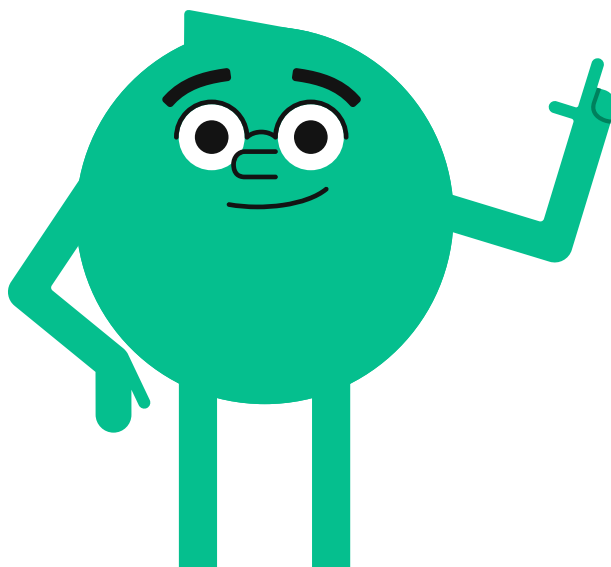


Guide de l'enseignant

Créez votre propre publicité

Table des matières

Présentation de l'activité	2
Objectifs de l'activité	2
Durée de l'activité	2
Matériel	3
Fiches ressources d'Alloprof	3
Précision des apprentissages	3
Format suggéré	4
Première période	4
Deuxième période	4
Troisième période	5



Présentation de l'activité

En positionnant les élèves dans le rôle d'une agence publicitaire, l'activité Créez votre propre publicité vise à les sensibiliser au rôle de la publicité et au phénomène de la consommation, et ultimement à les faire réfléchir à leurs propres comportements de consommation.

En équipe de 4 à 6, les élèves ont le mandat de créer une affiche publicitaire de leur choix tout en respectant le brief détaillé de l'entreprise sélectionnée. Ils sont ensuite invités à élaborer des stratégies publicitaires complémentaires à l'affiche et à présenter leur création tout comme leurs choix artistiques devant leurs collègues.

Objectifs de l'activité

- Sensibiliser les élèves au rôle, aux stratégies et à l'influence de la publicité sur le phénomène de la consommation.
- Faire réfléchir les élèves à leur propre consommation.
- Consolider la matière vue lors de l'étude de l'enjeu financier *consommer des biens et des services*.
- Mobiliser les concepts vus en classe tels que : l'annonceur, le public cible, les désirs, la pyramide des besoins de Maslow, les stratégies publicitaires, etc.

Durée de l'activité

- L'activité est conçue pour se réaliser sur une durée de 3 périodes de 75 minutes. Cette dernière peut être raccourcie ou allongée pour s'adapter aux réalités et aux besoins particuliers de la classe en question.



Matériel

- Les fiches de brief de chaque entreprise
(1 par équipe)
- Les feuilles brouillons pour les concepts initiaux des élèves
(1 par élève)
- Des crayons de couleur, des ordinateurs portables, du matériel de bricolage
(au choix)

Fiches ressources d'Alloprof

- **Le message publicitaire :**
<https://www.alloprof.qc.ca/fr/eleves/bv/francais/le-message-publicitaire-f1119>
- **Les rôles de la publicité :**
<https://www.alloprof.qc.ca/fr/eleves/bv/education-financiere/les-roles-de-la-publicite-h1804>
- **Le phénomène de consommation :**
<https://www.alloprof.qc.ca/fr/eleves/bv/education-financiere/le-phenomene-de-la-consommation-h1802>

Précision des apprentissages

- Lors de cette activité, l'élève devra utiliser les **facteurs influant sur les choix de consommation** (ex. : âge, sexe, revenu) lors de la conception de son affiche et devra être en mesure de justifier ses choix.
- L'élève sera aussi appelé à mobiliser ses connaissances liées aux **objectifs de la publicité** (ex. : informer, sensibiliser, changer des comportements, susciter des besoins) pour créer son affiche et ses stratégies publicitaires.



