

# Visionnage d'une publicité : Je suis passé chez Sosh

## Site Internet

[https://www.youtube.com/watch?v=bwOFW\\_rMBCY](https://www.youtube.com/watch?v=bwOFW_rMBCY)

## Objectifs

- Développer la compréhension orale.
- Découvrir une publicité et une marque françaises.
- Travailler l'expression *chez*.
- Travailler la phonétique : le /ʃ/, le /z/ et le /s/.

## Infos culture

### Sosh

Il s'agit d'une marque française de téléphonie mobile, développée en France par l'opérateur français Orange depuis 2011.

Sosh est une gamme d'offres bon marché développée pour atteindre les jeunes, très informatisés, les « digital natives ». Pour ce faire, elle se donne une image communautaire et jeune.

Les offres Sosh sont sans engagement et accessibles uniquement sur internet. L'accompagnement des clients Sosh se fait par le biais d'un forum d'entraide communautaire ou par un service de chat en ligne avec des conseillers Sosh. Les téléphones portables ne sont pas liés à un programme fidélité chez Sosh.

Le slogan de lancement de Sosh était *Vibrez sans engagement*.

### La publicité Sosh 2014

La vidéo publicitaire de fin 2014, « Je suis passé chez Sosh », utilise la technique du virelangue. On y voit des jeunes (et une minorité de moins jeunes) essayer de prononcer la phrase presque imprononçable (même pour un Français !) « *Je suis passé chez Sosh ...* » sans y arriver vraiment !

*Je suis passé chez X* est une expression informelle pour dire *je suis allé chez* telle personne.

Ce côté informel correspond au style du public de Sosh : des jeunes qui ne veulent pas d'engagement.

Grâce à l'expression *je suis passé chez ...*, Sosh devient non plus une entreprise mais une personne, puisque *chez* est toujours suivi du nom d'une personne.

Cette personnalisation de la marque et du produit, accompagnée du "jeu" que représente le virelangue (dont l'objectif est d'arriver à dire la suite de mots sans se tromper le plus de fois possible) a permis à la publicité d'atteindre son but, les jeunes.

## Vidéo pour la classe

Primaire

### Proposition d'exploitation

#### 1. Premier visionnage : découverte du document (15 min).

Sans donner d'explication, on fait visionner le document.

On demande ensuite aux élèves de comprendre pourquoi les gens rient.

Ils devraient en principe comprendre que c'est parce qu'ils n'arrivent pas à prononcer.

Certains repèreront sans doute qu'il s'agit d'un virelangue comme ceux que l'ont fait en classe et qu'il y a dans toutes les méthodes.

On remarquera qu'il s'agit là d'un virelangue indicible même pour les locuteurs français. Le professeur écrira la phrase au tableau : *Je suis passé chez Sosh.*

Et il en expliquera le sens (*je suis allé à la maison de ...*).

#### 2. Deuxième visionnage : réflexion sur le type de document.

Le professeur fera visionner le document (sans les dernières secondes) une deuxième fois et posera les questions sur le type de document. Attention, s'il évite de montrer les dernières secondes ce sera plus intéressant.

- *Est-ce que c'est un film de fiction ? Un documentaire ? Non, c'est une pub, une publicité.*

On voit en fait que c'est une publicité quand l'annonce dit : *et vous quand est-ce que vous passez chez Sosh ?* (écrit)

Ensemble, les élèves réfléchiront :

- *à qui ça s'adresse ?*
- *Sosh, qui c'est ? Qu'est-ce que c'est ?*

Les élèves émettent des hypothèses.

Ils trouveront facilement que c'est une publicité qui s'adresse plutôt aux jeunes, mais le produit reste de fait totalement inconnu, comme si tout le monde devait connaître Sosh. Cette fausse énigme permet de faire imaginer beaucoup de choses.

Sosh c'est un *coiffeur, une banque, un magasin de vêtements.*

Elle est ensuite levée par la dernière image où il est écrit *Sosh par Orange*, qui est une marque de téléphonie (et téléphonie mobile) connue des Français et des Espagnols.

Après que les élèves aient émis les différentes hypothèses, on montre cette dernière image et on "révèle" l'énigme en expliquant en quoi consiste Sosh.

#### 3. Travail sur le son et le sens.

La difficulté du virelangue de cette publicité est due à la succession de deux sons proches, le /ʃ/ et le /s/, d'autant plus que *Je suis* devient souvent *chuis* /ʃqi/



## Vidéo pour la classe

Primaire

Les deux virelangues les plus connus en France se basent sur cette même difficulté :

*Les chaussettes de l'archiduchesse sont-elles sèches ? Oui archi-sèches !*

Ou encore

*Un chasseur sachant chasser doit savoir chasser sans son chien.*

Les hispanophones ont souvent du mal avec le son /ʃ/, qu'ils prononcent / tʃ /, de même qu'ils prononcent /ɫʒ/ le son /ʒ/.

On essaiera donc de les aider à prononcer les différents sons de façon séparée, mais en gardant le sens de la phrase de la publicité :

- Travail sur la prononciation de /ʒəsɥi/ (*Je suis*) et /ʃɥi/ (*'chuis*).

On fera répéter des deux manières : *Je suis passé*, puis on ajoutera deux syllabes, *Je suis passé te voir*, pour faire une phrase où la difficulté de /ʃ/ n'apparaît pas (ou pas plus d'une fois dans le cas de *chuis*).

On compliquera ensuite progressivement avec les phrases suivantes :

- Je suis passé voir Charles.
- Je suis passé voir Jules.
- Je suis passé chez toi.
- Je suis passé chez Charles.
- Je suis passé chez Jules.
- Je suis passé chez Sosh.
- Je suis passé voir Charles.
- Je suis passé voir Jules.

On pourra ensuite jouer à varier les prénoms en prenant des noms contenant des /s/ des /ʃ/ ou des /ʒ/.

Ci-joint la liste des noms les plus courants en ce moment :

Garçons : Mathis / Sacha / Simon / Samuel / Bastien / Oscar / Sofiane

Filles : Inès / Sarah / Juliette / Celia / Charlotte / Justine / Sofia / Sara / Salomé

### 4. Prolongement : jeu.

Par groupes de 3 ou 4, les élèves essaient de compliquer le virelangue en utilisant 3 prénoms. Ils doivent faire quelque chose de difficile et défier les autres groupes de les prononcer correctement.

Le groupe qui relève le mieux les défis a gagné.

