

# PUBLICITE

L'influence de la publicité sur les adolescents

Ludivine Piroux

4CLA6

Tutrice Mme Michiels

## Travail personnel: Influence de la publicité sur les adolescents

### Table des matières

- La publicité: -définition
  - historique
  - différentes méthodes de publicité et
  - leurs fonctions
- L'adolescence: -terme
  - description
  - troubles
  - mal-être
  - complexes et maladies provoqués par les idéaux de beauté
- Pourquoi certains adolescents sont si influençables?
- Les adolescents avec les nouvelles technologies
- Influence de la technologie
- Les publicités qui attirent les jeunes
- Comment trouver un équilibre pour ses enfants?
- Bibliographie

**TOUS LES JOURS  
JE LAVE MON CERVEAU  
AVEC LA PUB**



### Définition de la publicité:

La publicité peut être définie comme <<l'action de rendre public>>. Ceci est aussi l'ensemble des moyens appliqués pour que la population ait la possibilité de connaître des nouveaux produits, une entreprise industrielle ou aussi commerciale. Leur objectif est de :

- vendre
- inciter
- faire agir

La publicité est un terme qui peut aussi être utilisé pour promouvoir des hommes et des femmes, présenter un lieu touristique ou des événements sportifs, culturels etc. Mais elle est aussi nécessaire pour attirer l'attention de notre société pour viser après des changements de comportement comme par exemple mettre en garde les gens contre :

- les drogues ou
- de les inciter à faire attention à l'environnement comme aussi
- de conduire moins vite sur l'autoroute

La publicité est une technique qui utilise l'économie, la sociologie et surtout la psychologie.

Définition du Larousse: <<Activité ayant pour but de faire connaître une marque, d'inciter le public à acheter un produit, à utiliser tel service etc., ensemble des moyens et techniques employés à l'effet (abréviation familière pub) Agence de publicité>>

### L'histoire de la publicité:

- Une des premières publicités serait de l'an 1000 av J.C à Thèbes. Ceci offrait une pièce d'or à celui qui attraperait un esclave en fuite.
- Dans l'antiquité on retrouve la publicité des genres de fresque qui annonçait un combat ou quand une bonne affaire était à faire.
- Au moyen-âge une autre forme de communication qui s'est mis en place qui était les annonces commerciales faites par des crieurs sur des lieux publics de l'époque. Comme la plupart des gens ne pouvaient pas lire, un homme venait sur la place publique pour crier des annonces.
- Au XV siècle il y a eu l'imprimerie qui était accessible au grand public et qui s'est développé rapidement.
- En 1660 la première publicité imprimée était dans la ``London gazette``. Ceci était pour du dentifrice.
- Jusqu'en 1745 la SEULE forme de publicité est la distribution de tracts et des affiches qui sont mis aux murs (affichage murale)



- Lors de la révolution industrielle au XIX nième siècle les progrès dans les techniques vont permettre à la publicité de communiquer plus facilement et à travers plusieurs médias.
- Par la révolution française le marketing politique voit aussi le jour
- En 1836 Emile Girardin insert pour la toute première fois dans son



journal ``la presse`` des annonces commerciales. Ce qui lui permet d'abaisser le prix et d'étendre l'électorat. La publicité média est là.

- La radio apparait en 1922 et 6 ans plus tard les 1<sup>er</sup> spots publicitaires se font entendre
- 1930 -> cours de publicité pour des écoles de commerce -> par congé payé -> publicité loisir, sports d'hivers, vacances
- 1955 : les sciences humaines apparaissent dans les publicités (sociologie, psychologie) etc.
- 1960 premières publicités TV
- Jusqu'en 1970 le marketing était peu impliqué dans la`` stratégie publicitaire`` ceci laisse le libre cours à la création donc aussi à la dérive. Dans cette année c'est aussi là où la publicité se recentre autour du produit ou un service qu'elle présente. Avec le développement des machines, outils et techniques ils peuvent même analyser et remarquer quand il y a des retombées publicitaires. C'est à partir de là où la publicité commence à devenir un phénomène culturel qui inspire même maintenant des émissions TV comme "culture Pub"

Maintenant celle-ci continue aussi à évoluer par les réseaux sociaux, les blogs etc.

Tous ces moyens utilisent les adolescents dans leur vie quotidienne. Ceci devient même de temps en temps une dépendance.

