

# Jamais sans ma pub ! 03

## Tâche

La première partie de l'évaluation contient une tâche, **Jamais sans ma pub !**, divisée en quatre activités. Dans la première, les apprenants lisent un article sur la publicité verte. Dans la deuxième, ils écoutent une chronique à la radio sur les sacs publicitaires. Dans la troisième, ils font part de leur opinion sur l'utilisation de ces sacs en réagissant sur un forum. Enfin, dans la quatrième, ils imaginent un spot pour faire la promotion d'une entreprise de publicité verte. Cette tâche suppose une mobilisation des ressources linguistiques présentées et travaillées dans les **unités 5 et 6** de *Défi 3*.

## Ressources à mobiliser

- |                         |  |
|-------------------------|--|
| ✓ Les pronoms indéfinis | ✓ Le discours rapporté au passé            |
| ✓ La forme passive      | ✓ Exprimer la concession                   |
| ✓ Exprimer le but       | ✓ Exprimer la certitude et le doute        |
| ✓ Exprimer une opinion  | ✓ Les connecteurs logiques pour structurer |
| ✓ Exprimer la surprise  | ✓ Le lexique de la publicité               |
| ✓ Le subjonctif passé   |  |

## Activités langagières

Les activités langagières sur lesquelles se fonde l'évaluation sont :

- |                            |                     |
|----------------------------|---------------------|
| ✓ Compréhension de l'écrit | ✓ Production écrite |
| ✓ Compréhension de l'oral  | ✓ Production orale  |

## Activités

La deuxième partie de l'évaluation est composée de six activités relatives aux ressources grammaticales et lexicales. Ces six activités ont été conçues pour évaluer de manière plus ciblée l'acquisition et la capacité d'utilisation des ressources grammaticales et lexicales présentées dans les **unités 5 et 6** de *Défi 3*.

- |  |   |
|--|---|
| <b>1. DANS MA BOÎTE AUX LETTRES</b><br>Les pronoms indéfinis   | <b>4. DES SLOGANS QUI ACCROCHENT</b><br>Le discours rapporté au passé                       |
| <b>2. UNE PUB QUI MARCHE !</b><br>La forme passive   | <b>5. MAIS ACHETEZ-LES !</b><br>Exprimer la concession<br>Exprimer la certitude et le doute |
| <b>3. MESSAGES INSOLITES</b><br>Exprimer le but<br>Exprimer une opinion<br>Exprimer la surprise<br>Le subjonctif passé | <b>6. À VOUS DE CONVAINCRE !</b><br>Les connecteurs logiques pour structurer                |

## Exercice 1

Points .../25

Lisez l'article, puis répondez aux questions.

# Vélocom, le nouveau concept de publicité verte à Bruxelles

Vous les avez peut-être aperçus dans les rues de Bruxelles, ces panneaux publicitaires tirés par des vélos. Il s'agit de Vélocom, un nouveau concept de publicité verte !

RTBF.be / Publié le vendredi 09 mars 2018

**L**a publicité verte, c'est quoi ? C'est une publicité qui ne produit aucun CO<sub>2</sub> puisqu'elle est tirée par des vélos. Mais ce n'est pas tout, le concept de publicité verte va encore plus loin explique Aurel Zola, cofondateur de Vélocom : « On a insisté pour qu'au niveau de la conception aussi on soit à fond dans l'écologie. Les vélos sont récupérés, on les achète en deuxième main et on les retape dans notre atelier. Le métal de l'armature de la bâche et de la vitrine d'exposition est également récupéré. Nous le récupérons auprès d'un artisan soudeur. » C'est d'ailleurs pour cette raison que les vélos sont de couleur verte.

La priorité à l'écologie s'applique aussi aux campagnes qu'ils acceptent de véhiculer explique Charles Druat : « Nous nous permettons de refuser certaines campagnes publicitaires comme tout ce qui nuit à la santé par exemple : alcool et cigarettes. Mais aussi ce qui nuit à l'environnement. Vous ne verrez jamais de publicité pour des concessionnaires ou des marques de pompes à essence sur nos bâches publicitaires ! ».

