

Ministère des Affaires étrangères

La nuit de la publicité francophone

Production : la cinémathèque Jean-Marie Boursicot
avec la participation de TV5 et de Total

Livret pédagogique

CAVILAM

Rédacteurs :
Michel Boiron, Frédérique Gella

2005

Sommaire

1. Total 1
2. Mac Donald 1
3. Orange
4. Skoda
5. Auchan
6. Volkswagen 1
7. CNP Assurance
8. Whiskas
9. Ex Light
10. Peugeot 206
11. Total 2
12. Belgacom 1
13. Château Kefraya
14. Les grands moulins Idrissia
15. Total 3
16. Belgacom 2
17. Barilla
18. Air Canada
19. Total 4
20. Télé Z
21. WWF
22. Evian 1
23. Evian 2
24. Stella Artois 1
25. Stella Artois 2
26. Rhäzünser
27. Belgacom 3
28. Total 5
29. Lactel, Eveil
30. Perrier
31. Toyota Yaris
32. Mac Donald 2
33. France Telecom
34. Volkswagen2

La nuit de la publicité francophone

Production : la cinémathèque Jean-Marie Boursicot, avec la participation de TV5 et de TOTAL.
2005.

Publics

FLE (Français langue étrangère) : A1, A2 (élémentaire), B1 (intermédiaire), B2, C1 (avancé)
FLS (Français langue seconde)
FLM (Français langue maternelle) : C (Collège), L (Lycée)

En sciences économiques ou en marketing, l'étude de quelques publicités peut être un point de départ de réflexion sur les stratégies commerciales des entreprises.

Objectifs

- Intégrer l'éducation aux médias à l'enseignement
- Prendre conscience des éléments constitutifs de la publicité
- Mener une réflexion commune sur la publicité à partir d'exemples concrets
- Comparer des publicités sur un même type de produit
- Comparer des univers publicitaires extraits de différents pays francophones
- Présenter un produit, un spot publicitaire
- Présenter ses idées, son opinion
- Raconter, présenter des faits
- Emettre des hypothèses
- Créer des slogans
- Elaborer un scénario publicitaire
- Parler des différences culturelles

Suggestions pédagogiques

Séries de publicités

- FLE A1, A2, FLS, FLM (C)
Passer cinq minutes du document.

- A deux, reconstituez la liste des marques et des produits vendus.
Mise en commun.
Exemples :
 1. Total, un réseau de stations services
 2. Mac Donald, un réseau de restaurants
 3. Orange, un réseau de téléphonie mobile
 4. Skoda, une voiture, une marque automobile.
Visionner une nouvelle fois les cinq minutes choisies.
- Faites la liste des pays d'origine de ces publicités.
Exemples :
 1. La France
 2. Le Canada.
 3. La Suisse
 4. La Belgique

- FLE A1, A2, FLS, FLM (C)
Passer cinq minutes du document.

- Dans la série, quelle est votre publicité préférée ? Pourquoi ?

- FLE A2, B1, FLS, FLM (C)
Passez cinq minutes du document.

- Faites un ou des palmarès des spots visionnés.
Quel est le spot publicitaire le plus attirant, le plus original, le plus surprenant, le plus esthétique, le mieux joué, le mieux mis en scène, le plus drôle, le plus efficace ?

- FLE A2, B1, FLS, FLM (C)
Visionner une seule fois cinq minutes au hasard dans le document.
 - A deux, choisissez une publicité et répondez de mémoire aux questions suivantes :
 - . Quel est le produit ou service présenté dans cette publicité ?
 - . Quelle est l'image de ce produit dans votre société ? (produit prestigieux, produit de consommation courante, produit de valorisation sociale, etc.)
 - . Les qualités de ce produit ou de ce service sont-elles présentées dans le film ? Si oui, lesquelles et comment ?
 - . D'après cette publicité, à qui s'adresse ce produit ou ce service ?
 - Mise en commun.
 - En quelques phrases, décrivez le déroulement du spot publicitaire choisi.

- FLE B1, B2, C1, FLS, FLM (C, L)
Visionner une série de publicités.
 - En petits groupes, choisissez un spot publicitaire.
 - . Quels sont les éléments constitutifs de cette publicité ?
 - Lieux
 - Personnages
 - Actions
 - Musique
 - Textes
 - Rythme
 - Procédés cinématographiques (plans, travellings, effets spéciaux, trucages, etc.)
 - Procédés narratifs (métaphore, comparaison, etc.)
 - Intégration du produit ou du service dans le scénario.
 - . Reconnaissez-vous dans ce spot des allusions à des films, des œuvres d'art, des œuvres littéraires ?
 - D'après vous, quel est le public cible de cette publicité ?
 - Cette publicité vous paraît-elle réussie : efficacité, esthétique, originalité, stratégie publicitaire ?
 - Si vous étiez le commanditaire de cette publicité, l'accepteriez-vous pour représenter votre produit ou service ?

