



Bien équipés

Ioana-Cristina VETIȘAN, Roumanie

Anna SAMVELYAN, Arménie

1. Présentation

Thème	Le sport, l'équipement sportif
Activités langagières	<input type="checkbox"/> Réception écrite <input checked="" type="checkbox"/> Réception orale <input type="checkbox"/> Production écrite <input checked="" type="checkbox"/> Production orale en continu <input checked="" type="checkbox"/> Interaction orale
Objectif général (actes de parole)	Réaliser un clip publicitaire
Objectifs linguistiques et communicatif	Dégager la structure de différents genres et supports de publicité Dégager des informations d'un article de presse Vanter/ mettre en valeur Persuader en donnant des arguments Adopter une stratégie pour réaliser un spot publicitaire
Durée totale	2 séances de 45 minutes
Support	Article tiré de la revue <i>Ça m'intéresse</i> N° 323, 01/01/2008, <i>Les petits secrets de la basket</i> , page 84
Public cible	Persuader en donnant des arguments Adopter une stratégie pour réaliser un spot publicitaire

2. Déroulement

Phase n°	Intitulé	Tâches apprenants	Tâches enseignant	Animation / matériel	Durée
1	Remue-mémoires activité I-1	Regarder les logos	Distribuer la fiche apprenant Faire comparer les logos	Travail individuel et mise en commun	10 minutes
2	Sensibilisation activités 1-2 et 1-3	Associer un slogan à une marque Créer des slogans pour ces marques dégager la structure d'un slogan	Guider les apprenants	Travail par petits groupes	10 minutes
3	Enrichissement lexical	Distinguer les différences de sens sur le mot la basket/le basket Travailler la polysémie des mots balle / ski (activité 2)	Guider l'activité des élèves	Travail en binôme, fiche apprenant	10 minutes

	Compréhension écrite	Comprendre globalement un document écrit (activité 3)	Faire faire l'activité 3 Fournir les explications sur les activités	Individuel	20 minutes
4	Production orale Projet clip vidéo	réaliser un clip publicitaire pour une marque de chaussure choisie ou imaginaire (à faire à la maison)	Proposer aux apprenants des pistes de réalisation de la tâche ; montrer les films de chaque groupe à la classe	Travail par petits groupes. En visionnant les élèves doivent répondre au petit questionnaire numéroté 7 sur la fiche apprenant.	40 minutes
5	Evaluation	S'autoévaluer par le biais de la grille d'auto-évaluation			

ACTIVITÉ I

1. Regardez les logos ci-dessous. Qu'ont-ils en commun ?



source : https://www.google.com/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=0ahUKEwuu5-SkZDMAhVD-2BoKHVqXD_YQjhwIBQ&url=http%3A%2F%2Ftermm.eu%2Fchaussure-despormarque%2F&bvm=bv.119408272,d.bG-g&psig=AFQjCNHbUMbcKjLrOMTh3CvotTyt5R1TsA&ust=1460792194448555

Réponse possible: ils représentent des marques de chaussures de sport. + d'un point de vue formel, ils sont composés d'un visuel et d'un ou plusieurs mots.



2. Associez les slogans aux marques de chaussures indiquées et créez-en d'autres

Slogan actuel	Marque	Proposition de slogan
Toujours plus rapide	Puma	
On y va pour gagner	Adidas	
Just do it	Nike	

3. Répondez aux questions suivantes:

Quelle est la particularité de ces slogans ?

Qu'est-ce que ces slogans évoquent pour vous ?

Pourquoi nous poussent-ils à la consommation ?

■ ACTIVITE II

1. Illustrez dans une phrase la différence lexicale entre « le basket » et « la basket », « le racket », « la raquette».

Réponses possibles :

La basket est une chaussure de sport très connue.

Le basket est le sport préféré des Américains.

J'ai lu dans le journal d'aujourd'hui un article sur un racket d'enfants à Paris.

Pour faire du tennis on a besoin d'une raquette et d'une balle.

2. Lisez les phrases suivantes et précisez le sens des mots soulignés.

La balle est sortie du court de tennis.

Pourquoi c'est dangereux de tirer une balle en l'air ?

Pour mon anniversaire j'ai reçu une paire de skis.

Le ski est un sport d'hiver qui est pratiqué sur la neige.

Réponses :

Une balle de tennis

Une balle – un projectile

Le ski – le matériel de sport

Le ski – activité sportive

– Associez les termes de la publicité à leur définition.

A. Un publicitaire	1. Un message destiné à faire connaître et à vanter un produit ou un service dans le but d'inciter le public à les acheter...
B. Une publicité	2. Quelqu'un qui crée de la publicité.
C. Un slogan	3. Une annonce de courte durée diffusée sur un support audiovisuel.
D. Une accroche	4. Un texte bref, le plus souvent publicitaire ou commercial, destiné à capter l'attention.
E. Un spot/ Message publicitaire	5. Une expression qui résume en quelques mots simples un message percutant (publicitaire).

