

### L'affiche Cycle 3

#### Définition

Une affiche est porteuse de sens. Elle véhicule par le texte et par l'image un message qui doit être clair, efficace et accrocheur pour le public ciblé. Elle comporte un important enjeu de communication. Son but est double : informer et faire connaître le produit, en vantant ses qualités et son intérêt ...

La lecture de l'affiche se fait suivant deux axes : celui de l'image et celui du texte. L'importance de l'un et de l'autre peut varier.

#### Connaissances et compétences travaillées

##### LANGAGE ORAL

###### Echanger, débattre

- Participer aux échanges de manière constructive : rester dans le sujet, situer son propos par rapport aux autres, apporter des arguments, mobiliser des connaissances, respecter les règles habituelles de la communication.

##### LECTURE

- Repérer les effets de choix formels (emplois de certains mots, utilisation d'un niveau de langue bien caractérisé,...)

##### VOCABULAIRE

###### Acquisition du vocabulaire

- Comprendre des sigles.

###### Maîtrise du sens des mots

- Distinguer les différents sens d'un verbe selon sa construction (ex. *jouer, jouer quelque chose, jouer à, jouer de, jouer sur*).
- Identifier l'utilisation d'un mot ou d'une expression au sens figuré.
- Classer des mots de sens voisin en repérant les variations d'intensité (ex. *bon, délicieux, succulent*).
- Définir un mot connu en utilisant un terme générique adéquat et en y ajoutant les précisions spécifiques à l'objet défini.
- En production écrite autonome, trouver des synonymes pour les énoncés des registres familier, argotique ou bas.

##### GRAMMAIRE

###### La phrase

- Construire correctement des phrases exclamatives.
- Comprendre la distinction entre phrase simple et phrase complexe.

###### Les classes de mots

- Reconnaître et utiliser les degrés de l'adjectif et de l'adverbe (comparatif, superlatif).

##### CULTURE HUMANISTE

Les **pratiques artistiques** individuelles ou collectives développent le sens esthétique, elles favorisent l'expression, la création réfléchie, la maîtrise du geste et l'acquisition de méthodes de travail et de techniques.

Elles sont éclairées, dans le cadre de l'**histoire des arts**, par une rencontre sensible et raisonnée avec des œuvres considérées dans un cadre chronologique.

##### PRATIQUES ARTISTIQUES ET HISTOIRE DES ARTS

###### Arts visuels

Par une pratique régulière et diversifiée, l'enseignement des arts visuels favorise l'expression et la création. Il conduit à l'acquisition de savoirs et de techniques spécifiques.

###### Histoire des arts

L'histoire des arts porte à la connaissance des élèves des œuvres de référence qui appartiennent au patrimoine ou à l'art contemporain : arts plastiques, cinéma, photographie, design graphique (affiche), arts numériques ;

## Une définition de l'affiche de publicité par des publicitaires

« Une image généralement colorée comportant un thème généralement unique et accompagnée d'un texte leader, dépassant rarement 10 à 20 mots, porteur d'un unique argument. » *UFR Communication de Saint Etienne*

## Démarche envisageable et/ou activités possibles

1) **Collecte d'affiches**, en grande quantité, dans les magasins, les magazines...

2) **Observation réfléchie :**

➤ **des images :**

- la variété des couleurs ;
- les formes ;
- l'organisation spatiale (image/texte) ;
- les formats...

➤ **des textes :**

- le titre ;
- un texte réduit et percutant ;
- la taille des caractères (typographie);
- sa place par rapport à l'image ;
- le choix des verbes et de leur temps ;
- le vocabulaire utilisé ;
- le lien écrit/image du point de vue du sens ;
- les jeux de mots (phonétiques ou métaphoriques)...

3) **Repérage :**

➤ **des fonctions de l'affiche :**

- attirer le regard ;
- informer rapidement ;
- inciter à l'action (acheter, utiliser...) ;
- faire connaître (un produit, un livre, un spectacle...);
- séduire ;
- persuader...

➤ **des éléments récurrents :**

- le support : grand format pour être vu de loin ;
- l'iconographie : attire le regard et permet d'identifier le thème ;
- le texte : informations claires et lecture rapide...

4) **Réalisation de l'affiche :**

➤ Définir les paramètres d'écriture :

- Dans quel contexte réalise-t-on cette affiche ?
- A qui cette affiche est-elle destinée ?

• A quoi sert-elle ?

• Que veut-on obtenir grâce à cette affiche ?

➤ Créer les éléments de l'affiche :

- Produire le message écrit (slogan, titre...);

• Créer l'iconographie.

➤ Agencer les éléments en utilisant les TICE.

