

# PROJET

## 3

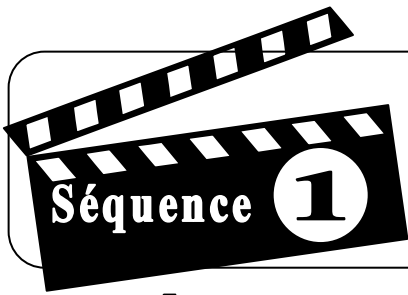
### *La description au service de l'argumentation*

#### **Séquence 1**

#### **Décrire pour inciter à la consommation** *L'argumentation commerciale - La publicité*

« Le secret d'une originalité efficace en publicité, ce n'est pas la création d'images ou de mots nouveaux et astucieux mais l'identification de nouvelles relations entre des images et des mots familiers. » **Léo Burnett**





## 1 Expression orale

**Objectifs** : Lire une image publicitaire et construire un énoncé descriptif cohérent pour

- ⊕ Mettre en valeur sa dimension argumentative
- ⊕ Découvrir l'une des fonctions de l'image : L'argumentation et ses constituants

**Supports** : Images (Livre page 124 ou autres) & document audiovisuel (Spot publicitaire : exemple « Maille » origine Française) ou autres selon disponibilité



### Approche & démarche possibles

① **Observation des images** : Expression libre (Brainstorming) autour des supports-images

? - Les documents que tu viens d'observer sont-ils des cartes postales ? Des tableaux de peinture ? Des affiches publicitaires ?

✂ .....

*A partir de la réponse, les élèves s'expriment pour dire ce qu'ils savent de ce propos*

② - **Expression accompagnée par un questionnaire**

? - Quels sont les éléments qui constituent les trois documents ?

✂ .....

? - L'objectif de ces affiches est-il de vendre un produit ou de défendre une opinion, une cause ?

✂ .....

? - Quel est le thème (le domaine) de ces publicités ?

**Description des images** : Qu'est-ce qui attire ton attention en observant et en lisant chaque image ? Les élèves s'expriment autour des éléments qui constituent chaque document : Forme, Couleurs, Texte :

Complète le tableau suivant

	Emetteur	Formes	Couleurs	Texte
1 <sup>e</sup> image				
2 <sup>e</sup> image				
3 <sup>e</sup> image				

**?** Comment appelle-t-on ces phrases au bas d'une affiche (annonce) publicitaire ?

**Des logos (logotypes) ? – des Accroches ? – Des slogans - ?**

**3** Etablir le schéma de communication simple à partir d'une affiche publicitaire (Exemple d'une publicité pour un téléphone portable Sony Ericsson)

Qui ?	Dit quoi ?	A qui	Par quel canal (moyen, support	Objectif



L'objectif d'une publicité commerciale est de vendre un produit de consommation. Cette publicité est construite selon un plan très simple qui passe par 4 étapes. Les voici, mais elles sont données dans le désordre. A toi de les classer de la 1<sup>e</sup> à la 4<sup>e</sup>, en utilisant des outils d'énumération.

**susciter l'Intérêt – provoquer le Désir d'acheter – faire Acheter – attirer l'Attention**



L'objectif d'une publicité commerciale est de vendre un produit de consommation. Cette publicité est construite selon un plan très simple qui passe par les 4 étapes suivantes :

.....

.....

.....

.....

**✓ Prolongement écrit :**

Tu regardes sans doute beaucoup la publicité. Rédige un court texte dans lequel tu diras quel genre de publicité tu détestes en expliquant pourquoi.

Dans un spot publicitaire que tu as sans doute déjà vu à la télévision, on découvre le champion du monde de football Zidane jongler avec «un ballon... »

- Dis pour quel produit Zidane fait **la promotion**, pour quelle marque, quel domaine

**(2) Lecture: Compréhension de l'écrit**

**Objectifs** : - Lire un texte descriptif et :

- ⊕ Identifier sa visée argumentative publicitaire et établir la situation de communication
- ⊕ Identifier les indices et les éléments mis en œuvre pour convaincre le consommateur d'acheter le produit

**Supports** : Textes descriptifs (à visée argumentative publicitaire commerciale et non commerciale)

## La pâte des Sultanes

Après avoir consacré de longues veillées à l'étude du derme et de l'épiderme chez les deux sexes, le sieur Birotteau, parfumeur avantagement connu, a découvert une pâte merveilleuse. En effet, cette pâte possède d'étonnantes qualités pour agir sur la peau, sans la rider prématurément, ce qui n'est pas le cas des drogues employées jusqu'à nos jours et inventées par des ignorants avides d'argent.

Cette pâte est nommée pâte des Sultanes, parce que cette découverte avait déjà été faite par un médecin arabe. Elle a été approuvée par l'Institut après le rapport de notre illustre chimiste Vauquelin

Cette précieuse pâte, qui dégage les parfums les plus doux, fait disparaître les taches de rousseur les plus rebelles, blanchit les épidermes et dissipe les sueurs de la main dont se plaignent les femmes et les hommes. Elle est si connue déjà pour arrêter les méfaits du temps sur beaucoup de dames l'ont, par reconnaissance, nommée l'amie de la beauté

L'eau de Cologne est purement et simplement un parfum banal sans efficacité spéciale, tandis que la pâte des Sultanes est d'une puissance agissant sans danger ; son odeur réjouit le cœur et le cerveau, charme les idées et les réveillent ; elle est aussi étonnante par son mérite que par sa simplicité ; enfin c'est un attrait de plus offert aux femmes, et un moyen de séduction que les hommes peuvent acquérir.

