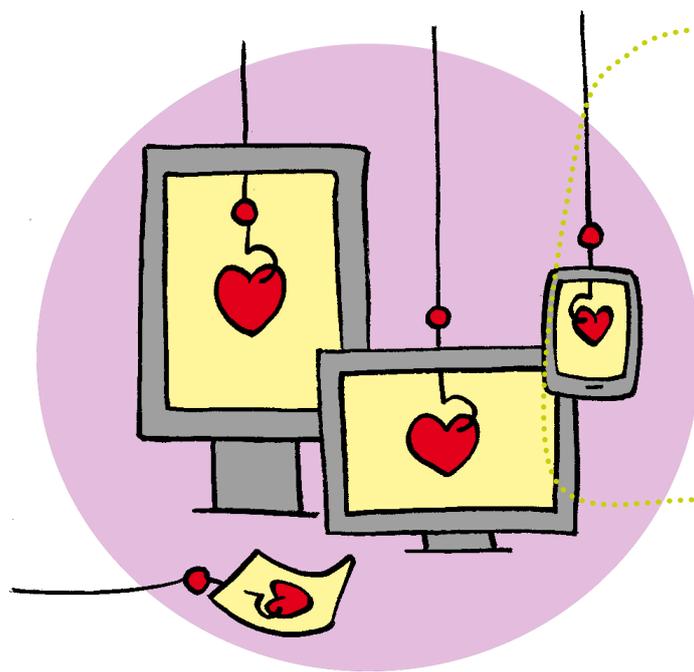


D'accord
ou pas,
la pub est
là !



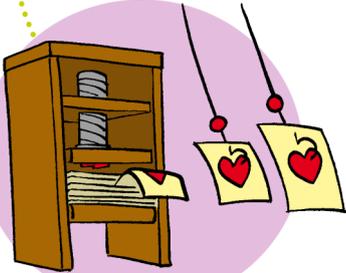
L'info,
c'est
clair !

Petit à petit, la publicité a pris de plus en plus de place dans la société. Chaque jour, nous voyons ou entendons des milliers de messages publicitaires, de marques, de logos... dans les rues, à la télévision, sur internet, nos portables, mais aussi dans nos boîtes aux lettres, sur les emballages des produits dans nos frigos. Certains aimeraient que cela change. Et vous ?



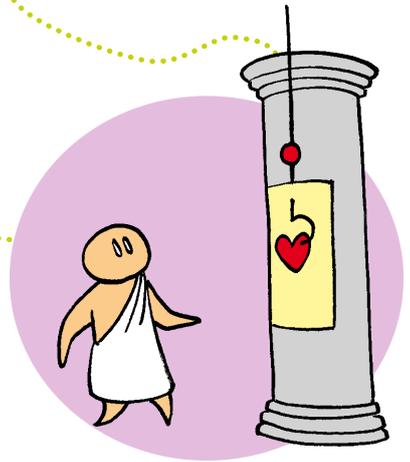
Petite histoire de la pub...

1500 :



La publicité c'est nouveau ?

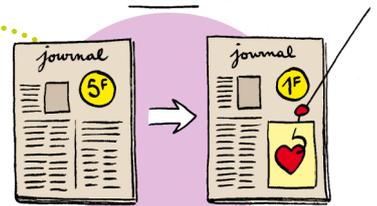
Non, des historiens disent qu'elle existait déjà dans l'Antiquité. Sur les murs, des dessins montraient les qualités des hommes politiques, invitaient à venir voir des combats... Beaucoup plus tard, au Moyen-Âge, des personnes, sur les places du village, criaient les nouvelles du Roi mais aussi du village... Dans les années 1500, grâce à l'imprimerie, les affiches, les tracts sont apparus.



Les débuts de la publicité que nous connaissons

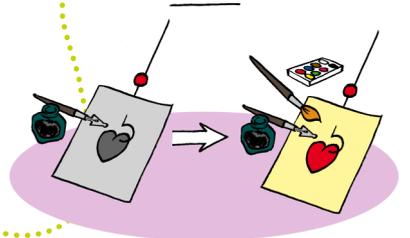
En 1836, Émile de Girardin a l'idée de proposer de la publicité dans son journal : grâce à l'argent gagné, il peut vendre son journal moins cher et obtenir de nouveaux lecteurs. Les autres journaux le copient.

