

COMMUNICATION

Décrire une publicité

NIVEAU

Intermédiaire

NUMÉRO

FR_B1_2011X

LANGUE

Français

Objectifs

- Je peux identifier les éléments et la structure d'une publicité pour la décrire.
- Je peux exprimer mon opinion sur les valeurs de la publicité.



Vocabulaire

Lisez ces mots : qu'est-ce qu'ils vous inspirent ?

Pensez à un mot qui pourrait tous les regrouper.

logo

consommateur

slogan

image

marque

?

produit

accroche

audience

études de marché



Commençons

Lisez et répondez.



L'image est ce qui attire le plus l'attention du public mais est-il vrai qu' « une image vaut mieux que mille mots » ?

Quelle est l'importance des mots dans une publicité ?



Qu'est-ce qui a le plus grand impact dans une publicité ?

Le produit, l'illustration (image ou dessin), le slogan... ?

Qu'est-ce qui vous parle le plus dans une pub ?



Les différentes parties d'une publicité

Associez.

1

Elle consiste à inciter ou à inviter à acheter le produit de manière discrète.

2

Lien vers un site Internet ou des informations pour acheter le produit.

3

C'est le texte qui donne des informations sur le produit. Il doit être rédigé dans un registre adapté au public.

4

Attire l'attention du lecteur et fait qu'il va lire la pub en entier.

5

Phrase qui fait que le public se souvient de la publicité. Il doit être court et original.

6

Symbole de la marque qui la différencie de sa concurrence. Il doit être simple et plein d'esprit.

a

l'accroche

b

le corps

c

le logo

d

le slogan

e

l'invitation à l'achat

f

les informations de contact



Tu aimes mon
nouveau logo ?

Il **déchire** !

Trouvez un synonyme de cette
expression.



Discutons des logos

Quelles sont les caractéristiques essentielles d'un logo ?



Quels logos vous ont le plus marqué ?

Lequel vous a paru le plus efficace ?



L'image dans une pub

Les annonceurs ont choisi cette image pour illustrer une publicité pour... quel produit ?

Répondez aux questions suivantes.

1 Quel pourrait être le produit ?

2 À quel public s'adresse cette pub ?

3 Imaginez le logo du produit.





Rappel : l'impératif

Les publicités utilisent généralement **l'impératif** pour s'adresser directement au lecteur·rice dans les accroches ou dans le corps de la publicité.

**Ne vous baissez plus, utilisez notre pince spéciale voyage !
Achetez-les avant qu'il soit trop tard.
Ne les perdez plus !**

- **L'impératif** se forme toujours à partir du **présent de l'indicatif** mais sans le pronom sujet.
- **Les verbes en -er** perdent leur **-s** final à la deuxième personne du singulier.
- Les trois seuls verbes irréguliers sont ***être, avoir*** et ***savoir***.

- Les **pronoms** COD et COI se placent
 - **après** le verbe si la phrase est **affirmative**.
 - **avant** le verbe si la phrase est **négative**.



Transformez ces phrases en accroche.

Ces accroches ne sont pas très attrayantes.

Utilisez l'impératif ou la forme interrogative pour les transformer en véritables accroches.

Si vous faites des fautes en anglais, vous devriez rejoindre notre communauté d'apprenants pour progresser.

Si vous voulez gagner de l'argent facilement comme d'autres utilisateurs avant vous, vous pouvez cliquer ici.

Si vous voulez faire baisser votre cholestérol, nous avons un nouveau médicament à vous proposer.

Si vous en avez marre de faire les courses et cuisiner, nous le faisons pour vous. Vous pouvez essayer une semaine gratuitement.



S'adapter à son public

La publicité doit être adaptée aux différents types de public. À quoi ressembleraient les publicités pour ces publics ?

