

Le contexte trimestriel

La fin de l'année scolaire approche et avec elle la fête de l'école, pour partager un moment de détente avec tous les membres de la communauté éducative. C'est un événement important dans la vie de l'établissement scolaire, dont le succès dépend de l'implication des participants, de l'affluence et de la satisfaction des invités. Pour mobiliser tous les publics concernés, il faut promouvoir cet événement.

→ Etape 1 : identifier les atouts du « produit » fête de l'école à promouvoir

Etape 2 : le processus de création d'un message publicitaire

Etape 3 : réaliser la campagne promotionnelle

Etape 1

Identifier les atouts du « produit » à promouvoir

Objectifs

Déterminer les éléments forts qui caractérisent la fête de fin d'année, et qui pourront être mis en avant pour promouvoir la fête.
Identifier les objectifs de communication et les publics destinataires.

30 min de préparation individuelle

30 min d'échange avec toute la classe

10 min en petits groupes pour commencer à cerner et construire son projet

Adaptation niveau CE2 : limiter la réflexion de l'atelier 2 aux rubriques marquées d'un •

Déroulement

1. Chaque élève rédige un petit texte dans lequel il expose ses souvenirs liés à la fête de l'école (**Fiche élève application 1**) : l'excitation à la perspective de la journée, les animations, le plaisir de se retrouver dans des circonstances inhabituelles, les contacts différents avec les adultes d'encadrement, les bons moments entre amis, la découverte de nouveaux amis, les parties gagnées, les trophées rapportés à la maison...

2. Les souvenirs étant ravivés, les enfants vont pouvoir faire la liste de tout ce qui caractérise la fête de l'école afin d'identifier les arguments à mettre en avant pour impliquer les participants et séduire et faire venir le public.

Par exemple

Les composants de la fête :

- les types de stands et animations : les jeux, les réalisations à faire, les épreuves, les choses à acheter
- la buvette : gâteaux salés et sucrés, bonbons, boissons
- les événements et spectacles qui rythment la journée
- le calendrier de la journée
 - les dotations
- la tombola

L'organisation de la fête :

- les appels à contribution : dotations, objets
- la vente des billets de tombola
- les tickets de participation aux stands
- le programme de la fête
- l'organisation des spectacles
- l'implication des parents pour tenir les stands
- les services d'accueil : accueil, renseignements, prise en charge des tout-petits, objets trouvés, annonces
- la communication : avant pour informer et faire venir, pendant pour inciter à participer et orienter, après pour faire revenir
- le reportage sur la fête pour le journal de l'école
- le budget de la fête
- la destination de l'argent collecté

3. Les enfants, en petits groupes de 4, peuvent alors commencer à évoquer tout ce qui va nécessiter de la publicité, pour impliquer, faire des appels à contribution, mobiliser, faire participer, faire savoir, faire venir, capturer les meilleurs moments, pour faire se souvenir et revenir.

Ils sont également en mesure de déterminer à quels publics leurs messages devront s'adresser.

Les étapes préparatoires à la réalisation de la campagne de promotion de la fête ont été effectuées : les attraits du « produit » fête ont été déterminés, les publics auxquels s'adresser ont été identifiés. Il faut maintenant « agiter les idées » pour trouver le vocabulaire « images » et « mots » qui va le mieux donner envie de participer ou d'assister à la fête (Etape 2/3).