

Analyse spot radio :

**Contraintes de production :**

**Temps** : le spot a une durée de 25 secondes, il n'excède donc pas la limite de 30 secondes.

**Clarté** : le message est clair puisqu'il est court et prenant (en raison du thème héroïque du spot avec le ton pris par le personnage).

**Reconnaissance** : le message a un thème héroïque, le personnage intervient pour dire aux internautes de ne pas aller sur leur téléphone lorsqu'ils conduisent, le personnage se considère comme un héros car il vient potentiellement de sauver la vie de certains conducteurs.

**Phatique** : l'intérêt est suscité par le ton de la voix de l'homme qui est rapide, ce qui attire l'attention d'un public volatile, qui n'écoute pas vraiment. Les bruits d'accidents sont à éviter car les auditeurs pourraient croire qu'ils viennent de faire un accident et cela pourrait être dangereux pour leur sécurité.

**Message** : le message de ce spot est un homme qui parle d'une voix héroïque pour dire aux conducteurs de ne pas aller sur leur téléphone, c'est un message de prévention.

**L'écriture du script** : une voix in fait un monologue, puis une voix off fait une apparition à la fin du spot pour annoncer aux auditeurs que ce spot était un message de prévention.

**Le son** : une musique héroïque est en fond sonore, le ton de l'homme est également héroïque, ce qui donne l'impression que grâce à cette intervention, des vies pourront être sauvées.

**Durée** : l'homme s'adresse aux conducteurs lors des premières 21 secondes du spot, les 4 dernières secondes c'est une femme qui parle énonçant que ce spot était un message de prévention. L'homme a un débit de parole rapide alors que celui de la femme est plus posé, plus lent.

**Le choix d'écriture** : les phrases sont courtes mais s'enchaînent rapidement, l'homme parle au présent et demande aux utilisateurs de ne pas être sur leur téléphone lorsqu'ils conduisent.

**Promesse** : si l'auditeur qui conduit n'est pas sur son téléphone, cela lui sauvera la vie « accroche toi à la vie », cette promesse arrive à la fin du temps de parole de l'homme.

La note d'intention : ce spot est un monologue d'un homme qui intervient de manière héroïque pour dire aux auditeurs de ne pas aller sur leur téléphone pendant que ces derniers conduisent. La voix masculine est forte et prenante pour attirer l'attention, la voix de la femme (à la fin du spot) est posée pour informer les auditeurs que ce spot était un spot de prévention. Le personnage masculin est abordé comme quelqu'un

d'héroïque car il vient de sauver des vies à l'aide de ce message de prévention. La situation de ce spot est préventive. Le son est extradiégétique : c'est une musique de fond qui a un thème héroïque. Le vocabulaire ainsi que le ton du personnage reprennent un thème héroïque. La signature sonore montre clairement un thème héroïque par le ton du personnage ainsi que la musique de fond du spot.