

Titre	Des Lieux à visiter
Auteurs	Burlacu Carmen Dumitrascu Elena Sofica Boca Cristina
Niveau	A2 / B1
Public	Adolescents (12-15 ans)
DNL	Géographie
Réalisation finale	- un dépliant publicitaire sur 5 sites touristiques de l'Europe - un spot publicitaire sur les plus importants sites touristiques à visiter en Europe
Modalités pédagogiques	<input checked="" type="checkbox"/> Présentiel c Hybride c Comodal c Distanciel
Acquis d'apprentissage visés	
Savoir-faire	
CO	<ul style="list-style-type: none"> ● Comprendre les informations présentées dans la vidéo : localisation et description des paysages ● Comprendre l'idée générale de la vidéo et identifier les principaux éléments du paysage corse
CE	Identifier les verbes au présent et les réemployer à l'imparfait
PO	<ul style="list-style-type: none"> ● Décrire un paysage ● Conseiller la visite de sites touristiques
PE	<ul style="list-style-type: none"> ● Rédiger le texte pour la présentation du dépliant et de la vidéo (A2) ● Rédiger une courte description écrite d'un paysage méditerranéen en utilisant un vocabulaire plus riche et des structures grammaticales variées. (B1)
Médiation	
Interculturel	<ul style="list-style-type: none"> ● Découvrir les paysages méditerranéens d'Europe ● Identifier les sites culturels les plus importants de l'Europe
Linguistique	<ul style="list-style-type: none"> ● Décrire un paysage à l'oral en utilisant un vocabulaire simple et des expressions courantes. (A2) ● Réviser les adjectifs qualificatifs ● Identifier les éléments d'un spot publicitaire (B1) ● Utiliser l'imparfait
Numériques	<ul style="list-style-type: none"> ● Faire des recherches sur Internet ● Utiliser un moteur de recherche ● Utiliser les plateformes : https://jeopardylabs.com/ ● https://www.crayon.com/image/7p74ie1BRpSM_ZLPs94Utg ● (https://aiapp.vidnoz.com/index.html) ● https://sunoai.ai/music/b49e61de8007421fb1f28c71c71747c9



Savoir-être	Travailler en équipe Partager les tâches Être ouvert aux nouvelles expériences
Évaluation	<input checked="" type="checkbox"/> Orale <input checked="" type="checkbox"/> Individuelle <input type="checkbox"/> Formative <input type="checkbox"/> Écrite <input checked="" type="checkbox"/> Collective <input type="checkbox"/> Sommative
Support(s)	Site https://www.youtube.com/watch?v=XbRpGm4KRmU
Étapes	SÉANCE 1 1-Activité de brise-glace : La carte du monde collaborative 2- Écoute de la vidéo -Compréhension globale et détaillée 3- Description d'un paysage méditerranéen (niveau A2) / Identification des éléments d'un spot publicitaire (niveau B1) SÉANCE 2 1 Travail de la langue : les adjectifs qualificatifs et l'imparfait 2. Créer une carte mentale / Les éléments d'un spot publicitaire 2 Réalisation d'un dépliant publicitaire sur 5 sites touristiques de l'Europe (niveau A2) / Réalisation d'un spot publicitaire sur les plus importants sites touristiques à visiter en Europe

Fiche pédagogique

Séance 1

Activité 1 - Brise-glace

6 min

Activités pour grands groupes

La carte du monde collaborative

Fournir une grande carte du monde et des marqueurs, ou utiliser la carte interactive <https://www.mapchart.net/world.html>

Chaque participant vient y indiquer un endroit qu'il a visité ou qu'il aimerait visiter et explique brièvement pourquoi.

Activité 2.1 - Compréhension globale de la vidéo

10 min

En grand groupe

Niveau A2 - Activité : "Découvrons la Corse"

Objectif : Comprendre l'idée générale de la vidéo et identifier les principaux éléments du paysage corse.

Visionner la vidéo.

- Regarder la vidéo une première fois sans le son.

Observez attentivement les images et essayez de comprendre ce qu'elle présente.

- Regarder la vidéo une deuxième fois avec le son.

Faites attention aux mots clés et aux expressions que vous comprenez.

