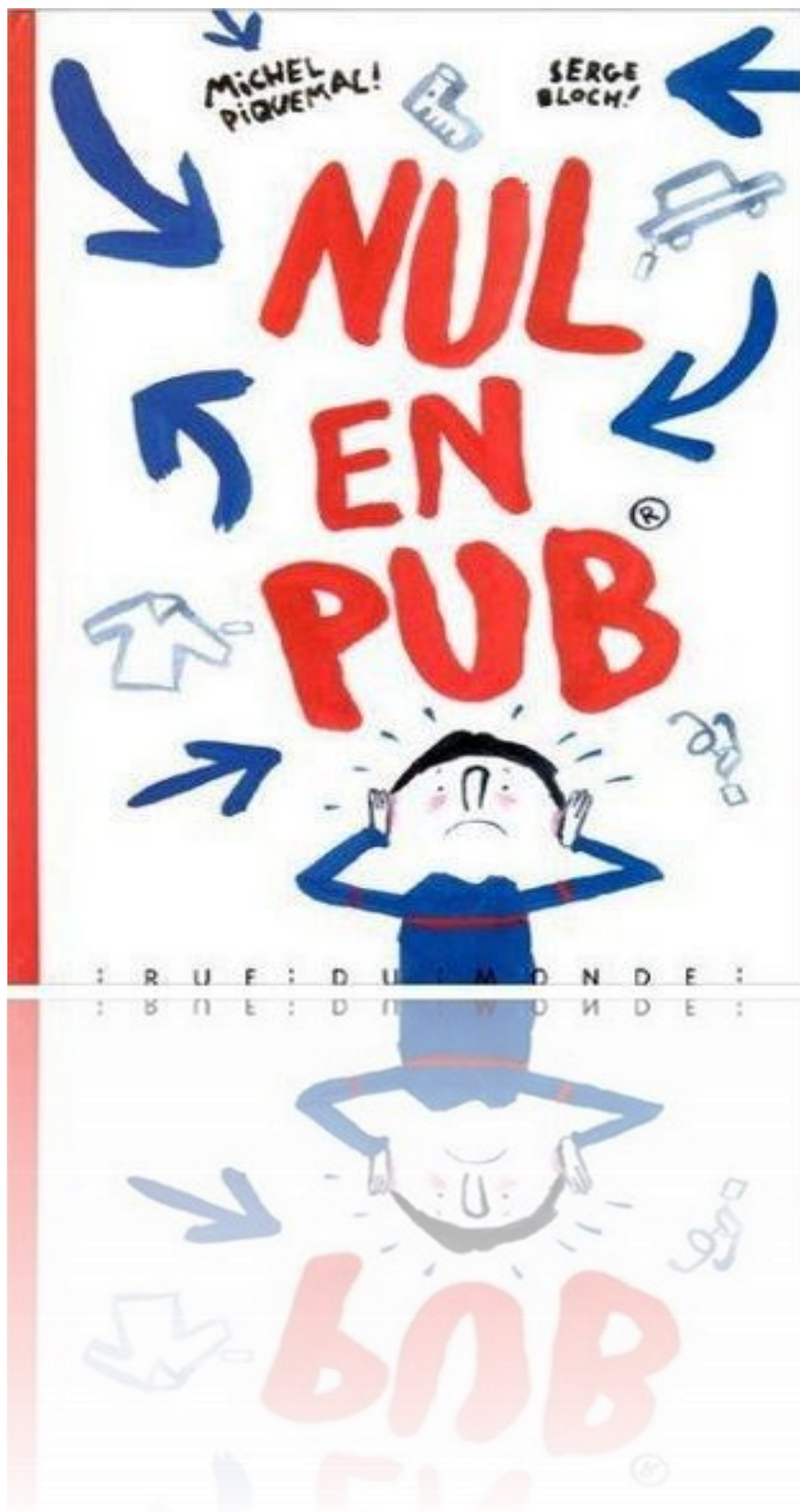


DOSSIER PEDAGOGIQUE

Cycle 3

Enseignant(e)s, votre connaissance fine de votre classe et de vos élèves vous permettront d'adapter les activités proposées et notamment les durées, données ici à titre indicatif.



