


"Publicités, influences et manipulations : les impacts sur la santé"

**Séquence 1 : « Echapper au labyrinthe des publicités »
traitant des publicités et manipulations par l'exemple de l'alimentation**

Fiche Animateur
Questions – Discussions

La séquence 1 est divisée en six sections avec possibilité de pause au signal  pour engager le débat avec les élèves.

Objectifs de la séquence : "Instaurer un dialogue avec les enfants pour développer leur sens critique face aux publicités et en comprendre les impacts sur leur santé".

Pour chaque section, sont indiqués les objectifs et des suggestions de questions avec des pistes de réponse.

1^{ère} section // Questions après la première pause

Objectifs : ***Introduire la notion d'autonomie***
Distinguer la publicité des informations et autres contenus des médias.

Suggestions de questions :

→ Pourquoi le petit enfant a-t-il besoin de sa maman?

Un petit enfant n'est pas autonome. Il a besoin de sa maman pour comprendre et faire les actes de la vie quotidienne.

De la même façon, un tout petit enfant n'a pas la capacité pour faire la différence entre un film, une information ou une publicité :

→ Le petit enfant regarde la télé qu'est ce qu'il voit ?

Un dessin animé, les actualités (JT), une publicité.

→ A votre âge, vous savez que les trois écrans sont différents mais précisez cette différence ?

Le dessin animé raconte une histoire, le journal télévisé apporte une information sur un sujet, le troisième écran est une publicité.

→ À quoi sert la publicité ?

A vendre, à séduire, à faire acheter

Promouvoir un produit ou un service, donner envie d'acheter ou d'adopter un comportement.

→ **A la télévision, comment identifiez-vous les publicités ?**

Spots, parrainage de programmes, dotations jeux...

→ **Quelle est la différence entre information et publicité ?**

L'information est basée sur des données objectives, la publicité est basée sur un intérêt commercial et partial : mais la frontière peut être difficile à délimiter et confuse.

→ **Qui fabrique la publicité ?**

Les entreprises, les fabricants, les vendeurs (qui font appel à des agences de publicité)

2^{ème} section // Questions après la 2^{ème} pause

Objectifs : *Comprendre que la publicité met en lumière ce qui permettra de vendre le produit.*

Suggestions de questions :

→ **Pourquoi la publicité insiste sur le lait ?**

C'est une publicité qui insiste sur un seul point de vue, en raison de l'importance du calcium dans la croissance des enfants.

Mais, s'il y a du lait dans la barre de chocolat, ce n'est pas dans la quantité qu'on imagine.

La pub nous induit à croire que, dans une barre de chocolat de 13 g, il y a un verre de lait. Or, il faudrait environ 8 barres chocolatées pour avoir la quantité d'un verre de lait.

C'est donc une pub qui masque la réalité : parents (et enfants) en arrivent à penser que barre chocolatée = lait = calcium, alors qu'en fait ce goûter représente un apport énergétique important par rapport au calcium.

→ **Quelles informations la publicité masque-t-elle ?**

Sucre, matière grasse, chocolat, pourcentage des ingrédients....

En réalité, la barre chocolatée est une friandise (à manger de temps en temps mais pas en excès)

→ **La publicité peut-elle dire des mensonges ?**

La pub ne peut pas dire que la barre chocolatée est un produit laitier car c'est un mensonge. Par exemple, dans la pub de la barre chocolatée, les fabricants ne disent pas qu'il n'y a que du lait mais ils mettent un grand verre de lait à côté. Ils ne parlent pas des autres ingrédients.

(dont le chocolat, sucre et matières grasses).

→ **La publicité n'est pas mensongère mais occulte la réalité.**

Les publicitaires doivent faire oublier certaines choses sur le produit

Plus d'info ! : Une publicité mensongère est une pratique commerciale déloyale et trompeuse. Les pratiques commerciales trompeuses sont interdites et punies : [articles L.121-1 à L.121-7](#) du Code de la consommation

Plus d'info ! les allégations nutritionnelles et de santé : [lien Dgccrf](#), [lien Anses](#) (Les allégations nutritionnelles et de santé sont des mentions, images ou symboles valorisant les denrées alimentaires sur le plan nutritionnel ou de la santé.)

→ **La publicité nous dit-elle la vérité ?**

On peut engager le débat sur la notion de vérité.

3^{ème} section // Questions après la 3^{ème} Pause

Objectifs : *Comprendre que la publicité ne donne pas toutes les informations et qu'il est important de rechercher soi-même les informations importantes pour se faire un avis.*

Suggestions de questions

→ **Avant d'acheter, comment se renseigner ?**

Prendre de bonnes habitudes (lire la composition des produits, ingrédients, contenu nutritionnel, comparaison avec d'autres produits ...).

- Pour comparer la composition des produits préemballés (exemple : les goûters des enfants) : les ingrédients dans la composition d'un produit préemballé sont classés par ordre décroissant.
- Les denrées alimentaires présentées à la vente doivent comporter un étiquetage pour bien informer le consommateur. Les obligations d'étiquetage sont différentes selon le mode de conditionnement ou de présentation des denrées alimentaires (préemballées ou non).

