



## Atelier 1: Identifier la communication non commerciale



30 min de préparation – 30 min d'atelier en classe

### Préparation par l'enseignant :

Collecter des publicités non commerciales, sur les thèmes suivants :

- Santé
- Alimentation
- Développement durable – environnement
- Citoyenneté, respect des individus

### Animation de l'atelier :

Organiser les enfants en petits groupes de 4 élèves. Leur proposer de lister, d'abord individuellement, tout ce qui vient à l'esprit quand on pense « protection » : qui, contre quels risques, quels dangers, quels déséquilibres...?

Au sein du groupe, les élèves échangent sur ce qu'ils ont listé individuellement pour déceler les similitudes et enrichir l'inventaire de ce qui a été identifié par les uns et omis par les autres.

Chaque groupe présente ensuite ses idées au reste de la classe.

Reprendre le travail avec toute la classe pour classer ces évocations en catégories cohérentes.

- Ce qui a trait à la santé

Les actions pour se protéger contre certains risques ou dangers :

les précautions dans la rue à pied, à vélo, en trottinette ou en voiture,

quand on fait du sport,

quand on se met soi-même en danger,

quand on risque de mettre les autres en danger.

Les comportements qui contribuent à une bonne hygiène de vie : alimentation, activité physique, hygiène ou au contraire les comportements ou consommations qui nuisent à la santé :

soleil sans protection, tabac, alcool, drogues, pratiques entraînant la dépendance.

- Ce qui a trait à l'alimentation

Alimentation équilibrée

Conditions de production des aliments, type de culture ou d'élevage

Additifs

Gaspillage

Aide aux populations démunies

- Ce qui a trait à l'environnement

La nature et la biodiversité, comment ne pas nuire, préserver, limiter l'impact de l'homme...

L'eau : rare et inégalement répartie, éviter gaspillage et pollutions...

L'énergie : comment l'économiser, choisir des produits et des solutions, économes en énergie dans leur fabrication, leur utilisation, leur recyclage...

L'air : limiter la pollution...

Les déchets : les limiter, trier, faciliter leur réemploi, leur recyclage...

Les aliments : privilégier les produits de saison, les productions de proximité, les produits issus de l'agriculture biologique...

- Ce qui a trait à la sécurité, au respect des individus, à la citoyenneté

Qu'est-ce qu'un comportement citoyen ? Dans les lieux publics ? Dans les transports ? Dans la rue ? Qu'est-ce qui peut y porter atteinte ?

Qu'est-ce qui peut aller à l'encontre du respect des individus ?

Insécurité, violence, maltraitance

Discrimination

Parmi tous ces thèmes, quels sont ceux par lesquels les élèves se sentent directement concernés ?

# Atelier 2 : Analyser la communication non commerciale



50 min d'atelier en classe

## Animation de l'atelier :

Quelles campagnes de communication non commerciale les élèves ont-ils pu voir sur les thèmes évoqués dans l'atelier 1 ?

Approfondir la réflexion avec les exemples de campagnes collectés en les répartissant par petits groupes et en invitant chaque groupe d'élèves à répondre aux questions suivantes :

Qui est à l'origine de la campagne

A qui est-elle destinée ?

Où est-elle diffusée ?

Quel est son objectif ? Quels arguments, quels leviers, quels registres utilise-t-elle ? Que cherche-t-elle à faire vis-à-vis de ces publics ?

Sans nécessairement s'appuyer sur des exemples concrets, la même réflexion peut être conduite sur les thèmes suivants :

1. une campagne pour lutter contre l'incivisme dans les transports
2. une campagne pour inviter à se protéger du soleil au moment des vacances d'été
3. une campagne pour sensibiliser aux règles de sécurité dans les transports scolaires
4. une campagne pour limiter l'utilisation des écrans avant le coucher

Organiser le résultat des travaux de réflexion dans le tableau en reprenant les questions suivantes pour le compléter :

- les thèmes abordés (santé, citoyenneté, alimentation, sécurité routière, violence, discrimination...),
- les objectifs (informer, sensibiliser, créer une prise de conscience, mobiliser...),
- les types d'annonceurs (organismes publics, entreprises, collectifs ou associations...) à l'origine des campagnes.

A quels publics s'adressent-elles ? (jeune conducteur.trice, parent, professionnel,...)

Comment procèdent-elles ? Quel ton utilisent-elles (information, dénonciation, culpabilisation, provocation, menace...) ? Voir fiche 3 Comprendre les mécanismes de la publicité sous le thème La pub comment ça marche - Transmettre