## Caractéristiques de l'affiche publicitaire en 10 points :

1) L'écrit et les arts visuels (photos, dessins...) sont en interaction constante : la lecture est **globale**.

2) L'affiche vise un public particulier, elle utilise donc un langage **ciblé**, adapté.

3) Elle va même souvent jusqu'à recréer **l'univers** du produit (la fiction).

4) Elle cherche à **impliquer** le lecteur en l'interpellant.

5) Elle peut même parfois personnaliser le message (utilisation de pronoms personnels...).

6) Elle utilise le langage des symboles (les couleurs, les formes...) pour recréer l'ambiance du livre.

7) Elle peut employer l'impératif dans le slogan car le but est de faire agir le lecteur (acheter, lire, venir...).

8) Dans sa fonction **commerciale**, l'affiche publicitaire emploie généralement des phrases « en raccourci » (ou même parfois un simple slogan).

9) Dans sa fonction **informative**, l'affiche publicitaire emploie souvent des phrases complexes.

10) Un lexique spécifique est utilisé :

- des adjectifs particuliers comme : exceptionnel, fabuleux...

- des superlatifs renforçant ces adjectifs comme : complètement, le moins, le plus, exceptionnellement...

## **Bibliographie :**

Pour l'élève : confrontation avec des écrits sociaux.

Pour le maître :

*Projet écrire*, Accès éditions, 2001.

*Former des enfants producteurs de textes*, Hachette Ecoles, 1988.

*Evaluer les écrits à l'école primaire*, Hachette Education, 1991.

Site : [www.crdp.ac-grenoble.fr/clemi/file/fiche\\_prep\\_projet\\_pub.pdf](http://www.crdp.ac-grenoble.fr/clemi/file/fiche_prep_projet_pub.pdf)

## **Compléments d'informations pour le travail de création d'affiche publicitaire : plusieurs choix pédagogiques...**

### **1) Entrer dans l'activité par le message écrit ou l'image**

Pour cette activité, l'enseignant a le choix de débiter le travail de création par l'une ou l'autre des composantes de l'affiche :

- on crée d'abord l'illustration, le texte (ou seulement le slogan) est écrit dans un second temps ;
- on écrit d'abord le texte (ou seulement le slogan) et on l'illustre ensuite.

### **2) Le message écrit et l'image peuvent être en accord ou en opposition**

En ce qui concerne le travail sur le sens de l'affiche, deux orientations sont possibles :

- le texte (ou seulement le slogan) et l'image sont en adéquation et se complètent : le texte détient un rôle d'ancrage de l'information, c'est un renfort de l'image ;
- le texte (ou seulement le slogan) et l'image sont en opposition de sens pour créer la surprise : le texte a alors pour fonction d'informer. Sans lui, on ne peut pas accéder au sens de l'affiche.



# PDF Editor

## Guide de lecture écriture

<b>1. La présentation de l'affiche publicitaire</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Les caractéristiques de l'affiche sont respectées :<ul style="list-style-type: none"><li>- un message écrit lisible et cohérent ;</li><li>- des illustrations qui attirent l'oeil ;</li><li>- un agencement qui attire l'œil.</li></ul></li><li>- Le format permet une lecture rapide.</li><li>- La présentation est soignée.</li><li>- L'affiche donne envie de lire le livre.</li><li>- L'articulation texte/image est judicieuse.</li></ul>	Oui Oui Oui	Non Non Non
<b>2. L'écrit</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Le texte est percutant.</li><li>- L'information est hiérarchisée.</li><li>- Les phrases sont correctes.</li><li>- Les mots sont bien choisis.</li><li>- Les répétitions ont été évitées.</li><li>- Il n'y a pas d'erreurs d'orthographe.</li><li>- Les majuscules, les points et les virgules sont bien placés.</li></ul>	Oui Oui Oui Oui Oui Oui Oui	Non Non Non Non Non Non Non
<b>3. Les images</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Elles permettent d'identifier le livre ainsi que son thème.</li><li>- Elles sont en cohérence avec le thème.</li><li>- La qualité est soignée.</li></ul>	Oui Oui Oui	Non Non Non



# PDF Editor

## PLAN DE SEQUENCE

Titre:

Projet publicité

Disciplines: -expression orale - ORL -production d'écrit - vocabulaire -lecture d'image - arts visuels	Nb séances: 10 à 15
--	---------------------

<b>OBJECTIF(S):</b>	<b>Réaliser une publicité de la classe</b>
<b>Compétences abordées:</b>	-savoir repérer les éléments constitutifs d'une affiche publicitaire -classer et reconnaître les différents types de phrase rencontrés sur une affiche publicitaire -repérer les éléments qui permettent l'interprétation et la bonne compréhension d'une affiche publicitaire -comprendre le message publicitaire -interpréter un visuel -argumenter -produire une affiche

