



Fiche pédagogique

La publicité dans les vidéos YouTube de *kidfluencers* : étude de cas

Age des élèves concernés
8 à 12 ans

Disciplines concernées
Formation générale : MITIC,
Interdépendances

**Lien avec des objectifs du Plan
d'études**
EN 21 — Développer son esprit
critique face aux médias

**FG 26-27 — Analyser des
formes d'interdépendance
entre le milieu et l'activité
humaine...**

[...]

2... en constatant quelques
incidences du développement et
de la technologie sur le milieu

3... en identifiant certains outils
de l'économie (marketing,
crédit, ...) sur le comportement
des consommateurs

4... en analysant de manière
critique sa responsabilité de
consommateur et certaines
conséquences qui découlent de
son comportement

Durée estimée :
1 à 4 périodes

Matériel nécessaire

- de quoi projeter une vidéo
- connexion Internet
- 1 caméra ou téléphone par groupe
pour l'activité **proposée dans**
« Pour aller plus loin... »

Mots clés :

Internet – YouTube – vidéos –
publicité

Introduction

Les *kidfluencers*, ce sont des enfants qui ont du poids sur les réseaux sociaux (nombre important d'abonné·e·s, de vues, de *likes*), une contraction des mots anglais *influencer* et *kid*. L'argent rapporté par la publicité sur les chaînes YouTube et par les différentes sortes de partenariats avec des marques peut se chiffrer en millions de francs dans certains cas, pour les adultes comme pour les enfants.

Les formes de publicité évoluent à toute vitesse et ressemblent de plus en plus au quotidien, notamment en ayant recours aux *influencers* et aux *kidfluencers*. Ce télé-achat 2.0 est notamment diffusé sur YouTube,

et la frontière entre publicité et avis est difficile à définir. Si on veut éviter de se laisser influencer, il est important de réaliser que ces vidéos génèrent beaucoup d'argent, que les avis ne sont donc pas toujours sincères et qu'il existe des différences notables entre le travail des *kidfluencers* et les vidéos qu'on peut s'envoyer entre copains et copines.

NB : une autre fiche pédagogique intitulée « YouTube et nous » (https://bdper.plandetudes.ch/uploads/ressources/4669/YouTube_et_nous.pdf) propose un travail autour des différents contenus sur YouTube et peut être utilisée avant les activités proposées ici.

Objectifs

- Apprendre à repérer la publicité
- Réfléchir à la différence entre les vidéos d'enfants sur YouTube et la réalité

Fiche rédigée par Aline Burki, juin 2019



Pistes pédagogiques

Etape 1 : c'est quoi, les *kidfluencers* ?

Est-ce que les élèves connaissent ce néologisme ? Si non, leur expliquer qu'il s'agit d'enfants mis en scène pour présenter des produits ou des activités et qui ont beaucoup de succès sur les réseaux sociaux (en anglais : *influencer* = les personnes qui influencent / *kid* = enfant → *kidfluencer* = un·e enfant qui influence les autres).

Qui a déjà vu ce genre de vidéo, où des enfants déballent des cadeaux ou des produits ? Demander aux élèves qui en ont vues de décrire à d'autres comment ça se passe.

Etape 2 : analyser quelques vidéos mettant en scène des *kidfluencers*

La **fiche enseignant-e-s** (en annexe) présente trois vidéos de *kidfluencers* et un sujet du 19h30 (journal télévisé de la RTS) ayant pour objet les *kidfluencers*. Le travail sur ces vidéos peut se faire de différentes manières : en les regardant toutes successivement et en faisant des pauses après chaque vidéo pour en parler.

Il est également possible de faire le même exercice en passant par l'écrit en utilisant la **fiche élève** (fournie en annexe). Et aussi de ne regarder qu'une ou deux vidéo(s).

Dans tous les cas, pour chaque vidéo visionnée, se demander qui est présenté à l'écran, où, à quelle occasion, si on est incité·e à faire quelque chose qui coûte de l'argent et si on nous dit qu'il s'agit d'une publicité.

Le but de l'exercice est d'engager une discussion sur la manière dont on présente des choses et/ou des activités qui coûtent de l'argent et d'essayer d'identifier ce qu'on essaie de promouvoir comme produit. Cette démarche n'est pas toujours facile car on n'obtient pas toujours toutes les informations nécessaires pour répondre aux questions qu'on se pose. Par

exemple, il est vraisemblable que la vidéo sur le Parc Spirou soit un partenariat et que les enfants et leur famille aient reçu des contreparties. Mais on ne peut pas en être tout à fait sûr·e. Le plus important est donc d'être vigilant·e·s et de se dire qu'il y a des chances que ce qu'on nous dit ici n'est pas tout à fait spontané...