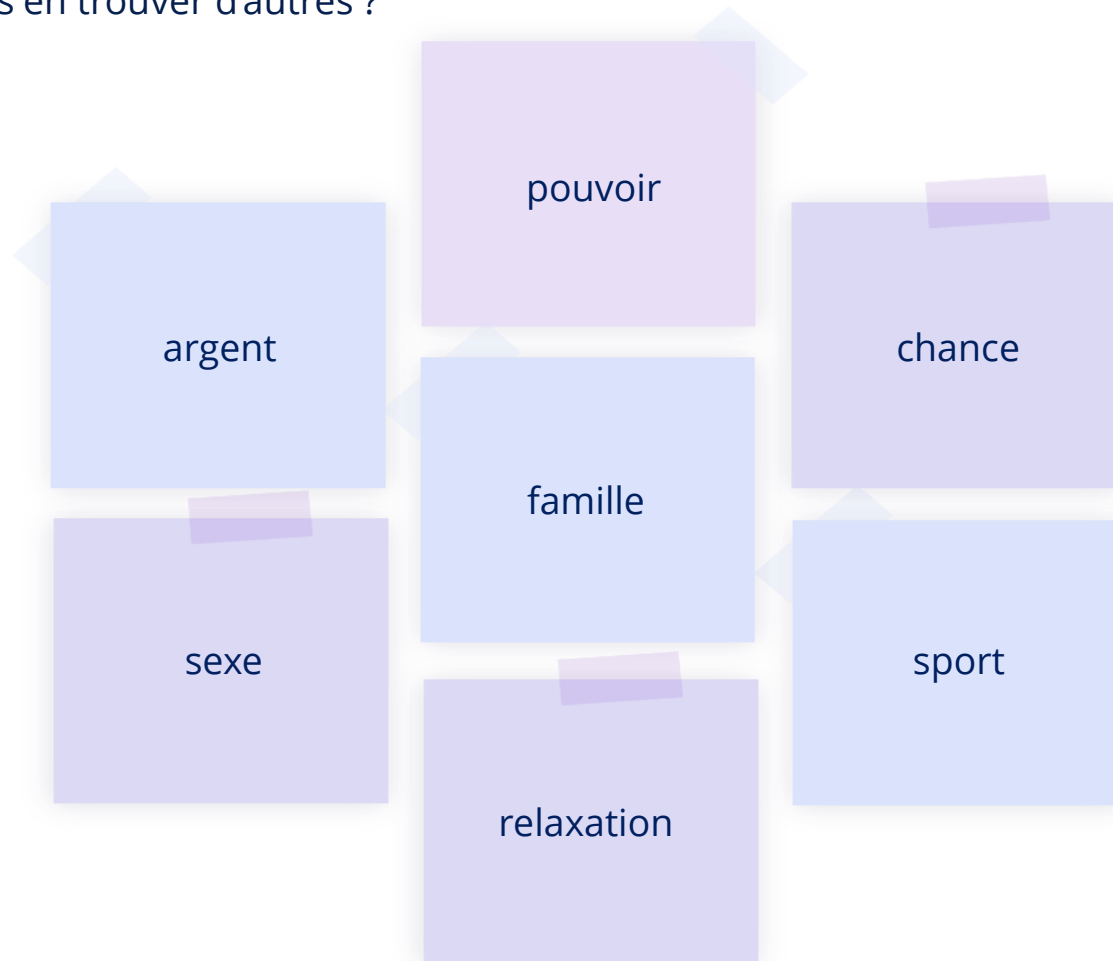




Les valeurs transmises à travers la pub

Analysez et **donnez** votre opinion pour chacune d'entre elles.

Pouvez-vous en trouver d'autres ?





Un débat

En **classe entière** ou en **breakout rooms** :

Donnez votre avis et **discutez** avec le reste de la classe.



*Est-ce qu'il y a encore beaucoup de **stéréotypes** dans le monde de la pub ?*

*Pensez-vous que la pub est plus **inclusive** de nos jours ?*

*Selon vous, quels types de publicités sont **discriminatoires** ?*



Avant d'entrer dans la **breakout room**, prenez une **photo** de l'exercice.

Les messages que transmettent les pubs

Répondez aux questions suivantes :

Quels types de messages les publicités pour ces produits véhiculent-elles généralement ?

Quels publics ont-elles tendance à cibler ?



les voitures

l'électroménager

les produits de beauté

les aliments bio

Ex.

Les pubs pour les voitures transmettent généralement l'idée de liberté, du voyage...



