

Histoire de la publicité française: question de compréhension

Quel est le sujet général de cet extrait vidéo? Quelles années/ quelle période cet extrait couvre-t-il ?

C'est un documentaire sur l'histoire de la publicité en France qui couvre la période de l'après guerre jusqu'aux années 80.

Quelle est la différence entre une publicité collective et une publicité de marque? Donnez des exemples pour chaque type de publicité que vous avez vue dans cette vidéo.

Le sucre, les petits pois, les oeufs, les artichauts, les pruneaux d'agens.

Pourquoi les publicités collectives sont-elles autorisées? Quel est le but économique des publicités collectives?

Elles sont autorisées après la guerre parce qu'elles ont aidé la France à se reconstruire sur le plan économique. Les pubs collectives vantaient les mérites des produits du terroir.

Quelle publicité collective a le plus marqué les Français de cette génération? A-t-elle été efficace? Expliquez votre réponse!

Les petits pois, oui et non, les Français en ont acheté mais ils ne les mangeaient pas!

Quelle est la première publicité de marque?

C'est la pub pour le boursin.

Pourquoi la presse fait-elle interdire la publicité télévisée pour les grandes surfaces et le cinéma?

Parce qu'elle se méfie du pouvoir de la télévision qui commencent à faire compétition à la presse écrite pour la publicité.

Pourquoi les publicités suivantes étaient-t-elles interdites? Les bijoux, les companies aériennes, la margarine. Elles étaient interdites pour protéger les compagnies nationales comme Air France, ou les producteurs agricoles, ou même pour créer des envies chez les gens qui n'ont pas les moyens!

Que pensez vous du commentaire: "Quand nous achetons quelque chose, nous souhaitons savoir de quoi il s'agit et non pas acheter du rêve ou de l'évasion?" Les publicités d'aujourd'hui vendent-elles du rêve ou de l'évasion? Donnez des exemples.

(Sample answer, depends on your opinion)

Oui, les pub aujourd'hui vendent du rêve, par exemple les pub pour la bière Corona sont souvent sur une plage. Les pubs utilisent de plus en plus d'effets spéciaux pour créer des scènes magiques, des décors d'aventures. Plus que jamais, la pub utilise le rêve et l'évasion pour vendre.