **Le savoir-faire est finalement porté par le nom Monbana en lui-même** (accolé à sa date de création), et en conséquence, la licorne perd son rôle de support symbolique pour devenir un accessoire du logo.



2012 : dernier changement de logo en date, celui-ci incarne le nouveau positionnement de Monbana. Selon le site internet, celle-ci est devenue une « marque accessible et grand public », avec une « volonté de moderniser et d'accompagner le développement de son réseau de boutiques » lancé en 2008.

Le logo subit une profonde refonte, la plus importante depuis celui de 1970 : il est aujourd'hui inscrit dans un fond blanc, totalement épuré, avec pour seul élément iconographique le symbole de la licorne. Changement majeur pour la figure jusqu'alors représentée dans sa forme médiévale, celle-ci perd son corps pour ne conserver que sa tête et sa corne dans une forme épurée, suggérée par un tracé blanc sur fond rose, une couleur qui lui est associée depuis quelques années (voire analyse bassin sémantique). Ce changement de coloris est également d'une grande importance pour la marque : **le rose est l'élément majoritaire présent dans les boutiques**. On peut donc expliquer cette modification de couleur par la volonté énoncée plus haut d'accompagner le développement (et donc la différenciation) du réseau de boutique. Là où le secteur de la chocolaterie utilise principalement des couleurs chaudes comme le marron, l'orange ou le jaune (Auzou, Galler, La Maison du Chococat), Monbana emploie le rose sur ses lieux de vente et sur ses packagings.

Comme pour le précédent logo, le nom de la marque reste l'élément majoritaire de la composition, en lettres capitales graissées et dans une police simplifiée. Toutefois, les éléments textuels qui l'entourent évoluent : on ne désigne désormais plus le métier mais le secteur en passant de « chocolatier » dans la version de 2001 à « chocolaterie » dans la version actuelle, et l'origine nationale est spécifiée avec la date de création (« France 1934 »). Ce changement peut être expliqué de la même manière que le choix de couleur : la marque mise désormais moins sur son savoir-faire métier mais sur son réseau de lieux de vente. La licorne accompagne ainsi le changement d'identité de la marque en **légitimant l'introduction d'un nouveau code couleur différentiel**. Toujours selon l'art héraldique, elle reste de profil mais dans une représentation partielle, simplifiée et de taille réduite. **La disparition de son corps marque le changement du récit de marque** : devenu grand public et accessible, Monbana ne revendique plus la noblesse et le ton haut-de-gamme (connoté par la représentation élaborée de la licorne) mais l'accessibilité, avec une figure simple et populaire, la licorne rose.

En étudiant l'évolution du logo de la marque Monbana, on étudie la constitution d'un blason et d'une mythologie familiale. La licorne entre dans ce dispositif comme élément créateur de mythologie pour un récit de marque.

Ainsi, le mythe propre de la licorne n'apparaît à aucun moment, mais sa représentation symbolique dans l'art héraldique permet à la marque familiale de construire son récit, avec les valeurs du savoir-faire transmis de génération en génération. L'évolution majeure de la marque est accompagnée par le changement de représentation de la licorne : répandue dans la culture populaire et symbole de modernité dans sa nouvelle représentation (sans corps nécessaire, avec la couleur rose), **le renouvellement de la figure autorise le renouvellement du ton de la marque, qui a l'ambition comme la licorne de devenir accessible et populaire.**

- **La fin du mythe : analyse de la topique du système social**

Dernière étape du schéma mythologique de Gilbert Durand, tout mythe parvient à une période finale, celle de « l'épuisement des deltas ». Après s'être construit en circulant et en faisant l'objet d'appropriation, puis d'institutionnalisation (stabilisation de son sens et de sa signification), le mythe s'étirole dans trois mouvements caractéristiques :

- L'hérésie (la restriction du mythe à un seul mytheme)
- Le schisme (la suppression de tous les mythemes à l'exception d'un seul)
- Le travestissement (disparition du mythe sous une forme cachée, non-assumée)



Les trois cas ci-dessus incarnent cet épuisement des deltas théorisé par Gilbert Durand. Le premier cas est celui du dessin-animé très populaire auprès des plus jeunes, My Little Pony. Dans ce programme, le personnage principal, Princess Twilight Sparkle, est doté d'un corps de licorne. Ainsi, dans le cas de la licorne destinée à l'enfance, le seul mytheme conservé est celui de l'innocence, hybridé avec d'autres éléments comme le Pégase d'Ulysse (cheval ailé) ou d'autres univers enfantin (en l'occurrence, l'univers My Little Pony constitué de poneys). Le mouvement de schisme est incarné dans l'exemple des pâtisseries de la marque Picard : elle commercialise depuis 2017 des « cupcake licornes », dont le seul mytheme apparent est la corne. Par exclusion, la marque constitue la licorne sur un seul élément, et en supprimant tout récit. La licorne devient une fantaisie, une simple décoration. Finalement, le mythe devient peu à peu latent, passant dans des usages travestis. C'est l'exemple de la Glitter Beer, une bière dans laquelle sont en suspension des paillettes. En commentaires de cette publication virale de BuzzFeed, de nombreux utilisateurs ont fait apparaître l'emoji licorne, faisant le lien entre une boisson fantaisiste et rare et l'animal mythique. Les caractéristiques de la licorne relevées dans l'analyse précédente (la liberté, le rêve, le jeu) réapparaissent également dans d'autres figures comme la sirène. Ces exemples montrent la manière dont le mythe de la



licorne se dilue peu à peu dans des applications et des représentations éloignées du mythe original.

Durand se sert de son schéma de la topique du système social pour montrer la dynamique du mythe dans la société et expliquer l'évolution vers le déclin. Cette topique prend en compte tous les rôles des acteurs de la société, et le système hiérarchisé de la société selon des jeux d'influence et d'autorité. Elle est divisée entre des rôles positifs (les opérateurs sociaux majoritaires) et les rôles négatifs (les minorités et les marginaux). Le système est dynamique et cyclique : le mythe se vide et se remplit de signes à mesure que son cycle avance. La conclusion de ce schéma est finalement que le mythe se démythifie lorsqu'il devient manifeste et qu'il est le mieux intégré dans la conscience collective. Il

ne porte plus de récit allégorique et la part de mystère qui l'entoure.

L'exemple est pris avec l'usage qui en est fait par la SNCF : dans sa campagne pour le TER, la licorne apparaît comme la monture d'un chaton. En tant que transporteur français, la marque SNCF est considérée dans cette analyse comme une institution. À partir du moment où elle s'empare de la figure, la licorne entre dans un dispositif de communication institutionnalisé : sa représentation est celle qui fait consensus, puisque cette communication doit parler à l'audience la plus large possible. Sur le site internet de la SNCF, l'offre à laquelle cette communication fait référence porte sur les 18-26 ans. Pour cette cible, le choix de la licorne est donc révélateur de l'analyse faite par la marque : pour communiquer à cette cible, elle a choisi une figure qui doit en théorie lui être familière.

Or, la représentation de la licorne choisie par la SNCF est celle d'un animal imaginaire mais domestiqué : dans une culture du web et du même, la licorne n'est plus qu'un symbole de divertissement et de curiosité pour susciter l'intérêt du consommateur. Son image institutionnalisée est donc vidée de son mythe.

Pour compléter la trilogie de l'épuisement que Gilbert Durand développe, nous complétons son analyse avec un quatrième phénomène traduisant de l'épuisement du mythe : le phénomène d'hybridation, qui comprend à la fois l'hérésie (la réduction à un seul mytheme) et la création d'un récit secondaire. Les exemples de ce que nous nommons des « produits dérivés » de la licorne en sont l'incarnation : le slip « carlins licornes », le t-shirt « dinosaure licorne » ou encore la peluche « ornithorynque licorne » montrent une hybridation de la licorne, dont le seul mytheme subsistant est la corne. Ils sont à l'origine de récits secondaires, en créant une mythologie à des créatures qui n'en ont autrement pas.



Un slip (oui oui un slip) avec des carlins licorne

⚡ Topito



Une peluche ornithorynque licorne

Pourquoi c'est top ? Combien ? à partir de 40.00...

⚡ topito.com

Comment expliquer cette dérivation et cet étirement du mythe ? Pour Gilbert Durand, la question est celle du pouvoir des opérateurs sociaux à un moment-T. Dans son système social, qu'il voit sur un modèle cyclique de la même manière que le bassin sémantique du mythe, le

mythe part d'un niveau fondateur, ce qui constitue l'inconscient collectif culturel. Il est ensuite façonné par des opérateurs aux rôles positifs, dans le sens où ils adaptent le mythe pour en faire la norme, ce qui est institutionnalisé, communément accepté dans la société. Le mythe atteint ainsi un niveau rationnel : il concorde avec des valeurs et des représentations partagées avec les opérateurs sociaux majoritaires de la société. Dans le dernier temps de cette topique, les opérateurs sociaux au rôle négatif s'emparent du mythe pour nourrir leur mouvement de dissidence. Un combat d'idéologies se joue ainsi en fond de trame du mythe, dans un conflit d'imaginaires et de valeurs. De là, le mythe est réapproprié et fait à nouveau l'objet d'une reconstruction dans les imaginaires collectifs, et le cycle recommence.

Dans le cas du mythe de la licorne, le niveau fondateur est constitué de tous les éléments vus en introduction de ce travail, soit toute la littérature antique et médiévale de la licorne, qu'il s'agisse des bestiaires, de l'héraldique ou encore des textes de médecine de l'antiquité et du Moyen Age sur le sujet. On peut également intégrer dans cette partie toute l'iconographie de la licorne issue de la Bible ou de l'art médiéval, avec l'exemple le plus connu de la *Tenture de la Dame à la Licorne*.

Ce niveau fondateur est ensuite approprié par les opérateurs sociaux dont le rôle est « positif » dans la société selon Gilbert Durand, à définir comme les acteurs les plus hauts placés dans la hiérarchie. Le mythe conforte alors leur idéologie : citons par exemple la culture de la réussite et du succès économique des startups dont la licorne devient l'emblème de la rareté et du caractère fantastique, incroyable. L'apparition de la licorne au cœur du Museum of Ice Cream (étudiée dans l'annexe 11) conforte une tendance au retour à l'enfance et une culture du partage, de « l'instagramable ». De mythe inconsciemment intégré dans l'imaginaire collectif, le mythe de la licorne passe à un niveau articulé, assumé et surtout rationnel : sa représentation est fixée, elle est conceptualisée et institutionnalisée.

Dernier mouvement de cette topique, les dissidents du modèle normé s'emparent du mythe pour l'intégrer à leur discours de contestation. Dans notre cas, les militants pour les droits LGBTQ+ s'emparent de la licorne pour lui faire signifier plus que la simple réussite économique ou l'innocence de l'enfance employé par le marketing pour les jouets d'enfants. Autre acteur dissident, l'internaute fait également circuler la licorne dans le web « ensauvagé » (voir annexe 8). Le résultat est une figure dont les valeurs sont détournées pour exprimer une autre position, une autre idéologie dans la société. Dans notre hypothèse, cette licorne en phase terminale de la topique du système social est l'incarnation d'une célébration de l'ordinaire, d'une mise en avant de l'oublié, et finalement l'enchantement du quotidien le plus cru.

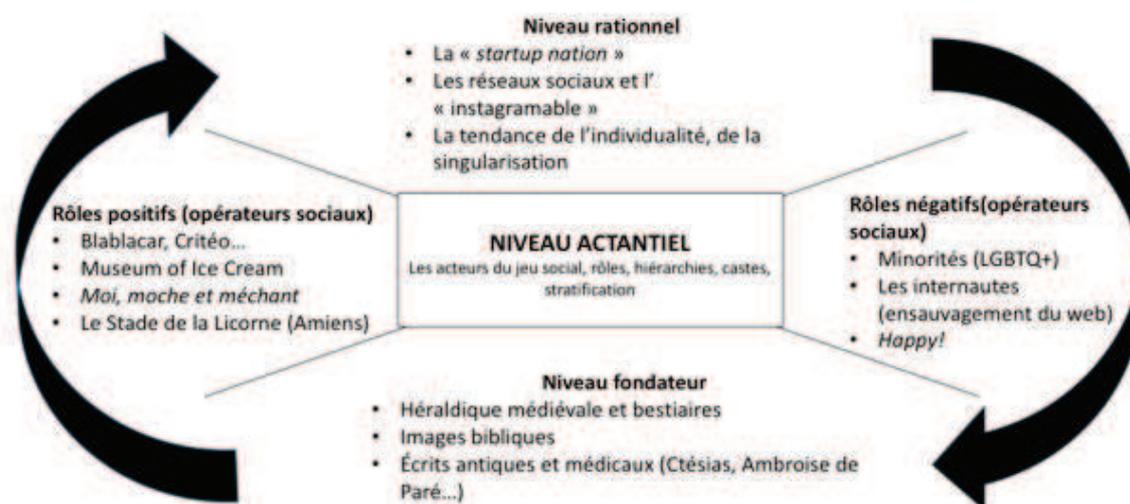


Schéma adapté de la topique du système social de Gilbert Durand dans *Introduction à la mythodologie, mythes et sociétés* (Albin Michel, Paris, 1996, p144)

Synthèse générale

Le mythe (« ensemble de croyances, de représentations idéalisées autour d'un personnage, d'un phénomène, d'un événement historique, d'une technique et qui leur donnent une force, une importance particulière » selon le dictionnaire Larousse) est une entité vivante, organique.

Les résultats de notre analyse montrent que le mythe de la licorne est retravaillé à travers sa circulation dans l'espace marchand. On observe la mise en avant de mythèmes particuliers pour adapter le mythe selon la cible. La licorne telle qu'elle est connue aujourd'hui est éloignée de la figure du mythe médiévale, celle d'une représentation de l'animal sauvage attiré par la pureté et sanguinaire face à ses chasseurs. Pour autant, nous allons contre l'idée du sociologue Roger Caillois, qui désigne l'utilisation moderne de la licorne comme un « simulacre » (une image creuse, vidée de son contenu) : le mythe apparaît en filigrane dans ses usages et son appropriation moderne, celui d'une quête de la rareté.

Cette première conclusion nous permet de valider l'hypothèse de la circulation de la licorne, sa formation comme « être culturel » (Durand) constitué d'un ensemble de systèmes de représentations. Une autre conclusion est le relatif silence qui entoure la licorne : l'animal mythique et imaginaire est utilisé en toute légitimité, au même titre que n'importe quel animal réel, sans que les marques qui l'emploie ne développent le moindre storytelling pour expliquer son emploi.

« L'Île Licorne, le meilleur endroit pour passer les vacances de tes rêves », JulietteGee, *Madmoizelle*, 18 avril 2018, consulté le 21 avril 2018 à l'URL : <http://www.madmoizelle.com/ile-licorne-vacances-911037>

Typologie : presse en ligne

Catégorie de l'article : « Culture – Sur le web »

Tonalité

L'auteur de l'article se place en observatrice d'un phénomène sociétale, qu'elle le décrypte avec l'autorité de son organe de publication pour le prescrire à son lectorat (on note la présence récurrente du pronom « on » opposé directement au « tu »). Le ton est d'ailleurs celui de la proximité et de la familiarité, l'auteur s'adressant à son lecteur comme à une amie (questions directes, vocabulaire familier voire oral, blagues et références à la culture populaire) : l'auteur est celle qui « déniche », qui a « un tuyau pour toi ». Ce discours dit culturel est également l'occasion de faire la promotion des produits vendus par le site Madmoizelle (box mensuelle).

A noter, l'information transmise par le média est issue d'un organe de presse américain (Bustle), et relate un fait lui-même étranger à la France (Philippines).

Descriptifs de la licorne

L'article se concentre sur un phénomène inspiré de la licorne, une île de jouets gonflables pour les adultes et les enfants. Le vocabulaire associé à ce lieu est celui de l'enfance : il y est question de « bouées licorne », de « tobogans pneumatiques roses bonbons », « une sorte de parc d'attractions », « châteaux de sable » et « jeux aquatiques ».

Ce lieu est approché de l'image biblique du paradis (« lieu paradisiaque »), redéfini par la même occasion dans l'article : selon l'auteur, cette île Licorne représente un nouvel Eden sur l'eau pour ses qualités visuelles et son « gros potentiel instagramable ». On note également dans l'article qu'une partie des images illustrant les propos de l'auteur sont intégrés directement depuis Instagram, comme pour valider ses affirmations.

La communauté liée aux licornes est désignée avec des termes forts, qui soulignent un **attachement émotionnel** fort à cette figure. Il est ainsi question des « amoureux-ses des licornes et des arcs-en-ciel ». On note également l'emploi de l'écriture inclusive dans cet article, élargissant la communauté de fan aux femmes comme aux hommes. Une véritable communauté est désignée, dont fait partie la rédaction : JulietteGee insiste sur ce fait en plaçant une phrase orale (symbolisée par l'emploi de l'italique et des guillemets dans l'article), « Parce que oui, chez MadmoiZelle, j'ai remarqué qu'« *on adooooore* » les licornes ». En plus d'être prescripteur du phénomène expliqué dans l'article, l'auteur et son média s'incluent dans l'engouement avec une photo finale pour preuve.

Interprétation

La licorne est présentée comme un objet culturel transformé. Elle est présentée avant tout par sous une forme de jouet (la bouée) et par les qualités qui lui sont associées : les couleurs pastel et rose, les arcs-en-ciel, les paillettes, la multiplicité de couleurs (« des tobogans gonflables aux couleurs»). Elle s'insère dans un double **discours marchand**, celui du site MadmoiZelle (site de divertissement mais également vendeur) et celui de l'Île Licorne, dont les prix sont indiqués pour information en fin d'article.

L'argument en sa faveur est avant tout émotionnel, avec la création d'un lien de connivence avec le lecteur autour d'une figure censée faire l'unanimité. L'article reconstruit un nouveau paradis sur l'eau en reprenant les photos virales postées sur Instagram : preuve à l'appui, le média montre à son lectorat la force virale de ce lieu, son potentiel à créer de belles photos, et donc un contenu de qualité pour ses réseaux sociaux. Trois qualités se dégagent ainsi de la licorne dans ce contexte : **l'opulence, l'extravagance** (superlatifs, nombreuses métaphores), **l'insouciance de l'enfance** (évoquant des jouets et loisirs enfantins) et la capacité à **produire des contenus esthétiques à partager**.

« Why the unicorn has become the emblem for our times », Alice Fischer, The Guardian, 15 octobre 2017, consulté le 27 avril 2018 à l'URL : <https://www.theguardian.com/society/2017/oct/15/return-of-the-unicorn-the-magical-beast-of-our-times>

Typologie : presse britannique en ligne

Catégorie de l'article : « Children – The Observer » (tribune quotidienne publiée dans la catégorie « Society » sur le site du Guardian, extraite de sa publication sœur « The Observer »)

Tonalité

Dans cet article, l'auteur a pour ambition d'expliquer rationnellement un phénomène culturel, celui de la licorne. Dès le titre et la chapô, le programme est donné : il affirme tout d'abord que la licorne est un « emblème de notre ère » pour en chercher l'explication. La licorne est traitée de manière historique et factuelle : le travail est ici celui d'une journaliste qui entreprend de comprendre le succès d'un phénomène, mais également celui d'une mère cherchant à comprendre les goûts de sa petite fille. La figure est ainsi traitée avec la distance d'une journaliste (descriptions de faits culturels et marchands) et la curiosité d'une mère (anecdotes personnelles). L'accumulation des tendances et des faits permet de valider la thèse de l'auteur, à savoir que la licorne imprègne toute la culture moderne : les faits sont énoncés les uns à la suite des autres pour construire un panorama de la société à l'ère de la licorne.

Descriptif de la licorne

Légende de l'analyse dans le corpus :

BLEU : la licorne médiévale

ROUGE : la licorne marchande

VIOLET : la licorne digitale

VERT : les slogans

Dans l'article, une dynamique s'instaure entre l'image médiévale de la licorne, attachée à un vocabulaire du merveilleux (« fierce creature », « magical forests », mythical beasts »), et l'image marchande de la bête, dès qu'elle a trait à un acte commercial. Dans l'ordre, l'article aborde :

- Son cas personnel (le goût de sa fille pour les licornes)
- Le phénomène moderne (culture populaire et marchandisation)
- Succès auprès des enfants
- L'origine historique (de la Grèce à l'Angleterre victorienne et la reprise moderne)
- La conclusion personnelle de l'auteur

Lorsqu'elle est décrite dans sa forme ancienne, la licorne est insaisissable et loin du monde moderne. Les personnes interrogées par la journaliste évoquent d'ailleurs des origines très lointaines dans la Grèce antique, la mythologie chinoise et les écrits religieux.

A l'inverse lorsqu'il est question de la licorne d'aujourd'hui, destinée aux enfants, les termes sont péjoratifs : le cadre n'est pas celui d'une forêt magique mais du goûter d'anniversaire d'un enfant de six ans, la licorne réduite à « une créature un peu ridicule » déclinée dans tous les formats (bijoux, décoration). Alice Fisher emprunte par ailleurs un vocabulaire très spécifique au monde des affaires lorsqu'elle aborde la question de la commercialisation de l'animal, avec l'historique des entreprises et leur chiffre d'affaires.