### La publicité

La publicité est divisée en quelques catégories :

- Journaux & magazines
- Radio
- Télévision & cinéma
- Affiche
- Publicité numérique

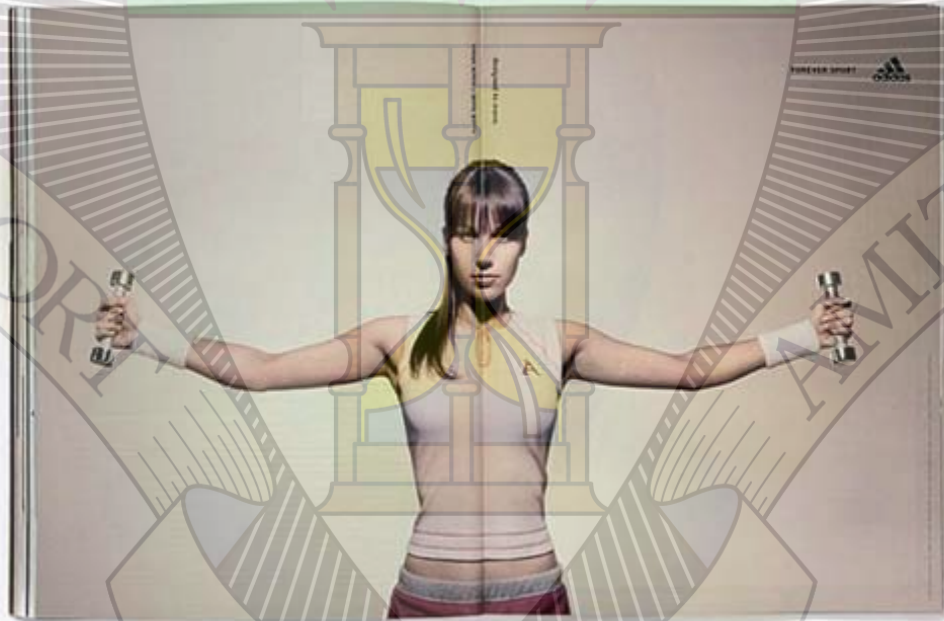
Cette répartition de la publicité est seulement divisée de cette manière pour vous expliquer plus facilement les différentes techniques qui sont

utilisés pour faire de la publicité. Toutes ces catégories seront abordées une par une en détail.

### Journaux et magazines

Les journaux et magazines sont là pour accrocher l'œil du public et de la convaincre de lire son 'article' (annonce). Si leur lecteur n'accroche pas alors il tournera la page et continuera vers quelque chose où il accroche le plus. Dans les journaux et magazines les éléments fondamentaux pour accrocher l'œil seront le mélange d'image et de texte. Le slogan doit être accrocheur et le visuel qui le suit doit aussi intriguer ou attirer l'attention de la personne pour qu'il puisse par après l'amener à lire l'argumentaire. Le rédacteur peut imaginer pleines de différentes manières. Le rédacteur peut imaginer de pleines de différentes manières d'intéresser déjà le lecteur par le titre en lui donnant un ton :

- informatif
- trivial ou
- en le mettant en forme d'intrigue.



L'argumentaire est là pour présenter le produit ou la marque qu'il souhaite promouvoir. En dernier lieu vient le logo et le slogan avec les coordonnées de l'annonceur.

A partir des années 1990 la publicité des journaux comme des magazines ont pris << un nouveau tournant >>. Un nouveau concept a vu le jour où les publicitaires accorderaient plus d'importance que l'argumentaire, ceci serait un moyen de casser le stéréotype de l'annonce-presse.

## Le visuel

Le visuel a pris une place énorme dans de nombreuses campagnes. Le texte est devenu moins important que le visuel car les publicitaires essaient de mettre tout sur l'impact et le pouvoir de l'image qui pour eux arrivera à faire passer plus facilement les messages par celui-ci. C'est plus facile d'utiliser un mode de communication où il faut que regarder au lieu de lire un long laius argumentaire.



La preuve dans la publicité de LAND-ROVER on peut apercevoir une voiture qui est vers la droite de l'image et à côté d'elle vers la gauche se trouvent deux hippopotames. Ils se trouvent dans un sort de lac dans un Sahara donc une région assez sec et avec beaucoup de sable. Dans cette publicité de 2005 on remarque directement que les publicitaires veulent nous dire

que la voiture est solide et que celle-ci sait s'adapter comme les hippopotames.

## Avantages d'utilisation des journaux et magazines

- Peut s'adresser à un public large par les différentes thématiques abordées dedans.
- Magazines peuvent insérer des dépliants, échantillons de produits dedans
- Journaux permettent aux annonceurs d'utiliser l'actualité pour relier directement le produit avec un événement récent.

## Inconvénients du support

- Comparé à la télévision la presse écrite ne peut pas toucher le public par le son et le mouvement
- Les journaux peuvent avoir un superflus d'informations ce qui peut avoir comme effet d'avoir difficile de se créer un chemin.