Séquence pédagogique « Nul en pub! »

Tableau récapitulatif des compétences et activités abordées durant les différentes séances constituant la séquence

SEANCES ET RESUME	COMPETENCES TRAVAILLEES	ACTIVITES PROPOSEES	MATERIEL
Séance 1: Découverte émissions d'hypothèses Les slogans publicitaires	Comprendre un texte littéraire et l'interpréter/prendre des indices pour créer un horizon d'attente Education aux médias: comprendre les ressorts de la publicité	Découverte collective et observation de la couverture Observer des publicités et en dégager des caractéristiques	Ouvrage Des publicités (pages 4, 5, 6 et 7) Des slogans (page 8)
Séance 2: Le super-bateau intergalactique Tronic 3000	Manifester sa compréhension fine de l'œuvre: travail sur l'implicite	Fabriquer une publicité en imaginant à quoi pourrait ressembler le super-bateau intergalactique Tronic 3000 à partir de ce qu'en dit la publicité	Matériel pour créer une affiche
Séance 3: Comparer les attitudes des concurrents pendant le concours	Utiliser un outil pour mieux saisir la compréhension de l'œuvre	Remplir un tableau permettant de comparer les attitudes des concurrents, dont celle de Ludo, durant le concours	Tableau (page 11)
Séance 4: Les informations VS la communication	Distinguer une information et une publicité	Trier des messages	Des messages divers (pages 13, 14, 15 et 16)
Séance 5: Débat à visée philosophique	Débattre, argumenter, conceptualiser	Organisation d'un débat à visée philosophique	
Séance 6	Evaluation		Pages 18 et 19

Séance 1:

Compétences travaillées en lien avec les programmes:
Comprendre un texte littéraire et l'interpréter/prendre des indices pour créer un horizon d'attente

Etape 1: 10 minutes, collectivement

Observation de la couverture et émission d'hypothèses concernant ce que l'on va trouver dans cet ouvrage. L'enseignant note les hypothèses sur une affiche, cela permettra de vérifier ou d'infirmer certaines d'entre elles après l'étude.

Insister sur le titre qui ressemble à un slogan (court, facile à retenir, assonance avec « u »...



Souligner la présence du  qui indique qu'il s'agit d'une marque déposée, que l'on ne peut pas utiliser ce slogan ou ce logo car la marque a payé pour se réserver ce droit.

Montrer également la quatrième de couverture et demander aux élèves ce qu'ils en pensent.

Terminer par cette question:

Qu'est-ce que la publicité d'après vous? Noter les idées au tableau ou sur une affiche.

Etape 2 : 20 minutes, collectivement

Lire du début jusqu'à la page 13 afin d'amener la problématique.

Pourquoi Ludo est-il en colère? Il est nul en pub alors que les autres élèves connaissent toutes les pubs par cœur. Comment se sent-il? En colère, il s'en veut. Que fait-il pour remédier à ça? Il se met devant la télévision et essaie d'apprendre toutes les pubs par cœur. Est-ce que c'est dur? Oui. Pourquoi? Parce qu'il n'a pas l'habitude d'apprendre ça. Qu'auriez-vous fait à sa place dans la même situation?

Maintenant, un peu comme Ludo, nous allons nous mettre devant des publicités et essayer de comprendre ce que c'est.

Afficher des affiches publicitaires (certaines vous sont proposées ci-après mais vous pouvez en amener d'autres). Les élèves observent et essaient de répondre à la question: à quoi sert la publicité?

