

FICHE ENSEIGNANT

Thématique : **AFFAIRES**

Auteur :

Le français des affaires,

avec la contribution de **Justina Nneka OKOYE** (Nigéria)

CRÉER UN SLOGAN PUBLICITAIRE

Public : Etudiants en Marketing

Niveau : B1

Durée : 1 heure 30 mn

Tâche à réaliser : Créer un slogan publicitaire

2

Cet ensemble pédagogique a été réalisé par le **Français des affaires** de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Île-de-France, avec la contribution de **Justina Nneka OKOYE**, professeure nigériane exerçant à Nnamdi Azikiwe University à Awka (Nigéria). Ce programme fait partie des actions menées dans le cadre du projet de coopération bilatérale entre les gouvernements français et nigérian « FSP 2014-15, Appui à l'enseignement du français dans l'enseignement supérieur nigérian. ».

1. UNE PUB, UN SLOGAN, UN PRODUIT

Étape 1 - DÉCLENCHEUR

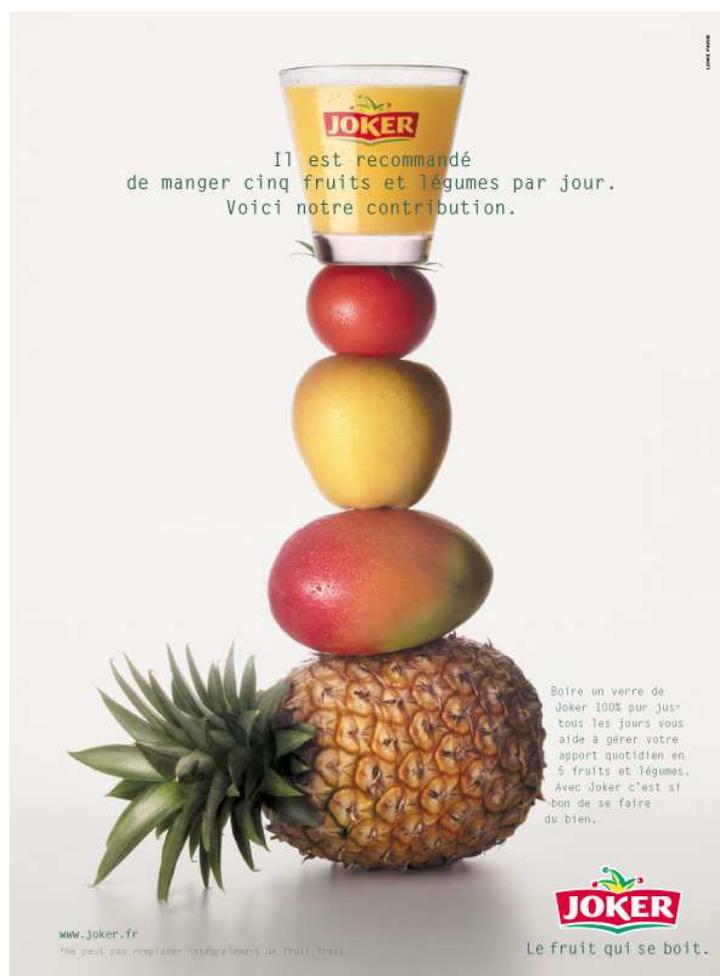
Mise en route
Découvrez !

Activité 1 - Mise en route

Descriptif de l'activité pour l'enseignant : cette activité vise à sensibiliser les apprenants à la thématique de la séance : le slogan. Cette activité peut se dérouler en grand groupe.

Consigne : Observez ce document.

- Qu'est-ce que c'est? *Une publicité/ Une affiche publicitaire*
- Quel produit est vendu ? *Un jus de fruit*
- De quoi est composé ce produit ? *De plusieurs fruits*
- Selon vous, quel élément du texte correspond au "logan" ? *"Le fruit qui se boit."*



3

Cet ensemble pédagogique a été réalisé par le **Français des affaires** de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Île-de-France, avec la contribution de **Justina Nneka OKOYE**, professeure nigériane exerçant à Nnamdi Azikiwe University à Awka (Nigéria). Ce programme fait partie des actions menées dans le cadre du projet de coopération bilatérale entre les gouvernements français et nigérian « FSP 2014-15, Appui à l'enseignement du français dans l'enseignement supérieur nigérian. ».

2. COMPRENDRE UN SLOGAN

Étape 2 - CONCEPTUALISATION

Comment ça marche ?
Repérez, observez et réfléchissez !

