



## FICHE D'ACCOMPAGNEMENT A L'UTILISATION D'OUTILS

**Trois petits jeux sur les représentations et les stéréotypes véhiculés par la publicité sur les femmes et les hommes.**

***Lire également le livret du jeu STEREOTYPIK (disponible dans certains diocèses) et sa page sur la publicité qui vous guidera pour parler des représentations du corps des femmes. Et notamment des mannequins dans la publicité !***

AUTEUR & CONTACT : CCFD-Terre Solidaire Bourgogne Franche-Comté

PUBLIC VISE : Collège (11-15 ans).

OBJECTIF GENERAL : Prendre conscience des stéréotypes véhiculés par la pub et les médias.

OBJECTIFS SPECIFIQUES :

- Prendre conscience que la publicité véhicule une image stéréotypée des femmes et des hommes et que le marketing utilise des clichés pour faire vendre,
- Débattre des stéréotypes et autres clichés concernant les relations femmes-hommes,
- Développer un esprit critique.

DUREE : 15 à 20 minutes environ par petits jeux avec débriefe (à adapter selon le nombre de participants).

### **Jeu n°1 : Les objets ont-ils un sexe ?**

Classer une liste d'objets dans un tableau en 3 catégories : fille, garçon, les deux.

Objectifs : Réaliser que le monde n'est pas aussi bipolarisé que cela et que la publicité simplifie les choses. La mixité est partout.

Matériel : un paper-board, découper des photos de pub dans des magazines si vous avez envie d'un visuel (selon l'âge des participants)...

Nombres de participants : 10 max.

Liste d'objets (avec des images ou non) de pub correspondantes : lessive, produit vaisselle, cuisine, parfum, couches bébés, voiture, alcool fort, viande, outil de bricolage, jeux vidéo, ordinateur...

### **Jeu 2 : Peut-on vendre sans stéréotypes ?**

Le jeu consiste à faire inventer des pubs aux jeunes. On leur fournira des objets dessinés/découpés sur du papier, ils devront ensuite essayer de trouver un slogan promotionnel sans utiliser de stéréotypes.

Objectifs : Montrer que la pub utilise les stéréotypes par facilité et pour toucher le public instantanément, montrer que ce n'est pas forcément si facile de ne pas attribuer un genre à un objet.

Matériel : Images de pubs découpées. On peut réutiliser celles du jeu précédent et ouvrir à des objets plus traditionnellement mixtes.

Nombre de participants : autant que nécessaire par groupes de 4 à 5.

### **Jeu 3 : Jeu du dico version pub**

Sélectionner des slogans publicitaires peu connus et stéréotypés.

Déroulement : L'animateur énonce 1 slogan sans en donner le produit ou la marque.

Les joueurs doivent inscrire sur un bout de papier le produit auquel le slogan leur fait penser. Les réponses sont collectées par l'animateur puis il lit toutes les propositions à haute voix. Les joueurs votent pour la réponse qu'ils jugent la plus plausible (mais sans voter pour leur réponse !). L'animateur révèle l'objet correspondant et laisse les jeunes réagir.

Objectifs : S'interroger sur le rôle de la publicité. Le slogan met-il en valeur le produit et ses qualités commerciales ? Aurions-nous pu trouver un slogan moins stéréotypé pour vendre ce produit ?

Matériel : bandelettes de papiers découpées x nombre de pub et d'équipes.

Nombre de participants : Autant que nécessaire par groupes de 4 à 5.

Liste de slogans :

- La perfection au masculin Gillette Rasoir
- Des femmes qu'on n'oublie pas Barbara Gould Cosmétiques
- Un secret qui se transmet de mère en fille Eau précieuse (Cosmétiques)
- Nos idées vous embellissent Babyliss
- La différence a du bon BN Biscuits
- Ça change des idées toutes faites Marie (Plats cuisinés)
- Pour l'aimer comme il vous aime César (Nourriture pour chiens)
- Elle a quelque chose en plus Maybelline (Maquillage)
- Révélez la déesse qui est en vous Gillette (Rasoir)
- Quand on fait le tour du monde en solitaire, c'est bon d'avoir une femme à bord Mamie Nova (Yaourt)
- Ce que veulent les hommes Nivea (Cosmétiques)
- La passion de la finesse Lindt (Chocolat)
- Hurlez de plaisir Zalando (Vente de vêtements par correspondance)
- C'est le moment de se faire plaisir Danao (Boisson)
- Le plaisir est là, saisissez-le Magnum (Glace)
- Ça rend plus fort Pattex (Colle/Bricolage)
- Force d'attraction Renault Mégane (Voiture)
- Oui, nous louons aussi aux femmes Sixt (Location de voitures)