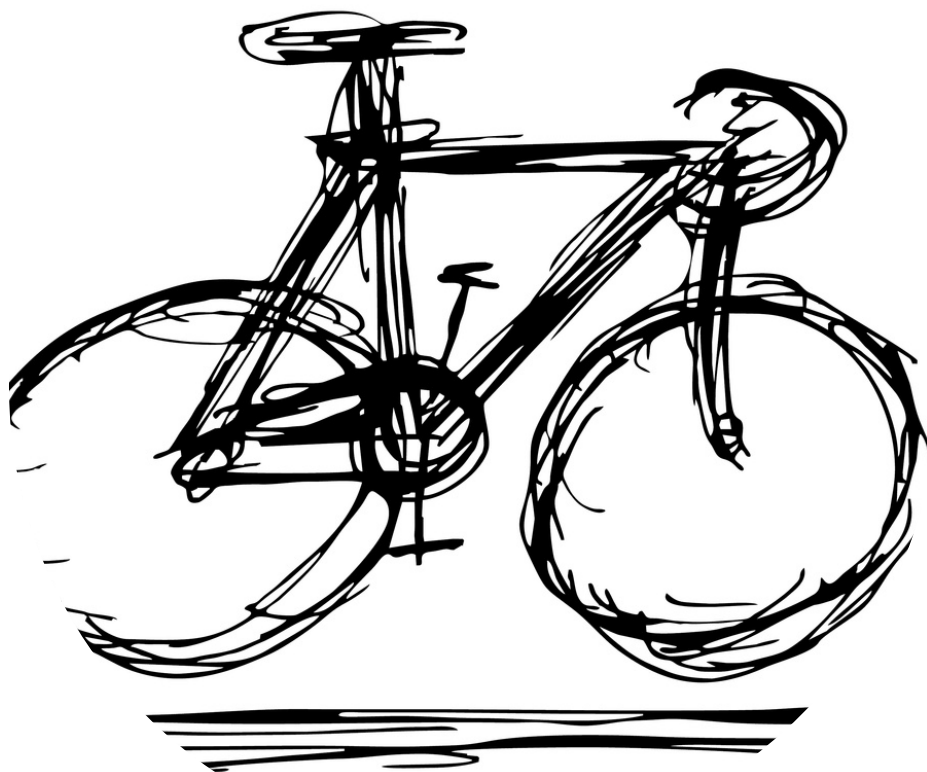


ACTIVITÉ LANGAGIÈRE

LA MOBILITÉ & LE MOUVEMENT

Créer & présenter une campagne de sensibilisation



By Creafrench

Intro

Tu connais Bob, bien évidemment ! C'est lui qui a appris aux Belges à ne pas conduire quand ils ont bu. Vu qu'en général les campagnes de sécurité routière ne s'adressent pas à des jeunes de ton âge, tu vas toi-même prendre les choses en main et **mettre sur pied une campagne visant à sensibiliser les adolescents et les jeunes adultes aux dangers de la route ou à l'importance d'utiliser de nouvelles formes de mobilité.**

Tu peux aussi t'inspirer de la campagne danoise pour stimuler le port du casque parmi les ados!

Avant de te lancer et de partir à la recherche d'une idée, regarde les affiches suivantes : elles sont issues de campagnes de sécurité routière belges, françaises, luxembourgeoises ou canadiennes.

Analyse une affiche au choix en suivant **la grille** proposée à la page suivante.

- Prépare soigneusement cette analyse en répondant aux questions et en pensant aux questions supplémentaires qu'on pourrait te poser ;
- Présente ton analyse à un autre élève de ta classe. Ecoute-le ensuite présenter l'analyse de son affiche. Donnez-vous du feedback en complétant la grille d'évaluation.
- Maintenant que tu sais ce qui marche bien et ce que tu dois encore améliorer, perfectionne ta préparation.
- Prêt ? Présente alors ton analyse à ton prof.



Analyse d'une affiche - (numéro de l'affiche choisie)

Type de pub ?

Informative / argumentative / incitative / parodique

Schéma de la communication

- **Qui?** Qui envoie le message?

.....

- **A qui?** Qui est le public-cible?

.....

- **Dit quoi?** Quel est le message qu'on veut transmettre?

.....

- **Avec quels effets?** Quel est le but de cette pub?

.....

Les images

- Qu'est-ce qui saute aux yeux en premier ?

.....

- Qu'y a-t-il au premier plan ?

.....

- Qu'y a-t-il à l'arrière-plan ?

.....

- Personnages (qui ? quoi ? sentiments exprimés ?)

.....

Slogan et d'autres éléments textuels

- Quelle est l'accroche / Quel est le slogan?

.....

- En quoi le slogan est-il efficace?

.....

- En quoi le texte est-il bien lisible?