Des publicités de différents pays

- FLE A2, B1, FLS, FLM (C)
Visionner une série de publicités.
 - Identifiez les pays d'origine des publicités, par exemple : France, Canada, Suisse, Côte d'Ivoire, etc.
 - Dites quelles idées vous associez à ces pays.
Par exemple, la France : La Tour Eiffel, les fromages, etc.
 - Dans chacune de ces publicités, retrouvez-vous des indices sonores ou visuels qui indiquent le pays d'origine ? (accent, voitures, personnages, etc.)
 - Citez des produits qui sont particulièrement associés à des pays.
Par exemple :
 - . Les pâtes, le café, le tiramisu... pour l'Italie.
 - . Le chocolat, le couteau... pour la Suisse.
 - . La bière... pour l'Allemagne, la Belgique, les Pays-Bas.
 - Trouvez des exemples de publicités de produits liés à un pays et racontez-les.

Des publicités du même pays

- FLE A2, B1, FLS, FLM (C)
Visionner une série de publicités extraites du document.
 - Identifiez les spots publicitaires originaires du même pays.
 - Identifiez dans les spots les indices sonores ou visuels éventuels qui indiquent le pays d'origine.
 - A travers ces spots publicitaires, a-t-on une image du pays d'origine du spot ? Laquelle ?

Variations publicitaires sur une marque

Certains publicitaires choisissent une stratégie répétitive et présentent plusieurs films sur le même produit avec de légères variantes.

Documents : Total, Mac Donald, Belgacom, Volkswagen, Stella Artois, Evian

- FLE B1, B2, C1, FLS, FLM (C, L)
Le principe de l'exploitation pédagogique est ici de présenter les différentes versions aux élèves avec les tâches suivantes :
 - Identifiez les points communs et les différences entre ces différentes publicités.
 - Quel est l'argument promotionnel commun à l'ensemble des spots d'une marque ?
 - Que pensez-vous de l'idée de créer plusieurs films sur le même produit en publicité ?

- FLE B1, B2, C1, FLS, FLM (C, L)
Visionner les cinq publicités de la marque Total (1^{er}, 11^{ème}, 15^{ème}, 19^{ème}, 28^{ème} publicités du document)
 - Repérez les pays d'origine de ces publicités.
 - Identifiez les clients et leurs véhicules.
 - Quels sont les points communs et les différences entre ces différentes versions ?
 - A votre avis, en quoi les spots correspondent-ils aux pays ciblés ?
 - Les services illustrés dans les spots publicitaires correspondent-ils aux attentes potentielles des clients de Total dans votre pays ?
 - A votre tour, imaginez et présentez oralement le scénario d'un spot publicitaire qui serait bien adapté à votre pays.

Variations publicitaires sur un type de produit

Le document présente différents spots sur des produits identiques et concurrents. C'est une bonne occasion de comparer les spots et les stratégies publicitaires.

Voitures : Skoda, Volkswagen, Peugeot, Toyota.

Eaux minérales : Evian, Perrier, Rhäzünser.

Boissons : Soda X-Light, Lactel Eveil, Stella Artois, Château Kefraya.

Réseau téléphonie : Belgacom, France Telecom, Orange.

- FLE B1, B2, FLS, FLM(C)

Exemple : la voiture.

Visionner tous les spots des différentes marques d'automobiles du document : Skoda, Peugeot, Toyota, Volkswagen.

- Quelles sont les qualités supposées de chaque voiture ?

Sportivité

Plaisir de la conduite

Design

Prestige de la marque

Sécurité

Simplicité

Dynamisme

Valorisation sociale

...

- Choisissez un modèle et dites quel est, selon vous, l'acheteur ciblé : âge, catégorie socioprofessionnelle, style de vie, zone d'habitation...

- Ces voitures correspondent-elles à votre idée de la voiture d'aujourd'hui ?

- Décrivez la voiture de vos rêves et imaginez le spot publicitaire qui assurerait sa promotion.

Publicités surprises

Dans certaines publicités, on ne connaît le produit ou le service vendu qu'à la fin du film.

