

***La publicité et ses effets sur nous
En as-tu vraiment besoin?***

Thème de la rencontre 2 mars 2022

Groupe de Codéveloppement

Résumé Pierre Potvin.



Lors de cette rencontre étaient présents : Pierre P., Lise, C, André, B., Michel N, Paule, M. et Fernand, O.

(Deux nouveaux/elles membres : Paule, M. et Fernand, O.

Absents : Gaétan G.

Membres associés – pas présents aux rencontres, mais reçoivent les courriels et résumés.

Nicole S., Hélène H., Jean-Paul G., Alain, L., Madeleine G.

Note : Le résumé présente l'ensemble des idées qui ont fait partie de notre réflexion. Ce n'est pas une synthèse et le texte se formule comme une énumération de points de vue sans plus. Les propos sont des opinions exprimées par chaque membre. Le tout est volontairement anonyme.

Éléments théoriques sur la publicité – besoin et désirs

Cette partie théorique n'a pas fait partie de la rencontre. Elle a été faite après. Besoin et désir sont tirés d'une future publication et ne représente que mon point de vue (Pierre P.)

Publicité

(source : Google 3-03-2022)

« 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 cet effet. »

« Toute opération ou campagne publicitaire a pour but d'attirer l'attention du client sur le produit ou la marque ainsi que de le familiariser avec lui afin d'optimiser et de faciliter l'acte d'achat. »

« Pour l'entreprise, elle permet de renforcer sa notoriété et son image de marque en faisant la promotion de sa marque dans un marché donné. Pour le consommateur, elle permet d'attirer et de fixer l'attention d'un public cible en vue de l'inciter à l'action, décision d'achat par exemple. »

« Elle permet de faciliter la vente de produits et services ou bien de défendre une cause, de redorer une image, etc. Le but d'une publicité est de pousser votre cible à agir dans le sens voulu, au profit de votre entreprise. »

Besoin

(Source : Pierre Potvin. (2021). *Mon journal personnel. Un outil pour mieux se connaître à tout âge.* Béliveau éditeur)

Dans la vie humaine comme dans la vie animale, la réponse aux besoins est fondamentale. Pour nous, le sentiment de satisfaction ou d'insatisfaction est étroitement lié à la réponse (ou non) à nos besoins. Il importe donc de les reconnaître clairement. D'où l'utilité de savoir ce qu'ils sont.

Ce qu'est un besoin

Un besoin représente un manque dont la présence est ressentie comme indispensable à la vie (par exemple les besoins physiologiques : se nourrir, dormir), sinon comme très important (les besoins d'estime de soi, de stimulation, de contact social).

Les différents types de besoins

Les besoins ne sont pas tous de même importance. Il existe diverses théories à leur sujet. La plus connue est celle de la pyramide des besoins de Maslow. Au bas de la pyramide, nous retrouvons les besoins fondamentaux (biologique). Plus on s'élève dans la pyramide plus les besoins sont raffinés, comme c'est le cas du besoin de réalisation de soi.

Désir

(Source : Pierre Potvin. (2021). *Mon journal personnel. Un outil pour mieux se connaître à tout âge.* Béliveau éditeur)

Le dictionnaire *Lexilogos* présente diverses définitions du mot *désir*, dont les deux suivantes :
« Aspiration instinctive de l'être à combler le sentiment d'un manque, d'une incomplétude » ;
« Action de désirer, aspiration profonde de l'homme vers l'objet qui répond à une attente. »

En m'inspirant de l'encyclopédie *Wikipédia* je décris le sentiment du désir comme une sensation d'attraction à l'endroit d'une personne, d'un objet ou d'un événement particulier. Le désir et la recherche de son contentement produisent chez la personne une forme de tension qui va la mettre en attente d'être comblé. Le désir peut prendre deux formes, l'une positive si l'objet d'attente apporte du plaisir, du bien-être et l'autre négative si le désir cible une souffrance à éliminer. Exemple : je désire grandement guérir de cette maladie.

Selon moi, le désir est un état émotionnel, un sentiment généralisé dépassant une émotion spécifique. Il se manifeste par une attirance assez intense pour quelqu'un ou pour quelque chose. Ainsi, l'individu ressent le besoin de prendre possession de l'objet ou de la personne désirés.