Puis une phase collective permettra de mettre en évidence que la publicité a comme but de déclencher des ventes de produits. Elle doit donc donner envie d'acheter, dire que le produit est génial voire le meilleur quitte à enjoliver quelque peu la réalité. On pourra notamment comparer:

- les affiches 1 et 2 qui disent toutes deux proposer les meilleures lessives.
- L'affiche 3: pour montrer que les marques s'adaptent aux problèmes du moment (du temps des affiches 1 et 2, l'écologie importait moins que maintenant)
- Les affiches 4 et 5 qui enjolivent la réalité
- Les affiches suivantes permettent de voir l'évolution des publicités d'une marque spécifique dans le temps. Ce sera l'occasion de discuter de la nécessité pour une marque de s'adapter à une époque, de voir comment son image, son logotype et ses façons de s'adresser aux consommateurs changent.

Etape 3: 20 minutes, collectivement

Observation des slogans pour essayer de comprendre comment cela fonctionne. Un slogan est une phrase courte et facilement mémorisable destinée à être retenue facilement par le consommateur pour lui donner envie d'acheter.

Une trace écrite dans le cahier d'éducation morale et civique pourra être proposée, à la fois pour y garder trace de ce à quoi sert la publicité mais aussi pour expliciter comment fabriquer un slogan efficace.

Nous ne retenons ici que quelques structures simples de slogans publicitaires. Il y en a d'autres.

Etape 4: 10 minutes, individuellement

Ils inventent des slogans pour vendre un objet de votre choix (une paire de chaussures par exemple). Ce travail pourra donner lieu à la réalisation d'une affiche publicitaire en arts visuels.

REMARQUE: plusieurs séances pourront être nécessaires car les notions abordées sont denses et les questionnements des élèves nombreux.



Affiche 1:



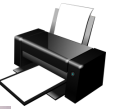
Affiche 2:



Affiche 3:



Affiche 4:

