

Prénom, nom



FRANÇAIS POUR
LES BILINGUES



VOTRE
PUB
ICI

PARCOURS

La pub

5^e/6^e

TÂCHE

➔ Dans ce parcours, nous allons créer des affiches de publicité qui interrogent, surprennent et qui font rigoler.



OBJECTIFS

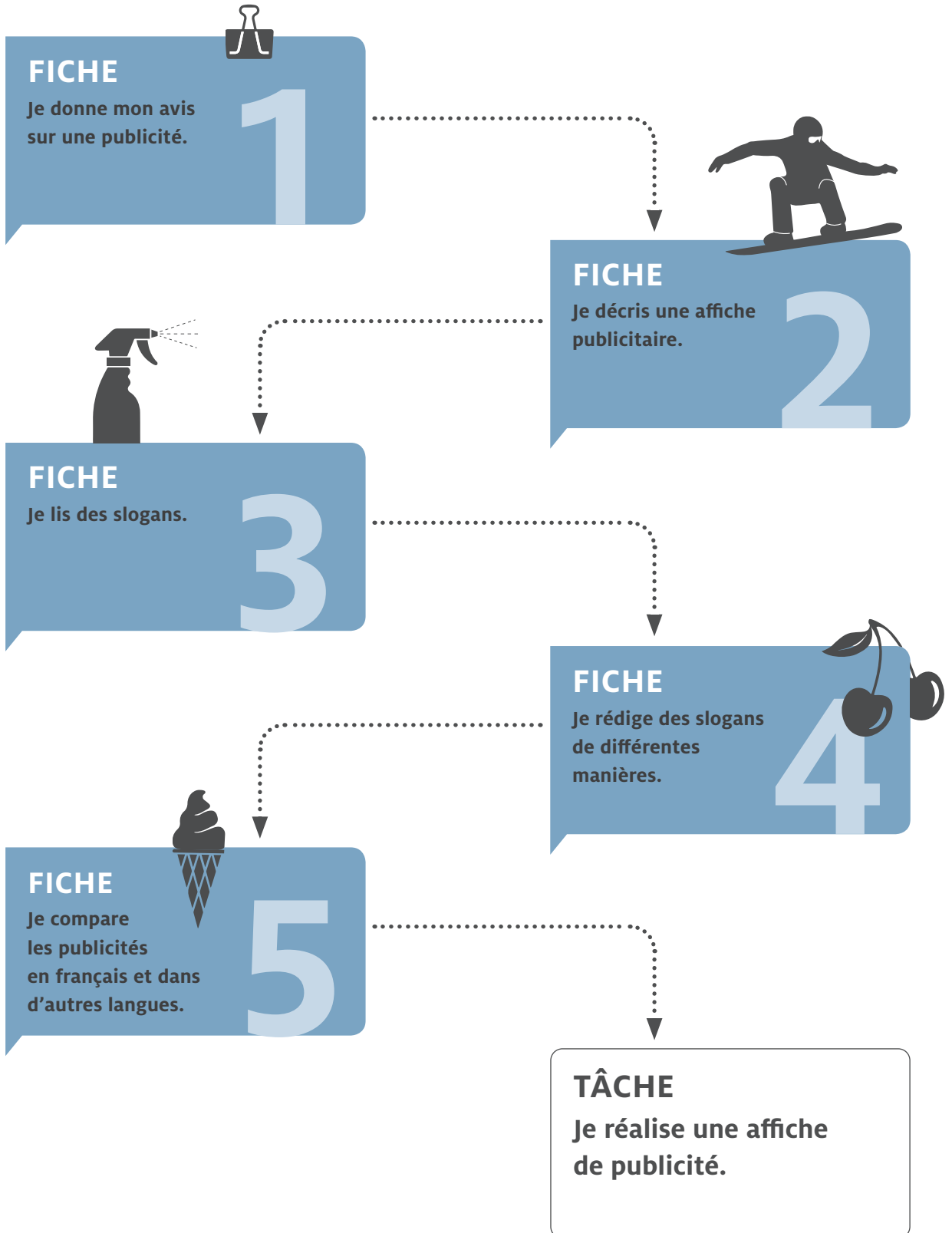
➔ **Ce que j'apprends dans ce parcours**
Coche la case. Après la tâche, vérifie tes progrès.



