

## Futur en tous genres – Fiche enseignant-e-s

### Animations en classe

Pourquoi FETG ?	Principe croisé
<p>Près de 80 % des hommes actifs travaillent dans un métier dit «masculin» et près de 60 % des femmes actives le sont dans une activité dite «féminine».</p> <p>De plus, les femmes se retrouvent en majorité dans des métiers moins bien rémunérés, offrant moins de possibilités de promotion et de perfectionnement.</p> <p>FETG vise à promouvoir la mixité dans le monde du travail en encourageant les filles comme les garçons à envisager des métiers qu'ils ou elles auraient d'emblée écartés et à ouvrir ainsi l'éventail de leur choix professionnel.</p> <p>Vous êtes enseignant-e et êtes invité-e à encourager la participation des élèves. Le Département de l'éducation et de la famille (DEF) accorde un congé aux élèves qui participent activement à FETG.</p> <p style="text-align: center;"><b><i>Encouragez les élèves à y participer !</i></b></p>	<p>Les filles accompagnent un homme (père, oncle, ami, père d'un-e ami-e, etc.) et les garçons une femme (mère, tante, amie, etc.) sur son lieu de travail.</p> <p>Ce principe croisé permet dans la majorité des cas à l'élève de découvrir un métier dit «masculin» pour les filles et «féminin» pour les garçons étant donné que le choix de la profession ou du domaine d'études est toujours fortement marqué par l'appartenance sexuelle<sup>1</sup>.</p> <p>Les <b>jeunes hommes</b> choisissent encore souvent et plus fréquemment que les jeunes femmes des formations techniques : <b>ingénierie, architecture et construction, technique et informatique</b>. En revanche, les <b>jeunes femmes</b> privilégient les secteurs de <b>la santé, des sciences humaines et sociales, du travail social et de l'enseignement</b>.</p> <p>Toutefois, il est bien évident qu'une fille peut accompagner sa mère ingénieure ou son père vendeur. Quant aux métiers qui n'ont pas de genre, tels que les métiers de la restauration, ils peuvent être indifféremment suivis par une fille ou un garçon.</p> <p>En cas de doute, nous sommes à votre entière disposition au 032 889 61 20.</p>

### Activités pédagogiques en classe

#### ① Films "Joue-la comme Beckham" ou "Billy Elliot"

Ces deux films se prêtent parfaitement à des discussions sur les rôles et caractères traditionnellement attribués aux filles et aux garçons et sur l'éventail des possibles en termes de choix professionnel et de choix de vie.

«Joue-la comme Beckham» (112 mn.) raconte l'histoire de Jess, une jeune fille indienne qui vit avec sa famille en Angleterre. Ses parents aimeraient la voir finir ses études et faire un beau mariage dans le respect des traditions de leur pays d'origine, mais Jess, fan de David Beckham, ne vit que pour sa passion, le football, qu'elle pratique en cachette dans l'équipe féminine régionale.

« Billy Elliot » (105 mn.) raconte l'histoire de Billy, 11 ans, qui déserte ses cours de boxe pour découvrir la magie de la danse classique. Son talent est évident mais la colère gronde lorsque son père et son grand frère, mineurs en grève du nord de l'Angleterre, réalisent que Billy a dépensé l'argent des cours de boxe pour une activité à leur sens nettement moins virile.

<sup>1</sup> A consulter: [Statistiques des choix professionnels et des études, Office fédéral de la statistique](#)

## Objectifs

- Comprendre comment les rôles sont distribués entre les femmes et les hommes dans les émissions télévisées, les films cinématographiques, etc.
- Déterminer dans quelle mesure ces rôles sont stéréotypés ou invitent à s'imaginer tout un univers de possibilités.
- Réfléchir à la construction des identités féminines et masculines.
- Décoder les productions audiovisuelles en identifiant les valeurs implicites et explicites qu'elles véhiculent.
- Imaginer une autre manière de présenter les sports et de les pratiquer.

## Activité en bref

Après avoir visionné le film (ou un extrait), discuter des rôles et caractères traditionnellement attribués aux filles et aux garçons.

Susciter un débat d'idées sur les possibilités pour les hommes et les femmes de pratiquer une activité typique du sexe opposé (homme au foyer, femme dirigeant une entreprise, etc.).

