

*Projet*

**Les imprévisibles**





**Jusqu'ou peut on aller  
pour faire de la publicité ?**



*Qu'est ce que cela révèle  
sur notre société ?*

# **Problématique de l'ARTICLE**

**En quoi la publicité  
influence-t-elle la société ?**

# Résumé de l'ARTICLE

## Les stéréotypes dans la publicité



Publicité de la marque Danette, 2014.



Publicité de la marque Nivea, 2011.



# Stéréotype

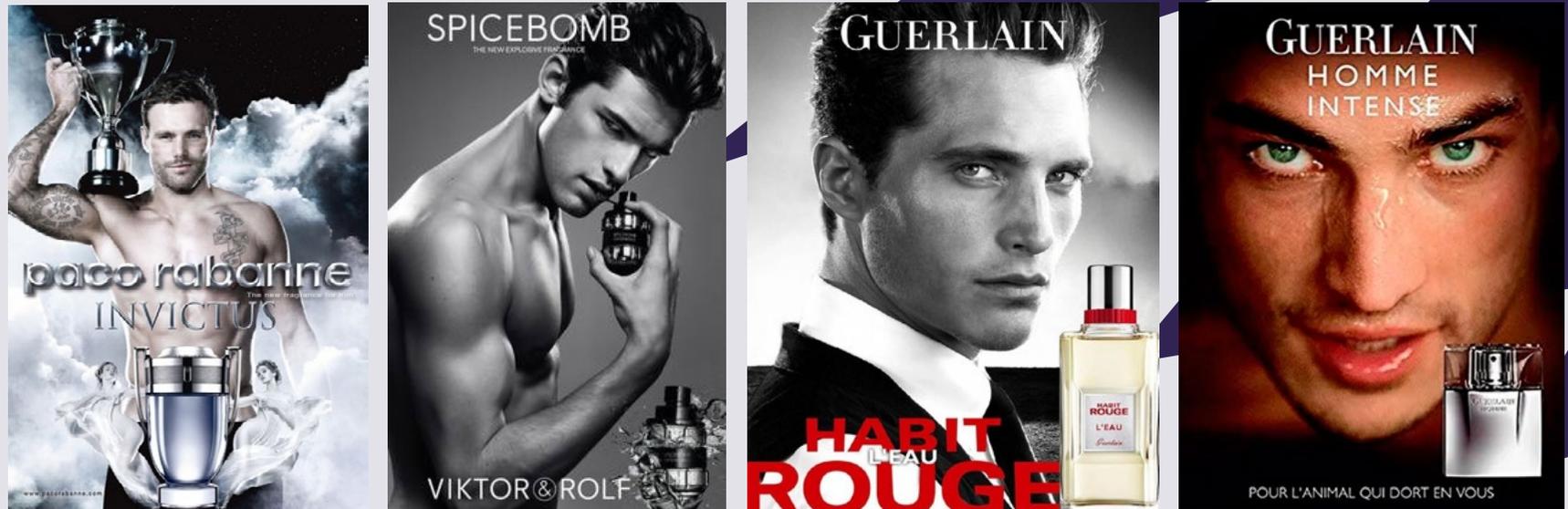
« les stéréotypes sont des associations d'idées qui nous sont utiles, cependant ils peuvent devenir source d'erreurs de jugement lorsqu'ils génèrent des raccourcis qui limitent, résumant maladroitement. »

# Résumé de l'ARTICLE

## Publicités stéréotypées



Publicités de parfum représentant des femmes fatales, douces, désirables, délicates.



Publicités de parfum représentant des hommes virils, élégants, vainqueurs, en animaux sauvages.

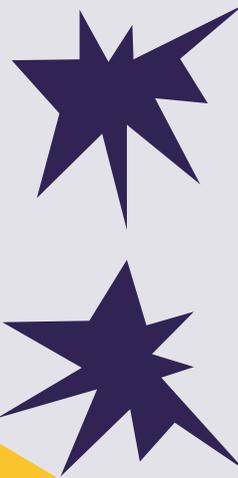
# Explication du projet

## Cahier des charges

### *Le commanditaire*



ARPP ( l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité ). Organisme de régulation professionnelle de la publicité en France



Mission statutaire : agir en faveur d'une publicité loyale, véridique et saine dans l'intérêt des professionnels, des consommateurs, du public en général, des citoyens.

