

Thématique : **AFFAIRES**

Auteur :

**Le français des affaires,**

avec la contribution de **Justina Nneka OKOYE** (Nigéria)

## CRÉER UN SLOGAN PUBLICITAIRE

---

**Public :** Etudiants en Marketing

**Niveau :** B1

**Durée :** 1 heure 30 mn

**Tâche à réaliser :** Créer un slogan publicitaire

### 2

Cet ensemble pédagogique a été réalisé par le **Français des affaires** de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Île-de-France, avec la contribution de **Justina Nneka OKOYE**, professeure nigériane exerçant à Nnamdi Azikiwe University à Awka (Nigéria). Ce programme fait partie des actions menées dans le cadre du projet de coopération bilatérale entre les gouvernements français et nigérian « FSP 2014-15, Appui à l'enseignement du français dans l'enseignement supérieur nigérian. ».

# 1. UNE PUB, UN SLOGAN, UN PRODUIT

## Étape 1 - DÉCLENCHEUR

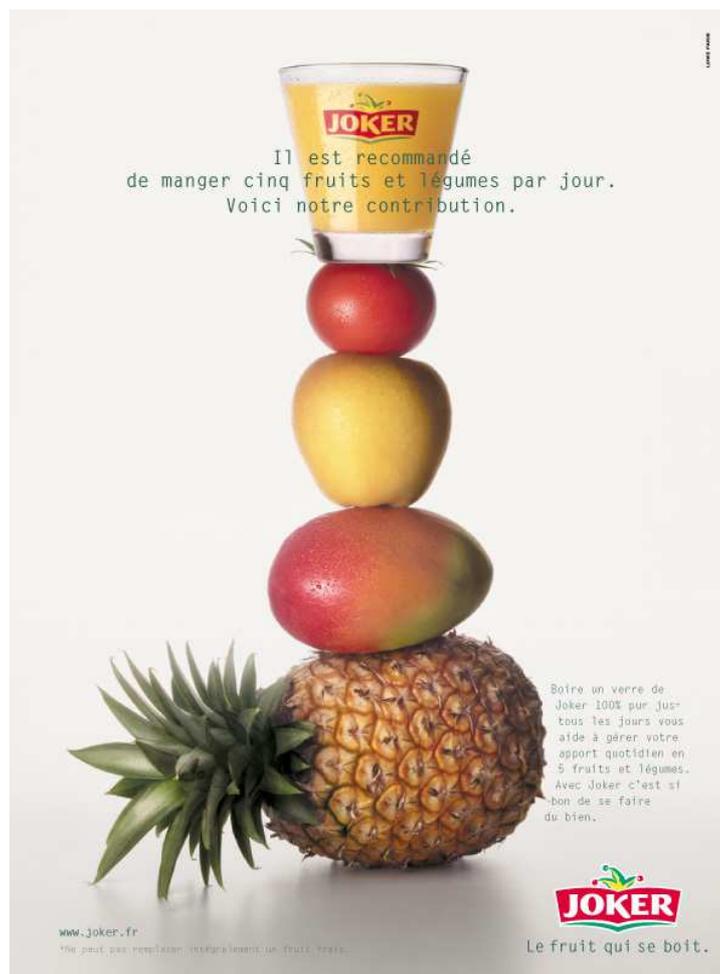
Mise en route  
Découvrez !

### Activité 1 - Mise en route

**Descriptif de l'activité pour l'enseignant :** cette activité vise à sensibiliser les apprenants à la thématique de la séance : le slogan. Cette activité peut se dérouler en grand groupe.

Consigne : Observez ce document.

- Qu'est-ce que c'est? *Une publicité/ Une affiche publicitaire*
- Quel produit est vendu ? *Un jus de fruit*
- De quoi est composé ce produit ? *De plusieurs fruits*
- Selon vous, quel élément du texte correspond au "logan" ? *"Le fruit qui se boit."*



3

Cet ensemble pédagogique a été réalisé par le **Français des affaires** de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Île-de-France, avec la contribution de **Justina Nneka OKOYE**, professeure nigériane exerçant à Nnamdi Azikiwe University à Awka (Nigéria). Ce programme fait partie des actions menées dans le cadre du projet de coopération bilatérale entre les gouvernements français et nigérian « FSP 2014-15, Appui à l'enseignement du français dans l'enseignement supérieur nigérian. ».

