

Vocabulaire de Publicité et société de consommation

Définition de la publicité

C'est une forme de communication dont le but est de fixer l'attention d'une cible visée pour l'inciter à adopter un comportement souhaité : achat d'un produit, élection d'une personnalité politique, incitation à l'économie d'énergie, etc.

Besoin

avec des arguments rationnels (informer, expliquer, etc.). L'objet essentiel de l'annonce sera la mise en évidence du besoin à satisfaire.

Cible/cibler

· Publicité projective et intégrative

Client potentiel Consommateur Encart publicitaire

La stratégie du publicitaire sera de donner au produit ou à la marque, les qualités d'un groupe valorisant.

Marché

Produit

· Publicité mécaniste :

Promouvoir

Les publicistes vont faire du matraquage publicitaire, c'est-à-dire qu'ils vont rendre le produit omniprésent.

Provoquer le désir d'acheter

· Publicité suggestive

Publicitaire

Slogan

La publicité ne fait pas appel à la raison, mais aux sens. Ce type de publicité donne un grand pouvoir à l'image. Se distinguent ici les notions de dénotation (ce que l'image montre) et de connotation (ce qu'elle induit, sous-entend).

Spot publicitaire Spot radiophonique Susciter l'intérêt

Types de publicités

· Publicité persuasive et informative

Exemples :

L'objectif de ce type de publicité sera de convaincre

La dénotation : une femme légèrement vêtue avec des pétales de rose. **La connotation** : Le parfum rend sexy, belle.

attirer, accrocher vendre/ faire acheter informer/ faire connaître faire réfléchir / faire rire créer des besoins.

La publicité

pollue

Manipule les consommateurs ment dérange

Crée des faux-besoins

Consolide entretient

la culture masculine les préjugés exploite

les stéréotypes