Aurel et Charles ont décidé de proposer ce type de service car ils trouvaient que les petits commerces de proximité n'avaient pas beaucoup de possibilités pour faire parler d'eux à des prix corrects. Résultat : beaucoup de petits commerces ferment leur porte faute de visibilité. Aujourd'hui des banques, des festivals, des petits magasins et des musées se sont déjà laissés séduire par Vélocom...

## Vous choisissez le jour et le quartier

Les campagnes publicitaires durent entre 4 et 6 jours et quotidiennement les vélos circulent 4 à 6h (en général, c'est 4 jours et 6h/jour).

Nous avons fait le calcul pour voir à combien revient une campagne publicitaire Vélocom :

**Les bâches :** 50€ de l'heure.  
Si on prend 6h/jour pendant 4 jours, ça fait 1200€.

**La vitrine :** 60€ de l'heure.  
Si on prend 6h/jour pendant 4 jours, ça fait 1440€.

En comparaison, une campagne publicitaire pour un panneau de 2m<sup>2</sup> vertical dans 56 stations de métro de la STIB, coûte par semaine :

14 350€ pour 100 panneaux  
28 700€ pour 200 panneaux  
43 050€ pour 300 panneaux

Charles Druat, cofondateur de Vélocom : « Le samedi est définitivement le jour le plus demandé de la semaine car les gens ont le temps de se promener et de faire les magasins. Il y a donc un plus gros impact. En semaine, c'est plutôt le mercredi vu que les parents prennent généralement congé pour s'occuper de leurs enfants. » En ce qui concerne le quartier c'est vous qui choisissez ! L'avantage des vélos c'est qu'ils ont accès à des endroits où les voitures publicitaires n'ont pas accès. Pensez au piétonnier par exemple : les vélos ont le droit d'y circuler et

attirent facilement le regard des passants.

Vélocom propose deux types de publicités : la bâche sur laquelle vous imprimez ce que vous voulez et la vitrine d'exposition dans laquelle vous pouvez exposer des articles de votre magasin ou simplement la remplir d'affiches afin d'obtenir une visibilité à 360 degrés. Les bikers répondent également aux éventuelles questions des passants explique Aurel Zola : « Ce sont de véritables ambassadeurs de la marque. Ils ne sont pas juste là pour pédaler, il y a un véritable travail de communication derrière. »

Qu'il pleuve, qu'il vente ou qu'il neige, les vélos sont de sortie mais à certaines conditions... En effet, si le vent souffle à plus de 20km/h, les vélos sont en incapacité de sortir les bâches car ce serait trop dangereux. La bâche est en effet trop légère que pour résister à de grands vents.

## Une publicité qui attire l'œil

Nous avons demandé aux passants dans la rue ce qu'ils pensent de ce type de publicité... et leur réaction était plutôt positive. Ce monsieur, fan de mobilité douce, s'est d'ailleurs arrêté pour prendre les vélos en photo : « C'est plus lent que ce que l'on a l'habitude de voir. J'ai donc l'impression que c'est une forme de communication qui va être reçue plus facilement que les autres types de communication qu'on voit partout ». Un peu plus loin, un autre monsieur dégaine son smartphone pour immortaliser l'instant : « Je l'ai vu au loin donc je me suis approché pour voir le vélo de plus



Prénom et nom : .....

Classe : .....

Date : .....

près. J'ai pris une photo que je vais partager sur Facebook parce que je trouve ça génial comme concept ! Pas de CO<sub>2</sub> et pas de bouchons, c'est vraiment pratique. » Il explique même qu'il pourrait se laisser tenter par ce nouveau concept de publicité s'il avait un commerce à mettre en avant... Cette jeune fille trouve que les panneaux sont beaux et attirent l'œil : « Dans les arrêts de bus, les affiches sont souvent abîmées, on y fait plus trop attention. Ici les vélos bougent avec la publicité donc ça attire l'œil. »

La start-up voit les choses en grand, les vélos sandwiches arriveront bientôt à Liège, Namur, Gand et Anvers.