## Lecture de film : questions et suggestions à l'intention des élèves

- Notez des scènes du film ou des moments qui vous ont particulièrement impressionné-e-s et d'autres que vous n'avez pas appréciés.
- Qu'est-ce qui vous plaît/déplaît dans le personnage principal du film ? Pourquoi ?
- Pourriez-vous vous comporter comme Jess/ Billy ? Pourquoi ?
- Que pensez-vous des arguments avancés par la famille pour lui interdire de vivre sa passion ?
- Comment expliquer le changement d'attitude de certains membres de la famille face au choix de Jess/Billy ?
- Pensez-vous qu'une telle histoire puisse se passer réellement ? (Dans le cas du film « Billy Elliot », les faits sont directement inspirés de la vie du réalisateur).
- Pourquoi considère-t-on généralement que le football est réservé aux garçons / que la danse classique est réservée aux filles ?
- Pourquoi le personnage principal est-il autant soutenu par son/sa professeur-e ?
- 

## Lancer une discussion/un débat sur le thème a) ou b)

### a) *Sport pour toutes et tous : discussion générale*

- Existe-t-il à votre avis des sports s'adressant à un seul sexe ? Lesquels ? Pourquoi ? Quels sont ceux qui seraient féminins ? Ceux qui seraient masculins ?
- Comment sont perçues les femmes qui choisissent des sports traditionnellement réservés aux hommes, et inversement ?
- Qui ressent personnellement vis-à-vis d'un sport des barrières liées au fait d'être une fille ou un garçon ?
- Quels sports faudrait-il inventer pour que tout le monde puisse les pratiquer ? Quelles en seraient les caractéristiques ?

### b) *Les figures d'identification des jeunes : discussion générale*

- Peut-on être une femme/un homme en pratiquant une activité (sport, hobby, métier) typique du sexe opposé ? Un homme peut-il être père au foyer ? Une femme peut-elle diriger une entreprise ? etc.
- Peut-on être un homme sans faire le macho et une femme sans faire la princesse ? Un homme peut-il pleurer ou dire ses sentiments ? Une femme peut-elle rester célibataire ? Un homme peut-il aller dans un salon de beauté ? Une femme peut-elle gagner davantage que son conjoint ? etc.

- Comment définir une femme/un homme aujourd'hui ? Demander aux filles de noter cinq traits de caractère que les garçons attendent d'elles à leur avis, et cinq traits de caractère qu'elles attendent des garçons, et inversement. Comparer les résultats obtenus. Demander aux élèves leurs impressions face aux attentes du sexe opposé.

## ②La publicité et ses messages: le catalogue de jouets

A l'approche de Noël, les catalogues de jouets sont le matériel idéal pour une activité en lien avec la représentation des filles et des garçons (rôle, traits de caractère).

La lecture suivante est conseillée pour bien saisir les enjeux liés à cette thématique : article "[Pourquoi les Magasins U ont créé l'événement avec des jouets non genrés](#)", lareclame.fr, publié le 21.01.2016 (cliquer sur le lien ou voir en annexe).

### Objectifs

- Faire découvrir aux élèves les représentations stéréotypées véhiculées dans les catalogues de jouets pour enfants.
- Développer une lecture critique et personnelle de la publicité.
- Leur permettre de prendre conscience des rôles différenciés auxquels on prépare et conditionne les filles et les garçons par le biais des jouets et de leur présentation dès l'enfance.

### Activité en bref

L'activité proposée vise à interroger la thématique de l'égalité entre filles et garçons et de faire apparaître certains stéréotypes, encore très présents dans les catalogues de jouets pour enfants. L'objectif est de repérer et de discuter ces stéréotypes, car ils enferment filles et garçons dans des rôles sociaux contraignants et un choix professionnel restreint.

Observer et discuter des différentes publicités ci-jointes ainsi que des images situées dans l'annexe "Extraits de catalogues de jouets", tiré du dossier "proposition d'activités pédagogiques" édité par le bureau de l'égalité entre les femmes et les hommes du canton de Vaud (que nous remercions).

### Lancer une discussion générale

Susciter un débat d'idées autour des questions suivantes :

- Comment les filles et les garçons sont-ils dépeints par la publicité dans ces différents contextes ?
- Comment se sent-on lorsqu'on ne correspond pas aux images véhiculées ?
- La publicité nous incite-t-elle à nous conformer aux rôles et aux caractères qui nous sont montrés ?
- Aimez-vous la publicité qui s'adresse directement aux filles et aux garçons de votre âge? Influence-t-elle vos désirs d'achats ?
- Quels sont les produits que vous n'achèteriez pas ? Pourquoi ?
- Oseriez-vous demander un jouet fille au Macdonald si vous êtes un garçon, ou inversement ?
- Vos prochains achats seront-ils influencés par cette discussion ?