1836 :



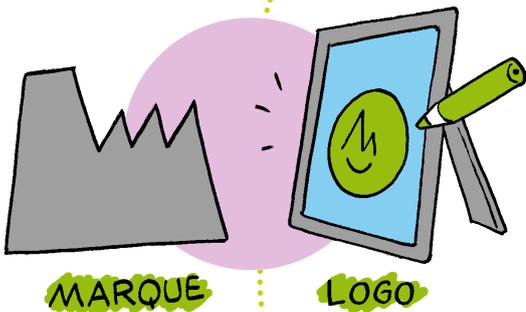
À la fin des années 1800 - début des années 1900, les affiches deviennent de plus en plus belles. Elles sont réalisées par des artistes peintres pour attirer le regard.

1900 :



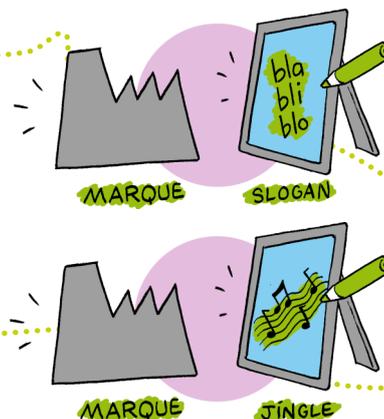
Création des logos

Dans les années 1920, pour être reconnues facilement, les marques créent des logos : leur nom est écrit avec des lettres spéciales, un dessin peut être ajouté... Aujourd'hui, pour certaines marques célèbres, nous avons seulement besoin de l'image pour reconnaître la marque (par exemple : la pomme pour les ordinateurs et téléphones d'Apple, le losange pour les voitures Renault...). Faire de la publicité devient un métier !



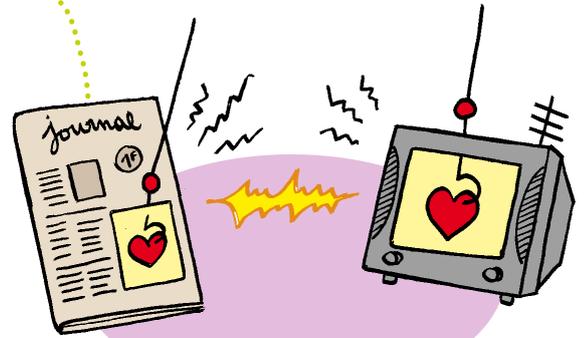
La publicité devient un son

Avec l'arrivée de la radio, de nouvelles formes de publicité sont imaginées : il faut choisir des mots dont les gens vont se souvenir et y ajouter une musique.



Et à la télé ? Cela fait débat !

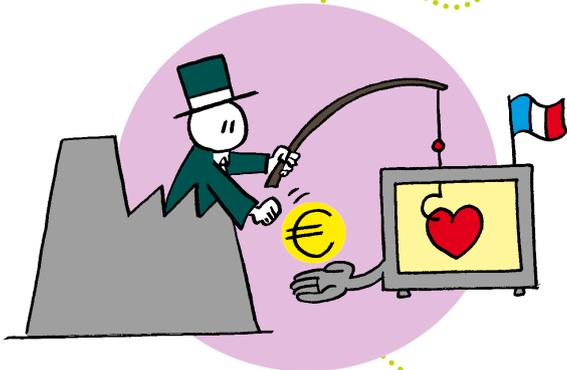
Aux États-Unis, la publicité arrive à la télévision dès les années 1940... Puis, dans les années 1950, elle est sur les écrans de nombreux autres pays (Japon, Canada, Allemagne, Espagne...). Mais pas en France ! À partir de 1951, seules les publicités pour des produits comme le lait, les bananes, les petits pois sont autorisées... mais sans noms de marques ! Les partis politiques de gauche ne voulaient pas de cette publicité. Et les journaux avaient peur de perdre de l'argent car les entreprises allaient préférer payer la télévision pour faire leur publicité.



17 fois le nom de la marque !

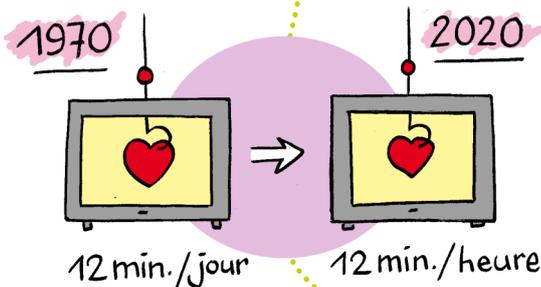
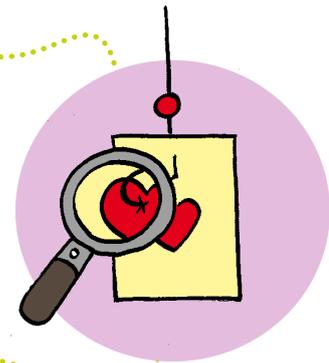
Finalement, le Premier ministre Pompidou défend la publicité à la télévision. Il veut l'autoriser pour développer la consommation et pour que les chaînes de télévision, alors financées par l'État, aient plus d'argent !

