

## Veille sur les spots radios

### 1. Réaliser la checklist technique et qualitative d'un spot radio à l'aide des ressources ci-dessous.

- Votre campagne de spots publicitaires Radio  
<https://www.goodbuy-media.fr/expertises/radio/>
- L'anatomie des annonces radio : la publicité radiophonique à l'ère du numérique  
<https://www.pixartprinting.fr/blog/lanatomie-annonces-radio/>
- Comment faire un bon spot radio  
<https://adintime.com/fr/blog/comment-faire-une-publicite-radio-efficace--n146>
- Spot Pub Audio : <https://www.diffprod.com/publicite/1197-spot-pub.html>
- **Une accroche forte pour capter l'attention de l'auditeur**
  - Un bruit bizarre (mais logique avec la suite du message), musique, silence, effet « choc » , interrogation ou affirmation.
  - Une saynète qui met en situation (dialogue, monologue, chanson, devinette...)
- **Un message pertinent**
- **Un appel à l'action**
- **Vocabulaire simple et précis**
- **Phrases courtes**
- **Un univers sonore et rythmé**

### 2. Analyser les éléments qui font un bon spot radio à partir du TOP 6 des publicités radios créatives sous forme de tableau

Lien vers le TOP 6 des publicités radios créatives

<https://adintime.com/fr/blog/top-5-des-publicites-radios-creatives-n152>

	Eléments textuels	Eléments sonores	Structure du message
<b>spot 1 Burger King</b>	recrutement proposition enflammée poste d'équipier, directeur ou manager Motivé pour grandir ensemble Citation de plusieurs villes de Bretagne déposer ou envoyer le CV	jingle d'entrée Slogan de fin Bruit de flamme sur le grill ton humoristique	Message humoristique et ironique "encore un spot que personne n'écouterà" Inciter à postuler à Burger King dans un environnement de travail bonne ambiance

	voix masculine CTA qui incite à passer en restaurant <a href="http://recruteznous.fr">recruteznous.fr</a> Mentions légales		
<b>spot 2 Auchan</b>	remise immédiate de 100€ caractéristiques précises de l'iPhone X voix féminine Notion "Black Friday" traduit en "Vendredi Noir" -> loi Toubon Mentions légales	jingle d'entrée jingle de fin "Auchan, avec plaisir" musique entraînante, sympathique ton neutre	Apporter au consommateur un maximum d'infos sur le produit et insister sur son prix afin d'inciter un comportement. Le consommateur doit se déplacer directement en magasin pour bénéficier de la réduction
<b>spot 3 FDJ</b>	voix masculine et féminine texte en "slam" avec rimes gagner sa vie gagner sa ville FDJ -> voir la France gagner partout en France mentions légales sur le jeu d'argent numéro d'aide	jingle d'entrée qui fond sur la musique du spot musique engageante et entraînante porteuse d'espoir jingle de fin ton neutre	Présence de FDJ partout en France chez les commerçants de villages et de villes. Possibilité de jouer partout.
<b>spot 4 Decathlon</b>	dialogue entre voix féminine et masculine Noël Bracelet connecté en réduction 35% de réduction discret	jingle Decathlon début jingle Decathlon fin musique avec voix et guitare ton humoristique	Mise en scène d'un couple dans une situation du quotidien rigolote. Le bracelet pousse les gens à marcher et à faire de manière immédiate certaines actions bien que pas forcément impératives
<b>spot 5 DAB+</b>	Voix féminine au nom de la marque Voix masculine le long de la pub DAB +	musique en fond énergétique Ton convaincant jingle d'entrée au nom de la marque	Le DAB + est l'outil qu'il faut pour les trajets familiaux notamment pendant la période estivale pour profiter de

	moyen de consommer la radio caractéristiques de l'appareil gratuitement sans Internet sans changer de fréquence	jingle de fin au nom de la marque	la radio plus efficacement et facilement Cible bien les auditeurs de la radio sur cette même plateforme pour toucher un maximum de consommateurs
<b>spot 6</b> <b>NON NON</b> <b>NON.fr</b>	voix masculine NON NON <a href="https://www.non.fr">NON.fr</a> n'y allez pas si vous êtes CTA inversé	jingle d'entrée et jingle de fin voix énergétique ton humoristique	La force de cette approche réside dans sa <b>stratégie média intégrée</b> : la diffusion ciblée ne se limite pas aux ondes traditionnelles, mais s'étend à l'ensemble de l' <b>audio digital</b> (webradios et podcasts). Cette combinaison positionne la campagne comme un modèle d'adaptation aux nouveaux usages du public et délivre un message de marque non seulement au grand public, mais aussi aux professionnels, en démontrant de manière créative et mesurable la <b>valeur du média radio</b> .

### 3. Analyser les spots radios antérieurs de SOS Villages d'Enfants

Lien vers spots radios SOS Villages d'Enfants

<https://drive.google.com/drive/folders/1o0CnkMzFWWvqLE0pUySW6ba-jw7qiBKU?usp=sharing>

	Eléments textuels	Eléments sonores	Structure du message
<b>spot 1</b> 14-06-2024	Dureté de la vie Vivre la même enfance Villages	Musique douce, espoir Voix de femme, douce	Accroche sur la dureté de la vie fonctionnement des

	Père ou mère, cadre familial stable Frères et sœurs grandissent ensemble CTA dons		villages CTA dons
<b>spot 2</b> Isabelle Carre	Mention abandon des enfants après majorité Appui sur le côté long terme des villages	Ton misérable Musique assez triste Voix de femme, douce, celle d'Isabelle Carre	Intro sur le problème de l'abandon à la majorité Fonctionnement des villages sur l'après majorité Pas de CTA pour les dons
<b>spot 3</b> Jeunes majeurs	même chose que Isabelle Carre	même chose que Isabelle Carre sauf pour la voix qui est différente	même chose que Isabelle Carre
<b>spot 4</b> Nouveaux villages	France : enfant confié à la protection de l'enfance souvent séparé 70 ans d'activité de l'association Ouverture de 4 nouveaux villages	même musique assez triste que les deux plus haut voix de femme, douce	Accroche sur la séparation des enfants confiés en France CTA site de l'asso
<b>spot 5</b> Spot libe    ruralite    uis 2021	+ de 65 ans à permettre aux frères et sœurs de grandir ensemble Donation, service en ligne spécialisé CTA sur le site	Musique au piano, plutôt espoir voix de femme, assez douce	Intro sur les actions de SOSVE Description du don CTA site internet