Lire, dire, écrire, écouter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais donner mon avis sur une publicité.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais décrire une affiche de publicité.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais lire et comprendre des slogans publicitaires.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais écrire des slogans publicitaires en utilisant différentes figures de style.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Grammaire, orthographe, vocabulaire	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je connais différents moyens pour exprimer le contraire.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais faire des rimes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stratégies	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais que je dois parfois expérimenter différentes figures de style pour trouver la meilleure option.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conscience des langues et des cultures	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je compare des publicités en français et dans d'autres langues.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je connais la différence entre le sens propre et le sens figuré d'un mot ou d'une expression.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

LA FEUILLE DE ROUTE

➔ Voici la feuille de route de ce parcours. À la fin de chaque fiche, tu peux y revenir.



Tu discutes de la publicité.

→ Regarde l'image et lis les affirmations.

- Mets un + derrière les affirmations avec lesquelles tu es d'accord et un - derrière celles avec lesquelles tu n'es pas d'accord.

J'aime les affiches qui sont drôles.

Je ne regarde jamais les pubs !

Moi, ça m'a déjà fait acheter un produit.

Je trouve que les affiches publicitaires polluent le paysage.

Une affiche de publicité c'est d'abord fait pour vendre un produit !

Quand il y a des publicités à la télé, je fais autre chose.

Certaines affiches sont utiles. Elles informent sur des risques.

J'aime les musiques dans les pubs.



→ Mettez en commun vos affirmations.

- Est-ce que vous avez fait les mêmes choix ? Discutez !
- Lisez la définition de la publicité dans le Cahier outil page 2.

Tu décris une affiche de publicité.

→ Votre enseignant-e vous propose un choix de publicités.

- Regardez les affiches. Lisez les phrases suivantes et essayez de deviner quelle affiche elle décrit.

C'est une publicité qui sert à vendre un produit.

Je pense que cette publicité s'adresse plutôt à des jeunes qui sont sportifs.

Il s'agit d'une publicité pour une eau minérale.

C'est une publicité jeune et dynamique. Les personnages ont l'air heureux et en bonne santé.

Il s'agit d'une photo qui représente trois filles qui sont habillées de manière rigolote.

Le slogan est « Live young ».

- Avez-vous trouvé l'affiche publicitaire qui est décrite ? À quel numéro l'avez-vous deviné ?

→ Regardez le Cahier outil à la page 2 (décrire une affiche publicitaire). Attribuez les différentes catégories aux 6 phrases.



Cahier outil p.2
« Décrire
une affiche
publicitaire »





Cherche des publicités dans des magazines et découpe-les.

- Choisis une publicité qui te plaît. Décris-la à l'aide de la grille. Utilise le Cahier outil pour t'aider.

Quel est le produit ?

.....

À quoi sert cette publicité ?

.....

.....

Décris l'image.

.....

.....

.....

.....

Le slogan (recopie le slogan)

.....

.....

À ton avis, que raconte cette publicité ? Quelle impression dégage-t-elle ?

.....

.....

.....

À qui s'adresse cette publicité ?

.....

- Lisez vos réponses à voix haute et faites deviner aux autres de quelle affiche il s'agit. Ne lisez pas les phrases dans le bon ordre, sinon c'est trop facile à deviner !



Discutez de vos découvertes.

FICHE

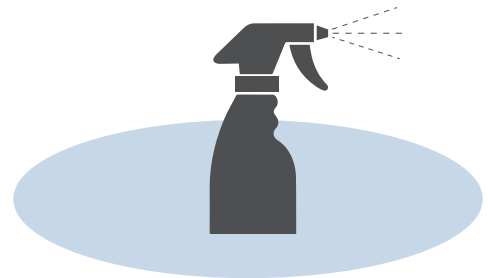
3

Tu observes des slogans publicitaires et tu trouves à quel produit ils se rapportent.