Plus d'info ! :

Sur : <http://www.economie.gouv.fr/dgccrfPublications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/Etiquetage-des-denrees-alimentaire>

- Etiquetage nutritionnel pour les aliments préemballés : Tableau des valeurs nutritionnelles présentant les indications sur la valeur énergétique et les teneurs en graisses, acides gras saturés, glucides, sucres, protéines et sel, exprimées pour 100 g ou 100 ml. (voir [Site du PNNS](#) : « Pour comparer les produits, il faut regarder le taux de sucres, le taux de graisse ou encore la quantité de sel pour 100 g ou 100 ml de produits »)
Nouveau Le Nutri-Score, un logo pour rendre plus lisible et compréhensible l'étiquetage nutritionnel.

4^{ème} section // Deux pauses possibles – après pub pâte à tartiner et après pub soda

Objectifs: *Faire prendre conscience aux jeunes des mécanismes utilisés par les publicitaires.*

Suggestions de questions :

→ **Qu'avez-vous vu dans la pub de la pâte à tartiner ?**

La pub nous montre une ambiance "familiale" et heureuse d'un petit déjeuner partagé avec des parents et des enfants, tous ensemble, réunis autour :

- Du pain
- Un bol de lait
- Du jus de fruit ou des fruits
- Le pot de pâte à tartine

La pub présente, autour du pot de pâte à tartiner, un bon petit déjeuner pour commencer la journée de manière équilibrée.

→ **Pourquoi pensez-vous que la publicité est présentée comme cela ?**

Ici, le produit est placé dans un contexte : des produits bons pour la santé, une famille (papa, maman, garçon et fille et souvent des animaux), le soleil, la joie de vivre ... des conditions permettant une croissance et un développement harmonieux des enfants.

Au final, on associe le produit à ces conditions et à ce bonheur.

La publicité cherche toujours à se situer dans un univers.

→ **Quels procédés peut-on utiliser pour toucher le consommateur et lui donner envie d'acheter ?**

Images, univers, couleurs, personnages, musique...

→ **Quelles publicités préférez-vous ? Pourquoi ?**

Décrypter avec les enfants, en fonction des points évoqués ci-dessus les mécanismes d'une publicité qui leur plait.



→ **Qu'avez-vous vu dans la publicité du cola ?**

Ici encore, la publicité se situe dans un univers : un groupe de jeunes dans un bar. Ambiance jeune, cool, détendue (plus de liberté). On associe le produit à ces conditions et à cette ambiance. Publicité destinée à un public jeune (à la différence de la pâte à tartiner : famille...)

5^{ème} section // Questions après la pause

Objectifs : *Permettre aux jeunes de citer les différents supports de pub.*

Suggestions de questions :

→ **Dans le dessin, où peut-on voir de la publicité ?**

Télé, journal, Smartphone.

→ **Dans votre vie quotidienne, où voit-on de la publicité ?**

Autres supports de pub : presse écrite, radios, affichage, Internet, objets, vêtements, film, acteurs, chanteurs, sportifs, consommateurs lui-même...

6^{ème} section // Questions après la pause

Objectifs : **Faire prendre conscience aux enfants que les publicitaires adaptent leurs messages aux cibles visées. (les publicités sont ciblées)**

Suggestions de questions :

→ **Que voyez-vous dans ce dessin ?**

Plusieurs personnes d'âge différent occupées à diverses activités

→ **A votre avis, à la télé, à quel moment un publicitaire fera diffuser une publicité pour un produit destiné à un enfant (ex : un jouet), à un adulte (ex : une voiture), à une grand-mère (ex : un appareil auditif) ?**

A un moment où ces personnes sont censées (ou ont la possibilité d') être devant la télé : le mercredi après midi pour les enfants, l'après midi en semaine pour les retraités...

→ **Pensez vous que les publicitaires tiennent compte aussi des périodes de l'année ?**

Les pubs sont différentes à Noël (jouets, chocolats...), à la rentrée scolaire, aux grandes vacances.... Faire prendre conscience aux enfants que, par exemple à Noël, certains choix sont faits en fonction de publicités vues à la télé (jouet à la mode....) ..

→ **Quand vous allez faire des courses avec un adulte pour acheter un nouveau produit (vêtement, friandise ou autre) qui le choisit ?**

Papa, maman, les enfants... ; ça dépend du produit.

→ **Comment avez-vous connu le produit ?**

Le débat doit permettre aux jeunes de comprendre comment leur choix est fait : le produit a été vu à la télé ? Les copains l'ont déjà ? Les plus grands, les footballeurs, leur chanteur préféré l'ont acheté ?

→ **Pensez-vous être manipulé par la publicité ?**

Oui ? non ? Débat. Importance de prendre conscience des influences.

→ **Est-ce que vous pensez qu'on doit faire comme les autres ?**

Oui ? non ? Débat.

Importance d'évaluer ses besoins et ses attentes, qui sont propres à chaque personne (différents suivant les individus)

→ **Comment faire pour choisir ?**

Importance de vérifier les informations et de comparer Ces dernières questions permettront de résumer et de conclure la séance.

Une question peut être posée sur la signification du titre « Choisir une grande aventure ».