

PROJET SECONDE : TOYOTA COMMERCIAL

Ce projet va de pair avec la vidéo intitulé « toyota-vios » qui est une publicité anglaise (je n'ai pas l'origine exacte) de 30 secondes.

Il est évidemment adaptable à différents niveaux (je l'ai fait en seconde) tant le support est riche, de plus muet.

Aucune anticipation n'est nécessaire, je pense qu'il faut laisser les élèves découvrir la publicité d'eux mêmes, comme ils le feraient dans la vie de tous les jours. Trop d'anticipation risque également de gâcher la surprise –redoutable- de cette pub.

Objectif méthodologique : analyse d'une publicité

Objectifs linguistiques : BE+ING

formulation d'hypothèses + probabilité dans le passé

Be going to

to stop / start + Ving

I) Première partie (peut couvrir une séance ou plus) : Watching and commenting the video.

1) Premier visionnage : début -> 7 secondes de vidéo

Noter au tableau : « describe ».

Les élèves savent que le visionnage de la suite est conditionné par leur participation, d'où l'intérêt de s'arrêter à un moment étrange (lorsque le jeune homme s'arrête de courir), pour que les élèves soient motivés à parler dans l'espoir de voir la suite (on égaye leur curiosité).

On peut ici rebrasser le BE+ING :

A man (young man) is running on a road / is jogging / alone

He is also listening to music

➔ *he is running while listening to music*

But suddenly he stops running (occasion d'amener to stop + Ving) because he saw something on the side of the road.

Soit les élèves poursuivent tout seuls en émettant des hypothèses sur ce qu'il a pu voir sur le côté de la route, soit on les aide en écrivant « what ? » au tableau. On peut éventuellement leur faire formuler la question : « what did he see ? » pour qu'ils s'interrogent entre eux. Chacun peut alors donner son avis personnel. On peut rebrasser ici les modaux à valeur épistémique :

He might / may / must have seen (on introduira cette structure si elle n'est pas encore connue) a beautiful woman on the side on the road.

Maybe / Perhaps he saw something strange

He may have seen / witnessed (si on souhaite complexifier) a (car) accident

(...) on laisse parler l'imagination des élèves jusqu'à épuisement des idées.

2) 00 :07 -> 00 :12

La présence incongrue de la voiture va probablement étonner les élèves qui vont se douter que quelque chose de louche se prépare peut-être.

Si les élèves ne commencent pas à s'exprimer d'eux mêmes, on peut noter « what ? » une nouvelle fois et faire formuler une nouvelle fois la question : « what did he see ? » pour qu'ils se la posent afin d'obtenir :

He stopped running because he saw a car.

On peut rajouter « why ? » bien que ce ne soit pas nécessaire :

He seems to like the car.

On peut maintenant rajouter au tableau : “and now?”. On essaiera de faire formuler la question « what is he going to do ? ». On rebrassera donc BE GOING TO

*Maybe he's going to get in the car / steal the car
He's probably going to have a look at the car*

(...) On laisse parler jusqu'à épuisement des idées.

3) 00 :12 -> 00 :13

On ne peut laisser ici qu'une seconde de visionnage. Ou alors on choisit de ne pas couper là et de montrer la fin tout de suite. Je pense qu'une coupure ici est encore source d'interrogation pour les élèves et donc source de parole.

Il s'agit d'être précis dans l'arrêt (télécommandes exclues !!!) car une demi-seconde de trop et la surprise est révélée !

Pour inciter à la prise de parole, on peut exprimer (par le visage) une expression de surprise et d'étrangeté afin que les élèves soient poussés à s'exprimer. Sinon on peut simplement noter « car ? » ou « problem with the car ? » et faire éventuellement formuler la question par les élèves : « what's the problem with the car ? ».

The car is not true / real, it is fake. It is made out of cardboard. It is falling down.

Si nécessaire, on notera l'amorce “why?” pour obtenir une question : « why is the car fake ? ».

On utilise là aussi l'hypothèse :

*Maybe someone is playing a joke / a dirty trick
The man was tricked.*

On peut maintenant leur demander ce qu'il va se passer maintenant. C'est une question risquée car ce n'est absolument pas évident et peut-être que les élèves n'auront pas beaucoup d'idées :

The man is going to leave / start running again.

Les élèves se rendront bien compte que ces explications ne sont pas satisfaisantes car ils auront probablement compris à ce stade qu'il s'agit d'une publicité et qu'une telle pub –si elle s'arrêtait là – ne serait pas très intéressante.

Il faut donc couper court au suspense assez vite.

4) 00 :13 -> fin (00 :30)

On laisse les élèves décrire d'abord :

*There was a monster coming out of the lake very quickly / rapidly.
It ate / caught / grabbed the man. It went back into the lake with the man.
It was a horrible / awful / scary / disgusting monster.*

Ou on peut à ce moment-là introduire “what has just happened?” pour rebrasser le HAVE+EN.

On peut maintenant revenir à la question : “why is the car fake ?” produite par les élèves:

The car was fake because it was (used as a) a bait for the monster. The monster used it to catch preys / to feed itself.

