

## « Comprendre pour mieux choisir et se définir en tant que consomm'acteur »

<b>Âge</b>	Cycle 2 – 8 <sup>ème</sup> Harnos (dès 11 ans)
<b>Durée</b>	90 minutes pauses incluses
<b>Dates</b>	Les vendredis après-midi (autres possibilités sur demande) : 02.02.2024, 09.02.2024 et 16.02.2024
<b>Lieux</b>	Canton de Neuchâtel

### Objectifs :

L'objectif de cet atelier, compatible avec le Plan d'Études Romand (PER), est qu'il puisse faire partie intégrante de l'éducation scolaire autour des médias. Il existe déjà plusieurs offres dans ce domaine, mais aucune n'aborde l'influence émotionnelle transmise par un certain type de communication, particulièrement lorsque la marque où le produit fait partie, de manière directe ou indirecte, du contenu narratif.

L'audiovisuel constitue le moyen de communication par excellence des enfants et des adolescent-e-s. Cependant, les jeunes sont livré-e-s sans y être toujours préparé-e-s à des images qu'elles-ils n'ont pas toujours les moyens de décrypter.

Le but est de donner, dans un premier temps, des outils de réflexion aux élèves (cycle 2) afin qu'ils appréhendent mieux les contenus audiovisuels, en particulier les fictions (films et séries TV) et les clips musicaux. Dans un deuxième temps, il s'agit de les amener à développer un esprit plus critique envers diverses techniques de communication de marques, spécialement le placement de produits.

La consommation médiatique fragmentée et multiplateforme de la nouvelle génération demande une approche qui cible davantage une réflexion sur le contenu que les supports.

Cette approche se définit comme un élément transversal et complémentaire pouvant s'intégrer dans le PER à plusieurs niveaux. En effet, elle peut être mise en lien avec d'autres domaines ou notions abordés en classe, par exemple ; l'éducation numérique, le vivre ensemble, la publicité (au sens large), l'endettement ou la nutrition.

### Déroulé :

Une première partie aborde avec les élèves le thème (le placement de produits dans les films, séries TV et clips musicaux) à travers un jeu sérieux. **Il est indispensable que les élèves n'aient pas connaissance du thème au préalable.** Ensuite, une présentation du sujet se fait à l'aide d'extraits (de placements de différentes marques/produits dans divers contextes ainsi que d'une publicité traditionnelle). Dans l'optique pédagogique en trois points, soit introduire, voir, puis discuter du thème avec les élèves.

Lors de la deuxième partie, la découverte se poursuit avec le visionnement d'un extrait en recherchant les placements présents. Il s'en suit une discussion ouverte sur leurs impressions, commentaires, questions, etc... Le script du film dont le clip est tiré leur est ensuite présenté et expliqué.

**Besoin particulier :**

- **Le thème ne doit pas être communiqué aux élèves avant l'intervention afin que le jeu puisse remplir pleinement son rôle**

**Ressource requise :**

- Projecteur/beamer et son pour projection d'extraits vidéo

**Intervenante :**

*Séverine Lauber Frutschi*, adjointe au doyen de la Faculté des Sciences économiques et intervenante indépendante auprès des écoles pour un atelier d'éducation aux médias sur le placement de produits.

Un peu plus sur mon parcours et cet atelier...

Cet atelier est le fruit d'une réflexion issue de ma pratique professionnelle de plus de 20 ans en communication, marketing et médias, dont 12 ans dans le domaine particulier du placement de produits. Suite à cette longue expérience, j'ai eu à cœur de mettre sur pied un atelier pour sensibiliser les jeunes aux ingrédients des contenus audiovisuels qu'elles-ils consomment.

Pour rendre cet atelier engageant et interactif, il démarre par un jeu sérieux que j'ai développé et créé lors de ma formation de Généraliste en jeux sérieux (HE-Arc Neuchâtel).

Cet atelier a déjà été présenté avec succès dans plusieurs classes de 8<sup>e</sup> Harmos de l'ouest neuchâtelois. Le choix d'intervenir en fin de cycle 2 s'est révélé particulièrement bien adapté pour aborder ce thème avec les élèves et les amener à affiner leur regard critique.



**SÉVERINELAUBER**