

## LE BARÈME D'ÉVALUATION: LA PUBLICITÉ

En groupe de 3 à 5 élèves, vous allez créer une annonce publicitaire qui présente les traits positifs d'un nouveau produit ou d'un nouveau service. Pour présenter votre projet, vous pouvez choisir le format qui vous convient le mieux (une vidéo, un enregistrement audio, une affiche, une publicité sur instagram, le lancement d'un produit sur "Shark Tank" ou "Dragon's Den" etc...)

### A) Votre annonce publicitaire doit comprendre ces informations ESSENTIELLES:

1. Les **informations clés** qui expliquent l'utilité de ton service ou de ton produit
2. Une **description claire des traits positifs** de ton produit ou de ton service
3. **Votre marque**
4. **Un slogan efficace**

### B) Tu dois choisir un public cible et tenter de le persuader:

Présentez votre produit de façon à mieux capter l'intérêt d'un public cible. N'oubliez pas que certaines techniques plaisent mieux aux enfants tandis que d'autres sont plus efficaces chez les adultes. Par exemple, si vous voulez convaincre les enfants de manger une nouvelle collation, vous pourrez créer une mascotte mignonne.



*Cette mascotte mignonne, par exemple, cherche à convaincre les jeunes de porter un masque.*

### C) LES TECHNIQUES DE PERSUASION:

Vous devez également employé au moins 4 des techniques de persuasion qui sont présentées dans l'article “la publicité”:

(<https://www.diaslearningfrench.com/la-publicite>)

LA TECHNIQUE	UNE DESCRIPTION DE CETTE TECHNIQUE
1: La mascotte mignonne	Utiliser une mascotte mignonne qui plaît aux consommateurs, surtout aux enfants
2: Les vedettes commanditées (sponsored celebrities)	Une vedette aide à populariser le produit.
3: Les adjectifs qualificatifs	L'emploi des adjectifs positifs aident à souligner les forces du produit ou du service.
4: Les concours	Les concours et les prix servent à motiver le consommateur
5: La présentation d'une vie idéalisée	On suggère au consommateur que le produit va beaucoup améliorer sa vie
6: La répétition	La répétition souligner une qualité qu'on espère que le spectateur va retenir
7: Les images embellies	Des photos qui présente le produit d'une manière qui accentue ses traits positifs
8: Une question rhétorique	Elle sert à amener le lecteur ou le spectateur à une conclusion désirée.
9: Les statistiques	Présenter des statistiques pour démontrer que la majorité des gens sont d'accord avec le message qu'ils veulent transmettre
10: La comparaison	Démontrer que son produit ou service est supérieur à celui du concurrent.

### LE BARÈME D'ÉVALUATION (GRADING RUBRIC)

	NIVEAU 1	NIVEAU 2	NIVEAU 3	NIVEAU 4
<b><u>PARTIE A)</u></b> <b>La présentation des informations essentielles</b>	<b>Seulement un critère est assez bien présenté. Les autres critères sont trop peu développés.</b>  <input type="checkbox"/> Les infos clés <input type="checkbox"/> Les traits positifs <input type="checkbox"/> La marque <input type="checkbox"/> Le slogan	<b>2 des 4 critères sont assez bien présentés:</b>  <input type="checkbox"/> Les infos clés <input type="checkbox"/> Les traits positifs <input type="checkbox"/> La marque <input type="checkbox"/> Le slogan	<b>3 des 4 critères sont bien présentés:</b>  <input type="checkbox"/> Les infos clés <input type="checkbox"/> Les traits positifs <input type="checkbox"/> La marque <input type="checkbox"/> Le slogan	<b>Tous les 4 critères sont très bien présentés:</b>  <input type="checkbox"/> Les infos clés <input type="checkbox"/> Les traits positifs <input type="checkbox"/> La marque <input type="checkbox"/> Le slogan
<b><u>PARTIE B)</u></b> <b>Le choix clair d'un groupe en particulier et la persuasion de ce public cible</b>	On capte très bien l'intérêt du groupe de gens qu'on essaie de persuader ou d'informer avec la publicité  Le message n'est pas bien transmis au destinataire, car il n'est ni clair ni efficace.	On capte plutôt bien l'intérêt du groupe de gens qu'on essaie de persuader ou d'informer avec la publicité.  Le message est transmis au destinataire de façon assez claire.	On capte bien l'intérêt du groupe de gens qu'on essaie de persuader ou d'informer avec la publicité.  Le message est transmis au destinataire de façon claire et efficace.	On capte très bien l'intérêt du groupe de gens qu'on essaie de persuader ou d'informer avec la publicité.  Le message est transmis au destinataire de façon très claire et efficace.
<b><u>PARTIE C)</u></b> <b>L'emploi des techniques de persuasion</b>	<b>1 à 2 techniques</b> de persuasion sont employées dans l'annonce publicitaire.	<b>2 à 3 techniques</b> de persuasion sont bien employées pour mieux convaincre le destinataire.	<b>3 à 4 techniques</b> de persuasion sont bien employées pour mieux convaincre le destinataire.	<b>4 techniques</b> de persuasion (ou plus) sont employées de façon très efficace pour convaincre le destinataire.
<b><u>PARTIE D)</u></b> <b>L'écriture et la présentation orale de l'annonce publicitaire.</b>	La présentation orale démontre un usage très limité du français et fait preuve de beaucoup de difficultés de prononciation et d'intonation.  Il y a beaucoup d'erreurs d'écriture	La présentation orale démontre un usage plutôt limité du français et fait preuve d'une intonation assez bonne.  Il y a plusieurs erreurs d'écriture	La présentation orale démontre un bon usage du français et fait preuve d'une bonne intonation.  Il y a peu d'erreurs d'écriture	La présentation orale démontre un très bon usage du français et fait preuve d'une excellente intonation.  Il y a très peu d'erreurs d'écriture

## Curriculum connections:

Recommended level: Grade 7-8 French Immersion

**D1.1 Identifying Purpose and Audience:** determine their purpose for writing and the audience for French texts they plan to create.

**D1.2 Writing in a Variety of Forms:** write a variety of French texts to convey information, ideas, and opinions about academic and personally relevant topics, following models appropriate to the purpose and applying their knowledge of the basic structural and stylistic elements of each form.

**D2.1 Generating, Developing, and Organizing Ideas:** generate, develop, focus, and organize ideas for writing, using a variety of strategies and print, electronic, and other resources, as appropriate.

Learning goals/Success criteria:

1. Tailoring/customizing a message to best appeal to a target audience.
2. Observing and understanding various persuasion techniques used in commercials.
3. Applying techniques used in advertising in different contexts (i.e. the students' creation of their own ad) to present one's own arguments and key points in a persuasive and convincing manner.