→ **Mets la lettre dans la case correspondante.**

- A : Un magasin de bricolage
- B : Du jus de fruits
- C : Message contre les violences scolaires
- D : Un téléphone portable
- E : Sécurité routière
- F : Un fromage à tartiner
- G : Un produit de nettoyage

Dans une affiche de publicité, il y a en général peu de texte mais ce dernier se doit d'être percutant. Le texte d'une publicité s'appelle **le slogan**.



Les slogans	
1. Levez-vous de bonheur !	
2. En voiture, c'est la ceinture qui rassure	
3. Dites adieu à la saleté ! <small>(is a trademark of the RB Group of Companies.)</small>	
4. Et si on réveillait la maison ?	
5. Ça suffit. Dans mon collège, tous égaux, tous alliés	C
6. Vivons mobile !	
7. Kiri, Kiri, Kiri, on va voir les vaches ?	

→ **Comparez vos réponses.**

- Vérifie les réponses à l'aide des solutions en bas de page.
- Discutez de ces slogans. Quel est l'effet qu'ils produisent ?
- Regardez les affiches. Quel est le lien entre les slogans et les images ? Échangez vos idées.

1B-2E-3G-4A-5C-6D-7F

FICHE

4

Tu écris des slogans de différentes manières.

Il y a des possibilités infinies pour rédiger des slogans.
En voici quelques-unes.

Possibilité 1 : Les contraires

Les fruits et légumes moches sont aussi bons qu'ils sont moches.
Un volcan s'éteint, un être s'éveille.
Son goût est tout puissant et son prix tout petit.

→ **Souligne les contraires dans les slogans.**

→ **Trouve le contraire de ces noms.**

La perfection	L'honnêteté
La richesse	L'intérêt

→ **Trouve le contraire de ces adjectifs.**

régulier·ère	bas·se
propre	agréable

➔ Trouve le contraire de ces verbes.

obéir	habiller
attacher	rire

- Comment transformer un mot dans son contraire ? Formule des hypothèses.

.....

➔ Vérifie la règle dans le Cahier outil.

➔ Choisis deux mots contraires et invente un slogan.

- Avec deux noms contraires.

.....

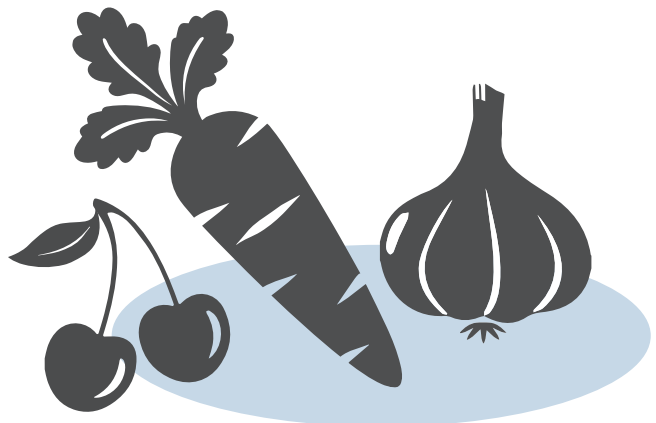
- Avec deux verbes contraires.

.....

- Avec deux adjectifs contraires.

.....

➔ Mettez en commun vos slogans. Qui a créé le slogan le plus percutant ?
Votez !



Possibilité 2 : les jeux de mots

Quand je te vois j'ai Palets mots.
On nem tous notre papa. 4 nems crevettes.
J'ai eu un coup de poudre.

→ En quoi ce sont des jeux de mots ?

