



---

---

## Eğitim Fakültesi Dergisi

---

---

<http://kutuphane.uludag.edu.tr/Univder/uufader.htm>

### Analyse D'une Publicité Sur "Calvados Boulard"

**Consuelo Martinez**

*I.E.S. Maria Pacheco Espagne*

**Abstract.** In this piece of research, carried out from an advertisement in *Le Nouvel Observateur*, we have developed some semiotic notions.

We have not had into account the image and its reading in a 'z-shape', which means that the slogan, the picture, the bas de la page, and the bottle have not been considered.

Therefore, we explain some phenomena involving the textual and poetic semantics of the text.

We are going to prove that this advertisement is divided into two parts. This division is made according to typographic, syntactic and expository criteria. One comes to support the other.

Next, we will deal with the descriptive semantics and the interpretation of the text. Both the evaluative position and the subjective character will be discussed: the 'actorialisation' and, with this, the treatment of time (speaking about time lexemes) and the treatment of space (speaking about the space of the drink), always supported by typography.

Later, it has been developed the transfer into drink of qualities/effects that the woman causes into men, thanks to lexemes, to follow with the metaphor between drink and sun to reinforce the former.

The following analysis is, in fact, relating the semantic facts to the interpretative ones, which have been proved to be true, and the possible

resulting semantic relations. In order to do this, we will firstly put forward a study on the virtual 'sèmes' of the lexemes 'boisson' and 'soleil'. In the second place, we will demonstrate the common 'sèmes' of the two lexemes already mentioned above. To sum up, we will carry out an analysis of the semiotic categories that link the two 'sememes' in the context of advertising.

**Keywords:** advertisement, semiotic notions, image, textual and poetic semantics, lexemes.

---

## **Introduction**

Tirée du *Nouvel Observateur* (20-26 décembre 1991), cette publicité nous servira pour développer un travail sur certaines notions sémiotiques.

En ce faisant, nous nous limiterons à l'analyse du texte laissant de côté l'analyse de l'image qui exige des compétences et des connaissances que peut-être négligeons-nous. Donc, nous ne tiendrons pas compte de tout ce qui fait partie de l'image et de sa lecture en "zède", c'est-à-dire du slogan, de la photographie, du bas de la page, de la bouteille. Certes, cette analyse serait en relation avec notre analyse du texte, mais elle s'avérerait trop prétentieuse et nous ne prétendons pas arriver à une analyse trop exhaustive.

Nous nous limiterons, donc, à mettre en évidence, plus ou moins bien, quelques-uns des phénomènes concernant la sémantique textuelle et poétique.

## **1. Délimitation et Segmentation**

### ***1.1 Segmentation***

Ce texte paraît être constitué, au niveau le plus général, de deux ensembles. Nous remarquerons la délimitation typographique entre la première et la seconde partie dont la différence se situe par rapport à la taille des caractères typographiques d'une part, et d'autre part le changement de cadre temporel ("23 h 30");

### ***1.2 Critère syntaxique***

La première partie comprendrait le segment du discours qui va de la première précision horaire jusqu'à la seconde, constituant ces précisions horaires un élément de découpage. Ce premier ensemble est constitué de phrases à peu près closes, composées en général d'un sujet et d'un verbe, soit au présent soit au passé composé, qui expriment le déroulement de

l'action. En même temps les phrases sont entrecoupées, soit par l'emplacement de l'image au milieu de la publicité qui coupe le discours, soit par des points de suspension. Ces coupures viennent à l'appui de certains mots qui expriment un ralentissement de l'action produit par la lecture entrecoupée ("ges-/tes ralentis... le temps s'arrête et /[...]").

En opposition à la première partie, dans la seconde partie, qui commence à partir de "23 h 30", les phrases sont des syntagmes nominaux dont certaines sont des phrases attributives. Il est à remarquer l'absence de verbes à forme conjuguée. En effet, ces verbes sont présents sous la forme de participes passés, c'est-à-dire la forme adjectivale des verbes. Ceci est lié à la présence d'une grande quantité d'adjectifs qualificatifs qui serait due au passage de l'action de la première partie à la qualification dans cette seconde partie. En effet, il s'agit dans cette partie de la présentation des

qualités de la boisson. Nous noterons que lorsque l'énumération de ces qualités commence les phrases ne sont plus coupées par l'image.