Vocabulaire à introduire/réviser :

Lieux : plage, montagne, mer, forêt, village

- **Activités :** se baigner, faire de la randonnée, se détendre, visiter
- **Adjectifs :** beau, grand, petit, bleu, vert, chaud, froid
- **Verbes :** voir, faire, aller, venir

Niveau B1

Quelles sont vos hypothèses sur le contenu de la vidéo ?

Réponse possible : Il s'agit d'une publicité pour la Corse, mettant en avant sa beauté naturelle et ses activités de plein air.

Quel est le temps verbal utilisé dans la vidéo ?

Temps verbal à introduire/réviser : l'Imparfait

Exercice en ligne : <https://learningapps.org/23683587>

Activité 2.2 - Compréhension détaillée de la vidéo

15 min

En grand groupe

Niveau A2

Organisez un brainstorming en classe. Pour ce faire, faites l'exercice en ligne : <https://learningapps.org/watch?v=pbp3amxe224>

Niveau B1

Répondez aux questions liées à la vidéo

1. **Quel est le thème principal de la vidéo ?** *Le thème principal de la vidéo est l'évasion, la découverte et le partage d'expériences dans un petit coin de paradis en Corse.*
2. **Quels sont les différents lieux présentés dans la vidéo ?** *La vidéo présente des images de la plage, de la montagne, des villages et des forêts de la Corse.*
3. **Quelles activités sont mentionnées dans la vidéo ?** *La vidéo mentionne la baignade, la randonnée, la dégustation de produits locaux et la découverte de la culture corse.*
4. **Quel est le message principal de la vidéo ?** *Le message principal de la vidéo est que la Corse est une destination idéale pour ceux qui cherchent à s'évader du quotidien, à découvrir de nouveaux horizons et à partager des expériences uniques.*
5. **Quel est le ton de la vidéo ?** *Le ton de la vidéo est positif, invitant et inspirant.*
6. **Quel est le public cible de la vidéo ?** *Le public cible de la vidéo est probablement les personnes qui cherchent une destination de vacances ensoleillée, détendue et riche en découvertes.*

PAG
_

Activité 3

15 min

Niveau A2

Le tableau vivant

Objectif : Décrire un paysage à l'oral en utilisant un vocabulaire simple et des expressions courantes.

En petits groupes

Mimez un paysage en utilisant des mots/images qui représentent des paysages

Diviser la classe en petits groupes.

Chaque groupe choisit un élément du paysage méditerranéen (plage, montagne, village, etc.) et se prépare à le représenter en "tableau vivant".

Les autres groupes doivent observer et décrire le tableau vivant en utilisant des mots simples (couleur, taille, forme, etc.).

Encourager les élèves à utiliser des expressions comme :

- C'est grand/petit.
- C'est bleu/vert/jaune.
- Il y a du sable/des rochers/des arbres.
- Le ciel est clair/nuageux.

Les groupes peuvent ensuite échanger leurs rôles.

Exemple de description simple : "C'est une plage. Il y a du sable jaune. La mer est bleue. Le soleil est jaune. Il y a des palmiers verts."

Niveau B1

Une page de journal de bord d'un voyage idéal

Objectif : Rédiger une courte description écrite d'un paysage méditerranéen en utilisant un vocabulaire plus riche et des structures grammaticales variées.

Individuel

1. *Imaginez que vous êtes en vacances en Méditerranée et que vous écrivez une page de journal.*
2. *Vous devez décrire le paysage que vous voyez (en utilisant des adjectifs, des comparaisons et des expressions plus élaborées).*
3. *Pensez à utiliser des connecteurs logiques pour organiser vos idées (par exemple : "En premier lieu", "Ensuite", "De plus").*
4. *Enregistrez votre texte sur Vocaroo pour le rendre accessible au plus grand nombre.*
5. *Partagez votre texte et votre enregistrement sur le groupe ou la page internet de la classe.*

Proposer un plan simple pour leur page de journal :

- Lieu, date
- Description du lieu (plage, ville, montagne...)
- Description du paysage (couleurs, sensations, atmosphère)
- Impressions

PAG
_

Pour aller plus loin

Pour les deux niveaux : utiliser des images ou des vidéos de paysages méditerranéens pour stimuler l'imagination des élèves. <https://www.craiyon.com/>

Séance 2

Activité 1 - Travail de la langue

15 min

Niveau A2

Petits groupes

Créez une image avec l'IA (ex. : <https://www.craiyon.com/>)

Décrivez l'image que l'IA doit produire.