## 2. COMPRENDRE UN SLOGAN

### Étape 2 - CONCEPTUALISATION

Comment ça marche ?  
Repérez, observez et réfléchissez !

### Activité 1 - Comprendre le lien entre le slogan et le produit

### Compréhension

**Descriptif de l'activité pour l'enseignant :** activité de compréhension écrite visant à identifier les informations principales des slogans publicitaires, et à deviner à quel produit ils se rapportent.

a) Consigne : Lisez les slogans publicitaires ci-dessous et retrouvez à quels produits ils correspondent.

1. Venez comme vous êtes !
2. En avant les histoires
3. Par amour du goût
4. Le contrat de confiance
5. Réveillez le lion qui est en vous !
6. Vivons mobile !
7. A fond la forme
8. Dites adieu à la saleté !
9. Mon partenaire minceur

**Correction**

- 1 - c
- 2 - b
- 3 - e
- 4 - h
- 5 - g
- 6 - a
- 7 - i
- 8 - f
- 9 - d

 <p>a)</p>	 <p>b)</p>	 <p>c)</p>
 <p>d)</p>	 <p>e)</p>	 <p>f)</p>
 <p>g)</p>	 <p>h)</p>	 <p>i)</p>

4

Cet ensemble pédagogique a été réalisé par le Français des affaires de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Île-de-France, avec la contribution de Justina Nneka OKOYE, professeure nigériane exerçant à Nnamdi Azikiwe University à Awka (Nigéria). Ce programme fait partie des actions menées dans le cadre du projet de coopération bilatérale entre les gouvernements français et nigérian « FSP 2014-15, Appui à l'enseignement du français dans l'enseignement supérieur nigérian. ».

## Activité 2 - Reconnaître le public ciblé et les qualités du produit

## Repérage

- a) Consigne : Pour chacun des 9 produits de l'activité 1, indiquez :
- Le type de consommateur visé (adultes, enfants, adolescents)
  - Le potentiel, les qualités du produit mises en avant par le slogan

**Descriptif de l'activité pour l'enseignant :** activité de compréhension écrite visant à identifier les informations sous-jacentes dans les slogans publicitaires : public ciblé, qualités du produit... L'enseignant pourra faire faire cette activité en binôme.

### Correction

1 – c : Consommateurs : tout public / Qualités : la diversité de ses clients (Venez comme vous êtes).

2 – b : Consommateurs : enfants / Potentiel: suscite la créativité, diversité des récits (les histoires)

3 – e : Consommateurs : adultes (non explicite) / Qualités : le goût

4 – h : Consommateurs : adultes / Qualités : la confiance, le contrat, le sérieux de la marque

5 – g : Consommateurs : tout public / Qualités : force, caractère (le lion)

6 – a : Consommateurs : adultes / Qualités : la mobilité, la liberté

7 – i : Consommateurs : tout public, sportifs / Qualités : le sport c'est la santé (la forme)

8 – f : Consommateurs : adultes (vouvoiement) / Qualités : efficacité (adieu)

9 – d : Consommateurs : adultes / Qualités : fidélité (partenaire), accompagne dans la perte de poids (minceur)

- a) Consigne : Quel est, selon vous, le slogan le plus attirant / accrocheur ? Par quel produit vous laisseriez-vous tenter grâce à sa publicité ? Justifiez votre réponse.

**Descriptif de l'activité pour l'enseignant :** Cette courte activité pourra être proposée comme expression orale ou écrite, dans le premier cas en groupe classe ou en groupes de 3 ou 4 étudiants. L'objectif est d'inviter les étudiants à donner leur opinion et à le justifier.