→ Regardez les blagues de Monoprix et discutez. Comprenez-vous tous les jeux de mots ? Achèteriez-vous ces produits ? Pourquoi ? Pourquoi pas ?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

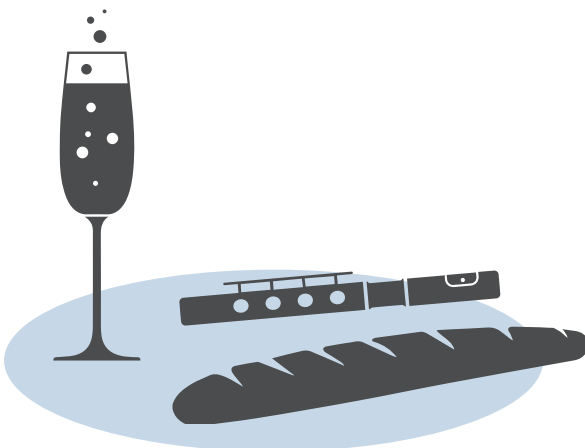
.....

.....

.....

.....

.....



Possibilité 3 : Le sens propre et le sens figuré

Croquer la vie à pleine dent !

→ Quels sont les deux sens de « croquer à pleine dent » ?

- Note la définition.

-
- Pourquoi est-ce au sens figuré ?
-

→ Voici des expressions qui ont un sens propre et un sens figuré.

- Choisis-en une et note la définition et tu peux faire un dessin.

Prendre la porte – perdre la tête – passer son tour – jeter l'argent par la fenêtre

→ Pourquoi les appelle-t-on des expressions figurées ?

.....

Possibilité 4 : Les rimes

Après l'effort, le réconfort
Fruité, c'est plus musclé !



Choisis un son et trouve des mots qui riment.

- Puis, écris un slogan.

Avec la terminaison des mots en [o]
chapeau
eau
beau
trop

Avec la terminaison des mots en -eur comme bonheur

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

Avec la terminaison des mots en comme

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

Avec la terminaison des mots en comme

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



Choisis une rime et écris un slogan.

Rien n'est trop beau pour l'eau.

Après le !

Du, du, du

.....

Possibilité 5 : Les néologismes

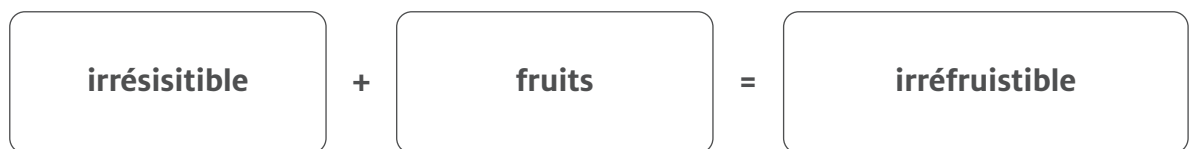
Volcanisez-vous !
La rencontre irréfraisible

→ Pourquoi « volcaniser » et « irréfraisible » sont appelés des « néologismes » ?

.....

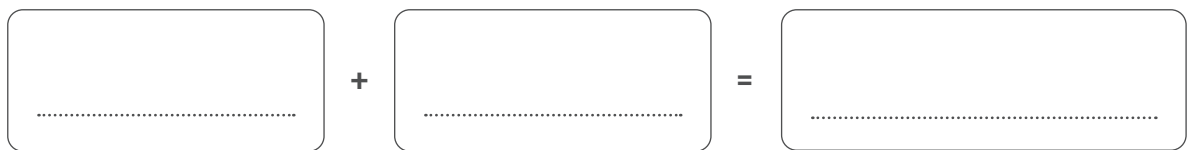
→ À ton avis, que signifie volcaniser ou irréfraisible ?

.....



Définition : C'est un jus de fruits auquel on ne peut pas résister.

→ Choisis deux mots, crée un néologisme et invente une définition.



Définition :

- Mettez en commun vos mots et devinez les définitions. Vous avez tout juste ?

→ Tu inventes un slogan avec des néologismes.

.....



FICHE

Tu compares les publicités dans différentes langues.

5

- ➔ Observe les publicités en français, en allemand et en anglais.
- Copie le slogan de la publicité française.



Source : SIXT SE

- ➔ À quoi ces publicités font-elles référence ?

- Trouvez-vous qu'elles sont drôles ? Discutez !

- ➔ Le sport, la culture et la politique sont des sujets souvent utilisés dans les publicités pour provoquer les gens. Connaissez-vous d'autres exemples ?

- Cherchez d'autres pubs sur Internet avec des références culturelles, sportives ou politiques.