Solutions :

A-2 B-1 C-5 D-4 E-3

ACTIVITÉ III

LES PETITS SECRETS DE LA BASKET

Les designers doivent convaincre les sportifs et séduire les ados

On finirait par l'oublier, mais la basket est bien une chaussure... de sport ! Sa première qualité est donc de permettre aux sportifs d'améliorer leurs performances.

Chaque grande marque entretient, dans son centre de recherche et développement, une armée d'ingénieurs. Leur mission : décortiquer les mouvements du corps humain et les appuis du pied, élaborer des matériaux innovants, tester des modèles toujours plus légers et plus rebondissants pour figurer en bonne place sur les podiums.

Après l'épreuve des stades et l'approbation des athlètes vient l'épreuve de la rue. « La street-credibility » est devenu un mot d'ordre dans les bureaux de style des fabricants.

Pour sentir les dernières tendances, scruter les goûts des ados, les équipementiers organisent des compétitions pour le jeune public : Nike Freestyle Challenge (du jonglage balle au pied), Street football pour Adidas et beach ball pour Puma. Autant d'événements qui permettent aux pisteurs de tendance d'imaginer les futurs modèles.

L'assemblage nécessitant énormément d'opérations manuelles, la fabrication est en grande partie délocalisée dans les pays où le coût de la main d'œuvre est bas, comme en Asie du Sud-Est. Le collectif « De l'éthique sur l'étiquette » avait ainsi estimé que, sur un certain modèle de Nike, la main d'œuvre ne revenait qu'à 3 \$ pour un prix de vente d'environ 90 \$. Rien à voir avec les contrats faramineux signés avec les stars du sport pour assurer la promotion d'un modèle. LeBron James, la nouvelle star du basket américain, va recevoir 90 millions de dollars pour porter des Nike pendant sept ans. L'idée n'est pas neuve : en 1921, Converse engageait le célèbre basketteur Chuck Taylor en collant sa signature sur sa « All Star »

(Article tiré de la revue Ça m'intéresse N° 323, 01/01/2008, Les petits secrets de la basket, page 84)



1. **Compréhension globale :**

Lisez le texte et repérez:

La source de l'article : « *Ça m'intéresse* N° 323, 01/01/2008 »

Le titre: « *Les petits secrets de la basket* »

Le chapeau : « *Les designers doivent convaincre les sportifs et séduire les ados* »

2. **Compréhension détaillée :**

1. **Dans quelle rubrique pourrait-on trouver ce document:**

Mode

fait de société

économie

2. **Quel est le sujet de ce texte :**

⊙ ***Informé sur les marques de chaussures de sport***

Convaincre de porter des chaussures de sport

Inviter à porter des chaussures de sport

3. **A qui s'adresse ce document ?**

⊙ ***Réponse possible : Aux jeunes et aux sportifs***

4. **Quelle est la mission des designers de chaussures de sport ? (plusieurs réponses attendues)**

⊙ ***Réponse possible : décortiquer les mouvements du corps humain et les appuis du pied, élaborer des matériaux innovants, tester des modèles toujours plus légers et plus rebondissants***

5. **Comment comprenez-vous l'expression « la street-credibility » ?**

⊙ ***Réponse possible : les modèles de chaussures de sport doivent passer « le test de la rue »***

6. **Comment les grandes marques assurent-elles la promotion de leurs modèles ?**

⊙ ***Réponse possible : on se sert du nom et de la renommée d'un sportif pour le port des chaussures avec leurs logos.***

ACTIVITÉ IV

Réalisez un clip publicitaire pour une marque de chaussure de votre choix ou imaginaire

Etapes du travail :

1. Diviser la classe en petits groupes : 3 ou 4 personnes par groupe.
2. Réaliser un clip publicitaire pour une marque de chaussures.
3. Imaginer le nom de la marque, penser au scénario de leur spot, au message qu'ils veulent transmettre, aux avantages de leurs chaussures, au public cible et au slogan.
4. Rédiger le synopsis
5. Filmer le clip
6. Réaliser le montage final du clip.

2. Vous pouvez poser les questions suivantes :

De quoi s'agit-il dans le clip ?




Quel message veut-on passer ?

A qui s'adresse cette publicité ?

Quels sont les avantages du produit ?

Quel slogan le groupe a-t-il inventé pour présenter les chaussures?

GRILLE D'AUTO-ÉVALUATION

	Oui 	Partiellement 	Non 
Je peux caractériser/ comparer/ analyser différents supports de publicité			
Je peux décrire/ vanter un produit			
Je peux adapter ma publicité en fonction du public cible			
Je peux écrire un slogan/ une accroche/ un texte			
Je peux inventer un spot publicitaire			