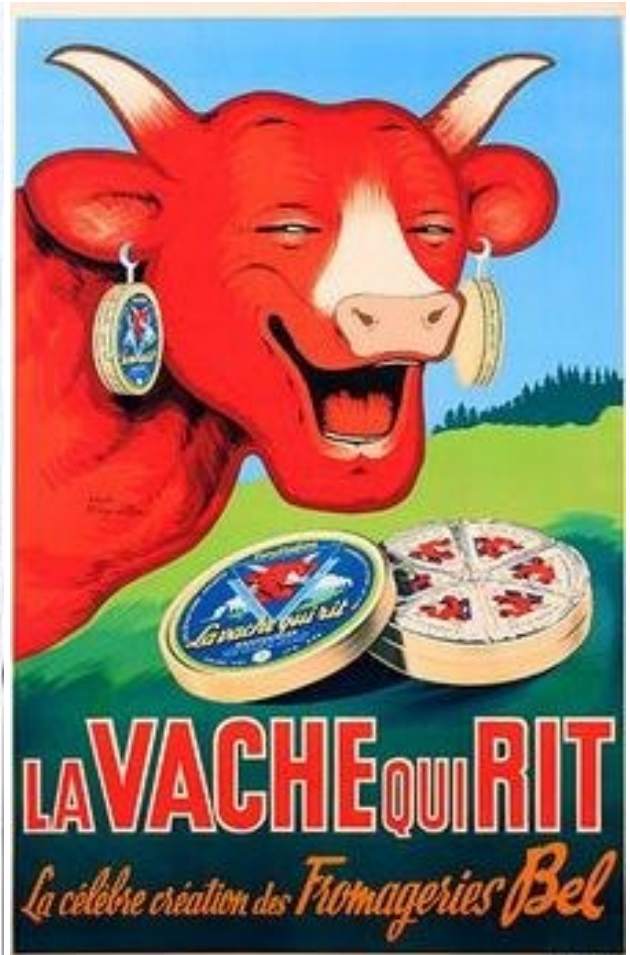
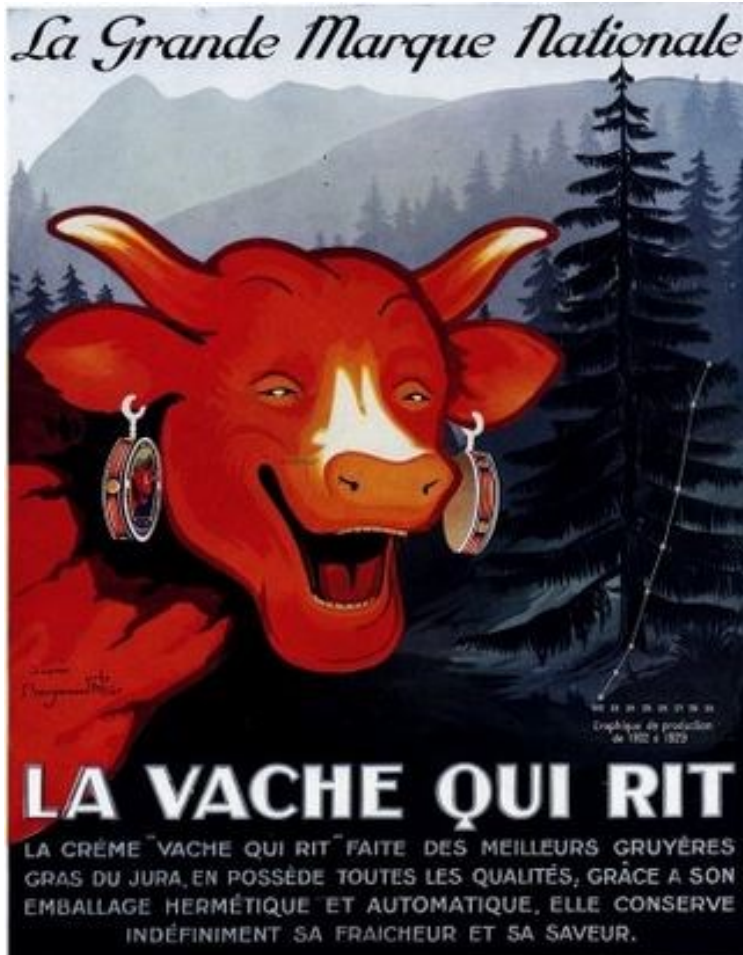
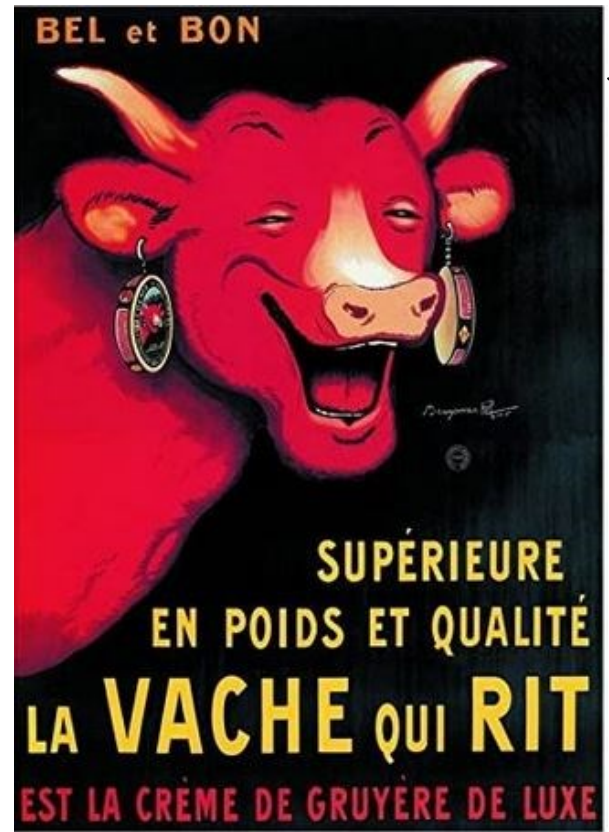


Différence entre l'image publicitaire et la réalité



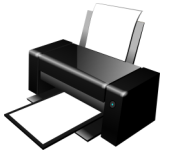
Affiches 4 et 5





Pourquoi La vache qui rit rit?





