

CONVERSATION

Discutons du consommérisme

NIVEAU

Intermédiaire (B1)

NUMÉRO

FR_B1_3094S

LANGUE

Français

Objectifs

- Je peux parler de mes habitudes de consommation.
- Je peux discuter des profils de consommateurs.



Échauffement

Échangez avec vos camarades.

Vous aimez faire des achats ?

Vous aimez passer du temps dans les centres commerciaux ?

Le marketing ciblé

Lisez le texte et **répondez** à la question.

Le marketing ciblé consiste à définir le public que l'on souhaite toucher par un produit et une publicité.

En plus des études de marchés classiques, la prospection internet, l'échange d'information et l'analyse des moteurs de recherche sont devenus des outils indispensables au marketing des entreprises.



Souriez, vous êtes observé·e·s !

Vos données personnelles peuvent être vendues à des fins commerciales.

Vos recherches internet sont enregistrées grâce à votre adresse IP ce qui permet d'afficher des publicités ciblées sur votre écran.

Parfois, vous pouvez également être contacté·e·s par téléphone par des commerciaux qui font ce qu'on appelle du démarchage commercial.

1. Pouvez-vous définir ce qu'est le marketing ciblé avec vos propres mots ?
2. Grâce à quoi est-il possible de vous proposer des publicités ciblées ?



Discutons du marketing ciblé

Selon vous, quels sont les avantages et les inconvénients du marketing ciblé ?
Pourquoi ?

Avantages

Inconvénients



Profils stéréotypés de consommateurs

Associez chaque profil à sa définition.

1

l'alter-shopper

a

Aime le commerce alternatif et le *Do it Yourself*. Achète par besoin plus que par plaisir.

2

le slow-shopper

b

Attentif et consciencieux, cherche la qualité et la confiance dans un produit.

3

la ménagère

c

Adepte des petits producteurs, du bio et des coopératives, il est militant et achète utile.

4

l'emo-shopper

d

Consomme par plaisir, parfois par pulsion. En général entre 18 et 34 ans.

5

le vigi-shopper

e

Connecté et toujours à la mode, il recherche les nouvelles tendances avant même qu'elles n'existent.

