**FICHE SEQUENCE**

**ÉTABLISSEMENT :** Lycée Louis Feuillade, LUNEL

**CLASSE concernée + Filière :** Terminale Bac Pro Métiers du Commerce et de la Vente

options A et B

**NOM ET PRENOM DE L'ENSEIGNANT :** V -S

 **Titre Séquence :¿Cómo promocionar unas marcas del grupo INDITEX?**

**SCÉNARIO :**

 La empresa Inditex acaba de firmar un contrato contigo. Como joven influencer, tendrás que grabar un vídeo promocional de la(s) marca(s) Pull&Bear y/o Stradivarius de entre 1,30 y 2 minutos como máximo, para convencer a tus fans que compren sus productos en tiendas físicas o en línea"

**TACHE FINALE :** Enregistrement vidéo à réaliser en classe

"Mettre en valeur les spécificités, les qualités et avantages d'un produit et d'un système"

in Programme de LV, 2019

**ACTIVITE LANGAGIERE DOMINANTE EVALUEE:** Expression Orale en Continu

**NIVEAU VISÉ** **:** B1 / B1+

**CONTEXTE D’ENSEIGNEMENT** *(cf. nouveau programme de LV)* **:** Situations et Actes de la vie professionnelle et Situations et Actes de la vie quotidienne, personnelle, sociale croisées

**RÉALITÉS ET FAITS CULTURELS ABORDÉS :**

Les 8 enseignes du groupe Inditex et 2 en particulier ; la puissance économique d'un groupe commercial sans publicité : Inditex ; Amancio Ortega, 6ème fortune mondiale ; le site spécialisé en Marketing ReasonWhy. ; la Principauté d'Andorre et sa fiscalité commerciale.

**SUPPORTS :**

**support 1 :** *Inditex empieza a invertir en Marketing, aunque no en Publicidad* article de journal digital du site spécialisé ReasonWhy.(2014)

CE, Situation et acte de la vie professionnelle

**Support 2 :** *Estudio, Usos y hábitos de la compra on line en 2018 en España,* sondage présenté sous forme de graphique, diagramme à bandes horizontales exprimé en pourcentages

CE Situation et acte de la Vie Professionnelle, et support préparant l' EOC, situation de le vie quotidienne, personnelle...

**Support 3 :**  *Pull&&Bear* et*Stradivarius,* 2 pages extraites du site internet d'INDITEX www.inditex.com/es/quienes-somos (2020)

CE, situation de la vie quotidienne...

**Support 4:** *Practica tu actividad preferida en Andorra: el shopping,* page promotionnelle du site officiel du tourisme en Andorre, https://visitandorra.com/es/compras

CE situation et actes de la vie quotidienne...

**OBJECTIFS LINGUISTIQUES**: Seront indiqués ici les objectifs de la séquence nécessaires aux activités ou tâches intermédiaires et non pas uniquement ceux liés à la réalisation de la tâche. Quelques uns, alors qu'ils ne semblent a priori pas servir le projet final, comme par exemple l'expression des pourcentages - pour l'exploitation du graphique - feront l'objet d'une approche particulière pour que les élèves puissent les manipuler lorsqu'ils auront à les employer et qu'ils accèderont au sens premier du document ; chaque document étant notamment abordé pour ce qu'il est, et pas uniquement comme "document prétexte".

 **Phonologie / Prosodie**

- prononcer le castillan sans faute grossière, à un débit permettant de traduire le dynamisme propre aux marques présentées

 **Lexique** (-*comprar*, *vender, la moda, los jóvenes, un cliente, una tienda, una empresa el arte, la música, una camiseta, una sudadera, una gorra*  sont considérés comme pré-requis)

support 1 : *una publicidad - el marketing - inv****e****rtir - un medio de comunicación - un inluencer - las redes sociales*

support *2 : ahorrar tiempo - barato - práctico - la variedad de productos - confiar en - la entrega - una tienda física - un anuncio - recom***e***ndar - comprar en línea -*

support 3 : *dinámico - joven de espíritu - la tendencia - la influencia urbana - unos tejanos - unas bambas - el tejido - el algodón - el impacto ambiental - una discapacidad*

support 4 : *la creatividad - un look fresco - el estilo - desenfadado - ofrecer - la calidad - las prendas - ecoeficiente - un material reciclable - el consumo de energía*

support 5: *el precio - apreciar - ir de compras - una ventaja - animarse - una firma - El Principado de Andorra - la fiscalidad - el IVA- el prestigio - la cantidad - una temporada*

  **Grammaire** – (Pré-requis : le futur simple)

- L'impératif à la deuxième personne du singulier

 **Syntaxe (**Pré-requis : les connecteurs logiques)

-la locution *cada vez +* verbe *+ más +* substantif

-l'expression des pourcentages précédés d'articles

-Les expressions de la certitude : *no cabe duda de que - no dudar- no por casualidad - por supuesto*

COMPETENCES TRANSVERSALES DEVELOPPEES**:**

Savoir structurer sa prise de parole (plan personnellement défini)- prendre la parole face à une caméra à partir d'un plan détaillé sans prompteur ni récitation (développement de l'estime de soi)

Pré-requis : acquistion de la notion de "*Postureo*" ; pratique d'expression exagérément emphatique et contre productive professionnellement. Etude préalable dans une séquence précédente de la vidéo *¿Qué significa Postureo?* <https://www.youtube.com/watch?v=M3q9mKYivyY>

**NOMBRE DE SÉANCES NÉCESSAIRES :** 7 (comprenant la séance de réalisation de la tâche)

**Séance 1 :** objectif visé : introduire la problématique axée autour d'Inditex et justifier la tâche de fin de séquence : Un influencer qui fait une vidéo de promotion d 'enseignes du groupe Inditex. (Sans ce texte, le projet de vidéo promotionnelle pourrait sembler incohérent du point de vue éthique de la marque Inditex connue pour ne pas financer de campagne publicitaire).