### **1.2 Critère énonciatif**

Le "je" énonciateur est présent tout au long de la première partie, soit sous la forme de pronoms sujets de la première personne, soit sous la forme de pronoms personnels référant à cette personne ("elle *m* 'a souri", "son regard *m* 'envahit"). Ce "je" énonciateur n'est plus présent explicitement sous la forme de "*je*" dans la seconde partie. Cependant on détecte sa présence grâce aux possessifs "dans *mon* verre, sous *ma* main, sous *mes* yeux". Il pourrait s'agir d'une espèce de présence "cachée" car les adjectifs qualificatifs démontrent la présence d'un énonciateur et en même temps sa prise de position appréciative, voire évaluative.

## **2. Description Sémantique Et Interprétation**

### **2.1. Discursivisation**

Nous l'avons déjà vu, dans la deuxième partie il y a une prise de position évaluative. L'emploi des évaluatifs donne à l'énoncé un caractère subjectif marqué (Courtés, 1991) en attirant plutôt l'attention sur l'énonciateur. Dans ce sens, "puissance de parfum" par exemple, doit s'entendre comme «caractère de ce qui peut beaucoup, de ce qui produit de grands effets» (*Le Petit Robert*), ceci montre que «l'évaluation repose sur une comparaison entre, d'une part, la "moyenne", et de l'autre, son dépassement (vers un plus ou un moins)» (Courtés, 1991).

De paire avec l'actorialisation va la temporalisation, de même que la spatialisation: temps et espaces n'ont de sens que par rapport aux acteurs. Donc, il s'avère important une étude de la temporalisation et de la spatialisation.

Quant à la temporalisation, dès la première ligne, l'histoire que nous raconte la publicité est située dans le passé, par rapport au présent de l'énonciation avec un retour ultérieur au présent, présent qui est pressenti en tant que présent historique ("le temps s'arrête"). Les lexèmes "moment précis" renvoient à l'heure spécifiée par "14 h 17". À la suite de cette spécification horaire, nous trouvons "enfin" qui comporte le trait «terme d'une longue attente» (*Le Petit Robert*) marqué d'un sens affectif. Il se pourrait que l'énonciateur attendait depuis longtemps "ce rire"; en même temps la situation connote de l'affectivité. Ainsi, "tout commence" a une valeur /inchoative/ versus "enfin" qui, lui, a une valeur /terminative/. À partir de ce "commencement", nous entrons dans un mouvement du temps provoqué par "le temps s'arrête et / s'accélère". Il y a une opposition: s'arrêter≠s'accélérer appuyée par la disposition externe des phrases qui sont, à leur tour, entrecoupées par l'emplacement de l'image au milieu du texte, ce qui produit, nous l'avons déjà vu, une lecture, elle aussi, entrecoupée. Cette opposition, à l'aide de "le décor s'efface, son regard m'envahit" fait penser à un état d'ivresse chez l'homme provoqué par la conjonction amoureuse avec la femme qui sera présente à nouveau dans la seconde partie, nous le verrons plus tard.

La précision horaire "23 h 30" nous situe dans la seconde partie au même temps que nous quittons le domaine de l'après-midi/ pour passer à celui du /soir/. Dans cette partie, on retrouve l'isotopie /jour/ ("coucher de soleil"). Même si ces lexèmes servent plutôt comme charnière, comme passage du jour à la nuit, le lexème "soleil" note un trait /lumière/ qui est aussi retrouvé dans le lexème "lumineux".

Suivant la lecture de la publicité, le "ce soir" anaphorique recouvre une expansion syntagmatique antérieure, c'est-à-dire la précision horaire "23 h 30". Ce "ce soir" est en disjonction avec le "retour du jour, de la lumière, du soleil" car le premier a le trait /fin du jour/ et le second /jour/, /journée/. Une autre disjonction serait le "retour du rêve: en contrepoint de l'après-midi". Avec "le retour du rêve" nous nous situons à nouveau dans le /soir/ car il implique /nuit/ faisant retourner le sujet au moment de l'énonciation. Cependant, en même temps, nous pouvons nous demander s'il n'y aurait pas là un contresens car le "retour du rêve" implique aussi /rêveur/ qui, en tant que souvenir, rappellerait la conjonction amoureuse qui, elle, se situe dans

l'/après-midi/. Mais en opposant /rêve/ à /après-midi/ il semble que nous sommes bien dans le /soir/, étant cela appuyé par "la nuit est douce".

