



Séquence médias

Auteur·e

- Auteure des enjeux : **Marie Baurins** (philosophe, Philéas & Autobule)
- Auteure du dispositif : **Céline Pierre** (enseignante et animatrice diplômée en éducation aux médias)



ENJEUX

Peut-on obéir sans s'en rendre compte ?

Quand quelqu'un ne veut pas faire quelque chose, est-il possible de le convaincre d'adapter de lui-même son comportement sans qu'il en ait conscience ? C'est ce que fait la publicité, qui use de différents leviers pour nous convaincre d'acheter certains produits. Dans le dispositif qui suit, il s'agira dans un premier temps de mieux comprendre ce qu'est la publicité et comment elle fonctionne, pour ensuite découvrir les différentes règles auxquelles la publicité doit se soumettre. Cette première approche des règles éthiques du secteur publicitaire permettra aux enfants de se rendre compte qu'il existe des garde-fous pour protéger les citoyens des représentations racistes ou sexistes et autres images dommageables.



DISPOSITIF MÉDIAS

Les règles de la publicité

Compétences

Éducation aux médias

- Lire, regarder, écouter un média en construisant du sens (catégorie de compétence : lire – dimension informationnelle)
- Reconnaître les contenus illicites et tenir compte des outils légaux qui s'y appliquent (catégorie de compétence : lire – dimension sociale)
- Confronter les représentations et les sensibilités véhiculées par le média à sa propre perception du monde (catégorie de compétence : lire – dimension informationnelle)
- Identifier le ou les destinataires et destinataires du média (catégorie de compétence : lire – dimension sociale)
- Détecter/ repérer/ déceler des intentions implicites, détournées ou masquées en fonction de l'identité du destinataire et du contexte de la communication (catégorie de compétence : lire – dimension sociale)
- Échanger avec d'autres destinataires sur les effets du message, être attentif aux interprétations, savoir y reconnaître des jugements de valeur (catégorie de compétence : lire – dimension sociale)
- Produire et diffuser une production médiatique en tenant compte du langage et du genre utilisé, des représentations véhiculées, des opérations techniques à réaliser, des attentes des destinataires et des intentions des destinataires (catégorie de compétence : écrire – dimension informationnelle, technique et sociale)

Éducation à la philosophie et à la citoyenneté

2. Assurer la cohérence de sa pensée

➤ Construire un raisonnement logique (2.2) :

- Formuler et organiser ses idées dans un discours cohérent (2.2 – étape 3)
- Identifier les stéréotypes et préjugés (2.2 – étape 3)

➤ Évaluer la validité d'un énoncé, d'un jugement, d'un principe ... (2.3) :

- Identifier ce que l'on tient pour vrai, pour bien, pour juste, pour beau, pour bon ... (2.3 – étape 1)

3. Prendre position de manière argumentée

➤ Se positionner (3.2) :

- Justifier une prise de position, notamment sur le plan éthique, par des arguments (3.2 – étape 3)

5. Se décentrer par la discussion

➤ Écouter l'autre pour comprendre (5.1) :

- Écouter l'autre sans l'interrompre (5.1 – étape 1)
- Prendre en compte les apports et les objections de l'autre (5.1 – étape 3)

8. Se reconnaître, soi et les autres, comme sujets de droits

➤ S'opposer aux abus de droits et de pouvoir (8.2) :

- Identifier le mépris, l'humiliation et la maltraitance et s'y opposer (8.2 – étape 1)

9. Participer au processus démocratique

➤ Débattre collectivement (9.2) :

- Énoncer des arguments (9.2 – étape 1)
- Proposer des alternatives (9.2 – étape 2)

➤ Décider collectivement (9.3) :

- Définir un projet commun et les moyens de le mettre en œuvre (9.3 – étape 2)

Objectifs

- L'enfant sera capable d'adopter un regard critique sur la publicité et ainsi développer son libre arbitre.
- L'enfant sera capable d'identifier les leviers utilisés par une communication publicitaire et de faire le point sur les envies qu'elle peut créer.
- L'enfant sera capable de différencier une publicité à but commercial d'une publicité à but non commercial et identifier les objectifs de chacune.
- L'enfant sera capable de regarder de façon critique une publicité en se demandant si les grands principes réglementaires qui encadrent la publicité y sont respectés.