Texte adapté d'Honoré de BALZAC. César Birotteau

### Approche & démarche possibles

#### ①- Lecture autonome é interrogation du texte

Retrouve les informations suivantes :

Le titre : ..... Le thème : .....

L'auteur : ..... La Source du texte .....

Le texte que tu viens de lire : raconte l'histoire de La Pâte des Sultanes – Décrit la pâte des Sultanes – Explique comment fabriquer la pâte de Sultane

**?** Encadre les bonnes réponses

« La pâte des Sultanes » est un produit :

alimentaire - de beauté - de nettoyage - cosmétique - comestible - médicinal - détergent

**?** Souligne et mets une croix devant la meilleure réponse

Le texte que tu viens de lire est

Un récit qui relate (raconte) la découverte de « La Pâtes Des Sultanes »  Un texte décrivant comment est fabriquée « La Pâte des Sultanes »  Un texte décrivant les qualités de « la pâte des Sultanes »

**?** Pour quelle raison cette pâte est-elle appelée « Pâte des Sultanes » ?

.....

**?** D'après le texte « La pâte des Sultanes peut effacer les rides de la peau. » A ton avis, est-ce que cela est possible, vrai ?

.....

**?** Alors que peut-on dire de cet argument ? Objectif ? – subjectif – sérieux – commercial - trompeur

**?** Pour quelle partie du corps « La Pâte des Sultanes » est-elle destinée ? Relève le champ lexical relatif à cette partie du corps»

.....

**?** Parmi toutes les qualités de ce produit, lesquelles te semblent possibles et ?

.....

**?** A quel autre produit l'auteur compare-t-il et oppose-t-il « La pâte des Sultanes » ? Relève l'articulateur employé pour exprimer cette opposition.

.....

? Alors ce texte est-il destiné à : défendre une cause ? à dénoncer un comportement ? ou à promouvoir et à vanter un produit ?

✍ .....

? Relève deux noms de métiers qui s'occupent de la préparation des produits de beauté. Trouve d'autres noms de métiers que tu connais.

✍ .....

? Pour quelle partie du corps « La Pâte des Sultanes » est-elle destinée ?

✍ .....

? Comment est qualifiée cette pâte dans le texte ? Relever les adjectifs utilisés

✍ .....

? Que peux-tu dire de ces adjectifs ?

✍ .....

? Si tu veux faire une contre-publicité pour « La Pâte des Sultanes », quel vocabulaire employer ?

✍ .....

? Réécris le paragraphe encadré en remplaçant les mots et expressions soulignés par des contraires.

✍ .....

.....

.....

.....

.....

.....



### « Ne pique pas les yeux, évite les noeuds ! »

Le gel a-t-il toujours existé ? A en voir l'énorme utilisation que les jeunes en font aujourd'hui, on pourrait répondre que oui ! Mais ce produit permet aux jeunes (et aux moins jeunes !) de confectionner des coiffures aussi décalées que « branchées » reste somme toute relativement récent.



C'est la marque Vivelle, proposant une énorme gamme de produits coiffants, qui a su révolutionner et dynamiser l'image du gel avec des campagnes de publicité aux effets impressionnants. Parmi les plus grands succès de Vivelle, on retrouve des gels coiffants de toutes sortes : Allant de la gelée coiffante invisible jusqu'au gel coiffant aux vitamines en passant par le gel « Extra fixateur », Vivelle propose avec ses produits de changer de look en un clin d'oeil tout en préservant ses cheveux.

Il est vrai que changer de coiffure a une influence non négligeable sur notre présentation, et parfois aussi sur notre personnalité. Ce que propose Vivelle avec ses produits « Dop », c'est permettre aux jeunes d'adapter leur coiffure au style qu'ils souhaitent.

Article écrit par alban-masse



### Smart, la voiture que l'on aime conduire !

Je viens d'acheter une smart pour ma femme. Depuis que je l'ai essayée, je ne peux plus m'en passer. Cette petite voiture est une merveille à conduire en ville, particulièrement. La boîte séquentielle est très agréable. Je trouve son esthétique très réussie. C'est une voiture 2 places, aussi il ne faut pas lui reprocher ensuite de ne pas en avoir 4. Ceux qui prétendent que l'on est serré dedans n'y ont sans doute jamais mis les pieds. Je fais 1,84m et 110 KG et j'y tiens à l'aise. Cette voiture est d'un concept particulier qui ne peut pas être comparé à une autre voiture 4 places, moins chère. Cela n'a rien à voir. Bref je trouve que c'est une réussite.

### ✓ Prolongement de la lecture

- Relis le texte 1, puis invente une affiche publicitaire destinée à promouvoir « La pâte des Sultanes et à vanter ses qualités
- Voici l'illustration du texte 3. Relie le texte, puis invente une publicité destinée à faire acheter cette voiture. Ta publicité doit comprendre une accroche, deux arguments de vente, un slogan

#### Questions de PUB



shutterstock.com/10820439

- ✓ Comment appelle-t-on quelqu'un qui confectionne et invente des affiches
  - ✓ Quelle est l'entreprise nationale qui s'occupe de la publicité en Algérie
  - ✓ Que signifie l'acronyme « AIDA en publicité
  - ✓ Pourquoi la vache qui rit rit
  - ✓ Que signifie ISIS, marque de la poudre vendue en Algérie
  - ✓ Dans quelle ville, Zidane a-t-il tourné le spot publicitaire pour « Nedjma » ?
- A quel écrivain algérien te fait penser Nedjma ?



.....

.....

.....

.....

.....