Il s'agit en général de produits ou services pour lesquels il existe une certaine gêne dans la société : l'argent (les banques, les assurances, etc.), les produits de soin intime (préservatifs, serviettes hygiéniques, etc.), les aliments contestés (le sucre, le lait, etc.) ou des produits qui ont une mauvaise image de marque (compagnies multinationales, produits alcoolisés, etc.)

Ce procédé est utilisé pour susciter la curiosité du téléspectateur, jouer avec l'effet de surprise et créer une émotion.

- FLE B1, B2, FLS, FLM (L)

Stella Artois / Grande-Bretagne

24^{ème} et 25^{ème} spots

Visionner l'un des deux spots publicitaires sans le son ; s'arrêter avant l'apparition de la mention du produit.

- Situez le pays, l'époque, les personnages, les lieux, l'événement suggéré.

- A quel type de document a-t-on à faire ici ? (*un film...*)

- Sachant qu'il s'agit d'un spot publicitaire, quel est, d'après vous, le produit promu ici ? Y a-t-il des indices qui l'annoncent ?

- Pensez-vous qu'il y aura de la musique dans ce spot ?
Si oui, quel genre de musique ?

Visionner de nouveau la publicité avec le son.

- D'après vous, quel est le lien entre le produit promu et le récit ?

- Y a-t-il des valeurs morales illustrées dans ce spot ?
Si oui, lesquelles ?

- FLE B1,B2, FLS, FLM (C, L)

Mac Donald / Canada

2^{ème} et 32^{ème} spots

- Avant de visionner le spot :

Un homme et une femme qui ne se connaissent pas se croisent dans un ascenseur. Que se disent-ils ?

- Visionner le spot et arrêter avant l'apparition du produit.

. Qui sont les deux personnages ?

. De quoi parlent-ils ?

. Quelle est la relation entre l'homme et la femme dans ce film ?

- Une voix off dit : « Il y a des classiques qu'on voudrait oublier »

De quel « classique » s'agit-il ?

- D'après vous quel est le produit promu ?

- Visionner la fin du spot.

. Quel est, d'après vous, le lien entre la séquence qui précède et la révélation du produit ? (*Le hamburger habituel de la marque s'appelle un « Mc classique » et ici, la publicité propose un sandwich différent pour chaque jour*).

- Que pensez-vous de la stratégie publicitaire utilisée ici ?

Exemples d'activités en classe

Voici quelques exemples dans l'ordre d'apparition dans le document :

Station Total / France

1^{er} spot

- FLE B1, B2, FLS, FLM (C, L)
 - Connaissez-vous une berceuse en français ? Pouvez-vous la fredonner ?
 - . A quel type de produit ou de service pourrait-on associer une berceuse ?
 - Visionner la publicité jusqu'à ce que le pompiste commence à pousser la voiture.
En petits groupes, répondez aux questions suivantes :
 - . Quelle est la situation de départ de l'automobiliste ?
 - . Quelle est la réaction de l'employé de la station d'essence ?
 - . Proposez une fin pour la publicité.
 - Visionner le spot en entier.
 - . Décrivez les expressions des visages des clients et du pompiste.
 - . Que pensez-vous de la fin du spot et du service rendu aux clients ? Cela correspond-il à la réalité ? Peut-on parler ici de publicité mensongère ?
 - D'après vous, quelle image la marque Total essaie-t-elle de promouvoir ?
 - Commentez le slogan : « *Vous ne viendrez plus chez nous par hasard* ». D'après vous, est-ce un bon slogan ?

Auchan / France
5^{ème} spot

- FLE B1, FLS, FLM (C, L)
 - En général, quels sont les qualités et les défauts que l'on attribue aux petits commerçants de quartier et aux hypermarchés ?
 - Visionner la publicité Auchan.
 - . Identifiez les différents personnages du spot. (*l'enfant, la mère, un des vendeurs, le directeur du magasin*)
 - . Racontez l'histoire selon la perspective de l'un des personnages.
 - Quelle image la grande surface veut-elle donner ici d'elle-même ?
 - Quel est le public cible de cette publicité ?
 - Que pensez-vous de ce spot ? Est-il réussi ? Vous donne-t-il envie de devenir client de cette grande surface ? Pourquoi ?
 - Jeu de rôles.
 - . Inventez des variantes à ce spot publicitaire et jouez-les.
(Exemples : une grand-mère a perdu son sac ; un client a laissé échapper son chien - interdit dans les hypermarchés -, etc.)