Le 1^{er} octobre 1968 à 19 h 55, pour la première fois, les téléspectateurs français découvrent 2 minutes de publicités avec des marques. Boursin fait jouer un comédien qui se réveille la nuit et court à son frigo en criant « *Boursin, Boursin...* » 17 fois ! Les publicitaires pensent qu'il faut répéter la marque le plus possible pour que les gens s'en souviennent !



Contrôle de la publicité

La publicité est alors très contrôlée par la Régie Française de publicité. Elle est interdite pour les armes, l'alcool, les livres, le cinéma... Elle ne doit pas choquer les téléspectateurs et doit respecter leurs croyances religieuses, politiques... L'image de la femme doit être respectueuse. Mais les règles évoluent vite. Dès 1973, la marque DIM montre une femme aux seins nus.



12 minutes par heure !

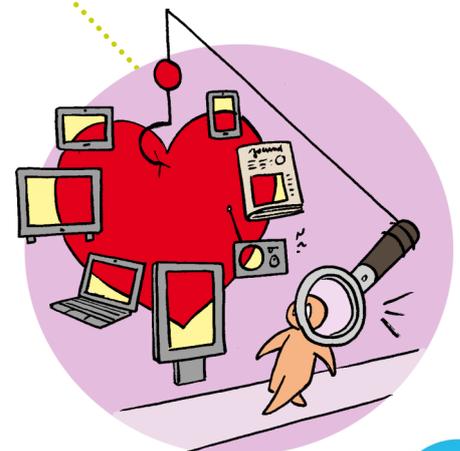
Dans les années 70, il y avait environ 12 minutes de publicité par jour...

Aujourd'hui, la loi autorise jusqu'à 12 minutes par heure sur les chaînes privées !

Et aujourd'hui, internet !

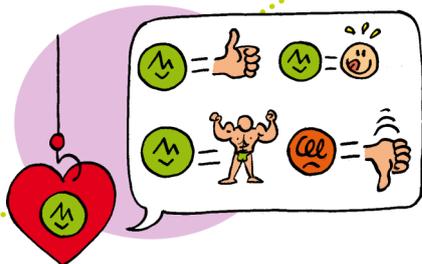
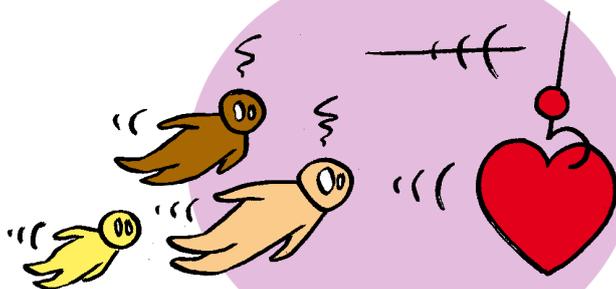
La publicité est maintenant partout ! Elle est très présente sur internet. Vous souhaitez partir un week-end à la mer ? De petits logiciels appelés « cookies » vont enregistrer vos recherches, vos goûts... pour vous proposer des publicités personnalisées. Pendant plusieurs jours, vous allez voir apparaître sur votre écran des publicités pour des séjours à la mer...

Vous pensez que Facebook est gratuit ? Facebook vit grâce à la publicité. Il garde en mémoire des informations sur vous, votre sexe, votre âge, ce qui vous intéresse... qu'il revend à des entreprises pour qu'elles proposent des publicités adaptées.



La pub, comment ça marche ?

Dans « publicité », il y a le mot « public ». Cela veut dire : permettre qu'une information soit connue de tous. Aujourd'hui, la publicité, c'est faire connaître une marque pour donner envie d'acheter ses produits... avec des images, des phrases fortes, des musiques.

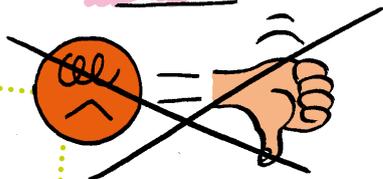


Un message qui évolue !

Avant, on parlait du produit, de ses qualités, de son bon goût, de ses bienfaits pour la santé...

La publicité pouvait mentir, il n'y avait pas de loi pour l'interdire !

