

### **1°) La publicité**

- **Définition** : affiche, annonce ou vidéo ayant pour but de faire connaître une marque afin d'inciter le public à acheter un produit ou à utiliser un service.
- **Formes (stratégies)** :

*\*informative* : ici, l'objectif est d'informer le consommateur des qualités d'un produit afin de le convaincre. Par le recours à des arguments rationnels, on essaie de créer un besoin auprès du consommateur.

*\*mécaniste* : (matraquage) : ici, le but n'est pas de convaincre le consommateur en vantant les qualités du produit mais repose sur un schéma stimulus-réponse (réponse = achat). Le slogan doit être facile à retenir et donc attirer l'attention. D'où des slogans avec des rimes et des répétitions. Ex : « Haribo c'est beau la vie [...] » Consommateur = passif.

*\*suggestive* : ne fait non pas intervenir la raison MAIS les sentiments du consommateur ; va donc jouer sur sa psychologie et son inconscient (plaisir/déplaisir – fantasme – identification...) ex : pub du burger McDo vs hamburger une fois dans nos mains : contraste. CF l'implicite en français

- **Supports** :

Médias (presse, tv, radio, internet) + panneaux publicitaires

### **2°) Composition d'une publicité**

Slogan : phrase courte et frappante

Illustration (photographie, schéma, dessin, carte, tableau de données) : attire l'attention

Message publicitaire : créé en fonction d'une cible précise et souhaite créer chez le lecteur le désir d'acheter

Texte explicatif ou informatif : vante les qualités du produit ou d'un service.

### **3°) Les fonctions d'une publicité : informer, inciter, persuader, manipuler**

Séduire et influencer le destinataire

Modifier des opinions

Bousculer des comportements

Vendre un produit, un service

### **4°) Un public spécifique**

Les publicités s'adressent à un public spécifique (enfants, adultes, femmes, hommes, personnes âgées, etc.) cf *teen marketing* => publicité pour adolescents sur internet créée en fonction de ses goûts et de ses habitudes (high tech, musique, sport...)

5°) **Analyser une publicité**

Quel produit ou service veut-on vendre ? A qui est-elle destinée en priorité ? Qui veut-on convaincre ? Quel message veut-on faire passer ?