

Comment la pub nous séduit



Qu'on l'adore ou non, la pub est partout ! Alors, mieux vaut comprendre son fonctionnement.

(1) _____ 30 _____

La pub essaye toujours de s'adresser aux consommateurs auxquels le produit est destiné en priorité : une pub pour un produit de beauté antirides sera conçue pour séduire les femmes mûres de préférence. Une pub pour des montres de luxe visera une clientèle très aisée. Alors qu'une publicité pour des barres chocolatées 'cible' les ados.

(2) La pub utilise des slogans

La pub utilise des slogans, c'est-à-dire des phrases courtes, faciles à mémoriser, souvent drôles, poétiques, parfois choquantes. Le but, c'est qu'on les retienne. La *base line* est un slogan qui est toujours écrit à côté du nom du produit. Par exemple : « Nike, just do it ! » ou encore « j'adore Dior ! »

(3) La pub vend de merveilleux rêves

Tout le monde aime les belles images ! La pub le sait et s'en sert. Dans la pub, tout est beau, joyeux, éclatant de bonheur ! Le monde de la pub est même si 32 qu'il en devient irréel. La pub évite de parler des choses moins agréables de la vie. Et quand elle évoque un sujet grave, c'est toujours pour proposer une solution... à vendre.

(4) La pub crée des besoins

Un smartphone, quand on a 10 ans, est-ce vraiment nécessaire ? Les parents disent souvent non. Et il y a aussi des ados qui trouvent que ce n'est pas nécessaire. Mais la pub dira toujours oui ! Evidemment, puisque c'est sa mission d'encourager les achats. Mais un consommateur averti et raisonnable sait qu'il

vaut mieux y réfléchir à deux fois.
Car si l'on cédaît toujours à
l'influence des pubs, on serait vite
ruiné !

**(5) La pub rend les stars
complices**

Quand on aime une célébrité (sportif,
musicien, acteur...), on a tendance à

se sentir proche d'elle et à lui faire
confiance comme à un(e) ami(e).

34 la pub fait souvent appel à
des célébrités pour recommander
des produits ! Les stars sont aussi
des amis très efficaces de la pub
pour renforcer la réputation d'une
marque.

*d'après Okapi,
le 15 septembre 2014*

Tekst 9 Comment la pub nous séduit

- 1p 30 Welk kopje past boven de eerste alinea?
A La pub a beaucoup de succès auprès des adultes.
B La pub est destinée aux gens riches.
C La pub plaît surtout aux femmes.
D La pub vise un public bien précis.
- 1p 31 A quoi sert le 2ème alinéa ?
A A expliquer que certains slogans sont plus drôles que d'autres.
B A illustrer que les slogans de Nike ont plus de succès que ceux de Dior.
C A montrer quelles sont les caractéristiques d'un bon slogan.
D A relativiser l'efficacité de certains slogans.
- 1p 32 Choisissez le mot qui manque au 3ème alinéa.
A dangereux
B dominant
C gênant
D parfait
- « La pub crée des besoins » (kopje boven vierde alinea)
- 1p 33 Geeft de schrijver in de vierde alinea aan **waarom** reclamemakers dit nastreven?
Zo nee, antwoord 'nee'.
Zo ja, citeer de eerste twee woorden van de zin waarop je je antwoord baseert.
- 1p 34 Choisissez le(s) mot(s) qui manque(nt) au dernier alinéa.
A C'est pourquoi
B D'ailleurs,
C Même
D Pourtant,

Bronvermelding

Een opsomming van de in dit examen gebruikte bronnen, zoals teksten en afbeeldingen, is te vinden in het bij dit examen behorende correctievoorschrift, dat na afloop van het examen wordt gepubliceerd.