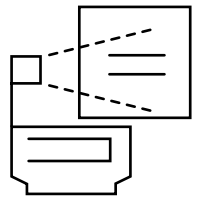


Dixième leçon

L'influence de la publicité



Acétates



Techniques publicitaires couramment employées

Information

- Présentation d'information simple et directe

Prestige

- Association de l'utilisation d'un produit au prestige et à la réussite

Approbation de ses semblables

- Association de l'utilisation d'un produit à une personne connue

Appui d'une célébrité

- Association de l'utilisation d'un produit à une personne connue

Attrait sexuel

- Association de l'utilisation d'un produit à un accroissement de l'attrait sexuel

Plaisir

- Association d'un produit au plaisir et à la détente

Intelligence

- Association d'un produit à des gens intelligents qui ne se sont pas dupes de la publicité

Indépendance

- Association d'un produit à des personnes qui pensent et agissent de façon autonome

Comparaison incomplète

- Utilisation de phrases, telles que : «Meilleure performance dans les pires conditions de route!» Meilleure performance que quoi?



Quelques approches couramment employées :

Garanties

- Utilisation massive d'énoncés tels que «garantie à vie» et «satisfaction garantie ou argent remis». Toutes les promesses devraient être confirmées par écrit.

Rareté

- Création d'une fausse urgence en indiquant que l'offre est offerte en quantité limitée ou pour un temps limité.

Contraste perceptuel

- Le commerçant présente une option peu souhaitable avant de présenter une seconde option qui semble beaucoup plus avantageuse.

Affirmations scientifiques ou chiffrées

- «Neuf sur dix» peut sembler un résultat intéressant, mais dans bien des cas, il n'existe aucune preuve à l'appui de l'affirmation avancée.

Option négative

- Le produit est livré automatiquement, à moins que le consommateur ne prenne des mesures pour ne pas recevoir l'envoi et la facture.
- Technique souvent utilisée par les clubs d'achat de livres et de disques.



Techniques contraires à l'éthique

Techniques jugées mensongères ou trompeuses :

Appât et substitution

- Annonce visant à attirer les consommateurs dans un magasin qui fait une offre très alléchante. Une fois à l'intérieur du magasin, les consommateurs apprennent que l'article n'est plus disponible. On leur offre alors un produit similaire, mais beaucoup plus cher.
- On emploie souvent des techniques de vente à pression.
- Technique illégale au Canada

Exploitation des peurs et des appréhensions

- L'annonce joue sur les craintes des consommateurs.

Spéciaux

- Annonce d'un produit qui n'est pas disponible au prix annoncé.

Citations hors-contexte

- Propos d'une personne célèbre ou extraits d'un article, cités hors-contexte à l'appui d'un produit ou d'un service



Publicité trompeuse courante :

Promotion du type «Faites fortune rapidement»

- Annonce qui offre une occasion de gagner beaucoup d'argent en peu de temps et presque sans effort.
- Mise sur le désir de réussite financière.

Fraude ayant trait à la santé

- Promet une cure ou un traitement miraculeux.
- Produits mis au point «grâce à des années de recherche» et «ayant fait la preuve de résultats positifs immédiats».
- Témoignages de spécialistes en médecine et de clients satisfaits.
- Mise sur la vanité et les craintes des consommateurs.

Reconstitution du dossier de crédit

- Offre, moyennant des frais, de modifier un mauvais dossier de crédit (chose impossible!).

Fausse représentation

- Utilisation d'un nom similaire à une marque reconnue à l'échelle nationale.
- Le produit est offert à un prix inférieur à sa valeur marchande pendant une période limitée seulement.
- Description vague du produit.

Fraude ayant trait aux voyages

- Offre accompagnée d'un certificat donnant droit à un voyage gratuit ou à faible coût.
- Description vague des services et de l'hébergement.



Comment repérer une émission publicitaire

- Contenu de l'émission identique à celui des annonces publicitaires
- Identification du commanditaire au début ou à la fin de l'émission
- Un produit est proclamé supérieur.