Date		objectif		déroulement
lundi 15	séance 1: 1h30	Litt.lire/arts visuels	connaître à quoi sert la publicité, et comment est constituée une affiche (marque, produit, logo, slogan)	Visualisation de quelques spots TV, débat sur les connaissances initiales, le tour du monde en voiture, observation
mardi 16	séance 2: 1h	ORL.grammaire	reconnaître les types de phrases: affirmative, interrogative, négative, exclamative, impérative	classer le panel d'affiches publicitaire (libre, puis correction: selon le type de phrases)
jeudi 18	séance 3: 1h30	ORL.vocabulaire	Savoir qu'il existe parfois plusieurs sens d'un mot: le sens propre et le figuré	Recherche de mots ayant plusieurs sens, lecture de la leçon, exercice d'association
vend 19	séance 4: 1h	Litt.lire/arts visuels	Pouvoir interpréter la publicité en s'appuyant sur l'image et le texte, déterminer la cible	Rappel du vocabulaire appris, analyser une affiche publicitaire en groupe classe
lundi 22	séance 5: 1h30	ORL.grammaire	reconnaître les types de phrases: interrogative, négative, exclamative, impérative + complexe	Parmi un panel de phrases issues d'accroches pub, retrouver celles interrogatives, celles complexes...
mardi 23	séance 6: 1h	ORL.orthographe	distinguer les homophones grammaticaux a/à, on/ont, et/est, son/sont + ou/où	observer les utilisations des homophones, élaborer la règle, entraînements
mardi 23	séance 7: 45'	arts visuels	1°production: l'affiche portant sur les locaux	Découper une forme pour réaliser un cache, et mettre en valeur une image de la classe ou du couloir
jeudi 25	séance 8: 1h	ORL.conjugaison	Pouvoir trouver le futur des verbes réguliers	Observation de publicités, repérage dans le temps, leçon sur le futur, entraînement
jeudi 25	séance 9: 1h	Litt.lire	Lire en le comprenant un article du Jde	Lire et répondre aux questions sur l'article concernant les effets des publicités sur l'alimentation des enfants
vendredi 26	séance 10: 1h	ORL.orthographe	distinguer les homophones grammaticaux ou/où, la/là	observer les utilisations des homophones, élaborer la règle, entraînements
vendredi 26	séance 11: 1h	arts visuels	2°production: l'affiche portant sur le matériel /les apprentissages	Agencer du matériel de classe pour réaliser une production éphémère en 3D, prise en photo
lundi 29	séance 12: 1h	ORL.orthographe	distinguer les homophones grammaticaux ou/où, la/là	Rappel de la règle, entraînement différencié
lundi 29	séance 13: 1h	ORL.vocabulaire	Savoir qu'il existe parfois plusieurs sens d'un mot: le sens propre et le figuré	Rappel de la règle, entraînement différencié
mardi 30	séance 14: 1h	arts visuels	2°production: l'affiche portant sur les élèves	Agencer les lettres des prénoms sous forme de mots croisés, collage
mardi 30	séance 15: 1h	Litt.écrire/arts visuels	Ecrire et produire les éléments d'une publicité	Choisir le visuel parmi les 3 effectués, élaborer son slogan, l'écrire sur l'affiche (+ réaliser un logo)
jeudi 1	séance 16: 1h	Litt.écrire/arts visuels	Ecrire et produire les éléments d'une publicité	Finir d'élaborer son slogan, l'écrire sur l'affiche (+ réaliser un logo)
vend 2	séance 17: 1h	Litt.écrire/arts visuels	Evaluer les apprentissages	Vérifier la connaissance de la fonction de la publicité, de ces éléments constitutifs, interprétation d'une publicité (une déjà faite en classe + une bonus)
vend 2	séance 18: 1h	Litt.parler/arts visuels	Présenter son affiche à la classe, justifier ses choix	Bilan, co-évaluations

## FICHE DE PREPARATION DE SEANCE

**Titre:**        **Projet publicité**

<b>Disciplines:</b> -expression orale -production d'écrit                    - vocabulaire -lecture d'image                        - arts visuels	séance 1
---	----------

<b>OBJECTIF de la séance:</b>	<b>introduction au projet: découverte de la publicité issue de magazines</b>
<b>Compétence(s) spécifique(s):</b>	savoir repérer les éléments constitutifs d'une affiche publicitaire

