

# Le cyclomoteur, objet de publicité

## Ce que l'élève doit retenir

- ◆ Les arguments de vente d'un produit correspondent-ils à ceux de son utilisation et de ses risques ?

### Objectifs disciplinaires

Etude de l'image  
Argumentation

### Objectifs sécurité routière

Comparer les arguments de vente d'un deux roues et les conditions de son utilisation, les risques qu'il présente.

## Activités

- Faire apporter par les élèves des publicités de cyclomoteurs découpées dans des magazines.
- Travail en groupe : choix d'une publicité et analyse, à l'aide de la grille proposée dans la suite de cette fiche. Présentation de l'analyse par un rapporteur, synthèse au tableau des arguments repérés.
- Prolongement:
- exercices d'expression écrite.

### Exercice 1

Construire un développement argumentatif en quatre paragraphes ou plus, présentant les avantages du cyclomoteur et reconnaissant les limites ou les risques de son utilisation, donc les exigences qu'il impose à son utilisateur.

### Exercice 2

Imaginer une scène familiale au cours de laquelle un adolescent discute avec ses parents de l'intérêt d'avoir un cyclomoteur.

L'adolescent présente les raisons de sa requête ; les parents lui objectent les risques qu'il encoure et lui rappellent les qualités du bon usager.



## Fiche élèves

Travail en groupes – suivi d'un compte rendu.

### Objectifs :

Maîtriser ce moyen d'expression, démonter la stratégie publicitaire : analyser de façon critique les images, les mises en scène, les textes, pour préciser leurs finalités.

### Situations :

Groupes de deux ou trois élèves.

Observer les images publicitaires apportées sur le thème du "cyclomoteur"; rappeler le but de la publicité et ses moyens d'expression.

Choisir une image, la plus éloquente, pour mener une analyse.

### Temps :

une ou deux séances d'une heure.

### Progression de l'analyse :

- Situer le document (magazine, journal, affichage urbain, T.V.); le dater.
- Références de l'objet vanté (objet, marque).
- Étude de l'image :
  - nombre de pages,
  - dessin : proportion (%), situation par rapport au texte,
  - contenu du dessin : plans, prise de vue, personnages-relais, décor, couleurs,
  - références culturelles,
  - quels arguments suggèrent ces éléments du dessin ?
- Étude du texte :
  - caractères typographiques : types, tailles, couleurs, emplacement,
  - catégorie du texte : récit, discours ; émetteur, destinataire,
  - type de texte : narratif, descriptif, explicatif, injonctif,
  - registre de langue : familier, courant, soutenu (technique) : influence d'une langue étrangère,
  - slogan : jeu de mots, sonorités, tonalité,
  - arguments cités, ordre d'importance.

Conclusion de l'analyse: objectifs du document: informer et persuader.

Type(s) de consommateurs concernés, milieu socioprofessionnel.