

Nom : .....  
Prénom : .....  
Classe : .....

## Sensibilisation, prévention, citoyenneté : une communication engagée



La communication peut aussi se mettre au service de démarches non commerciales, qui ne proposent pas un produit, mais cherchent à attirer notre attention sur un problème, nous informer ou essayer de changer nos habitudes.

### Application 1

- **Les sujets liés à la protection** (moi, les autres, l'environnement)  
Comment classerais-tu les sujets évoqués en classe ?

Santé	
Environnement	
Sécurité	
Bons comportements	

### Application 2

- **Complète les campagnes à l'aide d'un slogan**



Crée un slogan pour accompagner chaque visuel et compléter le message d'alerte ou de prévention porté par le visuel.



Slogan :

.....  
.....  
.....



Slogan :

.....  
.....  
.....



Slogan :

.....  
.....  
.....

### Application 3

#### • Les supports, les messages

Organise les informations que tu as collectées :

Sur quels supports as-tu vu les messages de prévention ? Quel registre a choisi chacun pour s'exprimer ?

	Description du message	Registre
Annonces magazine		
Spots radio		
Spots télévision		
Courriers, notes d'information		
Affichage rue		
Sites internet		

• Le registre peut être choisi parmi les propositions suivantes, illustrées d'exemples sur l'équilibre nutritionnel.

**Information :** « 5 fruits et légumes par jour. »

**Prévention :** « Si tu adoptes dès maintenant une alimentation équilibrée, tu n'auras plus à y penser. »

**Générosité :** « Partage tes bonnes habitudes nutritionnelles, c'est plus facile à plusieurs. »

**Culpabilité :** « Ne donne pas le mauvais exemple aux plus jeunes que toi, mange de tout. »

**Engagement :** « Passe un accord avec ta santé, mange équilibré. »

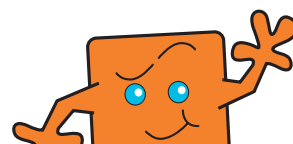
**Simulation catastrophe :** « Voici la courbe catastrophique de tes futurs résultats sportifs si tu n'es pas attentif à ton alimentation. »

**Menace, peur :** « Pense à ton cœur et nourris-le bien si tu veux compter sur lui. »

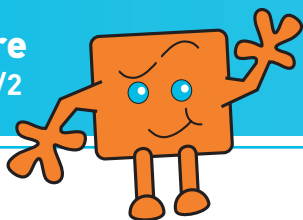
**Ludique :** Jeux pour mémoriser les bons comportements.

### Application 4

• Les registres qui me touchent le plus. Comment je les caractérise.



	+/-	Slogan type ou emblème
Information		
Prévention		
Générosité		
Culpabilité		
Engagement	++	« C'est toi qui peux agir »
Simulation catastrophe		
Menace, peur		
Ludique, jeux		

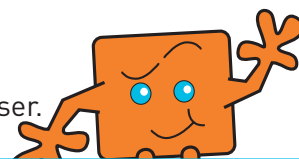


Nom : .....  
Prénom : .....  
Classe : .....

**Application 5**

• **Les paramètres de la campagne que nous voulons réaliser**

Descris les éléments qui vont t'aider à créer la campagne qu'il a été décidé de réaliser.



	Choix retenu
Publics destinataires	
Objectifs	
Messages	
Registre, ton	
Supports	
Lieux	
Calendrier	
Appui des autres enseignants	

**Application 6**

• **Attribue à chaque message son registre**



À l'aide des exemples sur l'équilibre nutritionnel de la page précédente, essaie d'attribuer à chaque message son registre.

- a. Culpabilité ●
  - b. Prévention ●
  - c. Menace ●
  - d. Générosité ●
  - e. Information ●
  - f. Engagement ●
- 1. Chaque Français jette 360 kg de déchets par an.
  - 2. Devenons des consommateurs éco-responsables : attentifs à nos choix et à nos gestes pour mieux contribuer à réduire les déchets.
  - 3. Ne jetez pas vos vieux jouets, donnez-les !  
Un sac d'ordures ménagères dans le conteneur pour les cartons, c'est
  - 4. tout le conteneur qui ne peut plus être recyclé. Ne gâchons pas les efforts des autres.
  - 5. économe en énergie ou en consommables... C'est comme ça que nous réduirons les déchets.
  - 6. Si vous ne trie pas correctement vos déchets, vos poubelles ne seront pas ramassées.

## 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](http://www.pubmalin.fr)

