The Future of Advertising

|  |  |
| --- | --- |
| **0/20** | Copie blanche, copie en anglais |
| **4/20** | Hors-sujet ou n’a saisi que des mots isolés |
| **8/20** | -il s’agit d’un reportage télé  -ça se passe au Japon / à Tokyo  -il est question d’une **nouvelle forme de publicité / pub du futur / nouvelle ère**  -on voit un extrait de film avec Tom Cruise  -ce n’est plus nous qui regardons la pub mais l’inverse |
| **12/20**  4 items | -**un écran filme le visage des passants**  -et peut déterminer leur âge et leur sexe  -**pour leur proposer des pubs personnalisées / s’adapte à la personne**  -l’idée était déjà développée dans le film  -ce système permet d’améliorer le marketing / de rendre la pub + efficace |
| **16/20**  4 items  **20/20**  8 items | -le système détermine l’intérêt du passant suivant le temps passé devant l’écran  -le film est *Minority Report*  -il est sorti en 2002  -exemple de la journaliste : une femme trentenaire  -donc on lui propose un plat qu’elle aimera sans doute (« Seasonal pasta »)  -un homme interrogé dit croire en ce genre d’innovation  -l’homme interrogé est un consultant hollandais  -la scène est filmée au salon de la pub à Tokyo  -le système de reconnaissance est précis à 10 ans près  -la prochaine version sera encore plus précise  -les données sont enregistrées par l’entreprise  -nom de l’entreprise : NEC |

The Future of Advertising

|  |  |
| --- | --- |
| **0/20** | Copie blanche, copie en anglais |
| **4/20** | Hors-sujet ou n’a saisi que des mots isolés |
| **8/20** | -il s’agit d’un reportage télé  -ça se passe au Japon / à Tokyo  -il est question d’une **nouvelle forme de publicité / pub du futur / nouvelle ère**  -on voit un extrait de film avec Tom Cruise  -ce n’est plus nous qui regardons la pub mais l’inverse |
| **12/20**  4 items | -**un écran filme le visage des passants**  -et peut déterminer leur âge et leur sexe  -**pour leur proposer des pubs personnalisées / s’adapte à la personne**  -l’idée était déjà développée dans le film  -ce système permet d’améliorer le marketing / de rendre la pub + efficace |
| **16/20**  4 items  **20/20**  8 items | -le système détermine l’intérêt du passant suivant le temps passé devant l’écran  -le film est *Minority Report*  -il est sorti en 2002  -exemple de la journaliste : une femme trentenaire  -donc on lui propose un plat qu’elle aimera sans doute (« Seasonal pasta »)  -un homme interrogé dit croire en ce genre d’innovation  -l’homme interrogé est un consultant hollandais  -la scène est filmée au salon de la pub à Tokyo  -le système de reconnaissance est précis à 10 ans près  -la prochaine version sera encore plus précise  -les données sont enregistrées par l’entreprise  -nom de l’entreprise : NEC |