



## Fiche pédagogique

### Et si on créait une publicité ?

*Déroulement de la séquence.*

**Introduction.** Remue-méninges, enrichissement du vocabulaire relatif à la publicité.  
(durée 10 minutes)

Expression orale et lexique.

1. Abordez directement le sujet du cours en annonçant aux apprenants qu'aujourd'hui vous allez parler de publicité. En guise de mise en route parlez du rôle de la publicité dans notre vie. Vous pouvez dire qu'aujourd'hui la publicité fait partie de notre vie, qu'on la voit partout : à la télé, à la radio, dans les rues, sur Internet. Elle est omniprésente. Elle fait vendre et nous pousse à acheter. Engagez une conversation afin d'éveiller la curiosité des apprenants sur le sujet du cours. Vous pouvez poser les questions suivantes : *Quelle est votre attitude envers la publicité ? Elle vous énerve ? Elle vous amuse ? Est-ce que vous pensez que la publicité joue un grand rôle dans la société ?*

**Piste de correction / corrigés :** Je n'aime pas la publicité, car elle intervient au moment le plus fort du film. Toutefois, il y a des spots très drôles qui font rire. La publicité est importante aujourd'hui, surtout dans notre société de consommation. On achète plus volontiers un produit dont nous avons déjà entendu parler.

2. Procédez à un remue-méninges pour explorer le vocabulaire relatif à la publicité. Demandez aux apprenants quels mots ils associent à la publicité. N'hésitez pas à aider les apprenants s'ils ont des difficultés à trouver des mots et des expressions justes.

**Piste de correction / corrigés :** faire de la publicité pour un produit, promouvoir un produit, publicité mensongère, agence de publicité, une affiche publicitaire, un spot publicitaire, un slogan publicitaire.

3. Vous spécifiez aux apprenants qu'aujourd'hui ils vont découvrir des slogans et des spots publicitaires pour essayer de comprendre leur structure. A la fin du cours ils devront réaliser le scénario d'un spot publicitaire et créer un slogan.

**Activité 1 – Faire des associations.**  
(durée : 6 minutes)

1. Distribuez la fiche d'activités. Invitez les apprenants à observer les images des différents produits de consommation courante et à lire les slogans publicitaires (exercice 1). Demandez d'associer les produits à leurs slogans. Laissez aux élèves le temps de faire cette activité. La correction est commune.



## Fiche pédagogique

Demandez aux apprenants d'analyser les slogans. Vous pouvez poser des questions suivantes : *Quelle est la particularité de ces slogans ? Qu'est-ce que ces slogans évoquent pour vous ? Pourquoi ils nous poussent à la consommation ?*

**Piste de correction / corrigés :** *Nutella* : chaque jour c'est du bonheur à tartiner ; *L'Oréal* : parce que vous le valez bien ; *Danone* : renouvez son corps de l'intérieur ; *Président* : parce qu'on ne plaisante pas avec le plaisir ; *Nescafé* : pour bien démarrer la journée.

Ces slogans sont très précis et faciles à retenir. Ils font penser à la réussite, à des choses positives (pour bien démarrer la journée, c'est du bonheur, le plaisir), au bien-être (renouvez votre corps), à la valeur personnelle (parce que vous le valez bien).

**Activité 2** – Compréhension orale et interprétation de l'image vidéo.  
(durée : 12 minutes)

1. Invitez les apprenants à prendre connaissance des questions de l'exercice 2. Précisez que les questions sont identiques pour tous les spots publicitaires. Demandez aux apprenants de se mettre par deux. Diffusez chaque spot deux fois. Après la diffusion de chaque spot publicitaire laissez aux apprenants le temps de se mettre d'accord sur leurs réponses avec leur voisin. Passez entre les groupes pour apporter une aide ponctuelle. Organisez la mise en commun.

### ***Pistes de correction / corrigés :***

#### ***Clip publicitaire N° 1:***

1. Il s'agit de la publicité pour le fromage Emmental de la marque Entremont.
2. C'est une famille française ordinaire : la mère, deux enfants à l'âge de l'adolescence, le père est probablement au travail. Les deux adolescents écoutent de la musique rock dans leur chambre. La mère prépare le repas dans la cuisine. Quand tout est prêt, elle appelle les enfants et la famille passe à table. Au moment où les adolescents se mettent à table et commencent à manger un plat préparé à base d'Emmental, ils se calment.
3. Le message transmis : cette publicité présente des problèmes communs à chaque maman d'adolescent: la révolte, les problèmes de comportement. Pour aider les mères à calmer leurs enfants, il y a une solution - le fromage Emmental d'Entremont qui « maîtrise leur crise d'ado ».
4. Les avantages du fromage Emmental : il a plus de finesse, plus de saveur, il est incomparable.
5. Le slogan : Entremont, c'est autrement bon.
6. Le succès de cette publicité réside en ce qu'elle parle de la vie quotidienne et montre des problèmes connus par chaque famille où il y a des adolescents. Elle ne se contente pas seulement de montrer des problèmes, mais en plus elle propose une solution.
7. Le public cible : des familles ordinaires avec des enfants.



