

Publicité... toujours pour nous faire dépenser ?

Objectif

La publicité est présente partout autour de nous et elle joue différents rôles. L'activité suivante permettra à votre enfant de découvrir la différence entre la publicité commerciale et la publicité sociétale.

Préparation

Demandez à votre enfant de lire les 2 textes publicitaires suivants :

Devenir grand, maintenant !

Tout le monde adore la nouvelle boisson Grandivite, que ce soit pour l'explosion de fraîcheur de son goût unique ou pour ses propriétés extraordinaires qui accélèrent la croissance. Un ingrédient magique stimule tes muscles et te fera grandir de 15 centimètres en seulement 3 mois ! Fais-toi enfin remarquer dans la cour d'école ! Car une bouteille de Grandivite par jour améliorera ta vie pour toujours !

Avoir la tête dure, ce n'est pas suffisant !

Jérémie, 11 ans, passionné de planche à neige, ne marchera plus jamais. Chaque année au Québec, des milliers de jeunes, comme lui, se blessent sérieusement en pratiquant une activité sportive sans protection adéquate. Pour le vélo, le patinage, les sports de glisse, la planche à roulettes ou tout autre sport à risque, le simple port du casque peut te sauver la vie. Ne fais pas partie des statistiques, protège-toi en portant le casque !

Déroulement

1. Avec votre enfant, discutez des questions suivantes :

- Quels sont les objectifs principaux de chacune des publicités ?

Piste de réponse : Vendre un produit et faire de l'argent, dans le cas de la boisson Grandivite, et vendre l'idée de porter un casque et éviter des accidents, dans la campagne sur le port du casque.

- Qui paye pour ces types de publicités ?

Piste de réponse : Une compagnie, dans le cas de Grandivite, et le gouvernement, un organisme sans but lucratif ou une association (par exemple, l'Association des pédiatres du Québec), dans le cas du 2e texte.

- Laquelle de ces publicités pourrait avoir un effet négatif sur les enfants ? Pourquoi ?

Piste de réponse : La publicité pour la nouvelle boisson Grandivite risque d'avoir des effets négatifs sur les enfants parce qu'elle pourrait leur faire croire, à tort, qu'un produit peut avoir des effets magiques sur leur corps.

2. Dans les 2 cas, les textes sont des publicités. Il existe toutefois des différences entre une publicité commerciale et une publicité sociétale. Utilisez le tableau ci-dessous pour bien expliquer ces différences à votre enfant :

	Publicité commerciale	Publicité sociétale
Quel est l'objectif de la publicité ?	Vendre une idée, un produit, une marque ou un service précis.	Vendre une idée ou provoquer un changement de comportement conduisant à de plus saines habitudes de vie.
Qui en retire des bénéfices ?	L'annonceur, c'est-à-dire la compagnie qui veut vendre son produit, son service ou son idée.	Le public. Les idées ou les comportements encouragés visent une amélioration de la qualité de vie de la population en général.
Quel est le résultat escompté de la publicité ?	La publicité doit être rentable. Elle doit inciter les gens à acheter le produit afin d'augmenter les ventes.	L'efficacité de la publicité ne se mesure pas en argent, mais par l'amélioration d'une situation. Par exemple, grâce au port du casque, moins de blessures graves surviendront.

	Publicité commerciale	Publicité sociétale
La publicité procure-t-elle une satisfaction à court terme au consommateur ?	Le bien ou le service apporte généralement une satisfaction à court terme au consommateur.	L'idée ou le comportement n'apporte généralement pas de satisfaction à court terme, mais un bénéfice à long terme. Par exemple, arrêter de fumer peut être difficile au début, mais sera bénéfique pour la santé par la suite.
Que dit la loi à propos de ce type de publicité ?	Il est interdit de faire de la publicité commerciale destinée aux enfants de moins de 13 ans. Les intentions des annonceurs ne sont pas toujours à l'avantage des enfants – leur objectif est de faire de l'argent plutôt que d'améliorer la qualité de vie des enfants. De plus, les enfants ne sont pas toujours dans une situation où ils peuvent avoir un esprit critique et distinguer la véritable information de la promotion.	Les annonceurs ont le droit de faire de la publicité sociétale auprès des enfants, sous certaines conditions.

3. Afin que votre enfant intègre bien la différence entre la publicité de type sociétal et la publicité de type commercial, demandez-lui d'associer les énoncés suivants à leur catégorie en inscrivant un X dans la colonne appropriée.

	Commercial	Sociétal
A. Une campagne publicitaire est réalisée contre l'alcool au volant.		
B. Un message radio annonce la prochaine campagne de vaccination contre la grippe.		
C. Une petite annonce est publiée dans le journal en vue de vendre une auto d'occasion.		