Chez Casto, y a tout c'qu'il faut.

Rimes

Zéro tracas, zéro blabla, MMA.

Assonance

Gifi, des idées de génies.

Andros, ça c'est fort de fruits.

allitération

ReVITTELisez-vous

paronomase

Amora, par amour du goût.

Avec Carrefour, je positive

Néologisme

Les slogans qui jouent sur le sens

PMU, pariez sur nous

polysémie

Là-bas, les souris dansent, ici, les romains valsent.

Faire émerger un produit par rapport à d'autres (ici, c'est une publicité pour le parc Astérix qui évoque Disneyland Paris implicitement)

Il est odieux mais c'est divin.

Antonymie: rapprocher des termes de sens opposés

Le monde vous tend la main

Métaphore

Séance 2:

Compétences travaillées en lien avec les programmes:
Manifester sa compréhension fine de l'œuvre: travail sur l'implicite

Etape 1 : 15 minutes. A l'oral, collectivement

Rappel de la séance précédente et des caractéristiques d'un slogan: court, facilement mémorisable, doit donner envie et jouer avec la langue ou le sens.

Relecture des différents slogans rencontrés dans l'œuvre et tentative de les caractériser en fonction de ce qui aura été vu. On pourra montrer et faire lire aux élèves les double-pages présentant les publicités de façon décrochée dans l'œuvre: pages 12-13, pages 20-21 et pages 28-29

Fort comme un guépard avec krounchie en barre! (rimes, enjolive la réalité en faisant croire que manger le produit rend aussi fort qu'un guépard)

Chaussures MIRIAM, c'est la chaussure qui fait la dame (rimes, enjolive la réalité en faisant croire qu'on n'est pas une dame si on n'a pas ces chaussures)

JEANJEAN, le cornichon qui rend intelligent (rimes + antonymie: cornichon VS intelligent + trait d'humour)

Les couches-culottes DOUDOUILLE sentent bon quand on les mouille (Assonance)

- Lecture des pages 14 et 15

Etape 2: 25 minutes, travail en groupes

Ludo veut gagner le super-bateau intergalactique de Tronic 3000.

Je vais vous demander d'imaginer ce bateau, de le dessiner et d'inventer un slogan en respectant les critères que nous avons découverts. Finalement, il faut que vous vous mettiez dans la peau du vendeur de ce bateau et que vous créiez une affiche publicitaire.

Etape 3: 15 minutes, collectivement

Les groupes viennent présenter leur travail.

Il s'agira de mettre en évidence qu'ils ont tous mis en valeur ce bateau en l'imaginant probablement grand, beau, pouvant faire des choses impressionnantes...

Séance 3:

Compétences travaillées en lien avec les programmes:
Utiliser un outil pour mieux saisir la compréhension de l'œuvre

Etape 1 : 5 minutes, collectivement

Rappel des séances précédentes.

Etape 2: 15 minutes, collectivement

Lecture des pages 17 à 31: les épreuves.

Etape 3: 15 minutes, individuellement

Pendant leur lecture, les élèves remplissent le tableau (page 11). Les pages du livre pourront être projetées sur TBI notamment

Etape 4: 15 minutes, collectivement

Corriger les productions des élèves collectivement et mettre en évidence:

- l'absurdité des épreuves
- l'engagement déraisonnable de certains et la dangerosité de certaines épreuves
- l'approche de Ludo, tournée vers la réflexion
- Le paradoxe qui l'habite à savoir vouloir être comme les autres: « bon en pub » et à la fois ne comprenant pas bien l'intérêt.

Prénom:

Date/...../.....