Matériel

- Le jeu « Publicités interdites », publié dans *Philéas & Autobule* N°64 « Faut-il obéir ? » ; prévoir autant d'exemplaires que d'enfants
- La fiche de l'élève 1 « Atelier d'expression » ; prévoir autant d'exemplaires que d'enfants
- La fiche de l'élève 2 « Comparaison de messages publicitaires » ; prévoir autant d'exemplaires que d'enfants
- La fiche de l'élève 3 « La communication non commerciale » ; prévoir autant d'exemplaires que d'enfants
- La fiche de l'élève 4 « Les règles dans la publicité » ; prévoir autant d'exemplaires que d'enfants
- Des cartons verts et des cartons rouges (format A5)
- Soit des affiches A3 avec du matériel pour dessiner (marqueurs de différentes couleurs, crayons, journaux, colle...) soit des tablettes avec l'application Canva¹ (pour le prolongement)
- Un tableau

Durée

4 x 50 minutes

Niveaux visés

De 10 à 12 ans

1. Voir www.canva.com

DÉROULEMENT

1. DÉFINIR CE QU'EST UNE PUBLICITÉ (COMMERCIALE VS. NON COMMERCIALE) (2 X 50 MIN)

1.1. Compléter la fiche de l'élève 1 individuellement

Demander d'abord aux enfants de penser à une publicité qu'ils apprécient (que ce soit à la télévision, dans la presse, sur internet, à la radio ...) et les inviter à répondre aux questions sur la fiche (sauf le point 5).

1.2. Mettre en commun les réponses

Proposer ensuite aux enfants de parler de leur publicité au reste du groupe lors d'une mise en commun. L'enseignant interroge un premier enfant : « Un de vous peut-il parler d'une publicité qu'il apprécie en ce moment ? ». Pendant que les enfants parlent de leur publicité, l'enseignant reprend les idées et les organise au tableau en différentes colonnes, qui correspondent à des catégories (voir tableau page 19). L'enseignant ne donne pas de titres aux colonnes du tableau. Dans une des colonnes du tableau, l'enseignant note les produits dont les enfants parlent, dans une autre il inscrit les supports, dans une autre encore les objectifs et dans la dernière colonne les registres. Si l'enfant n'aborde pas une des catégories en parlant de sa publicité, l'enseignant peut alors lui poser des questions supplémentaires telles que : « Et que promet cette publicité selon toi ? De t'amuser, de passer un bon moment, de progresser ... ? ».

Lorsque chaque enfant a eu l'occasion de parler d'une publicité qu'il apprécie, l'enseignant revient sur ce qu'il a noté au tableau. Avec les enfants, l'enseignant va définir les titres de chaque catégorie : « À votre avis, pourquoi ai-je organisé ce que vous avez dit dans différentes colonnes au tableau ? Peut-on donner un titre aux différentes listes du tableau ? ».

Exemple d'organisation du tableau en catégories structurées selon les évocations des enfants :

Quels sont les produits concernés ? (Le produit)

- Jouets, jeux de société
- Consoles de jeu et jeux vidéo
- Vêtements et accessoires
- Petits équipements électroniques
- ...

Où a-t-on vu ou entendu les messages publicitaires ? (Le média, le support)

- Télévision
- Radio
- Internet
- Cinéma
- Vitrine
- ...

Que promettent les messages publicitaires ? (Les objectifs)

- Passer un bon moment ensemble
- Progresser, grandir
- S'amuser
- Faire plaisir
- Se détendre
- ...

De quelle manière parlent-ils des produits ? (Le registre)

- Ils font découvrir des nouveautés
- Ils présentent l'utilisation d'un produit
- Ils font rire
- Ils font plonger dans un univers merveilleux
- ...

1.3. Compléter individuellement le point 5 de la fiche de l'élève 1 et comparer ses réponses avec le voisin

Chaque enfant relève ensuite les messages publicitaires qui l'attirent le plus parmi ceux qui ont été cités par les autres enfants (exemple : « je choisis celui pour la nouvelle PlayStation ») et inscrit ceux-ci sur la fiche 1. Il choisit les trois messages publicitaires auxquels il est le plus sensible. Ensuite, il compare les messages qu'il a choisis avec les messages qui ont été choisis par son voisin. Chacun essaie d'expliquer pourquoi il a retenu ces messages.

1.4. En groupe, comparer deux publicités à l'aide de la fiche de l'élève 2

Demander aux enfants d'amener en classe quelques exemples de communications publicitaires. Faire voter la classe pour en retenir deux dont la démarche de communication sera analysée plus en profondeur.