Interprétation

L'article pose le diagnostic d'un phénomène, l'autorité provient de la réputation de l'organe de presse (média national) et de l'expertise des personnes interrogées (historiens, professeurs de lettres). La comparaison est sans cesse faite entre ce qu'on pourrait appeler la licorne classique et la licorne moderne, la licorne « féroce » et la licorne « toute rose et couverte de paillette », comme si les deux étaient **incompatibles**.

En parcourant toute l'histoire de la licorne, l'auteur en fait également une figure souple mais toujours présente dans la société. Ses qualités lui ont permis de subsister à toutes les périodes et d'accompagner les changements des mœurs par une réinterprétation (l'amour courtois au Moyen-Âge, le libertinage de l'Angleterre victorienne, la revendication de la liberté sexuelle dans les années 1980, l'ouverture d'esprit à l'heure du Brexit et de Trump).

Synthèse

La licorne est présentée comme un miroir des sociétés depuis les origines, une porte d'entrée pour comprendre des faits à un moment donné. Avec les ressorts de la rationalité (paroles d'experts, témoignages de professionnels, récits historiques) et de l'émotion (récit et témoignage personnels), l'auteur construit la licorne comme un **emblème des temps modernes, omniprésente, composite et positif** (« *There aren't many creatures that have been a representation of Christ, a panacea, a gay rights campaigner and a fashion accessory. By picking it as the creature that represents our messed-up age, we've actually got something right* »).

“Venez passer la journée sur une île gonflable géante licorne”, Loïse Delacotte,

***Cosmopolitan*, 17 avril 2018, consulté le 18 avril 2018 à l'URL :**

<http://www.cosmopolitan.fr/venez-passer-la-journee-sur-une-ile-gonflable-geante-licorne,2016439.asp>

Typologie : presse féminine en ligne

Catégorie : « Actu Lifestyle »

Tonalité

L'article propose à ses lecteurs de réaliser un rêve, celui de se rendre sur l'Île Licorne aux Philippines. L'auteur s'adresse directement au lecteur en le vouvoyant, et en lui posant des questions directes (« vous en rêvez ? », « c'est un programme qui vous tente ? »).

Description de la licorne

La licorne fait partie de tout un système de rêverie mis en place par l'auteur. Les termes employés sont ceux des contes : « royaume enchanté », « couvert d'arcs-en-ciel où vivent les licornes ».

L'île Licorne est tout de même décrite avec un critère d'adulte, celui de la photogénie, puisque l'endroit est décrit comme « fait pour Instagram ». La préoccupation est celle d'un adulte.

Interprétation

La construction de cet univers imaginaire et régressif gomme tout aspect marchand : il n'est question que de la création d'un « espace magique ». L'auteur va jusqu'à rappeler à son lecteur que les licornes n'existent pas, comme si le phénomène brouillait la limite entre le réel et la fiction. L'aspect marchand (les prix de l'avion et de l'accès à l'île) n'intervient qu'en fin d'article.

L'auteur ravive finalement l'intérêt pour une figure dont est déjà saturé le lecteur. En évoquant cette saturation et l'essoufflement du phénomène (« vous pensiez que les licornes, c'est « so 2016 » »), Loïse Delacotte utilise sa position de prescripteur dans un magazine pour redonner une légitimité à une tendance et relancer le phénomène. Elle fait appel à la sensibilité du lecteur en évoquant le lien fort qui peut exister entre lui et la figure (« accro aux licornes », « licorne-mania »).

Synthèse

La licorne est ici aussi présentée comme **un objet culturel transformé** (sous forme de lieu touristique), cette fois-ci non-exclusif : il est présenté dans un cadre où un élément fictif l'accompagne (Loch Ness). La licorne fait partie d'un univers global que prescrit l'auteur aux fans.

« Science décalée : la licorne existe, et nous l'avons rencontrée », Marie-Céline Ray, Futura, 28 janvier 2017, consulté le 21 mars 2018 à l'URL : <https://www.futura-sciences.com/planete/actualites/zoologie-science-decalee-licorne-existe-nous-avons-rencontree-62252/>

Typologie : Presse de vulgarisation scientifique en ligne

Catégorie de l'article : « Planète »

Tonalité

L'article est rédigé par une journaliste spécialisée dans les questions d'environnement et de biologie. Les faits rapportés sont scientifiques et appuyés par des paroles d'experts (paléontologue).

Description de la licorne

La licorne est décrite d'un point de vue historique et biologique, à l'opposé de l'image fantastique qui est faite d'elle dans la culture populaire. Le vocabulaire pour la désigner est scientifique (termes latins, dates, renvois vers des enquêtes scientifiques).

En fin d'article, un encart propose de partager l'article pour « faire connaître Futura ».

Interprétation

La distinction faite entre « mythe » et « réalité » est très forte : l'article scientifique cherche à prouver la véracité d'un fait pour supprimer le mensonge de la fiction. On peut supposer que le choix du sujet est motivé par sa capacité à susciter la curiosité et le partage, il encourage le partage et la discussion.

Synthèse

La licorne est présentée ici comme une curiosité scientifique prise dans la controverse (est-elle réelle ou non), elle permet de faire parler du site.

« Pourquoi les licornes s'imposent dans les tendances de Noël », Yves Souben, *Huffpost*, 27 octobre 2017, consulté le 23 février 2018 à l'URL : http://www.huffingtonpost.fr/2017/11/25/pourquoi-les-licornes-simposent-dans-les-tendances-de-noel_a_23287452/

Typologie : Presse en ligne de divertissement et d'information

Catégorie de l'article : « C'est la vie »

Tonalité

L'auteur de l'article emploie un ton factuel : il accumule les exemples pour montrer le succès du phénomène avant d'entrer dans une explication historique à l'aide de la parole d'experts (en histoire, communication...) recueillie à dans divers articles francophones et anglophones.

Description de la licorne

La licorne est décrite comme un « animal magique » décliné sous tous les formats, les exemples s'accumulent, l'auteur mélangeant tous les genres (les jouets d'enfant comme ceux destinés aux adultes). L'article commence par une liste des tendances, un point de vue historique et sociologique sur le phénomène, et finalement un retour sur la commercialisation de ses dérivés et l'explication de leur succès.

Le déclin de la licorne est également annoncé dans cet article, qui conclut sur l'arrivée prochaine des lamas et des sirènes.

Interprétation

Noël apparaît comme l'excuse pour aborder la question de la licorne : la fête n'est mentionnée que dans le titre et l'introduction, puisque la période est censée être « l'apogée » de la licorne en 2017.

Les objets sur lesquels les licornes sont apposées font partie du quotidien, elles viennent leur « rajouter leurs paillettes et leurs arcs-en-ciel ». Pour l'auteur, les licornes seraient l'origine d'une épaisseur supplémentaire de signification à ces objets du quotidien. L'article expose finalement une tendance pour en proposer son propre diagnostic. Un pouvoir est donné à la figure moderne, celui de la libération par l'imagination, un « échappatoire ». C'est cette caractéristique qui devrait sauver les licornes de leurs concurrents, les lamas et sirènes.

Synthèse

Curiosité de notre temps avec un passé ancien, la licorne est présentée comme un phénomène transverse de la société qui touche tous les domaines. Son traitement à travers plusieurs points de vue permette de la construire en créature complexe et profonde, avec un ancrage dans le monde marchand (nombreux liens à travers l'article vers des produits à acheter en ligne). Toute une **mythologie moderne** est développée dans l'article, celle de la **force** et de l'**optimisme**.

« Latte art, toast licorne... Tout ce qu'on ne veut plus voir ni manger en 2018 », Valentine Cinier, *Club Sandwich Konbini*, janvier 2018, consulté le 21 mars 2018 à l'URL : <http://clubsandwich.konbini.com/lol/tous-les-trucs-quon-ne-veut-plus-voir-ni-manger-en-2018/>

Typologie : presse de divertissement en ligne

Catégorie de l'article : /

Tonalité

L'auteur de l'article s'adresse à son lectorat au nom de sa propre rédaction, l'opposition est faite entre le « on » de l'auteur et le « vous » du lectorat. Écrit au mois de janvier dans la lignée des articles des tendances pour l'année à venir, cet article annonce officiellement le déclin d'une tendance culinaire, ou au moins le souhait d'une fin de tendance. Le champ lexical est celui de la lassitude et du rejet (« ne supportez plus », « devraient définitivement disparaître ». L'ambition est de faire table rase des tendances que l'auteur ne supporte plus en les dénonçant (« en vrai, c'est juste... », « c'est juste censé être... », « un simple prétexte pour... »).

Description de la licorne

Au contraire des articles de début d'année sur les tendances à venir et mais sur le modèle des bonnes résolutions, l'article de Club Sandwich expose les tendances que la rédaction souhaiterait voir disparaître.

Parmi ces tendances, la première de la liste est celle nommée « licorne et arc-en-ciel », constituée de « déclinaisons de trucs de toutes les couleurs à n'en plus finir » : la licorne appliquée dans la cuisine est réduite à un processus superficiel. L'auteur explique l'origine du mal par la volonté de « rendre un produit du quotidien instagramable ».

Interprétation

Anticiper le déclin pour mieux l'empêcher ?

La critique portée par l'article n'est pas vraiment tournée contre la licorne en elle-même, mais son usage jusqu'à la saturation dans le domaine culinaire. Plus aucun sens n'est attaché à la figure ou son nom, seul compte son pouvoir viral.

Synthèse

L'article présente le secteur culinaire saturé par la figure de la licorne, complètement vidée de son sens et uniquement employée pour générer du partage et de la discussion sur les réseaux sociaux.

« Il semblerait que la tendance des licornes laisse place à celle des lamas », Manon Baeza, *Konbini* juin 2017, consulté le 23 février 2018 à l'URL : <http://www.konbini.com/fr/tendances-2/il-semblerait-que-la-tendance-licorne-laisse-place-a-celle-du-lama/>

Typologie : Presse de divertissement en ligne

Catégorie de l'article : /

Tonalité

L'auteur se place en observateur et commentateur des tendances modernes. Il s'appuie sur le diagnostique du cabinet de tendances londonien WGSN, ayant lui-même annoncé ce changement de paradigme.

Description de la licorne

L'article annonce le déclin de la licorne, même si l'auteur utilise régulièrement le conditionnel pour nuancer ses propos (« il semblerait que », « ce temps pourrait bientôt être révolu »).

Le lama, potentiel remplaçant de la licorne, voit sa figure construite en opposition avec celle de la licorne. Il est « un peu moins sexy, mais tout aussi fascinant » selon l'auteur, n'est « pas aussi « magique » que les licornes ».

Interprétation

En annonçant un possible remplacement de la licorne par une autre figure, l'article encourage la circulation renouvelée de la licorne, tout en introduisant ledit concurrent de manière performative. Le fait de construire le lama par opposition avec la licorne permet de la remettre en avant, et de faciliter la comparaison, donc la **mise en compétition**.

Synthèse

La licorne est construite comme figure en voie de disparition, menacée par l'arrivée d'un concurrent direct. L'article construit une **rivalité imaginaire** et recharge les deux figures d'un nouveau récit et d'une nouvelle symbolique.

« La dernière tendance maquillage ? Le eyeliner « licorne » », Claire Tervé, *Huffpost*, 6 décembre 2016, consulté le 21 février 2018 à l'URL :

http://www.huffingtonpost.fr/2016/12/06/la-derniere-tendance-maquillage-le-eyeliner-licorne_a_21621480/

Typologie : presse divertissement en ligne

Catégorie de l'article : « C'est la vie »

Tonalité

L'article revient sur la dernière tendance à observer dans le secteur du maquillage, avec le point de vue d'une experte sur le domaine. Il prescrit aux adeptes de la licorne cette nouvelle forme d'expression de manière directe, en vouvoyant le lecteur.

Description de la licorne

La licorne est décrite comme une « créature fantastique » suivie par toute une communauté de « fans ». Cette tendance suit celle du « dick-liner », qui consistait à dessiner un phallus sur sa paupière.

Interprétation

Le lien entre la corne de la licorne et le phallus est fait de manière furtive en faisant succéder deux tendances maquillages qui n'ont d'autre lien qu'une coïncidence chronologique.

Synthèse

La licorne est une tendance éphémère, mise au même niveau que la précédente tendance, beaucoup plus crue. Elle est employée pour le challenge artistique qu'elle représente, mais également pour ses valeurs festives en période de Noël.

« Dans l'enfer du café à licorne de Bangkok », Diana Hubbell, *Munchies*, 1er mars 2017, consulté le 28 avril 2018 à l'URL : https://munchies.vice.com/fr/article/gvkbxw/dans-lenfer-du-cafe-a-licorne-de-bangkok?utm_source=mfrfb

Typologie : Presse divertissement en ligne du groupe Vice

Catégorie de l'article : « WTF »

Tonalité

L'auteur américaine adopte le ton de l'enquête en terre inconnue : en voyage à Tokyo, elle visite le Café Licorne (célèbre sur les réseaux sociaux). Le ton est humoristique et ironique : c'est tout un « voyage à des années-lumière du réel » qui débute sur un caprice.

Description de la licorne

L'article décrit le décor du café Licorne, qui doit son nom au thème du lieu. Les couleurs et les représentations y sont multiples.

L'effet en est déroutant sur l'auteur, dont l'opinion et les propos balancent entre la surprise et la déception (« hyper décevant », « décor digne d'un Bisounous sous acide »). Les termes employés, sans être des oxymores, ne sont habituellement pas associés : il est question de « cauchemar arc-en-ciel », de « glycémie et de figurine Mon Petit Poney ».

Interprétation

Le récit de l'auteur permet autant de renforcer que d'appauvrir le mythe de la licorne. D'un côté, on retrouve toutes les caractéristiques classiques et récurrentes de la bête (couleurs de l'arc-en-ciel, corne, rose...), de l'autre, les métaphores et parallèles donnent une nouvelle image à la licorne. La licorne est ainsi déconstruite (mélange d'une « corne de narval » et d'un « pauvre Shetland ») et associée à des éléments du quotidien bien moins positifs : les murs ont la couleur d'un yaourt (le Yop), l'ambiance est comparée à celle d'une consommation de drogue, et l'auteur va jusqu'à parler de « prémisses d'un futur dystopique de la restauration ».

Cet article construit finalement un nouveau repère de la licorne, qui ne va pas sans rappeler une nouvelle forme de cabinet de curiosité, où la licorne était déjà logée pendant la Renaissance. Le café Licorne, vu par le prisme de la journaliste américaine qui le visite, est un amas d'objets-licorne. Le résultat est un espace saturé, surchargé en formes sémantiques jusqu'à en perdre tout sens.

Synthèse

La licorne est présentée comme une attraction touristique, poussée à son extrême pour devenir une échappatoire, une issue éphémère aux problèmes du quotidien.

« La vague licorne », Céline Tranchard, article LinkedIn publié le 26 avril 2017, consulté le 23 février 2018 à l'URL : <https://www.linkedin.com/pulse/la-vague-licorne-céline-tranchard/>

Typologie : publication sur un réseau social professionnel

Catégorie de l'article : publication personnelle ouverte au public

Tonalité

L'auteur de cet article prend la parole en tant que professionnel dans un secteur particulier : elle s'adresse de manière publique à un réseau professionnel (LinkedIn). Dans ce rôle, elle adopte une tonalité d'experte, rapportant des faits pour déceler et mettre en avant une tendance. En cela, elle se fait observatrice et commentatrice de faits professionnels, avec la légitimité que lui offre son statut public sur la plateforme (« Chargée de communication interne chez Sanofi »). L'auteur décrit un phénomène, et partage également son avis sur le propos.

Description de la licorne

La licorne est décrite comme une figure active et poreuse : elle se glisse dans tous les secteurs (« s'immiscent »)

Interprétation

L'article rédigé par une professionnelle de la communication a vocation à être lu par son réseau professionnel et plus encore. Sur ce réseau social, une des fonctions principales est la publication, mais également l'interaction.

La licorne est envisagée comme une tendance de communication, mais elle est également employée comme un déclencheur de conversation. Elle interpelle et permet la discussion : sur un réseau professionnel, l'évocation d'une tendance liée à l'enfance et la mythologie est curieuse et peut susciter l'intérêt.

Synthèse

Dans les sphères professionnelles (ici la communication), la licorne est construite comme véritable objet culturel à prendre en compte par son importance et son succès.

« Kim Jong-Un et le secret de la licorne », Sébastien Falletti, *Le Figaro.fr*, publié le 4 décembre 2012, consulté le 21 avril 2018 à l'URL : <http://www.lefigaro.fr/international/2012/12/04/01003-20121204ARTFIG00391-kim-jong-un-et-le-secret-de-la-licorne.php>

Typologie : article de presse nationale quotidienne (en ligne)

Catégorie de l'article : « International »

Tonalité

Le ton est journalistique, il traite avec dérision la revendication nord-coréenne de la découverte d'une tanière de licorne dans la capitale Pyongyang : il est question de « la très officielle agence de presse » et de « la sérieuse Académie des sciences sociales de Corée du Nord ». En décrédibilisant les auteurs de la nouvelle, l'auteur prend de la distance pour analyser les raisons de cette proclamation, soit un enjeu de récit national et de reconnaissance du pays.

Description de la licorne

En 2012, l'agence officielle de presse KCNA a annoncé la découverte archéologique d'une tanière de licorne au cœur de Pyongyang, juste à côté de la colline de Moran où avait été fondée la capitale du pays. Cette découverte est appuyée par l'Académie des sciences sociales de Corée du Nord. On verrait ainsi sur les parois des inscriptions du roi Tongmyong, fondateur du royaume, chevaucher la licorne.

Cette licorne n'est pas décrite dans cet article : elle est seulement évoquée par sa tanière et son statut d'« animal mythique ».

Interprétation

L'enjeu est géopolitique : la découverte proclamée d'une tanière de licorne permet de confirmer que la capitale originelle du royaume de Goguryeo était située à Pyongyang en Corée du Nord. Ainsi, il est possible de décrédibiliser la Corée du Sud par l'imaginaire, tout en légitimant le territoire de la Corée du Nord.

Synthèse

La licorne s'insère ici dans la création moderne d'une mythologie et d'un récit des origines. Dans le contexte de la dictature des Kim, le pays est peuplé de mythe et d'histoires pour assoir la légitimité de cette dynastie.

Annexe 6 : Analyse sémiologique de la marque FAUX

L'analyse suivante est menée à partir des éléments présents sur la page « Licornes » du site FAUX, consulté à cet URL : <https://faux-paris.co/collections/licornes>

L'analyse se porte sur une sélection d'objets culturels et marchands présents dans notre corpus global. Nous nous intéressons ici aux supports de la licorne vendus à une cible adulte. Le choix se porte sur l'analyse d'un site de vente en ligne, choisi pour sa large gamme de produits et son audience française (créateur parisien, vente en ligne et dans des points de vente parisiens comme Colette ou des collaborations avec des marques françaises).

La marque

La collection intitulée « Licornes » sur le site internet de la marque FAUX vend majoritairement des T-shirts basiques (blanc ou gris) à message. Sur les 50 catégories de produits vendus, on compte 21 catégories dédiées à des thèmes spécifiques, les autres désignant une typologie de produits (« Femme », « Manches longues », Pochette »...).

Ces 21 catégories sont les suivantes : Animaux, Auto moto, Californie, Cinéma, Détournement, Drôle, Ecusson, Food/drinks, J'peux pas, Licornes, Manga, Meme, News, Paris, Politiques, Power of, Psartek, Punchline, Saint-Valentin, Vintage, Wild.

On remarque que dans cette liste, seule la catégorie « Licornes » propose une gamme exclusivement dédiée à une seule figure (si l'on exclut « Paris » et « Californie » qui désignent tout de même une région du monde et un imaginaire précis).

Messages/iconographie à analyser dans la catégorie « Licornes » (extraits en Annexe 1) :

- Le T-Shirt « Je peux pas j'ai licorne » (simple message sans illustration), qui fait référence à une expression du langage populaire, employée pour servir d'excuse à ne pas faire quelque chose ou aller quelque part.
- Le T-Shirt « Je peux pas j'ai petit poney », le message figurant au-dessus d'une représentation de « My Little Pony », le héros éponyme du dessin animé pour enfant, qui est une licorne.
- Le T-Shirt « Dresseuse de licornes » (simple message sans illustration, écriture calligraphiée)
- Le T-Shirt « Les licornes c'est pour les salopes » (simple message sans illustration, écriture majuscule et en italique)
- Le T-Shirt « Je t'emmerde je suis une licorne » (simple message sans illustration)
- Le T-Shirt « I'm Special », qui fait figurer une licorne sous un arc-en-ciel
- Le T-Shirt « You/Me », qui fait la distinction entre le You (un emoji « Cheval ») et le Me (un emoji « Licorne »)
- Le T-Shirt avec un blason Licorne (rayé de toutes les couleurs de l'arc-en-ciel, avec une licorne dans la position dite rampante dans l'art héraldique (dressé, de profil)
- Le T-Shirt « Caca licorne », qui fait figurer un emoji « caca » aux couleurs de l'arc-en-ciel et avec une corne

- Le T-shirt « Licorne for President », message inscrit sur les couleurs du drapeau français, le bleu et le rouge
- Le T-shirt « Who the fuck is *emoji licorne* », en lettres capitales avec pour seule image l'emoji de la licorne
- Le T-shirt « Bitch I'm on my unicorn » (en lettres capitales italiques) sur fond multicolore aux couleurs de l'arc-en-ciel

Les produits-licorne vendus sur le site internet sont divisé entre des produits à message, des produits à iconographie et des produits que nous dirons mixtes. Lorsque ces produits font figurer un élément iconographique, celui-ci est en couleurs, mais surtout, il est majoritairement emprunté à un autre univers : il s'agit soit de d'émojis employés sur les claviers de smartphones soit d'une référence à un dessin-animé pour enfants.