Protégez-vous si vous souhaitez commander un produit

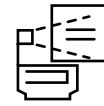
- Utilisez une carte de crédit.
- La *Loi sur les agences de recouvrement* vous offre une certaine protection, si vous avez des problèmes reliés à la facturation ou à la qualité du produit.

À éviter

- Ne donnez pas votre numéro de compte bancaire au téléphone.

Rappelez-vous que...

- C'est l'annonceur qui vente les mérites du produit.
- Son point de vue ne constitue nullement une évaluation objective ou indépendante.



Posez-vous certaines questions fondamentales

- L'annonce fait-elle appel à vos émotions?
- Portez attention à ce que dit vraiment l'annonce (ou ne dit pas) sur le produit ou le service.
- Quelles sont les caractéristiques propres au produit?
- Sont-elles nécessaires?

Lorsque vous lisez, écoutez ou regardez une annonce

- Prenez garde à la publicité frauduleuse ou mensongère.
- Sachez déceler les annonces trompeuses (celles qui font des offres trop alléchantes sur un produit ou un service).
- Lisez ce qui est écrit en petits caractères ou écoutez attentivement.

Dixième leçon

L'influence de la publicité



Activités de l'étudiant

Nom : _____

Date : _____



Qu'est-ce qui vous plaît ou vous déplaît?



Instructions

Trouvez des exemples d'annonces qui vous plaisent ou vous déplaisent. Portez attention aux annonces télévisées. Si votre classe possède un magnétoscope ou si vous en possédez un, enregistrez des annonces télévisées et apportez-les en classe. Concentrez-vous sur les faits, par opposition aux affirmations sans fondement, que présentent les annonces.

Après avoir recueilli vos annonces, répondez aux questions suivantes.

1. Qu'est-ce qui vous plaît dans les annonces imprimées que vous avez choisies?

2. Qu'est-ce qui vous déplaît dans les annonces imprimées que vous avez choisies?

3. Qu'est-ce qui vous plaît dans les annonces télévisées que vous avez vues?

4. Qu'est-ce qui vous déplaît dans les annonces télévisées que vous avez vues?

Exemples d'annonces publicitaires frauduleuses ou trompeuses



Instructions

Apportez en classe des annonces publicitaires imprimées que vous jugez frauduleuses ou trompeuses. Affichez-les dans le local.

1. Décrivez votre exemple d'annonce publicitaire frauduleuse ou trompeuse.

2. Énumérez les techniques frauduleuses ou trompeuses et les subterfuges utilisés dans votre annonce préférée.

3. Énumérez les techniques frauduleuses ou trompeuses et les subterfuges utilisés dans l'annonce que vous aimez le moins.

4. Quelles mesures les consommateurs peuvent-ils prendre pour éviter d'être trompés ?

Nom : _____

Date : _____



Qu'est-ce qui vous fait aimer une annonce?

À FAIRE : Après avoir discuté des différentes techniques de publicité et de leurs attraits, répondez aux questions suivantes qui portent sur l'annonce imprimée et l'annonce télévisée que vous préférez.

1. Décrivez votre annonce imprimée préférée.

2. Quels attraits et techniques publicitaires y emploie-t-on?

3. Décrivez votre annonce télévisée préférée.

4. Quels attraits et techniques publicitaires y emploie-t-on?

Nom : _____

Date : _____



Qu'est-ce qui vous fait détester une annonce?

À FAIRE : Après avoir discuté des différentes techniques de publicité et de leurs attraits, répondez aux questions suivantes qui portent sur l'annonce imprimée et l'annonce télévisée que vous aimez le moins.

1. Décrivez l'annonce que vous aimez le moins.

2. Quels attraits et techniques publicitaires y emploie-t-on?

3. Décrivez l'annonce télévisée que vous aimez le moins.

4. Quels attraits et techniques publicitaires y emploie-t-on?

Nom : _____

Date : _____



Concevez une annonce!



Instructions

Formez des équipes. Chaque équipe est responsable de faire une recherche sur un produit ou un service.

Préparez une annonce sur le produit ou le service de votre groupe. Assurez-vous d'utiliser certains des attraits et des techniques dont il a été question en classe.

