

# Une publicité télévisée pour un jouet

VISÉE  
TRANSVERSALE

Devenir des consommateurs responsables,  
faire des choix éclairés

Découvrir  
le monde extérieur  
et le monde  
du travail

## Objectifs

Au terme de l'activité, à travers l'observation d'une publicité télévisée pour un jouet, l'élève aura appris :

- à comparer un objet réel (jouet) à la façon dont il est (re)présenté dans un message publicitaire.
- à percevoir le rôle joué par la publicité

## Visées en éducation aux médias

**Dimension médiatique :** **informationnelle** – **sociale** – technique.

La **dimension informationnelle** est rencontrée dans l'analyse du discours publicitaire (et la comparaison entre l'objet réel et la (re)présentation qui en est faite dans le message publicitaire).

La **dimension sociale** est abordée dans l'identification de l'intention des messages publicitaires et par l'expression de ses ressentis face à ceux-ci.

## Matériel / Support(s)

- Matériel de lecture vidéo et de projection
- Séquences vidéo de publicités de jouets
- Jouets « réels » représentés dans ces publicités que les élèves pourront manipuler.

## Déroulement

### Situation mobilisatrice :

À l'approche de la fête de Saint-Nicolas (par exemple), les enfants sont souvent confrontés à de nombreux messages publicitaires sur des jouets et jeux variés (à la télévision, dans les toutes-boîtes...). Il est fréquent de les entendre discuter entre eux à propos de ces nouveautés du commerce et les publicités tant toutes-boîtes que télévisées.

L'occasion est idéale pour inviter les élèves à observer et analyser quelques séquences publicitaires auxquelles ils sont confrontés.

### Étapes :

1. En amont, l'enseignant.e a sélectionné sur Internet 3 publicités de jouets afin de les montrer aux élèves. A noter qu'il est tout aussi envisageable de filmer l'écran de télévision pendant que ces publicités sont diffusées.

En classe, les élèves observent les publicités. Un échange de questions s'opère ensuite :

- « De quoi s'agit-il ? Qui les avait déjà vues ? »
- « Que pensez-vous de ces jouets ? Y en a-t-il qui les possèdent à la maison ? »
- « Connaissez-vous d'autres publicités ? »
- « Comment savez-vous qu'il s'agit de publicités ? Qu'ont-elles de particulier (par rapport à une photo d'un jouet qu'on ferait en classe par exemple) ? Comment sont-elles présentées ? »
- « Et à la maison, voyez-vous souvent des publicités de jouets ? »

ACTIVITÉ

À travers cet échange, les élèves commencent à préciser la notion de publicité (ici télévisée) et à en préciser le rôle.

2. L'enseignant.e propose de regarder une nouvelle fois une des publicités déjà observée. Il ; elle se munit du jouet visé (qui était jusque-là dissimulé) et le place face au groupe. Avant la projection, elle demande aux élèves de citer tous les éléments présents dans la publicité dont ils se souviennent.

La projection terminée, l'enseignant.e relance la discussion.

- «*Vous vous souveniez de beaucoup de choses ! Comment se fait-il que vous les aviez retenues ?*»
- «*Quelles sont les images, les scènes que vous avez le plus appréciées ?*»
- «*La publicité montre que l'on sait faire beaucoup de choses avec le jouet. Qui en a retenues ?*»

L'enseignant.e propose alors aux élèves de se munir du jouet pour rejouer l'action qu'ils évoquent.