### Pas les premiers à proposer de la publicité écologique

L'entreprise *Eco street communication* lancée par deux jeunes Carolos Géry Boschenski et François Wartel propose aussi une publicité écologique. Leur business : tagger les rues des villes avec de la publicité écologique mais surtout PROPRE.

Comment font-ils ? Concrètement, vous choisissez votre design, ils le découpent dans un pochoir métallique et ensuite ils vont tagger les endroits de la ville les plus fréquentés par les piétons à l'aide d'un nettoyeur haute pression et d'eau de pluie récupérée. Votre visuel se retrouve donc imprimé là où il y a du passage : des

arrêts de bus, passages pour piétons les bancs dans les parcs... Le principe écologique de leur publicité a des limites si on prend en compte qu'ils se déplacent en camionnette et qu'ils utilisent un groupe électrogène pour faire fonctionner le matériel.

### Une publicité légale

C'est tout à fait légal parce qu'il y a un vide juridique en la matière. La loi stipule qu'il est interdit d'apposer des publicités sur le domaine public. Or, *Eco street communication* ne fait que retirer de la crasse sans rien apposer et rien n'interdit de nettoyer le domaine public... Ce sont des petits malins...

1. Une nouvelle forme de publicité est apparue récemment. Pourquoi s'appelle-t-elle : « publicité verte » ? Expliquez avec vos propres mots.

.....  
.....

2. Afin de suivre complètement leur philosophie de publicité verte, les fondateurs de *Vélocom* ont décidé de ne pas accepter de campagnes publicitaires concernant :

1) .....

Exemples : .....

2) .....

Exemples : .....

3. Pour quelles raisons Aurel et Charles, les fondateurs, ont-ils imaginé la publicité verte ?

.....  
.....

4. Dites si ces affirmations sont vraies ou fausses et justifiez vos réponses.

a) Une campagne publicitaire chez *Vélocom* est plus coûteuse qu'une campagne d'affichage classique.

☐ Vrai ☐ Faux

Justification : .....

b) Il y a davantage de demandes de publicité le samedi car c'est plus efficace sur les gens.

☐ Vrai ☐ Faux

Justification : .....

c) La publicité à vélo est limitée à certains quartiers de la ville.

☐ Vrai ☐ Faux

Justification : .....

5. Quels sont les deux supports publicitaires proposés par *Vélocom* ?

.....  
.....

Prénom et nom : .....

Classe : .....

Date : .....

6. Quelle condition météorologique empêche la circulation des vélos de chez *Vélocom* ?

- ☐ Le vent. ☐ La pluie. ☐ La neige.

7. Qu'en pensent les personnes interrogées dans la rue ? Choisissez les trois résumés corrects.

- ☐ C'est une publicité originale et très colorée. De plus, c'est gratuit !  
☐ Comme les vélos roulent doucement, c'est un moyen de communication plus visible et plus efficace.  
☐ Ce concept n'est pas nouveau, on l'a déjà vu avant dans d'autres pays européens.  
☐ C'est une bonne idée car c'est une publicité non-polluante.  
☐ On va plus facilement regarder les affiches publicitaires car elles se déplacent, cela attire le regard.  
☐ Toutes les agences de publicité vont vouloir faire la même chose, cela va créer de la concurrence.

8. L'idée de la publicité verte n'est pas nouvelle. Une autre entreprise belge avait commencé avant *Vélocom*. Complétez sa fiche d'informations.

Nom de l'entreprise : Eco street communication

Créateurs : Géry Boschenski et François Wartel

Idée de base : .....

Fonctionnement : .....