Chaque groupe présentera son annonce à la classe. À la fin de votre présentation, soyez prêt à répondre aux questions suivantes.

1. À qui tentez-vous de vendre votre produit ou votre service?

2. Quels attraits ou techniques avez-vous utilisés pour tenter de vendre votre produit ou votre service?

3. Avez-vous utilisé des attraits ou des techniques de manière frauduleuse ou trompeuse?

Nom : _____

Date : _____



Vérifiez vos connaissances

Inscrivez la lettre correspondant à l'attrait ou à la technique publicitaire que l'énoncé représente.

- | | |
|--|--|
| a) Soyez dans le coup | h) Option négative |
| b) Appui d'une célébrité | i) Reconstitution du dossier de crédit |
| c) Comparaisons incomplètes | j) Affirmations chiffrées |
| d) Indépendance | k) Garanties |
| e) Faites fortune rapidement | l) Fausse représentation |
| f) Exploitation des peurs et des appréhensions | m) Affirmations scientifiques |
| g) Attrait sexuel | n) Phrases et slogans accrocheurs |

1. _____ Envoyez-nous cette carte dès aujourd'hui pour commencer à recevoir trois disques par mois. Si vous décidez de ne pas conserver l'un ou l'autre des disques, retournez-nous le simplement dans un délai de dix jours.
2. _____ Vous savez ce que vous voulez et exigez le meilleur pour vous-même. Faites l'essai de notre voiture : vous serez convaincu que rien n'égale sa tenue de route.
3. _____ Nous vous garantissons que vos nouveaux accessoires de cuisine dureront toute votre vie ou vous serez remboursé.
4. _____ Ce détergent agit mieux sur la graisse et les taches.
5. _____ Trois dentistes sur quatre recommandent ce dentifrice.
6. _____ Tout le monde utilise ce produit. Pourquoi pas vous?
7. _____ À ce prix pour un temps limité seulement! Achetez dès maintenant notre produit, car une telle offre ne se représentera pas.
8. _____ Après des années de recherche menée par des médecins de renom, nous avons mis au point un médicament qui, pris une heure avant chaque repas, vous permet de manger ce que vous voulez sans aucun gain de poids.
9. _____ Vous fredonnez inconsciemment le thème musical d'une annonce télévisée.
10. _____ Si cet athlète connu porte ce type de sous-vêtement, pourquoi pas vous?
11. _____ Un seul jet de notre parfum et plus un seul samedi en solitaire!
12. _____ Travaillez à domicile, à temps partiel, et gagnez jusqu'à 10 000 \$ par semaine.
13. _____ Quel que soit l'état de votre dossier de crédit, nous pouvons vous aider, à peu de frais, à obtenir la voiture de vos rêves.
14. _____ Notre cours à domicile, assorti d'une bande vidéo et d'un cahier d'exercices, est conçu pour accroître vos chances d'obtenir de meilleures notes scolaires, quelle que soit la matière.

Vérifiez vos connaissances (suite)

Répondez à chacune des questions suivantes dans l'espace prévu.

15. Expliquez la technique de publicité «Appât et substitution» et donnez-en un exemple.

16. Expliquez la technique de publicité «Spéciaux» et donnez-en un exemple.

17. Expliquez la technique de publicité «Affirmations scientifiques» et donnez-en un exemple.

18. Expliquez la technique de publicité «Fausse représentation» et donnez-en un exemple

19. Énumérez trois façons de repérer une émission publicitaire.

20. Donnez deux moyens de vous protéger si vous achetez un produit offert dans une émission publicitaire.

Vérifiez vos connaissances Corrigé



Inscrivez la lettre correspondant à l'attrait ou à la technique publicitaire que l'énoncé représente.

