

BESOIN OU ENVIE : L'ACHAT INCITATIF

OBJECTIFS DE L'ACTIVITÉ

- Différencier les besoins et les envies
- Analyser ses comportements de consommateurs
- S'essayer aux jeux de rôle : développer sa créativité
- Apprendre à travailler en groupe
- Développer l'esprit d'analyse et de synthèse

MATÉRIEL

- L'histoire « le marchand et l'élan » voir annexe ci-dessous

DÉROULEMENT

- 1) Demander aux élèves « qui pensent avoir besoin d'un masque à gaz ? »
- 2) Distribuer l'histoire : lecture collective ou individuelle
- 3) Distribuer la liste des questions et constituer des groupes pour favoriser les échanges.
 - a) *Par quelle combine le marchand réussit-il à vendre un masque à gaz à l'élan?*
 - b) *Peux-tu citer des exemples de ta vie quotidienne qui ressemblent à l'histoire? (Quels trucs utilisent les vendeurs pour nous vendre des marchandises?)*
 - c) *Fais une liste des choses dont tu as le plus envie. Peux-tu dire pourquoi tu en as envie?*
 - d) *Qu'est-ce qui nous procure le sentiment d'avoir absolument besoin de quelque chose?*
 - e) *Quelles « combines » les publicitaires ou les vendeurs utilisent-ils pour susciter en nous le besoin d'une chose?*
 - f) *Les élan règle le problème de la pollution de l'air avec des masques à gaz. Que pensez-vous de cette solution ? Y a-t-il des exemples analogues actuellement ?*
- 4) mettre en commun les réponses « classe entière » pour favoriser les échanges

ALLER PLUS LOIN

- 1) L'histoire « le marchand et l'élan » sous forme de saynète
- 2) A plusieurs, inventer une histoire et la jouer devant la classe : un vendeur vend quelque chose à un client : exemple vendre un réfrigérateur à un Esquimau, des équipements de plongée à des poissons,ou d'autres idées ?
- 3) Classe entière, **brainstorming sur les besoins et les envies**
 - « De quoi avons-nous besoin pour vivre ? »
 - Désigner un secrétaire qui note toutes les propositions au tableau.

- Classer du plus au moins important : ce dont nous avons « absolument besoin » ...et les autres ? que représentent-ils ?
- Faire prendre conscience que les besoins de chacun sont différents. (Pour certaines personnes, il n'est pas possible de vivre sans être habillé à la dernière mode ou posséder les jeux vidéo dernier cri ; alors que d'autres personnes y sont complètement indifférentes.)
- Comparer le mode de vie actuel et le passé. Et pour les autres pays et cultures ?

Le but est de montrer à quel point ce que nous considérons comme des besoins essentiels dépend de la culture dans laquelle nous sommes immergés.

POUR MÉMOIRE

Besoins : Théorie dite «ERG» (acronyme anglais des trois niveaux de besoins «Existence Needs», «Relatedness Needs» et «Growth Needs») élaborée par C. P. Alderfer, psychologue américain.

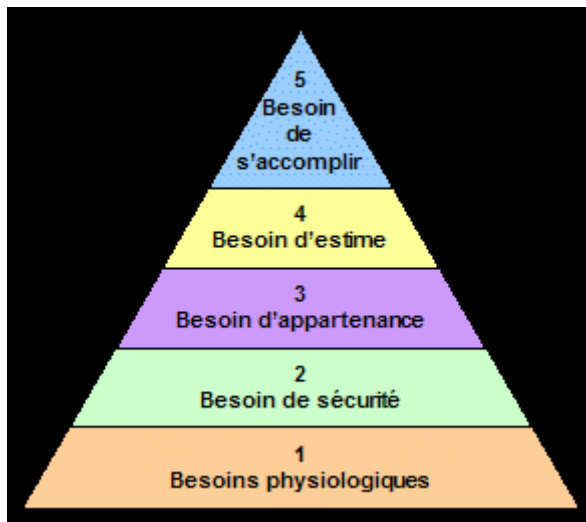
Selon lui, ce n'est qu'une fois les besoins vitaux comblés que l'homme peut s'interroger sur ses motivations, c'est-à-dire sur ce qui le pousse à satisfaire tel ou tel désir.

On peut donc définir les besoins humains selon trois catégories

- **Besoins vitaux.** Il s'agit des besoins physiologiques ou matériels, c'est-à-dire indispensables à l'homme pour sa survie (nourriture logement, habits, chaleur), ainsi que des besoins de sécurité
- **Besoins sociaux.** Ils désignent les besoins d'appartenance et d'affection ainsi que les besoins d'estime. Ce sont des besoins que nous comblons par exemple en étant en société, en nous associant à d'autres pour mener à bien certaines entreprises, ou en faisant des activités en groupe
- **Besoins personnels.** Ils désignent les besoins: de réalisation ou d'accomplissement personnel: s'épanouir dans son travail, développer et utiliser ses capacités, être créatif, compléter sa formation, etc.