## Outils de la langue

- Vocabulaire de la publicité par synonymie, antonymie, formation d'un mot (préfixation & suffixation)
- Le rapport de but comme outil dans la construction d'une argumentation
- L'impératif présent et la phrase impérative dans le registre injonctif

### 3 Vocabulaire

- Objectifs** : - Lire un texte descriptif à visée argumentative pour :
- ⊕ Etablir et réemployer un champ lexical relatif à l'univers de la publicité.
  - ⊕ L'antonymie à partir d'une publicité comparative (par opposition)
  - ⊕ Comprendre le sens d'un mot à partir de sa formation par préfixation ou suffixation

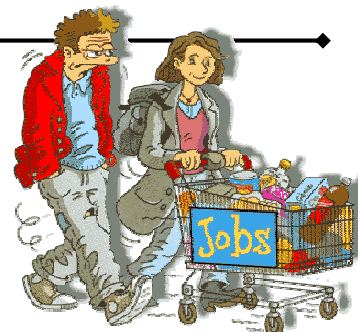
**Texte support** : « L'hypermarché »

#### L'hypermarché.

Les clients de l'hypermarché affluent, dans leurs voitures, vers le grand bâtiment installé dans la périphérie de la ville...

Comme des morceaux de fer autour d'un aimant, ils s'approchent et s'agglutinent... On ne sait plus qu'on a peut-être le choix. C'est le géant ou rien. Par son énormité, par ses prix bas, « On y trouve tout ce qu'on cherche et on y est libre », il séduit, il appâte...

On pénètre dans un autre monde où, même les agoraphobes n'ont pas peur d'y mettre les pieds : chaleur- lumière- bruissements - tout recommence. Les caddies s'entrechoquent dans la foule dense, stoppée de bouchons infranchissables. On piaffe dans la monotonie des enfilades de paquets de nouilles, de boîtes de lessive, de fromages, de bas, de bouteilles à perte de vue. Tant de gens, tant de choses. Pas de surprise, on connaît, on vient deux ou trois fois par semaine... Pour s'y frayer un chemin, on écraserait tout sur son passage. Cependant, immédiatement, une voix murmure : « Pour votre



plaisir, pour votre confort, nous avons agrandi... Toujours mieux assorti... Ce soir, vous dînerez italien... Pour vous débarrasser des insectes, essayez cet insecticide ! » Et mille autres douceurs.

Peu à peu, le charme opère... On ne se sent plus là pour acheter tel ou tel produit, mais pour acheter tout simplement... On commence à examiner avec sérieux chaque rayon offert. Une nouvelle espèce d'individu est née : l'individu caddie, poussant devant lui un chariot comme un énorme ventre supplémentaire et avide, qu'il remplit avec application, cédant au moins une fois sur dix à la sollicitation d'un emballage séduisant, d'une phrase clé, des promesses solidifiées en petits paquets, d'une vie nouvelle qui s'achète pour pas cher. Un peu plus de beauté dans ce flacon. Quelques minutes de gagnées dans ce carton. Une surprise dans cette boîte, un cadeau dans l'autre, la chance de gagner le gros lot sur cette étiquette. C'est l'univers de la réclame.

Christine Peyré, *L'hypermarché ou la fête obligatoire* (Texte adapté)

## Lecture autonome & Interrogation du texte

①-? En lisant le texte, quel est le premier mot qui te vient à l'esprit mais qui n'y figure pas.

✍ .....

? Trouve dans le dernier paragraphe un mot de même sens que « **Publicité** » puis trouve des mots de même famille

✍ .....

? Dans le texte est-ce que l'auteur critique ou fait l'éloge (défend) de la publicité

✍ .....

? Relis le texte, puis relève trois (3) mots et expressions utilisés par l'hypermarché dans le but de séduire et d'attirer le client et l'amener à acheter et ceux utilisés par l'auteur pour la publicité.

Mots de l'auteur	Mots de l'hypermarché
.....	.....
.....	.....
.....	.....

? Si on te demandait d'inventer un slogan publicitaire pour cet hypermarché, que proposerais-tu ?

« ..... »

② - L'auteur décrit l'atmosphère et l'ambiance qui règnent dans un « **Un hypermarché** ».

? Réécris le mot souligné, puis décompose-le en soulignant le radical et en encadrant le préfixe.

.....

? Donne un mot de même sens que « **Hypermarché** » en utilisant un préfixe de même sens choisi dans la liste suivante : **Mini – Micro – Anti – Contre – Super – Multi – Bio – Poly – Chrono – Auto - Para**

✍ .....

? Si tu connais des mots qui contiennent les autres préfixes, écris-les.

✍ .....

? - « On pénètre dans un autre monde où, même les **agoraphobes**, n'ont pas peur de mettre les pieds. » Le mot souligné est formé d'un suffixe. Recopie le mot puis encadre ce suffixe.

✍ .....

? -Un agoraphobe est une personne

Qui a peur de la lumière – qui a peur de la publicité – qui a peur de se retrouver dans un endroit où il y a du monde -

✍ .....

? - « Pour vous débarrasser des insectes, essayez cet **insecticide** ! »

Le mot souligné est formé d'un suffixe. Recopie le mot puis encadre ce suffixe.

✍ .....

? - Un insecticide est un produit chimique utilisé :

pour tuer les insectes – pour attirer les insectes – pour éloigner les insectes

✍ .....