Nous pouvons parler pour la temporalisation d'une syllepse temporelle car nous trouvons un groupe plus ou moins anachronique ("14 h 17" et "23 h 30") qui est lié par une parenté thématique, la /conjonction/. Ce serait une syllepse itérative qui élimine les intervalles, elle passe de "14 h 17" à "23 h 30" sans tenir compte du reste du temps car ce qui intéresse ici ce sont ces deux espaces de temps et non pas les intervalles qui les séparent. Ainsi, cette syllepse itérative condense deux événements en un seul récit, c'est-à-dire la conjonction amoureuse, et la conjonction avec la boisson qui se produit à deux moments différents. La spatialisation peut être aussi analysée en deux temps. Le premier correspondrait à la première partie déjà délimitée, où nous pourrions dire que l'espace n'est pas très bien défini: il n'y a pas de références à un espace précis. De plus, "le décor s'efface" ce qui fait que la seule référence spatiale devienne floue. Il se peut que ce devenir flou soit provoqué par l'état d'ivresse de la conjonction amoureuse, dont nous avons déjà parlé et que nous développerons plus tard.

Dans la seconde partie l'espace se situe "dans mon verre, dans ma main, sous mes yeux". Nous entrons dans l'espace de la /boisson/. À l'intérieur de cet espace, il y a d'autres espaces qui viennent toujours à l'appui de celui de la /boisson/. D'abord, nous trouvons "sur le Pays d'Auge", cette référence n'est pas sans rapport avec le texte, quoique nous puissions penser dans un premier temps, mais elle fait référence à l'espace de production du Calvados Boulard, pour le mettre en valeur. Il pourrait s'agir là d'une expansion morphologique de "coucher de soleil". Dans ce sens, nous serions dans l'/horizontalité/. En même temps, il est possible de parler d'une /verticalité/ du /haut/ en /bas/ dans plusieurs plans. Il y a d'abord un mouvement vers la /diminution/ (pourrions-nous parler de /baisse/?): descente du ton car les "paroles" sont "effleurées", elles n'ont plus le ton normal. C'est comme si l'état normal des choses était abandonné; toujours vers la /diminution/, les "gestes" sont "ralentis", "le temps s'arrête et s'accélère". Cela pourrait être dû à l'/ivresse/ dans laquelle l'énonciateur est plongé, un état d'ivresse/ provoqué par le bonheur de la conjonction amoureuse, ceci étant de l'/euphorie/. La typographie ensuite vient aussi à l'appui de cette /diminution/ pouvant percevoir la décroissance de la taille typographique. Cette /ivresse/ transporte l'énonciateur, dans la seconde partie, du /soir/ au /jour/ abandonnant aussi l'état normal des choses. Cet abandon peut être dû à une conjonction en train de se faire avec la /boisson/ (état d'ivresse/). En opposition à ce mouvement de descente, nous remarquons un mouvement de croissance (/ascension/?). La boisson est située au même niveau que le soleil,

"le Calvados Boulard, lumineux comme un coucher de soleil". Nous passons de l'isotopie /soir/ à l'isotopie /jour/. En même temps la boisson est *ennoblie* en établissant une équivalence entre le soleil et la boisson, c'est-à-dire une relation non de /supériorité/ *versus* /infériorité/, mais d'égalité/. Il y a alors un rapport direct entre l'action de la boisson et celle du soleil. L'égalité n'est pas d'ordre matériel mais d'ordre de la compétence (le /pouvoir faire/, la /capacité/), capacité de rendre la "lumière", le "jour" au milieu du /soir/. Ceci nous donne les bases pour développer le métaphore.

Ces conjonctions peuvent nous mener à trouver un Programme Narratif de base, selon lequel le sujet de faire, actorisé par la "boisson", fait en sorte que le "je" soit en conjonction avec un objet euphorique, l'ivresse/ ("le temps s'arrête et s'accélère", "le décor s'efface") , le /plaisir/. De là, la réalisation transitive suivante:

$$F\{S1 \longrightarrow (S2 \ll O)\}$$

S1: sujet de faire: "boisson"; S2: sujet d'état: le "je"; O:le /plaisir/

La forme correspond à la transformation qui nous fait passer du «manque de plaisir» (soit: S1»O) à la «liquidation du manque» (= S2«O): il s'agit de la procédure dite d'acquisition (Courtés, 1991).

