

## **Analyser une campagne de publicité/sensibilisation/prévention**

### 1. La forme :

#### **a. une introduction** (le document est présenté)

- Quel type de document/support est-ce ?
- Quel type de campagne:
  - campagne marketing/publicité
  - campagne de sensibilisation
  - campagne de prévention
- Que cherche-t-on à vendre ?
- Qui est le commanditaire ? (Qui a commandé cette pub?)
- Qui est la cible de cette publicité ? Qui veut-on toucher ?
  - consommateur/usager/utilisateur/citoyen
  - hommes/femmes/enfants...
  - fumeurs/jeunes...
  - tout le monde... etc.

#### **b. un plan en deux parties minimum**

##### 1. description de la publicité

- Quels sont les éléments de cette publicité ?
  - le logo
  - l'image
  - le slogan
  - le texte
- Comment sont-ils ?

##### 2. Analyse de la publicité :

- signification des divers éléments de la publicité
  - symbolique des couleurs, des formes, des plan
- argumentation sur le sens et la visée de cette publicité et de ses éléments.
  - Quel message veut-on faire passer ?
    - au niveau conscient ?
    - au niveau inconscient ?

#### **c. une conclusion**

- Vous faites une petite conclusion de votre analyse
- Vous donnez votre avis sur le document
- Vous semble-t-il efficace ? Justifiez !
- L'aimez-vous ? Pourquoi ?
- Est-ce que cela donne une bonne image de l'entreprise ?
- Le produit vous semble-t-il mis en valeur grâce à cette publicité ?

## 2. Le vocabulaire :

- **Quoi ? :** Publicité, campagne de sensibilisation, campagne de prévention (inciter/incitation)  
  
Quel produit ? Quelle marchandise ? Quel service  
Quelle message ?
- **Qui ? :** le concepteur (concevoir/conception), le commanditaire (commander/commande), l'agence de publicité, un publicitaire (faire de la publicité), un annonceur (annoncer/annonce), une entreprise (vendre/vente ou offrir un service)  
  
un client (acheter/achat),
- **Pour qui ? :** Cible: Pour qui ? Quel consommateur, utilisateur, usager, citoyen? Qui est l'acheteur ? Qui veut-on viser, toucher ?
- **Comment ?:** Iconographie, Personnages, Objets :  
  
Inscriptions: le texte, le slogan, l'accroche, le message, l'argumentaire, la marque, le nom, le logo, un jeu de mots, un paradoxe, l'humour, une provocation  
  
Techniques :Couleurs, sons, odeurs  
  
Photo, dessin, image, montage, collage  
  
Distribution dans l'espace  
  
Typographie  
  
*Référents*
  - Atmosphère
  - Le lieu et le temps
  - Symboles, mythologies
  - Clichés, stéréotypes
- **Où ? :** Supports et médias
  - Radio, télévision, presse
  - Affiches
  - Panneaux lumineux
  - Distribution