Par groupe de 4, les enfants comparent les deux publicités. Chaque groupe complète la fiche 2 et répond aux différentes questions proposées sur celles-ci :

- ➡ *Que nous raconte la publicité ?*
- ➡ *Quelles informations pratiques sont apportées sur le produit ?*

- À qui s'adresse cette publicité : enfants/adultes, garçon/fille, quel âge... ?
- Qui est à la base de cette publicité, qui est l'auteur ?
- Que veut faire comprendre cette publicité ?
- De quelle manière parle-t-on du produit, quel est le ton utilisé ? (en faisant rire, en cherchant à séduire, en informant...)

Proposer aux enfants de voter pour la publicité qui leur donne le plus envie et d'expliquer pourquoi.

1.5. Analyser une vidéo de communication non commerciale à l'aide de la fiche de l'élève 3

Diffuser une vidéo de communication non commerciale (par exemple une publicité contre le harcèlement scolaire : www.youtube.com/watch?v=kTJoyhprYWc) et poser aux enfants les questions suivantes :

- Que raconte cette vidéo ?
- Est-ce une publicité ?
- Est-ce que l'objectif est de faire acheter un produit comme dans les publicités que l'on a vues précédemment ? Quel est l'objectif de cette publicité ?

Les enfants comprennent alors qu'il existe aussi des publicités à caractère non commercial. Organiser les enfants en petits groupes de 4 et leur distribuer la fiche 3 et leur demander de la compléter individuellement. Sur la fiche, les enfants doivent donner des exemples de publicités dont l'objectif n'est pas de vendre un produit, mais de modifier un comportement. Au sein du groupe, les élèves échangent sur ce qu'ils ont listé individuellement pour déceler les similitudes et enrichir l'inventaire de ce qui a été identifié par chacun.

Reprendre le travail avec tout le groupe pour classer les différentes publicités en catégories cohérentes.

- Ce qui a trait à la santé
- Ce qui a trait à l'environnement
- Ce qui a trait à la sécurité et au bien-être

L'enseignant peut prévoir des exemples de publicités (vidéo, affiche...) pour chaque catégorie.

2. DÉCOUVRIR LES RÈGLES DANS LA PUBLICITÉ (2 X 50 MIN)

Lancer la discussion sur les règles dans la publicité en partant de deux cas concrets : deux exemples de publicité qui ne respectent pas un principe pour permettre aux enfants d'identifier concrètement ce principe avant d'élargir la discussion.

2.1. Visionner la publicité 1 et se questionner

Montrer à toute la classe une des publicités suivantes :

- **Yaourt Danone** : https://www.lepoint.fr/societe/danette-la-pub-qui-fait-polemique-06-09-2014-1860881_23.php

Publicités présentant cinq familles heureuses se prenant en selfie autour d'un pot de Danette. Les familles blanches sont au ski ou en vacances à la mer tandis que les familles noires sont déguisées en animaux. Suite au flot de critiques, la marque s'est excusée et a promis de retirer les visuels incriminés dans les meilleurs délais.

☉ **Mousse à raser Nivea** : <http://www.lefigaro.fr/medias/2011/08/19/04002-20110819ARTFIG00466-nivea-retire-une-publicite-accusee-de-racisme.php>

Publicité montrant un homme noir se débarrassant de son masque coiffé d'une coupe afro avec une barbe fournie, après avoir utilisé un produit cosmétique Nivea. L'image est accompagnée du slogan suivant : « Recivilisez-vous ! ». Suite aux réactions sur les réseaux sociaux, la marque a posté des excuses et a retiré la publicité.

☉ **Produit lessive Qiaobi** : <https://www.youtube.com/watch?v=1T6AZX55ZGE>

Publicité chinoise pour un produit de lessive montrant un jeune homme noir au tee-shirt souillé de peinture poussé dans une machine à laver par une jeune femme chinoise. Quelques instants plus tard, un jeune asiatique vêtu d'un tee-shirt blanc sort de la machine devant la jeune femme émerveillée. La publicité n'a pas été refusée en Chine.

Poser les questions suivantes aux enfants :

- ☉ *Que raconte la publicité ? C'est une publicité pour quelle sorte de produit ?*
- ☉ *À qui s'adresse cette publicité ?*
- ☉ *Cette publicité a déclenché de virulentes réactions sur internet. Pourquoi ?*

Durant cet échange, l'enseignant rappellera qu'il est essentiel d'écouter l'avis de chacun et de ne pas émettre de jugement.

