

LA COMMUNICATION PUBLICITAIRE EN ENTREPRISE

- Co-Int Français** • Réaliser un « publi-communiqué » pour votre entreprise
Vous allez... • Repérer l'objectivité et la subjectivité d'une annonce

L'objectif est de montrer que la rédaction d'une annonce publicitaire et celle d'un article journalistique ne relèvent pas du même procédé.

- Une annonce publicitaire se veut courte et directe (texte subjectif)
- L'article journalistique s'appuie sur des informations vérifiées (parfois renforcées par des données techniques, scientifiques, de spécialistes ...) – texte objectif.

Le **Publi communiqué (ou publiprédactionnel)** est un mélange des 2 méthodes de rédaction. Les élèves vont donc aborder :

- La notion d'écrits objectifs et subjectifs et la distinction entre les 2. (« doute et certitude »)
- La notion de modalisation
- Les codes visuels des Publi communiqués (découpage du texte, images, bons de réduction etc.)

Lorsque la notion est claire pour les élèves, ils vont passer à la phase de rédaction d'un Publi communiqué pour l'entreprise « fil rouge ».

- Il faudra une présentation spécifique au Publi communiqué (images, bon de réduction, graphique, logo, etc. restent au choix des élèves)
- La proportion d'images, texte publicitaire et article journalistique doit être respectée (1/3, 1/3, 1/3) sur un page A4.



LE CONTEXTE DE L'ACTIVITÉ



Fitness'Forme

4 Avenue Thiers – 33000 Bordeaux

Activité : sport de fitness en salle

680 Adhérents

Abonnement mensuel 39,90 €

Options « forfait coaching »

Siret 651 998 056 00098- Code APE 9312Z

TVA Intracommunautaire FR44 651 998 056

La directrice marketing de l'entreprise « **Fitness'Forme** » demande la réalisation d'une campagne publicitaire locale

La presse écrite locale est un média qui permettra de faire connaître votre entreprise à l'échelle de la métropole Bordelaise. Le quotidien Sud-Ouest propose à ses lecteurs un magazine tous les dimanches. Il est indispensable de communiquer localement.

Vous êtes en charge de rédiger un **Publi-communicé** sur votre salle de sport qui paraîtra dans ce supplément.

Un **Publi-communicé** ou **publi-reportage** est une publicité qui prend la forme d'un contenu journalistique. Le principe est de mélanger le réalisme du journalisme avec le côté commercial d'une publicité.

Sous des airs trompeurs de reportage, le **Publi-communicé** n'en reste pas moins une publicité. Il n'est, donc, pas indépendant. Mais, le message passé aux lecteurs est différent de celui d'une publicité classique. En effet, le but de celui-ci est de transmettre des informations utiles (conseils, bons de réduction etc.). Il est impossible d'expliquer un concept compliqué par une simple publicité de quelques lignes dans un journal. L'accent est, ainsi, mis sur la pertinence grâce à un texte structuré.

L'intérêt de ce support de communication est d'allier deux aspects : des écrits journalistiques objectifs et des éléments publicitaires subjectifs.



Le travail du journaliste est de fournir des informations claires et précises au lecteur afin d'éveiller sa curiosité sur un sujet. D'un autre côté, le publicitaire a pour but d'intéresser un client potentiel et de lui faire acheter son produit ou son service.

ACTIVITÉ 1 – L'ANALYSE D'UN PUBLI-COMMUNIQUÉ DE PRESSE

En vous aidant du document 1

1.1 Lister les différentes parties du Publi-communicé proposé

Illustration – Slogan – Présentation illustrée du produit – Bon d'achat – infographie à caractère scientifique – ingrédients du produit (encadré) – 2 paragraphes rédigés – caution médicale (pharmacien).

1.2 Surligner les éléments objectifs repérés dans la partie la plus rédigée.

Reformuler les informations données.

.....

.....

.....

.....

.....

1.3 Surligner d'une autre couleur les propos correspondant à une réelle publicité.

Résumer ces éléments.

- présence d'adverbes (mais, parfois)
- métaphore : « les carburants »
- phrase exclamative : « retrouvez la forme ! » – « reste le même ! »
- phrase interrogative : « besoin d'un coup de fouet dès le matin ? »
- verbe péjoratif : « détraque » – « n'arrive plus à suivre »
- lexique péjoratif (manque – fatigue – lutter) puis mélioratif (adjectifs) : dynamisme, efficacité, prolongée, innovation brevetée, unique

1.4 Lister les avantages pour le consommateur de ce support de communication

- Bon d'achat
 - Explication scientifique
 - Composition détaillée
- #### 1.5 Lister les avantages pour le commerçant de ce support de communication



ACTIVITÉ 2 – ENTRAÎNEZ-VOUS !