<b>vocabulaire:</b>	entreprise, marque, médias, affiche publicitaire, visuel, logo, slogan, accroche, texte
---------------------	---

durée: 1h30	Forme	matériel	consigne	déroulement
30'	oral/coll		"à quoi sert la publicité? Où la trouve-t-on?"	Réaliser un échange pour repérer les connaissances initiales des élèves. Préciser la fonction de la publicité, préciser le lexique (Entreprise, marque, médias)
30'	écrit/par 2	54*publicités magazines, 13*1/2 feuille A4, répartis par binômes	"sur le morceau de feuille, reproduisez le logo en couleurs"  "observez bien les publicités, repérez tous les indices, vous devez retrouver le pays d'origine de la marque"  "groupe par groupe, vous allez placer votre logo sur le pays correspondant"	entrée dans l'activité: le tour du monde en voiture: distribuer 4 publicités par binômes qui doivent reproduire le logo sur un feuille de papier distribuée  les élèves doivent trouver des indices qui leur permettent de déterminer de quel pays elle provient  chaque groupe vient placer son logo sur le planisphère
30'	oral/coll	le même panel de publicités, affiché au tableau en partie	"observez bien, de quoi est constituée une publicité?"	Les élèves proposent les éléments invariants qu'ils remarquent, l'enseignant les note au tableau
	écrit/coll	feuille classeur		L'enseignant récapitule la trace écrite au tableau, les élèves copient sur une feuille classeur
30'	écrit/par 2		"maintenant, vous allez retrouver ces éléments sur les publicités qui sont sur votre table"	réinvestissement: à partir des publicités distribuées, repérer les éléments constitutifs de chacune
	écrit/par 2		"à tour de rôle, vous allez saisir ces informations sur l'ordinateur"	Saisir les informations sur excel à tour de rôle, sur un tableau dont les en-têtes de colonnes ont été préparées par l'enseignant. L'enseignant introduit au maniement du tableau

**TRACE:**

Une affiche publicitaire se compose de:

- un visuel: c'est l'image, tout ce qui n'est pas écrit
- le logo: c'est la forme graphique du nom d'une marque, accompagnée ou non d'un symbole qui la personnalise
- le slogan: formule concise et frappante
- l'accroche: phrase permettant d'attirer l'attention. Elle est écrite en caractères gras ou plus grands
- le texte: développe l'argumentation

**PROLONGEMENT:** Etablir des affiches pour la classe:

lexique: entreprise, marque, produit, médias, publicité, visuel, logo, slogan, accroche, textuel



# PDF Editor

## FICHE DE PREPARATION DE SEANCE

**Titre:**        **Projet publicité**

<b>Disciplines:</b>	- ORL - vocabulaire	séance 2
---------------------	------------------------	----------

<b>OBJECTIF de la séance:</b>	<b>introduction au projet: observation de la structure des slogans et accroches publicitaires</b>
<b>Compétence(s) spécifique(s):</b>	classer et reconnaître les différents types de phrase rencontrés sur une affiche publicitaire

<b>vocabulaire:</b>	accroche; GN, Phrase affirmative, négative, interrogative; phrase impérative
---------------------	--

durée: 1h	Forme	matériel	consigne	déroulement
20'	écrit/binôme	13* (affiche+ liste issue du tableau excel élaboré à la séance 1)	"tu découpes et classes les accroches publicitaires sur la feuille, comme tu le souhaites"	Chaque binôme reçoit une fiche avec la liste des accroches publicitaires saisies dans le tableau excel. Il réalise le classement comme il le veut, sans coller.
15'	oral/coll		"Vous expliquez à la classe comment vous avez rangé, et vous dites pourquoi."	mise en commun des classements, mise en valeur des classements permettant de classer un maximum d'accroches publicitaires
15'	oral/coll	liste issue du tableau imprimée en plus grand format, prédécoupée	"Nous allons réaliser ensemble le classement selon la composition de l'accroche"	Au tableau, réaliser le classement. Ce sont les élèves qui proposent les catégories de classement, et qui doivent citer une accroche en exemple.
10'	écrit/ind	feuille classeur	"vous copiez les en-tête du tableau sur votre feuille, puis vous réalisez le classement et collez"	Les élèves réinvestissent en réalisant le classement définitif



# PDF Editor

**TRACE:** le slogan ou l'accroche d'une publicité peuvent se composer

- d'un adjectif
- d'un groupe nominal
- d'un groupe nominal avec adjectif
- d'une phrase affirmative
- d'une phrase négative
- d'une phrase interrogative
- d'une phrase impérative