Décrire une publicité

Choisissez une publicité que vous aimez et **décrivez-la**.
Vous pouvez utiliser l'une de ces expressions.



Cette pub traite
de ...

Il s'agit d'une
publicité pour ...

On y
voit/entend...

Le slogan est le
suivant ...

La pub met en
scène...

À la fin on peut
voir/lire...

Elle s'adresse à
un public...

Elle transmet
l'idée de...

Cette pub fait
passer un
message...



Bienvenue dans notre agence de publicité !

Nous allons créer une nouvelle pub !



Il faut **choisir la marque, le produit** dont nous voulons faire la publicité, le **public cible** et les **valeurs** que nous voulons transmettre..

Ensuite, il faut **imaginer** les différents éléments de l'annonce : **titre, corps, incitation à l'achat.**

Finalement, il faut créer un **slogan** attractif dont le public se souviendra !



Fin de la leçon

Expression

Dernier cri

Sens : quelque chose qui est à la pointe de la mode, de la technologie ou des tendances actuelles

Exemple : *Il a toujours le téléphone dernier cri.*



Pratique additionnelle



Complétez le texte



La première ligne d'une publicité s'appelle le titre ou _____ .

Vient ensuite le _____ du texte, dans lequel vous _____ le produit en utilisant un langage attractif et _____ au type de public. La photographie doit être choisie de manière _____ , car c'est l'élément qui va attirer l'œil de l'acheteur _____. Vous devez également inclure un slogan facile à mémoriser et un _____ très graphique pour vous différencier de la _____ .

adapté

l'accroche

potentiel

corps

stratégique

concurrence

logo

exposez



Décrire une campagne publicitaire

Quels adjectifs peut-on utiliser afin de décrire une campagne publicitaire, un slogan ou un logo ?

Faites une liste.

accrocheur

séduisant

attrayant

convaincant

A large white notepad with horizontal lines for writing, positioned on the right side of the slide. It has a blue tab on the top left corner.



Qu'en pensez-vous ?

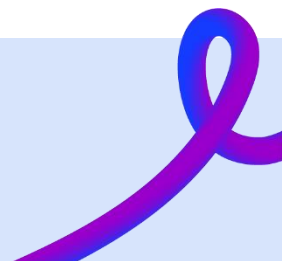
Êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ?

La consommation nous rend heureux.

Les pubs devraient être unisexe.

Il faut avoir le téléphone dernier cri pour être à la mode.

La consommation doit être responsable et les produits doivent être durables.





Corrigés

P. 3 : l'annonce publicitaire

P. 5 : 1. incitation à l'achat 2. les informations de contacts 3. le corps 4. l'accroche 5. le slogan 6. le logo

P. 20 : La première ligne d'une publicité s'appelle le titre ou **l'accroche** .

Vient ensuite le **corps** du texte, dans lequel vous **présentez** le produit en utilisant un langage attractif et **adapté** au type de public. La photographie doit être choisie de manière **stratégique**, car c'est l'élément qui va attirer l'œil de l'acheteur **potentiel**. Vous devez également inclure un slogan facile à mémoriser et un **logo** très graphique pour vous différencier de la **concurrence**.



Résumé

Les différentes parties d'une publicité

- *l'accroche ; l'invitation à l'achat ; les informations de contact*
- *le corps ; le logo ; le slogan*

Rappel : l'impératif

- L'impératif se forme toujours à partir du présent de l'indicatif mais sans le pronom sujet.
- Les verbes en **-er** perdent leur **s** final à la deuxième personne du singulier.
- Les trois seuls verbes irréguliers sont *être*, *avoir* et *savoir*.
- Les pronoms COD et COI : après le verbe si affirmatif + avant le verbe si négatif

Décrire une publicité

- *Cette pub traite de ; il s'agit d'une publicité pour ; on y voit/entend*
- *Le slogan est le suivant ; la pub met en scène ; à la fin on peut voir/lire*
- *Elle s'adresse à un public ; elle transmet l'idée de ; cette pub fait passer un message*



Vocabulaire

la cible

l'invitation à l'achat

le stéréotype

discriminatoire

inclusif, inclusive

l'accroche

le corps

le logo

les informations de contact