## Tâches de réemploi

**Tâche 1 :** *Complète le texte par les mots suivants (relatifs à la publicité)*

[ciblée – promouvoir – agences – inciter – consommateur – performante – sociale – anticiper – client – concernée – ses besoins – adapté – une annonce – attirer ]

Aujourd'hui, les grandes entreprises commerciales s'adressent à des ..... de publicité pour savoir ce que le public recherche dans un produit. Les résultats sont utilisés pour ..... le produit de la manière la plus efficace. Chaque document publicitaire est conçu pour ..... l'attention du ..... potentiel et pour ..... celui-ci à utiliser les produits ou les services offerts. Une ..... attrayante capte l'attention du lecteur. Elle maintient l'intérêt de la personne ..... qui se sent ..... parce qu'elle se reconnaît dans le portrait du ..... présenté. Le discours publicitaire doit donc identifier ses problèmes et ses ..... Il sera ..... à son niveau de langue, à son âge et à sa classe ..... Enfin, une publicité ..... doit ..... et éliminer les objections du futur acheteur.

**Tâche 2 :** *Voici des slogans publicitaires. Imagine et propose à quels produits ils peuvent être destinés.*

« Elle est saine, pas la peine de s'inquiéter pour son cholestérol et ses veines. Allez voir nos oliviers millénaires comment ils se portent... »

✂.....

« Il est pur, mûr et sûr, faites confiance à nos abeilles ! Rien de pareil ! »

✂.....

« Avec elle, vous allez avaler des kilomètres de goudron et planer dans du plaisir sans griller une seule cigarette...Et c'est tant mieux ! »

✂.....

**Tâche 3 :** *Complète les mots soulignés par le préfixe ou le suffixe qui convient.*

[ électro – poly – sphère – multi – extra - logie – contre – phobe – anti – gone - ]

➤ Cette affiche est une publicité pour un .....transpirant.

➤ Voici un appareil .....ménager qui va vous étonner par la simplicité de son utilisation : il est .....fonctionnel et .....valent.

➤ Ce médicament est .....-indiqué en cas de tension artérielle.

➤ Voulez-vous bien éteindre la lumière parce que je souffre de photophobie.

➤ Je dois consulter un plani..... pour situer ce pays.

➤ Un poly..... est un triangle qui a trois angles égaux

➤ Tu ferais mieux de suivre des études en bio ..... puisque tu excelles en sciences naturelles.

➤ Il y en a qui croient que les .....terrestres existent.

## 5 Expression du but et du moyen

**Objectifs :** Lire un texte argumentatif pour :

- ⊕ Identifier les outils utilisés pour introduire un rapport de but et
- ⊕ Savoir réemployer, en contextes d'argumentation les outils de but et le distinguer de la cause (avec la préposition « pour »)

**Support :** Texte: « Publicité mensongère »

### Publicité mensongère

Une cliente d'une entreprise de vente par correspondance (VPC) s'attendait à recevoir un aspirateur traîneau, en cadeau, avec les fleurs qu'elle avait commandées sur un catalogue. Elle s'est retrouvée avec un petit aspirateur gadget à pile. « Si j'avais commandé des fleurs chez eux, c'est uniquement pour recevoir cet aspirateur car leurs tarifs sont assez peu attractifs. »

Cette consommatrice abusée, peut porter plainte pour publicité mensongère, en s'adressant au procureur de la République de son lieu de résidence.

✓ **Lecture autonome et interrogation du texte**

? Quel problème le texte soulève-t-il ?

.....

? **Pour quoi** la cliente avait-elle commandé des fleurs ?

.....

? **Pourquoi** cette cliente peut-elle porter plainte ? (Porter son problème devant la justice)

.....

? Quel est l'outil utilisé pour exprimer la cause ?

.....

? Quel est alors le rapport exprimé dans la 1<sup>e</sup> phrase avec le même outil ?

.....

✓ **Support 2**

On construit autour du terrain de hautes barricades pour que les champions ne soient pas gênés par les curieux. Tout est conçu au mieux pour leur entraînement. Afin de leur permettre de ne perdre aucun précieux moment, on installe une cafétéria au bord de la piste. On aménage, de plus, un local confortable où ils puissent se reposer; les organisateurs ne veulent pas l'équiper de l'air conditionné (climatiseur) de peur que les athlètes ne prennent froid après l'exercice.

Lis le texte puis relève tous les outils utilisés pour exprimer le rapport de but.


? - Quelles remarques peux-tu faire ?

.....

.....

.....

.....




**BUT ! à l'infinitif**

Quand c'est **moi même** qui tire et **c'est moi même** qui marque le but, c'est-à-dire je fais moi même les 2 actions, je dois utiliser **l'infinitif**, si non le but est refusé.  
C'est comme ça ! Il faut respecter les règles

**Tâches de réemploi et de réinvestissement**


**Tâche 1 :** Lis les phrases suivantes puis indique quel rapport introduit la préposition « Pour » : la cause ou le but ?

- Les élèves sont récompensés pour leurs efforts durant toute l'année. [.....]
- Il se dépêche pour arriver à l'heure et pour ne pas rater ses cours. [.....][.....]
- L'arbitre arrête le match pour rappeler aux joueurs les règles du jeu. [.....]
- L'arbitre arrête le match pour envahissement du terrain par les spectateurs. [.....]
- Les associations de protection de l'enfance manifestent pour dénoncer l'utilisation de la publicité commerciale dans les écoles et leurs environs. [.....]
- Mon camarade est renvoyé pour absences répétées et injustifiées. L'administration a adressé une convocation à son père pour l'informer de cette situation. [.....][.....]



