



Fiche pédagogique

La frontière entre information et publicité : le magazine *Rataplan*

Age des élèves concernés
6 à 10 ans

Disciplines concernées
Formation générale : MITIC

**Lien avec des objectifs du
Plan d'études**

**EN 11 — S'initier à un
regard sélectif et critique
face aux médias...**

...en dégagant des critères
qualitatifs simples pour
distinguer et exprimer des
différences entre les supports
de communication.

Durée estimée
1 à 2 périodes

Matériel nécessaire

Une revue *Rataplan* par élève
(disponibles gratuitement dans
les magasins C&A et certaines
pharmacies notamment)

Mots clés

Presse – publicité.

Introduction

Rataplan est un mensuel pour enfants distribué gratuitement dans certains magasins en Suisse (en fonction des régions, on peut le trouver chez C&A, dans des pharmacies ou encore des banques). Il existe en deux langues : le français et l'allemand (sous le nom de *Maki*). Dans ce magazine, la différence entre publicité et contenu éditorial est très souvent floue : il y a des articles vantant un film ou un produit et proposant de gagner en cadeau les produits mis en avant, sans qu'on puisse comprendre qui a écrit le texte (aucun article n'est signé), ni quel type de partenariat lie la marque et la rédaction.

L'éditeur de *Rataplan* (Hug) propose en outre aux marques alémaniques un service intitulé « Junior Check ». Il s'agit d'études de marché pour « savoir ce que les enfants aiment » et ainsi adapter au mieux les stratégies marketing.

Sur le site de *Rataplan*, on peut

lire : « *Le magazine pour enfants et pour adolescents RATAPLAN-JUNIOR est distribué gratuitement dans différents magasins. Les distributeurs paient pour proposer RATAPLAN-JUNIOR et offrent gratuitement le magazine comme un service supplémentaire.* ».

Cette fiche pédagogique propose un travail autour de la différence entre contenu éditorial et publicité dans le but de donner aux élèves les outils nécessaires à une lecture avertie de ce type de publications.

Cette fiche pédagogique se base sur le *Rataplan* de mai 2019. Le but est cependant de travailler en classe sur le magazine du mois en cours. L'analyse ne sera forcément pas tout à fait la même d'un mois à l'autre. Raison pour laquelle les quelques photos qui illustrent cette fiche ont seulement pour but de donner des exemples, à partir desquels on pourra analyser n'importe quel numéro de *Rataplan*.

Fiche rédigée par Aline Burki, juin 2019. Actualisé en mai 2024.



Objectifs

- Faire la différence entre un article et une publicité
 - Réfléchir aux situations où l'on n'est pas sûr-e qu'il s'agisse de publicité
 - Réfléchir au rôle des « cadeaux » faits par des marques
-

Pistes pédagogiques

Etape 1 : découverte du magazine

A l'avance : chercher le nombre de magazines nécessaire pour la classe. En fonction des régions, ce magazine ne se trouve pas dans les mêmes endroits : il peut être distribué chez C&A, dans d'autres régions dans certaines pharmacies ou banques.

La veille ou quelques jours avant l'activité en classe : distribuer les magazines aux élèves en leur proposant de le regarder à la maison, seul-e-s ou avec des personnes de leur famille.

Le jour de l'activité, commencer par faire la liste de leurs retours en leur demandant ce qu'elles et ils ont fait de leur magazine : consulté seul-e ? Avec d'autres ? Fait des jeux ? Lu des articles ? En faire la liste en laissant ainsi les élèves présenter les activités et/ou articles qui ont attiré leur attention.

Demander ensuite ce qu'elles et ils ont aimé et pas aimé. En dresser la liste en indiquant dans la mesure du possible *pourquoi*. En faire la synthèse avec eux et voir si l'avis de chaque élève est représenté (il est bien sûr possible que tout le monde ne soit pas d'accord, il peut y avoir différents avis représentés !).

Si la question de la publicité a été mentionnée, creuser à partir de là. Si non, demander si les élèves ont remarqué qu'il y avait de la publicité. Dans les deux cas, leur demander de prendre un moment par deux pour feuilleter leur

magazine et essayer d'identifier les endroits où il y a de la publicité.

Etape 2 : établir à quoi sert la publicité et pourquoi il y en a dans les journaux

Demander aux élèves de d'expliquer à quoi sert la publicité, et éventuellement compléter. La publicité présente des produits dans le but de donner envie aux gens de les acheter.

Demander aux élèves d'expliquer pourquoi il y a des publicités dans les journaux, et éventuellement compléter. Il faut de l'argent pour faire un journal car il faut payer l'impression et les personnes qui travaillent pour le faire. Un journal peut recevoir de l'argent de la part de ses abonné-e-s quand il est payant, mais pas Rataplan qui est gratuit. Ce magazine gagne donc de l'argent grâce aux publicités.

Etape 3 : identifier les différentes manières de faire de la publicité dans Rataplan

En feuilletant le magazine ensemble à partir de la première page, faire la liste des pages dans lesquelles on est sûr-e qu'il y a une publicité, celles où on est sûr-e qu'il n'y en a pas, et celles où ça n'est pas clair. Justifier à chaque fois la réponse.