Format suggéré

Première période (75 minutes) : Présentation du projet, création des équipes et début du remue-méninge.

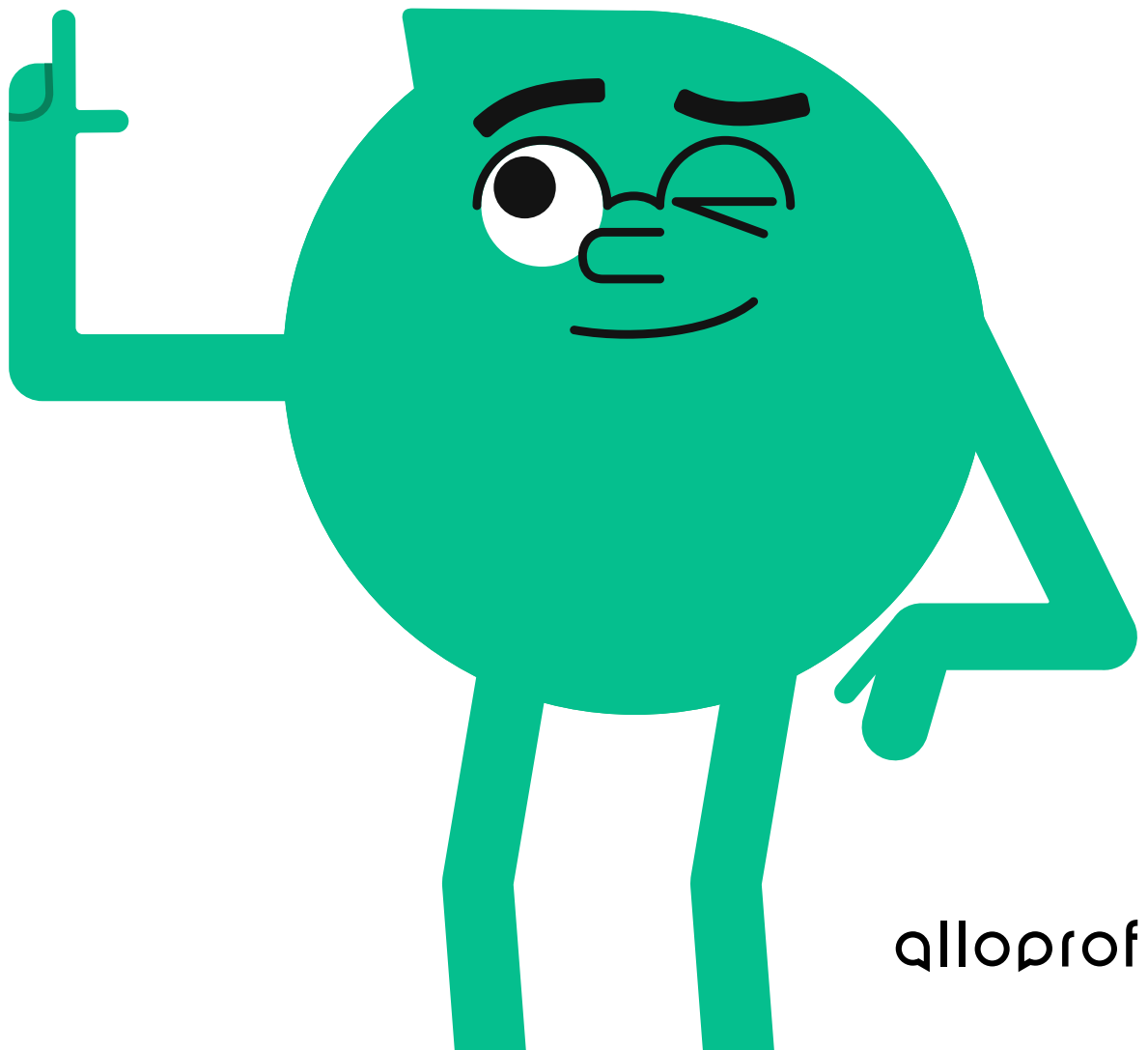
- Pendant cette période, les élèves sont amenés à découvrir les différentes entreprises. Vous pouvez présenter les **fiches de brief** à la classe en les projetant à l'écran pour que les élèves aient une bonne idée des différents aspects qui caractérisent chaque entreprise.
- Ensuite, invitez les élèves à former des équipes de **4 à 6 personnes**. Une fois que c'est fait, pigez au hasard pour déterminer quelle équipe sera associée à quelle entreprise ou demandez aux élèves de choisir (*ce n'est pas grave si 2 équipes choisissent la même entreprise; les différences dans leurs stratégies publicitaires seront intéressantes à décortiquer*).
- Lorsque les entreprises ont été distribuées, les membres des équipes commencent à remplir leur **feuille brouillon** en lisant attentivement les détails de la **fiche de brief** de l'entreprise. Chaque membre de l'équipe doit remplir une feuille (*mais un seul concept final sera retenu*). Les élèves commencent à répondre aux questions et à esquisser leur croquis initial au verso de leur feuille brouillon. Les équipes qui terminent rapidement peuvent consulter l'enseignant ou l'enseignante, qui sélectionnera le concept final parmi les choix. Elles seront alors prêtes à passer à la prochaine étape durant la période suivante.