Limites : .....

Légalité ? : .....



## Exercice 2

Points .../25

La publicité vous intéresse beaucoup et vous écoutez une chronique sur le sujet à la radio.

Répondez aux questions.

1. De quel sujet va traiter la chronique du journaliste ?

- ☐ Faire de la publicité économique et écologique.  
☐ Vivre dans une société sans publicité.  
☐ Investir dans les entreprises non-polluantes.

2. Dites si ces affirmations sont vraies ou fausses.

- |  |                               |                               |
|--|-------------------------------|-------------------------------|
| a) La publicité envahit notre société.                                   | <input type="checkbox"/> Vrai | <input type="checkbox"/> Faux |
| b) C'est facile pour les entreprises de faire de la publicité.           | <input type="checkbox"/> Vrai | <input type="checkbox"/> Faux |
| c) La publicité que font les entreprises est en général très écologique. | <input type="checkbox"/> Vrai | <input type="checkbox"/> Faux |
| d) La société ne veut plus subir la pollution publicitaire.              | <input type="checkbox"/> Vrai | <input type="checkbox"/> Faux |

Prénom et nom : .....

Classe : .....

Date : .....

**TÂCHE UNITÉS 5 ET 6 - TOTAL .../100**

**3.** Comment le journaliste a-t-il découvert un nouveau type de publicité ? Choisissez le bon résumé.

- ☐ En se promenant dans la rue, il a remarqué que beaucoup de gens portaient des vêtements sponsorisés.
- ☐ En allant dans sa nouvelle école de langues, on lui a proposé de distribuer bénévolement des prospectus en papier recyclé
- ☐ En faisant des achats, on lui a offert des sacs avec le nom des entreprises imprimé dessus.

**4.** Comment s'appelle ce phénomène et quelles sont ses caractéristiques ? Citez-en 5.

.....

.....

.....

.....

**5.** Quels sont les avantages pour les clients et les entreprises ? Complétez le tableau avec vos notes.

Clients	Entreprise
- C'est rigolo.	-
-	-

### Exercice 3

Points **.../25**

Vous souhaitez réagir à la chronique que vous venez d'entendre sur les sacs publicitaires.

Vous écrivez un message sur le forum de manière structurée : vous partagez d'abord votre expérience dans l'utilisation des sacs publicitaires, puis vous en expliquez les avantages et les inconvénients. Finalement, vous donnez votre opinion personnelle sur les sacs publicitaires.

Écrivez environ 160-180 mots.

### Exercice 4

Points **.../25**

Les fondateurs de Vélocom vous proposent de créer un petit spot publicitaire, qu'ils publieront sur leur site Internet, pour faire leur promotion auprès des entreprises.

À deux, imaginez une conversation entre deux propriétaires de magasins dans une petite ville de France.

L'un ne connaît pas du tout le concept de la publicité verte, il exprime sa surprise lorsqu'il aperçoit un vélo vert dans la rue. L'autre connaît très bien le projet, il lui explique brièvement le fonctionnement et le convainc d'essayer.

Ils parlent également de la publicité écologique, ils partagent leurs opinions.