## **2.2. Transposition, comparaison et métaphore**

En effet, il serait possible de parler d'une transposition ou d'un glissement dans la boisson des qualités/effets que la femme produit chez l'homme. Ainsi, nous repérons dans un premier temps un "parfum, provocation inconsciente" pour la femme, qui apparaît dans un second temps dans "un parfum de pommes mûres" pour la boisson, c'est-à-dire qu'il y a explicitement d'un côté le "parfum", et d'autre côté -implicitement dans "pommes"-, dans un second niveau de signification, nous pourrions penser à un possible sens de /tentation/ en rattachant "pommes mûres" à la pomme d'Adam et d'Ève, le donnant un sens d'erotisme/. Il est à rattacher aussi la "tendresse impalpable" de la femme à la "finesse du bouquet" de la boisson grâce au trait /délicat/ que nous trouvons dans les deux lexèmes.

Ce parfum est déjà annoncé dans le slogan "il suffit d'un parfum..." et dans le bas de page "parfum de pommes", mais nous ne les analyserons pas par les raisons déjà exposées. Cependant, nous indiquerons qu'il aide à remarquer l'importante présence de "parfum" qui pourrait nous faire penser à une isotopie. Il est aussi présent dans "puissance du parfum" actualisant le caractère de «ce qui produit de grands effets» remarquant l'importance du

"parfum". Cela permet de mettre en valeur une des qualités de la boisson en faisant une transposition des qualités de la femme. Il en va de même quant aux qualifications du "rire" de la femme "si frais, si franc". Ces qualifications pour la boisson se transforment en "le goût de la franchise, le plaisir du vrai" qui peuvent faire référence à des qualités spécifiques de la boisson, c'est-à-dire sans additifs, sans colorants.

D'autre part, la vue est présente tout au long du texte au plan figuratif, tantôt sous la forme "yeux", tantôt sous la forme "regard". Cela crée l'isotopie /vue/ en présentant "lumineux", "coucher de soleil", "couleur ambrée", "jour", "lumière", "soleil", "soir". En ce faisant, le texte nous introduit dans le figuratif des sens. Nous avons déjà vu la /vue/. Quant au /goût/ nous notons "pommes mûres", "finesse de bouquet", "longueur en bouche", "langueur si douce", "?parfum de pommes", "?pimenté d'une pointe vanillée".

Le /toucher/, lui, serait activé par "effleurées", "impalpable", "dans ma main". L'/ouïe/, à son tour, par "silences", "paroles". L'/odorat/ serait présent en tant que "parfum", "?pimenté d'une pointe vanillée".

Cette caractérisation pourrait servir à éveiller les sens du lecteur, à altérer son état, de même que les sens de l'énonciateur qui ont été éveillés d'abord par la conjonction amoureuse qui l'avait plongé dans un état d'ivresse/ abandonnant l'état normal des choses. Ce même état d'ivresse/ est retrouvé lors de la conjonction avec la boisson qui a comme effets une perte de la notion du temps et qui fait que l'énonciateur retrouve la "lumière" au milieu de la "nuit". Soulignons ici que ces effets sont d'ordre /euphorique/.

À l'intérieur de cette transposition, nous retrouvons certaines oppositions comme "s'arrêter" vs "s'accélérer", "puissance du parfum" ayant comme opposition /fort/ vs /suave/, traits récurrents dans "ce parfum de pommes, pimenté d'un pointé vanillée" (/suave/ vs /fort/), qui peuvent être employées pour mettre en valeur les caractéristiques de la boisson.

Une autre façon de mettre en valeur la boisson est la comparaison réalisée entre la boisson et un coucher de soleil ("le Calvados Boulard, lumineux comme un coucher de soleil sur le Pays d'Auge") qui sert, dans un premier temps, pour mettre en rapport les deux termes et pour après démontrer les ressemblances entre les deux objets. Cette comparaison est bien explicite quant au trait de la "lumière". Ensuite, elle nous permet de passer à la métaphore produite dans le même domaine de la /lumière/.

