

Bilan de l'exposition antipub aux élèves !
MJC Châteauevert 26000Valence

« LA FACE CACHÉE DE NOS ACHATS »

Artisans du Monde, la **MJC Châteauevert** ont reconduit leur partenariat afin de proposer une animation / exposition aux scolaires du quartier Châteauevert , en compagnie cette année de **Pierre NICOLAS de Résistance à l'Agression Publicitaire** .

Les objectifs pédagogiques étaient :

- Inciter les jeunes à observer leur comportement face aux actes d'achat et comprendre ce qui caractérise une société de consommation : multiplication de produits à fabriquer et à consommer, l'accumulation de ces biens, plaisir à l'achat, créations de nouveaux besoins et désirs.
- Connaître les pratiques commerciales qui les amènent à consommer: la publicité, les médias. Pour cela, l'association « Casseurs de Pub » nous met à disposition une exposition de fausses publicités (support visuel) et Pierre NICOLAS (RAP) meuble le tout avec son expo "antipub". (A destination aussi des habitants du quartier en vue d'une soirée débat "adultes" en Juin)
- Comprendre l'influence et les effets de modes au travers des marques. Les jeunes sont en effet des cibles commerciales et les coutumes, les « tribus », les vêtements, la musique diffusée par les médias deviennent des références dans la construction de leur identité et de leur futur statut de citoyen.

Nous pensons que ces objectifs ont été atteints.

Le déroulement de l'animation était en deux parties

Comprendre et décrypter une publicité. Des questions étaient posées sur les différents supports publicitaires existants, leurs emplacements, leurs effets, etc. Une phase d'analyse conduite par une fiche mémo et un retour en grand groupe pour synthétiser.
Découvrir et analyser les conditions de travail des fabricants de jouets en Chine. Comprendre la filière commerciale d'un jouet: de la commande à l'achat, les besoins vitaux, l'éthique sur l'étiquette.

- De manière générale et tout au long de l'animation les enfants (du CM1 à la 3iem) devaient eux-mêmes se poser et répondre aux questions et aux différentes problématiques de la publicité. La face cachée était illustrée par le reportage sur les conditions de travail en Chine.

- Partenariat avec l'association « Casseurs de Pub » et Pierre NICOLAS concernant les panneaux visuels.

- 4 établissements scolaires ont répondu et participé. (544 élèves du CM1 à la troisième)

- Évaluation: Une fiche a été distribuée aux élèves, nous attendons le retour et le traitement par Artisans du Monde.

Pour aller plus loin et donner une suite à cette animation (éviter la simple consommation), nous avons demandé aux professeurs de nous inviter à une exposition de fausses publicités avec de vrais messages. Le Collège C.Vemet va participer avec 6 classes et le professeur d'Arts Plastiques. Nous attendons l'invitation pour le vernissage....
Pierre se propose de donner une suite dans les différentes classes (si les profs sont partants !)
Outils présentés : mini étiquettes -15% de pub, motion CA pour fiche matériel des futurs sixièmes, enveloppes "antipub"

L'animatrice MJC, Clémence GARCIA