- «*Peux-tu essayer de faire comme dans la publicité ?*»
- «*Y arrives-tu facilement ?*»
- «*Si non, pourquoi ? (Il manque les autres jouets vendus séparément pourtant présents dans la publicité, le décor n'est pas le même...).*»
- «*Comment pourriez-vous vous y prendre pour arriver à faire comme dans la publicité ? Que faudrait-il faire ? Comment procéder pour rendre le jouet aussi «merveilleux» que dans la publicité ?*»

L'objectif est ici d'amener les élèves à comparer l'objet dans «la vie réelle» et la façon dont il est présenté dans la publicité. Il ne s'agit surtout pas de chercher à dire que la publicité ment sur le produit (elle n'en a pas le droit et ne le fait probablement pas) mais qu'elle cherche à donner envie en le mettant en scène dans des situations idéalisées (parfois très difficiles à reproduire). Il s'agit, en réalité, d'amener progressivement les élèves à prendre du recul sur ce type de messages et à porter un regard critique sur celui-ci.

3. Synthèse des découvertes. Il s'agit ici d'une première approche. La synthèse peut être faite oralement. Les élèves sont invités à s'exprimer librement.

- «*Que retenir de tout ce qui vient d'être dit ?*»
- «*Les jouets sont-ils toujours aussi «magiques» que ce que l'on voit dans les publicités ?*»
- «*Quel est le rôle des publicités ?*»
- «*Comment la publicité fait-elle pour nous convaincre que le jouet est le meilleur et qu'il faut l'acheter ?*»

Il est important de terminer en expliquant aux élèves que l'objectif n'est pas de discréditer le jouet. L'enseignant.e peut d'ailleurs prendre appui sur les élèves qui le possèdent et qui s'amusent avec pour démontrer que le jouet peut s'avérer très chouette. «La publicité est là pour donner envie aux gens d'acheter le produit. Elle fonctionne ainsi pour tous les produits, tous les jouets»

### Quelques pistes d'activités supplémentaires

- Repérer, dans les magazines, les folders... la place occupée par de la publicité.
- Observer la façon dont le jouet est mis en avant dans les publicités sur papier (affiches, folders, magazines...) et dégager la stratégie mise en place pour le valoriser. Comparer avec la publicité télévisée.
- Produire une publicité pour un produit réel (fête de l'école, bricolages pour le marché de Noël...) en utilisant les codes observés de la publicité.
- Ouvrir le champ créatif en proposant aux élèves de faire «comme dans la pub» avec ce qu'ils ont déjà. Et pourquoi pas les filmer pour comparer ?

### Pour enrichir l'activité :

#### Des publications du CSEM et de ses partenaires :

- *La création d'une affiche*, CSEM, 2019, pg 13  
<http://www.csem.be/sites/default/files/files/proposition%20illustr%C3%A9e%20finale.pdf>
- *Visés par la pub ?*, CSEM, 2019, pg 17  
<http://www.csem.be/sites/default/files/files/proposition%20illustr%C3%A9e%20finale.pdf>
- *Créer une affiche publicitaire*, CSEM, mai 2016  
<http://www.csem.be/competenceseneducationauxmedias>
- *Comprendre la publicité*, CSEM, 2013  
[http://www.educationauxmedias.eu/outils/brochures/csem/comprendrelapublicite\\_fiches](http://www.educationauxmedias.eu/outils/brochures/csem/comprendrelapublicite_fiches)
- *La pub, du rire aux larmes*, CSEM, 2013  
<http://www.educationauxmedias.eu/sites/default/files/files/Fiche4.pdf>
- *Vrai ou faux ? Le spot publicitaire est une représentation*, CSEM, 2013  
<http://www.educationauxmedias.eu/sites/default/files/files/Fiche5.pdf>
- *La pub, j'en suis baba*, Media Animation et CSEM, 2016 – <https://www.123clac.be/-Les-activites-.html>
- *On joue ensemble ?*, Media Animation et CSEM, 2016 – <https://www.123clac.be/-Les-activites-.html>
- *Analyser le classement de jouets dans un catalogue*, page 12, CSEM, 2018 – <http://www.csem.be/sites/default/files/files/epc%20-%20fondamental%20premier%20degre.pdf>
- *Qu'est-ce qui intéresse les enfants dans la publicité ?*  
<https://www.123clac.be/-Des-questions-pour-reflechir-.html>
- *Puis-je choisir les publicités que mon enfant voit sur internet ?*, Media Animation et CSEM, 2018  
<https://www.parentsconnectés.be/puis-je-choisir-les-publicites-que-mon-enfant-voit-sur-internet>
- *Pourquoi est-ce important que les enfants soient sensibilisés à la publicité ?*, Media-Animation et CSEM, 2018 – <https://www.parentsconnectés.be/pourquoi-est-ce-important-que-les-enfants-soient-sensibilises-la-publicite>
- *7 conseils pour apprendre à votre enfant à identifier et comprendre la publicité*, Media-Animation et CSEM, 2018 – <https://www.parentsconnectés.be/7-conseils-pour-apprendre-votre-enfant-identifier-et-comprendre-la-publicite>

