

PLAN DE LEÇON

LA JUNGLE DE LA MALBOUFFE

Cette leçon fait partie d'[*Utiliser, comprendre et mobiliser : Un cadre de littératie média numérique pour les écoles canadiennes.*](#)



ANNÉES SCOLAIRE : 4^e à 6^e années

A PROPOS DE L'AUTEUR: HabiloMédias

Aperçu

Cette leçon apprendra aux enfants comment et pourquoi des publicités de malbouffe sont présentées aux enfants. La leçon commencera par une introduction à la publicité et une discussion sur les tactiques utilisées dans les publicités alimentaires. Les élèves discuteront de divers aliments qu'ils voient dans les publicités au quotidien, et celles qu'ils ne voient pas, tirant d'importantes conclusions de ces données. À partir de ces informations, les élèves rempliront un registre de publicité et choisiront également une publicité pour en comparer le sujet traité avec ce qu'ils viennent d'apprendre.

Résultats d'apprentissage

GRANDES IDÉES

- La publicité a pour but de vous inciter à acheter ou à aimer un produit.
- La publicité utilise des techniques et des tactiques particulières pour vous persuader.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

Les élèves apprendront :

- que la publicité alimentaire est une grande entreprise et que les enfants en sont l'une des principales cibles;
- les types d'aliments qui font l'objet d'un plus grand nombre de publicités et leurs impacts sur la santé en général;
- les techniques qu'utilisent les annonceurs pour plaire aux enfants;
- les types d'aliments nécessaires pour maintenir un mode de vie sain grâce au Guide alimentaire canadien.

Les élèves :

- recenseront les techniques publicitaires;
- créeront une œuvre médiatique;
- utiliseront les techniques publicitaires dans leur propre projet.

Préparation et matériel

- Utilisez le [Guide alimentaire canadien](#) comme référence.
- Projetez ou distribuez les documents *Les stratégies des publicités alimentaires* et *Publicités sur la malbouffe*.
- Préparez-vous à projeter le document *Publicité sur les aliments sains*.
- Préparez-vous à distribuer le document *Ma publicité sur un aliment sain*.

Procédure

DISCUSSION GUIDÉE

Commencez par poser les questions suivantes aux élèves.

- Qu'est-ce qu'une alimentation « saine »? (*Alimentation équilibrée composée d'une variété d'aliments du Guide alimentaire canadien. Modération des quantités d'aliments consommés.*)
- Quels sont les quatre groupes alimentaires qui composent l'assiette santé du Guide alimentaire canadien? (*Légumes et fruits, protéines, grains entiers et eau*)
- Quelle est la place de la malbouffe dans notre alimentation? (*Si vous avez une alimentation équilibrée, quelques gâteries ne posent pas de problème.*)
- Pourquoi une trop grande quantité de malbouffe n'est-elle pas bonne pour nous? (*Elle n'offre pas une véritable alimentation. Elle nous donne moins envie de manger des aliments plus sains. Des quantités trop élevées de sel, de sucre et de matières grasses provenant de la malbouffe peuvent entraîner des problèmes de santé.*)

Demandez maintenant aux élèves de penser à la dernière publicité qu'ils ont vue pour un aliment, quel qu'il soit. Rappelez-leur d'inclure non seulement les publicités télévisées et vidéo, mais aussi les publicités qu'ils ont entendues à la radio, les messages commandités par les entreprises alimentaires, les mentions d'un aliment par un youtubeur ou un influenceur, et même un emballage alimentaire dans une émission de télévision, un film ou un jeu vidéo. Demandez à quelques élèves de proposer volontairement les publicités dont ils se souviennent.

Posez-leur maintenant les questions suivantes : Combien de ces publicités concernent des aliments figurant dans l'assiette santé du Guide

alimentaire canadien? Combien d'entre elles portaient sur la malbouffe ou les grignotines?

Faites remarquer que la plupart des enfants voient beaucoup plus de publicités sur la malbouffe que sur des aliments sains et que la publicité représente une importante entreprise : les entreprises alimentaires américaines dépensent plus de 10 milliards de dollars par année en publicité. Les enfants voient non seulement plus de publicités sur la malbouffe que sur des aliments sains, mais aussi plus de publicités sur la malbouffe que presque tout autre produit : environ 4 publicités sur 10 que les enfants voient à la télévision portent sur des grignotines malsaines.