Etape 3 : faire la différence entre ces vidéos et la vie quotidienne

La différence entre la vie quotidienne et ce genre de vidéo n'est pas claire. Ça donne l'impression que c'est une copine ou un copain qui nous envoie une petite vidéo. Mais il y a plusieurs différences avec la vidéo d'une copine ou d'un copain. Quelles sont ces différences ? Initier une discussion à ce sujet.

→ L'argent

Quelle différence financière y a-t-il entre une vidéo envoyée par une copine ou un copain et celles des *kidfluencers* vues précédemment ? **Lorsqu'un·e *kidfluencer* fait une vidéo avec un partenariat, il ou elle reçoit quelque chose en échange : des produits gratuits, une poupée ou l'entrée à un parc d'aventure par exemple. Parfois aussi, la chaîne YouTube gagne de l'argent pour ces vidéos. La chaîne « Ruby Rube » par exemple rapporte plus de 100'000 francs par an grâce à la publicité en ligne, ce qui correspond à un bon salaire pour une personne adulte qui travaille en Suisse. Il est difficile d'estimer combien gagnent les *kidfluencers*. Certain·e·s indiquent leur revenu, mais il ne s'agit pas d'informations vérifiées.**

Les copains et copines qui envoient des vidéos, par contre, ne reçoivent pas de produits ou d'argent en échange, il y a donc plus de chance que leur avis soit sincère.

→ Les likes

Est-ce que les élèves qui regardent ce genre de vidéos « mettent des pouces bleus » ? Savent-elles et ils qu'un *like* signifie en anglais « aimer bien » ? Dans la vie quotidienne, on ne dit pas aux gens qu'on les aime bien à chaque fois qu'ils nous racontent quelque chose. Alors pourquoi les likes sont-ils importants sur les réseaux sociaux ?

L'argent gagné par une chaîne sur YouTube dépend du nombre d'abonné·e·s et de *likes*. Il est donc très important de plaire aux abonné·e·s et aux *potentiel-le-s* abonné·e·s. C'est pour ça qu'on leur demande dans toutes les vidéos de « mettre des pouces bleus ». Les enfants sont-elles et ils au courant de ce fait ? Quel est leur avis là-dessus ?

→ La mise en scène

Les vidéos de *kidfluencers* vues précédemment ont toutes fait l'objet d'une mise en scène et d'un montage. Cela signifie que des adultes sont intervenu·e·s pour faire en sorte qu'on ne s'ennuie pas en les regardant et que les enchaînements soient rapides, dans le but d'avoir le plus de *likes* possibles. Dans la vidéo de la chaîne « Verity – Toys Kids Play » par exemple, il est question d'un défi qui dure 10 minutes, chronométré par la mère. Il y a en plus une introduction et une conclusion. Et pourtant la vidéo ne dure que... 7min52. Il y a donc au moins trois minutes du défi qui ont été coupées au montage. Quand une copine ou un copain envoie des vidéos, en général les parents n'ont pas passé des heures à l'améliorer. Mais pour les *kidfluencers* ça n'est pas la même chose. Parce que le but c'est d'avoir plus d'abonné·e·s, de vues et de *likes*, pas seulement de le partager avec son copain ou sa copine !

Etape 4 : en guise de conclusion

Demander aux élèves ce qu'elles et ils apprécient dans le travail des *kidfluencers*.

Plaisir partagé de voir une personne contente ; vidéos positives parfois drôles ; ça finit bien ; certains enfants regardent ça comme une émission de divertissement, d'autres éprouvent un plaisir similaire à celui provoqué par un catalogue de jouets où on voit des choses qui font envie...

Demander ce que le travail fait en classe change sur leur manière de voir ces vidéos et rappeler que ces vidéos ne sont pas un reflet réaliste de la réalité et qu'il est important de se rappeler qu'on essaie parfois d'influencer nos goûts !