**BUT à 2, au subjonctif**

**Je** fais un centre à mon coéquipier et là, il se rappelle qu'il doit tirer avec le **subjonctif pour qu'il inscrive** un but, c'est comme ça, c'est la règle du jeu, si non le but est refusé



**Tâche 2 : Récrivez et reliez les phrases en utilisant "afin que" ou "afin de" pour exprimer le but. Faites les changements nécessaires.**

- Je lui ai laissé mon adresse; il sait où me joindre.  
✂.....
- Le gouvernement a pris des décisions, les OGM ne seront pas commercialisés.  
✂.....
- L'homme doit réduire l'emploi de substances chimiques; ils n'aggraveront pas le problème de la pollution.  
✂.....  
.....
- Il cachait la lettre; je ne la lisais pas.  
✂.....
- Mon voisin ferme ses volets; on ne le voit pas.  
✂.....
- Il fait tout son possible; il acquiert de l'expérience.  
✂.....
- Prenez un fauteuil; asseyez-vous plus confortablement.  
✂.....
- Parle-lui; il reviendra sur sa décision.  
✂.....
- Les publicitaires font preuve de beaucoup d'imagination, les consommateurs font des folies  
✂.....

**Tâche 3 : Reliez les phrases en utilisant les éléments donnés dans la marge de façon à exprimer le but et en faisant tous les changements nécessaires.**

- Il nous a parlé; nous pouvons l'aider [**afin que**]  
✂.....
- J'ai pris un parapluie; il va pleuvoir [**de peur que**]  
✂.....
- Je vais t'expliquer par où passer; tu ne te perdras pas [**de façon à ce que**]  
✂.....
- Il faudra l'aider; il résoudra ses problèmes [**de sorte que**]  
✂.....
- Il gronde son fils; il ne suit pas ses conseils [**de crainte que**]  
✂.....
- L'usine fait le tri sélectif des déchets; elle ne pollue plus [**de manière à**]  
✂.....

**Tâche 4 : Complète les énoncés suivants de façon à exprimer un rapport de but et inventer des slogans publicitaires comme arguments de vente.**

- « Utilisez cette crème .....  
.....
- « Achetez cette télévision .....  
.....
- « Ne sois pas le dernier, offre-toi cette belle montre .....  
.....
- « L'eau, c'est vital, mais pas n'importe quelle eau ! Buvez « La Montagne » .....  
.....

**Tâche 5 : Complète le texte suivant par les outils qui conviennent pour introduire un rapport de but.**  
..... mettre fin à vos soucis de pellicules, .....vos cheveux soient éclatants de santé, utilisez ce shampoing anti-pelliculaire. Ce nouveau produit est idéal .....ne pas abîmer votre cuir chevelu parce que vous vous gratter sans cesse et ..... vous vous débarrassiez du cauchemar pelliculaire

### ✓ Réemploi personnel en contexte

Rédige un court texte descriptif argumentatif (publicitaire) dans lequel tu vanteras les qualités du produit en formulant trois arguments. Exprime le but et le moyen comme outils de la langue

Produits proposés : yaourt – Chocolat – jus de fruit – Gel pour cheveux ... ou autres

### Texte support à exploiter autour du complément circonstanciel de moyen

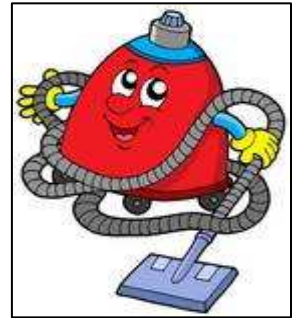
#### « ASPIRATOR »

Madame ! A l'aide de cet appareil électroménager, vous allez dire adieu à votre balai et autre frottoir. Avec cette petite merveille plus de place aux poussières qui recouvrent le sol de votre maison, en utilisant cet aspirateur vous allez vous libérer des rudes tâches ménagères !

Nous savons que votre aspiration et de vous offrir un aspirateur qui aspire, qui chasse la moindre poussière, un aspirateur qui ne soit pas comme les autres, un aspirateur grâce auquel vous allez respirer la fraîcheur, la propreté. Vous allez apprécier la chasse aux poussières. Sans votre « Aspirator », vous allez continuer à manger de la poussière.

N'attendez plus ! Offrez-vous l'ennemi de la poussière « ASPIRATOR » Le terminator des poussières

Texte fabriqué (R.Zenati)



## (6) L'impératif présent

**Objectifs** : Lire un texte passage injonctif et :

⊕ Identifier et savoir réemployer l'impératif comme mode de conjugaison dans l'argumentation à travers les registres injonctif et didactique

⊕ Les types de phrase (La phrase exclamative comme type omniprésent dans le texte publicitaire injonctif)

### La nature est fragile, protégeons-la !



Nous voulons continuer à nous promener dans une nature propre :

**Ne jetez plus de papiers par terre**

**Ne jetez plus vos mégots : Le feu détruit et tue**

**Vos déchets peuvent blesser les animaux**

**Les déchets enlaidissent la nature, ils gâchent notre visite et celle des autres**

Association « Les Amis de la nature »

(Support fabriqué)  
R.Zenati

? Cette affiche est-elle destinée à vanter un produit de consommation ou à défendre une cause ?

.....

? Relève le slogan de cette affiche (entre guillemets « ... »)

.....

? Qu'est-ce qui symbolise la fragilité de la nature dans l'affiche ?

.....

? Réécris le slogan en remplaçant la virgule (,) par un articulateur de façon à exprimer un rapport de cause et un rapport de conséquence

.....

.....

? Quel temps est employé dans la 2<sup>e</sup> partie du slogan ? (Encadre la bonne réponse)

Le présent de l'indicatif – Le présent du subjonctif – Le présent de l'impératif

? Quelle est la valeur du temps employé :

? Réécris le slogan en le commençant ainsi : « La nature est fragile, **il faut** .....»

? Réécris le slogan en remplaçant le verbe « protéger » par un synonyme choisi dans la liste suivante, en gardant le même temps : (détruire – défendre – écraser – préserver – raser – respecter – veiller)

.....