Interprétation

La marque FAUX vend en ligne des produits faisant référence à une culture populaire, soit une culture partagée par des pairs, capables de se reconnaître. Vendre des produits-licornes fournit à la communauté de fans de la figure de se reconnaître entre eux. Mais que reconnaissent-ils ? Pour la plupart de ces T-shirts, le contenu fait référence à un contenu digital : c'est le cas des emojis, que l'on trouve habituellement uniquement sur smartphone, dans les SMS et sur les publications de réseaux sociaux.

La licorne est associée sur ce support à une certaine vulgarité, et une violence verbale : le message est direct (il emploie le tutoiement pour s'adresser aux personnes susceptibles de lire le message). Ces supports sont des incitations à la confrontation, avec des termes injurieux (« salopes », « emmerde »), qui ne vont pas sans rappeler la violence présente sur les réseaux sociaux, dans une webculture qu'Arnaud Mercier désigne comme prise d'« ensauvagement du web ». La typographie en lettres capitales renvoient ainsi à la forme prise de manière générale dans l'écriture pour manifester le haussement de ton, tandis que l'usage de l'italique renvoient à l'acte de citation. Finalement, on peut supposer que le T-shirt « Les licornes c'est pour les salopes » n'est pas porté par les vrais réfractaires de la figure, mais par les personnes y étant attachées et s'appropriant la critique qui lui est faite sur les réseaux sociaux.

Le port de la licorne sur les T-shirts est également à lier à la question des responsabilités adultes : on note les références au vote présidentiel (« licorne for president »), à la nécessité d'effectuer quelque chose (« je peux pas j'ai licorne »). Dans ces deux cas, la figure mythique remplace l'obligation civique et morale, elle sert d'échappatoire : au lieu de voter pour une vraie personnalité politique, on propose le vote pour un animal imaginaire et fictif. De même, pour ne pas effectuer une tâche, on la remplace par une autre activité imaginaire (« avoir licorne »). Cette utilisation de la figure permet de créer une distance au réel, un détachement vis-à-vis des responsabilités de la vie quotidienne. Pour autant, le quotidien est bien présent : cette opposition entre les deux mondes, l'imaginaire et le quotidien responsable, permet à la fois un détachement, mais également un nouvel ancrage. Il n'est pas question d'oublier le vote ou les tâches quotidiennes, simplement de les éviter.

En ce sens, la licorne effectue un acte de réinterprétation du réel. La hiérophanie (l'insertion du sacré dans le profane), l'insertion de l'animal imaginaire sanctifié dans le quotidien, crée un décalage. Le porteur du message reconnaît les responsabilités qui les entoure, mais en prend ses distances avec une figure régressive. La distanciation au réel semble être un facteur commun à tous les messages présents sur les supports vendus par le site. La licorne légitime dans chaque cas l'indépendance et la singularité du porteur. Le T-shirt « Bitch I'm on my unicorn » (garce, je suis sur ma licorne) est parlant dans ce cas : la licorne agit comme un symbole d'immunité contre le réel et la critique.

La marque FAUX se positionne ainsi comme acteur de la communauté : elle relaie des contenus viraux et leur donne un support physique, qu'il est possible de porter dans la vie quotidienne.

Synthèse

Les produits-licorne permettent de mettre en avant une culture du mythe, en partie nourrie par les imaginaires du digital. Ainsi, la violence verbale est employée sur le modèle défensif pour protéger des valeurs.

Passée par le prisme du monde adulte, la licorne y est incarnée pour un public plus mûr, en âge de porter des responsabilités. Ces produits scandent une invitation à la régression, au rejet des responsabilités, tout en affirmant une identité singulière de la personne qui porte le T-shirt, l'incarnation de la licorne qu'elle porte sur elle.

Harry Potter

Harry Potter à l'école des sorciers (Harry Potter and the Philosopher's Stone) est un film réalisé par Chris Columbus à partir du roman éponyme de J.K. Rowling. Il est sorti en salle en 2001.

Dans ce premier opus, la licorne apparaît au milieu du film. Le héros, Harry Potter, est déjà menacé par le grand vilain de la série : Voldemort. Lors d'une punition, Harry et sa bande trouve le corps mort d'une licorne et doivent se rendre dans la **Forêt Interdite** pour retrouver la seconde licorne blessée.

Lorsqu'ils retrouvent la seconde licorne, celle-ci est morte et Voldemort se nourrit de son sang pour se maintenir en vie.

Caractéristiques physiques :

- Corps de cheval
- Blancher du pelage
- Grande corne sur le front
- Sang aux propriétés surnaturelles (guérison, vie éternelle)
- Rareté (son meurtre est « un terrible crime »)

Traits particuliers dans le film :

- **Son cadre de vie :** la Forêt Interdite (*Forbidden Forest*)

C'est une forêt enclose dans l'enceinte de l'école Poudlard. Elle contient toute sorte d'animaux fantastiques (Malfoy mentionne des loups garous, on y voit des araignées géantes –Acromentules- dans *Harry Potter et la Chambre des Secrets*) et son accès est interdit aux élèves sauf cas particulier (punition ou cours). Le pourtour de la forêt est constitué d'arbres assez espacé, mais en revanche, la lumière est quasiment absente lorsque l'on arrive dans son cœur à cause du feuillage très resserré.

Dans le film, la forêt est extrêmement sombre et inquiétante (pas de ligne d'horizon, le champ est bloqué par les arbres très fins et hauts, une brume blanche envahit l'écran). La vie semble presque absente de ce décor, seuls les arbres et la mousse sont présents. Au sol, pas d'herbage ou de fleurs, mais des racines noueuses et un relief inégal. Le cadavre blanc de la licorne ressort d'autant plus dans ce décor.

- **Animal de référence : le centaure**

Dans *Harry Potter à l'école des Sorciers*, Harry est confronté pour la première fois à Voldemort dans la scène avec la licorne (retrouvée morte, Voldemort en plein festin de son sang). Il est sauvé in extremis par un centaure, qui n'apparaît d'abord à l'écran que par ses sabots et ses pattes. Dans les premiers instants, on est donc tenté de croire qu'une autre licorne est venu porter secours à Harry. Il s'agit en fait d'un centaure, qui explique à Harry les propriétés de la licorne.

- **Propriété particulière dans l'univers Harry Potter**

Comme expliqué par le centaure, boire le sang d'une licorne permet de prolonger sa vie, même lorsque le trépas est proche. Revers de la médaille, dès lors que le sang touche les lèvres de l'individu, il est condamné à vivre une demi-vie. Le meurtre d'une licorne devient par conséquent un crime, une abomination (acte contre le sacré, dont le résultat est la malédiction).



Extrait du film Harry Potter à l'école des sorciers, réalisé par Chris Columbus (Warner Bros., 2001)

Moi, Moche et Méchant (film d'animation)

Moi, Moche et Méchant (Despicable Me) est un film d'animation 3D produit par Universal Picture International et sorti en salle en 2010. Il raconte l'histoire d'un super-vilain, Gru, qui décide de voler la Lune pour devenir le plus grand des super-vilains. Pour accomplir son plan, il adopte 3 petites filles dans un orphelinat, qui doivent lui permettre d'infiltrer le repère de son ennemi, Vector.

Parmi les trois petites filles, la plus jeune est Agnès. Elle est dépeinte comme avec une très petite taille, une grange et de très grands yeux. Lors d'une fête foraine, Gru remporte pour elle une peluche de licorne. La grande taille de la peluche rend la petite fille encore plus petite. Lorsqu'Agnès récupère la peluche, elle s'exclame « it's so fluffy I'm gonna die! » (« elle est trop géniale ! » en français) avec beaucoup de force et de véhémence. En présence de cette peluche, elle sort ainsi de son personnage calme et très enfantin (voix douce, sourire) pour adopter une personnalité presque violente, en opposition totale avec son personnage ou l'image de la licorne, comme si les deux entités incarnant la douceur (« fluffy ») ne pouvaient pas partager le même écran.

La licorne réapparaît une seconde fois dans le fil narratif du film. Lors d'une expérimentation, Gru détruit accidentellement la peluche. Agnès emploie alors sa stratégie de capricieuse et retient sa respiration jusqu'à ce que Gru lui donne une autre licorne. A nouveau, la licorne provoque un changement de caractère chez la petite fille.

Les acolytes de Gru, les « Minions », récupèrent alors la mission d'aller trouver une nouvelle licorne

Caractéristique de la licorne dans le film (2 licornes successives dans le film) :

- Il s'agit d'une peluche (1^e licorne), utilisée comme doudou par Agnès.
- Corps de cheval blanc (1^e licorne) avec des éléments roses (crinière et sabots). Les proportions ne sont pas respectées (comme pour tous les personnages dans le film), de manière à donner une allure peu vaillante à la bête, contrairement à ses

représentations nobles habituelles. Elle n'est ni cabrée ni debout, mais toujours portée par Agnès.

- Pelage doux (1^e licorne)
- Corne dorée (1^e licorne) et corne marron en cône gaufré (2^e licorne)
- Yeux ouverts et léger strabisme (1^e et 2^e licorne)
- Sourire à la truffe (1^e et 2^e licorne)

Eléments de référence :

- **Cadre d'origine : le mondain**

La première licorne vient d'une fête foraine (vraisemblablement celle du Santa Monica Pier à Los Angeles), quand la seconde est construite de bric et de broc à partir d'achats faits en supermarché (principalement un balai-brosse pour récurer des toilettes).



Extraits du film Moi, Moche et Méchant, réalisé par Chris Renaud et Pierre Coffin (Universal Pictures International, 2010)

Happy! (série télévisée)

Adaptée du comic book *Happy!*, la série éponyme est une création originale de Grant Morrison et Darick Robertson. Elle est à l'origine diffusée en décembre 2017 sur la chaîne américaine Syfy, propriété du groupe NBCUniversal. Plus récemment, ses droits ont été acquis par Netflix pour sa diffusion en France et dans le monde.

La série prend place aux Etats-Unis à New York et a pour personnage central un ancien policier, Nick Sax. Celui-ci est caractérisé par un comportement extrêmement violent, la série étant classée sur Netflix dans la catégorie +16 ans. Sax est un tueur à gage alcoolique et à tendance suicidaire. Dans le premier épisode intitulé « Pervers Noël », Sax est pris dans un complot mafieux pendant qu'une petite fille du nom de Hailey est kidnappée par un personnage déguisé en Père Noël. L'univers de la série repose ainsi sur le détournement grotesque et perversi de figures telles que le Père Noël ou encore la licorne. Une dichotomie est faite dans la série entre une atmosphère obscure, sordide et corrompue (l'univers de l'ancien policier) et une atmosphère lumineuse et joyeuse, celle du personnage de Happy la licorne, l'amie imaginaire de Hailey, que Sax parvient à voir dans un état qui pourrait être décrit comme une psychose suite à un arrêt cardiaque. L'incrustation de cette licorne se fait par animation dans la série. Happy intervient dans la série pour demander l'aide de l'ancien policier à retrouver la petite fille kidnappée.

Caractéristiques physiques de la licorne :

- Peluche au pelage bleu et aux sabots roses
- Petites ailes lui permettant de voler à hauteur des personnages, ainsi qu'une vitesse de déplacement très rapide
- Corps disproportionné (museau proéminent)
- Voix nasillarde
- Musique joyeuse lors de ses apparitions

Traits particuliers dans la série :

Le personnage de Happy, doté de certains attributs de la licorne, n'est pourtant jamais désigné directement en tant que telle. Il se décrit ainsi lui-même comme un « cheval joyeux » (« a happy horse ») et un « ami imaginaire ». Il appartient à une petite fille, Hailey, qu'il décrit à Sax comme « la petite fille la plus gentille et adorable du monde entier » (« the sweetest most adorable little girl in the world »).

Dans la série, la licorne prend un rôle hautement ambivalent : d'un côté, il est la manifestation imaginaire d'un ami d'enfant. Dans ce cas, il n'est pas visible à l'écran, sa présence est seulement suggérée par le monologue de la petite fille s'adressant à son ami. De l'autre côté, la licorne est la manifestation d'une psychose, celle de l'ancien policier en proie à une forte dose de narcotique. Elle est alors visible à l'écran, créant un fort contraste entre l'univers sanglant et sordide de la série, apportant de la couleur, du mouvement et une sonorité aux scènes (Happy est souvent accompagné d'une musique de Noël). Happy la peluche licorne, l'ami imaginaire, incarne finalement un élément positif (le sauvetage de l'enfant, la rédemption de l'ancien policier) et un élément négatif (la psychose de Nick Sax).



Extrait du premier épisode de la série Happy!, créée par Grant Morrison et Darick Robertson (NBCUniversal, 2017). Ici, la première apparition de la licorne Happy dans une ambulance. Il s'agit de l'ami imaginaire d'une petite fille kidnappée, venu demander de l'aide au anti-héros de la série, Nick Sax.



Extrait du premier épisode de la série Happy!, créée par Grant Morrison et Darick Robertson (NBCUniversal, 2017). Ici, la figure grotesque et perversi du Père Noël, devenu vagabond et kidnappeur d'enfants. Ses apparitions sont accompagnées à l'écran de musiques de Noël modifiées pour prendre des sonorités inquiétantes.



Extrait du site Syfy, la chaîne diffusant la série Happy!, créée par Grant Morrison et Darick Robertson (NBCUniversal, 2017). Il s'agit d'une carte de Noël diffusée pour la promotion de la série, faisant figurer les deux protagonistes principaux de la série, Nick Sax et la licorne Happy.

Analyse 8 : La contre-culture de l'enchantement

Nous observons dans notre corpus une métamorphose de la figure mythique, jusqu'alors associée à l'innocence et l'optimisme. Elle désormais associée à des références sexuelles, vulgaires ou encore sordides. À notre sens, ce changement entre dans le schéma que fait Gilbert Durand du mythe : pour lui, le mythe ne disparaît jamais, il vit en boucle le même cycle (voir Annexe 4). Or ce changement serait l'indice de la fin du cycle : le moment où une certaine représentation du mythe est institutionnalisée/normalisée, des opérateurs sociaux minoritaires vont s'approprier le mythe. Dans sa métaphore du mythe comme un fleuve, Durand appelle ce moment « l'épuisement des deltas », le moment où il s'épuise, diverge et se nourrit de nouvelles influences.

1/ La licorne et les désagréments corporels

Dans notre corpus, nous remarquons la présence de représentations modernes de la figure allant vers une interprétation du réel assumé, même dans ses parties les plus taboues. Notre hypothèse est celle d'une acceptation et une revendication d'un quotidien réaliste.



Carte d'anniversaire vendue dans l'enseigne Alice Délices : la licorne est associée tant aux paillettes (élément festif et décoratif) qu'aux flatulences (désagréments du corps humain généralement tabous). Les pets deviennent des éléments humoristiques et dignes d'être évoqués grâce à la comparaison à une licorne.

211. Un bougie parfum « pet de licorne », ça vend du rêve

Prix : à partir de 10.29€ chez Special Days Designs LTD UK



Bougie senteur « pets de licorne », vendu en ligne et promu par le site français Topito : sur le même thème que l'objet précédent, la flatulence, taboue en temps normaux, devient humoristique et commercialisable à partir du moment où il est associé à l'imaginaire de la licorne.



EXCLUSIVE

Period Panties

Bloody marvellous

<input checked="" type="radio"/>	Rainbo: First Blood L	In Stock	€13.59
<input type="radio"/>	Rainbo: First Blood M	In Stock	€13.59
<input type="radio"/>	Rainbo: First Blood S	In Stock	€13.59
<input type="radio"/>	Jurassic Period L	In Stock	€13.59
<input type="radio"/>	Jurassic Period M	In Stock	€13.59
<input type="radio"/>	Jurassic Period S	In Stock	€13.59

Feedback

Extrait du site Firebox, une culotte périodique. Sur cette culotte hygiénique, conçue pour les femmes pendant leurs règles, une figure de la licorne est représentée dans un accoutrement de guerrier. Elle montre ainsi des crocs ensanglantés et une mitrailleuse. Du sang macule par ailleurs son visage, et les étoiles (attributs classiques de la licorne dans ses représentations modernes) qui l'entourent semblent elles-mêmes être en train de couler. Le bandana rouge que porte la licorne n'est d'ailleurs pas sans rappeler celui du personnage de Rocky Balboa (interprété par Sylvester Stallone) dans la série de films *Rocky*, écrite par Sylvester Stallone et sortie entre 1976 et 2018.



Nous interprétons ainsi la licorne dans ce contexte comme une incarnation de la femme portant la culotte périodique : les mouvements de coulure et le sang sur la licorne renvoient vraisemblablement aux menstruations, les connotant d'un aspect guerrier. Les règles féminines sortent ainsi de leurs représentations taboues voire repoussantes pour devenir une fierté. Le sang des menstruations n'est plus une honte mais un symbole de courage et d'endurance guerrière. Dans ce contexte, la licorne est une incarnation de la femme dont le corps accomplit des prouesses guerrières.

2/ La licorne dans la webculture

Un travail universitaire complet pourrait être réalisé à partir d'un corpus entièrement pris dans la webculture. Cependant, la webculture n'étant pas notre sujet central, nous avons du limité notre analyse sur ce champ. Trois ensembles d'éléments ont ainsi retenu notre attention lors de nos analyses préliminaires du sujet :

1. La présence de la licorne sur les réseaux sociaux (Annexe 10)
2. Les deux vidéos virales d'humoristes sur la plateforme Youtube, Le Grand JD (« J'aime les licornes », 2012) et Natoo (« La chanson des licornes », 2014)
3. La culture du mème et son intégration de la licorne

La licorne fait l'objet de nombreux échanges sur Internet, tant dans des formats vidéos que des formats images. Deux vidéos produites par des Français nous paraissent importantes à étudier dans la mesure où elles ont fait l'objet d'une grande circulation sur le web, acquérant de ce fait un statut de vidéo virale. La première de ces vidéos date de 2012 et est créée par l'humoriste Le Grand JD. Cette vidéo a atteint près de huit millions de vues sur la plateforme Youtube, disponible à l'URL : https://www.youtube.com/watch?v=0_hE0cY55Vw.

La vidéo du Grand JD se présente sous forme de clip musicale, dont les paroles sont retranscrites ci-dessous. Elle fait apparaître un personnage central déguisé en lutin et déclamant son amour pour les licornes :

*« J'aime les licornes et leurs jolies cornes
Elles ont un pelage semblable aux nuages
Elles sont si gentilles avec leurs amis
Même si elles pratiquent la sodomie*

*J'aime leurs crinières qui s'envolent dans le vent
Elles sont si belles quand elles courent dans les champs
Leurs pupilles s'illuminent dans la nuit
Comme des jolis petits rubis*

*J'aime les licornes et leurs jolies cornes
Elles ont un pelage semblable aux nuages
Elles sont si gentilles avec leurs amis
Même si elles pratiquent la sodomie*

*Je les ai vues jouer dans l'arc en ciel
Elles s'amusaient comme des folles dans le ciel
C'est une créature mystique et si pure
Qui vous plaira oui j'en suis sur*

*J'aime les licornes et leurs jolies cornes
Elles ont un pelage semblable aux nuages
Elles sont si gentilles avec leurs amis
Même si elles pratiquent la sodomie »*

Le texte se veut parodique d'une comptine pour enfants : l'écriture est semblable à un poème en décasyllabe et transmet un message de moralité sur la gentillesse. Cependant, la ressemblance avec une comptine est vite interrompue par un détail plus sordide : la vie sexuelle de la licorne. Nous abordons ici un point que nous n'avons pas peu abordé dans le reste du travail universitaire, à savoir la connotation sexuelle qui entoure régulièrement la licorne. On trouve ainsi des traces de ces connotations sexuelles, dues à la forme phallique de sa corne, dès la poésie galante du Moyen Âge⁷⁶. La chute de chaque vers permet de créer un effet comique en décalant le ton, passant d'un univers enfantin à un univers adulte plus cru avec des références sexuelles.