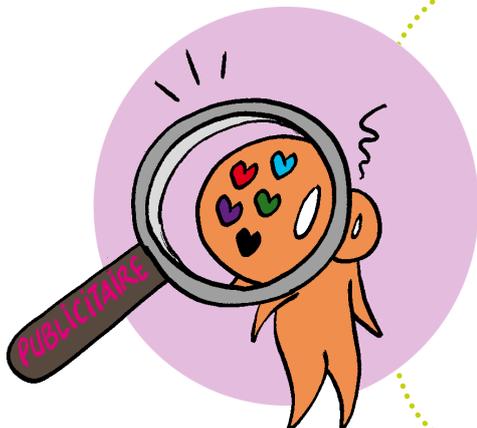
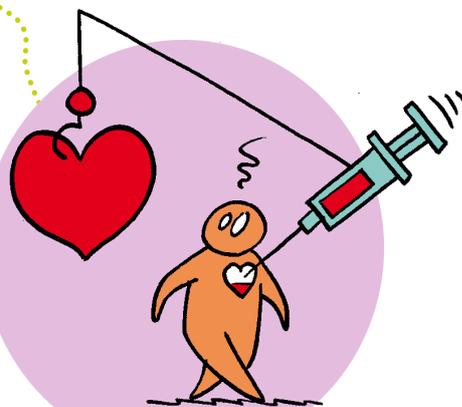
1992



Plus tard, il y a eu des publicités qui critiquaient les autres marques : elles les accusaient de proposer des produits plus chers, de moins bonne qualité... **Ces publicités dites « agressives » ont été interdites par la loi en 1992.**

Vendre un produit dont on n'a pas besoin

L'objectif de la publicité c'est de nous faire acheter un produit même si nous n'en avons pas besoin. Un exemple ? La cigarette ! Personne n'a besoin de fumer pour vivre, c'est même le contraire ! Les publicitaires ont réussi à fabriquer le besoin, à donner envie de fumer. Ils ont fait croire aux hommes qu'ils auraient une meilleure image avec une cigarette : « *Gauloise, la cigarette de l'homme fort* ». Pour les femmes, la cigarette était le symbole de la libération.



Travail de publicitaires

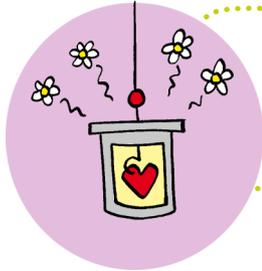
Pour réussir à nous faire acheter, les publicitaires travaillent avec **des chercheurs qui étudient nos comportements**, ce que nous regardons en premier dans une image, combien de temps nous restons concentrés sur la publicité... Ils essaient de comprendre le fonctionnement du cerveau, pour savoir comment nous attirer. Les politiques utilisent aussi les méthodes des publicitaires pour donner envie aux électeurs de voter pour eux et pour qu'ils pensent que leurs réformes sont bonnes.

L'objectif : nous habituer à une marque !

Difficile de savoir si, parce que nous voyons une publicité à la télévision pour un yaourt, nous allons l'acheter. **Le travail des publicitaires est de nous faire aimer une marque.** Quand nous faisons nos courses, nous ne faisons pas à chaque fois un choix entre tous les yaourts. Nous prenons souvent les mêmes. Les marques veulent que nous prenions l'habitude de les choisir, elles.

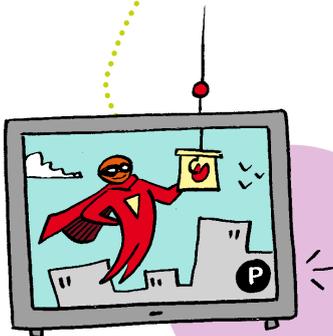


Aujourd'hui, les publicitaires ont beaucoup de **techniques différentes**. Par exemple :



- **le packaging** : c'est l'emballage du produit, sa forme pour que l'utilisation soit pratique, les couleurs, les informations données dessus... Tout est pensé pour attirer le client.

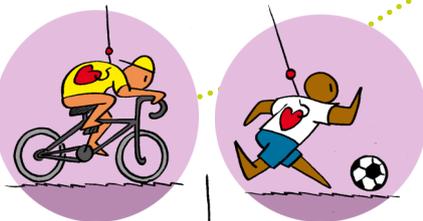
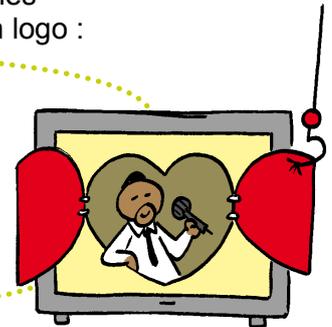
- **faire appel à des stars** (chanteurs, sportifs...) qui plaisent ! Les gens ont envie de leur ressembler et d'acheter les mêmes produits qu'elles.



- **faire du placement de produits** : les publicitaires paient pour que leurs marques apparaissent dans les films, les séries télévisées, les clips musicaux, les jeux vidéo ! Dans les films « *James Bond* », le comédien utilise des dizaines de produits de marques (voiture Aston Martin, montre Rolex, portable Sony, bière Heineken...). Ces marques ont payé très cher pour être vues avec le héros.

