**MARIE SALAÜN séquence pour l’Alliance française de Querétaro**

SQUELETTE

Convaincre et Persuader : la publicité.

Les vacances.

1. Rattacher la séquence à ce qui a précédé dans l’apprentissage, ou à un événement d’actualité, léger ou grave, lien historique, etc.

Par exemple, lien grammatical (l’impératif : différente utilisation de l’impératif, l’utilisation modale, pas ordre mais provoquer l’enthousiasme. Optimisme, c’est possible.) lien d’actualité léger : arrivée d’une période de fêtes (nationales, religieuses, estivales) durant laquelle il est possible de partir en famille ou entre amis. Lien d’actualité plus grave : selon la classe à laquelle on enseigne, leur tolérance et intérêt vis-à-vis de l’actualité nationale et internationale. Ex : les changements politiques au Maroc. Historique : où est le Maroc, quelle langue y parle-t-on ? Pourquoi ? Quel type d’atmosphère existe-t-il entre la France et le Maroc ? Si ce type de discussion intéresse, il peut donner entrer dans la série d’exposés oraux en classe. On pourrait alors commencer par l’exposé de 10 (à 15 minutes) qui ancrerait véritablement le sujet dans la réalité de la classe.

Les trois amorces convergent vers

1. Persuader / optimisme
2. Les vacances
3. Et 4. Le Maroc
4. EO Quelle est l’image du Maroc dans l’imaginaire français ? Regarder les clips ([www.ina.fr](http://www.ina.fr) )

 « Mc Donald’s tour du monde : Mc Maroc (17.09.2003) »

« Volvic aromatisé : The Maroc (04.08.2003) »

Donnez-moi 10 adjectifs / noms qui vous viennent à l’esprit lorsque vous regardez cela. (au tableau)

1. INTRODUCTION du document.

Qu’est-ce que c’est ? Analyse rapide à l’oral de ce qu’on y voit.

 Description, couleurs, atmosphère.

Observation de l’impératif / des adjectifs.

Que vise une publicité ? Convaincre et persuader.

Est-ce que les mots que vous avez trouvez sont adaptés à la publicité ?

1. CE Etude du vocabulaire

Quels sont les arguments mis en ligne par les publicitaires ? Culturellement, qu’est-ce qui attire les français qui veulent voyager, d’après cette publicité ? // Observation de la valeur de l’impératif.

 Attirance pour ce qui tient à l’histoire, la tradition, beauté, artisanat, PATRIMOINE. Qu’est-ce que le « patrimoine » ?

CO Confirmation « Le Maroc : Chérie FM présente (6.10.199) » distribution du script

1. CC Qu’est-ce c’est que l’UNESCO ? patrimoine mondial.

<http://www.unesco.org/new/fr/general-information/about-us/>

l’UNESCO au Mexique : <http://www.unesco.org/new/fr/unesco/worldwide/latin-america-and-the-caribbean/mexico/>

SAVEZ-vous ce qui est classé patrimoine mondiale par l’UNESCO dans le monde ? Au Mexique ?

Liste : <http://whc.unesco.org/fr/list/> Selon le site, 31 endroits du pays sont classés. Essayer de les deviner.

Passer le diaporama, rapidement. Qui a déjà vu un de ces endroits ?

Pour accéder au diaporama : <http://prezi.com/login/>

Email : marie.salaun1@gmail.com code : mathieu

Pour lancer le diaporama, cliquer sur : « Mexique, 31 lieux classés

au patrimoine mondial de l'UNESCO » et faites défiler avec la flèche allant vers la droite

1. EO ET VOUS ? Même chose au Mexique ? est-ce que la présence de musées, de monuments, de l’Histoire a une valeur attractive pour le tourisme ? Où part-on lorsque l’on veut voyager ? Qu’est-ce que l’on recherche ?

Qu’est-ce que vous cherchez pendant vos vacances ? créer un questionnaire qu’ils se font les uns aux autres

1. EE : en groupe de 2 ou 3. Créez une publicité. Choisissez un lieu sur le site de l’UNESCO, lisez sa description et à l’aide de vos connaissances proposez un court paragraphe visant à convaincre et/ou persuader un public de Français / Mexicains / un autre membre de la classe.

A la maison : envoi au professeur d’un montage simple de la photo du lieu choisi et du petit paragraphe. Diffusion en classe le lendemain.