Ce rapport comique est d'autant plus fort par le format vidéo de cette production, le décor étant fictif et lui aussi emprunt d'éléments enfantins. Le lutin renvoie ainsi à l'univers du conte, dansant dans une prairie, entouré de licornes.



Capture d'écran de la vidéo « J'aime les licornes », disponible sur Youtube à l'adresse https://www.youtube.com/watch?v=O_hEOcY55Vw

Deux ans après la publication sur Youtube de la vidéo du Grand JD, l'humoriste Natoo publie quant à elle la vidéo « La chanson des licornes », écrite par l'humoriste Kemar. Cette vidéo atteint aujourd'hui plus de 24 millions de vues sur la plateforme et prend elle aussi le format d'un clip musical. Le sujet central est ici aussi la licorne, et un décalage s'opère également entre le traitement visuel de la vidéo (très coloré) qui pourrait renvoyer à une vidéo pour enfants, et la catégorisation de la vidéo, publiée avec les hashtags « #drogue » et « #illuminati ». Le dernier terme classe ainsi la vidéo dans un thème familier de la webculture, à savoir les complots divers et variés trouvés sur les plateformes en ligne.

⁷⁶ Textes médiévaux analysés par Francesca-Yvonne Caroutch dans l'ouvrage *Le mystère de La Licorne, À la recherche du sens perdu*

Dans la vidéo, Nattoo figure avec un déguisement de licorne en incrustation sur d'autres images empruntées du web. Chaque phrase est ainsi accompagnée à l'écran d'une référence particulière. Quelques exemples ci-dessous, extraits de la vidéo en ligne à l'adresse : <https://www.youtube.com/watch?v=a021WhobrLc>



0'21 : « Je suis une licorne avec une crinière swaguée, elle est douce comme Beyoncé »



1'02 : « JEAN-PIERRE FOUCORNE DANCE! »



1'36 : « Je suis une licorne qui invente des slogans. "Le changement c'est maintenant" »

La qualité de réalisation de la vidéo est volontairement très mauvaise, avec des surimpressions de texte réalisées à la main, par exemple avec un logiciel comme Paint. L'ensemble a pour but de ressembler à une vidéo produite sous l'effet d'une prise de drogue, associant la figure de la licorne à un être délirant, au langage familier et aux références ancrées dans la popculture et l'actualité même politique.

Nous interprétons ces deux vidéos comme un symptôme de changement de la topique de la licorne. Pour rappel, la topique désigne selon Gilbert Durand le portrait sémantique d'un mythe à une époque donnée, le reflet d'une culture à un instant T. Cette topique socioculturelle indique finalement un système de tensions dans un imaginaire collectif complexe et pluriel⁷⁷. L'imaginaire récent de la licorne serait ainsi partagé entre une ensemble de représentations destinées à l'enfant, et une représentation de la licorne capable de véhiculer des références d'adultes avec l'optimisme et l'insouciance de l'enfance.

Les deux auteurs de ces vidéos intègrent selon notre analyse la catégorie des rôles négatifs dans la topique du système social du mythe de la licorne (Annexe 4), au même titre que les acteurs de la webculture. À l'opposé des « rôles positifs » (les opérateurs sociaux dominants sur la représentation du mythe), ces acteurs sont minoritaires et diffusent une version transgressive du mythe. Pour rappel de notre schéma de la topique sociale (commenté en Annexe 4) :

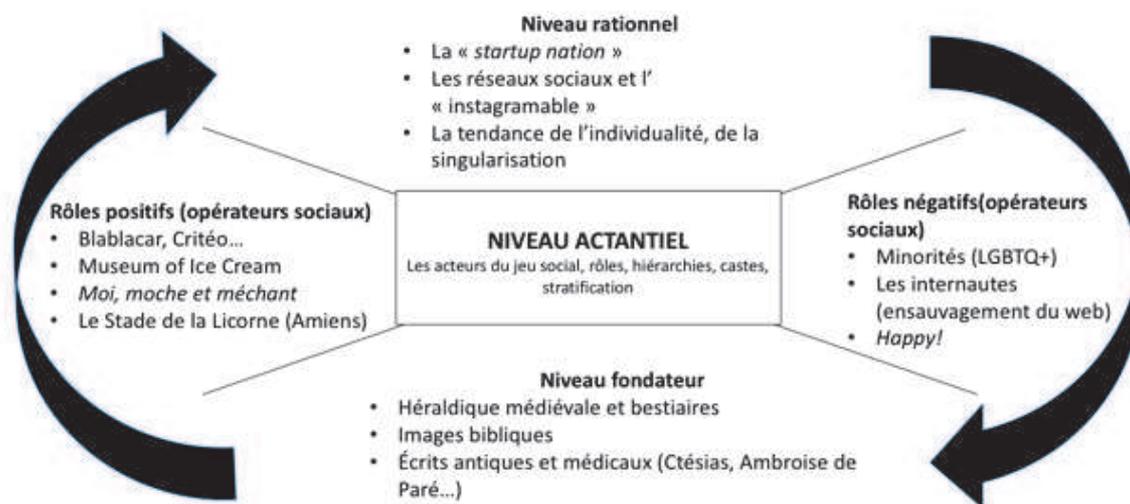


Schéma adapté de la topique du système social de Gilbert Durand dans *Introduction à la mythologie, mythes et sociétés* (Albin Michel, Paris, 1996, p144)

Dernier élément de notre analyse de la licorne dans la webculture, la figure apparaît sous forme de « même », une image caractérisée par sa reprise, sa déclinaison et son détournement sur Internet à des fins parodiques. Ces mêmes sont extrêmement nombreux et pourraient faire l'objet d'un travail universitaire à lui seul. Un court extrait nous permet néanmoins de faire ressortir quelques caractéristiques de ces mêmes.

⁷⁷ DURAND G., *Introduction à la mythologie, mythes et sociétés*, Albin Michel, Paris, 1996

Extraits de Google image pour la recherche « Unicorn Meme » :



« Derrière chaque licorne à succès se trouve une armée de personnes haineuses. »

Crédit image : Pinterest

Caractéristiques de la licorne dans le mème :

- Le succès
- La fierté
- La résistance dans l'adversité
- L'ambition

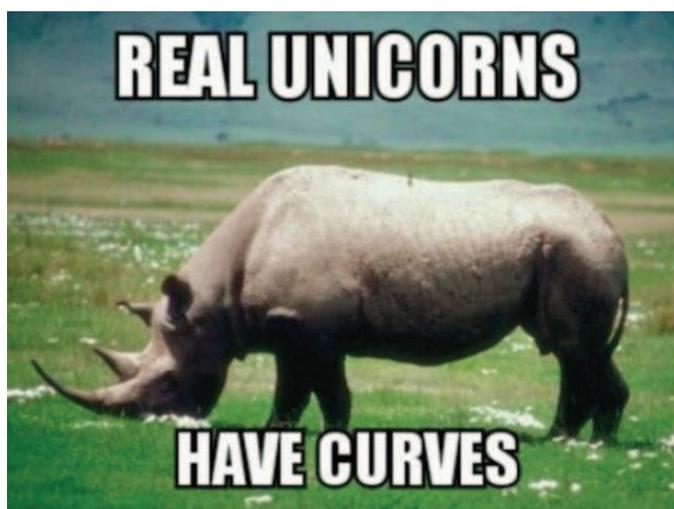


« Ils ont dit que je pouvais être ce que je voulais. Donc je me suis transformé en licorne »

Crédit image : Pinterest

Caractéristiques de la licorne dans le mème :

- Le rêve
- L'ambition



« Les vraies licornes ont des formes »

Crédit image : Pinterest

Caractéristiques de la licorne dans le mème :

- Réalisme
- La fierté



Mème de la « licorne rose et invisible » ou « Invisible Pink Unicorn » en anglais. Elle fait l'objet en ligne d'une culture parodique de la part d'internautes athéistes. Il s'agit de l'argument avancé dans des discussions portant sur la religion : ils ne croient en rien à moins d'en avoir la preuve. Dans cette logique, s'ils doivent croire en l'existence d'un être céleste sans preuve, ils choisissent la licorne rose et invisible.
Crédit image : Know Your Meme

Nous observons finalement à travers ce corpus issu de la culture web une forme d'altération de la figure de la licorne. Celle-ci devient humoristique voire parodique, mêlée à des références et des préoccupations d'adultes comme la politique, la religion, la popculture ou encore les stéréotypes de la société. Dans le schéma de Gilbert Durand sur la trajectoire d'un mythe, nous plaçons ce moment de l'histoire de la licorne dans la dernière phase de son cycle, « l'épuisement des deltas » : de nouvelles influences sont intégrées dans le mythe grâce au travail de la webculture. Le résultat est une altération du mythe et sa symbolique, bien qu'il ne disparaisse pas. La conclusion de notre analyse n'est pas un appauvrissement du mythe, mais bien un enrichissement et un renouvellement.

Annexe 9 : Analyse linguistique du terme

Aux termes de cette analyse du corpus, nous faisons ici la synthèse des occurrences du mythe de la licorne dans la société française. Le but est d'en dessiner les contours et les caractéristiques communes.

Le mot « licorne » est repris dans plusieurs domaines, présentés ci-dessous, extraits du corpus global (Annexe 1) :

- La « licorne » dans le sens historique

En consultant des ouvrages d'histoire, notamment ceux de Michel Pastoureau, on observe que la licorne décrite est celle aux origines de la représentation moderne européenne.

Cette licorne du Moyen Age est particulièrement présente dans les bestiaires, ouvrages spécifiques à cette période de la pensée analogique médiévale⁷⁸ : les Hommes voient le monde à travers des représentations, où chaque signe a une représentation symbolique. Ces bestiaires sont donc des recueils de métaphores, de considérations morales et religieuses à travers des animaux qui portent tous les défauts et les qualités de l'homme. La représentation des animaux ne cherche en rien la vraisemblance ou le réalisme, mais répond à tout un ensemble de conventions, chaque animal ayant des attributs spécifiques. La vision de bestiaire s'inscrit tout particulièrement dans une pensée religieuse, le monde animal représentant à la fois l'imperfection en comparaison de l'Homme, et une source d'enseignement, l'animal étant « *comme la figuration d'une autre chose qui lui correspond sur un plan supérieur ou immuable dont il est le symbole* ».

Selon Michel Pastoureau, la licorne est très présente dans les bestiaires et très commentée. La plupart s'accorde sur le fait que le récit et la figure de la licorne sont une métaphore de l'Eglise : la licorne est Jésus-Christ, la jeune vierge représente la Vierge Marie, et son giron la Sainte-Eglise.

Caractéristique du terme : il désigne alors bien l'animal légendaire, dont le récit est donné dans les bestiaires : la licorne, hybride en apparence (corps de cheval, tête de cerf de bouc ou de chèvre, pied d'éléphant) se distingue par sa rectiligne au milieu du front, longue et brillante. Cette corne permet de purifier tout ce qu'elle touche, à époque où l'une des grandes préoccupations est celle de l'empoisonnement. « Farouche, orgueilleux et brutal », l'animal est chassé pour sa corne et pour l'attraper, le piège traditionnel consiste à placer une jeune fille vierge dans la forêt et attendre que la licorne vienne s'endormir sur ses genoux. En revanche, si la jeune fille s'avère n'être pas vierge, il la tuera de manière sanglante avec sa corne. Si elle est capturée, elle se laissera mourir par fierté plutôt que subir la captivité.

Schéma linguistique de Saussure

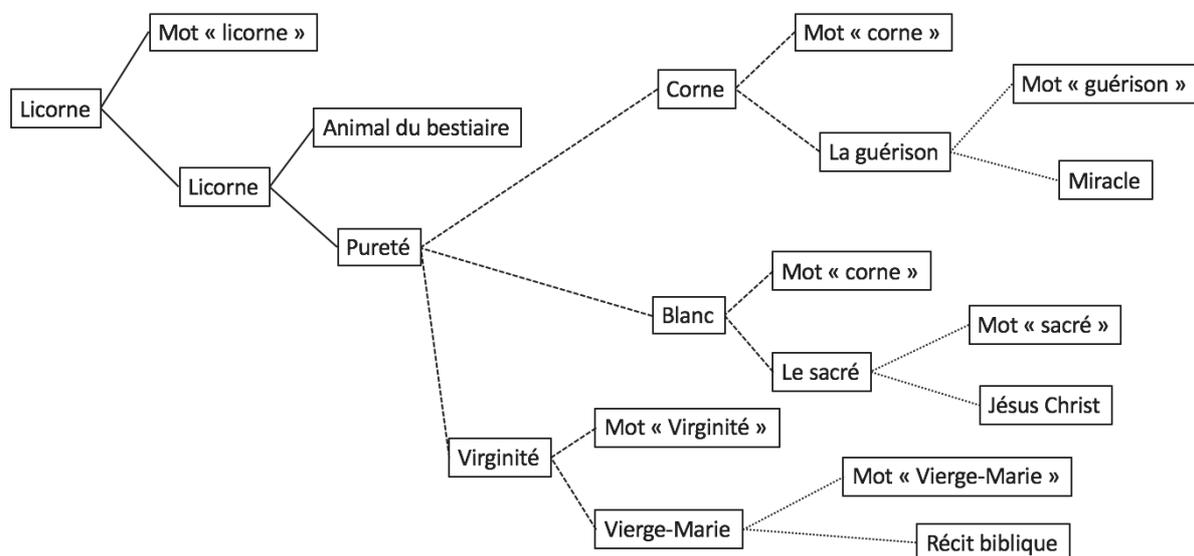
Le schéma linguistique nous permet de déconstruire la métaphore médiévale de la licorne en analysant les connotations et dénotations autour du terme. On observe ainsi que tous les termes proches sont rapprochés des signes de l'Eglise, d'où la construction d'un parallèle entre la licorne et la figure christique. Le mot « licorne » renvoie ainsi dans le vocabulaire

⁷⁸ PASTOUREAU M. *Bestiaires du Moyen Age*

médiéval à l'animal du bestiaire (dénotation), où ses attributs en font un symbole de la pureté (connotation). Cette pureté s'incarne dans ses différents attributs, comme sa corne, sa blancheur ou encore son lien avec la virginité.

Pendant, ce schéma est à nuancer, puisque la figure est ambivalente dès cette époque, contrairement à ses représentations dans les cultures asiatiques par exemple. Ainsi, si certaines lectures du bestiaire interprètent la licorne comme le schéma ci-dessous (références claires au Christ), d'autres lectures donnent à voir la licorne comme un symbole du diable. Sa tête est alors figurée en rouge. La licorne n'est donc pas une figure manichéenne et peut être interprétée de manières différentes : l'analyse ci-dessous réfère à une représentation majoritairement croisée dans les recherches effectuées. C'est par ailleurs cette analyse qui permet de lire la *Tenture de la Dame à la Licorne*, une tapisserie réalisée au début du XVI^e siècle.

La « licorne » entendue dans le domaine historique médiéval



• **La « licorne » dans le milieu de l'entrepreneuriat : la startup**

Le terme désigne en économie une startup évaluée à un milliard de dollars. Il est formulé pour la première fois aux Etats-Unis en 2013 par l'économiste Aileen Lee dans son article pour le journal américain en ligne TechCrunch : « Welcome to the Unicorn Club: Learning From Billion-Dollar Startups » (disponible à cet URL : <https://techcrunch.com/2013/11/02/welcome-to-the-unicorn-club/>).

À l'origine, l'auteur désigne les startups de la Silicon Valley, berceau de l'entrepreneuriat dans les nouvelles technologies. Aileen Lee démontre que 0.07% de ces startups parviennent à atteindre ce niveau de développement. En hiérarchie leur réussite, elle crée également un système d'échelle de la licorne, la simple « unicorn » étant celle valorisée à un milliard de dollars, la « super-unicorn » étant celle qui atteint une valorisation supérieure à cent milliards de dollars.

Le terme aujourd’hui employé en France dans la presse économique pour désigner ces nouvelles entreprises ayant réussi à développer un modèle économique viable et rentable. « Licorne » est aujourd’hui un nom commun dans le secteur économique, synonyme de réussite économique. Selon le média *Brut*, il en existerait aujourd’hui 200, dont 4 françaises : OVH, Blablacar, Vente-Privée et Critéo.

Exemples :

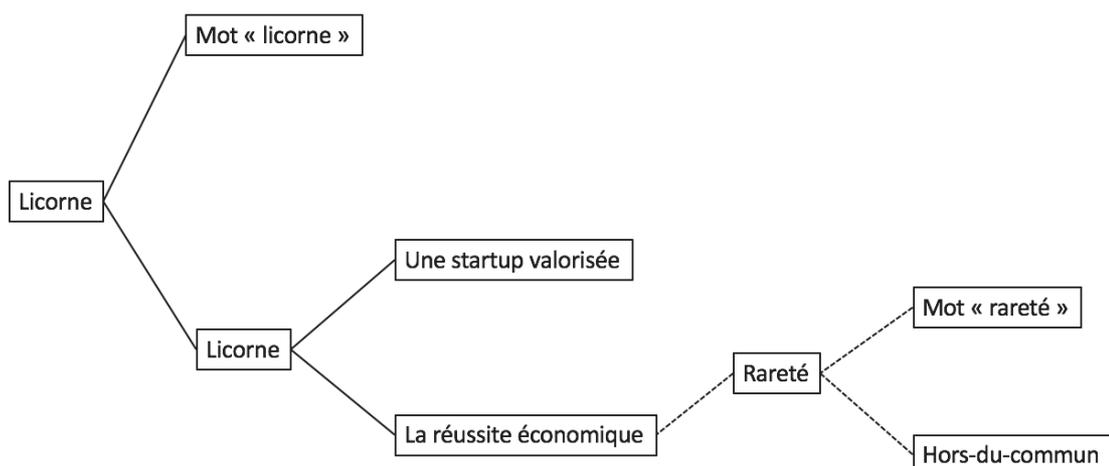
- « Ces startups qui sont devenues des licornes en 2017 », Raphael Bloch, *Les Echos.fr* (en ligne), publié le 24 décembre 2017, consulté le 3 avril 2018 à l’URL : <https://www.lesechos.fr/tech-medias/hightech/0301064750656-ces-startup-qui-sont-devenues-des-licornes-en-2017-2140839.php>
- *La ruée des licornes : startup, une révolution mondiale*, N. Hasard, A. Rodier, Paris, Lemieux Editeur, 2017
- « Startups : 57 licornes en Europe, la France reste à la traîne », Sylvain Rolland, *La Tribune* (en ligne), publié le 10 novembre 2017, consulté le 5 avril 2018 à l’URL : <https://www.latribune.fr/technos-medias/startups-57-licornes-en-europe-la-france-reste-a-la-traine-757364.html>

Caractéristiques du terme : la rareté de la réussite et le rêve entrepreneurial, proche de l’impossible auquel personne ne croit. Ce terme est également employé à l’origine dans l’expression « Unicorn Club », et renvoie à une communauté de startups réussies, une élite de la réussite économique.

Schéma linguistique de Saussure

Le terme « licorne » employé dans le vocabulaire économique renvoie tout d’abord à des structures modernes de l’entrepreneuriat : la startup. Elle devient « licorne » à partir du moment où elle se distingue des autres par une réussite hors-du-commun et fantasmagorique pour tous les fondateurs de startups.

La « licorne » entendue dans le secteur économique



- La « licorne » dans l'univers de l'entrepreneuriat : la « loi de la licorne »

Usage moins fréquent du terme, la « licorne » apparaît dans une règle formulée par une développeuse canadienne, Emma Jane Hogbine, telle qu'expliquée par Clarence Edgar-Rosa dans son ouvrage *Les Gros Mots, Abécédaire joyeusement moderne du féminisme* (2016, Paris, Hugo Doc) : "C'est la probabilité qu'une femme dans l'open source finisse par faire une conférence sur le fait d'être une femme dans l'open source, qui s'approche de 1"⁷⁹.

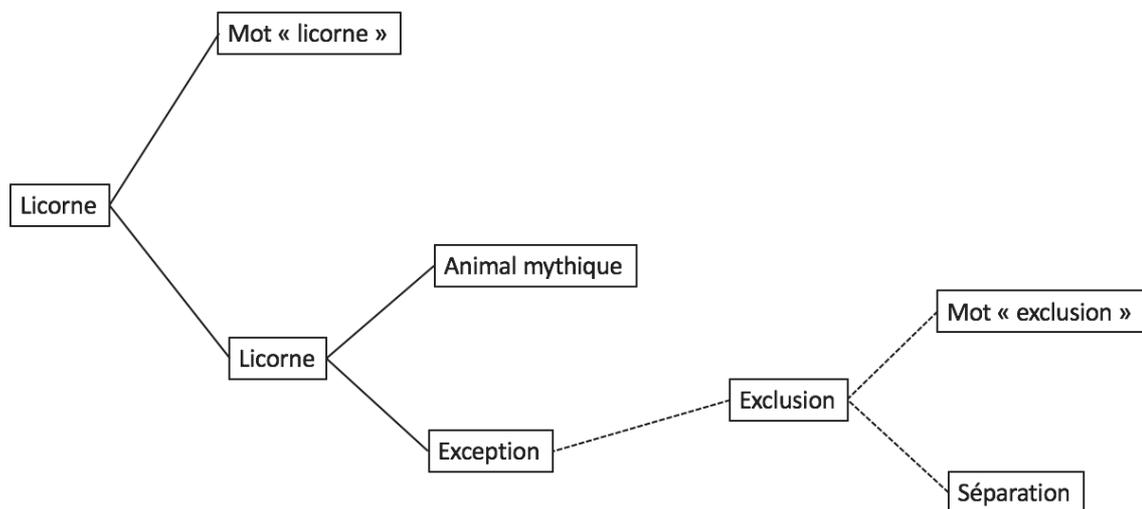
Formulée selon une règle classique des Internet, la loi Godwin (plus une conversation en ligne se prolonge, plus la possibilité d'y trouver une comparaison aux nazis s'approche de 1), elle implique avant tout la rareté de la présence des femmes dans le secteur des nouvelles technologies, et l'enfermement de celles-ci dans leur place exceptionnelle.