Deuxième période (75 minutes) : Fin de la conception brouillon et début de la conception finale.

- Pendant cette période, les équipes qui n'ont pas terminé leurs brouillons sont invitées à le faire au début de la période, puis à consulter l'enseignant ou l'enseignante pour sélectionner un concept.
- Une fois le brouillon approuvé, les élèves ont le reste de la période pour réaliser
- une **version finale de leur affiche**. Cette version finale peut être faite à la main, à l'ordinateur ou avec des techniques de bricolage comme le collage. Les élèves sont libres d'utiliser le support de leur choix pour arriver aux résultats souhaités. Cependant, il est important que tous les membres de l'équipe participent à la création d'une manière ou d'une autre.
 - Si certaines équipes terminent avant la fin de la période, elles peuvent commencer à préparer une **petite présentation** sur l'affiche qu'elles ont réalisée, qui portera sur leurs choix artistiques en lien avec leur brief. Les élèves qui ont moins participé lors de la création ou de la conception peuvent prendre un plus grand rôle lors de cette étape du travail.

Troisième période (75 minutes) : Fin de la conception finale et présentation des affiches.

- Pendant cette période, les équipes sont invitées à terminer leur affiche, si ce n'est pas déjà fait.
- Une fois que toutes les équipes ont terminé, elles préparent une petite présentation pour expliquer leur brief, leur affiche finale, leurs stratégies ainsi que leurs choix publicitaires au reste de leurs collègues.
- Un moment dans cette période est réservé pour que chaque équipe réalise une présentation d'une durée de **2 à 4 minutes**.
- Lorsque les présentations sont terminées, l'enseignant ou l'enseignante peut effectuer **un retour avec les élèves** sur l'activité en leur demandant ce qu'ils ont trouvé difficile, ce qu'ils ont aimé et ce qu'ils ont appris durant l'activité. Demandez-leur comment ils se sont sentis comme concepteurs publicitaires et surtout comment l'activité a changé (ou non) leur perception des stratégies publicitaires qui les entourent.



