

### Activité 7.1



#### Vous avez besoin :

Images de publicités imprimées sur du papier affiche ou présentées sous forme de diapositives numériques (PPT, etc.), les fiches d'activités :  
Déconstruction des annonces

### Déconstruction des annonces

1. Distribuez les fiches d'activité.
2. En examinant la première fiche d'activité, expliquez le suivant: les compagnies dépensent de millions de dollars en essayant de déterminer comment attirer l'attention des clients potentiels idéals pour leurs produits – spécialement à travers la promotion sur le média social! Allons-y à déconstruire une annonce pour voir quels messages sont vendus.
3. En utilisant la deuxième fiche d'activité, discutez pendant 5 à 10 minutes chaque question selon une ou plusieurs annonces.
4. Si le temps le permet, reconstruisez les annonces pour une représentation plus exacte du message. Par exemple :

Publicité 1



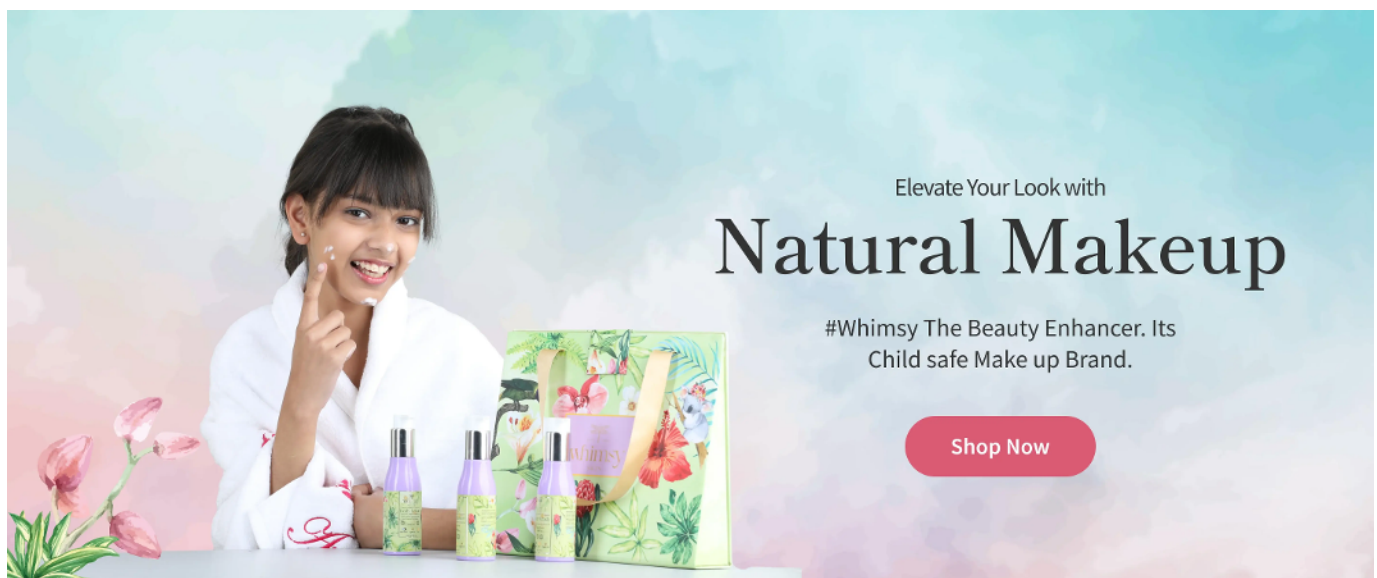
Publicité 2



Publicité 3



Publicité 4



Association pulmonaire du Canada  
**R E S P I R E Z**

**Des poumons pour la vie!**

## Section 7. Comment les industries du tabac et du vapotage ciblent les enfants

### Activité : Déconstruction des annonces

#### Publicité 1. Amorce/pistes de discussion :

**Produit** : Un repas McDonald's en collaboration avec le groupe musical coréen BTS.

**Imagerie** : Un repas de « fast-food » riche en matières grasses et en sel, présenté sur fond violet, avec le logo du groupe et le mot « BTS » utilisé deux fois.

**Message** : BTS attire surtout les jeunes femmes. Cette publicité suggère qu'elles se sentiront plus proches de leurs idoles pop en mangeant un repas choisi par ce groupe.

**Reformulation (exemple)** : Il est peu probable que les membres actifs et en bonne santé de BTS souhaitent que leurs admiratrices se gavent d'un repas McDonalds contenant 740 calories et 40 grammes de matières grasses!

#### Publicité 2. Amorce/pistes de discussion :

**Produit** : La boisson énergisante Prime.

**Imagerie** : Des couleurs vives, des Youtubeurs populaires (Logan Paul, KSI) qui présentent une vaste sélection de boissons.

**Message** : Les jeunes influenceurs fortunés consomment des boissons énergisantes et ça leur donne un coup de pouce.

**Reformulation (exemple)** : L'effet des boissons énergisantes riches en sucre est temporaire; investis dans ta santé à long terme en faisant de l'exercice et en mangeant bien.

#### Publicité 3. Amorce/pistes de discussion :

**Produit** : L'enrôlement dans l'armée des États-Unis.

**Imagerie** : Des membres de l'armée en plein combat, muni-es d'une artillerie et de technologies de pointe – une imagerie qui ressemble à un jeu vidéo de tir à la première personne.

**Message** : On s'adresse aux jeunes qui se voient comme des « guerrier(-ère)s », un mot populaire dans les jeux vidéo et d'autres espaces de jeu.

**Reformulation (exemple)** : En te joignant à l'armée des États-Unis, tu seras confronté-e à des situations réelles et potentiellement dangereuses qui n'ont rien à voir avec les jeux vidéo auxquels tu joues assis-e dans ton sofa.

#### Publicité 4. Amorce/pistes de discussion :

**Produit** : Des produits fantaisistes de soins pour la peau et de maquillage pour enfants.

**Imagerie** : L'enfant semble être dans un spa, prête pour une journée de soins de beauté.

**Message** : Certains produits de maquillage peuvent « manquer de naturel » chez les jeunes, ou peuvent abîmer leur peau; ton apparence « au naturel » n'est pas assez bonne et doit être « rehaussée ».

**Reformulation (exemple)** : Le look le plus sûr et le plus naturel est sans maquillage!

## Section 7. Comment les industries du tabac et du vapotage ciblent les enfants

### Activité : Déconstruction des annonces

Qui a payé pour l'annonce?

Qui est le public cible? Pourquoi, à votre avis?

Cette annonce présente quelle histoire (quelles messages)? Comment le saviez-vous? (message texte, images, etc.)

Quelles stratégies ont été utilisées par la compagnie afin de rendre leur produit attrayant?

Est-ce que l'annonce a été un succès? Si oui, pourquoi? Si non, pourquoi pas?