Pour aller plus loin

- Les élèves se mettent dans la peau de *kidfluencers* : imaginer que l'établissement scolaire leur donne pas mal d'argent pour faire une vidéo sur leur école. Réaliser une vidéo par petits groupes en gardant en tête l'idée de plaire à leur client (qui refusera de les payer si la vidéo n'est pas sympathique) et aussi à leurs abonné·e·s. Les élèves doivent donc réfléchir à la mise en scène et au scénario dans ce sens. Visionner ensuite le résultat en classe en posant les questions suivantes : est-ce que leur client inventé sera content ? Est-ce que les abonné·e·s imaginaires trouveront ça bien ? Est-ce que si une copine ou un copain leur demandait leur avis sur leur école, elles et ils diraient la même chose ?
- Vidéo du 19:30 sur le travail des *kidfluencers* et la question de la législation à ce sujet : <https://www.rts.ch/play/tv/19h30/video/enfants-youtubers-une-activite-lucrative-qui-pose-notamment-la-question-de-sa-legalite?id=9732844>

Cette fiche présente trois vidéos de *kidfluencers* et un sujet du 19:30 (journal télévisé de la RTS) ayant pour objet les *kidfluencers*.



LA PEUR DE SA VIE !!! Sensations Fortes pour Swan et Néo au Parc Spirou 🤩
271 375 vues 9,1 K 543 PARTAGER ENREGISTRER ...

« **Swan The Voice - Néo & Swan** » est le nom d'une chaîne YouTube mettant en scène deux frères prénommés Swan et Néo, filmés et interrogés par leur mère. A l'heure où ce texte est écrit (juin 2019), cette chaîne génère plusieurs centaines de milliers de vues par vidéo (voire plusieurs millions pour certaines), des milliers de *likes* et elle a attiré 3.5 millions d'abonné-e-s.

Cette vidéo du 28 juin 2019 a pour objet la visite de toute la famille au Parc Spirou.

Proposition de visionnage : comme le but n'est pas de faire de la publicité pour le Parc Spirou en classe pendant 13 :31, visionner le début (45 premières secondes) et la fin (dès 12 :19) peut suffire pour la discussion en classe. Entre les deux, on voit les enfants tester les différents manèges.

<https://www.youtube.com/watch?v=8Gf3iKox1xk>

Qui ? **Swan, Néo et leurs parents**

Où ? **En France**

A quelle occasion ? **Visite du Parc Spirou**

Est-ce que ça donne envie de faire quelque chose qui coûte de l'argent ? **Oui, aller au Parc Spirou**

Est-ce qu'on nous dit que c'est une publicité ? **Non**



#CHALLENGE #JACHETETOUTBLEU #BLEU
J'ACHETE TOUT EN BLEU - 10 MIN CHALLENGE | VERITY
37 997 vues J'AIME JE N'AIME PAS PARTAGER ENREGISTRER ...

« **Verity – Toys Kids Play** » est le nom d'une chaîne YouTube mettant en scène une fille prénommée Verity, filmée et interrogée par sa mère. A l'heure où ce texte est écrit (juin 2019), cette chaîne génère plusieurs centaines de milliers de vues par vidéo, des milliers de *likes* et elle a attiré plus de 125'000 abonné-e-s.

Cette vidéo du 28 juin 2019 a pour objet un défi apparemment décidé entre la mère et la fille : acheter le plus de choses bleues en 10 minutes.

Proposition de visionnage : il est possible de ne visionner que la présentation du « challenge » (40 premières secondes) et sa conclusion (dès 6 :49), et donc ne pas visionner tout ou partie de la visite du magasin.

<https://www.youtube.com/watch?v=HEpNX40rP3E>

Qui ? **Verity et sa maman**

Où ? **En France**

A quelle occasion ? **Défi apparemment décidé entre la mère et la fille d'acheter le plus de choses bleues en 10 minutes.**

Est-ce que ça donne envie de faire quelque chose qui coûte de l'argent ? **Oui, aller faire un challenge dans un magasin ou acheter certains des produits qu'elle a aimés.**

Est-ce qu'on nous dit que c'est une publicité ? **Non, et à la fin la maman dit qu'elle va aller payer à la caisse, ce qui laisse entendre que ça ne serait pas gratuit.**



LUN DE NOS PLUS BEAUX PARTENARIATS [OUR GENERATION DOLL]
108 154 vues 1,9 K 82 PARTAGER ENREGISTRER ...

Proposition de visionnage : il est possible de ne visionner que la présentation des colis (30 premières secondes) et sa conclusion (15 :09 à 16 :04), et donc ne pas visionner tout ou partie de la présentation du contenu du colis.

https://www.youtube.com/watch?v=L9z5_UZeMw

Qui ? Lana et sa maman

Où ? En France

A quelle occasion ? Ouverture de deux colis (provenant d'un « partenariat » avec la marque de poupées Our Generation Doll).

