

Les contraintes de production d'un spot

La production d'un spot radio doit prendre en compte diverses contraintes :

- Contrainte de temps : le spot à une durée de 25s et n'excède pas les 30 secondes, le rythme de la communication est rapide et vif ce qui permet une sollicitation d'un public volatil.
- Contrainte de clarté : comme le message est rapide cela permet alors au message d'être entendu de façon efficace. Dès le début du spot radio nous savons de quoi parle-t-on sans être réellement concentré.
- Contrainte de reconnaissance : une identité sonore audible à lieu avec la musique de super-héros pour permettre une écoute claire au milieu de la cacophonie radiophonique.
- Contrainte phatique (= parler pour ne rien dire) Ici nous parlons d'un spot concernant la sécurité routière il faut susciter l'écoute, l'intérêt. Certaines pratiques sont à éviter comme les bruitages d'accident qui peuvent perturber les conducteurs écoutant le spot en voiture.

Le message

1. L'écriture du script

Le script contient une voix in : la voix du super-héros qui évoque son message et une voix off : avec une voix de femme qui explique d'où vient le message (sécurité routière de la Charente Maritime). Ici une énonciation simple est présente puisque le spot de la sécurité routière est un monologue pour créer une intimité entre l'auditeur et la voix de super-héros.

2. Les sons

Il existe deux types de sons :

- Les sons intradiégétiques : présence de son parasite (grésillement) au début du spot radio.
- Les sons extradiégétiques : une musique héroïque digne d'un film de super-héros est présente en fond sonore, il y a également la présence de voix-in et voix-off : avec d'un côté le narrateur (super héros) et de l'autre (la signature auditive) avec la voix féminine qui exprime le slogan de fin.

3. La durée

0 à 1 secondes : bruitages parasites

2 à 20 secondes : voix de super-héros ainsi que la musique héroïque

21 à 25 secondes : signature auditive avec l'expression du slogan

4. Le choix d'écriture

L'écriture est de style oral : les phrases sont courtes et facilement mémorisables : « écoute bien super conductor ». Certains passages, comme le slogan ou la promesse, peuvent jouer sur la musicalité des mots : « sécurité routière, vivre ensemble, c'était un message de prévention de la préfecture de la seine maritime »

Ils jouent également sur les rythmes.

Exemple : *rythme binaire* : « *Oui, toi, automobiliste* »

Ici l'écriture est slamées avec la musique de fond et le rythme des paroles.

5. La promesse

La promesse apparait juste avant le slogan de fin et permet au conducteur de se rendre compte qu'il ne faut pas utiliser son téléphone au volant avec la phrase de fin « accroche toi à la vie ».

6. La note d'intention

Le but de ce spot est de communiquer autour de la nécessité de respecter les règles de sécurité routière, en particulier en mettant en lumière les dangers de l'utilisation du téléphone au volant. Pour cela, il est essentiel d'identifier dès le départ les codes de communication standards et la publicité consensuelle.

Nous avons choisi d'opter pour une approche comique burlesque, une parodie de super-héros qui instaure un moment familier pour notre public. L'objectif est de susciter chez l'auditeur l'envie d'écouter en adoptant un ton impérativement drôle, étonnant et intéressant, capable de marquer les esprits. Le format court, de 25 secondes, nous oblige à être efficaces et précis dans notre message. L'unité de lieu et de temps renforcera le sentiment de complicité avec l'auditeur, lui donnant l'impression d'être témoin de la scène en direct.

Nous nous situons dans un univers héroïque, drôle et familier où la cible ne s'identifie pas nécessairement aux personnages, mais à la situation, ce qui renforce le capital sympathie de la sécurité routière. La cible se trouve dans la même situation que les personnages et imagine les conséquences d'un tel comportement.

En ce qui concerne le casting, nous attachons une importance capitale à la sélection surprenant d'un super-héro. Le personnage nous permet de nous projeter dans un univers réconfortant et sécurisant.

Pour ce qui est du son, une musique de fond viendra souligner le côté héroïque du spot radio.

En résumé, ce spot radio sur la sécurité routière vise à sensibiliser de manière originale et efficace sur les dangers de l'utilisation du téléphone au volant, en utilisant l'humour et la familiarité pour marquer les esprits et inciter à un changement de comportement.