.....

- En quoi le lien entre le texte et l'image est-il clair?

.....

Opinion personnelle

- Aspects réussis

.....

- Aspects moins / non réussis

.....

1

**SANS CASQUE À VÉLO,
VOTRE ENFANT RISQUE
PLUS QU'UN BOBO.**

Le port du casque devient obligatoire à partir du 22 mars 2017 pour les enfants de moins de 12 ans.

**SÉCURITÉ ROUTIÈRE
TOUS RESPONSABLES**

Logo of the French Republic and the Ministry of the Interior.

2

- perte de contrôle
- réflexes ralentis
- diminution de la vigilance

... SUR LA ROUTE LE CANNABIS FAIT 230 MORTS PAR AN.

Pour en savoir plus
www.cannabisetconduite.fr

ÉCOUTE CANNABIS
0 811 91 20 20

Logo of the French Republic, MILDOT, and CRANGÉENS.

3

**SÉCURITÉ ROUTIÈRE
TOUS RESPONSABLES**

TON DERNIER MESSAGE
M'A LAISSÉ DE MARBRE

AU VOLANT : PAS DE TELEPHONE !

Logo of the French Republic and the Prefecture of Seine-et-Marne.

4

AU VOLANT LE TÉLÉPHONE PEUT TUER

Logo of the French Republic and the Ministry of the Interior.

5

**GSM
au volant,
t'es vu
comme...**

1-CON-100

Logo of the French Republic and the Ministry of the Interior.

6



7



Ville de Lyon

8



Bruxelles Mobilité

9



Luxembourg

10

La championne olympique belge de gymnastique, Nina Derwael a participé à la campagne contre les dangers de l'utilisation du GSM au volant, menée par l'institut Vias en partenariat avec Baloise Insurance. **[Clique ici pour regarder le spot télévisé "Volant en main, GSM éteint".](#)**

Tu as pris connaissance de différentes campagnes de sensibilisation et tu as pu analyser les moyens utilisés pour sensibiliser le public.

Via la vidéo suivante, tu vas pouvoir résumer les points importants dont il faut tenir compte pour réaliser une bonne campagne de prévention.

Vidéo - Le Monde

Campagnes de prévention : comment faire la pub d'un changement de comportement ?

Regarde la vidéo et réponds aux questions suivantes:

1 - De quel type de pub parle-t-on dans la vidéo?

.....

2 - Quel est le but de ces pubs selon les spécialistes ?

.....

.....

3 - Quelles sont les caractéristiques de ces publicités :

.....

.....

.....

.....



Pour te prouver si c'était nécessaire qu'une campagne à destination des jeunes n'est pas inutile, regarde la vidéo de Norman.

Regarde la vidéo et réponds aux questions suivantes:

1 - Qu'est-ce que Norman pense à propos de l'image qu'on donne des jeunes dans les campagnes de prévention / sensibilisation ?

.....

2 - Donne un exemple de la vidéo.

.....

.....

3 - Comment est-ce qu'on dit en français :

- alcohol:
- zat, dronken:
- zich bezatten:

Vocabulaire - l'alcool et l'abus d'alcool

l'alcool (m)	alcohol
un alcoolique	een alcoholist
un toxico(mane)	een verslaafde
la biture express	binge-drinking
une soirée alcoolisée	een avondje vol alcohol
un pote (fam.)	een vriend
être adonné à	verslaafd zijn aan
être saoul / bourré / ivre	zat / dronken zijn
être éméché	aangeschoten zijn
se saouler	zich bezatten
vomir	overgeven
consommer de l'alcool	alcohol consumeren
consommer avec modération	met mate drinken / consumeren

Activité langagière: créer et présenter une campagne de sensibilisation

Mets-toi maintenant au travail avec deux ou trois autres élèves de ta classe : proposez votre campagne de sensibilisation pour le thème qui vous tient à cœur.

a - En groupe, vous **réalisez une campagne de prévention** pour un public-cible au choix (jeunes, animateurs de mouvement de jeunesse, étudiants,...) : le but de la campagne est de favoriser / de prévenir un comportement en rapport avec la mobilité / la sécurité routière

b - **Composez une affiche / une photo** ou réalisez une **vidéo** en utilisant la grille à la page 8

c - **Intégrez** le nouveau **vocabulaire** (de la liste et de vos notes)

d - Pensez à la **structure** et du coup aussi à l'utilisation des **connecteurs**

e - **Présentez** votre campagne devant la classe ou par l'intermédiaire d'une vidéo.

Grille d'évaluation

L'élève présente la campagne dans les grandes lignes.

- ++ : traite clairement chaque partie, utilise les termes adaptés
- ± : traite chaque partie, sans plus
- : traite chaque partie sans aucun détail

L'élève donne suffisamment de précisions.