### 3. ÉCRIRE UN SLOGAN

#### Activité 1 - Les types de phrases du slogan

#### Observation

**Descriptif de l'activité :** activité de repérage des types de phrases/temps verbaux utilisés pour écrire un slogan.

- a) Consigne : En fonction de leur forme (/du type de phrase), classez les 9 slogans de l'activité 2.1 dans le tableau ci-dessous.

<p><b>Vivons mobile !</b> Réveillez le lion qui est en vous ! Dites adieu à la saleté. Venez comme vous êtes.</p>	<p><b>A fond la forme</b> En avant les histoires Par amour du goût Le contrat de confiance Mon partenaire minceur</p>
---	---

- b) Consigne : Relevez les verbes utilisés dans les slogans et dites à quel temps verbal ils sont conjugués.
- Vivons, Réveillez, Dites, Venez
  - Ces quatre verbes sont conjugués à l'impératif
- c) Quelle différence y a-t-il entre les deux types de slogans (répartis en deux colonnes) ?
- Les slogans de la première colonne sont des phrases conjuguées à l'impératif
  - Les slogans de la deuxième colonne sont des phrases sans verbe/nominale

Puis complétez la boîte à outils ci dessous :

**Ecrire un slogan – les types de phrases utilisées**

➔ **La phrase impérative ou injonctive**

Effet produit : le slogan à la forme **impérative** interpelle le public ciblé en s'adressant à lui directement . Il peut donner un ordre, un conseil, une interdiction.

Exemples :

**Vivons mobile !**  
**Réveillez le lion qui est en vous !**  
**Dites adieu à la saleté !**  
**Venez comme vous êtes !**

➔ **La phrase nominale**

Effet produit : le slogan à la forme **nominale** permet un message court qui accélère l'accès au sens.

Exemples :

**A fond la forme**  
**En avant les histoires**  
**Par amour du goût**  
**Le contrat de confiance**  
**Mon partenaire minceur**

6

Cet ensemble pédagogique a été réalisé par le **Français des affaires** de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Île-de-France, avec la contribution de **Justina Nneka OKOYE**, professeure nigériane exerçant à Nnamdi Azikiwe University à Awka (Nigéria). Ce programme fait partie des actions menées dans le cadre du projet de coopération bilatérale entre les gouvernements français et nigérian « FSP 2014-15, Appui à l'enseignement du français dans l'enseignement supérieur nigérian. ».

## Étape 3 - SYSTÉMATISATION

Entraînez-vous !

### Activité 2 A vous !

**Descriptif de l'activité :** cette activité de systématisation permet aux apprenants de réemployer les outils pour promouvoir un produit en écrivant un slogan.

Consigne :

- Dans le tableau, associez chaque produit aux mots-clés lui correspondant (qualités, potentiel du produit...), parmi la liste ci-dessous.
 

a) Amis / Prendre	b) Désir / Café	c) Envie / Vie
d) Hurler / Plaisir	e) Plaisir / Faim	f) Argent / Demander
- Ecrivez un slogan pour chaque produit en utilisant les mots-clés. Vos slogans devront être rédigés sous forme impérative ou sous forme nominale.

Produit	Mots-clés	Slogan*
 <b>Kinder Bueno</b>	<i>Plaisir / Faim</i>	<i>Un plaisir pour les petites faims.</i>
 <b>Curly</b>	<i>Amis / Prendre</i>	<i>Si t'as pas d'amis, prends un curly !</i>
 <b>Le Roy Merlin</b>	<i>Envie / Vie</i>	<i>Et vos envies prennent vie.</i>
 <b>Le Crédit Lyonnais</b>	<i>Argent / Demander</i>	<i>Demandez plus à votre argent.</i>
 <b>Zalando</b>	<i>Hurler / Plaisir</i>	<i>Hurlez de plaisir !</i>
 <b>Carte noire</b>	<i>Désir / Café</i>	<i>Un café nommé désir.</i>

\*Les slogans donnés en correction sont les slogans utilisés par les marques. Plusieurs bonnes réponses sont possibles.

