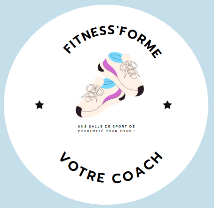
**La communication publicitaire**

**en entreprise**

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

## 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-communiqué** sur votre salle de sport qui paraîtra dans ce supplément.

Un **Publi-communiqué 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-communiqué** 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-communiqué proposé

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.

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

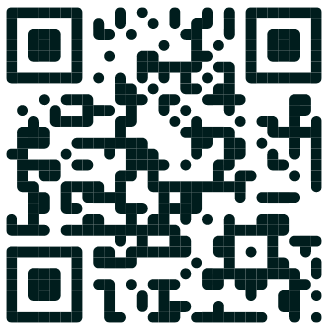
1.5 Lister les avantages pour le commerçant de ce support de communication

## Activité 2 – Entraînez-vous !

https://dgxy.link/RxYVg

⏩ Vidéo ⏪

La modalisation Grammaire française



* 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.

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

**(Aide document 2)**

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

**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 ! |  |  |
|  | | |
| Il paraît que les embouteillages se sont formés très tôt dans la matinée. |  |  |
|  | | |
| Plusieurs accidents de voiture ont peut-être bloqué la circulation. |  |  |
|  | | |
| À présent les journalistes en sont sûrs : il s’agit d’un très grave accident de poids lourd qui freine tout le trafic routier. |  |  |
|  | | |
| Il est probable qu’il reste coincé dans sa voiture une bonne partie de la journée |  |  |
|  | | |
| On dirait que les secours parviennent difficilement à se frayer un accès vers les accidentés. |  |  |
|  | | |

**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. |  |  |
|  | | |
| Il me semble que ce poisson n’est pas frais |  |  |
|  | | |
| Hélas, le personnage féminin meurt à la fin du film |  |  |
|  | | |
| Quel temps détestable ! |  |  |
|  | | |
| Il est probable que lire régulièrement permette d’améliorer son orthographe |  |  |
|  | | |
| Je ne crois pas que tu aies raison de t’énerver ainsi, pour des raisons aussi futiles |  |  |
|  | | |
| Ce vendeur est fagoté comme l’as de pique |  |  |
|  | | |

**2.4 Souligner le modalisateur et dites s’il exprime la certitude, le doute, la probabilité ou l’incertitude. (Aide document 2)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **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. |  |  |
|  | | |

## Activité 3 – La rédaction du publi-communiqué



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

**3.1 Rédiger au brouillon le Publi-communiqué (annexe)**

**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

## La synthèse

Le publi-communiqué :

* 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 emerveille, suscite l’interet, apporte une exclusivité (*secret, asctuce, réduction, …* )

**Document 1 – Exemple de Publi-communiqué**





**Document 2 – Aide**

**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.

**Annexe – Brouillon du PUBLI-COMMUNIQUÉ**

*Important : Avant de commencer la rédaction de votre publi-reportage, faites une cueillette de renseignements sur le sujet*

******

**INFORMATIONS DE DÉPART**

**Fitness’Forme**

**Thème** : ……………………………………………………………………………………….

**Titre** : ………………………………………………………………………………………….

**Phrase accrocheuse (slogan)** :

**Logo**

**Illustrations** :

**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 « Fitness’Forme»**