- ➔ Échangez vos trouvailles. Sont-elles différentes d'une langue à l'autre ?

.....

.....

.....

TÂCHE

Tu crées une publicité.

Pour quel produit ?

.....

À quoi sert ta publicité ?

.....

Pour qui ?

.....

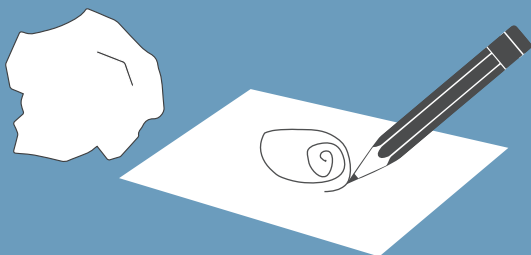
Le slogan

.....

Quelle est l'impression générale que ta publicité dégage ?

.....

Prends une feuille et fais un croquis de l'affiche.



Teste plusieurs options
des 5 possibilités et choisis
la meilleure.

➔ Lis les critères et crée ton affiche de publicité.



La grille de relecture	✓
Le slogan et l'image sont clairs et lisibles de loin.	
Le slogan: il y a des jeux de mots ou des rimes ou des mots au sens propre et figuré. Le texte est percutant.	
L'image : l'illustration est en rapport avec le thème.	
Je vérifie l'orthographe des mots.	
Je vérifie les terminaisons des verbes.	
Je vérifie l'accord des noms (singulier et pluriel) et des adjectifs.	
Je vérifie la ponctuation.	

➔ Mettez en commun toutes vos publicités et montrez-les à des gens de votre entourage.

- Quelle est la publicité la plus drôle ? la plus réaliste ? la plus originale ? la plus loufoque ? la mieux exécutée ? ... ?



Français pour les bilingues 5^e/6^e

La pub

Parcours

© 2020



Professur Französischdidaktik und ihre Disziplinen
Institut Primarstufe, Pädagogische Hochschule, Fachhochschule Nordwestschweiz
Pädagogisches Zentrum PZ.BS
Erziehungsdepartement Basel-Stadt

Autorinnen

Bernadette Trommer, Pädagogische Hochschule FHNW
Mirjam Egli Cuenat, Pädagogische Hochschule FHNW
Marta Oliveira, Pädagogisches Zentrum PZ.BS, Erziehungsdepartement Basel-Stadt

Fachdidaktische Beratung

Gwendoline Lovey, Pädagogische Hochschule FHNW
Jean-François de Pietro, Institut de recherche et de documentation pédagogique IRDP

Gestaltung, Illustrationen

Denise Sprenger, ds-grafikdesign.ch

Français pour les bilingues 5^e/6^e: La pub

<http://dx.doi.org/10.26041/fhnw-3443>



Kanton Basel-Stadt

Erziehungsdepartement | **Volksschulen**

Erziehungsdepartement | Hochschulen | **Pädagogisches Zentrum PZ.BS**



Fachhochschule Nordwestschweiz
Pädagogische Hochschule



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement des Innern EDI
Bundesamt für Kultur BAK

Prénom, nom



FRANÇAIS POUR
LES BILINGUES

CAHIER OUTIL



La pub

5^e/6^e

LA PUBLICITÉ (LA PUB)

Il existe différentes sortes de publicités :

celles qui servent à livrer une information (la publicité informative), celles qui incitent les gens à acheter un produit (publicité incitative) et celles qui défendent une idée (la publicité argumentative).

La publicité est un **moyen de communication** qui crée chez les gens l'envie d'acheter, de consommer ou de découvrir. On trouve la publicité sur Internet, dans les journaux, dans la rue ou encore dans les magazines, les boîtes aux lettres ou même par téléphone. On l'appelle aussi la « pub ». Le texte publicitaire est appelé **slogan**.

DÉCRIRE UNE AFFICHE PUBLICITAIRE

➔ **Voici les étapes pour décrire une affiche de publicité.**

Donner le nom du produit.

