

Classiques Garnier

- [Collections](#)
- [Actes, mélanges et collectifs](#)
- [Rencontres](#)



Marie-Antoinette, icône suprême du marketing au xxi^e siècle

- **Type de publication :** Article de collectif
- **Collectif :**
[La Révolution française et le monde d'aujourd'hui](#)
[. Mythologies contemporaines](#)
- **Auteur :** Polanz (Dorothée)
- **Résumé :** Depuis le film de Sofia Coppola en 2006, l'image de Marie-Antoinette connaît une diffusion considérable en termes de merchandising. Objets de luxe en édition confidentielle ou productions de masse, objets sérieux ou saugrenus (la figurine « décapitable »), déguisements ou maquillage ont fait de Marie-Antoinette une star internationale reconnaissable à quelques signes, sans que ces produits dérivés ne renvoient de façon systématique au même référent.
- **Pages :** 345 à 358
- **Collection :** [Rencontres](#), n° 74
- **Série :** Le dix-huitième siècle, n° 6
- **Thème CLIL :** 4027 -- SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES, LETTRES -- Lettres et Sciences du langage -- Lettres -- Etudes littéraires générales et thématiques
- **EAN :** 9782812425585
- **ISBN :** 978-2-8124-2558-5
- **ISSN :** 2261-1851
- **DOI :** [10.15122/isbn.978-2-8124-2558-5.p.0345](https://doi.org/10.15122/isbn.978-2-8124-2558-5.p.0345)
- **Éditeur :** Classiques Garnier
- **Mise en ligne :** 06/05/2014
- **Langue :** Français
- [Afficher en ligne](#)