Montrer l'évolution de l'enseigne qui use de stratégies marketing sans que cela ne se nomme Publicité

(objectif linguistique lié : *cada vez más)*

AL dominante : CE ;

EE et EOC associées

**Séance 2 :** objectif visé : faire découvrir les motivations des acheteurs en ligne en Espagne.

Raisons pouvant être employées dans l'argumentation promotionnelle lorsque l'influencer évoquera la possibilité d'acheter les produits de Pull&Bear et Stradivarius en ligne.

Se servir des locutions simples lues dans le graphique comme points de départ de phrases complexes à formuler à l'oral, une fois le lexique nouveau élucidé.

EOC dominante

CE associée

**Tâche intermédiaire d'entraînement d'EOC** : conjugando los verbos en 1era persona, explica las motivacones que tienes tú cuando compras en línea, da por lo menos 4 razones

**Séances 3 et 4 : (**supports 3 et 4, pages du site d' Inditex**)** objectif visé : Aborder les spécificités des enseignes Pull&Bear et Stradivarius pouvant être considérées comme arguments de vente dont certains devront être utilisés dans la vidéo (marque pour les personnes dynamiques, l'esprit jeune, marque éco responsable qui utilise des matériaux recyclables, faire manipuler le nom de différents types de vêtements, faire repérer les formulations valorisantes, sans emphase (notion marketing de reason why)

CE et EOC associées

**Tâche intermédiaire d'entraînement d'EOC** : Explica a un compañero por qué es chulo vestirse de Pull&Bear o Stradivarius. Da por lo menos 3 argumentos y habla con un tono dinámico y convencedor (con asertividad)

**Séance 5 :** (support promotionnel du tourisme commercial en Andorre)

objectif visé : faire découvrir le statut de la Principauté d'Andorre et de sa fiscalité favorable au tourisme commercial au point de lui dédier une page entière du site internet.

Faire repérer la forme promotionnelle (valorisante mais plus "grossière", plus emphatique que dans les pages d'Inditex ) de l'expression : emploi de nombreux adjectifs mélioratifs : "nuevas", "mejores", "gran", "único", "primer", "amplios"

Faire repérer et manipuler les expressions de la certitude citées plus haut

Faire repérer et s'approprier les formes d'interpellation du destinataire de façon à les transférer lors de l'enregistrement de la vidéo : tutoiement (objectif socio-linguistique) questions posées au destinataire, emploi de "phrases slogan" à l'impératif.

AL dominante : CE

EOC associée

**Tâche intermédiaire d'EOC** : Crea dos lemas con verbos en primera persona de imperativo para incitar a un amigo que vaya de compras a Andorra. Dilos con asertividad.

**Séance 6 : Recensement des caractéristiques d'expression des inflenceurs pouvant être en cohérence avec l'esprit des enseignes à promouvoir -** Parler de soi à la 1ère personne pour évoquer son expérience

- Adopter un débit dynamique (sans être trop rapide)

- respecter le "Reason why" des enseignes à promouvoir : valoriser la marque par ce qu'elle est et sans emphase (rejet du "postureo")

-Adopter une posture adéquate (maintien et gestuelle posée)

Récapitulatif des acquis linguistiques et formels de la séquence utiles à la réalisation de la tâche.

**Distribution des critères d'évaluation** **ayant lieu à la séance d après**.

**AL : EE préparant à l'EOC**

Elaboration personnelle du plan argumentatif détaillé qui sera à respecter los de l'enregistrement vidéo.

"le passage par l'écrit s'avère souvent être une phase utile, voire indispensable dans de nombreuses situations de communication orale : lors de la préparation d'une présentation orale ou d'un compte rendu oral. Il est nécessaire de savoir organiser ses notes et élaborer les documents nécessaires à une prise de parole structurée et efficace"

**Séance 7** : Enregistrement des vidéos.

**Évaluation finale**

 activité langagière évaluée EOC

**Rappel des contraintes linguistiques** **de cette vidéo promotionnelle**

 (acquis de la séquence à évaluer)

Devront donc apparaître dans la vidéo finale :

* 2 phrases interpellant le destinataire (2 verbes à l'impératif)
* ton expérience personnelle (emploi d'au moins 3 verbes d'opinion conjugués à la 1ère personne du singulier) se fondant sur les arguments de vente des enseignes
* la locution "cada vez más"
* des locutions exprimant la certitude : "No cabe duda de que" / "no dudar"/ "no por casualidad" / " por supuesto" (au moins 2)
* du lexique propre au commerce (au moins 15 mots attendus)
* 3 avantages du e-commerce

**Contraintes de forme à évaluer**

* Prise de parole respectant un plan personnel préalablement défini
* Prononciation
* Dynamisme (en cohérence avec l'esprit des enseignes présentées)
* Posture : gestuelle et maintien