Caractéristique du terme : utilisé dans un milieu professionnel spécifique et dans une expression (« loi de la licorne »), il est employé afin de dénoncer une condition particulière : le rôle d'exception, employé dans ce cas de manière négative puisqu'il empêche la normalisation de la place des femmes et donc l'équité.

Schéma linguistique de Saussure

Le terme dénote de l'animal mythique et connote en particulier l'exceptionnalité d'une situation, en l'occurrence la présence d'une femme dans le domaine des nouvelles technologies. Le terme construit une opposition et une exclusion, la « licorne » étant restreinte à son exceptionnalité sans jamais pouvoir devenir une norme. Cette utilisation entérine un plafond de verre et une limitation pour les femmes dans ce secteur d'activités.

La « licorne » dans la « loi de la licorne »



⁷⁹ « Qu'est-ce que la loi licorne », Juliette Serfati, *Ça m'intéresse* (en ligne), publié le 26 décembre 2016 et consulté le 3 mai 2018 à l'URL : <https://www.caminteresse.fr/economie-societe/quest-ce-que-la-loi-de-la-licorne-1175841/>

- La « licorne » dans le secteur cosmétique : l'exemple Sephora

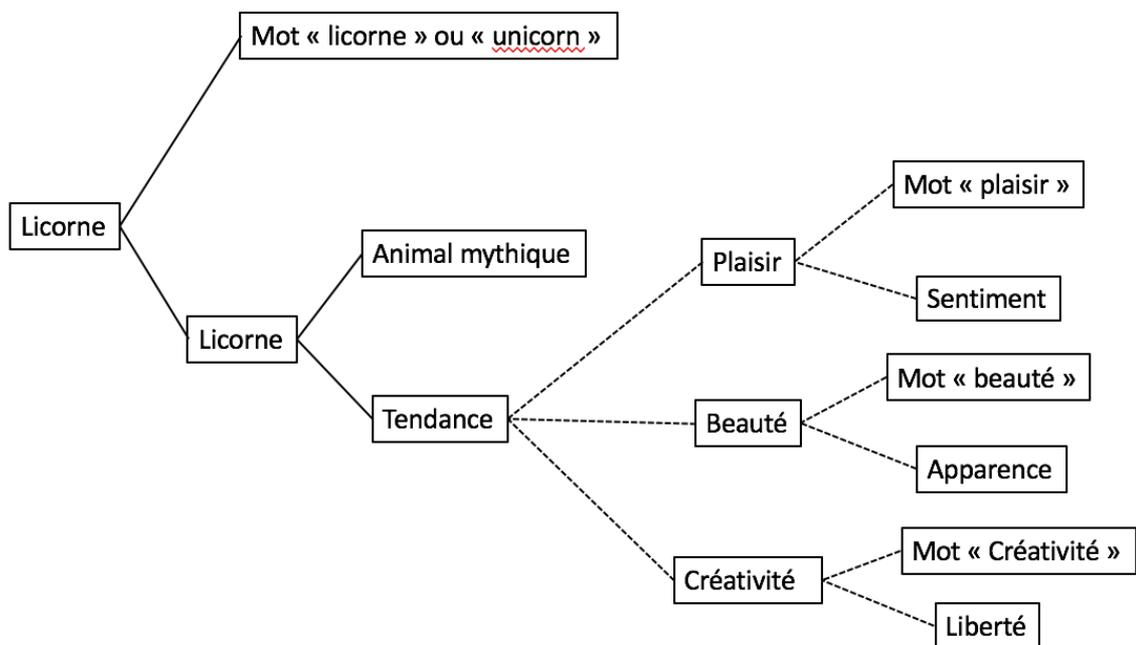
Le terme utilisé à des fins marchandes dans le secteur cosmétique, comme on peut le voir chez Sephora (Annexe 1), qui commercialise la gamme « Life is a festival » de la marque TooFaced et dont la signature est une licorne. Pour le lancement de cette gamme, Sephora a mis en ligne une sélection de produits multimarques sur ce thème.

Caractéristique du terme : le terme est employé tant en anglais (« unicorn ») qu'en français dans le même texte et définit une tendance de maquillage. Il désigne un ensemble de textures que proposent certains produits de beauté. Sa légitimité vient de sa viralité, de son large usage au sein de la « beautisphère ».

Schéma linguistique de Saussure

Le terme « licorne » est utilisé pour dénoter la tendance d'une certaine forme de maquillage extravagant, où le plaisir et la créativité priment. Le résultat est un univers de référence festive et libéré.

La « licorne » dans le secteur cosmétique



- La « licorne » dans l'univers sportif du basketball

L'utilisation du terme est identifiée dans la presse sportive, où le joueur letton Kristaps Porzingis est surnommé depuis 2017 « la licorne ». Il doit son surnom à ses prouesses sportives et notamment les sauts qu'il est capable d'effectuer.

Exemple :

- « Porzingis, une licorne lettonne au pays de l'oncle Sam », Christophe Remise, *Le Figaro.fr* (en ligne), publié le 12 février 2016 et consulté le 5 avril 2018 à l'URL : <http://sport24.lefigaro.fr/basket/nba/actualites/porzingis-une-licorne-lettonne-au-pays-de-l-oncle-sam-791681>

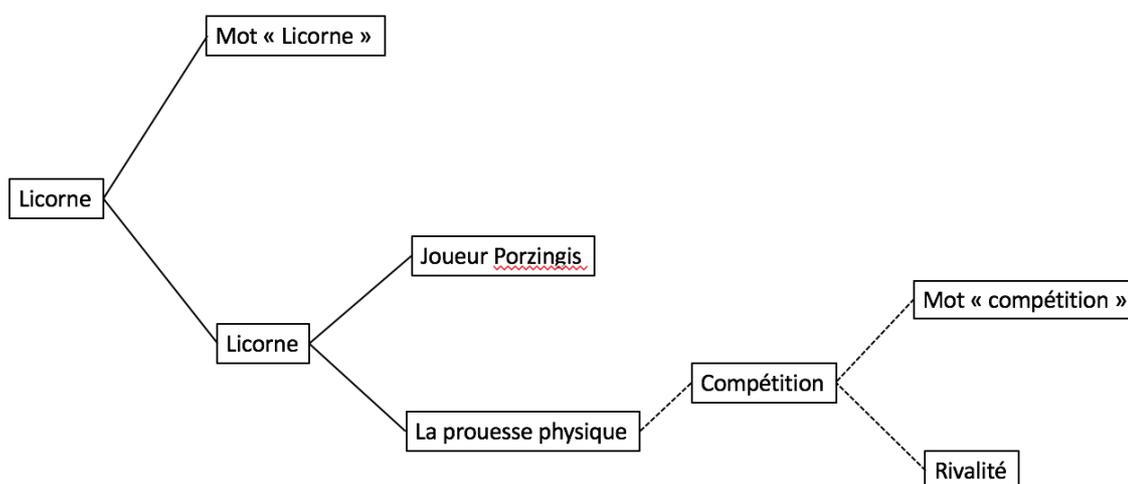
- « Joel Embiid gagne son duel contre la licorne », Inside Basket, *ISB* (en ligne), publié le 26 décembre 2017 et consulté le 5 avril 2018 à l'URL : <https://www.insidebasket.com/actu/joel-embiid-gagne-son-duel-avec-la-licorne.html>

Caractéristique du terme : le terme renvoie spécifiquement à un joueur de basketball, Porzingis (dénotation) et à la prouesse physique unique et agilité incomparable (connotation).

Schéma linguistique de Saussure

Le terme « licorne » devient dans ce cas précis un surnom de joueur, il est donc spécifiquement associé à une personne. Ses qualités personnelles sont comparées aux attributs de l'animal légendaire, soit sa rareté (prouesses physiques). On peut également faire l'hypothèse que cette comparaison animal est due à ses bonds sur le terrain, à rapprocher de l'agilité de la licorne (dont le corps est aujourd'hui celui du cheval).

La « licorne » entendue dans le domaine sportif du basketball



- La « licorne » dans le domaine culinaire

La licorne se décline sous plusieurs formes dans la cuisine, accolée à un nom de pâtisserie ou de met culinaire. Cette utilisation est particulièrement marquée sur les réseaux sociaux dans des hashtags spécifiques ou des recettes mises en ligne.

On trouve ainsi dans la grande distribution des « cupcakes licorne » distribués par la marque Picard, Starbucks a également commercialisé pendant une période limitée son « Unicorn Frappuccino ». L'emploi du terme est alors légitimé par la présence de couleurs multiples, et d'une corne dans le cas de Picard.

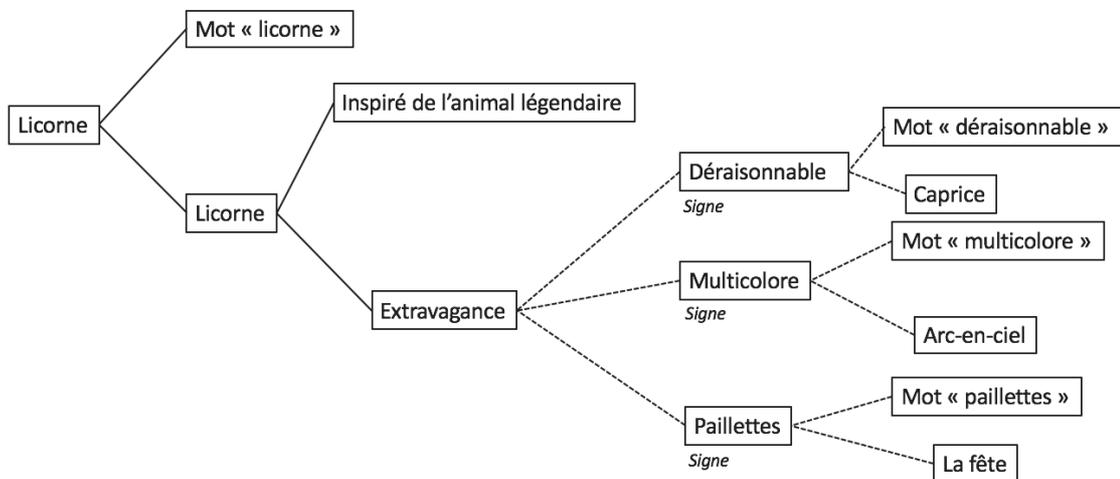
Sur les réseaux sociaux, on peut citer la tendance du « #UnicornToast », du « #UnicornCake » ou encore de la « Unicorn Pizza » (Annexe 1). Dans ces cas, les recettes sont réalisées par des professionnels comme des amateurs qui mettent en ligne leur œuvre. Leur spécificité, et ce qui donne lieu à l'appellation licorne, est la présence de beaucoup de couleurs grâce à des colorants et des ingrédients extrêmement sucrés, en grande quantité, dont le résultat est un produit gourmand en référence à des goûters d'enfant.

Caractéristique du terme : la gourmandise fantaisie et sans limite, l'excès et la création sans limite de codes classiques, capricieuse (dans le sens où elle suit une tendance passagère et s'inspire de l'univers de l'enfant).

Schéma linguistique de Saussure

Le terme « licorne » est employée dans ce contexte comme un adjectif : il sert à qualifier une recette ou tout accessoire de cuisine empruntant des codes à la licorne. Ces attributs sont sa blancheur, mais surtout son extravagance : les créations « licorne » sont celles qui ont la liberté de sortir des codes traditionnels pour embrasser la déraison et la fantaisie totale. L'attribut de la licorne (sa connotation) est alors sa liberté et son extravagance, manifestés à travers des signes comme la déraison, l'explosion de couleurs et de paillettes.

La « licorne » entendue dans l'univers de la cuisine



- La « licorne » dans l'univers enfantin

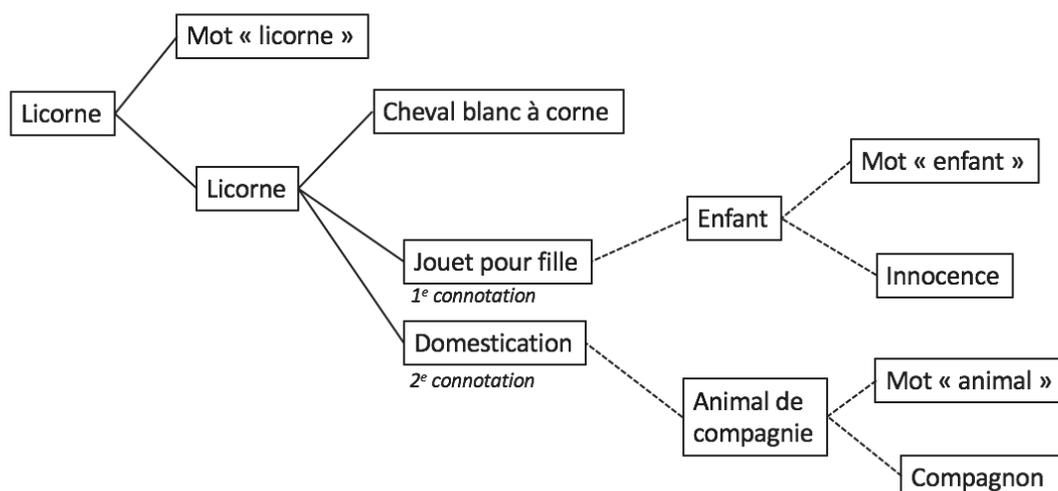
Le terme « licorne » est un élément récurrent dans l'univers enfantin : on le retrouve dans des programmes télévisés (*My Little Poney* pour citer le plus connu) et dans les jouets vendus, pour la plupart des peluches. Il se réfère à l'animal légendaire, dont le corps est fait celui d'un équidé (cheval ou poney) avec une corne et une crinière colorée.

Caractéristique du terme : le terme renvoie à un être non seulement légendaire (issu d'un récit collectif imaginaire aux conventions précises) mais également féérique (univers merveilleux, extraordinaire). Dans ce contexte, le terme désigne un personnage innocent (dans le sens où il ne connaît pas la malignité), il devient ingénu et surtout domestiqué pour être le compagnon de l'enfant.

Schéma linguistique de Saussure

Le terme dénote le cheval ou le poney munie d'une corne, et connote le jouet pour fille ainsi que le processus de domestication de l'animal légendaire. La « licorne » est placée dans un cadre merveilleux, où l'enfant s'insère en domestiquant l'animal devenu son compagnon de jeu.

La « licorne » entendue dans l'univers enfantin



- La « licorne » dans la culture populaire : chez le dessinateur Hergé

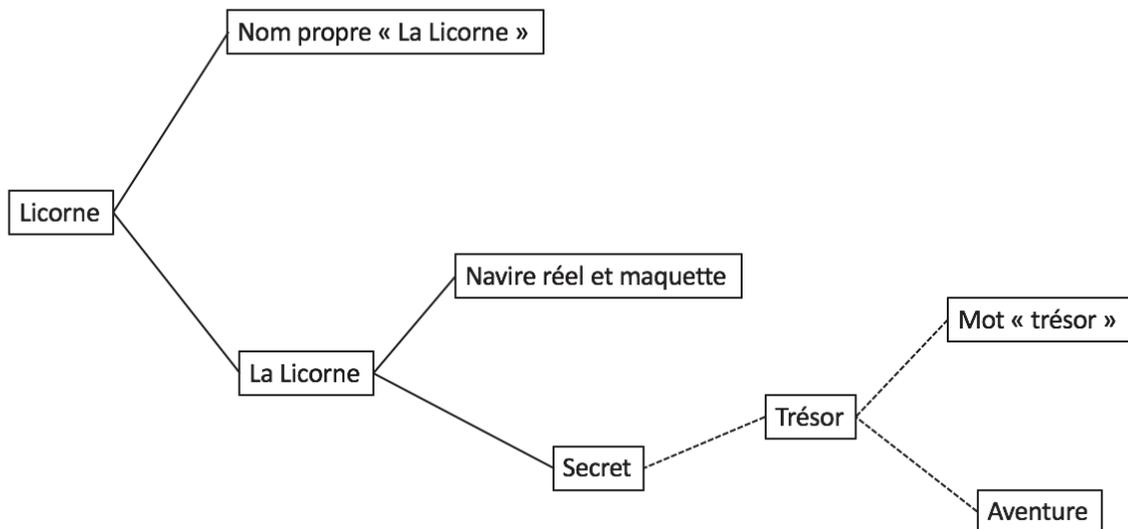
Hergé publie en 1943 le 11^e tome de bande-dessinée de son personnage éponyme, *Les aventures de Tintin et la le secret de La Licorne* (Bruxelles, Casterman). Dans la bande-dessinée, le terme désigne un navire nommé « La Licorne » qui appartenait à l'ancêtre du Capitaine Hadoque. Le scénario de ce tome tourne autour du secret du navire disparu, qui contenait le trésor de Rackam Le Rouge.

Caractéristique du terme : Le terme est dans ce cas un nom propre, désignant le nom d'un navire. Celui-ci est ainsi nommé à cause de sa proue, où se trouve le sceau d'une licorne. Il est associé aux termes « secret » et « aventures ».

Schéma linguistique de Saussure

Le terme « licorne » est employé comme nom propre mais associé à un secret et donc à une nouvelle aventure pour le personnage de bande-dessinée. Le lien est fait directement dans le titre de l'œuvre. Lorsque le nom du navire est mentionné, il dénote un réel navire (dans sa forme réelle ou sa maquette) mais connote l'héritage du personnage du Capitaine Hadoque, soit le secret qui entoure sa disparition et son contenu.

La « licorne » chez Hergé



- La « licorne » dans la communauté LGBTQ

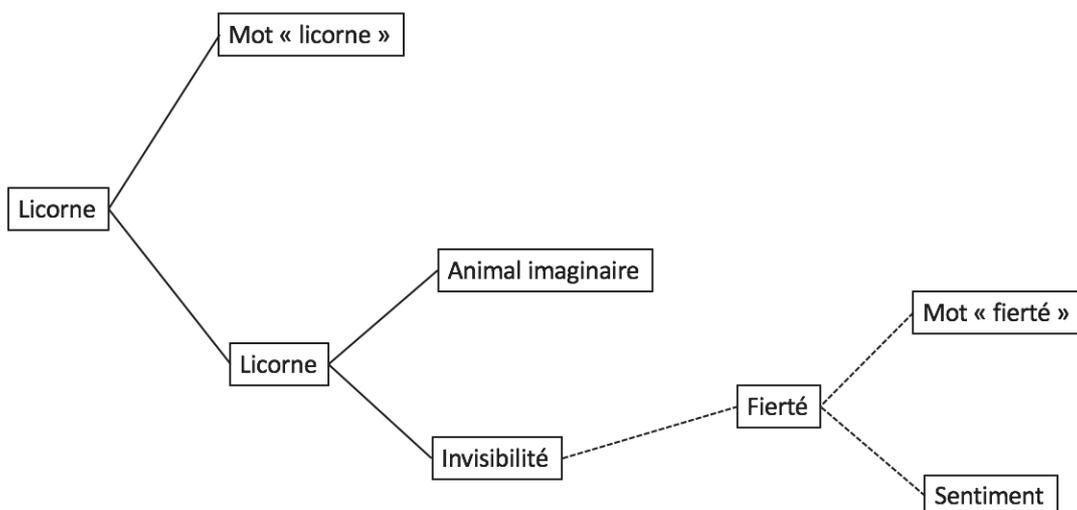
Le terme est très présent au sein de la communauté LGBT, renvoyant à la figure imaginaire figurée lors des grandes manifestations en défense des droits LGBT. Il renvoie à l'animal imaginaire fantastique, symbole d'invisibilité mais de merveilleux.

Caractéristique du terme : le terme en lui-même apparaît peu, c'est le symbole qui est avant tout mis en avant.

Schéma linguistique de Saussure

Le terme est construit dans tout un système linguistique et sémiologique propre à une communauté. Il est associé aux valeurs de l'imaginaire, du merveilleux et de l'invisible. Dans ce contexte, l'usage du terme et de la figure devient engagé pour protester contre l'invisibilisation d'une communauté en manque de droits.

