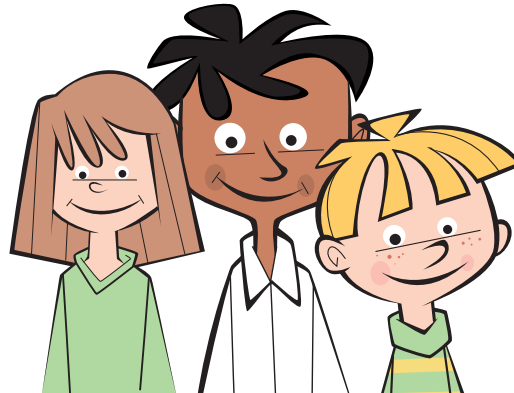


ANALYSER LA PUBLICITÉ

NIVEAU : **PRIMAIRE**
GROUPE D'ÂGE : **ÉLÈVES DE 10 À 11 ANS**



SOMMAIRE DE L'ACTIVITÉ

L'élève apprend à reconnaître une publicité et à la distinguer d'un message informatif. Il crée sa propre publicité, l'analyse et porte un jugement sur sa propre publicité et sur celles de ses pairs.

HABILETÉS FINANCIÈRES ET COOPÉRATIVE

- Analyser l'influence de la publicité
- Établir les priorités quant aux besoins et aux désirs
- Différencier les valeurs coopératives



GROUPE D'ÂGE
élèves de 10 à 11 ans



PÉRIODE DE L'ANNÉE
en tout temps



TEMPS REQUIS
entre 7 et heures

DOMAINES DE FORMATION
Environnement et
consommation

COMPÉTENCES

COMPÉTENCES DISCIPLINAIRES ENSEIGNÉES

Disciplines	Compétences	Progression des apprentissages
Français, langue d'enseignement	Communiquer oralement	<p>Choix du vocabulaire:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Créativité lexicale • Richesse du vocabulaire <p>Choix des éléments prosodiques:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rythme et débit • Intonation

COMPÉTENCES (SUITE)

COMPÉTENCES DISCIPLINAIRES TOUCHÉES

Disciplines	Compétences
Arts plastiques	Réaliser des créations plastiques personnelles
Éthique et culture religieuse	Réfléchir sur des questions éthiques
Science et technologie – L'univers matériel	Mettre à profit les outils, les objets et les procédés de la science et de la technologie

COMPÉTENCES NON DISCIPLINAIRES

Mettre en œuvre sa pensée créatrice

PRÉPARATION

LES ÉLÈVES FONT LA DIFFÉRENCE ENTRE UN BESOIN ET UN DÉSIR ET SAVENT RECONNAÎTRE UNE PUBLICITÉ.

TÂCHE 1 RECONNAÎTRE LA PUBLICITÉ



TEMPS REQUIS
30 minutes

OBJECTIF DE LA TÂCHE 1

À la fin de cette tâche, l'élève sera en mesure de distinguer la publicité de l'information objective.

Instructions

1. Animer une discussion avec les élèves à propos de la publicité.
2. Demander aux élèves de donner des exemples de publicités et d'informations qu'ils voient dans les médias (télévision, magazines, Internet, etc.).

NOTES À L'ENSEIGNANT

Exemple de questions:

- Qu'est-ce que la publicité?
- Comment reconnaît-on une publicité?

Présence d'un produit ou d'une marque de commerce que l'on veut vendre. La publicité, en plus d'informer, tente de séduire le consommateur.

Vous pouvez demander aux élèves d'apporter des magazines.

TÂCHE 2

DISCUTER DE L'INFLUENCE DE LA PUBLICITÉ



TEMPS REQUIS
45 minutes

OBJECTIF DE LA TÂCHE 2

À la fin de cette tâche, l'élève sera en mesure de faire la différence entre un besoin et un désir.

Instructions

1. Présenter aux élèves un message publicitaire duquel vous aurez pris le soin d'enlever le logo et le nom de l'entreprise¹.
2. Demander aux élèves de faire la distinction entre un désir et un besoin et d'appuyer leurs définitions par des exemples. Consigner l'information sur une grande feuille ou au tableau.
3. Questionner les élèves sur les raisons qui les poussent à se procurer des produits qui ne répondent qu'à des désirs et non à des besoins. (La publicité est souvent une motivation à répondre à nos désirs.)
4. Demander aux élèves de relever des exemples de publicités qu'ils connaissent qui poussent les gens à acheter des produits dont ils n'ont pas réellement besoin. Leur demander de donner des exemples, s'ils en ont, pour eux, leurs parents ou leur entourage.

NOTES À L'ENSEIGNANT

Exemple de questions à poser:

- Achèteriez-vous le produit proposé dans la publicité? Pourquoi?
- Quels sont les arguments qui les ont convaincus?
- Avoir ce produit est-il nécessaire? Pourquoi?

Le but de ce questionnement est d'amener les élèves à exprimer la différence entre un désir et un besoin sans le formuler ainsi au début.

➤ RÉALISATION

LES ÉLÈVES SONT AMENÉS À RECONNAÎTRE LES STRATÉGIES MISES EN ŒUVRE POUR CONVAINCRE LE CONSOMMATEUR.

