



LEÇON

Années scolaire : 1^{re} à 5^e secondaire

Au sujet de l'auteur : Adaptation d'HabiloMédias

Durée : 40 à 60 minutes

Le marketing auprès des ados : Y m'le faut ! Noms de marques et de créateurs

Aperçu

Dans cette activité, les élèves identifient la manière dont nous associons le statut social aux noms de produits de marque et de créateurs et la perception des autres en fonction de ce que nous portons.

Intentions

- Comprendre les relations entre le statut social, la consommation et la publicité.
- Prendre conscience de ses sentiments et de ses perceptions par rapport à ce que, selon les publicitaires, nous « devons avoir ».

Préparation / Documents

- Du papier, des marqueurs et des ciseaux
- Des magazines

Déroulement suggéré

Activité

Dites aux élèves qu'ils peuvent travailler seuls ou avec un partenaire (chaque partenaire doit faire son propre travail, mais ils pourraient éventuellement échanger entre eux sur ce qu'ils font). Chaque étudiant a besoin d'un morceau de papier à diviser en quatre.

- Dans la première section, ils noteront le nom ou ils dessineront un vêtement ou bien un accessoire portant un nom de marque ou de créateur, qu'ils possèdent ou qu'ils aimeraient posséder. Si vous avez plus de temps et quelques magazines et des ciseaux faites-les découper un produit dans un magazine.
- Dans la deuxième section, ils décriront des choses positives dont les gens pourraient être persuadés à leur égard, s'ils avaient ou s'ils portaient cette chose singulière.
- Dans la troisième section, ils décriront des choses négatives dont les gens pourraient être persuadés à leur égard, s'ils avaient ou s'ils portaient cette chose singulière.



- Dans la quatrième section, ils écriront les raisons pour lesquelles ils pensent que les autres personnes pourraient penser certaines des choses décrites dans les sections 2 et 3 de leur page. Leur page ressemblera à cela (vous pouvez le reproduire au tableau ou sur un transparent).

<p>1. Article portant un nom de marque que je possède ou que j'aimerais posséder.</p>	<p>2. Choses positives sur moi, dont les gens pourraient être persuadés, si j'avais ou si je portais cela.</p>
<p>3. Choses négatives sur moi, dont les gens pourraient être persuadés, si j'avais ou si je portais cela.</p>	<p>4. Comment je sais/pourquoi je pense que les gens seraient persuadés de ces choses sur moi.</p>

- Demandez à plusieurs personnes de faire part à la classe du nom du produit qu'elles ont choisi.

Questions à débattre

- Y avait-il beaucoup de réponses identiques ? Quels étaient leurs points communs ?
- Même si les produits cités étaient différents, les réponses dans les sections 2, 3 et 4 étaient-elles semblables ?
- Si vous avez vu des publicités pour les articles cités par les élèves, où les avez-vous vues ? Essayait-on de les commercialiser auprès des ados ?
- Parmi les articles cités par les élèves, combien d'entre eux portent-ils un nom commercial facile à reconnaître ?
- Comment les autres personnes peuvent-elles dire de quelle marque il s'agit ? Le nom est-il placé bien en vue ?
- L'importance du nom de la marque vous apprend-il quelque chose sur la personne qui porte le nom de cette marque ?
- Pourquoi, selon vous, les ados aiment-ils tellement les noms de marque ?
- À part acheter et porter des produits commerciaux, que pouvons-nous faire pour améliorer la manière dont les gens nous perçoivent ?

Conclusion de la discussion

Les entreprises veulent que nous construisions notre identité à partir de leurs produits. Les adolescents (comme tout le monde) ont besoin de se sentir acceptés et les publicitaires leur donnent le sentiment qu'ils le seraient, s'ils portaient les bons vêtements ou s'ils possédaient ce qu'il faut.



Défi de classe : dites aux élèves que demain sera un jour « sans logo ». Le défi à relever pour chaque étudiant, consiste à venir à l'école avec des vêtements dépourvus d'étiquette de nom de marque ou de logo, reconnaissable. Le jour suivant, à leur entrée en classe, cherchez celui qui arbore le moins de logos.

- Dans un journal de bord sur les médias, demandez aux élèves d'exprimer le degré de difficulté ou de facilité qu'ils ont éprouvé pour faire cela et ce qu'ils ressentaient, en étant habillés comme cela.
- Comment leurs amis ont-ils réagi quand ils se sont rendus compte de ce que faisaient les élèves ?

Source : Cette leçon est une adaptation de *Seeing Beyond the Glam* (Voir plus loin que la frime), un atelier d'éducation par les pairs, tiré du *Expecting Respect Peer Education Programme* (programme d'éducation par les pairs « S'attendre au respect »). Adapté avec autorisation.

L'atelier, sous sa forme initiale, est conçu pour les élèves du secondaire, qui veulent animer des ateliers pour d'autres élèves, sur la publicité et son impact sur les adolescents.

Pour obtenir plus d'informations sur le programme Expecting Respect Peer Education ou sur *Seeing Beyond the Glam*, adressez un courriel à sthompson@mcd.gov.ab.ca