? Réécris le slogan à la 2<sup>e</sup> personne du singulier puis à la 2<sup>e</sup> personne du pluriel

.....

.....

? Maintenant, à toi d'inventer un autre slogan de même sens

.....

### Tâches de réemploi

#### **Parler de la publicité avec les jeunes**

Les jeunes d'aujourd'hui sont une des générations les plus ciblés par la publicité. En discutant de cette dernière, en leur parlant de la manière dont elle fonctionne et des multiples façons dont elle les cible, nous pouvons aider les jeunes à devenir des consommateurs avertis, mieux aptes à résister à la pression et aux modes. Voici quelques recommandations pour aborder le sujet de la publicité avec les jeunes.

- Commencer à leur en parler lorsqu'ils sont jeunes
- Leur expliquer comment la publicité fonctionne
- Mettre en évidence les pièges du marketing
- Montrer de quelle manière la publicité cible les jeunes
- Décortiquer les publicités de l'industrie de l'alimentation
- Leur enseigner la valeur de l'argent :
- Leur apprendre à devenir des consommateurs avertis et responsables

? Quel est le thème du texte ?

.....

? Donne un titre avec une phrase à l'impératif

.....

? L'auteur s'adresse : aux jeunes – aux publicitaires – aux parents (Encadre la bonne réponse)

? Combien de conseils leur donne-t-il pour aborder le sujet de la publicité ?

.....

? A quelle forme ces conseils sont-ils formulés ?

.....

? Réécris-les à l'impératif présent (à la 2<sup>e</sup> personne du pluriel)

.....

.....

.....



## **Tâche 2** Complète ce texte publicitaire par des mots descriptifs (adjectifs et verbes)

Le petit-déjeuner ne serait pas complet sans un bon verre de jus frais. Alors, ..... se sentir en ..... rien ..... que cette boisson abricot/orange ..... l'entreprise de production de jus de Rouïba. .... vitamines C, il sera parfait ..... votre journée. .... à ses saveurs à la fois douces et acides, le réveil .....

Texte adapté, puisé du site [www.dzeriet-mag.com](http://www.dzeriet-mag.com)



## **Ecriture d'invention**



*L'un des produits les plus consommés par les enfants est le Yaourt. Choisi une marque de yaourt que tu aimes et dont tu veux vanter les qualités. Rédige un court texte descriptif publicitaire en utilisant les adjectifs et expressions qui conviennent, sélectionnés dans ce chantier de mots (Introduit le rapport de but, réemploi l'impératif et le présent simple)*

**Chantier de mots :** à partir d'un lait d'une qualité supérieure – savoureux – aucune saveur - le goût – riche – calcium – vitamines – protéine – aux fruits – naturel – pas trop sucré – la santé – excellent – crémeux – comme du lait caillé – goût amer – lait de vache – conseillé – les nutritionnistes

**Prolongement :** Quelques pistes autour de l'image et du texte

« Zineddine Zidane, vedette d'un spot publicitaire en Algérie »



### **Le travail consiste à :**

**1<sup>er</sup> moment :** visualiser le spot publicitaire (ou à défaut, l'image fixe) et traduire le document en texte décrivant la scène (oralement puis par écrit)

**2<sup>e</sup> moment :** Dévoiler le texte support sous forme d'exercice lacunaire pour la correction (comparer le travail des élèves au texte original)

Complète cette affiche pour une publicité de l'eau minérale « IFRI »

Accroche

.....

.....

.....



Arguments de vente

.....

.....

.....

Slogan

.....

.....

**CRÈME DE KARITÉ**

Le Karité est un arbre sacré d'Afrique dont on extrait les fruits. La texture obtenue dénommée "beurre" de Karité est extrêmement riche et gorgée de vitamines A, D, E, F. Elle nourrit la peau en profondeur en restructurant les tissus et en protégeant de la sècheresse de l'épiderme ou des cheveux.

**A partir du titre, invente un slogan publicitaire avec un jeu de mot**

Slogan

.....

**A l'exemple** de cette publicité pour « La crème de Karité », rédige une annonce publicitaire que tu appelleras « **Crème de figuier** »

Attention ! Ne recopie pas le texte, mais essaye de trouver des informations au sujet de la figue et de ses qualités et les exploiter pour vanter la qualité du produit. (La crème de



**CONCOURS**  
**de la meilleure affiche**

Notre école organise un tournoi de volley-ball, alors, notre professeur de sport nous a demandé d'inventer une affiche publicitaire pour faire connaître cet évènement auprès de nos camarades... C'est pour cela qu'un concours de la meilleure affiche est lancé, mais il faut respecter la mise en page d'une affiche publicitaire  
Image, texte, couleurs, slogans .... Moi, je participe !

**Règlement du concours**

- Le concours est ouvert à tous les élèves de 4<sup>e</sup> année
- L'objectif de l'affiche  
« Faire connaître l'évènement et sensibiliser les élèves au fair-play (l'esprit sportif) et au respect de l'adversaire »
- L'affiche doit être réalisée en format A3
- Les participants doivent respecter le thème et l'objet de l'affiche présentée : Elle doit être originale et tout travail reproduit sera refusé
- La date limite pour remettre les affiches sera communiquée ultérieurement

**Les trois meilleures affiches sélectionnées seront primées (récompensées)**



## La fée publicité

Il était une fois, au pays des fées, une petite fille du nom de Minouche qui regardait la télé toute la journée. Eh oui, même les fées ont leurs petits défauts ! Ce qu'elle aimait surtout, ça n'était pas les documentaires ou les dessins animés, c'était... la publicité. On a beau être fée, on a toujours besoin d'un peu de rêve, et de beaucoup de magie. Et la publicité la faisait terriblement rêver. Tous ces jouets, tous ces objets, que la télé proposait, même en imagination, elle n'en concevait pas d'aussi incroyables !