La « licorne » dans la communauté LGBT



- La « licorne » comme synonyme de la saturation

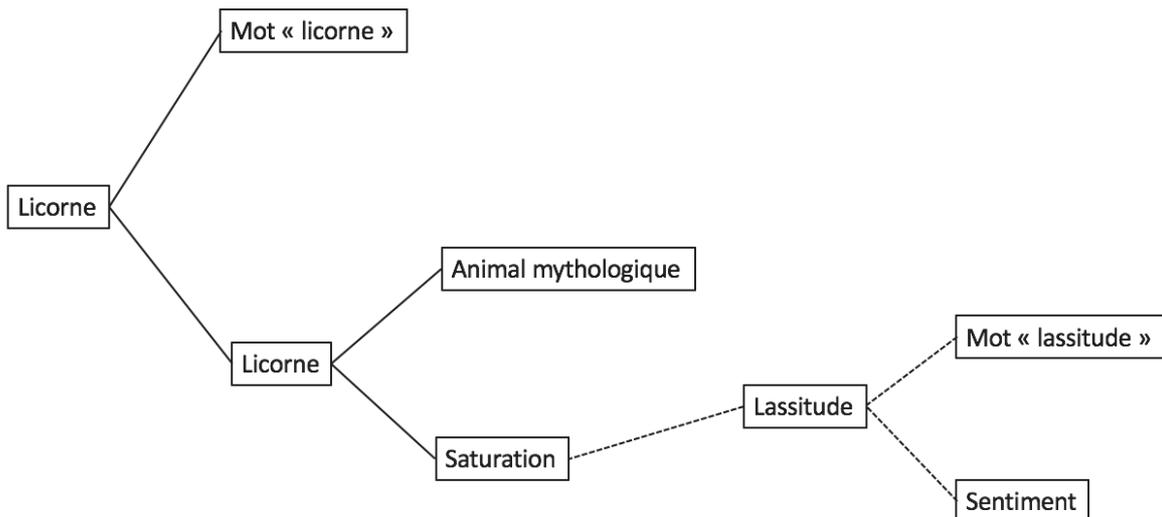
Cette apparition du terme est repérée dans une expression employée sur les réseaux sociaux par le média Slate pour parler de son article sur « l'indigestion de raclette ». La licorne est un élément de comparaison pour désigner la saturation d'un élément dans la société.



Caractéristique du terme : synonyme de saturation

Schéma linguistique de Saussure

Dans ce contexte linguistique particulier, le terme adopte une nouvelle connotation jusqu'alors non-exprimée : celle de l'excès et de la saturation. Le cas est particulier mais est néanmoins à observer car il pourrait être amené à la généralisation.



- La « licorne » comme synonyme de l'impossible

Dans notre corpus (Annexe 1), le terme apparaît à plusieurs reprises comme synonyme de l'impossible, de l'irréel. Nous nous appuyons ici sur l'exemple d'une campagne web d'adhésion menée en 2017 par la Ligue des Droits de l'Homme. Dans celle-ci, le slogan scandé « Les droits de l'homme, c'est comme les licornes, on aimerait que ce soit une réalité, mais c'est pas gagné ! ». Dans la bannière web, l'expression de fin « c'est pas gagné » est surligné en noir, comme pour accentuer l'effort à mener, mais surtout, elle suggère qu'un autre terme terminait à l'origine cette phrase. Nous supposons qu'il s'agit d'une terme « impossible », puisque les licornes (au sens d'animal mythique) ne sont pas réelles. Souhaiter qu'elles le soient est donc vain et impossible.

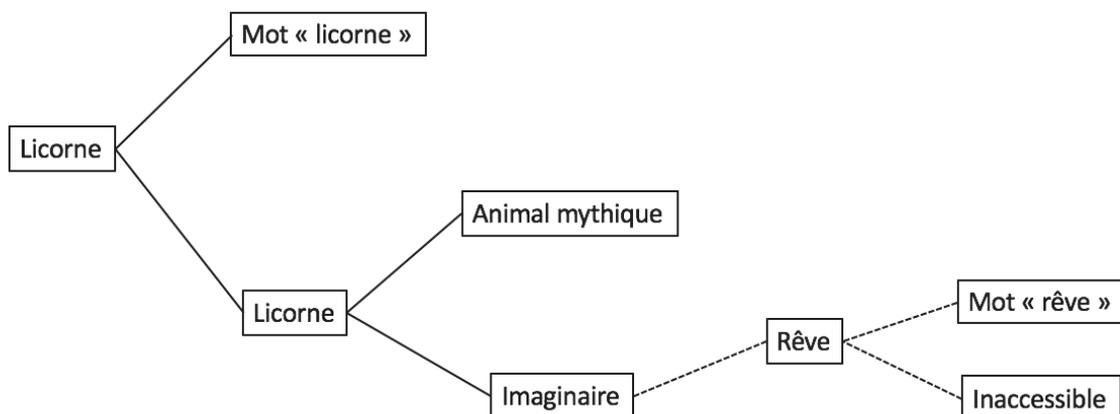


Caractéristique du terme : le terme « licorne » est employé comme source d'optimisme dans une situation jugée compliquée. Il est comparé à un autre élément, « les droits de l'Homme », qu'il permet d'associer pour partager des valeurs communes. Ainsi dans les deux cas, « licorne » comme « droits de l'Homme » renvoient au rêve, au souhait incongru, mais à l'espoir et à l'optimisme.

Schéma linguistique de Saussure

Le terme est employé au pluriel, il désigne moins une figure qu'un concept, celui de l'animal mythique imaginaire. Dans ce contexte, il devient synonyme du rêve inatteignable. Il connote tout de même l'optimisme par sa part de rêve : « les licornes » ne sont pas réels, mais par comparaison, les droits de l'Homme le sont, il est donc possible de les réaliser.

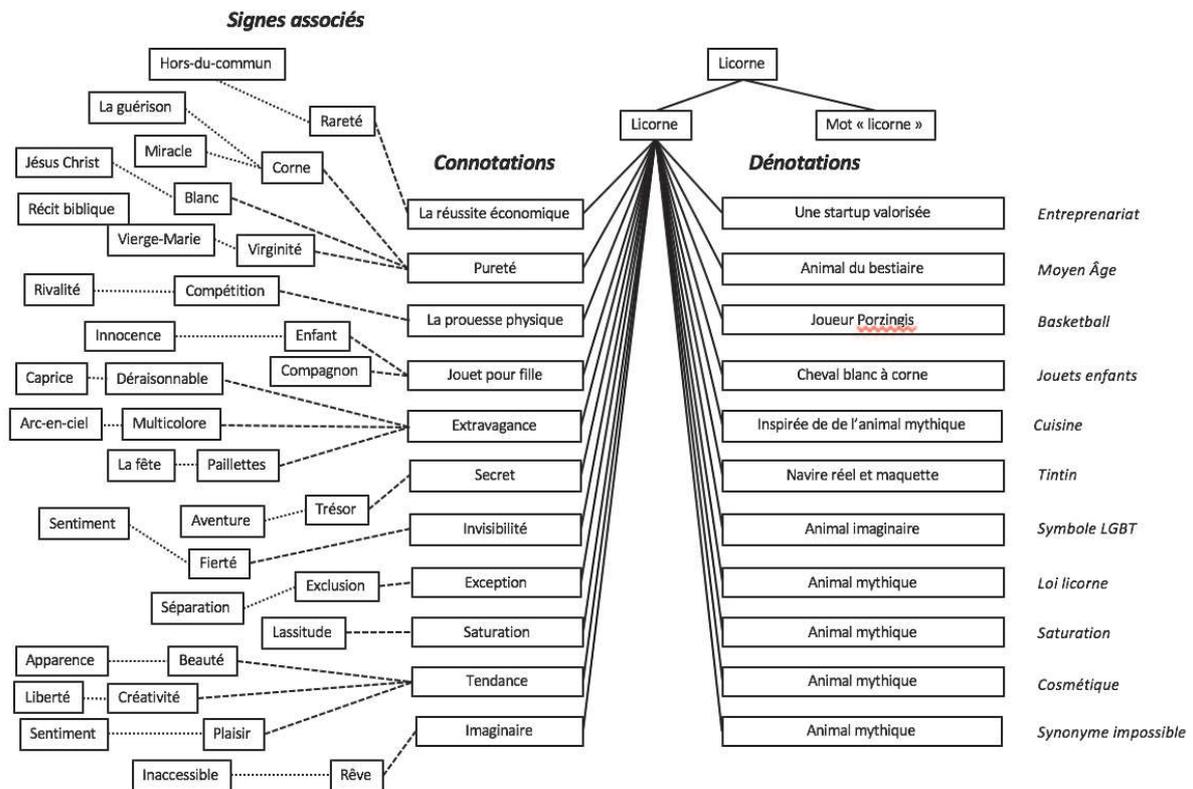
La « licorne » comme synonyme de l'impossible



Synthèse

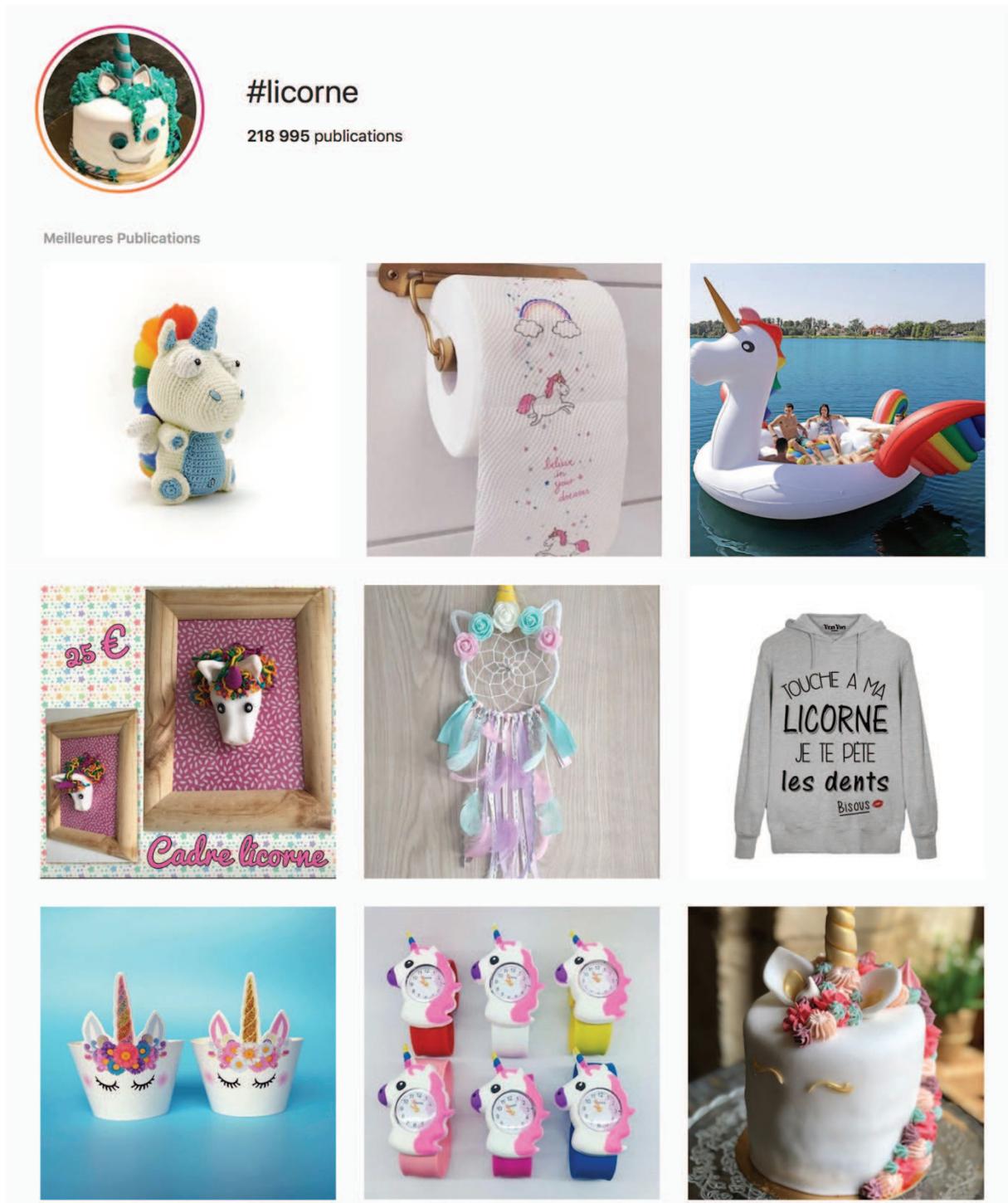
Dans la théorie de Ferdinand de Saussure, la linguistique distingue deux entités distinctes mais complémentaires : le signifiant (support du sens, soit le mot ou la phrase) et le signifié (le sens ou sème du signifiant). Dans cette hiérarchie du sens, Saussure ajoute un second volet, celui de la dénotation (sens immédiat ou premier du signifiant, consensuel) et de la connotation (sens secondaire). Cette analyse permet d'identifier les dénotations du terme mais surtout ses connotations pour en chercher l'unité linguistique.

Pour cette analyse, nous avons choisi de travailler les sens du terme « licorne » dans chaque domaine rencontré pour dresser un portrait linguistique de ce qu'est aujourd'hui la licorne dans notre langue. Celle-ci étant un système où chaque signe est en lien avec un autre, cette analyse nous permet d'identifier les liens, les différences, et finalement l'harmonie derrière le terme.



Annexe 10 : Corpus des réseaux sociaux

- **Les publications les mieux classée au 28/04/2018 sur le hashtag « #licorne »**



Crédit Instagram dans l'ordre (nom de l'utilisateur, le type de profil, et la légende de la photographie) :

1. **valeriia_tom** (artiste ukrainienne, lien marchand etsy): Amazing unicorn Corki now in my Etsy shop pattern

by @aradiyatoy #unicorn #amigurumi#crochet #rainbow #amigurimiunicorn#crochetunicor
n #crochetaddict#amigurumitoy #unicorntoy #Einhorn#unicornio #ユニコーン
#licorne #etsy#etsyshop #etsystore#etsysellersofinstagram #onefunnymoose

2. **unicorns.loverrr** (compte dédié aux licornes) : Aww Cute

Source : Instagram

Follow us now to get more magical.uncatchable.beautiful.mysterious

#unicornlove #unicorn #unicorncake#mylittlepony #iloveunicorns #unicornhair#unicorntribe
#unicornparty#unicornsarereal #unicornmagic#unicornsquad #einhorn #licorne#unicornlov
er

#unicornpipe #unicornpower#cutenessoverload #mylittlepony #rainbow#unicornkingdom #
unicornshirt #unicorngift#unicornstuff #unicornswag #pinkunicorn#unicornio #unicornquee
n

3. **lavantgardiste** (compte marchand) : Embarquez enfin à plusieurs

! #licorne #bouee #summer#vacances

4. **le_petit_monde_de_la_nine** (artiste, lien marchand Facebook) : Aujourd'hui c'est Dame

Licorne qui est à l'honneur réalisée avec de la fimo #licorne #fimo#paillettes #rose

5. **annesoo_marshmallow** (compte personnel, 800 abonnés) : Regardez moi mon petit
plaisir que je me suis commandée sur @wish. Un magnifique dreamcatcher, étant une
grande fan de licorne et une amoureuse de chat. Je ne pouvais pas rêver de quelque chose
d'aussi jolie qui rassemble tout ce que j'aime ! N'est il pas magnifique ?!!

#dreamcatcher#dreamer#dreaming#licorne#chat#jeladore#magnifique#@wish#unicorn#cat
#catlover#iloveit#beautiful#zen#peaceful #plaisir #fan#cut#girly#corlor#shopping#France

6. **veniviciparis** (site marchand, vente de tshirts) :

#tshirt #shirt #sweat #hoodie#licorne dispo www.venivici.fr sweatshirt je-te-pete-les-dents -
licorne !

7. **les_licornasses** (communauté francophone Instagram sur le thème de la licorne et ses
goodies) : #licorne

les_licornasses#licorne #unicorn #rainbow#arcenciel #cute #beauty

8. @mundodounicornio (communauté anglophone sur le thème de la licorne, collaboratif) :

Follow us now to get more magical.uncatchable.beautiful.mysterious

i.heart.unicorn9#unicornlove #unicorn#unicorncake #mylittlepony #iloveunicorns#unicorn
hair #unicorntribe #unicornparty#unicornsarereal #unicornmagic#unicornsquad #einhorn #li
corne#unicornlover

#unicornpipe #unicornpower#cutenessoverload #mylittlepony #rainbow#unicornkingdom #
unicornshirt #unicorngift#unicornstuff #unicornswag #pinkunicorn#unicornio #unicornquee
n

9. **gabriel.gourmandises** (pâtisserie à Montpellier): Gabriel réalise toutes vos envies ! Ici une
jolie licorne. Et vous, qu'est ce qui vous ferai plaisir ?

#cakedesign #cakebirthday #licorne#cakecolors #creation #montpellier#gabrielgourmandise
s #pastry #pastrychef

- Les publications les mieux classée au 28/04/2018 sur le hashtag « #unicorn »

#unicorn
8 423 328 publications

Meilleures Publications

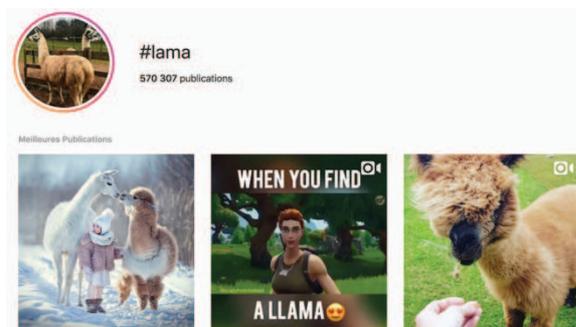
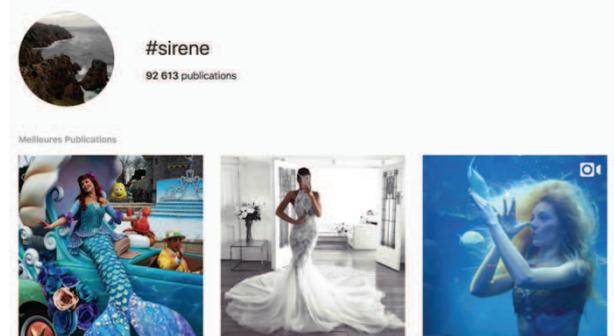
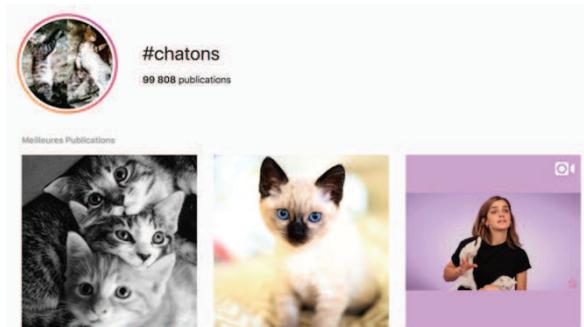
Crédit Instagram dans l'ordre (nom de l'utilisateur, le type de profil, et la légende de la photographie :

1. **lisa_frank** (compte dédié aux licornes): #Lisafrank Cake by @bluebird.bri! #rainbowmischief #cake #yum #unicorn
2. **unicornio** (compte pro dédié aux licornes) : Unicórnio + Disney = combinação perfeito ;) quem concorda aí? #unicorn #unicornio #orlando