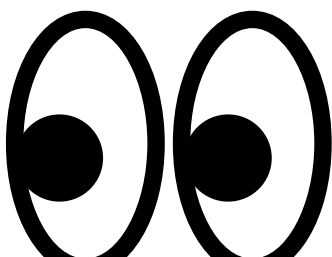
LES BRIEFS

Créez votre propre publicité



Table des matières

PEACH	2
PAUSE-CAFÉ	3
AIDE POUR TOUS	4
PIXELS ET CIE	5
321ACTION	6
LOCK	7



PEACH

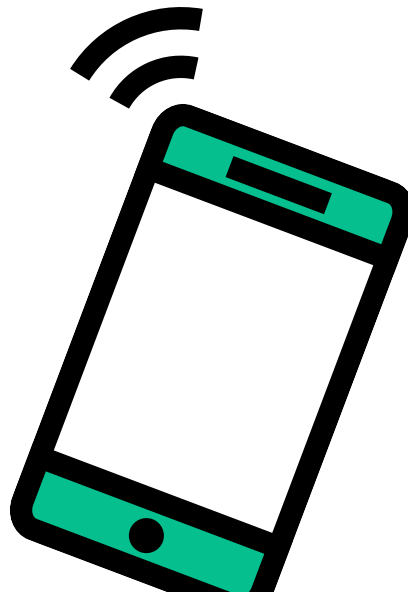
Des appareils électroniques pour tous les besoins

L'ENTREPRISE : Peach est une entreprise d'appareils électroniques émergente établie à Los Angeles. Visant principalement à rivaliser avec les géants de la techno, Peach propose des produits abordables, pratiques et stylés.

LE BRIEF : Peach souhaite mettre de l'avant son nouveau modèle de portable disponible juste à temps pour la rentrée universitaire. Léger, rapide, abordable et branché, il est complètement personnalisable. L'entreprise souhaite que vous créiez une affiche publicitaire et que vous proposiez une stratégie pour la diffuser et atteindre le plus de consommateurs possible.

LES CONTRAINTES :

1. L'affiche doit se différencier de celles de ses concurrents.
2. L'affiche doit mettre l'accent sur le mode de vie associé avec l'achat du portable.
3. Il faut que la stratégie publicitaire reflète les tendances actuelles.



PAUSE-CAFÉ

Café indépendant environnementaliste

L'ENTREPRISE : La mission de **Pause-café** est à la fois de vendre du café équitable et de sensibiliser la population à la protection de l'environnement. De plus, 10 % de tous ses profits sont investis dans des organismes environnementaux et de protection des droits de la personne.

LE BRIEF : **Pause-café** veut promouvoir sa transition vers une gamme de produits 100 % végétaliens. L'entreprise souhaite que vous créiez une affiche publicitaire et que vous proposiez une stratégie pour la diffuser et atteindre le plus de consommateurs possible.

LES CONTRAINTES :

1. L'entreprise aimerait s'inspirer de publicités sociétales.
2. La publicité et les stratégies publicitaires doivent refléter les valeurs environnementales de l'entreprise.
3. L'entreprise aimerait que la publicité rejoigne les jeunes comme les plus vieux.



AIDE POUR TOUS

Ligne d'aide pour les personnes plus vulnérables

L'ENTREPRISE : La mission d'Aide pour tous est de fournir une ligne d'aide pour les personnes vulnérables dans le besoin. L'organisme offre un service d'aide téléphonique soutenu par une équipe de spécialistes.

LE BRIEF : Aide pour tous veut faire la promotion de sa ligne téléphonique, maintenant ouverte 24 heures sur 24, ainsi que de ses nouveaux services d'aide disponibles par texto. L'organisme souhaite que vous créiez une affiche publicitaire et que vous proposiez une stratégie pour la diffuser et atteindre le plus de consommateurs possible.

LES CONTRAINTES :

1. L'organisme aimerait utiliser des témoignages dans son affiche publicitaire.
2. L'organisme souhaite promouvoir l'importance d'aller chercher de l'aide quand ça ne va pas.
3. L'organisme veut souligner qu'il offre un service gratuit.



PIXELS ET CIE

De vraies connexions maintenant

L'ENTREPRISE : Pixels et cie est un nouveau réseau social qui permet de clavarder en direct avec quiconque, même si la personne se situe de l'autre côté de l'océan. L'application permet de faire des vidéoconférences et de partager des photos. Il s'agit d'un réseau social qui veut promouvoir la création de vraies connexions autour du globe.