Utilisez des adjectifs qualificatifs de la liste ci-dessous

Pour décrire l'ambiance générale :

- Calme : paisible, tranquille, serein, reposant
- Dynamique : animé, mouvementé, agité, tumultueux

- Solitaire : isolé, désert, sauvage
- Féérique : enchanté, magique, merveilleux
- Mélancolique : triste, nostalgique, mélancolique



isabellebarriere.eu

accompagnement pédagogique
Joyeux : gai, ensoleillé, lumineux

Pour décrire la lumière :

- Lumineux : ensoleillé, éclatant, radieux
- Sombre : obscur, ténébreux, sombre
- Crépusculaire : crépuscule, clair-obscur
- Aurora : aurore boréale, polaire

Pour décrire la végétation :

- Lush: luxuriant, verdoyant, dense
- Aride : sec, désertique, stérile
- Boisé : forestier, boisé
- Floral : fleuri, fleuri
- Tropical : exotique, luxuriant

Pour décrire le relief :

- Montagneux : escarpé, accidenté, abrupt
- Plat : plat, uniforme, lisse
- Vallonné : ondulé, sinueux

Intégrer le numérique en cours de FLE

- Côtier : littoral, maritime

Pour décrire l'eau :

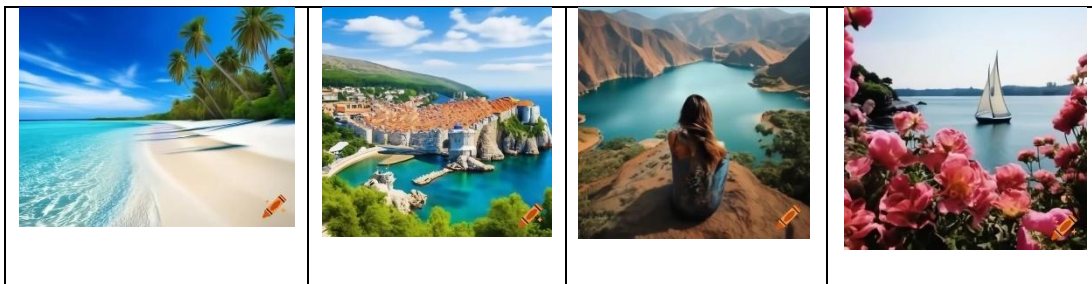
- Cristallin : transparent, limpide
- Troublé : trouble, boueux
- Agité : houleux, déchaîné
- Calme : paisible, tranquille

Pour décrire les couleurs :

- Vives : éclatantes, chatoyantes
- Pastel : douces, délicates
- Sombres : sombres, ternes
- Chaudes : rouges, oranges, jaunes
- Froides : bleues, vertes, violettes

Autres adjectifs utiles :

- Vaste : immense, étendu
- Infiniment petit : minuscule, infime
- Imprévisible : changeant, capricieux
- Magnifique : superbe, splendide
- Envoûtant : fascinant, attirant



PAG

Pour aller plus loin :

Demander aux élèves de dessiner le paysage qu'ils ont décrit.

Organiser une exposition des travaux des élèves, en créant une ambiance méditerranéenne dans la classe.

Niveau B1

En binômes.

Faites l'exercice en ligne : <https://learningapps.org/display?v=po7qap3y324>

Version imprimable :

Conjuguez les verbes à l'imparfait.

Un coin de paradis méditerranéen

Le soleil, généreux, **inonde** de sa lumière dorée un paysage baigné par la Méditerranée. Les eaux turquoise **scintillent** sous le ciel d'azur, formant un contraste saisissant avec le sable fin et blanc qui **s'étend** à perte de vue. Loin de l'agitation de la ville, cette plage isolée **offre** un havre de paix où la nature exalte.

Les vagues, caressant doucement le rivage, **créent** une mélodie apaisante qui **berce** les sens. Une brise marine, chargée d'embruns et d'iode, **vient** rafraîchir l'atmosphère. L'air **est** parfumé par les effluves de pinède et de thym sauvage, un bouquet olfactif des plus envoûtants.