- | | |
|--|--|
| a) Soyez dans le coup | h) Option négative |
| b) Appui d'une célébrité | i) Reconstitution du dossier de crédit |
| c) Comparaisons incomplètes | j) Affirmations chiffrées |
| d) Indépendance | k) Garanties |
| e) Faites fortune rapidement | l) Fausse représentation |
| f) Exploitation des peurs et des appréhensions | m) Affirmations scientifiques |
| g) Attrait sexuel | n) Phrases et slogans accrocheurs |

1. h Envoyez-nous cette carte dès aujourd'hui pour commencer à recevoir trois disques par mois. Si vous décidez de ne pas conserver l'un ou l'autre des disques, retournez-nous le simplement dans un délai de dix jours.
2. d Vous savez ce que vous voulez et exigez le meilleur pour vous-même. Faites l'essai de notre voiture : vous serez convaincu que rien n'égale sa tenue de route.
3. k Nous vous garantissons que vos nouveaux accessoires de cuisine dureront toute votre vie ou vous serez remboursé.
4. c Ce détergent agit mieux sur la graisse et les taches.
5. j Trois dentistes sur quatre recommandent ce dentifrice.
6. a Tout le monde utilise ce produit. Pourquoi pas vous?
7. l À ce prix pour un temps limité seulement! Achetez dès maintenant notre produit, car une telle offre ne se représentera pas.
8. m Après des années de recherche menée par des médecins de renom, nous avons mis au point un médicament qui, pris une heure avant chaque repas, vous permet de manger ce que vous voulez sans aucun gain de poids.
9. n Vous fredonnez inconsciemment le thème musical d'une annonce télévisée.
10. b Si cet athlète connu porte ce type de sous-vêtement, pourquoi pas vous?
11. g Un seul jet de notre parfum et plus un seul samedi en solitaire!
12. e Travaillez à domicile, à temps partiel, et gagnez jusqu'à 10 000 \$ par semaine.
13. i Quel que soit l'état de votre dossier de crédit, nous pouvons vous aider, à peu de frais, à obtenir la voiture de vos rêves.
14. f Notre cours à domicile, assorti d'une bande vidéo et d'un cahier d'exercices, est conçu pour accroître vos chances d'obtenir de meilleures notes scolaires, quelle que soit la matière.

Vérifiez vos connaissances Corrigé

Répondez à chacune des questions suivantes dans l'espace prévu.

- 15.** Expliquez la technique de publicité «Appât et substitution» et donnez-en un exemple.

Conçue pour vous attirer dans un magasin au moyen d'une offre très alléchante. Une fois à l'intérieur du magasin, on vous apprend que l'article n'est plus disponible. On vous montre alors un produit similaire de qualité supérieure, mais dont le prix est plus élevé.

- 16.** Expliquez la technique de publicité «Spéciaux» et donnez-en un exemple.

Annonce d'un produit qui n'est pas disponible au prix annoncé.

- 17.** Expliquez la technique de publicité «Affirmations scientifiques» et donnez-en un exemple.

Présentation d'une «preuve scientifique» dont le contenu n'est pas légalement reconnu.

- 18.** Expliquez la technique de publicité «Fausse représentation» et donnez-en un exemple

Joue sur la tendance qu'ont les consommateurs à rechercher les aubaines. Les pertes qu'entraînent ces prétendues aubaines n'ont rien d'une aubaine!

- 19.** Énumérez trois façons de repérer une émission publicitaire.

Le contenu de l'émission est identique à celui des annonces publicitaires.

Identification d'un commanditaire

Un produit est proclamé supérieur.

- 20.** Donnez deux moyens de vous protéger si vous achetez un produit offert dans une émission publicitaire.

Utilisez une carte de crédit pour payer l'article.

Commandez ou payez par la poste.



Jeu-questionnaire de la dixième leçon

Vrai ou faux

1. _____ Une «comparaison incomplète» dans une annonce publicitaire donne au consommateur une information également incomplète.
2. _____ La publicité portant sur des articles épuisés est considérée comme une pratique déloyale.
3. _____ La publicité portant sur des services de nettoyage du dossier de crédit peut être trompeuse en raison des promesses faites aux consommateurs éprouvant des problèmes en matière de crédit.
4. _____ Une info-pub est une forme de publicité d'appât.
5. _____ Les commentaires des acheteurs d'un produit dans un message publicitaire sont généralement une source d'information utile.