### LES TRICYCLES

**Smoby**  
 TRICYCLE BE MOVE COMFORT FLEUR OU MIXTE.  
 Avec sac à dos et repose pieds, petit sac nursery, et double carnie parentale amovible.  
 59,99€  
 votre avantage 5€

**Smoby**  
 TRICYCLE BABY DRIVER COMFORT MOUSSE FLEUR OU MIXTE.  
 Cadre robuste en métal, roues amortissantes et chromées, arceau de sécurité de direction, arceau de sécurité de sécurité. 10 m+.  
 49,98€  
 votre avantage 20€

**Smoby**  
 TRICYCLE BE MOVE COMFORT FLEUR OU MIXTE.  
 Avec arceau et repose pieds, petit sac nursery, et double carnie parentale amovible.  
 59,99€  
 votre avantage 5€

**Smoby**  
 TRICYCLE BE MOVE COMFORT FLEUR OU MIXTE.  
 Avec arceau et repose pieds, petit sac nursery, et double carnie parentale amovible.  
 59,99€  
 votre avantage 5€

**Smoby**  
 TRICYCLE BE MOVE COMFORT FLEUR OU MIXTE.  
 Avec arceau et repose pieds, petit sac nursery, et double carnie parentale amovible.  
 59,99€  
 votre avantage 5€

**Smoby**  
 TRICYCLE BE MOVE COMFORT FLEUR OU MIXTE.  
 Avec arceau et repose pieds, petit sac nursery, et double carnie parentale amovible.  
 59,99€  
 votre avantage 5€

**Smoby**  
 TRICYCLE BE MOVE COMFORT FLEUR OU MIXTE.  
 Avec arceau et repose pieds, petit sac nursery, et double carnie parentale amovible.  
 59,99€  
 votre avantage 5€

**Smoby**  
 TRICYCLE BE MOVE COMFORT FLEUR OU MIXTE.  
 Avec arceau et repose pieds, petit sac nursery, et double carnie parentale amovible.  
 59,99€  
 votre avantage 5€

**Smoby**  
 TRICYCLE BE MOVE COMFORT FLEUR OU MIXTE.  
 Avec arceau et repose pieds, petit sac nursery, et double carnie parentale amovible.  
 59,99€  
 votre avantage 5€

**Smoby**  
 TRICYCLE BE MOVE COMFORT FLEUR OU MIXTE.  
 Avec arceau et repose pieds, petit sac nursery, et double carnie parentale amovible.  
 59,99€  
 votre avantage 5€

### LES TRACTEURS

**FALK**  
 TRACTEUR RANCH AVEC REMORQUE.  
 Avec remorque amovible pour transporter sable, feuilles, terre, cailloux. 24 m+.  
 Dim : P42 x H54 x L133 cm.  
 49,98€  
 votre avantage 10€

**FALK**  
 TRACTEUR EXCAVATRICE AVEC REMORQUE.  
 Tracteur à pelleteuse avec excavatrice arrière, remorque à rotule avec pelle et râteau. 24 m+.  
 Dim : P42 x H52 x L131 cm.  
 79,98€  
 votre avantage 20€

**FALK**  
 TRACTEUR EXCAVATRICE AVEC REMORQUE.  
 Avec remorque basculante et siège pivotant. Dim : P54 x H76 x L219 cm 36 m+.  
 149,98€  
 votre avantage 30€

**FALK**  
 TRACTEUR PELLE ET REMORQUE.  
 Avec pelle frontale articulée et remorque grand volume. Dim : P53 x H66 x L192 cm 36 m+.  
 99,98€  
 votre avantage 30€

**FALK**  
 TRACTEUR RENAULT AVEC REMORQUE.  
 Avec remorque articulée et blason. Dim : P44 x H43 x L134 cm 24 m+.  
 59,98€

**Smoby**  
 TRICYCLE BE MOVE POP.  
 Un design bulbe et innovant, très différent. Un nouveau guidon plus contemporain. Le cadre en métal robuste dispose d'une forme en arc. 3 m+.  
 34,98€

**Quatoo**  
 MON PREMIER TRICYCLE.  
 Avec ceinture de sécurité, arceau amovible, bac arrière inclinable et bouchon de direction. 18 m+.  
 24,98€

Achetez en ligne sur [www.maxitoys.fr](http://www.maxitoys.fr)

**Vous avez vu mon piège à fille?**

318

395

579

729

684,50

TRUCK YAMAHA AVEC...  
 Honda

**NERF**

**1 SET Tactical Vision OFFERT**  
 A l'achat de tout Nerf Rapidstrike (Ref. 1.1.581.883) ou du Nerf Soezhe (Ref. 1.2.499.992)  
 Offre limitée à 3000 pièces.  
 39,98€

**NERF**  
 PISTOLET NERF ELITE RAPIDSTRIKE.  
 Fourni avec 1 chargeur et 18 flechettes. 8 ans +.  
 50 FLECHETTES INCLUSES  
 79,98€