Indiquer le « public-ciblé »

Des adultes, des enfants, des femmes, des hommes, des garçons, des filles, des personnes qui aiment les animaux, des personnes qui aiment faire du sport, de la musique ...

La fonction de l'affiche : à quoi sert cette publicité ?

La publicité peut servir à vendre un produit, à informer ou à défendre une idée.

Description de l'image

S'agit-il d'une peinture, d'une photographie d'une image ?

Qu'est-ce qui saute aux yeux en premier ?

Qu'y a-t-il au premier plan ? Au second plan ?

Qu'y a-t-il à l'arrière-plan ?

Le ou les personnage(s) : Combien sont-ils ?

Que font-ils ? Que regardent-ils ? Qui sont-ils ?

Quels sentiments semblent-ils éprouver ou exprimer ?

Quelles sont les couleurs dominantes ?

L'arrière-plan :
c'est ce qu'on voit à
l'arrière de l'image.
Ici, l'horizon.



Le premier plan :
c'est ce qu'on voit sur
le devant de l'image.
Ici, la mer.

Le slogan (le texte publicitaire)

Est-ce qu'il y a des rimes, des jeux de mots, des contraires... ?

Est-ce qu'il est drôle ? Se veut-il sérieux, factuel ?

Le slogan est-il en rapport avec l'image ?

Quelle est l'impression générale que dégage la publicité ?

Qu'imaginons-nous ? A quoi nous fait penser cette publicité ? La publicité raconte-t-elle une histoire ?

POUR ÉCRIRE DES SLOGANS



Les contraires

Les contraires sont des mots de sens opposé.
On les appelle aussi des **antonymes**.

Deux contraires sont des mots de même nature

Le contraire d'un nom est un nom : la beauté / la laideur

Le contraire d'un adjectif est un adjectif : grand / petit

Le contraire d'un verbe est un verbe : coller / décoller

Le contraire d'un adverbe est un adverbe : lentement / vite

Pour exprimer des contraires

1. On peut utiliser un mot différent : vieux / jeune
2. On peut utiliser une négation : faire / ne pas faire
3. On peut ajouter des **préfixes**

achevé > **in**achevé

possible > **im**possible

adroit > **mal**adroit

moral > **a**moral

régulier > **irr**régulier

réglé > **dé**réglé

Bon à savoir ...

Un même mot peut avoir des contraires différents selon le contexte :

Un beurre est dur > mou

Un regard dur > doux

Les contraires sont signalés dans le dictionnaire par l'abréviation *contr.*



Les jeux de mots

On détourne des expressions, on joue sur les mots, on fait référence à des tournures connues etc.



Les néologismes

Ce sont de nouveaux mots qui ont un sens. Par exemple : « Alunissage » qui vient du mot atterrissage et signifie atterrir sur la lune. C'est un terme qui a été inventé.

Français pour les bilingues 5^e/6^e

La pub

Cahier outil

© 2020



Professur Französischdidaktik und ihre Disziplinen
Institut Primarstufe, Pädagogische Hochschule, Fachhochschule Nordwestschweiz
Pädagogisches Zentrum PZ.BS
Erziehungsdepartement Basel-Stadt

Autorinnen

Bernadette Trommer, Pädagogische Hochschule FHNW
Mirjam Egli Cuenat, Pädagogische Hochschule FHNW
Marta Oliveira, Pädagogisches Zentrum PZ.BS, Erziehungsdepartement Basel-Stadt

Fachdidaktische Beratung

Gwendoline Lovey, Pädagogische Hochschule FHNW
Jean-François de Pietro, Institut de recherche et de documentation pédagogique IRDP

Gestaltung, Illustrationen

Denise Sprenger, ds-grafikdesign.ch

Français pour les bilingues 5^e/6^e: La pub

<http://dx.doi.org/10.26041/fhnw-3443>



Kanton Basel-Stadt

Erziehungsdepartement | **Volksschulen**

Erziehungsdepartement | Hochschulen | **Pädagogisches Zentrum PZ.BS**



Fachhochschule Nordwestschweiz
Pädagogische Hochschule



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement des Innern EDI
Bundesamt für Kultur BAK