Fonctionnement : élaboration, au sein de l'ARPP, des codes déontologiques, de recommandations, par les professionnels qui ont confié à l'ARPP le soin de les faire respecter.

# Explication du projet

## Cahier des charges

### *Le commanditaire*



Rubrique « recommandations » sur le site de l' ARPP.



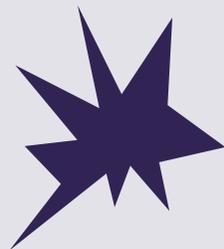
# Explication du projet

## Cahier des charges

### *Les cibles*



*Publicitaires*



*Influenceurs*

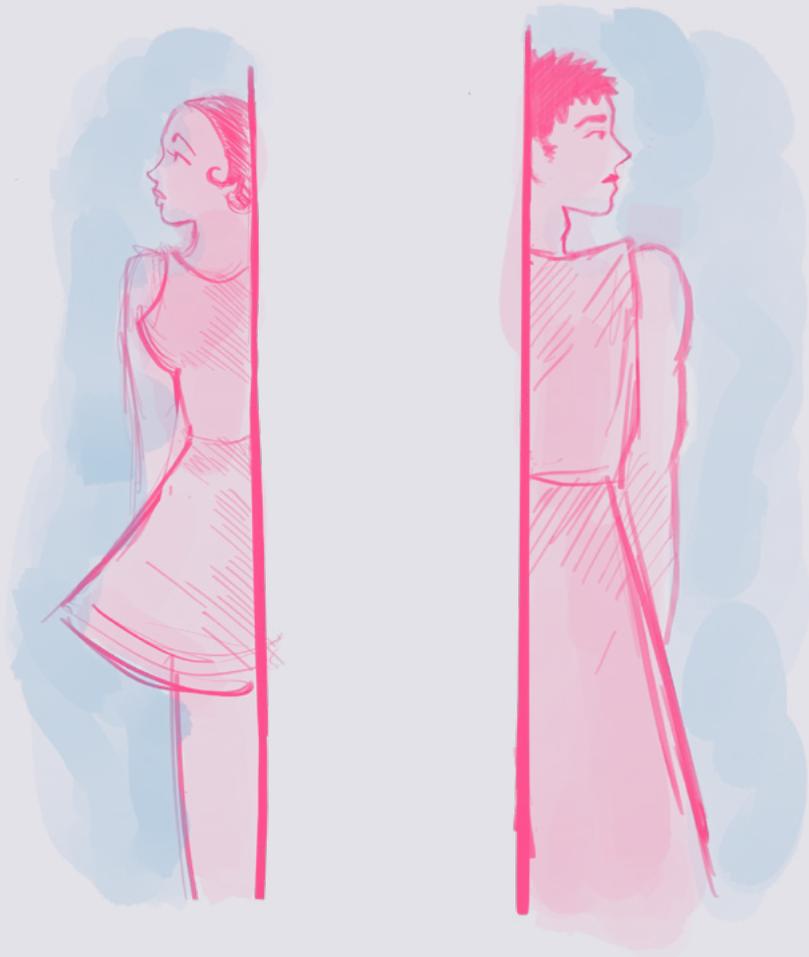


*Le grand public  
(les jeunes)*

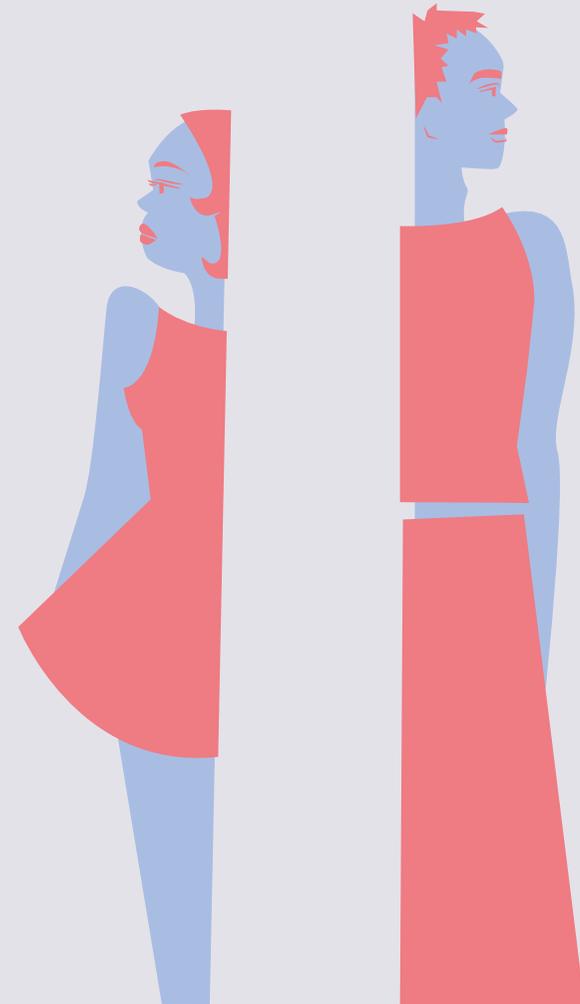
# Axe 1

Filles ou garçons

*Approche ludique*



**Le Rose & le bleu**



# Axe 1

## Filles ou garçons

### Approche ludique

« Le bleu, une couleur aux pigments coûteux, le lapis-lazuli, la couleur divine de la Vierge Marie et la couleur féminine par excellence. Tandis que le rose qui n'est en fait qu'un rouge pâle, un symbole de virilité et de pouvoir. »



Source de l'article « aleteia.org ».

# Axe 1

## Des jouets genrés

### *Approche ludique*

C'OK



# Axe 1

## Des jouets genrés

## Approche ludique

« Entre 1 et 2% des femmes  
sont mécaniciennes »

« Seulement 3% des hommes  
sont esthéticiens »



# Axe 2

## Inverser les rôles

### Approche ironique



Publicité de parfum représentant des femmes fortes.

# Axe 2

## Inverser les rôles

### Approche ironique



Publicité de parfum représentant des hommes délicats.

# Explication du projet

## La réflexion

### Persona

## JEROME CARTER



USER PERSONA

Age: 32  
Occupation: Communications  
Family: Wife, 2 children (ages 2 and 4)  
Location: New York City, NY



*"When people have to ask less questions, the team gets more work done."*