Nous avons déjà esquissé la manifestation de cette métaphore, quand le "soleil" laisse un espace libre pour la réalisation du /faire/ de la boisson qui

réalise une série de /faire/ semblables à ceux du "soleil". De là, nous proposons la distribution suivante:

<b>Comparé</b>	<b>Comparant</b>
<u>/faire/ du "soleil"</u>	<u>/faire/ de la "boisson"</u>
"jour"	"retour du jour"
"lumière"	"retour de la lumière"
	"retour du soleil"
<u>espace du /faire/</u>	<u>espace du /faire/</u>
"sur le Pays d'Auge"	"dans mon verre"
"l'après-midi"	"dans ma main"
	"sous mes yeux"
	"ce soir"

Ce lexème métaphorique sera lu comme «soleil» tout en développant pour un instant les virtualités de la couleur, de la lumière, etc.

Nous n'oserons pas parler de métaphorisation discursive car elle n'est pas prolongée, autrement dit, elle ne constitue pas une isotopie figurative transphrastique.

### **2.3. De la micro-sémantique à la macro-sémantique**

L'analyse qui suivra est, en effet, une mise en relation entre les faits sémantiques et interprétatifs vérifiés et les rapports sémiques possibles qui en découlent. Pour ce faire, nous présenterons dans un premier temps une étude de quelques sèmes virtuels des lexèmes "boisson" et "soleil". Deuxièmement, nous repérerons et mettrons en évidence les sèmes communs des deux lexèmes cités ci-dessus. Enfin, nous ferons une analyse des catégories sémiques qui lient les deux sémèmes dans le contexte de la publicité.

Nous pouvons faire ressortir un grand nombre de sèmes virtuels qui sont liés aux deux lexèmes, mais nous nous limiterons à quelques-uns pour atteindre notre but qui est l'illustration de la lecture de la publicité. Le "soleil" est défini dans *Le Petit Robert* comme "un astre qui donne la

lumière et la chaleur à la terre, et qui rythme la vie à sa surface".

	/astre/	/céleste/	/qui donne/	/lumière/	/chaleur/	/qui rythme.../
soleil	+	+	+	+	+	+
boisson	-	-	?	-	-	?

\*Le "?" indique un possible lieu de rencontre entre les deux lexèmes

Le lexème "boisson" est défini comme "tout liquide qui se boit" ayant comme acception aussi "boisson alcoolique" ce qui nous renvoie au lexème "alcool" qui, à son tour, a dans sa définition "effets physiologiques de l'alcool (contenu dans le vin et les boissons alcooliques)", étant la "physiologie" la "science qui étudie les fonctions normales des organes et des tissus des êtres vivants". Grâce à ce parcours des définitions, nous proposerons, peut-être hasardeusement, une définition possible de "boisson alcoolique" qui serait "liquide qui produit des effets (physiologiques) sur les fonctions normales des êtres vivants". de là, nous pouvons sélectionner les sèmes virtuels suivants:

	/liquide/	/qui produit/	/effets/	/sur les fonctions normales.../
boisson alcoolique	+	+	+	+
soleil	-	?	?	-

À partir de ces distributions, nous pouvons repérer des sèmes virtuels communs. Sur le plan physique nous constatons que les deux lexèmes identifient un /agent/ (= "celui qui agit", *Le Petit Robert*). En ce qui concerne les /fares/ des sujets-destinateurs qu'ils désignent, nous dirons que la "boisson" agit sur les fonctions normales et que le "soleil" agit sur la terre, ce qui nous mène au sème commun /agir sur quelque chose/, ce qui indique un /faire transformateur/.



Nous pouvons faire deux distributions des niveaux isotopiques. La première correspond à la première partie du texte, où se déroule la conjonction amoureuse. La seconde correspond à la seconde partie du texte où se déroule la conjonction avec la boisson qui transforme l'état du "je".

1)

niveau axiologique	/euphorie/	/dysphorie/
niveau figuratif abstrait	/rencontre/ /ralentissement/ /accélération/	?/séparation/
niveau thématique	/ivresse/ /plaisir/ /le moment/ ("14h17", "moment précis"...) )	/sobriété/ /non plaisir/

2)

	transformation	
niveau axiologique	/dysphorie/	—> /euphorie/
niveau figuratif	/obscurité/	—> /lumière/ ("lumineux") /horizontalité/ /verticalité/ /descente/ /ascension/
	/nuit/	—> /jour/
niveau thématique	/non plaisir/	—> /plaisir/ /fraîcheur/ /finesse/ /longueur/ /puissance/ /ivresse/

La publicité nous situe plutôt du côté /euphorique/ car ce qu'elle veut faire c'est mettre en valeur les caractéristiques de la boisson et la boisson

elle-même. Pour ce faire, elle présente de bonnes qualités et des effets positifs qui ne font à peine recours au /dysphorique/.