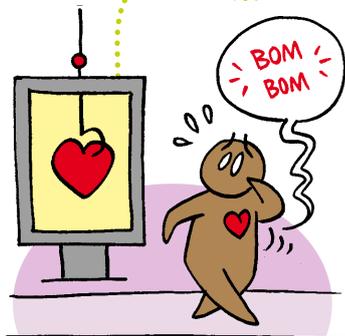
Quand il y a des placements de produits, les spectateurs doivent être informés avec un logo : un « P » noir dans un rond blanc.

- **parrainer** : l'entreprise finance un programme télévisé (bulletin météo, émission...). En échange, sa marque, ses activités, ses produits apparaissent au début, parfois au milieu et à la fin du programme.



- **sponsoriser** : les marques aident à financer des événements pour, en échange, être vues. La publicité est ainsi très présente dans le sport. En voile, les bateaux portent le nom d'une marque et affichent les logos. Les équipes du Tour de France ont aussi des noms de marques et, avant chaque étape de la course, des voitures publicitaires distribuent des cadeaux aux spectateurs. Les courts de tennis, les stades de foot... sont entourés de panneaux publicitaires...





La pub doit créer des émotions

Aujourd'hui, **les publicitaires ne montrent pas qu'ils veulent vendre**, sinon cela ne fonctionne pas. Ils doivent **faire croire aux clients** qu'ils restent libres. Parfois, on voit très peu le produit à vendre.

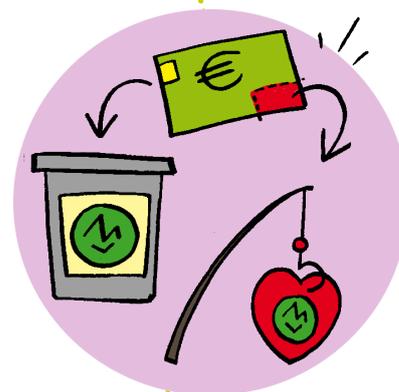
Pour que les gens se rappellent une publicité, elle doit créer une émotion. Pour cela, ils utilisent des images qui touchent (des bébés, des chats...), l'humour, la peur (par exemple, pour la prévention des accidents sur la route).

Qui paie la publicité ?

C'est nous ! **La publicité est calculée dans le prix du produit.** Acheter un parfum, c'est aussi payer les salaires des publicitaires et des stars qui le portent ! Moins les produits vendus sont utiles (produits de beauté...), moins les gens en ont besoin, plus le budget publicité est élevé.

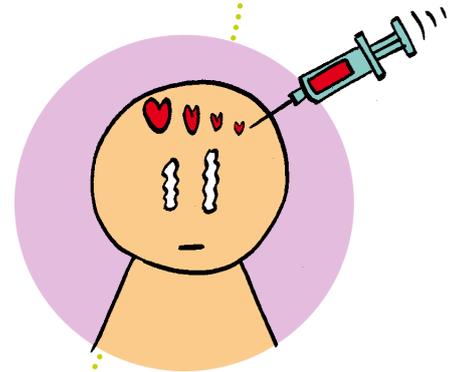
Nike et Adidas dépensent 2 à 3 fois plus en publicité que pour payer les personnes qui fabriquent les chaussures, les t-shirts ou les ballons.

En 2017, le laboratoire Sanofi, qui fabrique des médicaments, a dépensé 10 milliards d'euros pour commercialiser ses produits et en faire la publicité. C'est 2 fois plus que pour la recherche et le développement de nouveaux médicaments.



La publicité est dans nos têtes

La publicité entre dans toutes les têtes, même des personnes qui n'en veulent pas. Par exemple, si quelqu'un dit le mot « yaourt » ou « soda », aussitôt nous pensons à des marques. Même les personnes qui ne boivent pas de Coca-Cola, qui pensent que ce n'est pas bon pour la santé ou pour l'environnement... ont la marque dans la tête. **Cela occupe une partie de notre cerveau et peut changer notre façon de voir le monde.**



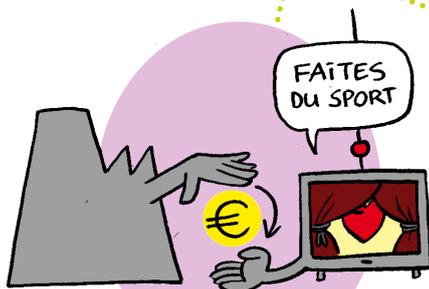
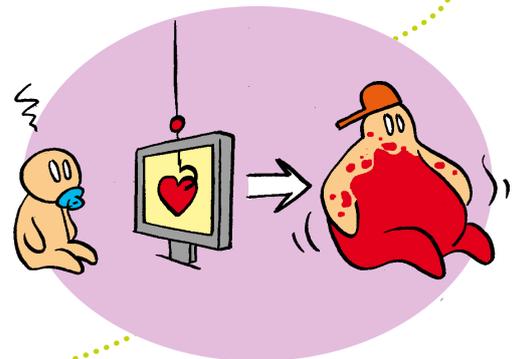
La publicité et les enfants

Pour les entreprises, il est très intéressant de faire de la publicité qui parle aux enfants. Ils demandent ensuite à leurs parents d'acheter la marque. L'objectif est qu'ils gardent l'habitude de la choisir en grandissant.