- Les journaux ont une durée de vie très courte une fois qu'il a été lu on le jette à la poubelle, mais les magazines ont des informations moins actuelles mais plutôt générales donc ils peuvent être donnés aux amis ou mis dans une salle d'attente d'un médecin où une somme importante de gens le liront.
- Journaux n'ont souvent pas beaucoup de couleur donc plus dure à faire ressortir le produit (en plus nombre limité de pages couleur dans un journal)

## Radio



Comme nous avons déjà abordé le sujet auparavant du visuel, on pourrait penser que la radio soit vraiment limitée ou moins utile ou pratique que les autres supports pour créer un lien de communication avec la population. Or ce n'est pas forcément le cas. En comprenant d'abord les raisons comme pourquoi les éditeurs écoutent la radio et si les responsables de spot de radio sont un peu originaux et créatifs ceci reste alors un moyen aussi pratique que les autres.

Les habitués comme on entend déjà dans le mot ont des habitudes. Ceux-ci écoutent presque toujours les mêmes programmes de manière régulière et souvent aussi à la même heure (p.ex. pendant le chemin au travail ou durant l'heure du midi).

Or comparé aux habitués les <<ponctuels>> écoutent simplement le programme qu'ils auront envie d'écouter à ce moment et ceci sera plutôt pendant les heures libres (de loisir).

## Fonctionnement

Si on regarde brièvement il existe deux types d'écoute. L'une est <<fonctionnelle>> et l'autre <<émotionnelle>>. L'écoute <<fonctionnelle>> est là pour se tenir au courant de l'actualité donc plutôt un moyen de nécessité (p.ex. actualité, météo, trafic etc.) Par contre l'écoute <<émotionnelle>> est une écoute qui est plus un lien entre l'auditeur et le programme par le type de musique ou présentateur etc.

Le matin l'écoute de l'auditeur peut être l'un ou l'autre, ceci est dépendant de l'utilité que chacun a de la radio.

## Tirer parti de la radio

Même s'il n'y a pas de côté visuel à la radio, il y a une possibilité de créer un effet de surprise par le fait de passer efficacement un message auprès du public.

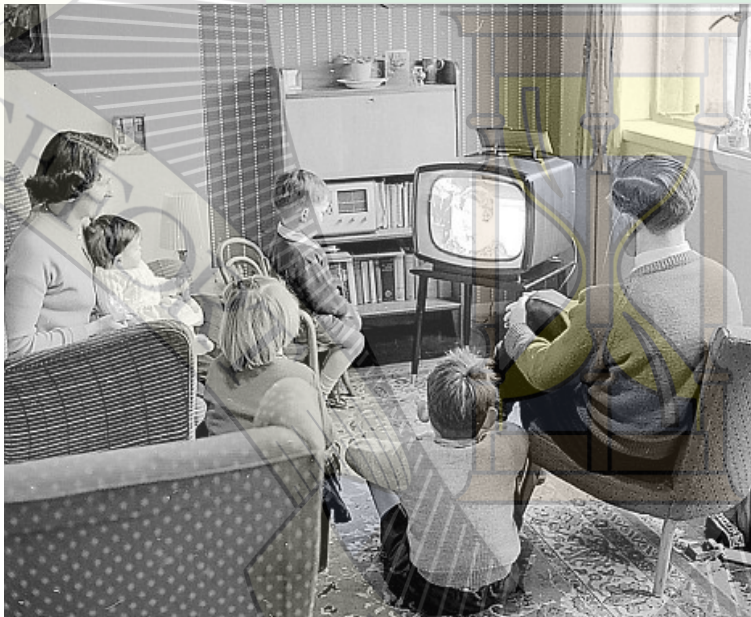
### Avantages de la radio

- Type d'auditeurs plus précis
- Radio relativement 'bon marché'
- On peut programmer l'heure de certaine publicité (comme par exemple la sortie des hommes d'affaires)
- On peut écouter la radio en conduisant
- On est plus créatif car on se crée ses propres images mentales

### Inconvénients de la radio

- Les gens risquent de se lasser beaucoup plus vite.
- Quand il y a des pubs commerciales les gens changent souvent de spot donc la somme d'écoute baisse beaucoup plus rapidement
- L'absence de visuel peut irriter certaines personnes

### Télévision & cinéma



Il y a cinquante ans les spots étaient encore assez rudimentaires et ressemblaient plutôt à des réclames animées qu'à des films. Avant il y avait seulement une personne qui présentait un certain produit comparé à maintenant où des vrais scripts sont écrits avec originalité. Ses mini-scénarios durent un peu près 30-40 secondes dans ceux-ci se trouvent du mouvement, des effets

spéciaux, dialogues, musique et une voix qui commente en complimentant le produit. Les coûts sont partout très élevés et souvent une certaine disqualification se fait entre les petites marques et les grandes. Les grandes marques ont l'argent pour créer répétitivement des nouvelles publicités qui fait qu'elles développent une image forte et durable. Le cinéma a aussi contribué aux publicités visuelles, il dynamise encore plus la publicité sur grand-écran. Par cela une plus grande somme de personnes sera là et pourront par là captiver.