#### Purchasing Motivations

- DESIGNER PRODUCTS
- ECO-FRIENDLY
- PERSONALIZATION
- LOW PRICES
- CONVENIENCE
- SOCIAL

#### Bio

Jerome has been in communications for ten years, and he works for a medium-sized enterprise in a senior position.

He loves to problem solve, create innovative solutions, improve efficiency and productivity.

He manages important clients for the company and oversees major projects by working with small teams of 7 people.

#### Goals

- To reduce emails sent
- To reduce inbound calls
- To automate more process
- To keep track of everything

#### Frustrations

- Confusing UX leads to more inquiries
- Lack of standardization leads to more follow ups

#### Personality

EXTROVERT vs INTROVERT: EXTROVERT

ANALYTICAL vs CREATIVE: CREATIVE

LOYAL vs IMPULSIVE: IMPULSIVE

PASSIVE vs ACTIVE: ACTIVE

#### Trusted Brands



## HOW TO CREATE A BUYER PERSONA

Easy step-by-step guide to creating buyer personas for your startup.



#### BIO

Stacy is a first-generation PhD holder who takes utmost pride in her career and works hard to be one of the best in the world in her field of work. She's often regarded to as a scholar because of her intelligence.

#### PERSONALITY

- Stacy is very friendly and associates with her friends and family with no issue whatsoever.
- She loves helping people grow in their personal and professional lives.
- She's always ready to give a helping hand to those who need it.

#### GOALS & NEEDS

Stacy's primary professional goal is to be the best among her peers then mentor others to be the best too.

#### SKILLS

- SQL
- Python
- R
- NoSQL

#### MOTIVATIONS

- Professional Development
- Innovation
- Excellence
- Growth

Exemples de persona.

