



# Décrypter les Publicités avec un Regard Critique

LA PENSÉE CRITIQUE



- **À qui** cette annonce s'adresse-t-elle ?
- Quel était **le message** de cette publicité? Qu'est-ce qui nous l'indique ?
- Quelle **est l'intention** ? Cela se voit-il ou est-ce caché ?
- Comment ont-ils essayé de **capter notre attention** ?
- La publicité a-t-elle atteint **ses objectifs** ? Comment le savons-nous ?

# Questions à se poser



**Quel message** essaie de transmettre cette annonce ?

Quel est **l'objectif** ?

Quelle est **la cible** ?

Quels sont les procédés utilisés pour **attirer mon attention** ? (Humour ? Couleurs ? Mots ? Etc.)

**À qui profite** l'attention que je porte à cette publicité ?

Pourquoi ?

Quelle est votre **opinion personnelle** sur cette annonce ?



## LE VENT UNE DES FAÇONS LES PLUS NATURELLES D'AVANCER

Le vent est une énergie très largement partagée, dont la maîtrise peut s'avérer une force. Parce que le monde aura besoin d'énergies complémentaires et que l'exploration est au cœur de son métier, Total s'investit dans le développement de nouvelles générations d'éoliennes. Raison pour construire le plus grand projet éolien en France et faisant appel aux technologies de pointe, Total prépare les grands développements de demain. Pour avoir le vent avec soi. [www.total.com](http://www.total.com)

Pour vous, notre énergie est inépuisable.





POISSONS TRÈS FRAIS 3020 ST-DENIS 514 842-0867



Le seul sport 100% masculin,  
c'est la misogynie.



La moitié de l'histoire du football reste à écrire.

Volkswagen partenaire de la Fédération Française de Football soutient les Bleues cet été et encourage les Jeunes Filles à pratiquer le football.

Volkswagen recommande Castrol EDUR Professional. Volkswagen France SA, 111, Avenue de la République





fedex.com 0800 703 3339

**FedEx**  
Express





# Le regard critique : un outil important!

**QUESTIONNEZ-VOUS**  
SUR **L'INTENTION** DE LA PUBLICITÉ,  
SUR LA **MANIÈRE** DONT ELLE EXERCE SON INFLUENCE  
ET SUR LES **ÉMOTIONS** QU'ELLE SUSCITE.

**SOUVENEZ-VOUS :**  
IL FAUT SAVOIR FAIRE DES CHOIX ÉCLAIRÉS  
ET CONSOMMER DE MANIÈRE CONSCIENTE.