Dans une publicité classique : on voit le produit, on comprend à quoi il sert et on sait quelle est la marque. La mise en page n'est

pas la même que sur le reste du journal.

Dans un article: en général, pas de mise en scène d'un produit précis, ni d'évocation de marque. Il peut arriver que des produits soient représentés ou des marques nommées, mais alors pour les comparer ou pour les analyser. La mise en page est la même que celle des autres articles.

Et le reste ?! De nombreuses pages de *Rataplan* ne rentrent ni dans l'une ni dans l'autre de ces catégories... Ce journal est lié à de nombreuses marques par des partenariats pas clairs : on n'est pas vraiment sûr-e de qui fait quoi. La **fiche pour les enseignant-e-s** fait la liste de différentes manières de faire de la publicité dans *Rataplan*. Elle a pour but de leur permettre de préparer cette discussion.

Etape 4 : « Quand c'est gratuit, c'est toi le produit »

Demander aux élèves pourquoi c'est important de savoir quand c'est de la publicité ou pas. Quand on donne de l'argent pour parler de quelque chose, on n'en parle pas de la même manière que si on choisit d'en parler. Là on est obligé d'en dire du bien et on va essayer de ne mettre en avant que les qualités d'un produit.

Choisir des objets dans la classe et en faire dans un premier temps la description, puis dans un second temps essayer d'en faire la publicité. Par exemple pour un pupitre un peu abîmé, une publicité pourrait vanter le « *charme de ce pupitre qui a vu passer des générations d'élèves travaillant côte à côte pour découvrir les joies de la lecture* » !

Pourquoi le magazine est-il gratuit ? Pour donner envie aux enfants d'aller dans les endroits où le magazine est disponible, et ainsi découvrir plein de choses à acheter !

Etape 5 : en guise de conclusion

Mettre en commun ce que les élèves retiennent de ce travail.

L'objectif n'est pas que les élèves ne lisent plus *Rataplan*, mais qu'elles et ils détectent la publicité et développent leur esprit critique. On peut aller dans les endroits où le magazine est distribué et participer à certains concours sans se faire trop influencer. Identifier la différence entre la publicité, dont le but est de donner envie d'acheter, et le reste... c'est un premier pas important dans cette direction.

Pour aller plus loin...

- Prévoir une visite de la bibliothèque pour y découvrir les différentes publications mensuelles destinées au jeune public. Comparer le nombre de publicités dans ces publications payantes avec ce que l'on trouve dans *Rataplan*.
- Et pour les enseignant-e-s, un sujet du 19h30 (journal télévisé de la RTS) qui parle des partenariats entre contenu rédactionnel et presse « pour adultes » : <https://www.rts.ch/play/tv/19h30/video/la-presence-de-sponsors-au-sein-des-medias-est-critiquee?id=7953087>

Fiche pour les enseignant-e-s : les différentes publicités dans *Rataplan*

Faire la distinction entre les publicités et le contenu éditorial de *Rataplan* n'est pas chose facile : les articles ne sont pas signés, on ne peut donc pas comparer ces signatures inexistantes à l'impressum en fin de journal pour savoir s'il s'agit du travail d'une personne de la rédaction. Il n'y a pas non plus d'indication du type de partenariat entre les entreprises et le journal. On ne sait donc pas toujours si les marques paient pour obtenir des articles effectués par la rédaction de *Rataplan*, s'il s'agit d'un publi-reportage ou si c'est un article. De plus, il n'y a pas de différence notable de typologie entre les différentes parties.

Ce qui suit a pour but de préparer le travail en classe pour l'étape 3 (identifier les différentes manières de faire de la publicité dans *Rataplan*). Tous les exemples contenus dans cette fiche sont tirés du *Rataplan* de mai 2019 et vous en retrouverez certainement des variations dans le numéro que vous choisirez de découvrir en classe.

Ce qui est clair : les articles, les distributeurs et les publicités « classiques »

On trouve dans *Rataplan* des articles ou activités sans publicité. Il s'agit donc d'un contenu fabriqué par la rédaction.

Les magasins distributeurs de *Rataplan* l'achètent et le mettent gratuitement à disposition de leurs client-e-s. Il y a donc un espace publicitaire réservé aux distributeurs en haut à droite de la première page et dans la moitié inférieure de la dernière page. Il s'agit d'une publicité directe qui ne présente pas de produits mais invite les personnes intéressées à se rendre dans certains endroits pour se procurer le magazine.

Juste derrière la couverture et dans la moitié supérieure de la dernière page se trouvent des publicités « classiques » : des produits en photo sans texte ressemblant à un article pour l'accompagner, une typographie différente du reste et des marques en évidence : pas de doute possible ici.

Ce qui n'est pas clair : la nature des autres partenariats

Il y a différents partenariats avec des produits, dont la nature n'est pas claire. Dans tous les cas, c'est une forme de publicité puisque des produits sont mis en avant, mais ces partenariats sont mélangés au contenu éditorial sans que la limite ne soit claire, ce qui rend plus difficile de savoir où on essaie de nous vendre quelque chose et où on lit l'avis des journalistes.

