

B2.11.1 La pub d'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.

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

1-a 2-b

2. Votre PME lance un nouveau service et doit contacter une régie pour planifier une campagne en France.

Tâche: 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 in your answer: campagne publicitaire / régie publicitaire / planification / audience / affichage dynamique (DOOH) / politique de confidentialité