- ++ : chaque partie est discutée avec beaucoup d'informations utiles et compréhensibles
- + : chaque partie est bien traitée, avec assez d'informations utiles et compréhensibles
- ± : chaque partie est traitée de façon peu claire (trop de détails ou pas assez, voc diff.)
- : traite chaque partie, sans plus
- : l'élève se limite aux grandes lignes

Structure claire et cohérente

- ++ : intro – texte structuré – conclusion
- ± : intro ou conclusion absente
- : aucune structure claire

L'élève dispose de connaissances de base suffisantes

- ++ : pas d'erreur gênant la bonne compréhension (phrases complexes)
- + : qq erreurs, qq verbes mal conjugués, qq fautes dans le genre des mots (phrases plutôt complexes)
- : qq fautes fréquentes, qq verbes mal conjugués, qq fautes de genre (phrases simples)
- : grammaire non maîtrisée (fautes fréquentes, verbes souvent mal conjugués, genre des mots non maîtrisé) structure de la phrase incorrecte (phrases basiques)

Prononciation

- ++ : Bonne prononciation + débit adapté et fluide
- ± : petites erreurs – reprises
- : fautes graves (ent/g/c ...) / accent / liaisons peu soignées / nombreuses hésitations

Attitude : présentation Live

- ++ : Naturelle : bon contact visuel / bonne posture: calme – sûr de soi
- ± : plutôt naturelle : contact visuel ok / posture : stress – manque de conviction
- : fermée : contact visuel vide (par cœur ?) / lit son texte/ posture fermée

Remarques:

.....

.....

.....

.....



Vocabulaire +

Pour parler d'une campagne de prévention

En général

les médias
une annonce publicitaire
une campagne publicitaire
une campagne de prévention/sensibilisation
une campagne axée sur...
publier
convaincre
une affiche
illustrer
un/e consommateur/trice
le public
un spot
une pub
une pub informative/incitative/argumentative

une publicité digitale
une célébrité

Les métiers

un/e photographe
un/e illustrateur/trice
un publicitaire
un/e rédacteur/trice

Les activités

cibler
lancer
diffuser
convaincre, persuader
accrocher
attirer
influencer
promouvoir
séduire
stimuler
réclamer
tenter
viser un public
se démarquer

atteindre son but / son public

In het algemeen

de media
een reclamespot
een reclamecampagne
een preventie/sensibiliseringcampagne
een campagne gefocust op..
publiceren
overtuigen
een affiche
afbeelden
een consument
het publiek
een (reclame)spot
een reclame
een informatieve/aansporende/
argumentatieve reclame
een digitale reclame
een beroemdheid

De beroepen

een fotograaf
een tekenaar
een reclamemaker
een redacteur

De activiteiten

zich richten op
op de markt brengen
verdelen (een product)
overtuigen
aantrekken, aangrijpen
aantrekken
beïnvloeden
promoten
verleiden
stimuleren
eisen
proberen
een doelgroep voor ogen hebben
zich onderscheiden (door een bepaalde
kwaliteit)
zijn doel(groep) bereiken

Vocabulaire +

Pour faire passer le message

la production

un slogan
un logo
une accroche
un argument
un témoignage
une marque

l'objet (m.)

une affiche
une image
une photo(graphie)
une illustration
un dépliant
un panneau
une bannière

la technique

le point de vue
les couleurs
le son
les formes
le contraste
la composition
la perspective

la diffusion

la presse écrite
la radio
la télévision
l'affichage
internet

la réception

un/e spectateur/trice
un/e consommateur/trice
un/e auditeur/trice
l'audience (f.)
la cible

de productie

een slogan
een logo
een blikvanger
een argument
een getuigenis
een merk

het voorwerp

een affiche
een beeld
een foto
une afbeelding
een folder
een bord
een banner (op websites, social media)

de techniek

het standpunt
de kleuren
het geluid
de vormen
het contrast
de samenstelling
het perspectief

de verspreiding

de geschreven pers
de radio
de tv
het afficheren, ophangen
het internet

het onthaal, de ontvangst

een toeschouwer
een consument
een luisteraar
het publiek (radio/tv)
de doelgroep

Vocabulaire +

Pour décrire

accrocheur
attrayant
convaincant
comique
mensonger
imaginatif
efficace
sensuel
séduisant
objectif ↔ subjectif
choquant
horrible
dégoûtant
écœurant
tape-à-l'oeil

pakkend, meeslepend
aantrekkelijk
overtuigend
grappig
leugenachtig
fantasierijk
doeltreffend
sensueel
verleidelijk
objectief ↔ subjectief
choquerend
vreselijk
afschuwelijk
wansmakelijk, verschrikkelijk
opzichtig, opvallend