Mais les publicités posent des problèmes de santé. Certaines encouragent les enfants à manger des aliments gras et sucrés, entre les repas. Selon différentes études, plus les enfants passent de temps devant les écrans et voient des publicités, plus ils auraient des problèmes de poids.

La publicité a donc été interdite dans les programmes pour enfants sur les chaînes publiques, mais pas sur les chaînes privées comme Gulli. Et les entreprises se rattrapent en les montrant à d'autres moments de la journée, par exemple avant le journal télévisé.

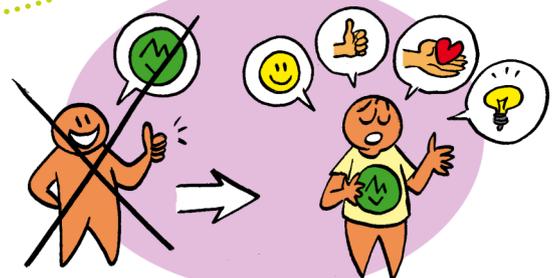


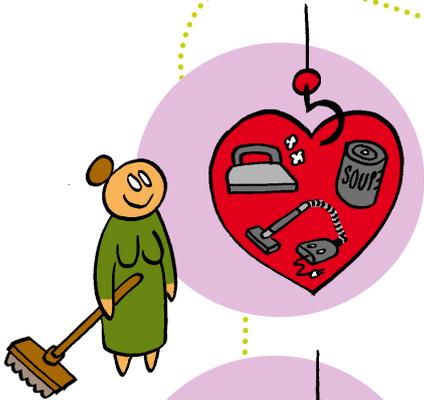
Une loi oblige les entreprises à financer des programmes qui expliquent l'importance d'une bonne alimentation pour la santé, de bouger, de faire du sport.

Pour l'Organisation Mondiale de la Santé, cela ne suffit pas. Il faudrait que la France interdise les publicités pour les produits trop gras et trop sucrés. Mais beaucoup d'entreprises luttent contre cette interdiction et disent que c'est aux consommateurs d'être responsables.

Elle change le sens des valeurs

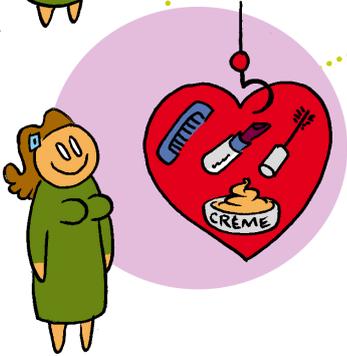
Aujourd'hui, les publicitaires ne parlent plus des produits, ils parlent de valeurs : si vous achetez cette marque, vous aurez l'air cool, sympa, généreux, créatif... Vous serez différents des autres. Mais, en réalité, cela veut seulement dire que nous avons l'argent pour acheter ce produit !



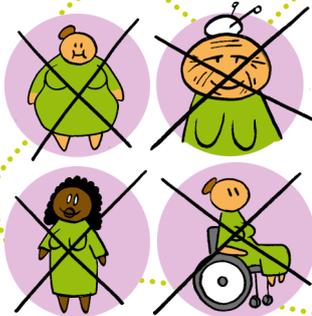
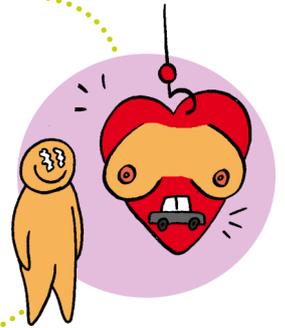


L'image de la femme

Depuis la création de la publicité, **l'image de la femme a beaucoup changé**. Avant, c'était la femme à la maison, qui faisait le ménage et préparait de bons petits plats en attendant son mari et en s'occupant de ses enfants. On essayait de lui vendre des fours, des fers à repasser, des petits pots pour bébés, des aspirateurs, pour faire le ménage en souriant, **être une bonne mère et une bonne épouse !**