### **Conclusion**

En guise de conclusion, nous dirons que tous ces critères et analyses nous découvrent comment le texte est composé. Sa structure vient à l'appui de son discours. Le découpage est fait de telle manière que les deux sous-textes qui en découlent sont partagés d'après leur référence à la conjonction amoureuse (première partie) ou à la conjonction avec la boisson (seconde partie). Les deux sous-textes sont donc liés par une parenté thématique, la /conjonction/.

Bien sûr, il s'agit d'une publicité dont le but est de vendre un produit. Pour cela faire le texte n'hésite pas à ennoblir le produit, la boisson, en établissant une équivalence entre le soleil et la boisson, une relation d'égalité sur le /pouvoir faire/. Ceci nous mène à parler d'une transposition ou d'un glissement dans la boisson des qualités/effets que la femme produit chez l'homme.

Une autre façon de mettre en valeur la boisson est la comparaison réalisée entre la boisson et un coucher de soleil.

D'autre part, quant aux rapport sémiques possibles qui découlent des faits sémantiques et interprétatifs vérifiés, après avoir présenté les sèmes virtuels des lexèmes « boisson » et « soleil », et après avoir mis en évidence les sèmes communs des deux lexèmes, nous arrivons à la métaphore soleil :boisson, d'où « le /faire/ du « soleil » est à la terre (le jour), ce que le /faire/ de la « boisson » est à l'homme (le jour).

Donc, nous reprenons notre idée du début : le texte, avec les démarches étudiées, vient soutenir son but de vendre le produit. Nous avons démontré ceci avec notre analyse : la délimitation et la segmentation nous situent dans deux niveaux différents : celui de la conjonction amoureuse et celui de la conjonction avec la boisson. Ceci correspond parfaitement avec la temporalisation et la spatialisation proposées, en nous conduisant ensuite à la métaphore boisson : soleil. D'où le texte publicitaire s'hasarde à faire l'équivalence entre son produit et l'astre roi.

### **Bibliographie**

- BALLABRIGA, M. "Sémantique textuelle, poétique", Séminaire de D.E.A., Université de Toulouse-Le Mirail, 1995-1996.
- BALLABRIGA, M. "Un poète sémioticien" Champs du Signe n°1, P.U.M., 1991.

- BALLABRIGA, M. "Étude sémantique d'un texte de Michel Deguy", Champs du Signe, n°2, P.U.M., 1992.
- COURTÉS, J. Analyse Sémiotique du Discours: de l'énoncé à l'énonciation , Hachette, Paris, 1991.
- FONTANIER, P. Les figures du discours, Flammarion, Paris, 1977.
- GENETTE, Figures III, collection Poétique, Seuil, 1972.
- GREIMAS, A.J. & COURTÉS, J. Sémiotique, dictionnaire raisonne de la théorie du langage, Hachette, Paris, 1979.
- LANDHEER, R. "Les figures de rhétorique et leur actualité en linguistique", Langue française, Larousse, Paris, 1994.

### **Annexe**

Il suffit d'un parfum...

14h17. Moment précis... enfin, elle a ri... et juste après ce rire, si frais, si franc, elle m'a souri, en plissant un peu les yeux... tout commence peut-être... silencieuse... regard... paroles effleurées, gestes ralentis... le temps s'arrête et s'accélère... le décor s'efface, son regard m'envahit. Puis son parfum, provocation inconsciente, tendresse palpable où je pressens comme un soupçon de cruauté? 23 h 30. Un parfum de pommes mûres. Dans mon verre, dans ma main, sous mes yeux... le Calvados Boulard, lumineux comme un coucher de soleil sur le pays d'Auge... Belle couleur ambrée, puissance du parfum... finesse du bouquet... longueur en bouche, langueur si douce... ce parfum de pommes pimenté d'une pointe vanillée... le goût de la franchise, le plaisir du vrai... si bien retrouvé ce soir... retour du jour, de la lumière, du soleil. Retour du tendre, retour du rêve : en contrepoint de l'après-midi. La nuit est douce...

**Calvados Boulard**