CNP Assurance / France

7^{ème} spot, film de Philipp Stoelzl, Musique : valse N°2 de Dimitri Chostakovitch

- FLE B1, B2, FLS, FLM (C, L)

- A deux, répondez aux questions suivantes :

- . Quelle place accordez-vous à la photographie dans votre vie ?
- . Prenez-vous des photos ? Si oui, quel genre ?
- . Comment et où les rangez-vous ?
- . Avez-vous de vieilles photos de famille que vous aimez particulièrement ? Lesquelles ?

- Visionner le spot.

. Classez dans l'ordre d'apparition les séquences suivantes :

A - un jeune couple se fait photographier près de la Tour Eiffel

B - des écoliers sortent en récréation, l'un d'eux se penche sur une photo

C - une jeune femme sort de chez le photographe, ses photos développées à la main

D - des hippies assis sur l'herbe regardent la photo d'un groupe sur une pochette de disque

E - un marin sur un bateau, au milieu de la tempête, regarde un médaillon

F - une petite fille s'approche de son grand-père, assis près d'une photo encadrée et posée sur un guéridon

. Dater approximativement chaque photo et trouvez les liens de parenté entre les différents personnages.

. Quels procédés cinématographiques ou effets spéciaux identifiez-vous dans cette publicité ?

. Que pensez-vous du choix musical ?

. Quel est, d'après vous, le message que veut transmettre la compagnie d'assurance ?

. Cette publicité correspond-elle aux prestations réelles d'une compagnie d'assurance ?

- Retrouvez les différents films publicitaires de la CNP illustrés musicalement par Chostakovitch sur

http://www.cnp.fr/Les_films_de_la_CNP/La_saga/La_saga.htm

Belgacom Skynet discovery pack / Belgique
(12^{ème} spot)

- FLE B1, B2, FLS, FLM (3^{ème}, L)
Visionner le spot sans le son

- A deux, notez le maximum d'informations sur le lieu, le personnage, ses actions.
. Qui est cet homme ? Que fait-il ? Quel est son problème ?

Visionner avec le son.

- Quel le produit vendu ?

- Comment comprenez-vous le slogan : « Un cadeau, ce n'est pas toujours un cadeau ».

- Quel est le lien entre le produit promu et le slogan ?

- Donnez votre opinion sur ce spot.

- Racontez une anecdote vraie ou imaginaire : vous avez reçu un cadeau : un petit chien à la veille du départ en vacances, un serpent, une énorme horloge ultramoderne, etc.

Précisez qui vous l'a offert, en quelles circonstances, et pourquoi ce cadeau était problématique ou vous a causé des ennuis.

Belgacom ADSL / Belgique
16^{ème} spot

- FLE B2, FLS, FLM (3^{ème}, L)

- Avant de visionner le spot publicitaire.

Neil Armstrong, astronaute américain, a été le premier homme à marcher sur la lune le 21 juillet 1969. Il a déclaré : « C'est un petit pas pour l'homme, un grand pas pour l'humanité. »

Que pensez-vous de cette idée ?

Mise en commun.

- Visionner le spot et s'arrêter avant que l'astronaute n'ouvre complètement la porte.

A deux, proposez une suite et imaginez le produit ou le service promu.

Mise en commun

- Visionner le spot en entier.

Ici, la phrase de Neil Armstrong n'est pas terminée. Trouvez-lui une fin.

- En quoi l'allusion à cette phrase historique sert-elle cette publicité ?

Quel est le message du spot ?

Les pâtes Barilla / France
17^{ème} spot

- FLE B1, B2, FLS, FLM (3^{ème})
 - Vous êtes assis à la terrasse d'un restaurant. Une petite fille tombe de vélo devant vous. Que faites-vous ? Que dites-vous ?

 - Visionner le spot et arrêter juste après la chute de vélo de la petite fille.
 - . Imaginez la réaction du personnage face à cette situation. Que va-t-il faire ou dire ?

 - Visionner le spot en entier.
A deux, répondez aux questions suivantes :
 - . Comment réagit le personnage ?
 - . Quel plat prépare-t-il pour consoler la petite fille ?
 - . Expliquez les grandes étapes de cette recette.
 - . Que pensez-vous de la répétition du scénario avec une jeune femme ?
 - . Imaginez la fin de l'histoire.

 - D'après vous, pourquoi les publicitaires ont-ils choisi l'acteur Gérard Depardieu pour tourner cette publicité ?

 - Dans votre pays, fait-on souvent appel à des comédiens, des sportifs pour tourner des publicités ? Qu'en pensez-vous ?
Pensez-vous qu'un acteur ou une actrice ne devrait jamais tourner dans certaines publicités ?

 - Reconnaissez-vous le pays qui est mis en valeur ? Justifiez votre réponse.