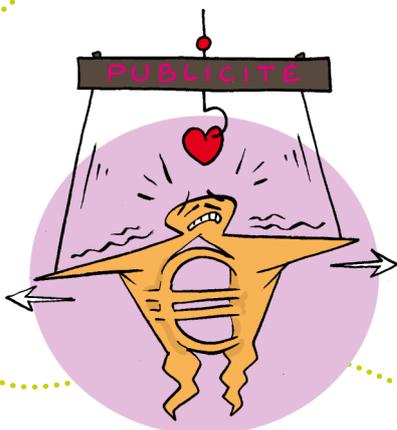


Puis, petit à petit, la femme a changé dans les publicités. Elle doit prendre soin d'elle, **être belle...** Elle est montrée de moins en moins habillée. Et **elle est parfois vue comme un objet**. De nombreuses marques de voitures utilisent les femmes. Elles semblent dire : « *Si vous roulez dans cette belle voiture, vous pourrez avoir de belles femmes !* »



Dans la publicité, les femmes sont presque toutes parfaites, sans défauts. Elles donnent l'idée qu'il faut être mince, ne pas avoir de rides, être toujours bien maquillée... Cela ne représente pas la réalité. Par exemple, dans les publicités, il y a très peu de femmes rondes, de couleur, en situation de handicap...

Le risque est que certaines se comparent à ces mannequins. Elles ont alors une **mauvaise image d'elles-mêmes, manquent de confiance**, se trouvent trop grosses... Des adolescentes font des régimes, ont des problèmes alimentaires...

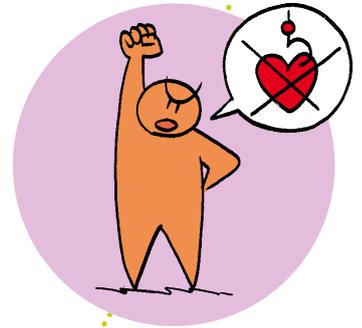


Une violence

La publicité s'adresse aux personnes qui ont de l'argent. Les marques font croire qu'il faut avoir leurs produits pour être heureux. Pour ceux et celles qui ne peuvent pas les acheter, c'est parfois une violence.

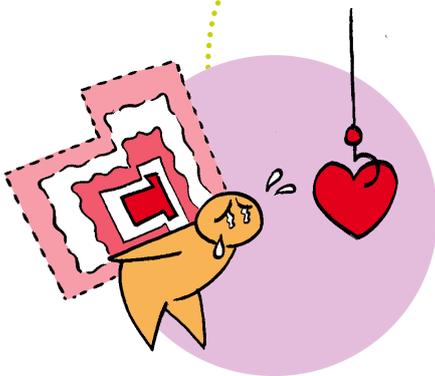
Peut-on dire « non » à la pub ?

La publicité est entrée petit à petit dans nos vies, en quantité toujours plus grande... et nous l'avons acceptée. Mais des personnes, de plus en plus nombreuses, réagissent.



Consommer toujours plus !

La publicité nous encourage à consommer toujours plus, même si ce n'est pas utile, même si ce n'est pas bon pour notre santé ou pour l'environnement. Les publicitaires connaissent mieux que nous comment fonctionne notre cerveau. Ils savent lui donner envie. Il est difficile de résister. **Cela nous oblige à toujours faire un effort pour dire « non ».** C'est parfois plus fatigant que d'écouter la publicité qui nous dit d'acheter.

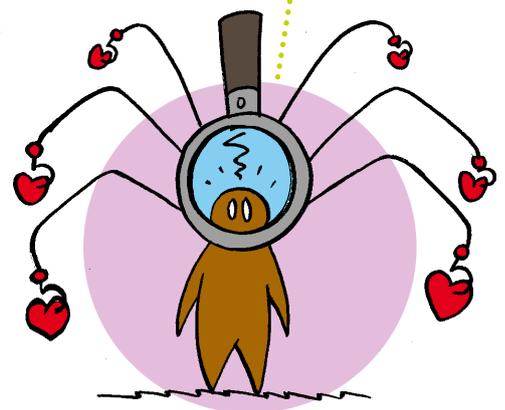


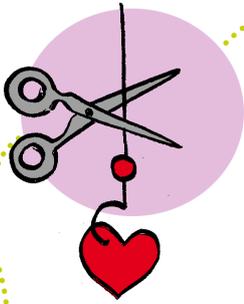
Ce sera encore plus dur à l'avenir

Bientôt, comme sur internet, **les publicités à la télévision pourront être personnalisées.** Elles seront adaptées à chaque personne, à son âge, son sexe, ses goûts... Les gens verront la même émission, mais pas avec les mêmes publicités. Comment ? Les box connectées à internet, avec lesquelles nous regardons la télévision, enregistrent des informations sur nous. Le ministère de la Culture a donné son accord pour qu'elles soient utilisées afin de personnaliser la publicité. Cela pour que les entreprises aient aussi envie de diffuser leurs publicités à la télévision et pas seulement sur internet.