# Explication du projet

Décomposer / recomposer

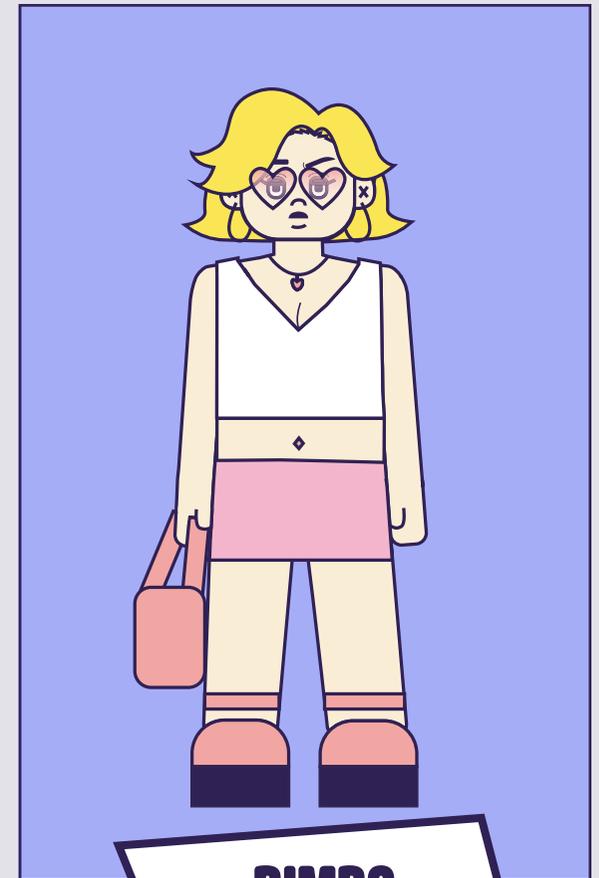
## Illustrations



**VIEILLE DAME**



**PUNK**

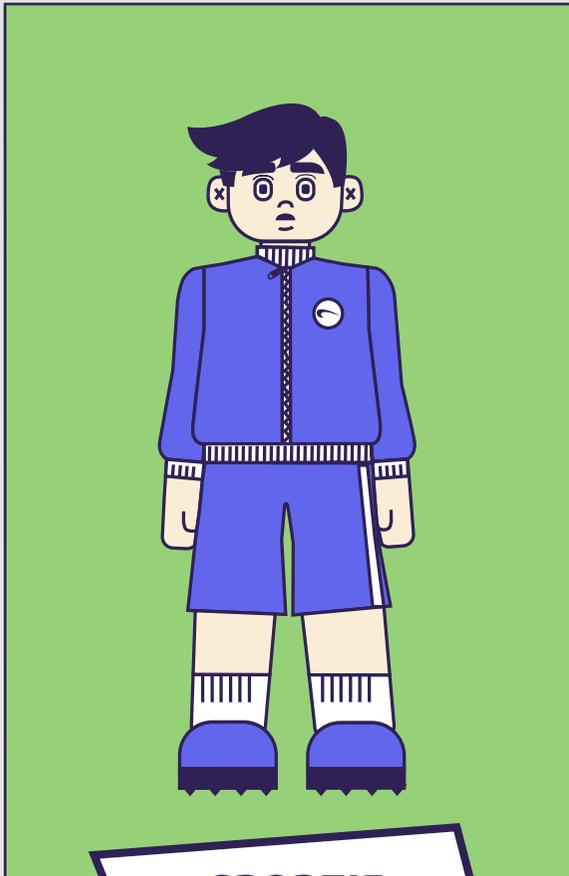


**BIMBO**

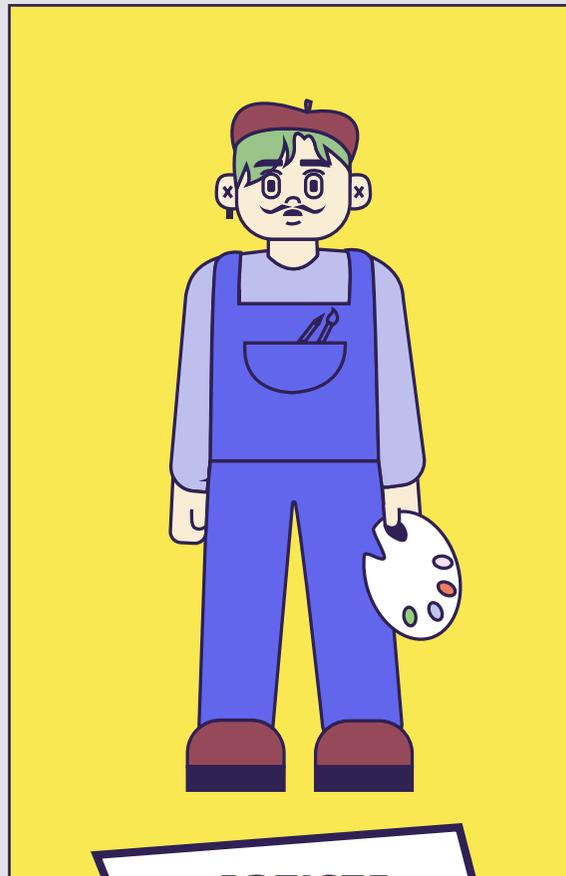
# Explication du projet

Décomposer / recomposer