Dans le cas du cinéma par exemple l'auditeur sera plus captif car il est en attente du film et par cela il sera donc plus réceptif à l'information qui lui sera présenté.

### Les avantages de ceux-ci

- Le public dans cette branche est très large
- On arrive à interpeller plus facilement les gens par le visuel
- Il y a une possibilité que les gens s'identifient par cela
- Des personnes qui sont célèbres et qui ont des fans donc de l'influence sur une certaine branche de la population peuvent devenir l'égérie de la marque et les gens achèteront plus facilement alors le produit
- Dans la télévision ou au cinéma il y a de la musique qui est ajouté dedans et les gens apprécieront plus vite le produit si il s'apprécie déjà la musique. En plus de cela le compositeur de la chanson pourra gagner de l'argent et du succès par cela.

### Les inconvénients

- Le coût de réalisation est très élevé et par ceci pas tout le monde a la chance de pouvoir utiliser ce moyen de communication
- Le problème avec la publicité sur les grands-écrans est que quand une publicité arrive les gens zappent souvent la chaîne pour voir s'il y a rien d'intéressant pendant la pub.
- Pour produire aussi des publicités professionnelles il y a besoin de trois mois si pas beaucoup plus longtemps
- Si l'histoire de la publicité est complexe ce sera difficile de mettre ça en place en le filmant



### Les affiches

L'affiche est une véritable aide pour les annonceurs. Comme ce support a une grande visibilité il est un moyen de communication assez compétitif, elle s'adapte à chaque environnement <<extérieur>>.

En plus de cela la forme et la taille peuvent également varier car l'affiche n'a pas besoin de la rue car elle peut aussi être de la taille d'un mouchoir de poche alors on nomme cela un tract publicitaire, qui est distribué dans la rue. Cette forme de publicité est accessible à un large public : Le succès de la plupart de celles-ci est la simplicité du slogan comme du message visuel. Le passant arrive en quelques secondes

à déchiffrer le message publicitaire, qui est accroché à un endroit précis. L'équipe artistique qui conçoit les affiches a comme mot d'ordre de créer une affiche qui est :

- Courte
- Percutante
- Choquante ou
- Image drôle
- Intéressante
- Accrocheuse

Les emplacements ont aussi un rôle primordial, ils doivent être novateurs dépendant de la forme de celle-ci. Il existe des affiches qui s'intègrent aux paysages ou à l'environnement et d'autres qui seraient préférables de mettre sur des places fortement fréquentées.



Voici une campagne de publicité de Mc Donald qui est une chaîne de fast-food. On peut voir qu'ils ont eu une idée assez originale d'utiliser un passage pour piéton pour représenter leur cornet de frite. Les bandes blanches pour passer de l'autre côté de la route ont été peintes en jaune et en bas on reconnaît directement le cornet de frite avec leur logo dessus !

Une idée qui ressemble à la première c'est MR Propre. Une idée ressemblante toutes les lignes de passage qui sont normalement blanches commencent par la saleté à devenir grises mais grâce au produit efficace de Mr Propre la bande nettoyée avec le produit est de nouveau blanche comme neige.



### Affiches numériques interactives

Comme nous avons remarqué par avant les affiches sont l'un des supports les plus créatifs du monde de la publicité. Or elle a pris un nouveau souffle avec des affiches maintenant numérique donc interactive. Elles sont mise



en place la plupart du temps sur l'entièreté du bâtiment. Ce nouveau support est si intéressant et ludique par les films, les animations comme les effets sonores qui sont ajoutés. Tout cela donne aux équipes artistiques de toutes nouvelles voies. Quand les consommateurs peuvent interagir de façon amusante et créative par les affiches, la communication gagne en pertinence et l'impact devient plus grand. Par les médias numériques l'interaction entre les deux peut être vite fait. (vidéos, photos et textes) : Comme par exemple une publicité qui demande l'avis d'un produit à la population, puis ce message se retrouvera sur cette affiche. Les affiches numériques se trouveront sur :

- Des arrêts de bus
- Centres commerciaux
- Aéroports
- Gares etc.



Le ministère de la santé et des services sociaux du Québec avait des difficultés à recruter des employés dans le secteur médical et cette campagne d'affiches interactives dans un abri de bus devait montrer que les gens pouvaient contribuer à sauver des vies.

Nous pouvons voir sur cette affiche interactive un homme qui est allongé sur un lit d'hôpital. Deux contours de mains sont dessinés sur la poitrine du côté du cœur de la personne, son encéphalogramme est plat. Lorsqu'on appuie ses deux mains sur la zone indiquée alors on relance l'encéphalogramme du patient qui reprend vie.