- Un énoncé peut être **objectif** quand il est conforme à la réalité et lorsqu'il est neutre.
- Il est **subjectif** quand il évoque le point de vue et l'opinion de l'énonciateur.

La **modalisation** permet d'introduire une nuance de subjectivité dans son propos. Ex : Les otages auraient été libérés.



2.1 Indiquer si l'énoncé est objectif ou subjectif en le justifiant

Énoncé	Objectif	Subjectif
Ce matin, tous les journaux racontent le succès d'un concert de musique classique	X	
Toute réponse pertinente		
Quel concert grandiose ! Ce fut une soirée magique !		X
Toute réponse pertinente		
Les spectateurs ont manifesté leur joie par trente minutes d'applaudissements et plusieurs rappels.	X	
Toute réponse pertinente		
Le chef d'orchestre et les musiciens ont salué la salle à plusieurs reprises.	X	
Toute réponse pertinente		
Les artistes sur scène semblaient très heureux ; on aurait dit qu'ils vivaient un moment fort.		X
Toute réponse pertinente		



2.2 Souligner les modalisateurs employés dans chaque phrase
Indiquer s'ils expriment le doute ou la certitude en le justifiant

Phrase de l'énonciateur	Doute	Certitude
De toute évidence, il n'arrivera jamais à l'heure à son rendez-vous !		x
Toute réponse pertinente		
Il paraît que les embouteillages se sont formés très tôt dans la matinée.	x	
Toute réponse pertinente		
Plusieurs accidents de voiture ont peut-être bloqué la circulation.	x	
Toute réponse pertinente		
À présent les journalistes en sont sûrs : il s'agit d'un très grave accident de poids lourd qui freine tout le trafic routier.		x
Toute réponse pertinente		
Il est probable qu'il reste coincé dans sa voiture une bonne partie de la journée		x
Toute réponse pertinente		
On dirait que les secours parviennent difficilement à se frayer un accès vers les accidentés.	x	
Toute réponse pertinente		



2.3 Indiquer s'il s'agit d'une l'opinion ou d'un sentiment en le justifiant

Phrase de l'énonciateur	Opinion	Sentiment
Benoît juge que l'ambiance de la classe de 3 e D est agréable et studieuse.	X	
Il me semble que ce poisson n'est pas frais	X	
Hélas, le personnage féminin meurt à la fin du film		X
Quel temps détestable !		X
Il est probable que lire régulièrement permette d'améliorer son orthographe	X	
Je ne crois pas que tu aies raison de t'énerver ainsi, pour des raisons aussi futiles	X	
Ce vendeur est fagoté comme l'as de pique	X	



2.4 Souligner le modalisateur et dites s'il exprime la certitude, le doute, la probabilité ou l'incertitude.

Phrase de l'énonciateur	Doute	Certitude
De toute évidence, le train est parti avec du retard à cause du givre.		
Cela m'étonnerait que le chanteur vienne signer des autographes à la fin de son concert.		
Le père d'Axel rentrera sans doute du travail vers 19 heures.		
Les critiques affirment que ce tableau de Picasso est le plus cher du monde.		
Il paraîtrait que ce livre dévoile en partie le secret des Templiers.		

Doute : État de l'esprit qui est incertain de la réalité d'un fait, de la vérité de paroles, de la conduite à adopter dans une circonstance.

Synonymes : hésitation

Incertitude : Impossibilité dans laquelle est une personne de connaître ou de prévoir un fait, un événement qui la concerne.

Nos **opinions** peuvent venir de nos propres observations et idées. " sentir ". C'est une connaissance plus ou moins claire, donnée d'une manière immédiate, c'est une sensation, une impression liée à ses émotions. Les **sentiments** sont l'expression de ce que l'on ressent au plus profond de soi-même.



ACTIVITÉ 3 – LA RÉDACTION DU PUBLI-COMMUNIQUÉ

Il convient de mettre en valeur votre salle de sport en rédigeant le Publi-communicé. Ce support de communication sera publié dans le supplément dimanche de Sud-Ouest.

3.1 Rédiger au brouillon le Publi-communicé (annexe 1)

3.2 Préparer le fichier contenant le texte à envoyer par courriel au journal « Sud-Ouest ».

Le nommage du fichier doit comprendre : le nom de l'entreprise, le type de publication et la date au format jj-mm-aaaa



SYNTHÈSE

Le publi-communicé :

- Explique le produit ou service et ses bénéfices
- Fournit un mode d'emploi
- Donne des trucs et astuces
- Invite à utiliser des échantillons / réductions ...
- Invite à acheter / commander / adhérer

Le publicommuniqué raconte une histoire visuelle, retient l'attention du lecteur, surprend ou émerveille, suscite l'intérêt, apporte une exclusivité (*secret, astuce, réduction, ...*)



Anti-Fatigue

RETROUVEZ LA FORME !