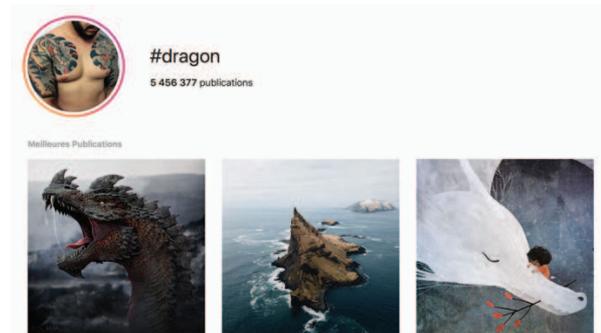
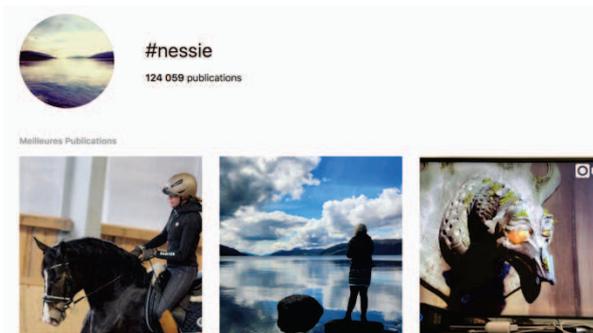
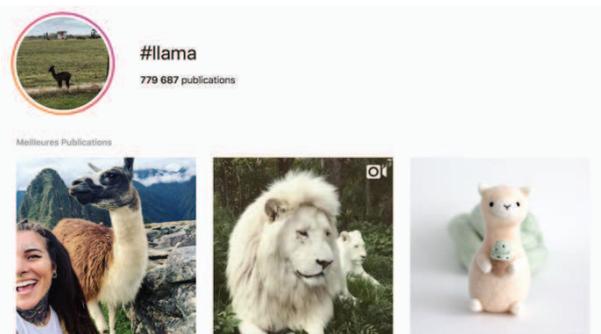
3. **neil-travels** (blogueur) : & . Doses & mimosas #champagne #unicorn #pool #palmsprings#laurentperrier #birthdaysuit
4. **unicorngalaxycom** : Best friend goals Tag your unicorn bestie #unicorngalaxy#unicorngalaxycom #unicornfriends#unicornbff #unicornbestie #unicornfriend#unicorngirl #unicorngirls #unicornhair#unicornstyle #unicornmakeup #unicorn#unicorns #einhorn #unicorno #unicornio#licorne #edenorog #jedonorog # (site marchand dédié à la licorne)
5. **loukew** (cycliste professionnel) : Germanfest Road Rally 100km 🇩🇪 Deployed beast mode today and rode hard and fast at full gas. Just shy of 60 miles at 20.5mph average, not bad considering some of the brutal hills! Not good enough for first female today though, I was 2nd. 24th overall out of about 1600 riders. Loved it. @mrvardeman #germanfest #roadrace #cycling #bicycle#fullgas #beastmode#germanfestbicyclerally#munstergermanfest #pariacc #unicorn#bianchi #celeste #oltr3 #pinkbartape#hbstachecrew #srockgamestrong#dbasports #maurten #maurtenathlete#texas #roadbike #didsomebodysayburrito
6. **lexgravestm** : LEX ART Happiness is when what you think, what you say, and what you do are in harmony. #satisfying #happythoughts #jockstrap #nswartist #selflove # #gayfitness #fitness #potd #neonsign#gaystagram #kimye #fitnessmotivation#lexgravestm #iphonex #mindfulness #relax#netflixandchill #booty #improve#gymshark #gayboy #fitnessmotivation#photographer #inkmodel #life #gayfit#unicorn . Instagram this is art (artiste, influenceur, LGBTQ)
7. **ashleaheson** : Been playing around with a new Unicorn Crown design (maquilleuse pro, youtubeuse)
8. **ninetyicecream**(pâtisserie/boutique de glace américaine) : The time has come Unicorn milkshakes have returned and they're better than before #limitedquantity
9. **ermanhosaf** (compte personnel, 4800 abonnés) : Cosplay babe. Pera #perababie#agnes #fluffyunicorn #peratonin #minions#minion #unicorn #schoolgirl #dh aka@aturaysun #fluffy

- Les occurrences des termes concurrents au 28/04/2018

En français :



En anglais :



Annexe 11 : la licorne et le profane mystique

Nous l’observons dans le corpus (Annexe 1), la licorne est utilisée dans la majorité des cas comme un moyen d’esthétisation du monde. Poussée à son extrême, ce système construit la licorne comme une figure du mystère, dans son sens religieux : un « objet de foi qui ne peut être expliqué par la raison »⁸⁰. L’analyse suivante se porte sur la licorne comme créatrice d’une « mystique profane », telle que définie par Philippe Filliot⁸¹. Dans la même mouvance de penser que Georges Perec, Filliot s’intéresse moins à l’extraordinaire du quotidien qu’à l’ordinaire et l’infraordinaire. À travers plusieurs exemples empruntés à l’art, il définit une nouvelle spiritualité de la modernité, le « profane mystique » : les détails du quotidien sont mis en avant et prennent le pas sur l’extraordinaire. Le résultat est une « forme non religieuse de la mystique » dont le but est « l’épiphanisation du réel ». En célébrant le détail et le trivial, une distance est mise avec le quotidien pour lui retirer sa familiarité. Dès lors, le quotidien devient étranger et peut être appréhender, observé, sans l’obstacle épistémologique de la routine.

Nous tachons finalement dans cette analyse de répondre à notre hypothèse d’un enchantement du quotidien par le mythe de la licorne, construit dans ce cas précis comme un objet sacré de culte. Le culte est défini comme un hommage religieux rendu à un Dieu ou à tout autre divinité, s’accompagnant d’une forme de vénération. Il prend la forme de manifestations collectives et cérémoniales, en s’appuyant sur des croyances et des objets sacrés. Par sacré, nous désignons ce qui « appartient à un domaine séparé, inviolable, privilégié par son contact avec la divinité et inspirant crainte et respect » (définition du Centre National des Ressources Textuelles et Lexicales en ligne). Par les vertus qui lui sont associées, les valeurs qu’elle incarne, la figure est dans différents cas sacralisée selon les éléments suivants :

- *Les vertus curatives*

Dès le Moyen Âge, la licorne est recherchée pour sa rareté et surtout pour les vertus curatrices de sa corne⁸². À ce titre, la corne gagne un poids marchand (sa rareté fait sa valeur, d’où sa présence dans les collections privées et les cabinets de curiosité), mais également un poids symbolique. Elle renvoie ainsi à un acte qui tient du miracle : son action est un « fait positif extraordinaire, en dehors du cours naturel des choses, que le croyant attribue à une intervention divine providentielle et auquel il donne une portée spirituelle »⁸³. Dans le cas médiéval, la corne assainit une eau empoisonnée dès lors qu’elle entre en contact avec elle. Cette vertu explique la lecture biblique qui est faite du mythe à cette époque : la licorne représente dans plusieurs lectures le Christ, la jeune fille incarnant la Vierge et la corne l’Église⁸⁴. Dans ce cas précis, la licorne est une divinité, dont la corne est la relique : entrer en possession de cet artefact fait entrer le sacré dans la vie du profane.

⁸⁰ Définition du Centre National des Ressources Textuelles et Lexicales en ligne

⁸¹ FILLIOT P., « Trouver l’extraordinaire dans l’infra-ordinaire : pour une mystique profane », *Sociétés* 2014/4 (n°126), p.39-46

⁸² FISCHER. L.-P., COSSU FERRA FISCHER V., *La licorne et la corne de licorne chez les apothicaires et les médecins, Histoire des Sciences Médicales – Tome XLV – n°3 - 2011*

⁸³ Définition du Centre National des Ressources Textuelles et Lexicales en ligne

⁸⁴ PASTOUREAU M., *Bestiaires du Moyen Age*, Paris, Le Seuil, 2011

Aujourd'hui encore, la licorne est associée au pouvoir de la guérison, même si celle-ci ne tient plus nécessairement du miracle, mais bien du profane. Des pansements licornes sont par exemple commercialisés avec le titre d'« enchanted Unicorn bandages » (bandages de licorne enchantée). Sur ces pansements, la licorne est représentée sous ses traits modernes dans la couleur rose, accompagnée d'arcs-en-ciel et d'étoiles. Ce produit mêle à la fois l'univers enfantin étudié dans l'analyse linguistique (Annexe 4) avec un produit destiné principalement aux enfants (les pansements colorés) avec l'univers mythique de l'animal aux vertus miraculeuses liées à la santé.

408. Des pansements licorne

Prix : à partir de 5,7€ chez The-Warehouse



112. Une canette remplie de potion de licorne, pour être plein-e d'énergie

Prix : à partir de 3.50€ chez L'Avant Gardiste



Source : Topito.fr

Ce pouvoir de guérison de la licorne est également incarné en dehors de la sphère marchande, cette fois-ci dans la culture cinématographique. L'analyse de la scène d'*Harry Potter et l'école des sorciers* (Annexe 7) montre la licorne comme une figure sacrée : elle vit dans une forêt « interdite », séparée du monde mortel, et est dotée de pouvoirs particuliers. En effet, son sang permet non seulement la guérison, mais également la vie éternelle. Elle est construite comme un élément sacré, appartenant à un monde séparé à la fois source « de crainte et de respect »⁸⁵. Plus loin encore, son meurtre est défini par un des personnages de la scène

⁸⁵ Définition du Centre National des Ressources Textuelles et Lexicales en ligne

comme un « terrible crime ». L'acte s'approche du blasphème et a pour conséquence la punition divine, une malédiction (celle de ne « vivre qu'une demi-vie »).

- *Sa capacité à transformer, transmuter et créer*

Autre caractéristique empruntée au sacré, la licorne est associée à la permutation. Plusieurs éléments du corpus montrent la licorne non comme une figure propre, mais comme un élément second ayant adopté ses traits et attributs. Nous le voyons dans le digital avec l'animoji développé par Apple (emoji licorne animé par le mouvement de l'utilisateur sur son iPhone) mais aussi par les objets ci-dessous. Dans tous ces cas, la licorne a un effet d'enchantement, défini comme le fait d'avoir un effet immédiat sur le réel par sa simple convocation.

La licorne a ainsi un effet performatif : elle a une action sur le réel dès lors qu'elle est invoquée. Une simple mangeoire à écureuil prend des qualités « magiques » dès lors qu'elle s'affuble d'une tête de licorne, de la même manière qu'un gin devient magique dès lors qu'il est renommé « Unicorn Tears Gin ». Il est également possible de transformer son chat, animal domestique du quotidien, en bête mythique grâce à une corne en plastique. Au-delà de l'aspect trivial et anecdotique que peuvent présenter ces objets, ils démontrent une capacité du mythe à transformer, magnifier et spectaculariser le quotidien dans ses aspects les plus ordinaires.

Source : Amazon



The image shows a screenshot of an Amazon product page for a 'Unicorn Squirrel Feeder'. The product is a squirrel-shaped feeder with a unicorn head and a rainbow. The page includes a price of EUR 18,36, a '1-Click' purchase button, and a '1-Click' delivery option. The page also features a '1-Click' delivery option and a '1-Click' purchase button.

Sources : Topito et Firebox

- **Le cas Sephora**

Pour la sortie de la collection « Tendence Makeup Licorne », la marque Sephora a mis en ligne sur Youtube et sur son site marchand français un tutoriel de maquillage pour employer quelques produits de la gamme. La vidéo réalisée par Sephora France dure 1 minute et rassemble plusieurs éléments renvoyant directement à la figure de la licorne. Le maquillage est réalisé par Richard Homel, une figure phare de la marque en France, très présente dans les prises de parole sur les réseaux sociaux de la marque.

Elle met en scène une bonne partie de la collection spéciale « Unicorn Beauty by Richard Homel », une gamme de produits sélectionnés par le maquilleur. On compte 10 séquences dans cette vidéo courte, chacune séparée par une animation par bandes blanches et roses, la signature Sephora (bandes noires et blanches) déclinée sur le thème licorne.

À noter : toutes les étapes de ce maquillage sont montrées, le seul moment où l'action n'est pas représentée s'explique par le fait que le produit employé ne fait pas partie de la collection.

Ordre des séquences :

1-2 : présentation des 2 acteurs de la vidéo

3 : l'étape de préparation (sérum hydratant et coloration des sourcils)

4 : usage du premier élément de maquillage, un stick pailleté

5 : deuxième stick appliqué sur le visage, cette fois-ci violet

6 : présentation de la palette d'enlumineur triangulaire

6 : plus longue séquence avec le maquillage des yeux (plusieurs teintes appliquées, agrégation et métamorphose progressive)

7 : étape de paillettes sur les yeux

8 : étape de l'eyeliner blanc et ajout de paillettes

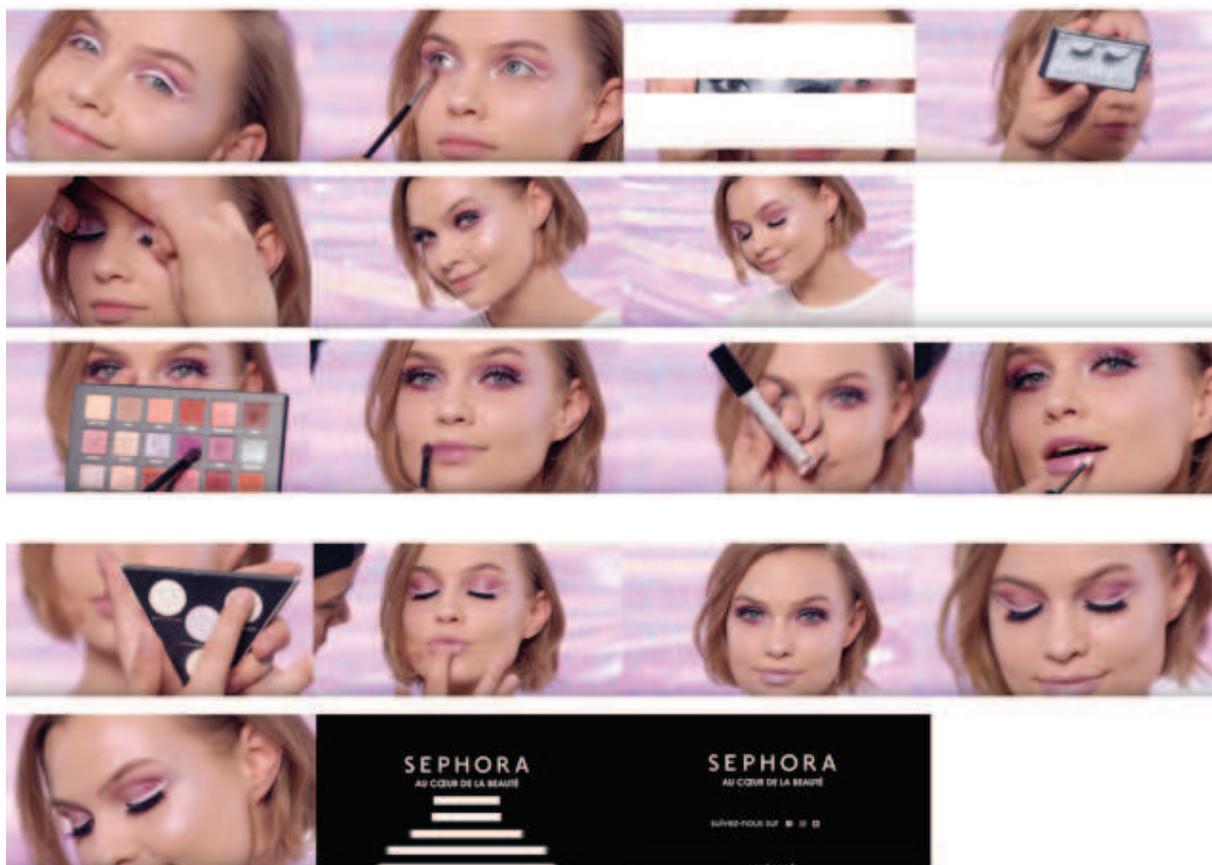
9 : Pose de faux-cils

10 : maquillage des lèvres

Figures de la licorne (dans l'ordre l'apparition) :

- La dominance de la couleur rose et de la texture irisée
- La posture de profil (propre aux vidéos de maquillage, mais aussi à la posture de la licorne dans l'art héraldique)
- Les larmes de licorne
- La transformation : lorsque les sourcils sont maquillés comme par magie en passant ses mains dessus (aspect esthétique d'une magie licornienne mais aussi souci marchand, la collection ne présentant pas de produit pour les sourcils, on éclipse donc la marque de celui utilisé pour la vidéo). L'effet de la métamorphose apparaît aussi pendant l'étape du maquillage des yeux, avec un mouvement de caméra lorsque la jeune femme rouvre ses yeux. On est renvoyé à l'univers des contes et des Disney lorsque la princesse ouvre les yeux après que son sort ait été levé.
- L'angularité, le triangulaire (palette de fards)
- L'innocence (posture de profil, sourire, le yeux clos)
- Les paillettes et le blanc





L'exemple de ce tutoriel réunit les différents éléments de sacralité observés dans notre corpus. Le maquillage inspiré de la licorne reprend les codes des vertus guérisseuses lorsque la jeune femme passe des larmes (incarnée par les gouttes de sérum sur son visage) au sourire après l'application des produits. La licorne est finalement un élément transformateur : le tutoriel ne fait que retracer le processus de transformation par lequel passe la jeune femme pour devenir une incarnation humaine de la licorne grâce aux produits vendus chez Sephora.

- **Le cas du Museum of Ice Cream (San Francisco)**

Dernier point de sacralisation de la licorne, celle-ci a développé ses lieux de culte. L'exemple est pris ici à San Francisco (Etats-Unis) avec le Museum of Ice Cream. Nous nous permettons de mettre cet exemple étranger dans notre corpus d'analyse car il a été couvert par la presse française et largement circulé sur les réseaux sociaux. Le concept de ce musée n'est pas encore développé en France, mais certaines installations temporaires s'en approchent. Ainsi, le musée de San Francisco a pour but de créer un espace de jeu et d'imagination pour les grands et les petits. Des opérations similaires ont été organisées en France, comme chez Colette en mars 2017, qui organisait avec les Arts Décoratifs de Paris l'opération « The Beach » constituée d'une large piscine à balles dans le magasin. Plus récemment, le centre commercial Val d'Europe organisait une « Bubble Party » sur le même principe en mars 2018.

Le point commun de ces trois exemples est la connotation festive et enfantine de chaque événement. L'intérêt du Museum of Ice Cream dans notre analyse est la place qu'il donne à la licorne. Sa présence y est justifiée par le caractère « instagramable » du lieu : le musée n'a d'autre vocation que d'encourager la créativité et la conversation selon le manifeste présent sur le site internet. On le voit sur le réseau social Instagram, le musée est un lieu dans lequel les visiteurs se rendent par curiosité mais également pour prendre des photos d'eux-mêmes dans des décors excessifs et régressifs. La licorne est au cœur du dispositif, dans la réalité comme sur le site Internet, où la statue de la licorne figure sur la page d'accueil. Dans le musée même, une statue de licorne est installée pour permettre à chacun de poser avec une véritable licorne, incarnation du slogan du musée, « anything is possible » (*tout est possible*). Nous interprétons ce lieu comme un temple moderne de la spiritualité évoquée en ouverture d'analyse : le « profane mystique » de Philippe Filliot. Cette installation permanente prône la joie et l'imagination, ainsi que le partage sur les réseaux sociaux. Le musée devient le temple dédié à cette philosophie non-religieuse, incarnée dans la licorne devenue icône. L'ordinaire est finalement repensé pour mettre en avant non pas l'univers distant de la sacralité, mais pour célébrer l'imagination, la créativité et le plaisir dans ses formes les plus basiques (enfance, gourmandise, innocence).

Museum of Ice Cream (Los Angeles, Etats-Unis)



Source : site internet du [Museum of Ice Cream](https://www.museumoficecream.com/)

Museum of Ice Cream (Los Angeles, Etats-Unis)



Source : site internet du [Museum of Ice Cream](https://www.museumoficecream.com)

Museum of Ice Cream (Los Angeles, Etats-Unis)



Source : Instagram

- **Analyse de marque : Merci Handy**

[Les informations données sur le site internet \(https://www.merchiandy.com/pages/a-propos\)](https://www.merchiandy.com/pages/a-propos)

L'ambition lors de la création de la marque : entreprendre et révolutionner le monde du cosmétique du quotidien. Ils se sont concentrés sur le gel pour les mains en partant du constat qu'il s'agissait d'un produit oublié dans le sac à main des gens. Pour le co-fondateur Louis, le choix s'est porté sur ce produit pour lui « apporter du peps » et le « ré-enchanter »

au milieu de tous les autres gels dans les sacs, « réinventer le quotidien des gens », « avoir un quotidien qui soit plus merveilleux et coloré », « une source d'enchantement ».

Les 3 mots du co-fondateur Roland pour définir l'entreprise :

- Aventure
- Équipe
- Ambition

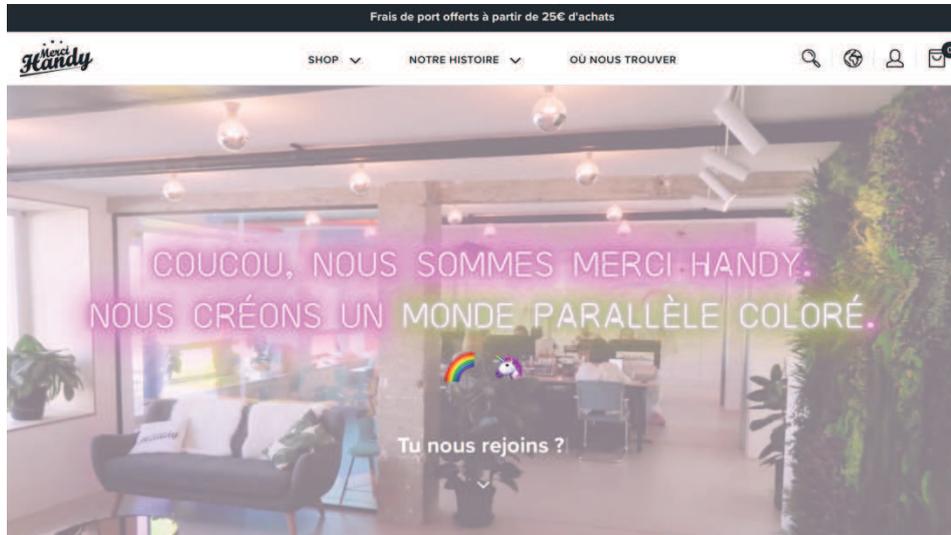
Les 3 mots du co-fondateur Louis pour définir l'entreprise :

- Emotion
- Bienveillance
- Ambition
-

Pourquoi la licorne :

- « Parce que c'est un animal mythique »
- « Parce qu'il existe et n'existe pas »
- « Parce qu'on a envie d'y croire en fait, c'est ça qui fait rêver dans la licorne »
- « Elle est imaginaire, mais on peut très bien se l'imaginer »
- « C'est finalement se dire qu'avec un quotidien simple, et quelques petites touches, on peut en faire quelque chose de magique »

Pour le co-fondateur Roland, Merci Handy, « c'est une marque désinvolte, un peu *what the fuck*, qui ne prend pas au sérieux ».