Derrière les dunes de sable, une végétation luxuriante **s'épanouit**. Des oliviers centenaires, tortueux et chargés d'olives, **se dressent** fièrement, tandis que des cactus aux formes étranges **ajoutent** une touche exotique au tableau. Les cyprès, élancés et élégants, **se détachent** sur le fond du ciel, leurs silhouettes fines dessinant des flèches vers l'infini.

Plus loin, des falaises abruptes **plongent** dans la mer, offrant des panoramas à couper le souffle. Des criques secrètes, accessibles uniquement par des sentiers escarpés, **invitent** à la découverte et à la baignade.

Ce paysage méditerranéen, empreint de sérénité et de beauté, **est** une véritable invitation au rêve et à la relaxation. Les couleurs vives, les parfums enivrants et les sons de la nature **créent** une atmosphère propice à l'évasion et au ressourcement.

Activité 2 - Créer une carte mentale / Les éléments d'un spot publicitaire

15 min.

Niveau A2

Petits groupes

Créez une carte mentale avec les différents éléments d'un paysage méditerranéen.

<https://www.mindmup.com/> <https://coggle.it/>

Niveau B 1

Petits groupes

Identifiez les éléments d'un spot publicitaire.

Suggestions

Un spot publicitaire est une courte séquence vidéo ou audio conçue pour promouvoir un produit, un service ou une idée. Il est composé de plusieurs éléments clés qui travaillent en synergie pour capter l'attention du spectateur et le persuader.

Voici les éléments principaux d'un spot publicitaire :

1. Le visuel :

- **Images** : des images fortes, souvent esthétiques, qui mettent en valeur le produit ou le service. Elles peuvent être réelles, animées ou un mélange des deux.
- **Couleurs** : le choix des couleurs est stratégique et peut évoquer différentes émotions ou associations.
- **Cadrage** : la façon dont l'image est cadrée peut influencer la perception du spectateur et mettre en avant certains éléments.
- **Mouvements** : les mouvements de caméra, les transitions entre les plans, dynamisent l'image et créent un rythme.

2. Le son :

- **Musique** : la musique joue un rôle crucial dans l'ambiance du spot. Elle peut être originale ou existante et doit être en adéquation avec le message à transmettre.
- **Effets sonores** : les bruits, les voix off, les sons d'ambiance renforcent l'immersion du spectateur.
- **Dialogue** : les dialogues, lorsqu'ils sont présents, doivent être concis et percutants.

3. Le texte :

- **Slogan** : une phrase courte, mémorable et impactante qui résume le message principal.
- **Texte à l'écran** : les textes qui apparaissent à l'écran peuvent fournir des informations complémentaires, des chiffres clés ou des incitations à l'action.
- **Voice-over** : une voix off peut raconter une histoire, expliquer un concept ou simplement présenter le produit.



isabellebarriere.eu

4. La structure narrative :

- **Introduction** : elle présente le problème ou le besoin auquel le produit répond.
- **Corps du message** : il met en avant les avantages du produit et les raisons pour lesquelles le consommateur devrait l'acheter.
- **Conclusion** : elle résume les bénéfices clés et incite à l'action (acheter, s'inscrire, etc.).

5. Les codes visuels et sonores :

- **Les codes visuels** : ils renvoient à l'univers de la marque, à son identité visuelle et à ses valeurs.
- **Les codes sonores** : le jingle, la voix off caractéristique d'une marque, créent une reconnaissance immédiate.

6. L'émotion :

- **L'humour** : souvent utilisé pour créer un lien affectif avec le spectateur.
- **La peur** : pour sensibiliser sur un problème ou inciter à agir.
- **La joie** : pour transmettre une émotion positive associée au produit.
- **La surprise** : pour capter l'attention et marquer les esprits.

En résumé, un spot publicitaire est une combinaison harmonieuse de ces éléments, conçue pour créer une expérience mémorable et inciter le spectateur à agir.

(Gemini)

Activité 3 – Agence de tourisme

20 min

Petits groupes

www.genially.com / www.canva.com

PAG

Niveau A2

Créez un **dépliant publicitaire** sur cinq objectifs touristiques de l'Europe

Niveau B1

Créez un **spot publicitaire** sur des sites touristiques à visiter en Europe