Cette affiche a été donc mise pour promouvoir les professions de santé. Par ce moyen ludique les gens ont retenu pendant longtemps l'information qui leur avait été transmise.

Ses affiches se développent de plus en plus avec le temps. Les interactions sont encore plus impressionnantes par les écrans tactiles. Pour trouver l'endroit parfait pour votre publicité, il existe des medias planeurs qui analysent tout pour vous. Par exemple une marque de jus de fruit cherche un emplacement pour leurs affiches naturellement le media planeur cherchera alors un endroit près des grandes surfaces pour que les gens se dirigent inconsciemment là-bas.

### Avantages

- S'adapte -> dimension, forme
- Public passe plus d'une fois par jour et lisent le message plusieurs fois
- Espaces publicitaires -> peuvent être près du point de vente
- L'affichage permet d'avoir l'attention du public sur le long terme
- Peut être tridimensionnel -> élargit champ créativité

### Inconvénients

- Cible graffiti et vandalisme
- Location d'emplacement cher
- Moins facile de toucher un public national
- Meilleurs sites sont occupés parfois sur du long terme

Lorsqu'une affiche d'un produit procure du bonheur en lisant l'affiche, le passant pense alors que le produit lui procurera aussi du plaisir.

### Les adolescents

#### Définition

On peut définir l'adolescence comme une période de transition ou une phase de développement humain physique et mentale entre l'enfance et la vie de jeune adulte. Ceci est normalement entre 10 et 19 ans. En France on commence à dire qu'une fille est dans l'adolescence lors de ses 10 ans et chez les garçons 12 ans. Cette phase nommée l'adolescence est un changement physique comme mental qui est assez difficile pour la plupart d'eux. La fixation du début de cette âge dépend de chaque pays car dans les régions tropicales et méditerranéennes cela arrive vers (9-11 ans), dans les pays nordiques c'est plus tard (14-17 ans) et dans les régions tempérées un peu près de (11-14 ans). Tous ses chiffres sont approximatifs. En effet ce serait prouvé que la puberté commencerait plus

tôt en ville qu'à la campagne, ce serait à cause des stimulations (bruit, stress). Les phénomènes liés à la maturité sexuelle sont :

- Physique (visible)
- Psychologique (mentaux, comportement)
- Interne (organes internes)

Cette puberté est une sorte de processus physique\*, psychique\* et psychologique\*.

\*Physique -> tout ce qui est lié au corps

\*Psychique -> mental (aspect conscient ou inconscient)

\*Physiologique -> Fonctions & réactions normales de l'organisme

Pour les filles comme pour les garçons la puberté c'est aussi l'apparition de poils (pilosité) sur différentes parties spécifiques du corps (jambe, aisselles, parties intimes). Chez les filles la poitrine se développe comme aussi les hanches ce qui sert à accueillir le fœtus. Les garçons ont aussi des poils qui apparaissent sur le visage qu'on nomme duvet vers 12 ans et barbe plutôt vers 18 ans. Leur musculature se forme et les bras s'allongent. La verge et les testicules prennent en volume et le garçon commence à avoir une émission de sperme. L'apparition d'acné chez les filles correspond à la sécrétion de sébum par le corps qui est causé par le processus hormonal. Cela est dépendant de la peau de chacun. Néanmoins dépendant de la gravité de l'acné, il est nécessaire d'avoir un traitement médical. La mue de la voie arrive aux deux sexes, même si chez les garçons la voix semble beaucoup plus se changer d'une manière cassée, cela donnera lieu à une voix entre les graves et les aigus de 12 à 15 ans en moyenne. La menstruation aussi nommé règles est provoquée par l'hormone œstrogène chez le sexe féminin. Cette coulée de sang montre un signal pour la maturité sexuelle de la fille. Ce signe montre que ses ovaires produisent des ovules ce qui veut dire que à partir de ce moment elle peut tomber enceinte lors d'un rapport sexuelle non protégé.

### Adolescents troubles et complexes

Comme l'adolescence apporte c'est beaucoup de changement comme une phase importante et difficile de la vie, elle peut être mouvementée et les parents ne savent pas toujours par qu'elle bout le prendre.

Les troubles qui peuvent apparaître pendant l'adolescence peuvent être multiples comme par exemple :

- Agitation
- Euphorie
- Déprime

- Renfermement

Pour les parents qui font partis de la vie de leurs adolescents c'est difficile de déterminer pour eux quand c'est seulement une saute d'humeur lié par les hormones ou si c'est un cas plus grave qui nécessite une réelle attention et aide psychologique.