6

le social-shopper

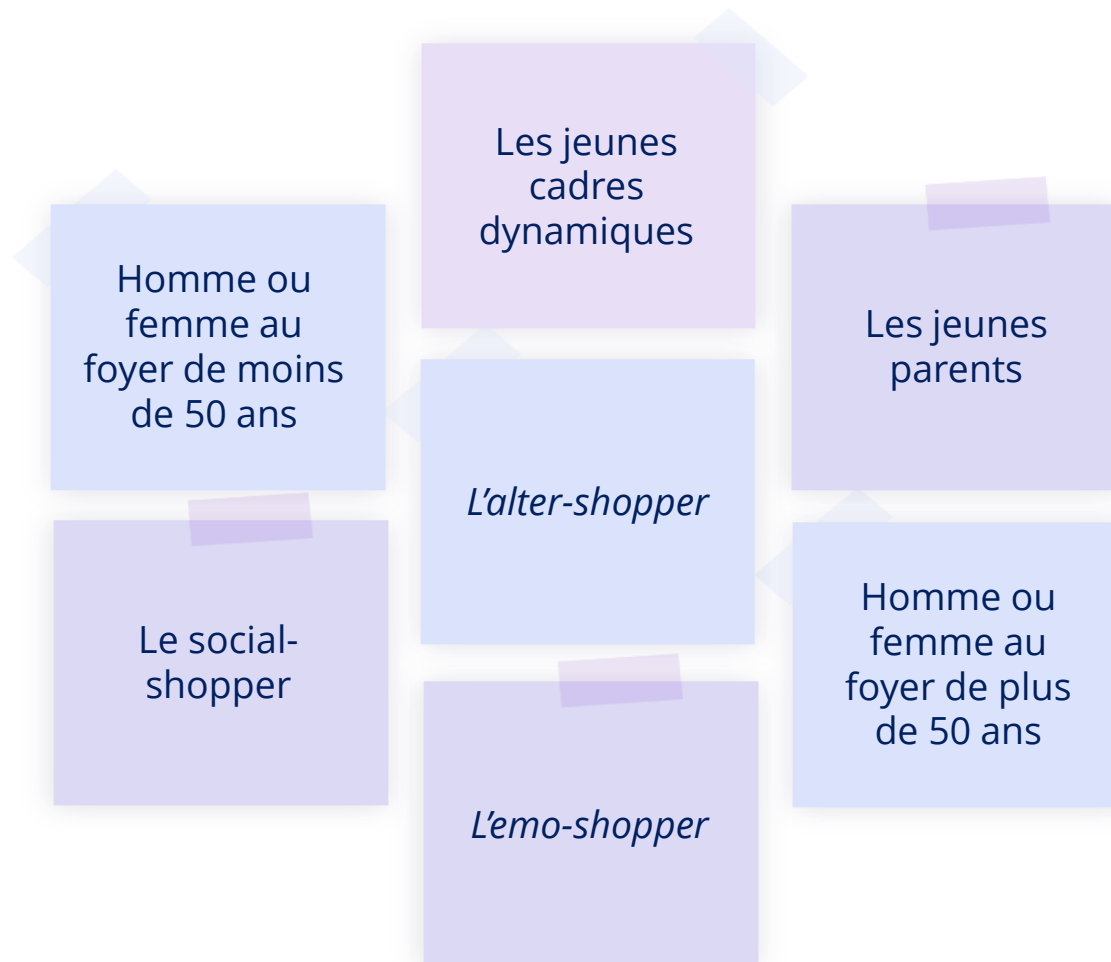
f

Personne qui s'occupe de la gestion du foyer, fortement influencée par la télévision.



Quels achats pour quels profils ?

Imaginez ce qu'achètent ces différents profils de consommateur·rice·s.





Devenez commercial·e

En **classe entière** ou en **breakout rooms** : vous êtes commercial·e et **vous devez donner** des arguments de vente à 3 types de client·e·s différent·e·s pour les convaincre d'acheter votre produit. **Respectez** le profil de chacun·e.

Une voiture de sport

Une femme au foyer
de moins de 50 ans

L'émo-shopper

Le slow-shopper



Avant d'entrer dans la **breakout room**, prenez une **photo** de l'exercice.



Jeu de rôle

Vous avez vécu une mauvaise expérience de marketing ciblé et vous vous en plaignez auprès d'un·e ami·e.

Jouez le dialogue.



Étudiant·e A

Vous recevez des publicités gênantes sur votre email professionnelle.

J'ai reçu des publicités de sites de rencontre sur mon adresse email professionnelle !

Oh zut ! J'espère que ton patron n'a rien remarqué !



Étudiant·e B

Expliquez le principe des publicités ciblées et trouvez des solutions à son problème.

- adresse IP
- recherche
- navigation privée
- ordinateur personnel
- ...



Les achats et vous

Choisissez une question et **posez-la** à vos camarades.

**Vous arrivez à contrôler
vos
dépenses ?**



**Vous aimez
économiser ?**

**Comment dépensez-
vous votre argent ?**



**Quels sont les
bénéfices du
consumérisme ?**

Et les dangers ?





avoir la fièvre
acheteuse

À votre avis que signifie cette expression ?
Avez-vous souvent **la fièvre
acheteuse** ?



Pourquoi consommer ?



Pourquoi pensez-vous que nous achetons des choses dont nous n'avons pas besoin ?

Quels facteurs sociaux influencent la manière dont nous consommons ?



Le son /e/

Le son /e/ peut s'écrire – **é**, – **ez**, – **er**, ou – **es** en fin de mot.

Il est caractéristique du **participe passé** des verbes du premier groupe.

Attention : si – er ou – es est en milieu de mot, il ne sera jamais prononcé /e/.

1	2	3	4	5
les	taper	pré	parlé	jouez
/le/	/tape/	/pʁe/	/paʁle/	/ʒwe/



Le son /ɛ/

Le son /ɛ/ peut s'écrire – **ai** (en fin de mot), – **ê**, – **e suivi d'une consonne** en fin de mot ou – **e suivi de 2 consonnes** à l'intérieur d'un mot.

Il caractérise la conjugaison à l'**imparfait** et au **conditionnel**.

Différencier les sons /ɛ/ et /e/ est donc très important pour **distinguer le passé composé de l'imparfait**.

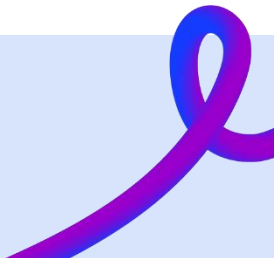
1	2	3	4	5
lait	tra jet	pr ê t	par l ait	E stelle
/lɛ/	/tʁa.ʒɛ/	/pʁɛ/	/paʁlɛ/	/ɛstɛl/



Les sons /e/ et /ɛ/

Cochez la bonne colonne.

