

Publicité

ECONOMIE ET DROIT

Ex1

Un de tes camarades te demande de lui donner une définition de la publicité. Prépare ta réponse en étant le plus précis possible et en donnant ta définition.

La publicité est l'ensemble des moyens destinés à informer le public et à le convaincre d'acheter un produit ou un service.

Pour faire passer ce message, on utilise différents médias ; la presse, la radio, la télévision, la publicité extérieur (affichage), le cinéma, Internet, la publicité directe (mailing, téléphone ou voie postale), le consommateur lui-même (bouche à oreille, Tripadvisor), stands sur un événement (dégustation), sponsoring, etc.

Ex2

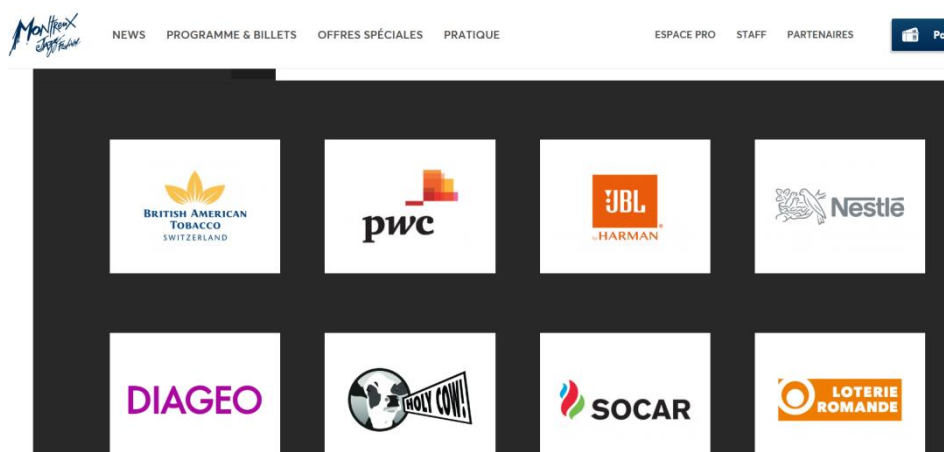
La liste des médias et supports présentée dans le livre n'est pas exhaustive. Il existe encore d'autres supports, parfois de moindre importance économique. Enumère divers supports fréquemment rencontrés.

Publicité sur les vêtements, sacs plastiques, autocollants, montres, hommes sandwiches, pub à la station d'essence, blogueur(se), montgolfières, sports extrêmes (Red Bull), apparition dans un film (voitures de James Bond), affiche match de foot, cadeau reçu, pub dans un jeux vidéo, etc.

Ex3

Le sponsoring est un soutien financier à des manifestations sportives ou culturelles.

Enumère toutes les manifestations que tu connais et qui sont sponsorisées.









**Ex5**

Tu décides de lancer un nouveau produit qui n'est pas encore connu des consommateurs.

Analyse la situation avant de te lancer dans ta campagne publicitaire. Comment vas-tu t'y prendre pour le faire connaître ?

- *Quel public ?*
- *L'âge ?*
- *Le public cible utilise quel média ?*

Quels médias vas-tu utiliser ? Quels sont tes critères de choix ?

- *Quelle audience ? Nbr de lecteurs ?*
- *Prix ?*
- *Quelle zone géographique ?*
- *Quel est l'impact de ton média ?*
- *Sonore, visuel, toucher, goût ?*

Ex6

Tu décides de créer une entreprise de boissons énergisantes.

Quel sera ton public cible ?

Les adolescents, écoliers, sportifs

Comment vas-tu définir ton concept publicitaire ?

- *Publicité sur les vêtements*
- *Sponsors d'événements / de sportifs*
- *Autocollants*
- *Magazines, journaux*

Ex7

Avant de promouvoir un nouveau produit, tu hésites entre lancer une campagne d'affiches ou faire des annonces publicitaires dans les journaux.