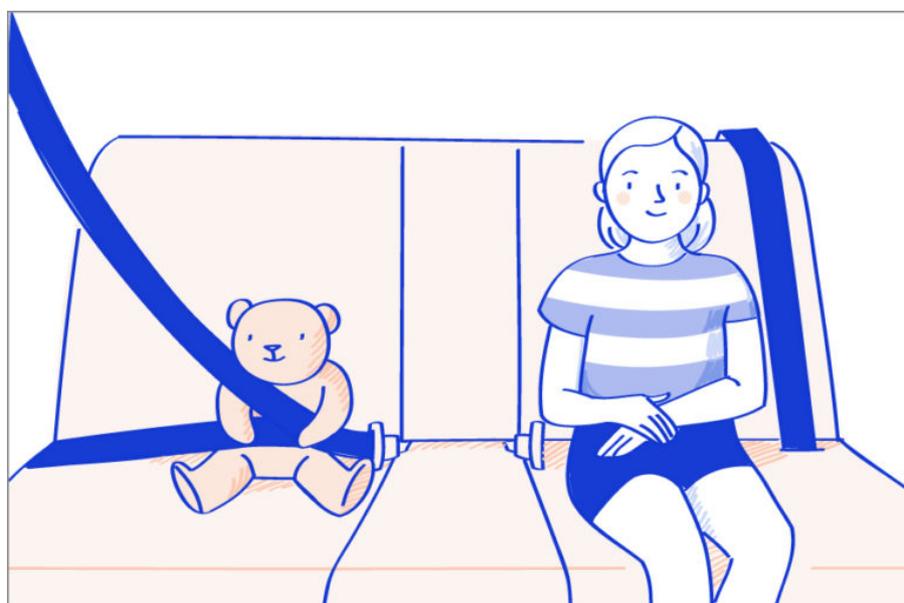
Quelle forme prend le message ? Utilisent-elles beaucoup de texte, des visuels chocs, ou invitent-elles à l'identification ? Voir fiche 5 L'impact d'une publicité presse sous le thème La pub comment ça marche - Transmettre

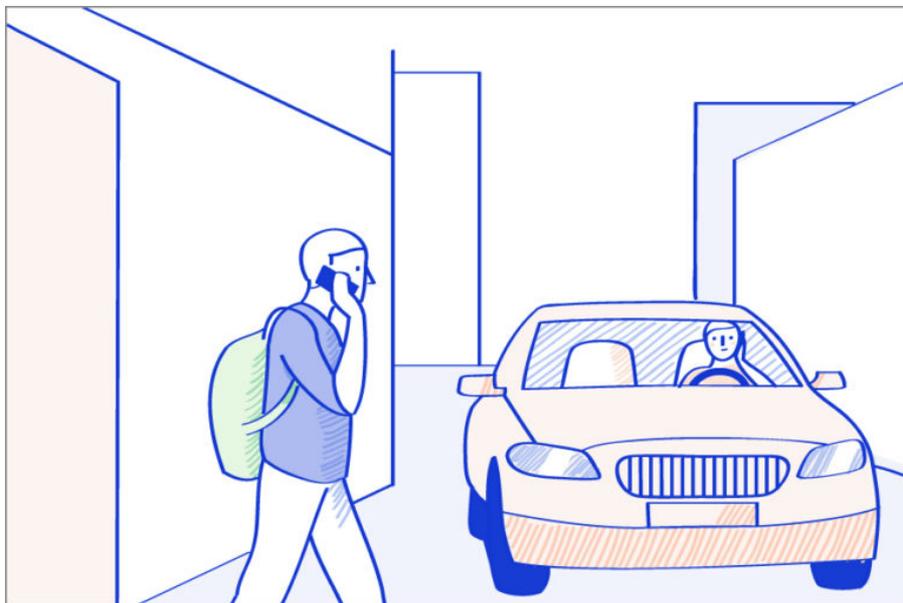
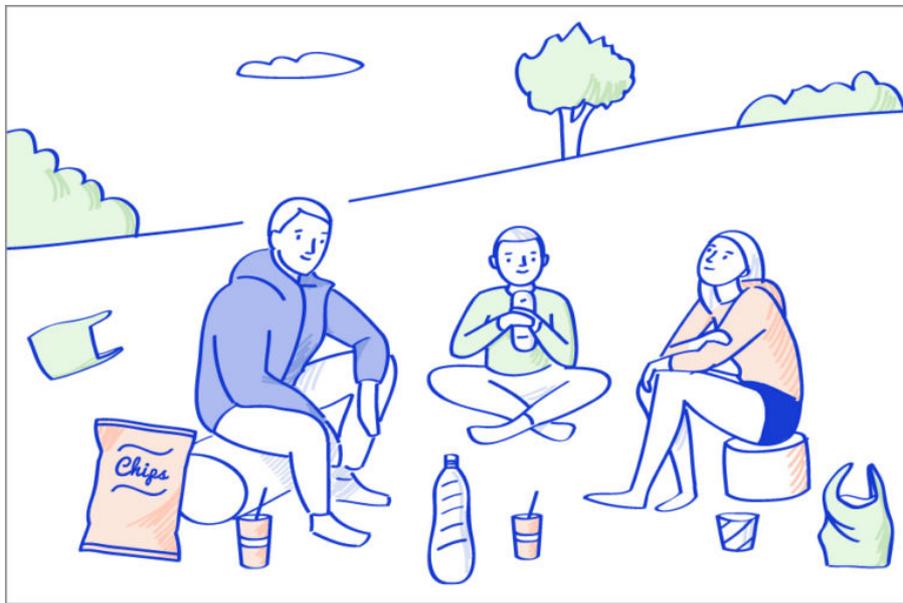
Sujet	Objectif (informer, sensibiliser, créer une prise de conscience, mobiliser...)	Emetteur (organismes publics, entreprises, collectifs ou associations...)	Public (jeune conducteur, parent, ...)	Ton (information, dénonciation, culpabilisation, provocation ,menace...)	Forme du message (beaucoup de texte, visuel choc, identification...)

Quelles sont celles qui marquent le plus les élèves ? Pour quelles raisons ?

A vous de jouer :

Demander aux élèves réunis en petits groupes de créer un slogan et un message d'alerte ou de prévention à associer à chacun des visuels ci-dessous.





Faire voter la classe pour élire les slogans et messages les plus percutants.