

## Robin Leduc : Made in

Paroles et musique : Robin Leduc © La Familia

### Thèmes

---

La mondialisation, la consommation.

### Objectifs

---

Objectifs communicatifs :

- Émettre des hypothèses à partir des images.
- Décrire des images.
- Écrire une petite annonce.
- Répondre à une petite annonce
- Donner son avis, argumenter.
- Écrire un article argumenté pour un journal ou un blog.

Objectif (socio-) linguistique :

- Retrouver les noms de pays en français.

Objectifs (inter-) culturels :

- Échanger sur l'influence des marques.
- S'exprimer sur la (sur)consommation.

### Vocabulaire

---

Pétiller : *ce que font les petites bulles d'un liquide gazeux qui viennent éclater à la surface.*

S'élaner : *prendre son élan pour sauter, courir pour prendre sa course.*

Une errance : *l'action de marcher longtemps sans but précis.*

Un sou : *une pièce de monnaie.*

Rester zen (expression) : *rester calme.*

Dans le vent (expression) : *être dans le vent, à la mode.*

Près du corps (expression) : *moulant pour un vêtement.*

### Note

---

« Made in... » est une expression en anglais qui se trouve sur toutes les étiquettes de produits manufacturés pour indiquer leur provenance et qui se traduit en français par « Fabriqué(e) en... ».

## Liste des activités

---

- **B1** Mise en route.
- **B1** Avec le clip.
- **B1** Avec les paroles.
- **B1** Expression orale.
- **B1** Expression écrite.
- **B1** Pour aller plus loin.

### Mise en route.

**Niveau : B1**

---

Demander aux apprenants de regarder autour d'eux et de repérer les divers objets qui les entourent.  
*De quels pays viennent les objets qui vous entourent ? Où sont fabriqués vos vêtements, vos sacs, vos chaussures... ? Un pays est-il plus présent que les autres ?*

Mise en commun à l'oral

#### Variante :

Faire un arrêt sur la première image du clip.

*Que voyez-vous sur cette image ?*

*D'après les éléments vus à l'écran, quel est le thème abordé dans le vidéo-clip ?*

Montrer la vidéo sans le son pour vérifier les hypothèses proposées.

[Retour à la liste des activités](#)

### Avec le clip.

**Niveau : B1**

---

Diviser la classe en deux groupes, montrer le clip sans le son.

Groupe A : *Notez les lieux où se trouve le chanteur.*

Groupe B : *Présentez les actions du chanteur.*

Montrer à nouveau le vidéo-clip sans le son.

*Notez le plus possible de noms de lieux apparus à l'écran. Si les noms sont en langue étrangère, traduisez-les en français.*

Lister les noms de lieux au tableau.

Pistes de corrections / Corrigés :

Mexico, Taïwan, la France, la Russie, le Japon (Japan), Tahiti, la Chine (China), les États-Unis (les USA), Nouméa, la Tunisie

[Retour à la liste des activités](#)

## Avec les paroles.

Niveau : B1

Montrer le vidéo-clip avec le son.

*Notez le plus possible de noms lieux entendus dans la chanson puis comparez votre liste avec celle écrite au tableau. Ajoutez les nouveaux noms à la liste.*

Pistes de corrections / Corrigés :

Italie, Corée (Korea), Espagne (Espagne), Rio

Écrire au tableau les expressions suivantes : restons zen / ton blue jeans / ça ne peut jamais casser / beaucoup de choix / ton café / ça pétille sur le palet.

Montrer à nouveau le vidéo-clip avec le son.

*Associez chacune des expressions à un pays.*

Mise en commun.

Pistes de corrections / Corrigés :

restons zen - la Chine ; ton blue jeans - l'Italie ; ça ne peut jamais casser - les États-Unis ; beaucoup de choix - la Chine ; ton café - l'Italie ; ça pétille sur le palet - les États-Unis

*Est-ce que vous associez vous aussi ces pays à ces expressions ?*

*Quels objets ou caractéristiques d'objet associez-vous à d'autres pays ?*

*Quelle(s) idée(s) contenue(s) dans les paroles peut(peuvent) être illustrée(s) par la succession rapide des images ?*

Pistes de corrections / Corrigés :

La succession rapide des images fait penser à une consommation excessive. Elle peut aussi illustrer la difficulté du consommateur à choisir devant le grand choix qui se présente à lui.

[Retour à la liste des activités](#)

## Expression orale.

Niveau : B1

En petits groupes. *Aujourd'hui, les marques influencent nos achats au quotidien. Et vous, comment achetez-vous ? En fonction de la marque, du pays d'origine, du prix, de l'esthétique... ? Expliquez.*

En petits groupes. *Selon vous, que faut-il faire pour faire face à la consommation excessive actuelle ? Comment peut-on devenir un consommateur responsable et consommer moins ? Présentez des solutions alternatives possibles.*

Mise en commun : chaque groupe présente ses solutions à la classe.

[Retour à la liste des activités](#)

## Expression écrite.

Niveau : B1

*Dans la société de consommation, les jeunes sont une cible privilégiée pour les marques. Elles font partie de leur quotidien et ils n'hésitent pas à les afficher. C'est une question de tendance et/ou d'identité, selon les âges.*

*Écrivez un petit article pour un journal ou pour un blog. Vous expliquez aux jeunes comment les marques les utilisent pour leur publicité et pourquoi on peut être plus heureux sans elles.*

À deux.

*Grande tendance du 21e siècle, la consommation collaborative privilégie l'utilisation plutôt que la propriété ; par exemple : louer sa voiture rarement utilisée, partager sa machine à laver avec les gens du quartier, échanger les jouets des enfants...*

*Vous écrivez une annonce, à mettre en ligne sur Internet ou à afficher dans votre hall d'immeuble, pour proposer une location de voiture, machine à laver, jouets... Soyez précis dans votre offre.*

Inviter les apprenants à échanger leur annonce.

*Vous répondez à l'annonce que vous venez de recevoir.*

[Retour à la liste des activités](#)

## Pour aller plus loin.

Niveau : B1

*Le clip fait allusion aux Trente Glorieuses (1945-1973), la période de croissance économique qui a marqué également le monde des arts et de la culture dans les pays industrialisés. Vous pouvez retrouver ce thème en écoutant la « Complainte du progrès » (1956), chanson dans laquelle Boris Vian se moque de la frénésie de la société de consommation de l'époque, ou en lisant « Les Choses » (1965) de Georges Perec où l'auteur écrit sur la société de consommation.*

*Pour plonger dans l'univers des marques, vous pouvez regarder Logorama, court-métrage uniquement fait avec des marques célèbres et Oscar 2010 du meilleur court-métrage d'animation.*

*Dans <http://www.google.fr> tapez « Logorama VF » puis regardez la vidéo.*

[Retour à la liste des activités](#)