### Donc qu'elle est la normalité ?

Par les hormones la particularité des adolescents sont les humeurs qui sont vite variables. L'humeur peut changer et rester pendant une durée de temps de quelques jours ou mois. Pendant ses épisodes le comportement qu'ils adoptent est pour affronter l'autorité des parents or la cause est par des nouveaux liens qu'ils créent avec ses amis et leur parents.

### Quels sont alors les signes inquiétants ?

Si cette phase a une durée de temps raisonnable et il n'y a pas de signe anormal de mal-être ou renfermement il ne faut pas s'inquiéter.

Lorsque des signes comme ceux que je vais vous présenter commence à apparaître il faut commencer à prendre des mesures :

- L'enfant reste isolé dans sa chambre et ne veut plus du tout sortir en dehors et ne communique presque plus
- Une chute de performance scolaire
- Passion obscures et livres ésotériques
- Dépression intense, tristesse, dévalorisation de soi-même or de ses propres projets
- Accès de violence & fugues
- Perte de poids anormale, vomissement (anorexie mentale)
- Préoccupations somatiques
- Envie suicidaire

### Quelles circonstances sont souvent à risque ?

Pour qu'un enfant devienne dépressif il n'y a pas besoin de circonstance particulière. Or si l'enfant est déjà depuis son plus jeune âge replié les chances deviennent plus grandes que cela ressorte de nouveau vers la phase pendant l'adolescence. Un certain nombre de traumatismes peuvent amener une dépression ou certains troubles psychologiques ou du comportement de l'enfant.

Souvent ce sont :

- Les deuils (qui sont mal acceptés ou brutaux)



- Divorces (mal-entente lors de la procédure et par après, l'enfant qui ne comprend pas ou ne veut pas comprendre ou qui a dur à l'accepter)
- Agressions physiques (coups, viols, racket âge)
- Climats de mal-être familial (chômage, violence conjugale, dépression parentale, alcool, drogues)

...les causes principales d'un repliement ou traumatisme.

### Les risques par après ?

Les garçons ont le plus souvent des troubles de comportement qui sont montrés par des actes de type violent.

Or chez les filles cela se présentera sous forme de troubles alimentaires par exemples anorexie. La consommation de drogue et d'alcool est aussi assez récurrente pendant l'adolescence par des troubles celle-ci se renforcera et deviendra presque comme omniprésente.

Le cannabis sera plutôt consommé par le sexe masculin et des médicaments par le sexe féminin. (Type de médicament pour mincir ou avoir un kick).

Or cela n'est pas une règle absolue et ce genre de grandes dérives aboutissent par après à des consommations de substances de tous genres.

### Mal-être et complexe chez les filles

La période d'adolescence pour les filles est encore plus complexe par l'énorme changement que le corps subit qu'on nomme aussi une vraie métamorphose. Un corps qui avant qui était plat et lisse se change en quelque chose d'inconnu.

Pendant ce changement la personne concernée n'a pas d'emprise dessus et commence à créer par

cela des complexes. Il peut avoir une sorte de mal-être qui se crée par la comparaison qui est fait entre elles, ou les copains qui lancent des blagues qui peuvent renforcer le tout. Chacun a des



complexes et le média le savent et jouent avec cela par les produits qui essayent de nous vendre et soi-disant régleront tous nos problèmes. Les adolescents ne remarquent pas que tout cela est une grande mascarade par les images qui nous sont présentées avec des gens qui ont une peau parfaite sans imperfections, des cheveux sublimes sans un seul problème, tout cela est faux et devrait être dénoncé.

Le complexe <<Top model>> très souvent chez les filles est la description de complexe qui tournent vers l'obsession et à la pathologie\*, même en maladie comme l'anorexie et la boulimie.

Les deux maladies ont en commun souvent **l'imaginaire des kilos en trop !** Le moindre gramme de cellulite les dérange et les angoisse.

Par ce bombardement de filles parfaites qui représentent la perfection de la beauté de leur point de vue, or l'image qui véhiculé n'est pas réelle.

Le problème chez ce genre de maladie, même si on essaye d'expliquer à la personne qu'elle n'a pas de cellulite ou kilos en trop, elle soutiendra toujours l'idée qu'elle a partout quelque chose en trop. La personne touchée aura un vrai dégoût devant la nourriture qui lui évoque le malheur et refusera strictement de l'avalier. Comme nous en avons déjà discuté par avant, elles auront recours à des médicaments comme des laxatifs. S'il y a un abus de ce genre de médicament des énormes troubles cardiaques peuvent apparaître. L'effet d'amaigrissement est procuré par la perte de minéraux tels que le potassium. Des prises de laxatif à dose élevée peuvent entraîner la mort en plus de cela il est prouvé que les médicaments n'ont pas une efficacité sur longue durée car le corps se défend contre tout cela.

