

## Les adolescents et la publicité sur TikTok

**Date** A déterminer d'entente avec les classes participant·es, entre le 5 et le 9 février 2024.

**Modalités** 1-2 périodes.

**Objectif de l'atelier** Comptabiliser et identifier les contenus publicitaires auxquels sont confrontés les jeunes sur TikTok, en rapport avec l'alimentation.

**Public-cible** Classes de Suisse romande inscrites à la Semaine des médias à l'école (élèves entre 13 et 16 ans). Les élèves doivent disposer d'un smartphone ainsi que d'un compte TikTok. Cas échéant, l'expérience peut se mener à plusieurs autour d'un même smartphone. L'expérimentation se limitera à 4-5 classes.

**Animatrices** Sandra Imsand (resp. Enquêtes) et Laurence Julliard (resp. éditoriale), journalistes au magazine *FRC Mieux choisir* et Rebecca Eggenberger, resp. Marketing enfant à la FRC. Sous réserve du nombre d'intéressé·es, possibilité d'adjoindre Anne Onidi (journaliste Tests comparatifs) et Noémi Massard (resp. Instagram à la FRC).

### Déroulé

TikTok est une application mobile de partage de courtes vidéos extrêmement appréciée des adolescents. Si elle connaît une ascension fulgurante – TikTok revendique 1 milliard d'abonnés –, elle contient également de nombreux contenus publicitaires plus ou moins bien identifiés. Face à cette démarcation floue entre information et marketing, les utilisateurs ont parfois de la peine à démêler le vrai du faux, l'authentique et la mise en scène commerciale.

La Fédération romande des consommateurs (FRC) vous propose de mener une expérience en classe durant la 20<sup>e</sup> Semaine des médias avec des élèves âgés entre 13 et 16 ans pour savoir à quel contenu publicitaire concernant l'alimentation ils sont confrontés lorsqu'ils naviguent sur TikTok dans le cadre d'une utilisation «normale». Ils devront, lors de cette **expérience d'environ 30 minutes**, identifier la publicité, les produits rencontrés et aiguïser leur esprit critique sur cette thématique. L'expérience sera menée en présence de l'enseignant·e et d'un·e spécialiste de la FRC. Les résultats feront l'objet d'une publication de la part de la FRC lors du premier semestre 2024.

Le marketing autour de l'alimentation est un sujet traité depuis de nombreuses années par la FRC. Des études ont ainsi été menées sur la publicité à la télévision, dans le cadre de jeux vidéo, au cinéma, ainsi que sur YouTube. Autant de résultats qui pourraient, sur demande de l'enseignant·e, être expliqués en classe à l'issue de l'expérience.

**Inscriptions** Inscription obligatoire jusqu'au 15 janvier 2024 à l'aide du [formulaire en ligne](http://www.semainedesmedias.ch) sur [www.semainedesmedias.ch](http://www.semainedesmedias.ch) (les inscriptions seront prises dans l'ordre d'arrivée).

**Coût** Cet atelier est gratuit.

### Organisation

FRC, avec l'Unité Médias du secrétariat général de la Conférence intercantonale de l'instruction publique de la Suisse romande et du Tessin (CIIP) – [www.e-media.ch](http://www.e-media.ch) [www.semainedesmedias.ch](http://www.semainedesmedias.ch)

### Renseignements

**Christian Georges**, collaborateur scientifique CIIP, [christian.georges@ne.ch](mailto:christian.georges@ne.ch), 032 / 889 89 26

**Laurence Julliard**, responsable éditoriale de *FRC Mieux choisir*, [l.julliard@frc.ch](mailto:l.julliard@frc.ch), 021 331 00 90