Choix multiple

6. _____ Les annonces publicitaires faisant appel à des personnalités sont des exemples de la technique :
 - A. de l'approbation de ses semblables.
 - B. de la comparaison incomplète.
 - C. axée sur le prestige.
 - D. de l'appui d'une célébrité.
7. _____ Les livres, les cassettes et les CD musicaux sont généralement vendus :
 - A. grâce à la technique du contraste perceptuel.
 - B. au moyen d'affirmations chiffrées.
 - C. en donnant des comparaisons incomplètes.
 - D. en présentant une option négative.
8. _____ Une _____ est un exemple de pratique déloyale.
 - A. info-pub
 - B. citation hors contexte
 - C. offre de travail à domicile
 - D. comparaison de prix dans une publicité
9. _____ On appelle généralement un message publicitaire qui s'étale sur toute la durée d'une émission :
 - A. une publicité d'appât.
 - B. un contraste perceptuel.
 - C. une info-pub.
 - D. une demande en garantie.
10. _____ L'information la plus utile dans une annonce publicitaire :
 - A. est le prix.
 - B. découle des commentaires des utilisateurs du produit.
 - C. est la liste des accessoires du produit.
 - D. est le témoignage d'une personnalité.

Cas

Dans de récentes annonces télévisées, on présentait une nouvelle méthode de cuisson qui permet de réaliser des économies, de réduire les matières grasses et de rehausser le goût. Ce matériel semble intéressant. Quelles mesures devrait-on prendre avant de dépenser de l'argent pour ce genre de produit?



Jeu-questionnaire de la dixième leçon Corrigé

Vrai ou faux

1. V Une «comparaison incomplète» dans une annonce publicitaire donne au consommateur une information également incomplète.
2. V La publicité portant sur des articles épuisés est considérée comme une pratique déloyale.
3. V La publicité portant sur des services de nettoyage du dossier de crédit peut être trompeuse en raison des promesses faites aux consommateurs éprouvant des problèmes en matière de crédit.
4. F Une info-pub est une forme de publicité d'appât.
5. F Les commentaires des acheteurs d'un produit dans un message publicitaire sont généralement une source d'information utile.

Choix multiple

6. D Les annonces publicitaires faisant appel à des personnalités sont des exemples de la technique :
 - A. de l'approbation de ses semblables.
 - B. de la comparaison incomplète.
 - C. axée sur le prestige.
 - D. de l'appui d'une célébrité.
7. D Les livres, les cassettes et les CD musicaux sont généralement vendus :
 - A. grâce à la technique du contraste perceptuel.
 - B. au moyen d'affirmations chiffrées.
 - C. en donnant des comparaisons incomplètes.
 - D. en présentant une option négative.
8. B Une _____ est un exemple de pratique déloyale.
 - A. info-pub
 - B. citation hors contexte
 - C. offre de travail à domicile
 - D. comparaison de prix dans une publicité
9. C On appelle généralement un message publicitaire qui s'étale sur toute la durée d'une émission :
 - A. une publicité d'appât.
 - B. un contraste perceptuel.
 - C. une info-pub.
 - D. une demande en garantie.
10. A L'information la plus utile dans une annonce publicitaire :
 - A. est le prix.
 - B. découle des commentaires des utilisateurs du produit.
 - C. est la liste des accessoires du produit.
 - D. est le témoignage d'une personnalité.

Cas

Dans de récentes annonces télévisées, on présentait une nouvelle méthode de cuisson qui permet de réaliser des économies, de réduire les matières grasses et de rehausser le goût. Ce matériel semble intéressant. Quelles mesures devrait-on prendre avant de dépenser de l'argent pour ce genre de produit ? *Avant d'effectuer cet achat, vous devez mener plusieurs types de recherche. Communiquez avec les organismes de consommation locaux ou provinciaux afin de déterminer si l'entreprise fait l'objet de plaintes. Parlez à d'autres personnes qui ont fait l'achat de cet article ou de produits similaires. Effectuez une recherche à la bibliothèque ou dans Internet afin de recueillir plus d'information.*