7

Cet ensemble pédagogique a été réalisé par le **Français des affaires** de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Île-de-France, avec la contribution de **Justina Nneka OKOYE**, professeure nigériane exerçant à Nnamdi Azikiwe University à Awka (Nigéria). Ce programme fait partie des actions menées dans le cadre du projet de coopération bilatérale entre les gouvernements français et nigérian « FSP 2014-15, Appui à l'enseignement du français dans l'enseignement supérieur nigérian. ».

## 3. MISE EN SITUATION – TACHE FINALE

### TÂCHE FINALE

**Descriptif de l'activité pour l'enseignant :** dans cette activité, les apprenants sont amenés à réutiliser l'ensemble des contenus travaillés dans la séance pédagogique.

#### Situation :

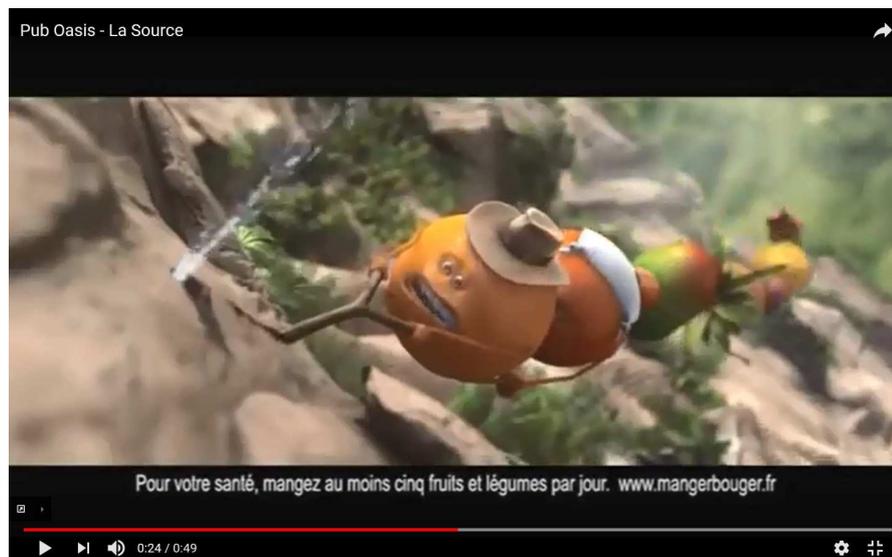
Vous êtes chargé(e) de marketing pour la compagnie Oasis (une marque de boisson sans alcool). Votre responsable demande à toute l'équipe de travailler sur un nouveau slogan.  
Vous visionnez le spot publicitaire du produit (photo ci-dessous).

#### Tâche :

Avec le collègue de votre choix, créez le nouveau slogan publicitaire du produit. Pensez à identifier le public ciblé, les qualités/le potentiel du produit, etc...

**Conseil :** L'enseignant devra interrompre la vidéo du spot publicitaire avant que le slogan ne soit annoncé, c'est-à-dire au bout de 40 secondes maximum.

<https://www.youtube.com/watch?v=TxUibMDXQPU>



### 8

Cet ensemble pédagogique a été réalisé par le **Français des affaires** de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Île-de-France, avec la contribution de **Justina Nneka OKOYE**, professeure nigériane exerçant à Nnamdi Azikiwe University à Awka (Nigéria). Ce programme fait partie des actions menées dans le cadre du projet de coopération bilatérale entre les gouvernements français et nigérian « FSP 2014-15, Appui à l'enseignement du français dans l'enseignement supérieur nigérian. ».

**Conseil aux enseignants :** Des étudiants du groupe peuvent jouer le rôle du responsable et évaluer la performance des chargés de marketing grâce au tableau ci-dessous.

Évaluez la performance des chargés de marketing dans le tableau ci-dessous.

			
Posture professionnelle			
Capacité à toucher le consommateur ciblé			
Capacité à mettre en avant les qualités du produit			
Capacité à séduire le public			