

# Table des matières

## Introduction « Publicité et éducation aux médias »

### Brochure « Comprendre la publicité »

- ➔ **Couverture** table des matières
- ➔ **Avant propos de M. Christian Dupont, Ministre de l'Enseignement obligatoire**
- ➔ **Remerciements**
- ➔ **introduction de M. Robert Wangermée, Président du CEM**
- ➔ **Conseils d'utilisation de la brochure**
  1. **Au cœur de la société de consommation**
  2. **Prendre ses marques**
  3. **Atteindre la bonne cible**
  4. **Machine à séduire**
  5. **Les agences de publicité et de communication marketing**
  6. **Langage publicitaire**
  7. **Les représentations**
  8. **L'affiche publicitaire**
  9. **Les publicités dans la presse**
  10. **La pub radio**
  11. **La pub télé**
  12. **La pub sur le net**
  13. **Les autres supports**
  14. **Les bornes**
  15. **Les effets de la pub chez les jeunes**
- ➔ **Quelques ouvrages pour aller plus loin**

### Fiches d'activités pour l'Enseignement fondamental

- ➔ **Introduction aux fiches d'activités et aux fiches de ressources**
- Fiche 1: Vous avez dit pub ?**
- Fiche 2: Le produit ou la marque, il faut choisir!**
- Fiche 3: La pub TV: un mini film ?**
- Fiche 4: La pub du rire aux larmes.**
- Fiche 5: Vrai ou faux ?**
- Fiche 6: Séduire ou convaincre ?**
- Fiche 7: Je me sens visé ?**
- Fiche 8: Publi... réalité ?**
- Fiche 9: La pub dont je suis le héros**
- Fiche 10: La diversité ethnique**
- Fiche 11: C'est vrai puisqu'il le dit**

**Fiche 12: Vous avez dit égalité ?**

**Fiche 13: La pub, une valeur ajoutée ?**

**Fiche 14: La pub, enfants et autres... admis ?**

**Fiche 15: Histoire de bulles**

**Fiche 16: Quand une lessive économise l'énergie**

**Fiche 17: Equilibre précaire**

**Fiche 18: La classe, agence de pub**

### Fiches de ressources pour l'Enseignement secondaire

**Fiche 1: Analyse critique des langages publicitaires**

**Fiche 2: Analyse des composantes de l'image publicitaire**

*L'argumentation iconique*

**Fiche 3: Analyse des composantes de l'image publicitaire** *Le spot*

**Fiche 4: Analyse des composantes de l'image publicitaire**

*L'échelle des plans*

**Fiche 5: Les langages** *La plongée*

**Fiche 6: Les langages** *La contre-plongée*

### Florilège de publicités

**Peugeot:** Les goûts et notre 1007, ça ne se discute pas

**Schweppes:** Vous allez comprendre ce que tonic veut dire

**Gini:** J'ai souvent envie de Gini Light, suis-je une fille facile ?

**VW:** La Polo : vraiment solide

**VW:** Born to be Beetle

**VW:** La Sharan Goal : son équipement est imbattable

**Delvaux**

**Gini:** spot publicitaire (couple dans une Chevrolet)

**Gini:** spot publicitaire (lune de miel)

**Orangina:** spot publicitaire (assaut du camion)

**Orangina:** spot publicitaire (soirée « sans sucre »)

**Oasis:** spot publicitaire (concert sous la pluie)

**Oasis:** spot publicitaire (tipis indiens)

**Schweppes:** spot publicitaire (découvertes)

**VW:** spot publicitaire (EOS)

**VW:** spot publicitaire (Fox)

**VW:** spot publicitaire (Fox)