	/e/	/ɛ/
1 Avant, je mangeais sans arrêt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 Il a enfin décidé de parler.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 Écoutez les enfants jouer !	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 C'est presque la même chose.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 Vous préférez les dictées ou la récré ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 Elle le fait exprès !	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

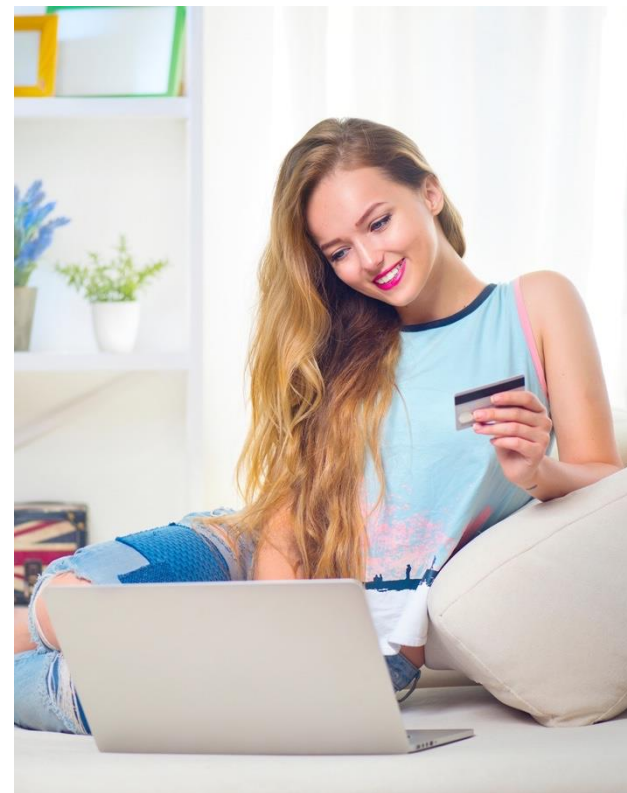




La culture consumériste

**Peut-on échapper à
la culture
consomériste ?**

Quelles sont les alternatives ?





Fin de la leçon

Expression

Acheter sur un coup de tête

Sens : acheter sans réfléchir

Exemple : *Je n'avais pas vraiment besoin de cette nouvelle robe, je l'ai achetée sur un coup de tête.*



Pratique additionnelle



À votre tour

Vous faites des publicités ciblées sur internet. **Commencez** par choisir un produit.
À qui s'adresse votre produit ? Sur quels sites internet allez-vous mettre votre publicité ?





Qu'en pensez-vous ?

Discutez de cette citation avec vos camarades.

De nos jours, les gens connaissent le prix de tout, mais ils ne savent la valeur de rien.

Le Portrait de Dorian Gray, Oscar Wilde



Les fêtes et les achats

Pensez-vous que les différentes célébrations telles que Noël, Pâques ou la Saint-Valentin nous poussent à la consommation ?

Est-ce le cas pour vous ?





Discutons

Lisez les phrases suivantes. Êtes-vous d'accord, pourquoi ?

1 Nous consommons plus depuis qu'il y a Internet.

2 La publicité par placement de produit devrait être illégale.

3 On ne devrait pas autoriser le partage de nos données à des fins publicitaires.





Corrigés

P. 6 : 1. a ; 2. c ; 3. f ; 4. d ; 5. b ; 6. e

P. 16 : /e/ : 2, 3 et 5 ; /ɛ/ : 1, 4 et 6



Résumé

Comprendre le vocabulaire du marketing ciblé

- *les données personnelles*
- *la prospection ; le démarchage commercial*
- *le moteur de recherche ; l'adresse IP*

Parler de ses habitudes de consommation

- *faire des achats*
- *dépenser ou économiser*
- *pousser à la consommation*

Le son /e/

- peut s'écrire – **é**, – **ez** et – **er** ou – **es** en fin de mot.
- **Attention** : si – **er** ou – **es** est en milieu de mot, il ne sera jamais prononcé /e/.
- *parlé ; jouez ; taper ; les*

Le son /ɛ/

- peut s'écrire – **ai** (en fin de mot), – **ê**, – **e** suivi d'une consonne en fin de mot ou – **e** suivi de 2 consonnes à l'intérieur d'un mot.
- *lait ; prêt ; trajet ; Estelle*



Vocabulaire

le marketing ciblé

l'adresse IP

la prospection

le moteur de recherche

le commercial, la commerciale

la donnée personnelle

le démarchage commercial

dépenser

économiser

pousser à la consommation



,

Handwriting practice lines consisting of 15 horizontal blue lines on a white background.