Activité 1 - Comprendre le lien entre le slogan et le produit

Compréhension

Descriptif de l'activité pour l'enseignant : activité de compréhension écrite visant à identifier les informations principales des slogans publicitaires, et à deviner à quel produit ils se rapportent.

a) Consigne : Lisez les slogans publicitaires ci-dessous et retrouvez à quels produits ils correspondent.

1. Venez comme vous êtes !
2. En avant les histoires
3. Par amour du goût
4. Le contrat de confiance
5. Réveillez le lion qui est en vous !
6. Vivons mobile !
7. A fond la forme
8. Dites adieu à la saleté !
9. Mon partenaire minceur

Correction

- 1 - c
- 2 - b
- 3 - e
- 4 - h
- 5 - g
- 6 - a
- 7 - i
- 8 - f
- 9 - d

 <p>a)</p>	 <p>b)</p>	 <p>c)</p>
 <p>d)</p>	 <p>e)</p>	 <p>f)</p>
 <p>g)</p>	 <p>h)</p>	 <p>i)</p>

4

Cet ensemble pédagogique a été réalisé par le Français des affaires de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Île-de-France, avec la contribution de Justina Nneka OKOYE, professeure nigérienne exerçant à Nnamdi Azikiwe University à Awka (Nigéria). Ce programme fait partie des actions menées dans le cadre du projet de coopération bilatérale entre les gouvernements français et nigérien « FSP 2014-15, Appui à l'enseignement du français dans l'enseignement supérieur nigérien. ».

Activité 2 - Reconnaître le public ciblé et les qualités du produit

Repérage

- a) Consigne : Pour chacun des 9 produits de l'activité 1, indiquez :
- Le type de consommateur visé (adultes, enfants, adolescents)
 - Le potentiel, les qualités du produit mises en avant par le slogan

Descriptif de l'activité pour l'enseignant : activité de compréhension écrite visant à identifier les informations sous-jacentes dans les slogans publicitaires : public ciblé, qualités du produit... L'enseignant pourra faire faire cette activité en binôme.

Correction

1 – c : Consommateurs : tout public / Qualités : la diversité de ses clients (Venez comme vous êtes).

2 – b : Consommateurs : enfants / Potentiel: suscite la créativité, diversité des récits (les histoires)

3 – e : Consommateurs : adultes (non explicite) / Qualités : le goût

4 – h : Consommateurs : adultes / Qualités : la confiance, le contrat, le sérieux de la marque

5 – g : Consommateurs : tout public / Qualités : force, caractère (le lion)

6 – a : Consommateurs : adultes / Qualités : la mobilité, la liberté

7 – i : Consommateurs : tout public, sportifs / Qualités : le sport c'est la santé (la forme)

8 – f : Consommateurs : adultes (vouvoiement) / Qualités : efficacité (adieu)

9 – d : Consommateurs : adultes / Qualités : fidélité (partenaire), accompagne dans la perte de poids (minceur)

- a) Consigne : Quel est, selon vous, le slogan le plus attirant / accrocheur ? Par quel produit vous laisseriez-vous tenter grâce à sa publicité ? Justifiez votre réponse.

Descriptif de l'activité pour l'enseignant : Cette courte activité pourra être proposée comme expression orale ou écrite, dans le premier cas en groupe classe ou en groupes de 3 ou 4 étudiants. L'objectif est d'inviter les étudiants à donner leur opinion et à le justifier.

3. ÉCRIRE UN SLOGAN

Activité 1 - Les types de phrases du slogan

Observation

Descriptif de l'activité : activité de repérage des types de phrases/temps verbaux utilisés pour écrire un slogan.

- a) Consigne : En fonction de leur forme (/du type de phrase), classez les 9 slogans de l'activité 2.1 dans le tableau ci-dessous.

<p>Vivons mobile ! Réveillez le lion qui est en vous ! Dites adieu à la saleté. Venez comme vous êtes.</p>	<p>A fond la forme En avant les histoires Par amour du goût Le contrat de confiance Mon partenaire minceur</p>
---	---

- b) Consigne : Relevez les verbes utilisés dans les slogans et dites à quel temps verbal ils sont conjugués.
- Vivons, Réveillez, Dites, Venez
 - Ces quatre verbes sont conjugués à l'impératif
- c) Quelle différence y a-t-il entre les deux types de slogans (répartis en deux colonnes) ?
- Les slogans de la première colonne sont des phrases conjuguées à l'impératif
 - Les slogans de la deuxième colonne sont des phrases sans verbe/nominale

Puis complétez la boîte à outils ci dessous :

Ecrire un slogan – les types de phrases utilisées

➔ **La phrase impérative ou injonctive**

Effet produit : le slogan à la forme **impérative** interpelle le public ciblé en s'adressant à lui directement . Il peut donner un ordre, un conseil, une interdiction.