TÂCHE 1

DÉCOUVRIR LES STRATÉGIES UTILISÉES PAR LA PUBLICITÉ



TEMPS REQUIS
60 minutes



MATÉRIEL PÉDAGOGIQUE
Les stratégies publicitaires
[Sur desjardins.com](http://Sur.desjardins.com)

NOTES À L'ENSEIGNANT

- Que font les publicitaires pour inciter les gens à acheter leurs produits? Quels sont leurs arguments? Suggérer aux élèves de se référer à des publicités vues à la télévision, sur des affiches ou dans les magazines.
- Les stratégies publicitaires utilisées sont: la promesse, la célébrité ou la notoriété (témoignages), l'information et le prix.

OBJECTIF DE LA TÂCHE 1

À la fin de cette tâche, l'élève sera en mesure de reconnaître plusieurs stratégies utilisées en publicité pour influencer les consommateurs.

1. Au Québec, la Loi sur la protection du consommateur interdit la publicité à but commercial destinée à des personnes de moins de 13 ans. Pour obtenir de l'information à ce sujet, consultez le site de l'**Office de la protection du consommateur**.

TÂCHE 1

DÉCOUVRIR LES STRATÉGIES UTILISÉES PAR LA PUBLICITÉ (SUITE)

Instructions

1. Questionner les élèves sur leurs connaissances relatives aux stratégies publicitaires. Consigner leurs réponses.
2. Se référer à l'affiche publicitaire et demander d'identifier les stratégies publicitaires utilisées.
3. Distribuer ou projeter au tableau le document de référence **Les stratégies publicitaires**. Lire avec les élèves chaque stratégie présentée et leur demander de donner des exemples pour chacune.

TÂCHE 2

ANALYSER DES PUBLICITÉS



TEMPS REQUIS
45 minutes



MATÉRIEL PÉDAGOGIQUE

La publicité
Les stratégies publicitaires
Sur desjardins.com

OBJECTIF DE LA TÂCHE 2

À la fin de cette tâche, l'élève sera en mesure de détecter les stratégies publicitaires.

Instructions

1. Regarder la vidéo d'une fausse publicité avec les élèves.
2. Demander aux élèves de remplir la grille d'analyse d'une publicité incluse dans le document de référence **Les stratégies publicitaires**.
3. Mettre en commun les réponses des élèves au cours d'une discussion de groupe.
4. Visionner à nouveau la publicité. Attirer l'attention des élèves sur les stratégies publicitaires pendant le visionnement.

TÂCHE 3

CRÉER UNE PUBLICITÉ



TEMPS REQUIS
entre 3 et 6 heures,
selon les tâches choisies



MATÉRIEL PÉDAGOGIQUE

Une pub en or
Les stratégies publicitaires
Grille d'évaluation de la
communication orale
Sur desjardins.com

NOTES À L'ENSEIGNANT

1. Le produit doit être illustré ou fabriqué à l'aide de matériel de récupération. Le temps alloué à la fabrication influencera le temps total accordé à cette tâche. Il est possible de faire fabriquer le produit à la maison en devoir pour limiter le temps de classe alloué à ce projet.

OBJECTIF DE LA TÂCHE 3

À la fin de cette tâche, l'élève sera en mesure de mettre en œuvre des stratégies pour convaincre le consommateur d'acheter.

TÂCHE 3 CRÉER UNE PUBLICITÉ (SUITE)

Instructions

1. Proposer aux élèves de créer une publicité pour un produit inventé.
2. Former des équipes de 2 à 4 élèves.
3. Distribuer la fiche **Une pub en or**.
4. Laisser les élèves préparer leur produit et leur publicité.
5. Filmer les publicités ou les présenter devant le groupe.

NOTES À L'ENSEIGNANT (SUITE)

2. Suggestion pour intégrer les sciences : proposez aux élèves un thème afin de guider leur choix de produit à inventer. Par exemple, la transformation de l'énergie : reconnaître la transformation de l'énergie d'une forme à une autre dans plusieurs appareils.
3. Suggérez aux élèves de se référer au document Les stratégies publicitaires étudié en classe.
4. Pour évaluer la communication orale à l'aide de la grille d'évaluation, informez les élèves qu'une évaluation sera faite. Donnez de l'information aux élèves quant aux habiletés évaluées pendant leur préparation, afin qu'ils puissent mettre en œuvre ces habiletés. L'utilisation des technologies de l'information et des communications est intéressante si vous demandez aux élèves de se filmer.

ÉVALUATION

AMENER LES ÉLÈVES À EXERCER LEUR JUGEMENT
PAR RAPPORT À LA PUBLICITÉ.

TÂCHE 1 RÉFLÉCHIR À LA PUBLICITÉ



TEMPS REQUIS
60 minutes



MATÉRIEL PÉDAGOGIQUE
Une pub en or : Grille d'analyse
Sur desjardins.com

OBJECTIF DE LA TÂCHE 1

À la fin de cette tâche, vous serez en mesure d'évaluer si les jeunes posent un regard critique sur la publicité.

Instructions

1. Visionner des publicités connues avec le groupe en utilisant la grille d'analyse **Une pub en or**.
2. Chaque élève remplit une grille d'analyse pour chaque publicité visionnée.
3. Faire un retour avec les élèves sur les publicités réalisées, les stratégies utilisées et leur expérience.