Lis le récit des épreuves dans le magasin Zonzon et remplis le tableau suivant:



	Description du défi	Description de l'épreuve pour la/le plus rapide	Efficacité (oui ou non)	Description de l'épreuve pur Ludo
Kakachouèt'				
Yogouroum				
Adideuf				

Séance 4:

Compétences travaillées en lien avec les programmes:

Distinguer une information et une publicité

REMARQUE: cette séance s'inspire largement du site suivant: https://bdper.plandetudes.ch/uploads/ressources/3975/Fiche_Pub_ou_info.pdf

Etape 1 : 5 minutes, collectivement

Rappel des séances précédentes.

Lecture jusqu'à la fin. Discussion concernant le bateau intergalactique: à proprement parler, le magasin n'a pas menti car il n'a jamais dit que le bateau serait immense, bardé de fonctionnalités innovantes... Il a simplement choisi un nom le laissant croire. Il s'agit donc de distinguer ici les publicités des messages objectifs.

Etape 2: 10 minutes, collectivement

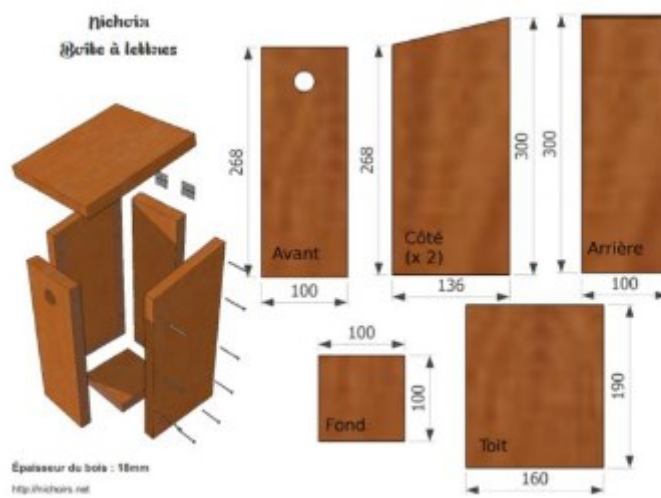
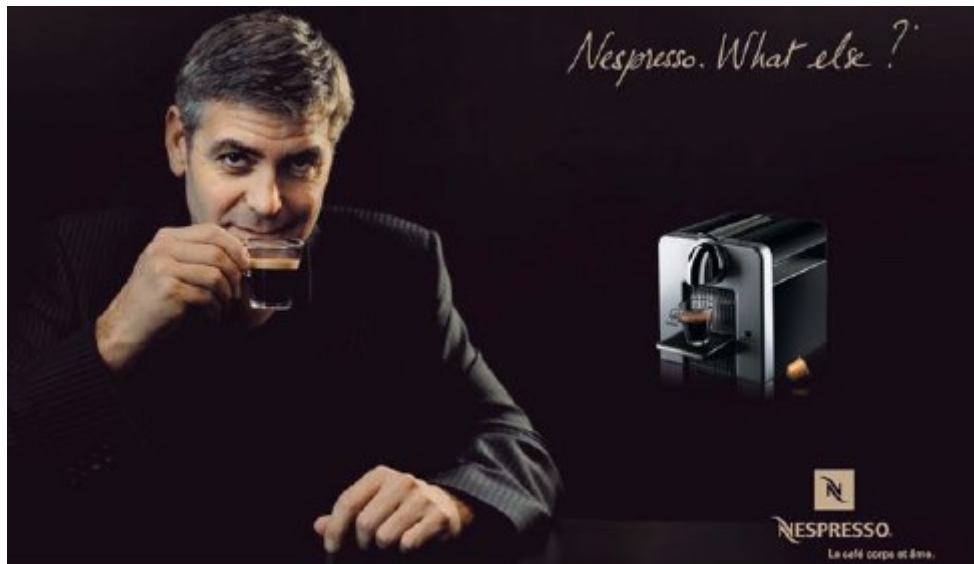
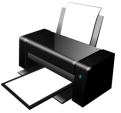
Faire observer aux élèves les affiches (pages 13, 14 et 15) et leur demander de différencier celles qui, d'après eux sont des publicités et celles qui donnent des informations objectives. Parfois, la distinction sera plus difficile, par exemple pour l'affiche sur le gilet jaune qui incite à un comportement mais présente tout de même des faits objectivables. On pourra aussi faire remarquer que la recette et la notice de montage sont des écrits pour agir mais restent objectifs. A chaque fois, on pourra revenir sur les questions essentielles: à qui est destiné le message? Quelle est sa finalité? Comment s'y prend-il?