## Illustrations



**SPORTIF**



**ARTISTE**



**HIPPIE**



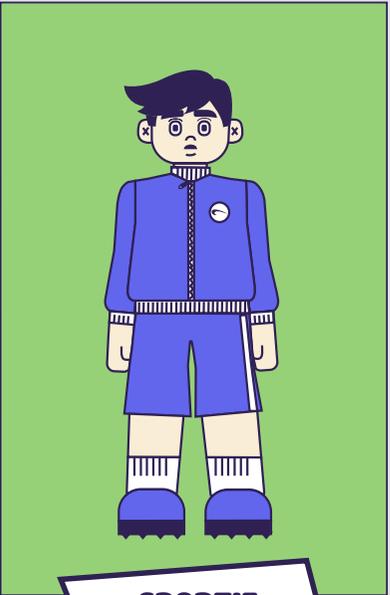
**VIEILLE DAME**



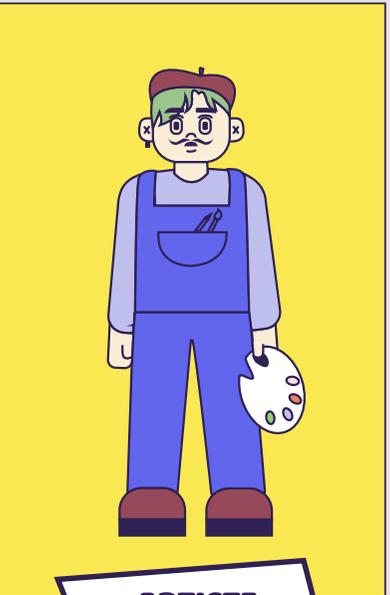
**PUNK**



**BIMBO**



**SPORTIF**



**ARTISTE**



**HIPPIE**

# Explication du projet

Vidéo « les imprévisibles »

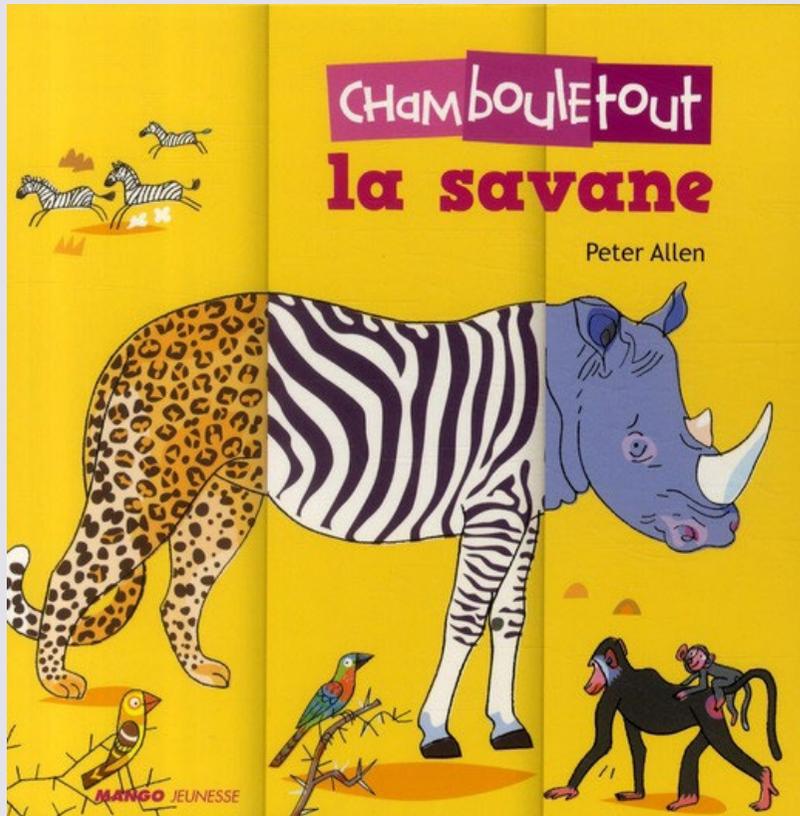


Miniature du premier épisode « les imprévisibles ».