Suite à ce brainstorming, l'enseignant amène le fait que la publicité doit respecter un certain nombre de règles pour être autorisée par les organismes de contrôle à être diffusée auprès du grand public, à savoir, ici, ne pas véhiculer de clichés racistes. Dans le cas des trois publicités Nivea, Danone et Qiaobi, les annonceurs ont retiré la publicité et ont posté des excuses sur les réseaux sociaux en reconnaissant leur publicité comme étant inappropriée.

2.2. Visionner la publicité 2 et se questionner

Visionner la publicité pour une voiture Ford (https://www.youtube.com/watch?v=_C4f5gfBo_c) et poser les questions suivantes aux enfants :

- ☉ *Que raconte la publicité ? C'est une publicité pour quelle sorte de produit ?*
- ☉ *À qui s'adresse cette publicité ?*
- ☉ *Cette publicité a été refusée. Pourquoi ?*



Cette deuxième publicité permet d'amener un second principe qui doit être respecté dans la publicité, à savoir, le fait qu'une publicité ne doit pas comporter de scènes de violences physiques.

2.3. Exemplifier les principales règles de la publicité à l'aide de la fiche de l'élève 4

Après avoir vu deux principes auxquels la publicité est soumise (point 2.1 et 2.2), l'enseignant annonce aux enfants qu'il en existe d'autres : « Nous avons vu que la publicité ne doit pas véhiculer des clichés racistes et ne doit pas non plus comporter des scènes de violence physique. Il existe également d'autres règles que la publicité doit respecter. »



L'enseignant distribue alors aux enfants la fiche 4 reprenant les grandes règles de la publicité. Chaque règle est accompagnée d'un exemple concret pour permettre aux enfants de bien la comprendre. Ces règles sont lues ensemble et l'enseignant s'assure qu'elles sont comprises par les enfants en réexpliquant bien chaque exemple inscrit sur la feuille.

Ensuite, l'enseignant propose de former des groupes de 4 enfants et donne à chaque groupe l'une des règles lues précédemment. Chaque groupe doit imaginer pour le principe reçu, un cas concret pouvant se rencontrer dans une publicité pour un produit en particulier et le présenter sous forme de saynète. Un exemple est donné dans la fiche 4.

« Par groupe, vous recevez un des principes généraux que nous venons de lire ensemble. Vous lisez le principe général et ensuite vous imaginez une publicité pour un produit qui ne respecte pas le principe reçu. Vous mettez en scène la publicité que vous avez imaginée via une saynète et venez la jouer devant le groupe ».

2.4. Faire le jeu « Publicités interdites »

Les enfants réalisent individuellement le jeu de la revue (pp. 22-23).

2.5. Jouer à un jeu rôle : « vous êtes membres du Jury d'Éthique Publicitaire »

Les enfants deviennent des membres du Jury d'Éthique Publicitaire (JEP). Par groupe de quatre, ils reçoivent une publicité qui a entraîné une ou plusieurs plainte(s) auprès du JEP mais qui n'a finalement pas été censurée par le JEP. C'est aux enfants de décider en groupe si la publicité peut être diffusée ou doit être censurée. Ils ont 5 à 10 min pour prendre leur décision et expliquer les raisons de leur décision. Dans le groupe, chaque enfant a un rôle :

- **Le secrétaire** : il est chargé de prendre note ou de dessiner (en fonction de ses talents) les diverses situations données par le groupe.
- **Le gardien de la parole** : il veille à ce que chacun ait le même temps de parole dans le groupe.
- **Le gardien du temps** : il veille à ce qu'une décision soit prise avant la fin du temps réglementaire.
- **Le rapporteur** : il présente le travail du groupe au reste de la classe.

Les enfants la présentent ensuite au reste du groupe, ils expliquent la publicité et rendent leur décision. Les autres (qui ont travaillé sur une autre publicité) peuvent, à ce moment, également donner leur avis grâce à des cartons de couleurs (vert : j'accepte la diffusion, rouge : je refuse la diffusion). L'idée est alors que chaque enfant puisse s'exprimer et ainsi enrichir le débat.

Pour trouver des exemples de publicités qui ont suscité une polémique, voir sur le site du JEP : (<https://www.jep.be/fr/decisions-du-jep>) et ce PowerPoint (https://drive.google.com/file/d/15G6YksOuJonUsJ7YjIZNiX7_QGnscAB2/view?usp=sharing) recensant différentes publicités qui ont suscité de vives réactions auprès du JEP ou sur les réseaux sociaux.