Posez la question suivante aux élèves : À leur avis, pourquoi y a-t-il beaucoup plus de publicités sur des aliments malsains que sur des aliments sains?

Laissez les élèves en discuter quelques minutes, puis expliquez-leur ce qui suit.

- Les aliments sains sont plus comparables les uns aux autres que les aliments malsains (p. ex. toutes les bananes sont essentiellement les mêmes).
- Les aliments malsains offrent une marge bénéficiaire plus élevée que les aliments sains puisqu'ils se transportent mieux et se conservent plus longtemps. (C'est l'une des raisons pour lesquels le lait est l'un des seuls aliments sains qui fait l'objet d'une publicité intensive.)
- Les aliments malsains peuvent être « transformés » davantage que les aliments sains (p. ex. des personnes travaillent uniquement à s'assurer que le son que font les croustilles Doritos lorsque vous les croquez est aussi satisfaisant que possible).

Distribuez le document *Les stratégies des publicités alimentaires* et examinez-le avec la classe. Pour chaque technique, demandez aux élèves de penser à un exemple de publicité qu'ils ont vue récemment (pas nécessairement une publicité alimentaire).

Ensuite, projetez ou distribuez le document *Publicités sur la malbouffe* et demandez aux élèves de recenser les techniques utilisées dans chacune d'elles.

- En haut à gauche : Appui de la populaire youtubeuse JoJo Siwa

- En haut à droite : Mots équivoques (Comment mesure-t-on ce qui est “meilleur que meilleur”?)
- En bas à gauche : Mascotte, couleur (fond brun, beaucoup de vert), halo santé (images d’herbe et d’arbres, allégations comme « sans gluten », mais le produit contient tout de même six grammes de sucre, soit environ la même quantité qu’un bol de céréales Corn Pops ou Froot Loops)
- En bas à droite : Mascotte, message optimiste (le garçon qui court en compagnie de Tony le Tigre n’a-t-il pas l’air de s’amuser?) et une histoire est racontée. (Il doit bien y avoir une histoire ici.)

Posez maintenant les questions suivantes aux élèves : Nous avons déjà parlé des *raisons* pour lesquelles les aliments sains ne font pas l’objet d’autant de publicités que les aliments malsains, mais qu’en serait-il si c’était le cas? Demandez aux élèves de nommer des aliments sains qu’ils aiment, puis d’autres qu’ils n’aiment pas. Comment pourraient-ils faire de la publicité sur ceux qu’ils aiment? Comment les annonceurs pourraient-ils essayer de les inciter à acheter ceux qu’ils n’aiment pas?

Projetez le document *Publicité sur les aliments sains* et demandez aux élèves quelle technique publicitaire elle utilise. (Humour : Elle joue sur le « visage laid » de la tige de brocoli et l’idée que les enfants n’aiment pas les légumes. Vous pourriez aussi dire que le brocoli laid est une sorte de mascotte.)

Distribuez la feuille d’exercice *Ma publicité sur un aliment sain* et demandez aux élèves de la remplir individuellement ou à deux, à votre discrétion.

LA JUNGLE DE LA MALBOUFFE



Les stratégies des publicités alimentaires

.....

Les annonceurs utilisent de nombreuses méthodes pour vous inciter à acheter leurs produits. Souvent, ils vendent un style de vie ou une image plutôt qu'un produit. Voici quelques tactiques du métier.

« Le meilleur » est mieux que « meilleur » – Les annonceurs n'aiment pas dire qu'un produit est « meilleur » qu'un autre parce que c'est une affirmation qui peut être mesurée et qui pourrait constituer une publicité mensongère. La plupart des produits d'une catégorie sont souvent essentiellement les mêmes. Il est donc plus sûr de dire qu'un produit est « le meilleur ».

Appui – Votre vedette sportive, célébrité ou influenceur préféré vous dit que son produit est le meilleur! Les enfants écoutent, sans se rendre compte que la vedette est payée pour promouvoir le produit.

Popularité – Joignez-vous au peloton! Ne restez pas à l'écart! Tout le monde achète la dernière grignotine à la mode. Pourquoi pas vous?

Halo santé – Utilisation d'éléments comme des emballages en papier brun, des images de fruits, des vitamines ajoutées ou des mots comme « naturel » pour faire croire qu'un produit est bon pour la santé alors qu'il ne l'est pas. Certains emballages ou publicités peuvent souligner ce qu'un produit n'a pas pour le faire paraître sain, comme indiquer que les croustilles sont « sans sucre ». Certaines marques sont entièrement conçues pour donner un halo santé à la malbouffe, comme les Peatos (des Cheetos à base de pois) qui ne sont pas plus sains que leurs équivalents.

