

BIBLIOGRAPHIE

- CREPAULT C., *Les Fantômes, l'Érotisme et la Sexualité*, Paris, Odile Jacob, 2011
- ENDRES W., HUG C., *Publicité et sexe : enjeux psychologiques, culturels et éthiques*, Université de Genève, 2004
- KAHR B., *Le livre des fantômes*, Paris, Grasset & Fasquelle, 2008
- LOUBRADOU E., *La pub enlève le bas. Sexualisation de la culture & séduction publicitaire*, Lormont, Le bord de l'eau, INA, 2015
- MARTIN-JUCHAT F., *Sexe, genre et couple en publicité : une tendance à la confusion, Médiation et information n°20*, Université de Bourgogne, Laboratoire sur l'image, les médiations et le sensible en information et communication (LIMSIC), 2004
- OGIEN R., *Penser la pornographie*, Paris, PUF, 2017

WEBOGRAPHIE

- * Blog de Luc DUPONT, professeur agrégé au Département de communication de l'Université d'Ottawa, chercheur associé à l'Observatoire des médias sociaux en relations publiques (OMSRP) et au CEFRIO : *Image de l'homme (et de la femme) dans la pub*, 2009
- Sexe et publicité : un mélange explosif ?*, 2009
- Le sexe en publicité, est-ce que ça marche ?*, 2010

Articles, extraits d'ouvrages et travaux universitaires non cités :

- * FEDERICO S., *Sexe et publicité à la française*, *Communication & Langages*, 1998
- * GRANGET L., *Transgression et banalisation du sexe dans la publicité sur Internet*, *Hermès La Revue n°69*, Paris, CNRS Éditions, 2014
- * <http://www.e-marketing.fr> : GROSSET D., *Le sexe envahit la pub*, 2011