	Commercial	Sociétal
D. Un message télévisé vante les réalisations d'un parti politique.		
E. Un reportage en direct à la radio promeut la tenue d'un événement spécial au centre-ville.		
F. Un message du gouvernement du Québec annonce un nouveau programme offert aux aînés.		
G. Le Regroupement des producteurs de fruits et de légumes du Québec fait une publicité pour encourager la population à consommer plus de fruits et légumes chaque jour.		
H. Les vedettes d'une populaire émission de télévision vous encouragent à donner de l'argent pour les enfants malades.		
I. Mathilde porte un chandail « Achetez local » qu'elle a reçu de l'organisme sans but lucratif Envirolocal.		
J. Luc reçoit un crayon promotionnel sur lequel il est écrit : « Le tabac peut vous enlever la vie. »		
K. La mascotte du service de police de ta ville fait de la prévention dans ton école.		
L. À l'épicerie, tu reçois un échantillon d'un nouveau pain biologique.		

Les réponses ainsi que des explications se trouvent dans le [corrigé](#) présenté à la dernière page.

Conclusion

Pour conclure, demandez à votre enfant de nommer des publicités commerciales et sociétales qu'il a vues ou entendues récemment.

Dans les prochains jours, analysez avec lui les publicités que vous entendrez à la radio ou verrez à différents endroits (télévision, arrêt d'autobus, panneau publicitaire, revue, Web, etc.). Déterminez si elles sont de type commercial ou sociétal.

Corrigé

	Commercial	Sociétal
<p>A. Une campagne publicitaire est réalisée contre l'alcool au volant.</p> <p><i>Explication : Le message vise à sauver des vies et à améliorer une situation sociale.</i></p>		X
<p>B. Un message radio annonce la prochaine campagne de vaccination contre la grippe.</p> <p><i>Explication : Le message vise à préserver la santé des gens et à améliorer leur qualité de vie.</i></p>		X
<p>C. Une petite annonce est publiée dans le journal en vue de vendre une auto d'occasion.</p> <p><i>Explication : L'annonce est payée par le vendeur et ce sera lui qui en retirera des bénéfices s'il convainc quelqu'un d'acheter son bien.</i></p>	X	
<p>D. Un message télévisé vante les réalisations d'un parti politique.</p> <p><i>Explication : Le parti politique vend ses idées et, en retour, il augmente le nombre de personnes qui ont l'intention de voter pour un de ses candidats. Contrairement à un message du gouvernement, l'objectif est politique, et non social.</i></p>	X	
<p>E. Un reportage en direct à la radio promeut la tenue d'un événement spécial au centre-ville.</p> <p><i>Explication : Les reportages en direct sont payés par les organisateurs de l'événement pour attirer davantage de visiteurs et, du même coup, augmenter leurs ventes.</i></p>	X	
<p>F. Un message du gouvernement du Québec annonce un nouveau programme offert aux aînés.</p> <p><i>Explication : Ce type de publicité a pour objectif d'informer la population de changements qui visent le bien de tous.</i></p>		X
<p>G. Le Regroupement des producteurs de fruits et de légumes du Québec fait une publicité pour encourager la population à consommer plus de fruits et légumes chaque jour.</p> <p><i>Explication : Même si l'annonceur s'appuie sur de l'information qui vise une meilleure santé (le Guide alimentaire canadien), l'objectif est que ses membres vendent plus de produits.</i></p>	X	

	Commercial	Sociétal
<p>H. Les vedettes d'une populaire émission de télévision vous encouragent à donner de l'argent pour les enfants malades.</p> <p><i>Explication : Même si les vedettes font souvent de la promotion pour des raisons commerciales (comme vendre des billets de spectacle), dans cette situation, les dons qu'elles provoqueront grâce à la publicité iront aux enfants malades, et non à l'annonceur. La notoriété des vedettes est ici utilisée pour améliorer une situation sociale.</i></p>		X
<p>I. Mathilde porte un chandail « Achetez local » qu'elle a reçu de l'organisme sans but lucratif Envirolocal.</p> <p><i>Explication : L'organisme Envirolocal ne retire pas de bénéfice direct des ventes des commerçants locaux. Son objectif est plutôt social et environnemental. Si le même chandail était offert par un regroupement de magasins du centre-ville, il pourrait être plutôt question de publicité commerciale, faite dans le but de vendre plus de produits.</i></p>		X
<p>J. Luc reçoit un crayon promotionnel sur lequel il est écrit : « Le tabac peut vous enlever la vie. »</p> <p><i>Explication : Le crayon sert à faire passer un message, à provoquer un changement de comportement pour une meilleure santé.</i></p>		X
<p>K. La mascotte du service de police de ta ville fait de la prévention dans ton école.</p> <p><i>Explication : La mascotte n'est pas là pour faire la promotion d'un bien ou d'une marque, mais plutôt pour faire la promotion de la sécurité et améliorer une situation sociale.</i></p>		X
<p>L. À l'épicerie, tu reçois un échantillon d'un nouveau pain biologique.</p> <p><i>Explication : L'échantillon de pain est offert dans le seul but de le faire connaître aux clients, pour que ceux-ci en achètent et que l'épicerie en vende.</i></p>	X	