#### Des projets menés dans des écoles fondamentales :

- *La musique des pubs*, la P'tite Ecole à Rendeux, 2019  
[http://www.csem.be/communaute/fiche/la\\_musique\\_des\\_pubs](http://www.csem.be/communaute/fiche/la_musique_des_pubs)
- *Mâche la pub avant de l'avalier*, Ecole de Trois-Ponts, 2014  
[http://www.csem.be/communaute/videos/mache\\_la\\_pub\\_avant\\_de\\_lavaler](http://www.csem.be/communaute/videos/mache_la_pub_avant_de_lavaler)
- *La pub dans tous ses états*, Ecole Saint-Joseph Geer, 2018  
[http://www.csem.be/communaute/fiche/la\\_pub\\_dans\\_tous\\_ses\\_etats](http://www.csem.be/communaute/fiche/la_pub_dans_tous_ses_etats)

#### Autres ressources :

- *Repérer la publicité à l'école*, fiche pédagogique, CLEMI, 2018 – [https://www.ac-paris.fr/portail/upload/docs/application/pdf/2018-09/publicite-reperer-tous\\_niveaux.pdf](https://www.ac-paris.fr/portail/upload/docs/application/pdf/2018-09/publicite-reperer-tous_niveaux.pdf)
- *Exercer son esprit critique face à la pub*, CLEMI, 2017 – <https://www.clemi.fr/fr/ressources/nos-ressources-pedagogiques/ressources-pedagogiques/exercer-son-esprit-critique-face-a-la-pub.html>
- *Typologie des publicités cachées*, CLEMI, 2018 – <https://www.clemi.fr/en/ressources/nos-ressources-pedagogiques/ressources-pedagogiques/petite-typologie-des-publicites-cachees.html>
- *La publicité en ligne*, CLEMI, 2014 – <https://www.clemi.fr/fr/ressources/nos-ressources-pedagogiques/ressources-pedagogiques/la-publicite-en-ligne.html>
- *Qui a inventé la pub ?*, Un jour... une question, 2016 – <https://www.youtube.com/watch?v=ecXsvPc-BWw>
- *A quoi ça sert la pub ?*, Un jour... une actu, 2016  
<https://www.1jour1actu.com/info-animee/a-quoi-ca-sert-la-publicite/>
- *Comment les spécialistes du marketing ciblent les enfants*, Habilomédias – <https://habilomedias.ca/litt%C3%A9rature-num%C3%A9rique-et-%C3%A9ducation-aux-m%C3%A9dias/enjeux-des-m%C3%A9dias/publicit%C3%A9-et-consommation/comment-les-sp%C3%A9cialistes-du-marketing-ciblent-les-enfants>
- *Les publi-astuces*, introduction à la publicité alimentaire en ligne, Habilomédias, Canada  
[https://habilomedias.ca/sites/default/files/lesson-plans/lecon\\_les\\_publicites\\_introduction\\_publicite\\_alimentaire\\_en\\_ligne.pdf](https://habilomedias.ca/sites/default/files/lesson-plans/lecon_les_publicites_introduction_publicite_alimentaire_en_ligne.pdf)