Etape 3: 15 minutes, individuellement

- étude d'une publicité:

les élèves choisissent une publicité ou une information de leur choix et remplissent le tableau (page 16)

- retour sur leurs productions



Cookies

Outils : 12 cks



2 verres de farine



1 verre de sucre



1 verre de muesli



2 œufs



1/2 plaque de beurre de 250g



1 paquet de sucre vanillé



1 paquet de levure



1 verre de chocolat en poudre





**Cher et
exagéré!**

**FAIF
NON**

www.faif-non.ch





RÈGLEMENT PISCINE

SWIMMING POOL REGULATIONS / SCHWIMMBADORDNUNG

INTERDIT FORBIDDEN / VERBODEN

DOUCHE ET PEDILUVE OBLIGATOIRES

SHOWER AND FOOTBATH OBLIGATORY

DIE BENÜTZUNG DER DOUCHE UND DES FUSSBECKENS SIND VOR DEM SCHWIMMEN PFLICHT

**LA PISCINE PEUT CONSTITUER UN DANGER GRAVE POUR VOS ENFANTS
UNE NOYADÉ EST TRÈS VITE ARRIVÉE**

SWIMMING POOLS CAN REPRESENT A SERIOUS DANGER TO CHILDREN DROWNING CAN HAPPEN VERY RAPIDLY
BES SCHWIMMBECKEN BIST GROSSE RISIKO FÜR IHRE KINDER, SIE KÖNNEN SEHR SCHNELL UNTERGEHEN

Des enfants près d'une piscine nécessitent votre constante vigilance et votre surveillance active, même s'ils savent nager. La présence d'un parent adulte d'un adulte est indispensable lorsque le bassin est ouvert.

Children close to a swimming pool require constant vigilance and active supervision, even if they know how to swim. A parent/adult must be present whenever the swimming pool is open.

Kinder in der Nähe eines Schwimmbekens müssen unter ständiger Beobachtung stehen und aktiv beaufsichtigt werden, auch wenn sie bereits schwimmen können. Die Anwesenheit eines Eltern oder eines Erwachsenen ist unerlässlich, wenn das Schwimmbad geöffnet ist.

APPEL D'URGENCE
EUROPÉEN

POMPIERS

SAMU
Centre Anti-poison

**PISCINE PRIVÉE RÉSERVÉE UNIQUEMENT
AUX CLIENTS DE L'ÉTABLISSEMENT (Adultes - Enfants)**

PRIVATE SWIMMING POOL FOR USE BY CUSTOMERS OF THE ESTABLISHMENT ONLY (Adults - Children)
PRIVATSCHWIMMBAD, DAS AUSSCHLIESSLICH GÄSTEN DES HAUSES VORBEHALTEN IST (Erwachsene, Kinder)

Prénom:

Date:/...../.....

A partir du document que tu as choisi, remplis le tableau suivant

Où se déroule l'action?
En quoi est-ce important? Pourquoi ce choix d'après toi?
.....
.....

Qui a produit ce travail?
Qui a réalisé ce document? Les informations sont-elles vérifiables?
.....
.....

A qui s'adresse ce message?
.....
.....

Quelle est la finalité de ce document?
A quoi sert ce document? Est-il utile?
.....
.....

Peut-on faire confiance à ce qui est écrit?
Est-ce que c'est une publicité ou une information?
.....
.....

Remarques:
.....
.....

