



## FICHE ATELIER



**Public** : Collégiens et Lycéens

**Durée** : 30 minutes

**Sujets** : Publicité et marketing

# DÉCOUVRIR LES ENJEUX LIÉS AU GENRE DANS LA PUBLICITÉ

### APERÇU

Dans le cadre de cette activité, les élèves explorent les rôles sexués dans les publicités qui passent à la télévision. Ainsi, ils choisissent une publicité s'adressant exclusivement aux femmes. Ensuite, ils reformulent la campagne pour cibler le sexe opposé.

### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Comprendre que les publicités sont conçues pour vendre un produit  
Prendre conscience des stéréotypes de genre utilisés par les publicitaires pour vendre un produit.

## DÉROULEMENT SUGGÉRÉ DE L'ATELIER DÉBAT

Les publicitaires s'adressent différemment aux hommes et aux femmes : les arguments utilisés ne sont pas les mêmes. Cette activité permet de comprendre comment certaines des méthodes, utilisées dans les publicités, nous renseignent sur le sexe de la cible d'un produit. Cet atelier permet dans un deuxième temps d'amener les élèves à s'interroger sur les inégalités entre hommes et femmes révélées par la publicité.

### ÉTAPE 1

Demander aux élèves de donner une définition des « stéréotypes ».  
Citez les stéréotypes courants associés aux hommes et aux femmes ?

Voir la fiche définition pages 12, 13, 14 et 15.

#### Questions suggérées :

Les jeunes pensent-ils que ces stéréotypes sont exacts ?  
Selon eux, d'où ces stéréotypes viennent-ils ?

### ÉTAPE 2

Divisez la classe en groupes de 4 ou 5 élèves.  
(Chaque groupe aura une grande feuille de papier et des marqueurs.)

Expliquez à la classe que chaque groupe doit penser à une publicité conçue exclusivement pour les femmes. Ensuite, il faut modifier la cible de la publicité : le produit reste le même mais cette nouvelle publicité doit convaincre le sexe opposé.

Les élèves doivent écrire un projet de publicité et penser aux techniques audiovisuelles qu'ils utiliseraient. L'exercice doit être rapide : ils peuvent illustrer par des croquis leurs idées puis planter le décor à l'oral, en expliquant leur projet à la classe.

#### Questions à débattre

En quoi le marketing pour les hommes diffère-t-il de celui des femmes ?  
Le marketing fondé sur le sexe renforce-t-il les stéréotypes ?  
Quels types de publicité peut plaire aux deux sexes ?  
À votre avis, Est ce que la publicité peut contribuer à plus d'égalité et à dépasser les clichés dans la société ?

#### Pour aller plus loin :

On peut augmenter le temps consacré à l'exercice, en demandant aux élèves de réfléchir à la diffusion de leur campagne publicitaire, afin de conquérir leur marché cible. (Par exemple, pour les hommes, les annonces commerciales sortiraient dans les magazines masculins, ou pendant des séries télévisées très suivies par les hommes. Ils devront être le plus précis possible.)