Notre corps est une formidable machine à produire de l'énergie. Mais parfois, elle n'arrive plus à suivre.
Nos conseils pour ne pas laisser la fatigue s'installer.



> Quand le manque d'énergie se fait sentir

Notre corps a sans cesse besoin d'énergie, pour assurer nos mouvements mais aussi au repos, pour faire fonctionner nos organes. Ce sont nos cellules qui produisent cette énergie, à partir de l'oxygène et des nutriments qu'on leur apporte. Mais parfois, les « carburants » viennent à manquer. La production énergétique se détraque mais notre rythme, lui, reste le même ! Résultat : la fatigue prend le dessus.

> La solution : l'énergie libérée au fil des heures

Pour lutter contre le manque de tonus, prendre des compléments alimentaires comme Bion® Energie Continue peut aider. Innovation brevetée, elle bénéficie d'une nouvelle technologie qui

permet une libération des actifs de l'énergie prolongée pendant 6 heures*. L'élaboration unique de ces comprimés régule la libération des nutriments et donc leur absorption progressive. Vous conservez dynamisme et efficacité tout au long de la journée.

* Libération prolongée des vitamines B1, B2, B3, B5, B6 et C.

BION® ENERGIE CONTINUE :

3 souches Tri-Bion Harmonis, 3 minéraux (iode, zinc et fer) et 11 vitamines dont la vitamine B12 qui contribue à un métabolisme énergétique normal et la vitamine B6 et le fer qui participent à réduire la fatigue.

BESOIN D'UN COUP DE FOUET DÈS LE MATIN ?

Bion® Energie Plus vous aide à bien démarrer la journée et à faire le plein d'énergie.



Demandez conseil à votre pharmacien. Lire la notice. **Plus d'infos sur bion.fr**



Cédric Photos - Gettyimages, D.R.

4€ remboursés Sur la gamme Bion® Energie

• Envoyez le code barres original découpé du produit acheté.
 • Inscrivez sur papier libre vos coordonnées complètes (nom, prénom, adresse) en majuscules.
 • Joignez un RIB ou un RCP contenant l'IBAN.
 Retournez le tout sans enveloppe soigneusement attachée avec le 140310205 (cachet de la poste faisant foi) à l'adresse suivante : 4€ remboursés Bion® Energie à M. SAIGES GESTION - PFF70 COURMAYEUR CEDEX. Vous recevrez votre remboursement dans un délai de 6 à 8 semaines à l'expiration de votre demande conforme.

Offre réservée à la France métropolitaine. Carte comptable et Unibank à un seul remboursement de 4€ par foyer (même nom, même adresse). Offre non cumulable avec d'autres offres de la gamme Bion® en cours. Taux de remboursement sur demande au tarif fixé en vigueur au moment de l'offre. Toute demande incomplète sera considérée comme nulle. Selon la loi Intermédiaire à l'épargne de 86/107079, vous disposez d'un droit d'avis, de rectification et de suppression des données vous concernant, par simple demande écrite à l'adresse ci-dessous : Merc Médicament Familiale - Correspondant Intercommunautaire à l'énergie, 10C, bd Winston Churchill - 21000 Dijon. RCS Lyon 777 382 538

Les produits de la gamme Bion® sont des compléments alimentaires. Ils ne substituent pas à un régime alimentaire équilibré ni à un mode de vie sain.

POUR VOTRE SANTÉ, MANGEZ AU MOINS CINQ FRUITS ET LÉGUMES PAR JOUR. WWW.MANGERBOUGER.FR



Plaisir d'été

PUBI-COMMUNIQUÉ

La nouvelle recette du bonheur



A l'heure où le choix des graisses est au cœur de nos préoccupations, Lay's s'engage avec une nouvelle recette de chips. Au menu : moins d'acides gras saturés (-mauvaises graisses-), mais toujours la même saveur irrésistible !



On peut être un fin gourmet et aimer les chips... mais pas n'importe lesquelles ! Elles doivent être fines et croustillantes pour accompagner élégamment poulet rôti, roastbeef et barbecue... Elles sont alors tout simplement irrésistibles ! Un vrai délice d'inités, inséparable des déjeuners sur l'herbe, des apéritifs et autres instants de convivialité.

Mais qui a inventé la CHIPS ?

La légende raconte à un certain Mr Curn, chef cuisinier new-yorkais. Parce qu'un client insistait continuellement en cuisine des pommes sautées qu'il jugeait trop grasses, Curn vint un jour à les découper en si fines rondelles qu'elles étaient irrésistibles à la fourchette !