2.6. Corriger une publicité

Les enfants sont invités à créer la version acceptée d'une publicité refusée. Pour cela, ils se mettent par groupe de quatre et choisissent parmi les différents exemples interdits donnés dans l'article de la revue *Phileas & Autobule*. Pour leur version acceptée, ils peuvent choisir de créer :

- un spot radio
- une publicité vidéo
- un GIF
- une affiche

PROLONGEMENT

METTRE EN APPLICATION CE QUI A ÉTÉ VU EN PRODUISANT UNE PUBLICITÉ

La séquence se clôture en donnant des trucs et astuces pour produire une publicité efficace au sein de l'école. L'idée est que les enfants produisent par petits groupes une publicité pour un événement interne (exemple : comment communiquer sur l'organisation de notre fête scolaire ?). La fête scolaire peut ainsi être l'occasion de mettre en pratique tout ce que les enfants ont découvert sur la communication publicitaire en faisant la promotion de la fête de l'école.

Les publicités seront créées avec des outils simples comme le logiciel en ligne gratuit « Canva » ou avec des journaux (découpage et collage). Cela se fera en plusieurs étapes :

1. Identifier les atouts du produit à promouvoir : quels sont les points forts d'une fête scolaire qui pourront être mis en avant ?
2. Identifier les objectifs de communication.
3. Identifier les publics destinataires : quels sont les arguments qui vont donner envie aux différents publics de participer à la fête de l'école ?
4. Identifier le support à utiliser : affiches, prospectus, spot radio, vidéo, page Facebook, ... ➡ L'enseignant choisit le média qu'il maîtrise le mieux.
5. Identifier le ton à adopter : faire rire, surprendre, séduire,...
6. Créer la publicité.

ANNEXE 1

FICHE DE L'ÉLÈVE 1 - ATELIER D'EXPRESSION

Pense à une publicité que tu aimes bien en ce moment.

1. Comment en parlerais-tu à quelqu'un qui ne la connaît pas ?



2. De quoi parlait la publicité ?

Choisis les dessins des produits sur lesquels porte la publicité dont tu te souviens.



☐ Jouets



☐ Jeux vidéos,
console de jeux



☐ Vêtements
et accessoires



☐ Matériel
électronique



☐ Produits
de beauté



☐ Aliments

Ta publicité parlait d'un autre sujet ? Dessine-le.

ANNEXE 1 (SUITE)

ATELIER D'EXPRESSION

3. Où l'as-tu vue récemment ?

- | | |
|--------------------------------|----------------------------------|
| ☐ Abribus | ☐ Radio |
| ☐ Bus | ☐ Taxi |
| ☐ Affiche | ☐ Télévision |
| ☐ Cinéma | ☐ Vitrine |
| ☐ Magazine | ☐ Internet |

4. Quels sont les mots qui t'attirent le plus dans cette publicité ?

5. Relève les messages publicitaires discutés avec la classe qui t'attirent le plus. Explique pourquoi et compare avec ton camarade de classe. Avez-vous les mêmes réponses ?

Les publicités auxquelles je suis le plus sensible	Pourquoi

ANNEXE 2

FICHE DE L'ÉLÈVE 2 - COMPARAISON DE MESSAGES PUBLICITAIRES

Parmi les exemples de communication publicitaire que vous avez tous apportés, la classe en a retenu deux qui vont être détaillés.

Décris chacune des publicités retenues :

Publicité 1 :

Publicité 2 :

	Publicité 1	Publicité 2
Que nous raconte la publicité ?		
Quelles informations pratiques sont apportées sur le produit ?		
À qui s'adresse cette publicité ?		
Qui est à la base de cette publicité, qui est l'auteur ?		
Que veut faire comprendre cette publicité ?		
De quelle manière parle-t-on du produit ? Quel est le ton utilisé ? (en faisant rire, en cherchant à séduire, en informant...)		



ANNEXE 2 (SUITE)

FICHE DE L'ÉLÈVE 3 - LA COMPARAISON DE MESSAGES PUBLICITAIRES

Mon évaluation des deux publicités.

	Publicité 1	Publicité 2
Je coche la publicité qui me fait le plus envie.		
Pourquoi ? Qu'est-ce que le produit m'apporterait ?		
Je coche la publicité élue par toute la classe.		

ANNEXE 3

FICHE DE L'ÉLÈVE 3 - LA COMMUNICATION NON COMMERCIALE

La communication peut aussi être non commerciale. Elle ne propose pas un produit, mais cherche à attirer notre attention sur un problème, nous informer ou essayer de changer nos habitudes.