Est-ce que ça donne envie de faire quelque chose qui coûte de l'argent ? Oui, acheter ces poupées et accessoires de cette marque.

Est-ce qu'on nous dit que c'est une publicité ? Pas vraiment, la mère indique qu'il s'agit d'un « partenariat ». (La mère laisse entendre que la seule chose que la marque ait faite c'est envoyer gratuitement de nombreux produits suite à sa demande d'envoyer une poupée. Elle dit que c'est elle qui a demandé une poupée. Elle ne parle à aucun moment d'une rétribution et dit même plusieurs fois que c'est elle qui a « choisi » de faire cette vidéo...)



« YouTube et réseaux sociaux, des enfants au service des marques », sujet du 19:30 (journal télévisé de la RTS) du 24 décembre 2017 qui présente Ruby, une *kidfluencer* qui vit en Angleterre.

A l'heure où ce texte est écrit (juin 2019), sa chaîne YouTube « Ruby Rube », dont elle tourne les vidéos avec l'aide de son beau-père, génère régulièrement plusieurs centaines de vues par vidéo, des milliers de *likes* et elle a attiré plus de 2.9 millions d'abonné-e-s.

Proposition de visionnage : tout le sujet qui dure 2 :23 pour initier une discussion sur l'argent OU le début (jusqu'à 1 :19) pour ne parler que de Ruby.

<https://www.rts.ch/play/radio/19h30/video/youtube-et-reseaux-sociaux-des-enfants-au-service-des-marques?id=9200288>

Qui apparaît dans cette vidéo au début ? Ruby

Où vit-elle ? En Angleterre

Pourquoi est-il question de cette personne ? Sujet du journal télévisé qui présente son travail

Est-ce que Ruby parle de produits qu'on trouve dans les magasins sur sa chaîne YouTube ? Oui, p.ex. partenariat avec le magasin Claire's.

Les images illustrant cette fiche sont des captures d'écran effectuées le 30 juin 2019

Regarde ces vidéos puis essaie de répondre aux questions.



LA PEUR DE SA VIE !!! Sensations Fortes pour Swan et Néo au Parc Spirou 🤩
271 375 vues 9,1 K 543 PARTAGER ENREGISTRER ...

1) Chaîne YouTube de « Swan The Voice - Néo & Swan »

- Qui apparaît dans cette vidéo ? _____
 - Où sont-ils ? _____
 - A quelle occasion ? _____
 - Est-ce que ça donne envie de faire quelque chose qui coûte de l'argent ? _____

 - Est-ce qu'on nous dit que c'est une publicité ? _____
-



#CHALLENGE #JACHETETOUTBLEU #BLEU
JACHETE TOUT EN BLEU - 10 MIN CHALLENGE | VERITY
37 997 vues J'AIME JE N'AIME PAS PARTAGER ENREGISTRER ...

2) Chaîne YouTube de « Verity – Toys Kids Play »

- Qui apparaît dans cette vidéo ? _____
- Où sont-elles ? _____
- A quelle occasion ? _____
- Est-ce que ça donne envie de faire quelque chose qui coûte de l'argent ? _____

- Est-ce qu'on nous dit que c'est une publicité ? _____



L'UN DE NOS PLUS BEAUX PARTENARIATS [OUR GENERATION DOLL]
 108 154 vues 1.9 K 82 PARTAGER ENREGISTRER ...

1) Chaîne YouTube de « NyCyLa »

- a. Qui apparaît dans cette vidéo ? _____
- b. Où sont-elles ? _____
- c. A quelle occasion ? _____
- d. Est-ce que ça donne envie de faire quelque chose qui coûte de l'argent ? _____

- e. Est-ce qu'on nous dit que c'est une publicité ? _____



4) « Youtube et réseaux sociaux, des enfants au service des marques », sujet du 19h30 (journal télévisé de la RTS) du 24 décembre 2017

- a. Qui apparaît dans cette vidéo au début ? _____
- b. Où vit-elle ? _____
- c. Pourquoi est-il question de cette personne ? _____

- d. Est-ce que Ruby parle de produits qu'on trouve dans les magasins sur sa chaîne YouTube ? _____

5) Quelle vidéo as-tu préférée et pourquoi ? _____

Les images illustrant cette fiche sont des captures d'écran effectuées le 30 juin 2019