

Nom :
Prénom :
Classe :

La publicité d'un produit : les lunettes



Les lunettes, on en a tous besoin. Pour mieux voir ou pour protéger ses yeux du soleil.
Mais chacun sera attentif à des atouts différents au moment de les choisir.

• Mon expérience des lunettes

Mes lunettes de vue ou mes lunettes de soleil

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

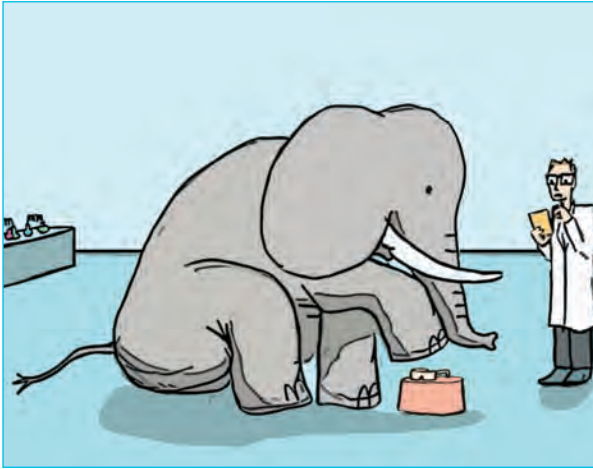
• Tout ce qui me vient à l'esprit quand on me dit « lunettes »

| | |
|---|--|
| Les catégories de lunettes | |
| Les « + » recherchés par les utilisateurs | |
| Qui peut être concerné par les lunettes ? | |
| Les lieux où l'on peut trouver des lunettes | |
| Les supports de publicité pour les lunettes | |

• **Atelier d'expression**

Voici trois visuels correspondant à des publicités pour des lunettes. Ils illustrent des qualités ou atouts différents. Quels sont-ils à ton avis ?

Auquel des 3 messages publicitaires es-tu le plus sensible ? Pourquoi ?



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



• **Un autre public.**

A ton avis, à quels atouts ou quelles qualités pour les lunettes ton père ou ta mère sont-ils le plus sensibles ?

.....

.....

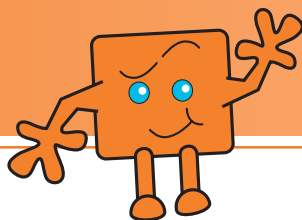
.....

.....

.....

.....

.....

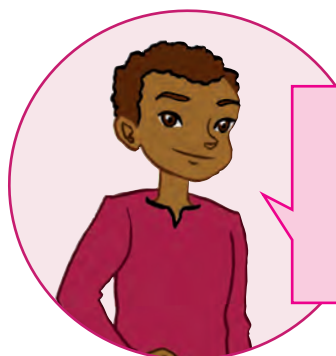


Nom :
Prénom :
Classe :

• **Analyse des publicités de mon groupe**

Avec ton groupe, tu as choisi plusieurs publicités à analyser. Note dans le tableau ce qui les caractérise et les différencie.

| | Publicité 1 | Publicité 2 | Publicité 3 |
|---|-------------|-------------|-------------|
| Auteur de la publicité : opticien, marque, licence, laboratoire... | | | |
| Objectif de la publicité : informer, promouvoir, sensibiliser... | | | |
| Support de la publicité : affiche, annonce, spot radio, dépliant... | | | |
| Ton de la publicité : démonstration, information, séduction... | | | |



Pas toujours facile de parler d'un produit sans pouvoir le montrer. À toi de relever le défi en concevant un spot radio qui parle de lunettes. Mais attention, il faut respecter l'objectif de communication donné à la campagne.

• **Ma campagne de promotion de lunettes solaires pour enfants**

L'objectif de la campagne :

| | |
|---------------------------------------|-------------------|
| Catégorie | Lunettes solaires |
| Public concerné | Enfants |
| Ton de la communication choisi | |
| Slogan | |
| Description du visuel | |

• **Atelier d'expression**

Les arguments qui te parlent le plus

Coche les arguments qui te semblent les plus adaptés pour parler de lunettes de soleil.

- Être à la mode
- Prendre soin de sa vue
- Préserver l'environnement
- Profiter du beau temps
- Accompagner toutes les activités extérieures
- Séduire
- Faire des économies
- Voir la vie en toute sécurité
- Entretenir sa forme
- Préserver sa vie privée

Compare tes choix avec ceux de tes voisins et échangez sur vos préférences.

• **Mon spot radio**

Pour créer un spot radio, essaye de raconter une histoire. Tu peux aussi t'orienter plutôt vers la création d'une petite saynète, d'un dialogue entre deux personnages.

Cette séquence narrative a pour objectif de retenir l'attention de l'auditeur, de le surprendre et lui donner envie de connaître la suite. Mais il ne faut pas oublier de la conclure par le message qui parle du produit, ou renvoie vers un point de vente ou un site internet.

C'est là que prend place le slogan, pour annoncer la marque et les informations pratiques.

.....

.....

.....

.....

.....

Le message de conclusion du spot radio

.....

.....

.....

.....

.....

Aide-mémoire pour créer ton message publicitaire

- **Quel est ton objectif, quel message veux-tu faire passer ?**
 - Faire acheter un produit
 - Modifier un comportement
- **A quel(s) public(s) vas-tu t'adresser ?**
- **Quel(s) support(s) souhaites-tu utiliser ?**
 - Journal, magazine
 - Prospectus
 - Affiche rue
 - Télévision – cinéma
 - Radio
 - Internet
- **C'est un produit,**
 - quel atout vas-tu mettre en avant ?
 - quel registre ou ton de communication vas-tu adopter ?
 - Humour : faire rire ou sourire
 - Faire rêver
 - Emouvoir, séduire
 - Surprendre, provoquer
 - Démontrer
- **C'est un changement de comportement, comment vas-tu t'adresser à ton public ?**
 - Informer
 - Prévenir
 - Faire appel à la générosité
 - Inspirer de la culpabilité
 - Encourager l'engagement
 - Projeter les conséquences avec une simulation catastrophe
 - Menacer, inspirer de la peur

Tu as maintenant tout ce qu'il te faut pour passer à la phase de création. **Pense à vérifier que ton message respecte les règles de la publicité** (voir p. 31 à 34). Bonne inspiration !

Egalement téléchargeable sur www.pubmalin.fr