A l'inverse de l'anorexie, la boulimie est une personne qui mange compulsivement d'énormes quantités d'aliments. Puis elle se fera vomir pour qu'elle puisse même avec toute la nourriture ingurgitée, rester à un poids stable et donc mince.

L'anorexie est dans 15% des cas mortelle. Les garçons peuvent aussi souffrir de ce genre de maladie même si ce n'est pas aussi courant.



Ce phénomène est même devenu d'une certaine manière à la mode même si cela est effrayant, il existe des sites internet qui sont pour l'anorexie et incite les gens à cette maladie... Les pros Ana ce qui appelle un mode de vie, des sites de ce genre sont néfastes et il faut vraiment faire attention de rentrer dans leur jeu.



(

Dans les années 70, une femme était sublime quand elle avait des formes au contraire d'aujourd'hui)



### Les adolescents et la publicité : Pourquoi certains adolescents sont si influençables ?

Depuis le début de l'histoire de la publicité, les jeunes ont toujours été une des plus grandes cibles privilégiées par les publicitaires. Les adolescents sont vus comme des êtres influençables par leurs familles, leurs amis, l'école et les médias.

Les jeunes sont la plupart du temps un des plus grands facteurs de dépense par leurs impulsions d'achat qui sont souvent vers la direction de :

- la mode &
- des nouvelles technologies

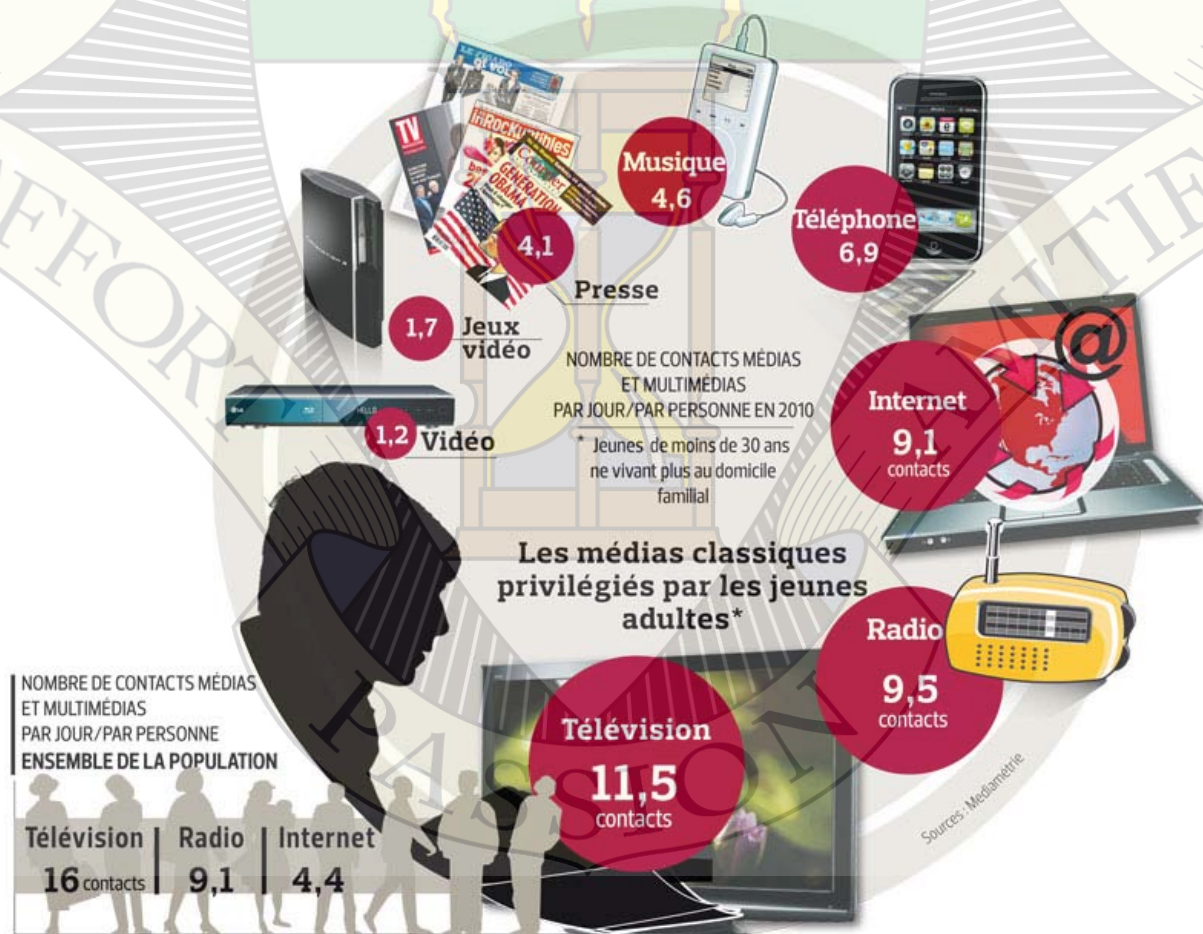
Dans la mode ce que les publicitaires ont pu analyser était que les marques de <<prestige>> (qui sont tendances) donnaient souvent l'impression aux jeunes d'avoir une sorte d'appartenance à un groupe. Certains jeunes voient ça aussi comme un moyen supplémentaire de satisfaire leur besoin d'identification ou d'acceptation. D'une manière ils sont à part entière de la société de consommation. Ils suivent souvent leur groupe d'amis pour tout ce qui est des marques en vogue, vous allez rarement voir des jeunes qui seront autonome ou qui aimeront aller vers le contraire vestimentaires que tout le monde porte. Quand ceux-ci n'obtiennent pas le produit convoité il existe la possibilité qu'ils se sentiront exclus ou auront un sentiment de privation. Les marques en mode changent d'un mois à l'autre ce qui ne dérange en rien les adolescents qui suivront directement celle-ci.