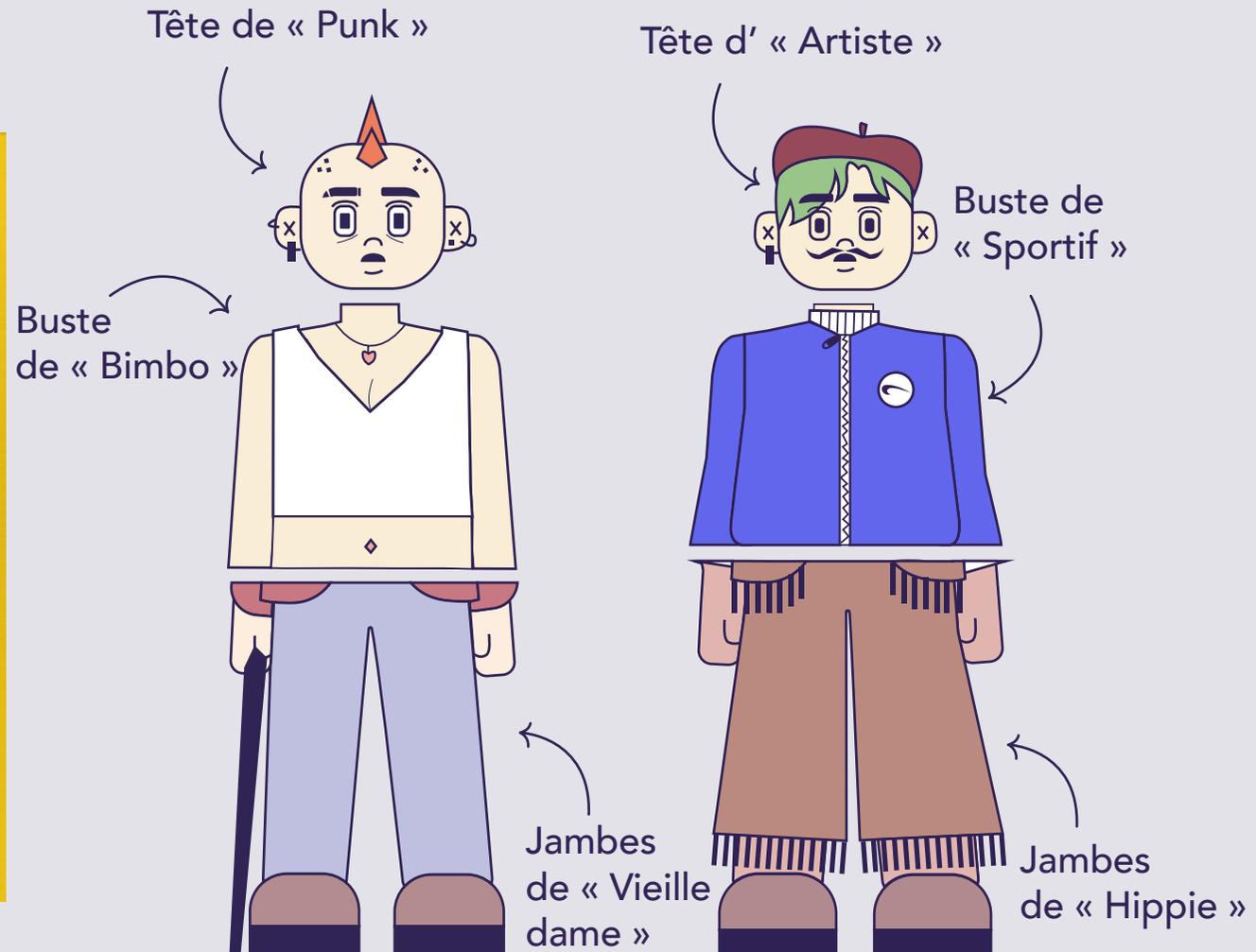
# Explication du projet

## Décomposer / recomposer

### Illustrations



Livre pour enfant, cadavre exquis.



# Explication du projet

Vidéo « les imprévisibles »

## Les imprévisibles

Déconstruire les stéréotypes avec l'ARPP

épisode 1

**LA BIMBO**

The background features several large, overlapping yellow geometric shapes, primarily triangles and polygons, pointing in various directions. These shapes are set against a light gray background. The overall composition is dynamic and modern.

**Merci**

pour votre *attention*