

## Idées de débats

- **Qu'est-ce que ça vous fait d'être une cible publicitaire ?**
- **Publicité ciblée : intéressante et pratique ou intrusive et abusive ?**
- **Les jeunes sont-ils plus vulnérables que les autres face à la publicité ?**

## Idées d'exposés

- Analyser une publicité ciblée reçue sur Internet. En quoi est-elle ciblée ?
- Quels sont les différents types de publicités sur Internet ?

## Pour aller plus loin

### À lire :

- *Les enfants, la consommation et le marketing*, Joël Brée, PUF.
- *Kids marketing*, Joël Brée, EMS.
- *L'enfant Jackpot*, Nathalie Sapena, Flammarion.



Illustration : Yacine

## Le sujet

L'expression « teen-marketing » désigne **les publicités adressées aux jeunes** sur Internet.

Le teen-marketing consiste à **étudier les besoins, les comportements, les activités et les goûts** des enfants afin de leur vendre plus efficacement des produits. Aujourd'hui, leurs faits et gestes en ligne sont **décryptés pour mieux leur vendre** le dernier produit à la mode.

**En fonction de notre profil**, des informations que nous avons communiquées ou du contenu de nos messages, des publicités ciblées peuvent apparaître sur les sites web que nous visitons et parfois même directement dans notre webmail. **Remplir un formulaire, c'est offrir ses données personnelles**. La vente de données personnelles et la publicité ciblée sont les premières sources de revenu des sites gratuits et des réseaux sociaux.

Ces techniques de marketing sont d'autant plus efficaces que **les jeunes sont vulnérables par manque d'information ou de recul**. En effet, Internet fait partie du quotidien des jeunes, de leur « culture ». Les parents ne saisissent pas l'étendue des sollicitations auxquelles leurs enfants sont exposés. Les enfants surfent souvent seuls.

Les technologies sophistiquées facilitent la collecte de données personnelles concernant les jeunes et permettent de cibler ensuite les enfants individuellement par le biais de messages personnalisés. Des environnements intéressants et interactifs associés aux produits ou aux marques sont créés pour fidéliser très jeunes de futurs clients.

Attention également aux **jeux** en ligne ou aux **cadeaux offerts** sur des sites. Ce sont souvent **des ruses pour vendre un produit ou récupérer des données personnelles**.