

B2.11.1 La pub d'Intermarché

Die Werbung von Intermarché



Une **agence de communication** a accompagné une **marque** de grande distribution dans une **campagne de Noël** devenue rapidement **virale** sur les réseaux sociaux. Près de soixante-dix personnes ont travaillé un an sur le projet, dont six mois d'animation. Les créateurs ont choisi des méthodes traditionnelles pour préserver l'émotion et la valeur ajoutée plutôt que d'utiliser l'IA. Ils pensaient *qu'elle ne fût pas prête* à remplacer l'humain. L'entreprise envisagerait aussi de commercialiser une peluche liée au film.

*Eine **Kommunikationsagentur** hat eine **Marke** des Lebensmitteleinzelhandels bei einer **Weihnachtskampagne** begleitet, die in den sozialen Netzwerken schnell **viral** wurde. Fast siebzig Personen haben ein Jahr an dem Projekt gearbeitet, davon sechs Monate Animation. Die Kreativen entschieden sich für traditionelle Methoden, um die Emotion und den Mehrwert zu bewahren, statt KI zu verwenden. Sie meinten, dass sie nicht bereit sei, den Menschen zu ersetzen. Das Unternehmen erwägt außerdem, ein mit dem Film verbundenes Plüschtier zu vermarkten.*

1. Quel choix de production est présenté comme une « vraie valeur ajoutée » pour cette campagne ?
 - a. Remplacer l'histoire du loup par un message purement promotionnel
 - b. Cibler uniquement la télévision plutôt que les réseaux sociaux
 - c. Ne pas utiliser d'intelligence artificielle et travailler avec des artistes
 - d. Avoir confié l'animation à des machines pour réduire les coûts
2. Quelle affirmation décrit le mieux l'organisation du travail sur le film ?
 - a. Seul Intermarché a produit le film sans agence ni studio externe
 - b. Une petite équipe a finalisé l'animation en quelques semaines
 - c. L'animation a été la partie la plus rapide, terminée en un mois
 - d. Environ soixante-dix personnes ont travaillé sur le projet, sur une durée d'un an

1-c 2-d

2. Ihr KMU führt einen neuen Service ein und muss eine Vermarktungsgesellschaft kontaktieren, um eine Kampagne in Frankreich zu planen.

Aufgabe: Rédige une demande de campagne précisant le produit/service, la cible, deux médias souhaités, un slogan et le budget, puis indique un point sur la confidentialité des données.

URL: Demande de campagne publicitaire - Europe Media

Use campagne publicitaire / régie publicitaire / planification / audience / affichage dynamique (DOOH) / politique de confidentialité