En moyenne les jeunes reçoivent 20-30€ d'argent de poche par mois. Néanmoins les parents donnent de temps en temps un supplément. C'est pour ça que les publicitaires redoublent d'ingéniosité pour crée des publicités par qui iront en fonction de leurs préférences. Ils essayent de conserver ces acheteurs pour qu'ils deviennent des encore meilleurs consommateurs. Des études ont prouvé que les adultes restent fidèles aux marques qu'ils avaient quand ils étaient jeunes. Comme les jeunes sont sans cesse à la pointe de la technologie, les publicitaires doivent se



renouveler sans cesse pour plaire. 50% d'entre eux réagissent à la publicité par attirance. La majorité aime quand dans les publicités il y a de l'humour (71%), musique (60%), images jolies (59% hommes et 60% filles) car les hommes préfèrent par contre l'action (48%). Les jeunes aiment aussi les sous-entendus qui peuvent se cacher dedans. Trop d'informations sur le produit ne sont pas très appréciées (28%). Tous ces pourcentages qui ont été réalisés sont indispensables pour la réalisation et le message publicitaire.

### Les adolescents et les nouvelles technologies



Voici en France les différents médias que les adolescents ou jeunes adultes utilisent quotidiennement (téléphone portable, smartphone, ordinateur,

télévisions, console etc.). Depuis les années 2000 les nouvelles technologies ne cessent de s'améliorer et de prendre une place primordiale dans notre société comme dans nos vies privées. La plupart des adolescents ont grandi avec ce mouvement, ce qu'on peut apercevoir avec la connaissance de tous ses programmes que les jeunes ont.

Les publicités qu'attirent les jeunes

### [L'influence de la publicité sur les adolescents](#)

Article de Karyne Boudreau, Carole Bouchard :

Dans une étude qu'ils ont fait ils ont remarqué que les adolescents d'aujourd'hui sont les plus riches et les plus dépensier <<de l'histoire>> : Les publicitaires ont particulièrement ciblé les gens de 14-18 ans pour les publicités d'aujourd'hui. Une assez une connue agence de publicité québécoises <<Virus 1334>> a par exemple aussi décidé de cibler la clientèle des jeunes. La seule restriction que les publicitaires ont est qu'ils n'ont pas le droit d'influencer le jeunes de moins de 13 ans donc ils ont le feu vert à partir de 14 ans. Les jeunes d'aujourd'hui ont un marché avec un pouvoir d'achat très important. Les adolescents québécois dépensent approximativement 2 milliards de dollars par ANNÉE. En plus de cela ils influenceraient même les achats de leurs parents. Le département des sciences de la consommation de l'université de Laval ont prouvé que 63% des adolescents de 15-18 qui ont un travail dépensent presque totalité de leur salaire par mois. Ce qui est impressionnant à leur jeune âge d'avoir une impulsion d'achat de cette sorte. Ce qui attirent les jeunes sont toutes les choses qui aiment et qu'ils leurs procurent du plaisir ou tout ce qu'il est extrême. Les jeunes

### Bibliographie et sites internet :

- L'histoire de la publicité (elise) -> <http://blog.wannaweb.fr/histoire-publicite/>
- [www.minutebuzz.fr](http://www.minutebuzz.fr)
- <http://sante-medecine.commentcamarche.net/faq/8032-adolescence-definition>
- <http://sante-az-aufeminin.com/enfant/relations-parents-ados-d2740.html>
- <http://rms.medhyg.ch/numero-253-page-1230.htm>
- Affiche interactive : <http://catherine-est-unanime.blogspot.com/2011/07/affiches-interactives-faites-un-massage.html>
- <http://goo.gl/1gVSzm>
- <http://goo.gl/tsdZkV>
- Les fondamentaux de la publicité :