Définir les critères qui vont te permettre d'effectuer ton choix.

- *Public cible*
- *Coût*
- *Image*

Tu as choisi l'affichage et tu dois réaliser l'affiche. De quels éléments vas-tu tenir compte pour la créer ?

Aspects visuels, texte, forme, couleurs, graphisme, originalité, impact, etc.

Tu as préféré les encarts publicitaires dans les journaux. De quels éléments vas-tu tenir compte dans le choix du journal, par exemple ?

Prix, nombre de lecteurs, impact, type de lecteurs, types de journal, couverture géographique, région concernée, etc.

Ex8

Le bouche à oreille est une méthode qui semble faire ses preuves. Trouve quelques exemples qui le vérifient?

Restaurant, séries télévisées, vêtements, magasins, banques privées, masseurs, assurances, opérateurs téléphoniques, films, hôtels, skis, lieu de vacances, etc.

Ex9

L'un de tes camarades, lors d'une discussion, prétend que la publicité fait renchérir le prix des produits.

Pas forcément. La publicité permet de vendre en plus grande quantité donc de baisser les frais fixes par produit. Parfois, elle est utilisée pour vendre plus cher

Exemple :

Les frais de l'entreprise : usine : 2'000, employés 4'000, cout par produit 15, publicité 700

Sans la publicité elle vend 1'000 produits. Si elle fait de la publicité elle double ses ventes

Sans publicité : $(2'000 + 4'000) / 1'000 = 6$ par produit $\rightarrow 6 + 15 = 21$ par produit

Avec publicité : $(2'000 + 4'000 + 700) / 2'000 = 3.35$ par produit $\rightarrow 3.35 + 15 = 18.35$ par produit

Ex10

« Même si en définitive c'est le consommateur qui paie la publicité, les produits de consommation courante coûteraient souvent plus cher s'il n'y avait pas de publicité ».

Analyse cette situation et donne ton avis en justifiant tes arguments

Moins de ventes, moins de production, coûts plus élevés, prix plus élevés.

Ex11

Quelqu'un prétend que si une entreprise n'a pas de concurrent, elle n'a pas besoin de faire de la publicité. Prépare ta réponse en donnant ton avis.

L'entreprise doit se faire connaître de toute manière. Le 1^{er} but de la publicité est d'informer de l'existence d'un produit ou d'un service. Sans elle, il est de toute façon difficile de vendre ses produits même s'il n'y a pas de concurrence.

Ex12

Les publicités de la page 116 démontrent que le graphisme évolue. La publicité est toujours à la page et répond aux critères d'observation des individus.

Décris brièvement quelles impressions générales ces diverses publicités t'inspirent.

Réponses individuelles.

Pourquoi remarque-t-on du premier coup d'œil que ces publicités sont anciennes ou récentes ?

Réponses individuelles.

Quelles différences essentielles peut-on observer ?

Réponses individuelles.

Pour quelles raisons une publicité ancienne ne serait-elle pas appréciée aujourd'hui ?

Réponses individuelles.

De manière générale, donne des raisons qui expliquent ces différences visuelles.

Réponses individuelles.

Ex13

	Tirage 2016	Taux de pénétration %	Lecteurs en mille	Prix page	Prix moyen par mille lecteurs
Elle	20 000	2.3	36	6 200	172.22
Fémina	114 510	16.1	251	22 990	91.59
Bon à savoir	97 861	26.6	413	13 000	31.48
L'illustré	66 692	19.8	308	18 700	60.71
Télé Top Matin	115 519	17.6	274	18 550	67.70
TV8	61 239	14.0	218	7 800	35.78

Pourquoi le tirage et le nombre de lecteurs sont-ils si différents ?

Parce que plusieurs personnes lisent le même journal, à la maison, au restaurant, etc.

Recherche la signification de l'expression « taux de pénétration »

C'est le taux moyen de personnes qui lisent le journal par rapport à la population totale.