**PROLONGEMENT:** Etablir une affiche pour la classe:

trace ci-dessus



# PDF Editor

**FICHE DE PREPARATION DE SEANCE**

Titre:      **Projet publicité**

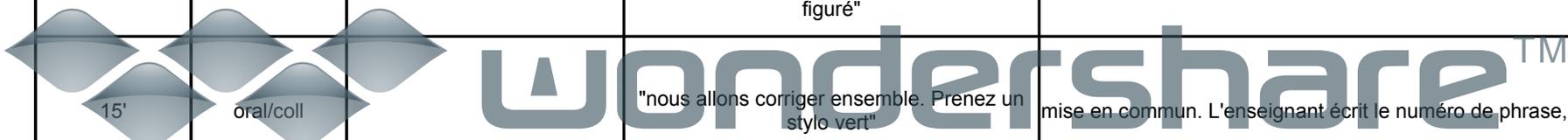
<u>Disciplines:</u>	- ORL - vocabulaire	séance 3
---------------------	------------------------	----------

**OBJECTIF de la séance:**      **introduction au projet: analyser le sens du slogan**

**Compétence(s) spécifique(s):**      associer une définition à un slogan  
Comprendre s'il s'agit du sens propre ou figuré

**vocabulaire:**      sens propre/sens figuré

durée: 50'	Forme	matériel	consigne	déroulement
5'	oral/coll		"certains mots ont plusieurs sens. Avez vous des exemples?"	Faire ressortir les connaissances initiales
10'	écrit/coll	photocopie encadré dy manuel français de la classe	"nous allons lire la leçon"	coller dans le cahier de mémoire, puis lire la leçon. Réfléchir à des exemples
15'	écrit/ind	fiche sens propre/figuré	"voici quelques publicités dont certains mots ont plusieurs sens. Vous devez lire les définitions, retrouver à quelle publicité elle correspond et si elle est le sens propre ou figuré"	afficher au tableau les 5 publicités pendant la distribution des fiches. Donner la consigne
15'	oral/coll		"nous allons corriger ensemble. Prenez un stylo vert"	mise en commun. L'enseignant écrit le numéro de phrase, le sens et le numéro de la lettre
5'	oral/coll			L'enseignant explique pour chaque publicité le sens voulu par son auteur, et l'effet produit par ce jeu sur le sens



**TRACE:**

Retrouve le sens propre et le sens figuré de chaque slogan; écris la lettre correspondante sur la bonne ligne

1) laissez votre empreinte	sens propre:
	sens figuré:
2) généralement, quand on voit son prix et son niveau d'équipement, on voit aussi la lumière	sens propre:
	sens figuré:
3) prenez un nouvel élan	sens propre:
	sens figuré:
4) peau de vache	sens propre:
	sens figuré:
5) faites une fleur à votre environnement	sens propre:
	sens figuré:

A-grand cerf qui vit en Suède

B-rayonnement perçu par les yeux

C-marque durable qui reste dans le souvenir

D-du cuir

E-donner du mouvement

F-faire un geste inattendu et particulièrement aimable

G-marque visible laissée par pression

H-personne dont la sévérité va jusqu'à la dureté

I-plante colorée et parfumée

J-élément qui éclaire l'esprit et fait comprendre

wondershare™

PDF Editor

## FICHE DE PREPARATION DE SEANCE

Titre:        **Projet publicité**

<u>Disciplines:</u> -expression orale                    - ORL -production d'écrit                    - vocabulaire -lecture d'image                                - arts visuels
--

séance 4

<u>OBJECTIF de la séance:</u>	<b>introduction au projet: analyser une publicité issue d'un magazine</b>
<u>Compétence(s) spécifique(s):</u>	repérer les éléments qui permettent l'interprétation et la bonne compréhension d'une affiche publicitaire

vocabulaire: entreprise, marque, médias, affiche publicitaire, visuel, logo, slogan, accroche, texte

durée: 1h30	Forme	matériel	consigne	déroulement
5'	oral/ind		"un élève vient rappeler ce qu'on a dit en première séance sur la pucité"	L'enseignant désigne un élève qui vient expliquer à la classe, en s'appuyant sur les informations notées en première séance sur le paper-board. Pour les absents, cela constitue un rattrapage en cours de séquence.
10'	oral/coll	5 publicités au tableau	"citez les éléments que l'on retrouve toujours sur ces publicités"	Revoir le lexique vu, apport d'autres mots caractérisants la publicité
10'	écrit/ind		"copier les définitions sur le cahier de mémoire"	Les élèves copient les définitions du lexique: entreprise, médias, marque, publicité, visuel, logo, slogan, accroche, texte
20'	oral et écrit/coll	agrandissement de la publicité 806, grille d'analyse au tableau véléda + fiche élève avec les mêmes éléments	"Pour bien lire la publicité, nous allons apprendre à répondre aux questions de la grille d'analyse"	Les élèves proposent des réponses, l'enseignant remplit la grille au tableau, et apporte des précisions sur le lexique, sur le sens des questions, sur l'analyse.
20'	écrit/binômes	une trentaine de publicités issue de magazines, feuilles classeur	"voici une publicité qu'il faut analyser; vous recopiez les questions de la grille d'analyse sur votre feuille et y répondez"	L'enseignant attribue des publicités à analyser; Les élèves réinvestissent immédiatement en faisant l'analyse d'une publicité de leur choix
30'	oral/coll		"grâce à votre travail d'analyse, vous allez pouvoir présenter à la classe votre publicité et son message"	Présentation des binômes, réactions de la classe, débats sur l'interprétation
20'	oral/coll	agrandissements des publicités non conformes aux règlements du BVP	"ces publicités posent un problème. Vous devez trouver lequel"	les élèves amorcent une réflexion citoyenne sur la publicité. L'enseignant apporte un complément en expliquant qu'il existe des règlements et des lois sur la publicité.