Il y avait une fusée télécommandée qui allait jusqu'à la lune, un sous-marin grandeur nature, un audi-fourmis pour comprendre la langue des insectes, une poupée qui fabrique des esquimaux à la fraise, etc.

Alors, quand arrivait la publicité, son cœur battait plus vite, ses joues devenaient roses, ses yeux s'écarquillaient. L'envie arrivait, plus forte que tout. D'abord un creux à l'estomac, un chatouillis dans le ventre, une idée fixe dans la tête et une voix stridente qui hurle : « Je veux ! J'achète ! Je le veux et je l'aurai ! » Et ce malaise ne la quittait pas jusqu'au moment où elle obtenait enfin l'objet.

Au pays des fées, grâce à la poudre magique, et même si l'on n'a pas de sous, on obtient ce que l'on veut, sauf les baguettes magiques, qui ne sont délivrées que par l'Académie des fées. Minouche faisait venir à elle tous les objets : la fusée télécommandée, la poupée pâtissière, le sous-marin grandeur nature, le robot qui range la chambre.

Pendant une ou deux secondes, le temps d'agiter sa baguette magique, Minouche était très joyeuse : elle riait toute seule, elle chantait, elle courait partout. Mais, dès que le jouet menait à elle, elle était inévitablement déçue. Le robot ne fonctionnait qu'avec des piles introuvables, la fusée ne revenait jamais de la lune, les glaces à la fraise de la poupée avaient un vieux goût de plastique. Bref, la magie disparaissait quand l'objet devenait réel. Curieusement, ça n'empêchait pas Minouche de continuer à regarder la publicité, qui raconte de si jolies histoires et qui vous donne envie de posséder l'univers entier ! Alors, le manège recommençait : creux dans le ventre, chatouillis, idée fixe, voix qui crie : « Je le veux, je l'aurai ! », jouet qui sort de la télé, et grosse crise de larmes, à cause de la déception.

On ne comptait plus, dans le grenier, le stock de vieux jouets accumulés, d'engins flambant neufs, de babioles, de trains qui ne sifflaient plus, de nouvelles voitures plus rapides les unes que les autres, de nouvelles céréales pour le petit déjeuner vues à la télé, et avec un cadeau dedans !

Un jour, en allumant la télévision, Minouche sentit son cœur battre encore plus vite, ses joues devenir encore plus rosées. Sur le petit écran, une petite sorcière vantait les mérites... d'une baguette de vermeil :

— Avec une baguette de vermeil, ton Q. M. (quotient de magie) sera plus élevé, et tu feras des merveilles ! Avec la baguette précieuse, tu seras la plus heureuse.

La petite sorcière déclina ensuite tous les tours fabuleux que l'on pouvait réussir grâce à la baguette en vermeil : transformer une princesse en orang-outang, une maman en papa, un papa en grand-mère, une cocotte-minute en chapeau de belle-mère, un morceau de chocolat en carré de sucre... Oh, comme elle en avait envie, la petite fée !

Mais les petites fées, rappelle-toi, peuvent tout obtenir, sauf... les baguettes magiques. Quand elle prit conscience de cette atroce, de cette horrible réalité, Minouche faillit s'arracher les cheveux. C'était la



première fois qu'elle ne pouvait faire taire cette voix stridente : « Je le veux, je l'aurai ! » Son cœur était rempli d'amertume. Si elle ne pouvait changer une princesse en orang-outang, et une biche en triple crapaud, une cocotte-minute en chapeau de belle-mère, et un morceau de chocolat en carré de sucre, à quoi cela servait-il donc de vivre ?

Elle se retournait dans son lit, en se demandant comment obtenir cette baguette de vermeil qui faisait des merveilles. Une nuit, alors qu'elle s'était retournée 1 678 fois dans son lit, apparut devant elle sa marraine-fée, celle qui secourt toujours les petites fées désespérées. Quand Minouche lui expliqua pourquoi elle ne pouvait plus dormir, que c'était à cause de la baguette de vermeil qui faisait des merveilles, la marraine rite très fort de son rire de grelots.

— Pourquoi ris-tu ? Ça n'est pas drôle, bougonna Minouche. Mais la marraine continuait à rire.

— C'est la fée publicité ! La coquine ! Elle raconte un peu n'importe quoi. Et tient rarement ses promesses. Veux-tu que je te dise ? Elle est un peu sorcière... Quand elle voit un enfant devant la télé, elle se frotte les mains et ricane dans son coin : « Ha, ha, en voilà encore un tombé en mon pouvoir... » Elle est comme ça, la greline. Tout ce qui l'intéresse, c'est être la reine du monde ! Et la marraine-fée redevint sérieuse :

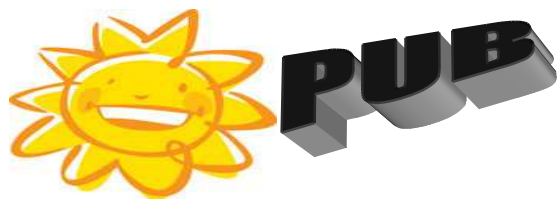
— Ta baguette de vermeil est comme une autre baguette, sauf qu'elle brille un peu plus, un point c'est tout !