1. Réfléchis à des publicités dont l'objectif n'est pas de vendre un produit. Si tu n'as pas d'idées, regarde les illustrations ci-dessous, elles peuvent t'inspirer.

Publicité 1 :

Publicité 2 :

Publicité 3 :

Publicité 4 :

Publicité 5 :



ANNEXE 3 (SUITE)

LA COMMUNICATION NON COMMERCIALE

Mise en commun. Comment classerais-tu les sujets évoqués en classe ?

Santé	
Environnement	
Sécurité	
Bons comportements	
Évènements	

ANNEXE 4

FICHE DE L'ÉLÈVE 4 - LES RÈGLES DANS LA PUBLICITÉ

La publicité doit respecter un certain nombre de règles pour être diffusée auprès du grand public.

LES GRANDES RÈGLES DANS LA PUBLICITÉ :

La publicité ne doit pas faire de promesses excessives sur les bienfaits apportés par le produit.

Exemple : Une publicité qui te promet qu'en achetant un stylo, tu ne feras plus jamais de fautes d'orthographe.

Exemple : Une publicité montrant un jeune épuisé qui revient de l'école. Sa maman lui propose une sucrerie et il retrouve des forces pour étudier.

La publicité ne doit pas mettre en scène des situations dangereuses.

Exemple : Une publicité qui, pour vendre son nouveau sac à dos « taillé pour l'aventure », montre un enfant en train de marcher seul sur le versant d'une montagne escarpée.

La publicité doit représenter correctement la taille, le goût, le contenu des aliments et leurs avantages nutritionnels.

Exemple : Une publicité qui montre un énorme biscuit plein de chocolat alors que le biscuit réel est beaucoup plus petit avec uniquement quelques pépites de chocolat.

La publicité ne doit pas comporter des scènes violentes physiques ou morales.

Exemple : Une publicité qui montre un véhicule télécommandé en écrasant délibérément une petite fourmi.

La publicité doit éviter d'être caricaturale ou manier des stéréotypes.

Exemple : Une publicité montrant une petite fille dans sa chambre. Elle est assise à côté de son interrogation de math. Elle a eu 0/10. Elle tient dans ses bras une poupée et a l'air heureuse. Le slogan est « pas douée pour l'école... mais déjà une bonne petite maman ! ».

La publicité ne doit pas encourager la discrimination.

Exemple : Une publicité pour un vélo de qualité qui montre un jeune garçon en surpoids qui roule sur le vélo sans que celui-ci ne se casse.

Exemple : Une publicité qui montre un enfant noir qui devient blanc en se lavant avec un savon particulier.

La publicité ne doit pas être sexiste.

Exemple : Une publicité montrant une fille habillée en infirmière et un garçon en costume de garagiste avec le slogan : « Et toi, tu veux faire quoi quand tu seras grand ? ».

La publicité ne doit pas être indécente.

Exemple : Une campagne montrant des chefs d'État qui s'embrassent sous la forme d'un photomontage afin de lutter contre la violence.

La publicité ne doit pas présenter un périmètre de produit mal défini.

Exemple : Une publicité montrant une maison de poupée avec les meubles et l'électricité pour le prix de 100€, alors que pour 100€ on ne reçoit que la maison de poupée sans le mobilier et sans les piles pour l'électricité.

ANNEXE 4 (SUITE)

LES RÈGLES DANS LA PUBLICITÉ

Tu vas maintenant recevoir une règle que les annonceurs (personnes à l'origine de la publicité) doivent respecter. Avec ton groupe, imagine un exemple pour illustrer la règle. Ensuite, présentez votre exemple au reste du groupe sous la forme d'une saynète.

Exemple :

Principe/règle : « La publicité ne doit pas faire de promesses excessives sur les bienfaits apportés par le produit ».

Produit : Une publicité pour un journal de classe scolaire qui garantit de réussir dans toutes les matières.

Saynète :

- Enfant 1 (enfant): Oh maman, j'ai encore eu un échec en math. Je ne comprends rien.
- Enfant 2 (maman) : Ce n'est pas grave mon chéri, je t'ai acheté le nouvel agenda scolaire de la marque Avec lui, tu pourras t'organiser et mieux planifier ton étude. Tu n'auras plus jamais d'échec en math.
- Enfant 1 (enfant) : Super ! Merci maman.
- Enfant 3 (voix off) : Un nouvel agenda en or et les mauvaises notes, c'est mort.

A VOUS DE JOUER :

Principe / règle	
Produit	
Saynète	