Séance 5:

Compétences travaillées en lien avec les programmes:

Débattre, argumenter, conceptualiser

Etape 1: 45 minutes, collectivement

- Organisation d'un débat à visée philosophique:
- il est préférable de placer les élèves en cercle afin qu'ils se voient tous.
- Un petit rituel (allumer une bougie, jouer d'un instrument...) permet d'entrer dans la séance. Cela délimite bien le « moment philo »
- Les règles sont rappelées à chaque début de séance. Elles sont au nombre de 3 (à adapter en fonction des classes) :
 - 1) On lève le doigt pour parler
 - 2) On respecte ce que les autres ont à dire
 - 3) Si on n'est pas d'accord, on explique pourquoi
- Le rôle de l'enseignant est de guider progressivement les élèves vers une certaine réflexion prenant appui sur l'ouvrage tout en s'autorisant à s'éloigner pour poser les grandes questions existentielles humaines.

Voici les questions soulevées par le livre (il peut y avoir d'autres):

Pourquoi Ludo veut-il apprendre les publicités par cœur?

Est-ce que ça vous arrive de vouloir quelque chose parce que les autres l'ont?

Qu'est-ce que ça fait quand on est un peu pareil que les autres?

Et si on est différent, qu'est-ce que ça fait?

Est-ce que Ludo prend du plaisir finalement à apprendre toutes ces publicités et à participer à ce concours?

Comment se sent-il quand il découvre le super-bateau?

Comment auriez-vous réagi à sa place?

Est-ce que la publicité avait menti?

C'est quoi le but d'une publicité?

Qui la fabrique? Pour qui? Pour quoi?

C'est quoi la différence entre une publicité et une information?

Pendant la séance, l'enseignant note les idées sur une affiche. D'autres ouvrages sur le même thème pourront être lus afin d'aborder la question selon diverses perspectives.

A la fin, il peut être intéressant de demander aux enfants de réaliser un dessin qui représenterait ce qu'ils ont retenu de cette séance et ce qu'ils considèrent comme étant le plus important.

Une exposition composée des diverses créations pourrait alors être affichée et rendue accessible aux parents.

Prénom:

Date:/...../.....

Evaluation:

Compétences évaluées:

Être capable de donner son avis sur une œuvre en justifiant	
Manifester sa compréhension fine d'une œuvre (connaître le lexique de la publicité)	
Savoir distinguer une information objective d'une publicité	
Ecrire un résumé	

1) Donne ton avis sur l'œuvre en cochant l'une des cases ci-dessous puis justifie ton choix en écrivant une phrase ou deux:

☐

J'ai aimé

☐

J'ai moyennement aimé

☐

Je n'ai pas aimé

.....

.....

.....

2) Observe cette publicité et réponds aux questions



Quelle est la marque qui a inventé la publicité?

.....

Que vend-elle?

Quel est son slogan?

A quoi sert cette publicité?

Est-ce que ça te donne envie d'acheter et pourquoi?

.....

.....

This exploded view diagram illustrates the assembly of the KLEIN 120x120 cm cabinet. The components are labeled with circled numbers:

- 1:** Screws for the base.
- 2:** The main cabinet body.
- 3:** The top panel.
- 4:** The top panel support.
- 9:** The base panel.
- 10:** The base panel support.
- 11:** The base panel screws.
- 12:** The side panel.
- 13:** The side panel support.
- 14:** The side panel screws.
- 19:** The internal shelves.

The diagram shows the cabinet body (2) with the side panel (12) and top panel (3) being attached. The base panel (9) is shown being attached to the bottom of the cabinet body. The internal shelves (19) are shown being inserted into the cabinet body. The side panel support (13) and base panel support (10) are shown being attached to the side and base of the cabinet body. The top panel support (4) is shown being attached to the top of the cabinet body. The side panel screws (14) and base panel screws (11) are shown being inserted into the side and base of the cabinet body.

--

--



--

De qui parle-t-on principalement? Quel problème rencontre-t-il? Que fait-il pour résoudre son problème? Est-ce que cela résout réellement son problème? Que fait-il à la fin?

[illegible]