Répétition – Les annonceurs espèrent que vous serez plus susceptible d'acheter un produit si vous voyez ou entendez son nom à plusieurs reprises. Parfois, le même message publicitaire est répété sans cesse.

Raconter une histoire – Si les annonceurs n'ont rien à dire de positif sur leur produit, ils peuvent plutôt choisir de raconter une histoire qui en fait la démonstration. Par exemple, une publicité peut montrer comment un produit serait utile dans une situation particulière, sans parler précisément de sa qualité.

Mascottes – Les personnages de dessins animés, qu'ils proviennent de dessins animés que les enfants aiment déjà ou qu'ils soient inventés pour le produit, incitent les enfants à se souvenir du produit et à le demander.

Mots équivoques – Les annonceurs ne peuvent pas seulement mentir, mais ils peuvent utiliser des mots pour nous induire en erreur.

- Des mots comme « amélioré », « de premier choix » et « naturel » sont attrayants, mais ne veulent rien dire en réalité.
- Des mots comme « croustillant » ou « juteux » donnent l'impression qu'un produit est bon, mais l'allégation ne peut être ni prouvée ni réfutée (comment mesure-t-on le caractère croustillant d'un produit?).
- Dire qu'un produit « combat » quelque chose signifie seulement qu'il l'affecte d'une certaine manière.
- Certaines publicités utilisent également des phrases équivoques. Une céréale sucrée peut « faire partie d'un petit-déjeuner équilibré » (si vous la prenez avec du lait, des fruits et du beurre d'arachides) tandis qu'une gomme à mâcher peut stopper la mauvaise haleine « jusqu'à » six heures durant (possiblement beaucoup moins).

Appels émotionnels – Bon nombre de publicités ne vous disent rien sur le produit, mais tentent de vous faire ressentir une certaine émotion à son sujet.

- **Couleur** : Des couleurs vives et éclatantes peuvent rendre un produit plus mémorable et plus emballant, alors que le brun ou d'autres couleurs fades peuvent le faire paraître sain ou écologique.
- **Publicités « optimistes »** : Elles sont associées à des choses qui vous font sentir bien ou bien dans votre peau. Une publicité pour un restaurant peut montrer une famille ou des amis s'amusant ensemble, ou une publicité d'aliments pour chiens peut montrer un chien courant joyeusement pour saluer son maître.
- **Humour** : Créer une publicité drôle est un moyen de la rendre mémorable, de la rendre virale ou de nous faire associer la marque ou le produit à des émotions positives.
- **Musique** : Qu'il s'agisse d'une chanson pop qui nous fait penser qu'un produit est cool, d'un refrain que nous ne pouvons pas nous sortir de la tête ou d'une chanson tristounette qui nous fait pleurer, la musique a un effet émotionnel puissant sur nous. Cette tactique fonctionne, même lorsque nous en sommes conscients!

LA JUNGLE DE LA MALBOUFFE

Publicités sur la malbouffe

.....

Peux-tu nommer les techniques utilisées dans chacune de ces publicités?



LA JUNGLE DE LA MALBOUFFE

Publicité sur les aliments sains

.....



Ma publicité sur un aliment sain

.....

Choisis un aliment sain. Il peut s'agir d'un aliment que tu aimes ou que tu n'aimes pas. Il ne doit pas s'agir d'un aliment qui fait déjà l'objet de nombreuses publicités, comme le lait.

Crée une publicité pour cet aliment. Tu peux créer une publicité imprimée comme celles que nous avons étudiées, une publicité vidéo ou un autre type de publicité de ton choix.

Utilise au moins deux des techniques publicitaires que nous avons étudiées en classe.

N'hésite pas à venir me voir si tu as des questions.

Tu seras noté sur la façon dont tu me montreras :

- que tu comprends que les publicités sont différentes des autres types de médias et qu'elles ont leur propre façon d'envoyer un message ou d'attirer ton attention;
 - que tu connais la différence entre les aliments sains et les aliments malsains;
 - que tu sais que les publicités alimentaires attirent les enfants;
 - que tu peux utiliser au moins deux techniques publicitaires pour créer ta propre publicité.
- que tu comprends que les publicités sont créées pour t'inciter à acheter ou à aimer un produit;