

Séance 2 : Syntaxe

Titre de la leçon :

- Les procédés de persuasion

Objectif de la séance :

- découvrir et manipuler de nouveaux procédés de persuasion

Plan de la séance :

- Exercices.

Durée de la séance : une heure.

Plan de la leçon

- Exercice 1.
- Exercice 2.
- Exercice 3.
- Retiens.

Exercice 1

Termine les phrases suivantes en exprimant le but :

- « **ADIDAS Intensive 3** est le premier déodorant absorbant pour »
- « *Mangez une pomme ou un POCKET ANDROS pour.....* »
- « **TAILLEFINE** vous propose une large gamme de boissons aromatisées au thé ou aux fruits pour..... »

Termine les phrases suivantes en exprimant le but :

Exercice 2

Quelle ressemblance perçois-tu entre le slogan « Ici commence l'Europe » et les « nuages » dans la publicité suivante :



Ici commence l'Europe.

Roissy Charles de Gaulle. Le plus bel aéroport du monde se trouve à 15 minutes de l'Etoile, au cœur de l'Île-de-France.
Air France a développé tous ses services avec un soin particulier pour les affaires. Et Roissy est tout naturellement devenu capot de l'Europe.
Aujourd'hui, c'est l'aéroport préféré des grands hommes d'affaires internationaux. Ceux qui font

l'Europe tous les jours, toutes les heures, toutes les 15 minutes avec Air France, au départ de Roissy.
L'Europe est devenue plus proche. Elle ne peut pas se faire sans vous. Roissy Charles de Gaulle... Ici commence l'Europe.

AIR FRANCE
Sentez le monde plus proche.

Exercice 3

Observe et lis la publicité suivante :

Pourquoi le mot « **MINCE** » est-il écrit en caractères gras ? Quel lien perçois-tu entre le texte et l'image ?

Être **mince**
ne devrait jamais
être un poids
pour une femme.



Respirez.
Être mince est aussi une question d'équilibre.
Comme un Fondant Sylphide. Source de calcium,
vitamines B2 et B12 et avec juste ce qu'il faut
de matière grasse pour être savoureux. Comme ça,
on est bien dans son corps comme dans sa tête.
Parlez-en avec nos diététiciennes au 0 810 08 5000*.



Sylphide LE FROMAGE QUI ALLÈGE
AUSSİ L'ESPRIT.

Retiens

La **similarité** (ou ressemblance) est un procédé photographique qui crée un lien entre un élément du texte et l'image, le message publicitaire l'emploie pour convaincre le consommateur.