PDF Editor

**TRACE:** Grille d'analyse d'une publicité

Quel est le média?  TV  magazine  affiche  radio

Quel est le produit?  service  marchandise

Qui s'exprime?  personne  le produit  un personnage de l'affiche

Quelle est la cible?

-sexe:  féminin  masculin

-âge:  <15 ans  15-25ans  25-50 ans  >50 ans

-groupe social: citadins, sportifs, voyageurs, riches, modestes....

Les aspects visuels:

- décor: .....

- 1° plan: .....

- 2° plan: .....

- 3° plan: .....

- couleurs: .....

- montage: .....

- mes impressions: .....

- le lecteur est-il impliqué par l'image?.....

Les aspects textuels:

- slogan: .....

- accroche:.....

- texte:.....

- mes impressions: .....

- le lecteur est-il impliqué par le texte?.....

Technique utilisée pour convaincre:

humour  arguments  jeux de mots  comparaison

Références culturelles?

lieux  symboles  personnages  événements historiques

**PROLONGEMENT:**

- poursuivre l'affiche lexicale en ajoutant le nouveau vocabulaire: cible, plans
- proposer aux élèves de rechercher chez eux dans les magazines des publicités qu'ils trouvent intéressantes et qu'ils souhaitent analyser la prochaine fois devant la classe.
- leur proposer également de repérer dans les spots publicitaires à la télévision des publicités qui pourraient représenter une menace pour l'écologie, pour la raconter à la classe.



## FICHE DE PREPARATION DE SEANCE

**Titre:**      **Projet publicité**

<b>Disciplines:</b> -expression orale -production d'écrit -lecture d'image	- ORL - vocabulaire - arts visuels	séances 6-8-10/10
--	--	-------------------

<b>OBJECTIF de la séance:</b>	<b>Réalisation du projet</b>
<b>Compétence(s) spécifique(s):</b>	Choisir un slogan, un texte, un logo et un visuel adaptés à la cible et au produit Choisir un type de phrase pour produire un effet Produire un texte argumentatif

**vocabulaire:**

durée: 1h30	Forme	matériel	consigne	déroulement
45' puis rotation	écrit/binômes	Feuilles de classeur	"écrivez 5 types de phrase comme slogans. Sélectionnez celui le mieux approprié à l'effet que vous voulez produire"	Atelier slogan: l'enseignant écrit la consigne au tableau, les binômes travaillent en autonomie.
45' puis rotation	écrit/binômes	Feuilles de classeur	"écrivez un texte d'au moins 5 lignes, comprenant 3 verbes à l'impératif, 1 mot employé au sens propre/figuré ou 1 jeu de mots ou 1 rime, 3 adjectifs".	Atelier texte: l'enseignant écrit la consigne au tableau, les binômes travaillent en autonomie.
45' puis rotation	écrit/binômes	Feuilles blanche	"selon le produit sur lequel porte votre pub, trouvez-lui un nom. Réalisez un logo qui soit approprié".	Atelier logo: l'enseignant écrit la consigne au tableau, les binômes travaillent en autonomie.
45' puis rotation	écrit/binômes (max 4)	Feuilles format affiche		Ateliers arts plastiques: l'enseignant apporte son aide en priorité à cet atelier, pour des questions de sécurité (appareil photo, ordinateur, photocopies)
(45' puis rotation)	écrit/binômes	Publicité dont le texte est masqué, feuille de brouillon	"Observez le visuel de cette affiche, faites des hypothèses sur le produit vanté, proposez une accroche qui corresponde au visuel"	Atelier facultatif pour les binômes ayant achevé leur publicité: l'affiche mystère. L'élève rédige sur une feuille de brouillon, puis échange entre les 2 membres du binôme. Chacun répond sur la feuille s'il est convaincu par l'accroche, argumente.