Voir également la pyramide de MASLOW (classification hiérarchique des besoins humains)
 Dans les années 40, le psychologue Abraham MASLOW formalisa des catégories représentant ce que l'être humain a besoin pour atteindre les plus hauts niveaux de conscience et de sagesse. Un état qu'il nomme « l'état d'accomplissement d'une personne »

Il distingue cinq grandes catégories de besoins.



Les **besoins physiologiques** sont directement liés à la survie des individus ou de l'espèce. Ce sont typiquement des besoins concrets (faim, soif, sexualité,...).

Le **besoin de sécurité** consiste à se protéger contre les différents dangers qui nous menacent. Il s'agit donc d'un besoin de conservation d'un existant, d'un acquis. Il s'inscrit dans une dimension temporelle.

Le **besoin d'appartenance** révèle la dimension sociale de l'individu qui a besoin de se sentir accepté par les groupes dans lesquels il vit (famille, travail, association, ...). L'individu se définissant par rapport à ses relations, ce besoin appartient au pôle « relationnel »

Le **besoin d'estime** prolonge le besoin d'appartenance. L'individu souhaite être reconnu en tant qu'entité propre au sein des groupes auxquels il appartient.

Le **besoin de s'accomplir** est selon Maslow le sommet des aspirations humaines. Il vise à sortir d'une condition purement matérielle pour atteindre l'épanouissement. Il peut être considéré comme antagoniste aux besoins physiologiques.

Un sixième besoin émerge actuellement : Le **besoin d'éternité**, d'immortalité ou tout simplement de temps qui n'est pas décrit par Maslow. C'est pourtant un besoin de plus en plus exprimé dans notre société. Commercialement, il se traduit par l'attrance envers les produits promettant le rajeunissement ou de gagner du temps.

Maslow considère que le consommateur passe à un besoin d'ordre supérieur quand le besoin de niveau immédiatement inférieur est satisfait. Mais pour d'autres, il n'existe pas de hiérarchie entre les différents besoins. Les niveaux les plus bas reflètent nos besoins physiques (manger dormir...) nous avons besoin également de nous sentir protégés, aimer, d'appartenir à un groupe et de nous aimer nous-mêmes pour atteindre notre plus haut potentiel.

Pistes de réflexion :

- 1) Quelle sorte d'objets de consommation considérez-vous être essentielle à l'une ou l'autre de ces catégories ?
- 2) En regardant ce que vous achetez, rangez chaque chose dans une ou l'autre catégorie objets

- 3) Y a-t-il des objets de consommation que vous associez avec le plus haut de réalisation de Maslow.

ANNEXE – LE MARCHAND ET L'ÉLAN

Connaissez-vous le dicton «Il vendrait un masque à gaz à un élan»? Non? C'est que l'on dit en Suède pour parler de quelqu'un qui est très doué dans la vente de produits (D'après une histoire de Franz Hohler : Der Verkäufer und der Elch).

Voici l'histoire :

« Il était une fois un marchand qui était réputé pour ses talents de vendeur. Il avait déjà vendu une brosse à dents à un dentiste, un pain à un boulanger et même un réfrigérateur à un Esquimau! Mais un de ses amis lui lança un petit défi: «Tu ne seras vraiment un bon vendeur que lorsque tu auras vendu un masque à gaz à un élan.» Alors le marchand se mit en route pour le Grand Nord. Après un long voyage, il arriva dans une forêt qui n'était habitée que par des élans.

Bonjour, dit le marchand au premier élan qu'il rencontra, avez-vous un masque à gaz? C'est indispensable, vous savez.

Mais pourquoi? demanda l'élan, l'air est excellent ici.

- *De nos jours, tout le monde a un masque à gaz, répondit le marchand.*
- *Je suis désolé, dit alors l'élan, mais je n'ai pas besoin de masque à gaz.*
- *Attendez quelques instants, répliqua le marchand, vous verrez que vous en aurez vite besoin. Peu après, le marchand commença à construire une usine au milieu de la forêt qui n'était habitée que par des élans. Une fois l'usine terminée, la fumée toxique qui sortait de la cheminée était tellement épaisse que l'élan revint auprès du marchand.*
- *Maintenant, j'ai effectivement besoin d'un masque à gaz.*
- *C'est bien ce que je pensais, dit le marchand. Sur ce, il lui vendit un masque à gaz.*
- *C'est de la vraie marchandise de qualité! précisa le marchand.*

Les autres élans ont également besoin de masques à gaz. Tu en aurais encore d'autres? demanda l'élan (les élans ne connaissent pas la forme de politesse et n'utilisent pas le «vous»). Vous avez une sacrée chance! s'exclama le vendeur, j'en ai encore des milliers.

Au fait, dit alors l'élan, qu'est-ce que tu fabriques dans ton usine?

Des masques à gaz pardi! répondit le marchand... »

INSPIRER LA COMMUNAUTÉ ÉDUCATIVE POUR LE BIEN-ÊTRE DES ÉLÈVES

ADOSEN – Prévention Santé **MGEN**
3 Square Max Hymans – 75015 Paris
adosen@mgen.fr - www.adosen-sante.com