Dans les bricolages : une double page propose de faire du « slime » en utilisant des produits de la marque UHU dont 5 bouteilles sont en photos et dont le nom apparaît dans 4 des 6 produits nécessaires à ce bricolage (image de gauche). On peut comparer ceci à une autre double page de bricolage pour laquelle aucune marque n'est présentée (image de droite, ceci étant pour sûr un vrai article, sans contrepartie financière). Quelle est la nature du partenariat entre *Rataplan* et la marque UHU ? Qui a proposé le bricolage ? On ne peut pas répondre à ces questions et on ne peut donc pas déterminer avec certitude s'il s'agit d'un placement de produit ou d'un publi-reportage.



Il y a également de nombreux partenariats pour des concours :

- Certains concours accompagnent des articles sur le sujet (p.ex. des places de cinéma à gagner accompagnent l'article sur le film *Détective Pikachu*) ;
- Certains concours accompagnent des activités/publicités (p.ex. un coloriage accompagné du logo de la marque de jouets Sylvanian Families, cf. image de gauche ci-dessous).
- Certains concours sont accompagnés d'un texte vantant directement un produit sous une forme ressemblant beaucoup à un article, et le logo est clairement visible. Il s'agit très certainement d'un publi-reportage (dont le contenu est donc rédigé directement par la marque, ce qui expliquerait qu'il n'y ait pas de crédit photo car le contenu appartient à la marque), mais sans qu'il soit possible de le déterminer avec une complète certitude, et on doit tout de même s'adresser à *Rataplan* pour participer au concours (cf. image de droite ci-dessous).



De nombreuses pharmacies distribuent *Rataplan*. Comme elles achètent ce magazine en grand nombre, elles peuvent certainement indiquer que des contenus « Santé » seraient intéressants. Dans ce numéro, on trouve par exemple une étonnante bande dessinée préconisant une crème contre l'acné comme une des conséquences du printemps, ainsi qu'une page « Santé » portant en haut à droite les logos des pharmacies et drogueries et invitant dans l'encart en bas à droite à aller s'y renseigner sur les allergies aux poils d'animaux. Ceci est très troublant et il n'est pas possible de déterminer quel partenariat lie les pharmacies/drogueries et la rédaction de *Rataplan*.

ARIETTE

Au printemps, la nature montre ses premiers signes d'éveil!

Je regrette d'avoir mis deux couches ce matin!

Moi aussi, j'ai trop chaud!

Au printemps, la saison des amours fait son grand retour!

J'adore ton pull... Pff! trop lourd!

Au printemps, les plantes se mettent à bourgeonner!

Et ça n'arrive pas qu'aux fleurs!

Une petite application tous les soirs, et votre peau sera à nouveau parfaite!

50

SANTÉ

Allergie aux poils d'animaux

Tu as les yeux qui te démangent dès que tu te trouves dans la même pièce qu'un animal mais tu ne veux pas renoncer à avoir un animal de compagnie? Nous t'indiquons ci-après quelques conseils pour mieux éviter les allergies aux poils d'animaux.

Comment apparaît une allergie aux poils d'animaux?

De nombreuses personnes développent une allergie aux poils d'animaux alors qu'elles n'ont jamais été en contact avec l'animal en question. Il suffit souvent qu'un ami ait un chat. En fait, on ne réagit pas de manière allergique aux poils eux-mêmes mais à la **sueur ou à la salive** qui sont présentes sur la fourrure de l'animal. Ces particules se répandent dans l'air avec les poils et arrivent ainsi jusque dans les muqueuses des **yeux**, du **nez** ou des **bronches**.

Quels sont les symptômes d'une allergie aux poils d'animaux?

- Éternuements ou nez bouché
- Yeux qui démangent, rouges ou qui pleurent
- Gorge qui gratte
- Crises d'asthme
- Urticaire
- Eczéma

Que peux-tu faire pour atténuer les effets d'une allergie aux poils d'animaux?

Pour les personnes souffrant d'une **allergie sévère aux poils d'animaux**, il est recommandé de ne pas avoir du tout d'**animal de compagnie**.

Mais ce n'est souvent qu'après l'acquisition d'un animal de compagnie que l'on se rend compte que l'on est allergique. Voici quelques conseils pour te rendre la vie avec ton compagnon un peu plus agréable:

- **Lave-toi** soigneusement les mains après chaque contact.
- **Brosse** ton compagnon régulièrement et nettoie son pelage avec un gant humide.
- **Interdis-lui** ta chambre à coucher. Ne laisse pas ton animal de compagnie entrer dans ta chambre. Ton organisme pourra ainsi récupérer pendant la nuit.
- **Nettoie** tes vêtements avec un rouleau adhésif.
- **Évite** les objets attrape-poussière dans la maison.

Tu trouveras des renseignements sur les allergies aux poils d'animaux en pharmacie ou droguerie.

Illustration: Doreen/Alamy

40