

La culotte du loup (La publicité – surconsommation)

P 3 – P4

3. Prendre position de manière argumentée

Expliquer son avis sur des questions de type philosophique liées à la citoyenneté.

4. Développer son autonomie affective

Savoirs : Emotions-sentiments.

Attendus : Identifier-exemplifier

SF : Différencier besoins et désirs.

Attendus : Exprimer et interroger ses besoins et ses désirs.

Thèmes : Commerce et consommation (publicité, consommation responsable)

1. Découverte de l'album - (30 minutes)

L'enseignant·e entame la lecture en veillant à ce que tous les enfants voient le livre. Le livre comporte trois niveaux de lecture :

◆ Les dialogues

◆ Les éléments de la comptine « Promenons-nous dans les bois ».

◆ Les détails textes

2. Les différents points de vue des protagonistes (2 X 50 minutes)

Les objectifs de cet exercice sont les suivants : ✓ faire émerger les différents points de vue dans une histoire apprendre à voir les choses sous un autre angle, ✓ se mettre à la place des autres et ✓ ainsi pouvoir se faire sa propre opinion sur un sujet.

➔ Dans l'histoire « La culotte du loup », différents personnages interviennent.

Chacun a un rôle et un point de vue différents. Le narrateur est présent en tant que personne extérieure, il n'est pas un protagoniste.

Dans cette partie, l'enseignant·e propose aux enfants d'imaginer la « voix » des 3 personnages principaux : le loup, les cochons et le vendeur.



L'enseignant·e projette au TBI les dessins des personnages. Collectivement nous créons la carte d'identité des différents protagonistes.

3. La publicité - (50 minutes)

L'objectif est de montrer aux élèves que la publicité est partout, qu'elle s'impose à nous et qu'elle guide nos choix de manière insidieuse, sans que l'on ne s'en rende compte.

a) L'enseignant·e photocopie chaque culotte du livre et les affiche sur un panneau. Il·elle demande aux élèves :

« *Quelle culotte choisirais-tu ? Pourquoi ?* »

Les arguments énoncés par les élèves sont indiqués en-dessous de la culotte de leur choix. Lorsque tous les élèves se sont exprimés, la classe dégage des grands critères de choix des vêtements.

b) Pour compléter la liste, l'enseignant·e peut demander aux élèves :

« *Comment choisis-tu tes vêtements ? Sur base de quels critères ?* ».

Ces nouveaux **critères de choix** sont écrits sur une autre affiche. Les critères peuvent être les suivants : *habit du frère ou de la sœur, effet de*

mode, confort, éthique, marques, budget, enseigne (magasin), publicité, climat, évènement, etc.

c) L'enseignant·e demande ensuite aux élèves « **quels sont les critères de choix du loup ?** » et les indique à la suite du point b.

d) L'enseignant·e peut également proposer aux élèves de dégager les 5 critères les plus importants ou ceux qui reviennent le plus souvent pour simplifier la liste.

e) La classe tente ensuite de repérer dans l'histoire ce qui a poussé le loup à changer d'avis dans le choix de la culotte.

Qu'est-ce qui a influencé le loup ?

Les slogans publicitaires du livre

« *Une vraie culotte d'aventurier* »

« *Simple, souple, solide* »

« *Une vraie culotte de loulou* »

« *Une bonne affaire pour la vie* »

« *Culotte spéciale VIP* »

« *Le grand méchant loup à la même* »

L'enseignant·e demande au groupe : « *Lequel de ces slogans vous donne envie d'acheter une culotte ?* » Il·elle explique au groupe que toutes ces phrases et images dans le magasin donnent envie au loup d'acheter une plus belle culotte, toujours plus chère. C'est ce que l'on appelle la publicité. Il·elle questionne ensuite les élèves : *qui peut donner un exemple de publicité ? Où en voyez-vous ? À quoi sert la publicité ?*

L'enseignant·e fait ensuite les liens entre les critères de choix de vêtements énoncés précédemment et les phrases publicitaires.

L'enseignant·e demande au groupe « Ces « slogans » ressemblent-ils à nos critères de choix ? »

f) L'enseignant·e tire des conclusions et synthétise avec les élèves le concept de publicité : la publicité s'impose à nous via des affiches dans la rue, les spots TV et radio, dans les magazines, dans la boîte aux lettres, dans les transports en commun, dans les magasins (échantillons et dégustation), sur internet, etc.

L'enseignant·e distingue avec les élèves les supports et les médias utilisés par les publicitaires. Il·elle peut aussi expliquer les sens que cela mobilise chez nous (la vue, le toucher, l'ouïe, l'odorat, le goût).

Pour illustrer cela, l'enseignant·e peut apporter différentes publicités en classe, avec des messages et des supports différents.

Vous arrive-t-il de faire des choix en fonction de publicités que vous voyez ? Que vous entendez ? Si oui, lesquels ?

Où les voyez-vous ? Les entendez-vous ?

Pouvez-vous donner un exemple de slogan qui vous influence pour acheter un jeu, un vêtement, ... ? Une fois l'achat fait, êtes-vous satisfait ?

Si vous deviez choisir un jeu sans être influencer par les autres ou par la publicité, lequel choisiriez-vous ?

Quels pourraient être des critères de choix valables selon vos valeurs ?

Eco-responsable – seconde main – une Barbie pour un garçon – un jeu en bois pour éviter le plastique.

Prolongements

Discussion philo

L'enseignant·e explique : « Le loup est influencé par la publicité, il voit toujours une plus belle culotte, plus solide, plus adaptée à un vrai loup et plus chère. La publicité vante les mérites des culottes en valorisant celui qui la porte "une vraie culotte d'aventurier, une vraie culotte de loup, une culotte spéciale VIP".

Pourtant, le loup reste le loup, peu importe la culotte qu'il porte.

« *Qu'en pensez-vous ? Sommes-nous différents avec d'autres vêtements ?* »

Les élèves donnent leur avis sur cette question. L'enseignant·e invite les élèves à **argumenter leur réponse**. Celui qui le souhaite peut s'exprimer.

L'enseignant·e présente de vraies publicités et analyse le message et les intentions des marques qui se cachent derrière.

8. S'inscrire dans la vie sociale et politique

SF : Imaginer une société et/ou un monde meilleur(s).

Attendus : A partir de sujets de société, imaginer des alternatives.