Lien entre besoin, désir et publicité

Le besoin est au départ une manifestation de notre organisme qui est déclenché de l'intérieur. Il s'exprime soit biologiquement ou psychologiquement.

Le désir quant à lui, même s'il est ressenti de l'intérieur est plutôt déclenché de l'extérieur par divers stimuli. Il fait partie des nombreux besoins qui ne sont pas vitaux (essentiels). Le désir engendre une tension que l'on ressent, un sentiment de manque qu'on cherche à combler. Il désigne la sensation d'attraction et d'attente à l'égard d'une personne, d'un objet, d'une situation ou d'un futur particulier. On peut alors ressentir le besoin de prendre possession de l'objet ou de la personne.

Plusieurs désirs sont créés par la pression sociale, entre autres par la publicité. La pression à la consommation fait croire que l'objet de convoitise est essentiel à notre bien-être, voire à notre bonheur.

Échange

La publicité

L'un des participants mentionne qu'au départ il était porté à avoir un préjugé défavorable envers la publicité. Il la voyait comme un instrument qui ne favorise que la consommation, qui stimule les désirs. Après échange avec les participants, il a découvert que la « publicité » peut viser l'information de la population sans avoir pour cible l'achat d'un produit ou la consommation. L'exemple qui a été apporté c'est la publicité qui informe sur la violence conjugale. Elle met en scène un homme violent psychologiquement envers sa conjointe. C'est une forme de publicité qui vise à informer et à changer les attitudes des hommes envers les femmes. L'autre exemple de publicité d'information c'est celle sur la santé mentale. On voit un homme qui marche en étant penché, croche (/) ce qui frappe l'imaginaire. Un autre exemple c'est la publicité éducative *Éduc'alcool*.

Certaines publicités peuvent livrer de la *fausse information*, ou présenter des demi-vérités, de fausses vérités. L'exemple présenté est la publicité de l'industrie minière qui laisse entendre qu'elle contribue à la lutte au changement climatique.

La publicité et l'envahissement de notre vie privée.

Des participants mentionnent comment les responsables de marketing utilisent l'intelligence artificielle (IA) pour rendre leur publicité plus efficace. Exemple; Des caméras cachées sont utilisées pour filmer le visage (yeux) des consommateurs afin d'enregistrer où le regard s'attarde

sur un panneau publicitaire afin d'utiliser ces données pour avoir plus d'efficacité de vente de produits.

Des spécialistes en neurosciences, en IA, en marketing travaillent ensemble afin d'avoir une publicité individualisée. Ainsi, lorsque vous naviguez sur Internet, Facebook, You Tube, Amazon, etc., et que vous cliquez ou achetez sur Amazon un produit, très rapidement par la suite vous aurez une publicité ciblée pour vous en vous présentant divers produits en lien avec ce que vous aviez regardé.

Les besoins et les désirs

Un participant nous sensibilise en nous présentant le livre de Pierre-Yves McSween *En as-tu vraiment besoin*. Un échange suit à cette présentation nous conduit à la distinction à faire entre *Besoin et Désir*.

En principe le besoin devrait être une nécessité. Exemple. Pour certaines personnes, une auto est absolument nécessaire pour le transport. Le désir lui peut faire en sorte que l'automobile à choisir dépasse le seul besoin de transport. Je désire une auto convertible ou une BMW. Entre en jeu les valeurs ici.

Quelqu'un apporte en exemple concernant l'alimentation. Si *J'ai faim*, deux possibilités peuvent arriver : *j'ai faim*, à cause que mon organisme biologique déclenche en moi le besoin de me nourrir. OU *j'ai envie de manger* qui est alors plus *le désir* de manger quelque chose pour combler un manque, ou par plaisir, etc. Souvent les deux sont combinés (besoin/désir) : *J'ai faim je désire manger une bonne pizza*.

Une autre personne parle du désir profond, spirituel que sont : *le beau, le bon, le vrai*. Un désir qui est à la recherche du bonheur. Quelqu'un complète en mentionnant que les moines bouddhistes cherchent à « dominer » les désirs. Réduire au minimum les désirs afin de se libérer pour un état de bien-être supérieur.