# PDF Editor

**TRACE:**  
'affiche publicitaire

**PROLONGEMENT:**



# PDF Editor

## FICHE DE PREPARATION DE SEANCE

**Titre:** **Projet publicité**

<b>Disciplines:</b> -expression orale -production d'écrit -lecture d'image	- ORL - vocabulaire - arts visuels
--	--

séance +

<b>OBJECTIF de la séance:</b>	<b>introduction au projet: distinguer le message d'une publicité</b>
comprendre le message publicitaire	
<b>Compétence(s) spécifique(s):</b>	

<b>vocabulaire:</b> typographie
---------------------------------

durée: 1h30	Forme	matériel	consigne	déroulement
20'	écrit/binômes	13* (feuille A3 + panel de publicités en petit format) + publicités en grand format affichées au tableau	"tu découpes et classes les publicités sur la feuille, comme tu le souhaites"	Chaque binôme reçoit une fiche avec un panel de publicités, déjà rencontrées aux séances précédentes. Il a la possibilité de se déplacer pour consulter les publicités en grand format au tableau. Il réalise le classement comme il le veut, sans coller.
15'	oral/coll		"Vous expliquez à la classe comment vous avez rangé, et vous dites pourquoi."	mise en commun des classements, mise en valeur des classements permettant de classer un maximum d'accroches publicitaires
15'	oral/coll	publicités en grand format	"Nous allons réaliser ensemble le classement selon le type de message"	Au tableau, réaliser le classement. Ce sont les élèves qui proposent les catégories de classement, et qui doivent citer une publicité en exemple.
10'	écrit/ind	feuille classeur	"vous copiez les en-tête du tableau sur votre feuille, puis vous réalisez le classement et collez"	Les élèves réinvestissent en réalisant le classement définitif
20'	écrit/binômes	logos par famille de produits	"Observez et commentez les caractéristiques communes des logos d'une famille de produits"	Les élèves doivent tenter de comprendre la symbolique les formes dominantes, les animaux qui reviennent souvent, les couleurs plus ou moins utilisées, la typographie
10'	oral/coll		"Nous allons mettre en commun les éléments que vous avez observé"	Rédaction au tableau des symboliques des couleurs, des formes. L'enseignant élargit la réflexion en présentant des logos chinois ou arabes, calligraphiés.

## TRACE:

Il existe quatre types de messages publicitaires:

- publicité démonstrative, "preuve à l'appui"
- la publicité des désirs inconscients
- l'appartenance à un groupe social
- la publicité spectaculaire, originale

la symbolique du logo:

- les formes:

- le rond: la douceur, le calme, la paix. Renvoie au cercle du temps. Forme ludique, non agressive.
- le carré: l'équilibre, le sérieux, la sécurité, stabilité, confiance. Symbole de la terre.
- rectangle: perfection des relations
- triangle: forme agressive qui représente le danger (panneaux de signalisation)
- pointe: puissance, agressivité, virilité, vigilance
- lignes obliques: dynamisme
- lignes courbes et sinueuses: douceur, protection, tendresse, féminité

- les couleurs:

- le **blanc**: pureté, lumière, joie, gloire (comparaison avec extrême Orient où symbolise le deuil)
- le **noir**: donne plus d'intensité aux autres couleurs, souvent utilisé comme fond. Deuil et mort
- les couleurs de feu: => **rouge**: sang, feu, force, passion, dynamisme  
=> **orange**: énergie, générosité, chaleur
- les couleurs de l'air: => **jaune**: lumière, gaieté, chaleur  
=> **bleu**: air, sagesse, rêve, maturité, fidélité, détente, l'idéal
- les couleurs de l'eau: => **vert**: nature, espérance, calme, sérénité, fertilité
- la couleur de la terre: => **brun**: réalisme, matérialité, utilité, sécurisant, automne

- la typographie



wondershare™

# PDF Editor

## FICHE DE PREPARATION DE SEANCE

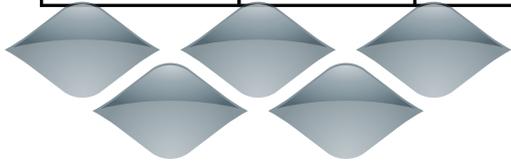
Titre: **Projet publicité**

<u>Disciplines:</u> -expression orale - ORL -production d'écrit - vocabulaire -lecture d'image - arts visuels	séance ++
---	-----------

<u>OBJECTIF de la séance:</u>	<b>définition du projet par binôme</b>
<u>Compétence(s) spécifique(s):</u>	Effectuer des choix, en terme artistique et d'organisation Choisir une cible, définir ses besoins Construire collectivement une grille d'évaluation

vocabulaire: produit, cible

durée: 1h	Forme	matériel	consigne	déroulement
15'	écrit/binômes	fiche "Ma grille de projet"	"remplissez la fiche"	Chaque binôme définit son projet propre, en terme de produit et de cible. Revoir le lexique
15'	écrit/binômes	fiche "aide à la réalisation de la publicité"	"remplissez la fiche"	Chaque binôme choisit ses modalités de réalisation. L'enseignant propose des exemples de production artistiques sous différentes formes.
30'	oral/coll		"Pour évaluer votre publicité, il va falloir se mettre d'accord sur les critères"	Construction collective d'une grille d'évaluation du travail.



wondershare™

PDF Editor

TRACE:

Binôme: ..... Date: .....

