10. Analyser une pulicité

Affiche publicitaires

Illustration(image, photo)

Texte(nom produit, slogan eventuel)

Determiner theme de la pub

Determiner sens de l’orientation

D’ou vient la force de la pub

Proceder argumentatif utilisé

Question d’analyse

Sur une pub, décrire l’affiche de manière détaillé et définir son message ainsi que sa force de persuation.

Le document est une publicité pour la sécurité routière faite par l’agence Lowe stratéus. Elle met en scène Karl lagerfeld au premier plan, portant un costars et par dessus, un gilet jaune. En arrière plan, une route en ligne droit, un triangle rouge de signalisation, derrière, une voiture arrété sur le bas-coté. Il ne fait pas encore nuits mais il fait sombre. Le slogan est : C’est jaune, c’est moche, ça ne va avec rien, mais ça peut vous sauver la vie. En bas de l’affiche est écrit : Gilet et triangle deviènnent obligatoire dans chaque véhicule, équiper vous dès maintenant. La publicité comporte l’adresse du site [www.sécurité-routière.gouv.fr](http://www.sécurité-routière.gouv.fr), l’icone jaune, « Sécurité routière, tous responsable » et le logo du gouvernement.

Cette publicité à trois partie importante à analyser :

* Le slogan « C’est jaune, c’est moche, ça ne va avec rien, mais ça peut vous sauver la vie ». Il décrit tous les défauts du gilet jaune mais aussi ses qualités(il peut sauver la vie).
* Le costume sous le gilet jaune qui montre que même si ça ne va pas ensemble, il faut le mettre car c’est important.
* La phrase tout en bas indiquant que le gilet et le triangle deviennent obligatoire dans toute les voitures. Obligation par la loi.

Cette publicité prend une personne célèbre du monde de la mode, qui explique que malgré l’esthétisme du gilet, celui-ci doit se mettre car il peut sauver la vie de celui qui le porte.