On peut maintenant leur demander le type de document:

It s an advertisement / a TV commercial for a car / a Toyota car.

II): Analysis of the commercial

Si on commence la deuxième séance avec l'analyse, on peut récapituler tout ce qui a été fait avec la fiche suivante (qui peut aussi être donnée en homework) trouvée sur le site académique de Montpellier :

Have you seen this commercial before? yes / no?

Do you know the product/service advertised in this commercial? yes/no?

A product / A service / A campaign?

Brand / company / trademark: _____

Type of product (a beverage, a car, etc.) _____

We can see the product at the beginning / at the end / all the time / at times only / never / once / twice / _____ times.

Slogan / catch phrase:

The slogan is easily understandable: yes / no?

Length of the commercial: _____ seconds

The commercial tells a story yes / no?

Genre: comedy, thriller, romance, adventure, horror, science-fiction, _____

Avant aller plus loin, on peut faire faire un petit « matching exercise » spécifique au vocabulaire de la publicité :

An ad	•	•	the person/company that pays for the ad
An advertiser	•	•	a poster or a page in the press to advertise for a product
Advertising	•	•	an ad on TV or radio
To advertise products	•	•	the professional activity of producing ads and promoting products
Publicity	•	•	to inform people about a product
A commercial	•	•	information or action intended to attract the public's attention

On peut maintenant faire produire les questions suivantes :

-who is the advertiser ?

-what service or product is advertised ?

-what is the slogan ? (réponse: *The irresistible Vios, you'll want one*)

-what is the logo? (on peut tester ici la mémoire visuelle des élèves en leur demandant de venir dessiner le logo de Toyota au tableau).

La recap sera la suivante :

The advertiser is Toyota, a car brand. The new Vios is advertised with the following slogan : "The irresistible Vios, you'll want one". The logo is : (dessin).

On leur demande de décrire l'atmosphère générale de la pub et de justifier (on pourra passer ici par une phase écrite d'abord pour les aider à mobiliser leurs idées).

The atmosphere is calm at first but then it becomes mysterious / uneasy because of the awkward setting and the presence of the car. It is then very / really / definitely scary because of the monster.

It's like in a horror movie / It looks like a horror movie.

On peut maintenant distribuer une fiche d'analyse (voir page suivante) qui pourra être utilisé pour d'autres publicités.

Les étapes un et deux ont déjà été faites. Plusieurs pistes de travail sont possibles pour réaliser les tâches trois et quatre (réflexion, prise de recul et avis personnel).

Une peut être donné à la maison (la partie « react » par exemple).

Pour la partie trois, on peut demander aux élèves d'écrire leurs réponses d'abord, puis leur demander leur avis à l'oral et de se justifier. Il vaut mieux lire ensemble la fiche d'abord pour élucider le vocabulaire non connu.

Fiche d'analyse :

How to talk about an advertisement ?

1) Identify

Who is the advertiser? What product or service is advertised?

2) Describe

(Utiliser les éléments de localisation dans le cas d'une image).

Describe the different elements, the logo, the slogan, the catchphrase.

General atmosphere ? *sad / romantic / funny / crazy / serious / ironical / mysterious / unusual / relaxed / tense / ordinary*

3) Analyse

- What is the target audience?

men, women children, teenagers, adults = grown-ups, middle-aged people, elderly people, smokers, sport-lovers, well-off people, working people, the housewife, a professional group, anybody,

sex:

male / female?

age group:

<7 7-14 15-19 20-25 26-35 36-55 >55

marital status:

single / married / divorced / indifferent

income group:

upper class / middle class / working class / unemployed / any social class

- What is the purpose of the ad?

to inform / to persuade / to convince / to promote / to entertain / to amuse / to influence people's attitudes and behaviour / to convey values / to pass on a message / to shock / to surprise / to boost sales / to _____

- The advertiser makes us feel / believe / think.....

wants us to.....

4) React / Personal opinion

- do you like the ad?

-In my opinion, the ad is good / attractive / effective / successful / boring / banal / uninteresting.

Justify.

-Are you convinced? Do you think the ad is convincing? Why?

Partie 3) : proposition de trace écrite :

The target audience can be men (because they can identify with the man running), adults, especially well-off people since the product is a car. We can assume that the potential

customer's age is between 20 and 25 because this ad appeals more to young people. We can't really identify the marital status; it is not clear. The potential customer belongs to the middle or upper class since he must have money to buy such a car.

The purpose of the ad is to / the ad aims at surprising people.

The advertiser makes us feel scared and shocked. He wants us to be attracted by the product.

Pour la partie 4), on peut le demander par écrit (en homework) ou faire les « pros » et « cons » en classe (les élèves risquent de ne pas être tous d'accord).

On peut imaginer demander le même travail d'analyse sur un pub « papier » cette fois-ci, soit en homework noté, soit en évaluation. On peut leur demander de choisir une pub ou présenter quelques modèles.

Voici quelques exemples d'Eastpak :