**MA GRILLE DE PROJET:**

- Produit:  la classe (les locaux)  le groupe-classe (les élèves, l'ambiance)  les apprentissages, le contenu des cours
- Cible:  les professeurs  les autres élèves  les parents

Qu'est-ce qui intéresse ce type de public? .....

.....

.....

.....

Binôme: ..... Date: .....

**AIDE A LA REALISATION DE LA PUBLICITE:**

Choisissez les moyens que vous aller utiliser pour réaliser:

- le fond de la publicité:

- collage  dessin  peinture  photographie  détournement d'image

Qu'allez-vous représenter par le fond de la publicité? .....

.....

- l'organisation

Place du slogan

- bas  
 haut  
 droite

Place du logo

- bas  
 haut  
 droite

Place du texte explicatif

- bas  
 haut  
 droite

gauche  
centre

gauche  
centre

gauche  
centre



# PDF Editor

## Grille d'évaluation (exemple)

### Présence de:

un slogan	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non	/2
un logo	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non	/2
un texte	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non	/2

### Utilisation de:

Impératifs	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non	1 point par utilisation
sens propre/figuré	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non	1 point par utilisation
jeux de mots	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non	1 point par utilisation
rimes	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non	1 point par rime
adjectifs	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non	1 point par adjectif

### Prise en compte de la cible:

/3

### réalisation:

/5

### Orthographe:

/2

### **PROLONGEMENT:**

Commencer à s'inscrire sur le planning des ateliers des séances prochaines



wondershare™

# PDF Editor

## FICHE DE PREPARATION DE SEANCE

Titre: **Projet publicité**

Disciplines: -expression orale -production d'écrit -lecture d'image	- ORL - vocabulaire - arts visuels
---	--

séance +++

OBJECTIF de la séance:	<b>Prolongement du projet: analyse de spots publicitaires télévisés</b>
Compétence(s) spécifique(s):	Connaître les spécificités d'un spot télévisé Repérer des éléments sonores de la publicité

vocabulaire: spot publicitaire, bruitages, voix-off

durée: 1h30	Forme	matériel	consigne	déroulement
5'	oral/coll dans le théâtre		"quelles sont à votre avis les différences et les points communs entre la publicité dans la presse et à la télévision?"	Repérer les connaissances initiales des élèves
5'	écrit/ind dans le théâtre	DVD avec 4 spots publicitaires sélectionnés, fiches avec grille d'analyse	"vous allez répondre à la question 1"	1° visionnage: éléments constitutifs communs avec la presse écrite: produit, marque, accroche, slogan
5'	écrit/ind dans le théâtre	DVD avec 4 spots publicitaires sélectionnés, fiches avec grille d'analyse	"vous allez répondre à la question 2"	2° visionnage: les personnages
5'	écrit/ind dans le théâtre	DVD avec 4 spots publicitaires sélectionnés, fiches avec grille d'analyse	"vous allez répondre à la question 3"	3° visionnage: le décor
5'	écrit/ind dans le théâtre	DVD avec 4 spots publicitaires sélectionnés, fiches avec grille d'analyse	"vous allez répondre à la question 4"	4° visionnage: les éléments sonores
5'	écrit/ind dans le théâtre	DVD avec 4 spots publicitaires sélectionnés, fiches avec grille d'analyse	"vous allez répondre aux questions 5"	5° visionnage: repérer le type de message, 2 élèves chronomètrent le spot télévisé.
20'	oral/coll dans le théâtre			Mise en commun, débat sur l'interprétation
30'	oral/coll dans le théâtre	DVD avec 4 spots publicitaires sélectionnés, fiches avec grille d'analyse		entraînement avec 4 autres spots télévisés
5'				bilan sur la publicité télévisée

TRACE:

	Spot n°1	Spot n°2	Spot n°3	Spot n°4
QUESTION 1: Retrouve				
La marque:				
Le produit:				
L'accroche:				
Le slogan:				
QUESTION 2: décris les personnages				
sexe				
âge				
groupe social				
personnalité				
QUESTION 3: décris le décor				
QUESTION 4: analyse le son:				
La musique:				
Les bruitages:				
Les dialogues:				
La voix-off				
QUESTION 5: repère le type de message: Pub démonstrative Pub des désirs				





wondershare™

# PDF Editor