Même dans les films, les séries, les produits de marques proposés pourront bientôt être différents. Les ordinateurs rechercheront dans les images où il y a de la place pour mettre des publicités (sur un mur, une tasse de café, un logo sur des baskets...).

Déjà, certains imaginent qu'à l'avenir, quand nous marcherons dans la rue, nous verrons, dans la vitrine du coiffeur, notre visage sur un écran avec une nouvelle coupe de cheveux, dans les magasins de vêtements, notre corps avec un nouveau t-shirt aux couleurs que nous aimons...





De petites actions

Sur internet, il est possible d'installer des **logiciels qui bloquent la publicité** (Adblock, Ublock Origin...) Nous pouvons aussi dire « non » quand un site propose d'installer des cookies, qui permettent d'obtenir des informations personnelles. Et pour éviter de recevoir des mails publicitaires, il faut **éviter de donner son adresse !**



Sur nos boîtes aux lettres, nous pouvons coller ces mots « Stop pub ».

Mais il y a beaucoup de publicités que nous ne pouvons pas « bloquer » : à la radio, la télévision et partout dans les villes, les affiches, les écrans lumineux...

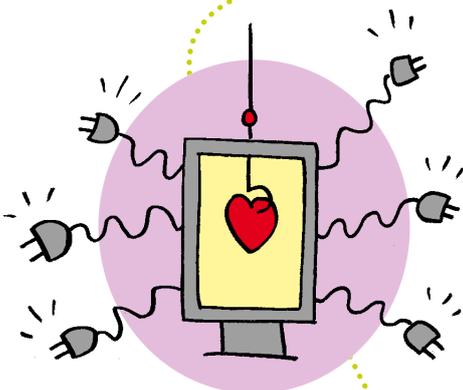
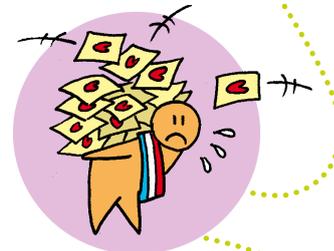
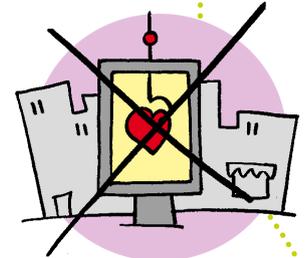
De plus grandes actions

Des associations s'engagent contre la publicité :

- **Paysages de France** : elle se bat pour faire enlever les panneaux publicitaires qui ont été installés sans autorisation. Elle fait parfois appel à la justice. L'État a eu l'obligation d'enlever 73 panneaux. Ils rendent les paysages moches.

- **La RAP** (Résistance à l'agression publicitaire) : selon l'association, nous voyons chaque jour entre 1200 et 2000 messages publicitaires, soit 800 000 par an. Créée en 1992, elle propose différentes actions : par exemple, réunir pendant plusieurs semaines les publicités des boîtes aux lettres et les déposer ensemble devant la mairie ou rencontrer les élus pour faire voter les lois (interdiction de la publicité pour les enfants...).

- **Les Déboulonneurs** : l'association organise des actions non-violentes mais qui ne sont pas autorisées : peindre sur les affiches, coller dessus des messages anti-pub, « rallumer les étoiles » (éteindre les lumières des vitrines des magasins pour que nous puissions voir les étoiles).



Toutes ces associations sont aujourd'hui engagées contre les panneaux lumineux, ces grands écrans installés partout dans les gares, les villes. Ils attirent l'œil car les images bougent. Leur fabrication est polluante et un panneau consomme autant d'électricité qu'une famille de 4 personnes par an.

Des maires prennent aussi des décisions pour réduire la place de la publicité pour les grandes marques et laisser des espaces pour les commerçants de la ville, les associations, l'art et les paysages !

Retrouvez les textes, les vidéos en langue des signes et les versions audio sur notre site internet :

www.lilavie.fr



lilavie...

avec le soutien de

FONDATION
afnic
pour la solidarité numérique

Sous l'égide de
Fondation
de
France

M M A
FONDATION
Solidarité
sous l'égide de la Fondation de France

la **ligue** de
l'enseignement
un avenir par l'éducation populaire
FÉDÉRATION DE LA **MAYENNE** ■ FALS3

Association Lilavie - 69 rue du Pont de Mayenne - 53 000 Laval
Tel : 02 43 53 18 34 - Mail : asso.lilavie@orange.fr
www.lilavie.fr