



DESTINATAIRE
Animateur

PUBLIC
**À partir de
6 ans**

THÈME
**Informatique
et web**

Le monde n'est que publicités !

« La publicité fait partie de notre environnement. Elle nous informe, nous amuse, nous influence et, parfois, nous agace un peu », comme le dit justement l'ouvrage documentaire intitulé *La publicité* de la collection « *Le monde d'aujourd'hui expliqué aux enfants* » (Gallimard jeunesse). Il est essentiel de prendre conscience dès le plus jeune âge que nous sommes tous des cibles publicitaires et de décrypter les rouages de la communication publicitaire.

- On ne peut plus, aujourd'hui, passer une journée sans voir et entendre des messages publicitaires : ils sont partout, sur tous les supports, physiques et virtuels. Au fil de ces dernières décennies, la publicité s'est faite à la fois plus

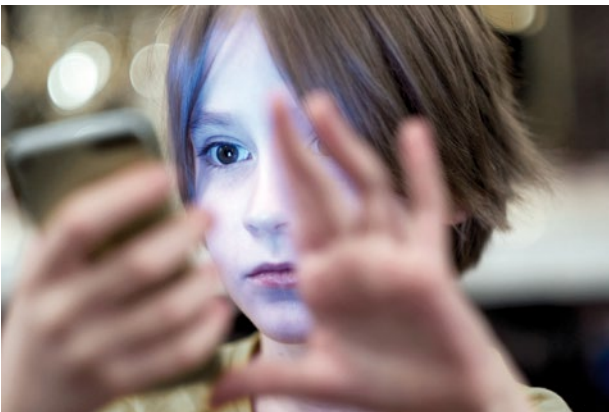
intrusive et plus discrète, on pourrait dire insidieuse. Ses formes se sont diversifiées : elle ne se réduit plus aux classiques publicités entre deux programmes télévisuels ou en quatrième de couverture d'un magazine. Il existe les parainages, le téléachat... et les placements de produits, dont les enfants et les adolescents sont souvent les premières cibles.

Des chiffres à savoir

- Le secteur de la publicité représentait en France, en 2017, quelque 13 milliards d'euros de recettes nettes selon l'Institut des recherches et études publicitaires (Irep).
- Selon le Centre supérieur de l'audiovisuel (CSA), les enfants de 4 à 10 ans passent plus de deux heures par jour devant la télévision et 10 % de leur temps de visionnage est consacré à la publicité.

Identifier la publicité

- Amener son public à identifier ce qu'est une publicité est une activité à proposer à tout âge et sur tous les supports : audiovisuel, papier, Internet... Cela se fera durant un temps d'activités identifiées et à partir de documents préparés en amont : enregistrement d'un dessin animé, d'un match de foot ou d'une émission de radio et des publicités présentes avant, pendant et après, mise à disposition d'une sélection de magazines et de journaux voire d'applications régulièrement utilisées sur une tablette...
- Chaque fois, l'animateur invitera le public à s'interroger : à quoi reconnaît-on une publicité ? Slogan, symboles et couleurs employés... ; à quoi sert-elle ? Faire connaître un produit ou un service, nous en vanter les



mérites et nous inciter à l'acheter ; à qui est-elle destinée ? On fera le lien entre le support et ses utilisateurs, on invitera le public à comprendre que les marques utilisent souvent des chansons joyeuses, beaucoup de couleurs et des messages faciles à retenir par tous ; etc.

- Bien entendu, ces questions seront adaptées à l'âge des participants. On cherchera avec des préados et des ados à montrer que la publicité cible généralement un public précis (le choix d'une illustration ou d'un message est différent en fonction du support et de ses utilisateurs). De même, on leur présentera l'omniprésence de la publicité sur les applications et les sites Internet dits « gratuits ». Comme on leur expliquera ce qu'est un placement de produit et on leur rappellera que la publicité affecte le rapport au réel (avons-nous réellement besoin d'acheter les toutes dernières nouveautés, tel ou tel objet...). Certains préados et ados en sont parfaitement conscients mais les inviter à débattre autour de cette réalité, sans être moralisateur ou stigmatisant, est souvent enrichissant.

• **En prolongements :**

- on peut organiser cette activité de manière moins formelle, lors d'une sortie par exemple. L'animateur demandera en se promenant de nommer les endroits où l'on observe de la publicité dans la rue, sur les transports en commun, au sein des stades... Le public comprendra peu à peu que la publicité est partout ;
- la quasi-totalité des jeunes joue en ligne, on leur fera ainsi analyser plusieurs jours de suite les pages d'accueil de sites Internet comme Gamekult ou Gameblog. Ils y découvriront des publicités mais également, souvent, les critiques des mêmes « grands » jeux... L'animateur les invitera à comparer les articles et les arguments employés. Ne serait-ce pas parfois de la publicité déguisée ? Etc.

Quand c'est gratuit...

- « *Quand c'est gratuit, vous êtes le produit !* » Le slogan est aujourd'hui entré dans le langage courant. Comme chacun le sait, il sous-entend que rien n'est gratuit sur Internet et les réseaux sociaux et que, d'une manière ou d'une autre, un service en ligne dit gratuit ne l'est jamais vraiment : présence de pop-up publicitaires, vente de données personnelles...

- **Avec votre public :** pour faire prendre conscience de la présence des publicités sur les sites Internet qui proposent « gratuitement » du contenu informatif, on fera comparer

au public ses sites préférés, avec et sans l'utilisation d'un bloqueur de publicités (Adblock Plus ou uBlock Origin étant les plus connus) ou d'un navigateur protégeant la vie privée comme Firefox focus ou Qwant. Ils se rendront eux-mêmes compte du nombre de publicités... mais aussi qu'en protégeant leur vie privée, ils perdent des informations mises en avant via des pop-up considérés comme publicitaires.

- On ira plus loin avec des ados et on leur montrera qu'un bloqueur de publicités laisse passer de la « *publicité acceptable* ». Demandez-leur alors comment sont définies ces publicités acceptables ? (La réponse, ici) Adblock Plus est-il donc totalement impartial ?



Le placement de produit

- Le placement de produit se définit « *comme toute forme de communication commerciale audiovisuelle consistant à inclure un produit, un service ou une marque ou à y faire référence, en l'insérant dans un programme, moyennant paiement ou autre contrepartie* ». Cela consiste à mettre en avant une marque de voiture, d'ordinateur, de téléphone portable... dans une série ou un film. Cette pratique est encadrée sur le petit écran par le CSA depuis quelques années (elle est autorisée dans les œuvres cinématographiques et, depuis 2010, dans les fictions audiovisuelles et les vidéoclips, sauf lorsque celles-ci sont destinées aux enfants) et elle est indiquée aux téléspectateurs par un pictogramme « P » avec la mention « *peut contenir des placements de produits* ». Elle est en revanche très fréquente sur certaines chaînes YouTube.

- **Avec votre public :** rendez-vous sur Vive la Pub et demandez aux jeunes de nommer les produits présents dans certains des exemples présentés : *Wall-E, Forrest Gump, Astérix et Obélix : mission Cléopâtre*... Il y a le choix ! ▶