 - Quelle est la place de la cuisine italienne dans votre pays ? Une autre cuisine d'origine étrangère est-elle très présente ?
La marque et les noms des différentes sortes de pâtes sont en italien. Qu'en pensez-vous ? Faudrait-il, selon vous, les franciser ?

Télé Z
20^{ème} spot

- FLE B1, B2, FLS, FLM (L)
 - Visionner le spot publicitaire jusqu'à : « Vous voyez. Votre avion est en bout de piste. Regardez-moi »
 - . Qui sont les personnages ?
 - . Quels sont les différents sentiments exprimés par le visage du passager retardataire ?
 - Visionner le spot publicitaire en entier.
 - . Que se passe-t-il ? Qui en est le héros ? Quel est le produit promu ?
 - . Que pensez-vous de ce spot publicitaire ? Choisissez parmi les adjectifs suivants et argumentez votre point de vue : surprenant, drôle, caricatural, exagéré, loufoque, dérangeant, efficace, inventif, réaliste, visionnaire, autre : ...
 - A quels aspects de la vie quotidienne d'un citoyen ce spot fait-il allusion ?
 - D'après vous, quel est le public cible de ce magazine de télévision ?

Evian

22^{ème} et 23^{ème} spots

- FLE B1, B2, FLS, FLM (C)
 - Visionner le premier spot.
En petits groupes, réalisez les tâches suivantes :
 - . Qui sont les héros du spot ?
 - . Quel est le produit promu dans cette publicité ?
 - . Quelles sont les caractéristiques réelles de ce produit ?
 - . Quelles sont les caractéristiques présentées dans le spot ?
 - . En quoi la musique joue-t-elle un rôle important ?
 - . En conclusion, pensez-vous que ce soit une bonne publicité pour le produit ?

 - Visionner le deuxième spot.
 - . Quels sont les points communs de ce spot avec le précédent ?
 - . Qui est le héros ? Quelles formes prend-il ?
 - Citez le maximum d'étapes qu'il franchit dans le film.
 - . Identifiez les différentes formes sous lesquelles apparaît l'eau.

 - Quels sont les procédés cinématographiques utilisés par le réalisateur ?
 - . Que pensez-vous de la musique de Forever Young : « We will rock you » ?

 - Quelle est votre publicité préférée pour ce produit ? Expliquez pourquoi.

Lactel : Eveil
29^{ème} spot

- FLE A2, B1, FLS, FLM (L)
 - Avant de visionner la publicité, écrire au tableau le mot « EVEIL ».
 - . Qu'évoque ce mot pour vous ?
 - . D'après vous de quel produit s'agit-il ?
 - . D'après le nom, quelles sont les caractéristiques de ce produit ?
 - . Visionner le spot.

 - Décrivez la situation du début du spot.
 - . Que lit le père ?
 - . Par qui et comment est-il détourné de sa lecture ?
 - . Citez des qualités que possède la bouteille de lait.
 - . Les informations sur le produit sont-elles utiles ?
 - . D'après vous, pourquoi le réalisateur a-t-il mis en scène un père plutôt qu'une mère ?

Créativité

Imaginer une publicité pour un produit imaginaire.

- FLE A2, B1, FLS, FLM (C)
 - En groupes de trois, imaginez le nom d'une nouvelle marque pour un nouveau produit (une, deux ou trois syllabes maximum).
 - . Quelles sont les principales caractéristiques de votre produit ?
 - . Imaginez un slogan pour votre produit.
 - . Mise en commun.
 - Imaginez un scénario de publicité télévisée pour ce produit, puis présentez-le au groupe.
 - Jouez cette publicité devant la classe et si possible, filmez les différents spots présentés par les groupes.
 - Présentez en français la série de publicités réalisées à la fête de l'école.

Sitographie

- <http://www.snptv.org>

Le site du syndicat national de la publicité télévisée.
Très informatif sur les réglementations en vigueur et l'histoire de la publicité télévisée.

- <http://www.pubstv.com>,

- <http://www.publivores.com>

- <http://www.videorigolo.com>

Nombreux spots publicitaires en ligne.

- <http://www.ac-creteil.fr/isl/educimage/welcome.html>

Quelques idées pour analyser un spot publicitaire du point de vue de la narration, comprendre un document dans une langue étrangère.

- <http://www.museedelapub.org>

Le site du musée de la publicité avec un dictionnaire de la communication publicitaire.

Retrouvez les programmes et idées du CAVILAM sur :
<http://www.leplaisirdapprendre.com>