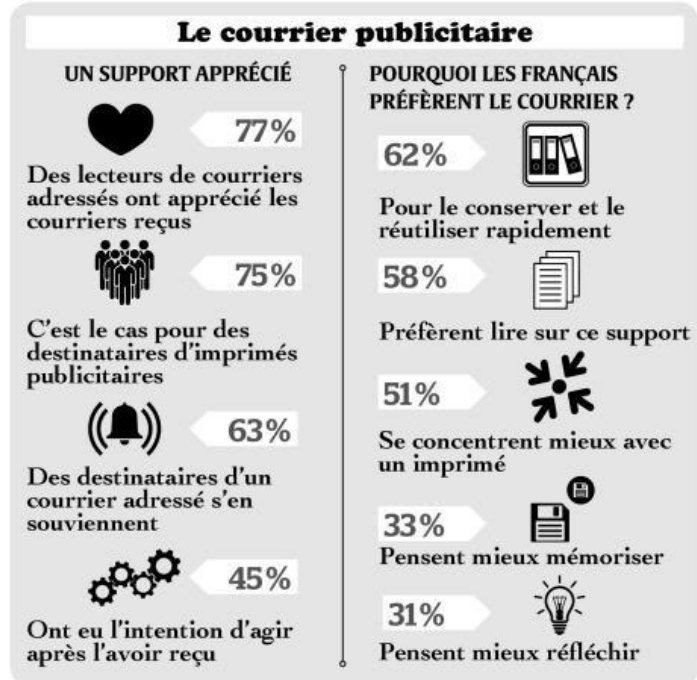


### Exercice 1

Points .../10

Vous lisez une infographie intéressante sur les dépliants publicitaires que l'on reçoit souvent dans nos boîtes aux lettres. Présentez les résultats qui vous interpellent le plus en faisant cinq phrases à l'aide des pronoms indéfinis : *aucun(e), quelques-un(e)s, certain(e)s, etc.*

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....



### Exercice 2

Points .../10

Que faut-il pour que les imprimés publicitaires aient un effet sur le consommateur ?  
Transformez ces recommandations en utilisant les différentes formes passives.

1. On lit le slogan facilement.

.....

.....

2. On voit bien le message.

.....

.....

3. L'annonceur a choisi des couleurs vives.

.....

.....

4. On a imprimé la publicité sur du papier recyclé.

.....

.....

5. On ne manipule pas le lecteur avec de fausses informations.

.....

.....

Prénom et nom : .....

Classe : .....

Date : .....

### Exercice 3

Points .../15

Dans votre boîte à lettres, vous avez reçu ces trois publicités plutôt... originales.



**VOYANCE!**

Je suis <b>médium</b> hyper clairvoyant, spécialiste des boules de cristal.	En 5 minutes <b>seulement</b> , je regarde la régularité de vos dents _____ vous prédire l'avenir.
---	--

150 euros la séance.  
Contactez-moi sur mon site \_\_\_\_\_ réserver votre séance !



**VEZ CHEZ BRICOLAND!**


**Offre spéciale :** pour un seul rouleau de papier peint acheté, recevez-en 42 gratuits et une échelle offerte !

Nous faisons cette offre \_\_\_\_\_ vous puissiez refaire toute votre maison !

Valable seulement dans la limite des stocks disponibles.

Nous avons ouvert la première entreprise de **plantes-sitting** en ville ! \_\_\_\_\_ vous soyez tranquilles, nous venons garder vos plantes pendant que vous n'êtes pas là, nous leur parlons \_\_\_\_\_ elles se sentent moins seules.

Tarif : sur demande.



Complétez leur message avec les expressions du but (*pour, pour que, afin de, afin que*) puis proposez cinq phrases au subjonctif (présent ou passé) afin d'exprimer votre opinion ou votre surprise.

Exemple : Je trouve ça bizarre qu'un homme puisse / ait pu prédire l'avenir en cinq minutes.

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....

Prénom et nom : .....

Classe : .....

Date : .....

**Exercice 4**

Points .../15

Vous avez écouté ces slogans publicitaires à la radio. Vous expliquez à un(e) ami(e) ce que vous avez entendu à l'aide du discours rapporté au passé. Variez les verbes introducteurs !