NOUS AVONS PENSÉ À TOI

Toi qui depuis toujours es convaincu que la folle du quotidien est partout.
Toi qui préfères voir le côté coloré de la vie de tous les jours. 🌈
Toi qui ne peux t'empêcher de chanter radio full volume sur Beyoncé dans les embouteillages plutôt que de klaxonner.
Toi qui, en toutes circonstances, rigoles aux blagues de Pédro (ton pote pas drôle).
Chez Merci Handy, on te comprend.

Pour toi, nous avons imaginé un monde parallèle coloré. 🦄
Une nouvelle manière de penser les produits de ton "vrai" quotidien, ceux qui prennent soin de toi et de ton corps.

Créer ce petit monde parallèle que tu gardes toujours avec toi, apporter de la couleur là où tu n'en n'attends pas, rendre l'ordinaire extraordinaire, c'est ce qui nous anime depuis le début de notre histoire. 🦄



Analyse

Le consommateur de la marque est pris à partie de manière personnelle, directe et informelle : la marque le tutoie et partage un lien de connivence avec lui. Le manifeste de la marque se construit ainsi entièrement sur une volonté de répondre à un rêve et une ambition partagée avec ses utilisateurs.

La licorne s'insère dans le discours de la marque comme un élément de pop culture et de vie quotidienne parmi d'autres (Beyoncé, congestion sur la route, le réseau d'amis).

Annexe 12 : la licorne, produit transformé



Diffuseur Elodie la licorne
44,95 €



Mesureurs Elodie la Licorne
16,95 €



Boîte à cookie Elodie la Licorne
26,95 €



Infuseur à thé "Elodie la licorne"
14,95 €



Mug "Elodie la Licorne"
19,95 €



Sèche ongles Licorne
12,95 €

Extraits du site marchand L'Avant-Gardiste

Phénomène majeur observé dans notre corpus (annexe 1), la licorne fait partie d'un imaginaire marchand. Elle entre ainsi dans la composition de divers produits de décoration ou de divertissement vendus en ligne et en magasin. De cette manière, la licorne entre dans le quotidien des consommateurs dans une forme marchande, altérée par le produit qui emprunte sa forme.

Les extraits ci-dessus sont issus du site marchand L'Avant-Gardiste, qui commercialise toute une gamme de produits à la forme de licorne. Les usages sont très diversifiés, allant de l'accessoire de cuisine (infuseur à thé, cure-dent, tasse) aux produits de décoration et d'ambiance (diffuseur d'huiles essentielles, sèche-ongle...). Dans la majorité de ses représentations, la licorne vendue par L'Avant-Gardiste (qui n'est que le revendeur de ces produits), elle incarne la douceur, tant dans ses attributs physiques que dans ses rôles. Ainsi, elle est représentée avec un sourire, une corne de petite taille qui ne suggère en rien la violence mais simplement l'ornement. On note également la présence de la couleur rose sur les pommettes de cette licorne, un renvoi direct au rougissement innocent de l'enfant comme de l'adulte, symbole d'ingénuité. Dans sa représentation, la licorne est inoffensive et apporte une touche de douceur dans le quotidien. Cette douceur se retrouve également dans les rôles qui lui sont attribuée : sur les photos de présentations, la licorne se fait gardienne de cookies,

accessoire de beauté ou encore de rituel bien-être (notamment dans l'exemple de la diffusion d'huiles essentielles ou la concoction de boisson chaude).

Élément supplémentaire dans notre analyse, nous observons également la création d'une nouvelle identité pour la licorne. Traditionnellement, la licorne ne porte pas de nom, son statut anonyme maintient la distance nécessaire à la conservation du mythe de la bête chimérique, impossible à capturer. Pourtant, L'Avant-Gardiste développe une gamme de produit licorne où celle-ci se dote d'un nom, « Elodie ». En recherchant l'étymologie du prénom, nous retrouvons des origines germaniques, avec les termes « ali » et « od », qui signifient respectivement « étranger » et « richesse »⁸⁶. L'objet marchand construit ainsi une identité propre à l'être imaginaire, en gardant des valeurs du mythe (la rareté, l'étrangeté), mais en construisant une relation de proximité avec le consommateur : le prénom est commun et répandu. Dans cet exemple marchand, la reprise du mythe place la licorne dans un contexte concret et quotidien, avec des objets courants et un prénom dans lequel il est possible de s'identifier. Le mythe, par définition ce qui n'est pas réel, trouve une réalité tangible lors de son passage dans l'univers marchand.

Home > Gifts > Chubby Light-Up Unicorn



EXCLUSIVE

Chubby Light-Up Unicorn

Plump and Plush

In Stock

€40.09

Add to basket

♥ Add to wishlist

1 accessory available

Batteries (4x AA)

Description

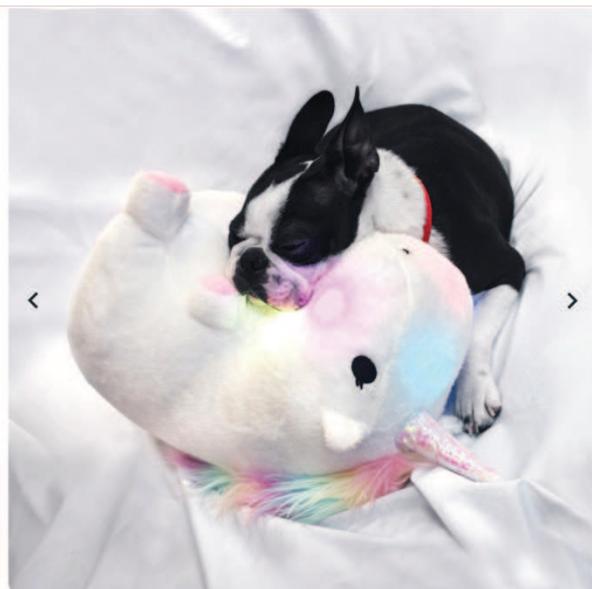
7 Reviews

473 Shares

Related

- Relax in the glowing aura of an overweight Unicorn
- Illuminates with a whole rainbow of colours
- Stupidly soft and cuddly
- Luxuriant pastel mane that you can style as you please
- It's like Aurora Borealis, only in the belly of a mythical beast

⁸⁶ Analyse extraite du site internet <https://www.prenoms.com/prenom/signification-prenom-ELODIE.html>



Description

7 Reviews

473 Shares

Related

- Relax in the glowing aura of an overweight Unicorn
- Illuminates with a whole rainbow of colours
- Stupidly soft and cuddly
- Luxuriant pastel mane that you can style as you please
- It's like Aurora Borealis, only in the belly of a mythical beast

Someone's eaten a few too many rainbow bagels...

Just look at this **Chubby Light-Up Unicorn**, it's so podgy its practically rocking on its soft, plush ass.

This cuddly creature sports a windswept **pastel mane** that you can style as you wish while its **body glows** with a vibrant **rainbow of colours**. It's your very own Aurora Borealis, safely contained within the rounded belly of a mythical beast.

More detail and specification

7 Reviews

Average 5/5 stars ★★★★★

Extraits du site marchand Firebox

Sur le site Firebox, concurrent américain du site français L'Avant-Gardiste, une peluche licorne est commercialisée sous le nom de « Chubby Light-Up Unicorn » (en français « licorne lumineuse rondelette »). L'exemple nous permet également d'observer la démythification de la figure : il n'est plus tant question d'une figure issue d'un mythe (un récit rapportant des faits imaginaires et transformés en légende) que d'une figure imaginaire à destination du confort humain. Les différents attributs de cette licorne objet déconstruisent la figure, l'écartent de son mythe pour la normaliser, faire de ses qualités extraordinaires (et imaginaires) des ornements.

La licorne est ainsi représentée et désignée de la manière suivante :

- Elle est « chubby » (potelée) et « overweight » (en surpoids), un état certainement dû selon la description à un régime alimentaire un peu trop riche de « bagels arc-en-ciel »
- Lumineuse aux couleurs de l'arc-en-ciel
- « Câline » et « stupidement douce »
- Domestique (il est possible de la « coiffer selon ses envies »)

Les références qui constituent la nouvelle identité marchande de la licorne sont destinées à l'adulte, nous le voyons notamment dans l'évocation du régime alimentaire fait de bagels ou encore l'emploi de terme très familier voir grossier. Il est ainsi question de son « plush ass » (son « cul soyeux » en français). L'imaginaire enfantin de la licorne, incarné par la forme de peluche, est adapté à celui de l'adulte en empruntant des codes et des expressions plus crues. Nous assistons ici aussi à la formation d'une identité en propre de la licorne, un objet du confort dans la vie de l'adulte, empruntant les codes de l'enfance pour un usage adulte. La régression est assumée, il est question d'un peluche « stupidement douce » : l'objet est un caprice, une farce pour le quotidien.



Extrait du film *Moi, Moche et Méchant*



Agence Verywell

Sponsorisée · 🌐

La meilleure agence de communication du monde entier !

Paris - Toulouse - Biarritz



57 515 J'AIME

Agence Verywell

Graphiste



👍❤️😱 2 380

187 commentaires



Extrait publication Facebook sponsorisée



tovelo • Abonné(e)

tovelo unicorns make me a better person
💖👉 #coachella #avantstay

Charger d'autres commentaires

mmallen80 @tabithamarie9344 lol! I have the unicorn and that bull in the background too!!

tabithamarie9344 @mmallen80 I figured as much. Ha

daniellebuisse @indradekort

johnny_scott16 ❤️❤️❤️

kaylademmans aye 🌸🌸🌸🌸

vanyjoustit #yosstop

tovexlo LEGGSGSGSGSG DAMN

taixhv 🌟🌟🌟🌟

eccentricem94 @autumn_in_wOnderland

_stellastra 🌸🌸🌸🌸



52 102 J'aime

IL Y A 7 JOURS

Ajouter un commentaire...



Publication Instagram de la chanteuse Tove Lo

Activité en extérieure



Source : Poisson d'avril de l'Avant-Gardiste sur Facebook



Les apparitions récentes de la licorne, qu'il s'agisse d'objets ou de représentations cinématographiques comme dans le film *Moi, Moche et Méchant*, renvoient à une représentation de la licorne sous la forme d'objet. Elle n'a plus sa forme de cheval comme dans ses premières figurations, mais celle d'un objet, même si celui-ci conserve des formes équinées. Elle apparaît ainsi sous forme de bouée, sous forme de peluche ou encore sous forme d'émoji. Nous observons ainsi une réduction du mythe d'une figure imaginaire et fantasque à un objet commercialisé (et donc ouvert à la possession). Ce n'est ainsi plus une figure imaginaire qui circule, mais celle des objets construits par l'univers marchand.

Or, l'objet est défini de cette manière par le CNRTL : il s'agit d'une « chose solide, maniable, généralement fabriquée, une et indépendante, ayant une identité propre, qui relève de la perception extérieure, appartient à l'expérience courante et répond à une certaine destination »⁸⁷. Il induit une étape de fabrication (à l'inverse des qualités imaginaires, irréelles du mythe) et une temporalité qui tient de l'ordre du quotidien. Aux termes du processus de marchandisation de la figure mythique, la licorne perd paradoxalement ses qualités mythiques pour se réduire à une représentation ordinaire, celle d'un objet qu'il est possible d'acquérir.

Cette idée est cristallisée dans notre corpus par l'exemple de la communication du site L'Avant-Gardiste à l'occasion du 1^{er} avril 2018. A cette date, synonyme de coups de communication pour célébrer un jour dédié aux farces, les marques rivalisent de créativité. L'Avant-Gardiste n'a pas fait exception, en proposant pour cette journée un produit bien particulier à acquérir : une « licorne vivante », pour le prix de trois millions d'euros.

Le descriptif du produit était le suivant, extrait du site internet au 1^{er} avril 2018 (extraits placés également dans l'Annexe 1) :

⁸⁷ Définition consultée à l'URL <http://www.cnrtl.fr/definition/objet>

« Grande nouvelle ! Comment ça vous n'êtes pas au courant ?! Et oui, vous ne rêvez pas L'AVANT GARDISTE a ENFIN trouvé cet animal majestueux dont tout le monde parle ! Perdu dans un champ de fleurs au beau milieu de la Provence, un élevage de licornes y séjourne. Ces animaux magiques aiment gambader sur les arcs-en-ciel, côtoyer les étoiles, distribuer des paillettes d'amour, et laisser une touche de féerie derrière elles, le tout en ayant une chevelure de sirène. On a TOUS besoin d'une licorne dans sa vie, alors n'attendez plus !

Description :

- Licorne vivante
- Taille : 1m60 bras levés
- Pelage : blanc comme neige et doux comme un nuage
- Tatouée et percée et... bien élevée
- Élevée en plein air
- Crinière soyeuse rose bonbon
- Corne unique au milieu du front
- A laisser gambader dans un champ de préférence de pâquerettes (nécessite d'avoir un terrain de minimum 1 hectare), et sur les arcs-en-ciel
- Caractère : la licorne fait ce qu'elle veut. Quand elle veut. Ou elle veut. Avec qui elle veut. L'AVANT-GARDISTE n'est pas tenu responsable des caprices de votre licorne. Elle prend souvent le caractère du propriétaire
- Pour rendre votre licorne heureuse :
 - o Nourrissez la tous les jours de tout ce qu'elle aime tout sauf Healthy. La licorne n'est pas à la diet.
 - o A laver deux fois par jour avec amour. La licorne a besoin de son intimité. Elle aime les bains et se lave, seule.
 - o Animal rare en voie de disparition, il est donc important d'en prendre soin ! »

Lors de l'action de la précommande, la farce est révélée dans une nouvelle fenêtre, contenant le texte suivant : « HEEEEEEEEY OH RÉVEILLE TOI ! #poissondavril Vous avez pensé une seule seconde qu'on allait vous vendre une licorne à trois millions d'euros ?! Mais SURPRISE ! Rien n'est perdu et on t'offre -15% sur tout le site, c'est pas si mal ? A prendre ou à laisser ! »

Dans ce processus, la promotion marchande remplace la vente d'un produit inexistant, le consommateur est redirigé vers une vraie action marchande.

Dans ce cas précis, la licorne est construite comme un produit à part entière : d'un point de vue purement technique, elle bénéficie de sa page produit, référencée au même titre que tous les autres commercialisés sur le site. Elle est associée à un prix, synonyme de rareté par sa très haute valeur, puisque les prix moyens des produits du site sont entre 10 et 30€. Toute l'architecture de la page insère l'animal mythique dans une configuration marchande, avec des photographies variées du produit à acheter et un bouton pour effectuer la précommande.

Dans ce processus, certes humoristique, l'acteur marchand construit une identité propre à la licorne, en instituant sa propre mythologie moderne. Elle est constituée de multiples références, qu'il convient d'analyser pour dégager l'objet marchand qui est construit par le vendeur.

La description de la licorne fait les références suivantes, que nous classons en deux catégories, l'imaginaire et le réel :

Image	Origine de la référence
« Champ de fleurs au beau milieu de la Provence »	Référence vraisemblablement aux chevaux blancs de Camargue, en Provence. Élevages populaires et inscrits dans la culture française.
« Animaux magiques »	Référence à des créatures imaginaires, dotées de capacités hors du commun, magique (capable d'agir sur le réel)
« gambader sur les arcs-en-ciel »	Référence fantastique et commune de la licorne dans ses représentations modernes, notamment dans ses représentations pour les enfants (Annexe 1)
« côtoyer les étoiles »	Référence poétique
« distribuer des paillettes d'amour »	Référence imaginaire et inspirée de la culture hippie, soit un mode de vie prônant la non-violence et l'anti-conventionnel. ⁸⁸
« laisser une touche de féerie derrière elles »	Référence imaginaire aux contes de fée
« chevelure de sirène »	Référence à une autre figure du fantastique et de l'imaginaire, la sirène
« bras levés »	Système métrique associé à l'homme, dans le langage commun et familial. La référence est ironique, les chevaux n'ayant pas de bras.
« gambader dans un champ de préférence de pâquerettes »	Référence à un élément du quotidien, avec un vocabulaire renvoyant en particulier à l'animal domestique.
« Tatouée et percée et... bien élevée »	Référence à l'homme, par le tatouage et le perçage (synonyme de transgression) et l'éducation. La licorne est construite comme un paradoxe, un animal doté d'un caractère mais docile.
« healthy » « pas à la diet »	Référence au régime alimentaire humain et aux contraintes et injonctions sociales à la minceur et au régime.

Il est également intéressant de noter la dernière apparition de la licorne dans ce dispositif : dans la révélation de la farce, un code promotionnel est offert au visiteur du site. Sur cet encart, la licorne réapparaît mais dans une nouvelle forme, cette fois hybridée avec une sirène (reconnaissable par sa queue de poisson). Nous retrouvons ici aussi le symptôme de la fin du cycle mythologique, observé dans notre analyse du bassin sémantique en annexe 4 : le mythe s'érode et ses représentations subissent des altérations.

Cette page produit a le mérite de nous permettre d'observer à la fois la reconstruction marchande du mythe à l'ère moderne, tout en cristallisant la réification de la licorne par le simple fait de commercialiser la licorne, non comme support mais bien à l'état brut. La licorne est dans cet exemple marchand construite comme une figure domestique mais caractérielle, en écho au caractère de son propriétaire.

⁸⁸ Définition de la mouvance hippie issue du CNRTL à l'URL : <http://www.cnrtl.fr/definition/hippie>

Dernière étape de la réification de la licorne, celle-ci se retrouve parfois réduite au statut de simple objet, sans aucun contexte narratif pour expliquer sa présence.

Les réemplois de la licorne dans l'univers marchand passent ainsi par l'humour et l'ironie lorsque les objets sont destinés à l'adulte. L'autodérision permet de légitimer un objet autrement régressif. Pour autant, notre analyse préliminaire du corpus nous fait émettre l'hypothèse selon laquelle la licorne objet perd son sens en perdant tout récit.



Photographies prises dans les grandes surfaces Monoprix d'Asnières-sur-Seine (magasin de la gare à gauche, magasin de la mairie à droite)



Photographie prise dans le magasin NafNaf du centre commercial Val d'Europe

L'exemple est pris dans trois espaces marchands, ceux du Monoprix d'Asnières-sur-Seine Gare, du Monoprix d'Asnières-sur-Seine Hôtel de Ville et celui du magasin NafNaf du centre commercial Val d'Europe. Ces exemples de lieux marchands sont pris dans la mesure où ils sont les représentants de chaînes nationales, dont les modèles se retrouvent dans toutes les enseignes.

Nous montrons dans l'annexe 2 la circulation de la licorne dans les différents espaces, marchands, culturels ou médiatiques. A travers l'analyse du bassin sémantique (Annexe 4), nous nous sommes mis sur la piste d'une fin de cycle mythologique, au cours de laquelle le mythe se transforme.

Résumé

Pourquoi la licorne peuple-t-elle encore notre monde culturel, médiatique et marchand, alors même que l'hypothèse de son existence est invalidée par la science depuis le XVII^e siècle ? La question de départ de ce mémoire interroge l'attrait d'une société à une époque donnée pour une figure sans accroche culturelle apparente. Il pose la question du rapport au monde enchanté rendu possible par la figure fantastique et mythique qu'est la licorne.

La première partie étudie la circulation du mythe dans les différentes sphères de la société française. Cette analyse permet de définir le mythe de la licorne comme un être culturel nourri par ses différentes appropriations. Elle dresse le portrait de l'animal fantastique à notre époque pour en retracer les symboliques et les connotations.

Le deuxième temps de ce travail envisage la licorne comme un emblème du positif dans une époque de quête de l'optimisme et du bonheur. Elle identifie les ressorts employés par les individus pour s'approprier la licorne, ainsi que les dispositifs de sacralisation de la figure dans une nouvelle logique de croyance.

Le troisième temps traite la question de la licorne détournée de ses représentations traditionnelles. Cette figure fait désormais l'apologie de l'ordinaire et des sujets tabous tels que le sexe, la drogue, le sale, l'excessif ou le violent. Ce dernier temps redéfinit le terme de réenchantement pour montrer la manière dont la licorne séduit pour sa capacité à revendiquer la contradiction, à rendre acceptable l'ordinaire et l'imparfait.

Mots-clés

- Licorne
- Mythe
- Mythodologie
- Imaginaire
- Trivialité
- Enchantement