## Fiche pédagogique

### **Clip publicitaire N° 2:**

1. Il s'agit de la publicité pour l'eau minérale Evian.
2. Cette publicité montre des bébés en bas âge qui effectuent des mouvements incompatibles avec leur âge : ils font du roller, ils courent, dansent, sautent.
3. Le message transmis : cette publicité nous rappelle qu'on peut se sentir comme un enfant même à l'âge adulte grâce à l'eau minérale Evian. On peut faire plus jeune que notre âge. C'est le rêve de la plupart des personnes : rester jeune et dynamique toute la vie.
4. Les avantages de l'eau minérale Evian : c'est une eau naturellement pure, équilibrée, elle entretient la jeunesse de notre corps. Cette eau est tellement bonne qu'elle convient aux enfants.
5. Le slogan : vivons jeune.
6. Le succès de cette publicité réside en ce qu'elle propose une solution à nos problèmes d'âge : si on veut être jeune, il faut boire Evian.
7. le public cible : les personnes qui font attention à leur santé, à leur bien-être et à l'équilibre alimentaire ; les mamans qui choisissent une eau minérale pour les biberons de leurs enfants.

### **Clip publicitaire N° 3:**

1. Il s'agit de la publicité pour le parfum légendaire Chanel 5.
2. C'est une histoire d'amour entre deux personnes qui se cherchent et se trouvent.
3. Le message transmis : cette publicité fonctionne comme un court métrage. Elle nous fait rêver à un voyage, à une rencontre qui pourrait changer notre vie. Pourtant grâce au parfum Chanel, le mythe peut devenir la réalité.
4. Les avantages du parfum Chanel : le parfum évoque le luxe, le charme, la magie et le raffinement.
5. Le slogan : Chanel numéro 5.
6. Le succès de la publicité est dû à son magnétisme, à sa capacité d'évoquer les moments dont rêve la plupart des femmes.
7. Le public cible : les femmes.

2. Afin de comprendre le fonctionnement d'un spot publicitaire, demandez aux apprenants d'analyser les trois spots qu'ils ont vus. Vous pouvez poser les questions suivantes :

*Quels scénarios peut-on développer dans un spot publicitaire ?*

*Quel est le lien entre un scénario publicitaire et un produit ?*

*Quel est le public cible dans chaque scénario ?*

*De quoi faut-il tenir compte quand on réalise un spot publicitaire ?*

**Pistes de correction / corrigés :** dans un spot publicitaire on peut présenter une scène de la vie quotidienne, on peut évoquer un épisode drôle et amusant qui nous fait rire,



## Fiche pédagogique

on peut réaliser un court métrage qui inspire de la magie, faire rêver à une autre vie. Le scénario choisi dépend du type de produit dont on fait de la publicité. On préfère une scène de la vie quotidienne pour les produits de large consommation comme, par exemple, les produits alimentaires. Ce type de scénario s'adresse à des familles. Pour des produits relatifs à notre équilibre intérieur, on préfère un scénario dynamique, drôle. Ce scénario s'adresse à des personnes actives qui veulent se sentir en forme. On préfère un scénario glamour pour des produits de luxe. Ce scénario s'adresse généralement aux femmes.

Quand on réalise un clip publicitaire, il faut penser à : a) un scénario, b) un slogan (court, simple et accrocheur), c) un public cible d) aux avantages de tel ou tel produit, e) au message à transmettre.

### **Activité 3 – Réalisation d'un clip publicitaire.** (durée : 15 minutes)

1. Divisez la classe en petits groupes : 3 ou 4 personnes par groupe. Vous dites aux apprenants qu'ils vont réaliser un clip publicitaire pour une marque de biscuits. Rappelez aux étudiants qu'ils doivent imaginer le nom de la marque, penser au scénario de leur spot, au message qu'ils veulent transmettre, aux avantages de leurs biscuits, au public cible et au slogan. Laissez aux élèves le temps de réaliser un clip. Passez de groupe en groupe afin d'apporter de l'aide si nécessaire.
2. Organisez la mise en commun. Demandez à chaque groupe de jouer le scénario. Après chaque interprétation, demandez aux apprenants d'analyser le clip. Vous pouvez poser des questions suivantes : De quoi s'agit-il dans le clip ? Quel message veut-on passer ? A qui s'adresse cette publicité ? Quels sont les avantages du produit ? Quel slogan le groupe a-t-il inventé pour présenter les biscuits ? Il serait intéressant de filmer tous les clips que les groupes vont réaliser pour les diffuser sur un grand écran et les regarder ensemble à un de vos prochains cours.

### **Conclusion.** (durée : 2 minutes)

En guise de conclusion vous demandez aux apprenants quel clip était le plus amusant, le plus insolite, le plus original, le plus efficace.