La petite fée piqua une mini-crise de colère, elle tapa du pied, lança son édredon en l'air, jeta sa baguette par la fenêtre. Puis elle se calma et réfléchit. Elle n'en continua pas moins à regarder la télévision. Mais quand elle l'allumait, et dès qu'elle sentait le chatouillis à l'estomac, l'idée fixe, le cœur qui bat plus fort, bref, l'envie d'obtenir le jouet de la télé, elle voyait la fée publicité, dans son coin, ricaner et se frotter les mains : « Rêve, ma fille, rêve... Bientôt, je serai la reine du monde ! Tous les enfants seront à moi ! »

Alors, Minouche éteignait la télé et disait tout haut :

— Non, non, vilaine fée, cette fois, tu ne m'auras pas ! Ton jouet a l'air magique, mais il ne l'est pas du tout !

Et c'est elle qui riait sous cape, en imaginant la fée verte de rage. Et elle se disait : « De nous deux, c'est moi la plus forte ! »



**Source Internet « [chemfaisant.wordpress.com](http://chemfaisant.wordpress.com) »**

### **Ce n'est que pour rire, bien sûr**

...parce que la vraie réussite dans la vie ne vient que par le travail. Alors rigolez un peu, mais ne méditez pas cette pub mensongère

## **Les 12 arguments de vente « du Club des Fatigués »**

1. Sois infatigable au repos.
2. Si tu vois quelqu'un qui cherche à se reposer, aide-le.
3. Rappelle-toi que le travail est sacré, n'y touche pas.
4. Si par hasard tu trouves du travail, avise le bureau des objets trouvés.
5. Ce que tu peux éviter de faire, fais le faire par un autre.
6. Si l'envie de travailler te prend, assis toi et attend

que ça passe.

7. Ne te fatigue même pas à tuer le temps, puisqu'il travaille pour toi.

8. Si par mégarde tu tues le temps, utilise le temps mort pour ne rien faire.

9. Oublie les vieux travaux et laisse les nouveaux devenir vieux.

10. Ne reste pas debout lorsque tu peux t'asseoir et ne reste jamais assis lorsque tu peux t'allonger.

11. Aime ton lit comme toi-même

12. N'écoute pas des histoires à dormir debout.

# Enfants, attention! la publicité ne vous aime pas...

## La publicité utilise de nombreuses techniques pour vous faire acheter

**1- On vous présente souvent les enfants idéaux.** Les enfants dans les publicités sont souvent un peu plus âgés et un peu plus parfaits que ceux visés dans l'auditoire cible - ils sont, autrement dit, des modèles proposés pour les enfants par le publicitaire... Une publicité qui vise à vendre un jouet destiné à des enfants de huit ans, par exemple, mettra en scène des jeunes de onze ou douze ans.

**2- On joue avec vos cordes sensibles.** Les publicités créent une ambiance sentimentale qui nous attire et qui nous donne l'impression d'être heureux : par exemple la publicité de MacDonald's montrant un père qui dîne avec sa fille, ou celle de Bell Canada où l'on appelle la famille à l'étranger. Ces publicités qui nous montrent des gens heureux nous attirent. La conquête du bonheur passe par l'achat du produit...

**3- On vous montre des jouets aux possibilités incroyables.** Beaucoup de publicités pour les jouets vous vantent leurs qualités qui sont souvent poussées à l'extrême : tout est embelli, fantastique grâce à la magie de l'écran... Les avions font des culbutes et les voitures font des tonneaux, les poupées pleurent etc.

**4- On vous invite dans un univers de rêve grâce aux décors :** Barbie se promène sur la plage alors que des vagues déferlent derrière elle, les extra-terrestres traversent l'espace et les véhicules tout-terrain sautent par dessus rivières et fossés. Toutefois, les roches, la terre, le sable et l'eau n'accompagnent pas les jouets...

**5- On vous attire grâce à la musique.** Ça sonne bien ! La musique et les autres effets sonores s'ajoutent à l'excitation créée par les publicités. Les effets sonores peuvent rendre un jouet plus attrayant car on utilise souvent les mêmes méthodes que dans les vidéoclips. Ils aident à créer l'ambiance voulue par les publicitaires.

**6- On vous montre des vedettes.** Les Tortues Ninja vendent de la pizza, le chameau « Joe Cool » vend des cigarettes, Mario Tremblay vend des camions Ford. Tous les moyens sont bons pour inciter les gens à s'identifier à un produit. Les héros sportifs, les stars de cinéma, et les idoles des adolescents disent à nos enfants quoi manger et quoi porter. Les enfants écoutent, sans se rendre compte que ces personnes sont payées généreusement pour jouer dans une publicité.

**7- On effectue un montage rapide et très sélectif des images.** Le montage sélectif est utilisé dans toutes les publicités, mais plus particulièrement dans celles qui vendent des jouets sportifs comme des « frisbee » ou des ballons de football. Les publicités montrent seulement des attrapées réussies et des lancés parfaites.

**8- On vous présente la vie familiale idéale.** « Ceci est quelque chose pour toute la famille ! » ou « Maman sera contente de t'acheter ça ». Beaucoup de publicités montrent des parents qui prennent plaisir à regarder leurs enfants jouer, comme si le jouet pouvait rendre la famille plus unie.

**Source :** Ces conseils sont tirés du *Livre de référence pour le centre Échange-Alphabétisation* de la Fédération canadienne des associations Foyer-École et Parents-Maîtres.

Elaboration, conception & mise en page

R.Zenati (Enseignant de français au CEM Kateb Yacine Amizour)

2008/2009

Merci de réagir et de transmettre vos observations et suggestions au blog

<http://www.motsdtete06damizour.unblog.fr>

En dehors d'un usage strictement personnel pédagogique au profit de l'élève ou de l'enseignant, toute reproduction du document serait maladroite