Plein de saveurs à partager

Avec plus de 20 variétés, Lay's propose la plus large gamme de chips : les classiques goût Nature, les incontournables saveur Barbecue et des nouveautés originales telle que saveur Grillade Sauce Catalane. À découvrir aussi :



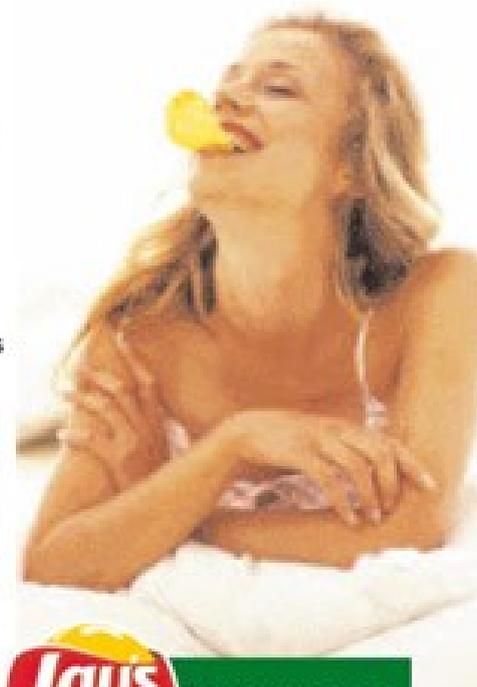
Saveur Bolognaise
Tomates, oignons et polivone : une recette qui sent bon le soleil.



Saveur Poulet Rôti et Thym
Petite astuce : quelques minutes au four et elles sont encore meilleures !



Saveur Spicy*
Une recette relevée pour pimenter déjeuners et soirées.



On le sait : les nutritionnistes recommandent de limiter notre consommation d'acides gras saturés (ou -mauvaises graisses-). Pour des chips encore meilleures, Lay's innove avec une recette privilégiant l'huile de tournesol reconnue pour sa valeur nutritionnelle grâce à sa richesse en acides gras mono-insaturés (ou -bonnes graisses-). Les chips Lay's ont désormais un profil nutritionnel amélioré en acides gras saturés : 37% en moins que la moyenne des autres chips du marché. On apprécie !



www.lays.com - Photos : (DR) - GETTY IMAGES - (DR) - GETTY IMAGES - (DR) - GETTY IMAGES

POUR VOTRE SANTÉ, EVITEZ DE MANGER ENTRE LES REPAS. www.mangerbouger.fr



L'expression de la subjectivité

Parmi les énoncés adressés à un destinataire, on peut distinguer ceux où le locuteur est objectif et ceux où il est subjectif.

Ex : Il vient. (Le locuteur constate un fait avec objectivité.)

Ex : On dirait qu'il est malade. (Le locuteur communique une impression avec subjectivité.)

Dans le cas d'une expression subjective, on parle de modalisation.

Les remarques du locuteur peuvent évaluer le degré de vérité, de certitude de l'énoncé : celui-ci peut être probable, obligatoire, certain, possible... L'information est plus ou moins sûre. De même, le commentaire peut être appréciatif : il exprime alors le jugement de celui qui parle.

De nombreux procédés permettent l'expression de la subjectivité :

- les lexiques mélioratif ou péjoratif
- les verbes de jugement, d'obligation, de volonté, de permission, d'opinion, d'état : devoir, pouvoir, prétendre, affirmer, ignorer, croire, estimer, sembler, paraître...
- les adverbes exprimant le doute ou la certitude
- les types de phrase : interrogative et exclamative
- les temps verbaux comme le conditionnel ou le futur antérieur
- certaines figures de style (comparaison – métaphore – hyperbole)

L'expression du doute et de l'incertitude

Doute : État de l'esprit qui est incertain de la réalité d'un fait, de la vérité de paroles, de la conduite à adopter dans une circonstance.

Synonymes : hésitation

Incertitude : Impossibilité dans laquelle est une personne de connaître ou de prévoir un fait, un événement qui la concerne.

Pas de correction type car les travaux seront différents selon les groupes d'élèves

Annexe 2 – Brouillon du PUBLI-COMMUNIQUÉ « Fitness'Forme »

Important : Avant de commencer la rédaction de votre publireportage, faites une cueillette de renseignements sur le sujet

INFORMATIONS DE DÉPART :

Thème :

Titre :

Phrase accrocheuse (slogan) :

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

Illustrations :

.....
.....

Logo

Couleur du texte :

Couleur globale

Coordonnées de l'entreprise :

.....
.....



Nature de l'avantage client :

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

Forme de l'avantage client :

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

Amorce (renseignements généraux) :

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

Informations suscitant l'intérêt

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

Informations « Tous en forme »

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

Éléments de corrigé