Exemples :

Vivons mobile !
Réveillez le lion qui est en vous !
Dites adieu à la saleté !
Venez comme vous êtes !

➔ **La phrase nominale**

Effet produit : le slogan à la forme **nominale** permet un message court qui accélère l'accès au sens.

Exemples :

A fond la forme
En avant les histoires
Par amour du goût
Le contrat de confiance
Mon partenaire minceur

6

Cet ensemble pédagogique a été réalisé par le **Français des affaires** de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Île-de-France, avec la contribution de **Justina Nneka OKOYE**, professeure nigériane exerçant à Nnamdi Azikiwe University à Awka (Nigéria). Ce programme fait partie des actions menées dans le cadre du projet de coopération bilatérale entre les gouvernements français et nigérian « FSP 2014-15, Appui à l'enseignement du français dans l'enseignement supérieur nigérian. ».

Étape 3 - SYSTÉMATISATION

Entraînez-vous !

Activité 2 A vous !

Descriptif de l'activité : cette activité de systématisation permet aux apprenants de réemployer les outils pour promouvoir un produit en écrivant un slogan.

Consigne :

- Dans le tableau, associez chaque produit aux mots-clés lui correspondant (qualités, potentiel du produit...), parmi la liste ci-dessous.

a) Amis / Prendre	b) Désir / Café	c) Envie / Vie
d) Hurler / Plaisir	e) Plaisir / Faim	f) Argent / Demander
- Ecrivez un slogan pour chaque produit en utilisant les mots-clés. Vos slogans devront être rédigés sous forme impérative ou sous forme nominale.

Produit	Mots-clés	Slogan*
 Kinder Bueno	Plaisir / Faim	Un plaisir pour les petites faims.
 Curly	Amis / Prendre	Si t'as pas d'amis, prends un curly !
 Le Roy Merlin	Envie / Vie	Et vos envies prennent vie.
 Le Crédit Lyonnais	Argent / Demander	Demandez plus à votre argent.
 Zalando	Hurler / Plaisir	Hurlez de plaisir !
 Carte noire	Désir / Café	Un café nommé désir.

*Les slogans donnés en correction sont les slogans utilisés par les marques. Plusieurs bonnes réponses sont possibles.

7

Cet ensemble pédagogique a été réalisé par le **Français des affaires** de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Île-de-France, avec la contribution de **Justina Nneka OKOYE**, professeure nigériane exerçant à Nnamdi Azikiwe University à Awka (Nigéria). Ce programme fait partie des actions menées dans le cadre du projet de coopération bilatérale entre les gouvernements français et nigérian « FSP 2014-15, Appui à l'enseignement du français dans l'enseignement supérieur nigérian. ».

3. MISE EN SITUATION – TACHE FINALE

TÂCHE FINALE

Descriptif de l'activité pour l'enseignant : dans cette activité, les apprenants sont amenés à réutiliser l'ensemble des contenus travaillés dans la séance pédagogique.

Situation :

Vous êtes chargé(e) de marketing pour la compagnie Oasis (une marque de boisson sans alcool). Votre responsable demande à toute l'équipe de travailler sur un nouveau slogan.
Vous visionnez le spot publicitaire du produit (photo ci-dessous).

Tâche :

Avec le collègue de votre choix, créez le nouveau slogan publicitaire du produit. Pensez à identifier le public ciblé, les qualités/le potentiel du produit, etc...

Conseil : L'enseignant devra interrompre la vidéo du spot publicitaire avant que le slogan ne soit annoncé, c'est-à-dire au bout de 40 secondes maximum.

<https://www.youtube.com/watch?v=TxUIbMDXQPU>



8

Cet ensemble pédagogique a été réalisé par le **Français des affaires** de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Île-de-France, avec la contribution de **Justina Nneka OKOYE**, professeure nigériane exerçant à Nnamdi Azikiwe University à Awka (Nigéria). Ce programme fait partie des actions menées dans le cadre du projet de coopération bilatérale entre les gouvernements français et nigérian « FSP 2014-15, Appui à l'enseignement du français dans l'enseignement supérieur nigérian. ».

Conseil aux enseignants : Des étudiants du groupe peuvent jouer le rôle du responsable et évaluer la performance des chargés de marketing grâce au tableau ci-dessous.

Évaluez la performance des chargés de marketing dans le tableau ci-dessous.

			
Posture professionnelle			
Capacité à toucher le consommateur ciblé			
Capacité à mettre en avant les qualités du produit			
Capacité à séduire le public			