LE BRIEF : Pixels et cie veut faire la promotion du fait qu'elle priorise la vie privée et les données confidentielles de ses utilisateurs. L'entreprise souhaite que vous créiez une affiche publicitaire et que vous proposiez une stratégie pour la diffuser et atteindre le plus de consommateurs possible.

LES CONTRAINTES :

1. L'organisme aimerait utiliser des témoignages dans son affiche publicitaire.
2. L'organisme souhaite promouvoir l'importance d'aller chercher de l'aide quand ça ne va pas.
3. L'organisme veut souligner qu'il offre un service gratuit.



321ACTION

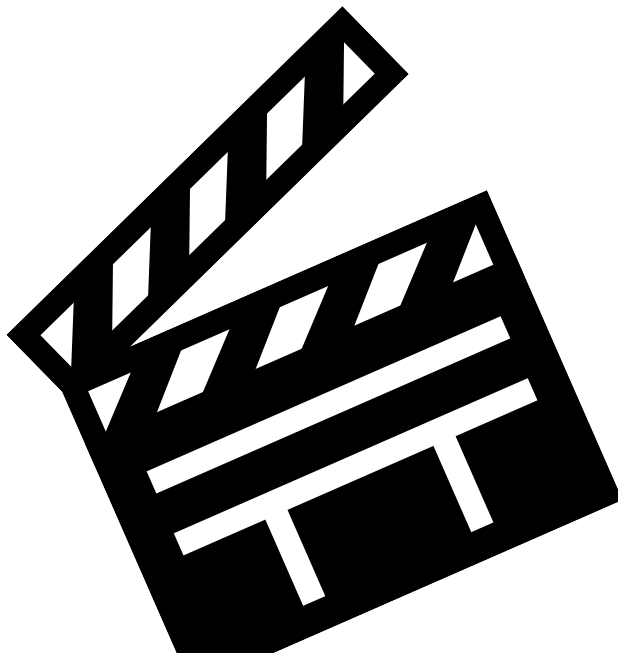
N'importe quel film, n'importe quand

L'ENTREPRISE : 321Action est une entreprise de diffusion en continu (*streaming*) qui permet à ses utilisateurs d'entrer le pays de leur choix afin de trouver n'importe quel film dans n'importe quelle langue, au prix mensuel très raisonnable de 6 \$.

LE BRIEF : 321Action veut inciter les étudiants à découvrir son nouveau forfait réduit à 4 \$ par mois pour les personnes aux études, avec preuve de fréquentation scolaire. L'entreprise souhaite que vous créiez une affiche publicitaire et que vous proposiez une stratégie pour la diffuser et atteindre le plus de consommateurs possible.

LES CONTRAINTES :

1. L'entreprise souhaite que l'affiche publicitaire soit inspirée d'affiches de films célèbres.
2. L'entreprise veut utiliser la nostalgie comme stratégie publicitaire.
3. L'entreprise aimerait que la publicité incite les gens à changer d'entreprise de diffusion en continu.



LOCK

Tranquillité d'esprit

L'ENTREPRISE : Lock est une entreprise qui se spécialise en technologie de la sécurité. Elle fabrique des systèmes d'alarme, des cadenas, des caméras de sécurité et des coffres-forts. Cette entreprise a la réputation d'offrir des produits de très haute qualité à des particuliers ou à des entreprises aux besoins différents.

LE BRIEF : Lock souhaite promouvoir son nouveau service d'évaluation de sécurité à domicile, dans le cadre duquel un expert évalue la sécurité d'un foyer et fait des recommandations selon les besoins et le budget du client. L'entreprise souhaite que vous créiez une affiche publicitaire et que vous proposiez une stratégie pour la diffuser et atteindre le plus de consommateurs possible.

LES CONTRAINTES :

1. L'entreprise aimerait informer ses clients des dangers que représente un domicile non sécurisé.
2. L'entreprise aimerait que la publicité donne quelques bonnes conduites à adopter en termes de sécurité.
3. L'entreprise souhaite effrayer les personnes qui ne sont pas protégées adéquatement.