- |   |   |   |   |  |
|---|---|---|---|--|
| <p><b>1.</b></p> <p>Le beurre<br/><b>MINISTRE :</b><br/>hum !<br/>On peut respirer<br/>le bon air des vaches.</p> | <p><b>2.</b></p> <p>Buvez l'eau<br/><b>VITALE</b><br/>et vous n'aurez<br/>plus jamais soif.</p> | <p><b>3.</b></p> <p>Les baskets<br/><b>ADNIK :</b><br/>jusqu'où êtes-vous<br/>allé avec elles ?</p> | <p><b>4.</b></p> <p>Les pâtes<br/><b>ZANI :</b><br/>vous mangez comme<br/>quand vous étiez<br/>chez votre Mama.</p> | <p><b>5.</b></p> <p>Les jus de<br/>légumes frais<br/><b>RETOX :</b><br/>on va se boire<br/>un petit vert ?</p> |
|---|---|---|---|--|
1. Ils ont dit qu'avec le beurre *Ministre*, on .....
2. Ils ont affirmé qu'avec l'eau *Vitale*, .....
3. ....
4. ....
5. ....

**Exercice 5**

Points .../30

Les annonceurs seraient prêts à tout pour vous convaincre d'acheter un objet ! Complétez l'argumentaire de chaque produit avec les mots de la concession proposés et conjuguez les verbes à la forme correcte.

même si

malgré

bien que


pourtant

cependant

néanmoins

quand même

Alors, optez pour  
la brosse à dents  
**DESTRUKTOR :**  
**le mini robot qui nettoiera  
vos dents à votre place !**



Voici une **brosse à dents révolutionnaire**,  
résultats de plusieurs années de recherche en  
laboratoire avec notre équipe de scientifiques.  
Vous pensez bien vous brosser les dents.  
\_\_\_\_\_, ce n'est pas le cas. Il est évident  
qu'il reste des centimètres de plaque sur vos dents,  
\_\_\_\_\_ vous \_\_\_\_\_ (penser) le contraire.

Nous sommes sûrs que vous ne \_\_\_\_\_ (pouvoir) plus  
jamais vous en passer et nous doutons que vous \_\_\_\_\_  
(pouvoir) trouver plus efficace !



Prénom et nom : .....

Classe : .....

Date : .....

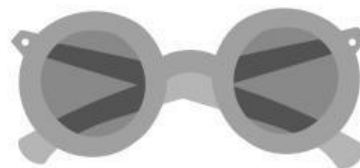
ACTIVITÉS UNITÉS 5 ET 6 - TOTAL .../100

Vous utilisez au quotidien le petit stylo en plastique que tout le monde connaît ? Il est pratique, n'est-ce pas ?

....., vous savez qu'il y ..... (avoir) toujours un moment où il s'arrête d'un seul coup, ..... vos efforts pour le faire fonctionner... Il est clair que cela ne ..... (pouvoir) pas continuer.

C'est pourquoi vous utiliserez bientôt nos stylos *Infinis*, **ceux qui ne tombent jamais en panne**. Grâce à notre technologie avancée, notre encre spéciale ne s'épuise jamais. Vous pourrez écrire autant que vous voulez sans vous inquiéter !

Vous devrez ..... les recharger une fois par an, ce qui n'est rien du tout comparé aux économies que vous ferez !



Oh non, vous avez encore oublié vos lunettes de soleil dans le bus ? Ou vous les avez laissées à la maison parce que vous n'étiez pas sûr qu'il ..... (faire) beau aujourd'hui ? ....., vous étiez sûr de les ..... (avoir). Mais c'est une véritable catastrophe avec ce soleil qui vous éblouit !

Plus de problème avec nos lunettes *Anti-tête-en-l'air* : dès que vous les oubliez, **une alerte retentit sur votre smartphone**. Ainsi, vous êtes sûr d'y ..... (penser).

Grâce à leur protection UV très développée, ..... vous regardez le soleil de face, vous ne serez pas aveuglé.

N'hésitez plus, achetez-les !

Exercice 6

Points .../20

Vous avez aussi envie de vous lancer dans la pub ! Choisissez un des objets proposés et construisez un mini argumentaire efficace mais original (en quelques lignes) pour convaincre les consommateurs de l'acheter. Utilisez cinq connecteurs logiques pour structurer votre texte.



.....

.....

.....

.....

.....