**NERF**  
 PISTOLET NERF ELITE RHINOFIRE.  
 8 ans +.  
 19,99€  
 votre avantage 4€

**NERF**  
 PISTOLET NERF ELITE SPECTRE.  
 8 flechettes Elite jusqu'à 27 mètres. Il peut tirer les 6 flechettes en un doigt. 8 ans +.  
 17,98€

**NERF**  
 PISTOLET NERF MEGA CYCLONE.  
 8 ans +.  
 14,98€  
 votre avantage 5€

**NERF**  
 PISTOLET NERF ELITE SPECTRE.  
 8 flechettes Elite jusqu'à 27 mètres. Il peut tirer les 6 flechettes en un doigt. 8 ans +.  
 21,98€

**NERF**  
 PISTOLET NERF REBELLE DART BOW.  
 Peut lancer une flechette à plus de 90 m. 8 ans +.  
 14,98€  
 votre avantage 5€

**NERF**  
 PISTOLET NERF REBELLE AGENT SECRET.  
 Écrit pour envoi des messages secrets avec ce pistolet. 8 flechettes BONUS. 8 ans +.  
 14,98€  
 votre avantage 5€

Achetez en ligne sur [www.maxitoys.fr](http://www.maxitoys.fr)

**Disney**

**REINE NEIGES**  
 HOUSSE DE COUETTE 140 X 200 CM VIOLETTA OU REINE DES NEIGES.  
 Comprend une housse de couette et une taie.  
 Housse : 200 x 140 cm.  
 Taie : 65 x 95 cm.  
 24,98€  
 votre avantage 5€

**REINE NEIGES**  
 COUSSIN 40 X 40 CM VIOLETTA OU REINE DES NEIGES.  
 8,98€  
 votre avantage 1€

**REINE NEIGES**  
 FAUTEUIL MOUSSE MINNIE OU REINE DES NEIGES.  
 Déhoussable et lavable à 30°.  
 29,98€  
 votre avantage 5€

**REINE NEIGES**  
 DRAP POUCEAU REINE DES NEIGES.  
 Taille unique : 60 X 120 cm.  
 9,98€

**REINE NEIGES**  
 SET DE 3 PIECES REINE DES NEIGES.  
 9,98€

**REINE NEIGES**  
 COSTUME ELA.  
 Différentes tailles disponibles. 3-4 ans, 5-6 ans ou 7-8 ans.  
 24,98€

**REINE NEIGES**  
 ECOUTE LA MELODIE DU FILM.  
 BAGUETTE MAGIQUE ELA.  
 19,98€

**REINE NEIGES**  
 COFFRET & FIGURINES REINE DES NEIGES.  
 29,98€

Achetez en ligne sur [www.maxitoys.fr](http://www.maxitoys.fr)

### ③ Mise en situation – Cahier "L'école de l'égalité"

Ces mises en situations permettent d'illustrer des comportements stéréotypés et discriminatoires, de la part des élèves et des adultes.

#### Objectifs

- S'interroger sur les interactions qui se jouent en classe dans diverses situations.
- Sensibiliser les élèves aux mécanismes de reproduction des stéréotypes féminins-masculins.

#### Activité en bref

Sur la base de situations précises, amener les élèves à réfléchir à quelle serait leur réaction.

Identifier les préjugés qui sous-tendent la situation.

Réfléchir aux conséquences de ces préjugés.

Envisager des alternatives.

#### Support - Liens vers les ressources

##### Cahier destiné aux degrés 9H à 11H

Situation 2 (p.12-13) "La leçon de mathématiques".

Situation 14 (p. 36-37) "Des filières plutôt masculines et des filières plutôt féminines".

Situation 16 (p.40-41) "Une fille dans le bâtiment".

Situation 18 (p.44-45) "Un garçon éducateur de la petite enfance".

*Les autres situations qui figurent dans le cahier peuvent également être choisies.*

### Autres ressources

**Balayons les clichés** : mallette présentant une sélection de ressources pédagogiques pour aborder les différences et les inégalités entre les filles et les garçons le biais d'activités individuelles ou de groupe. L'OPFE met à disposition le matériel à visualiser sur [le site Egalite.ch](http://le.site.Egalite.ch).

#### Annexes :

- Article "Pourquoi les Magasins U ont créé l'événement avec des jouets non genrés", [lareclame.fr](http://lareclame.fr), publié le 21.01.2016
- "Extraits de catalogues de jouets", tiré du dossier "proposition d'activités pédagogiques" édité par le bureau de l'égalité entre les femmes et les hommes

*Nous remercions le bureau de l'égalité entre les femmes et les hommes du canton de Vaud pour l'élaboration des ressources qui ont servi de support à l'édition de cette fiche.*

# Pourquoi les Magasins U ont créé l'événement avec des jouets non genrés

Bilan de campagne Par **Mégane G.** 21-01-2016

En fin d'année, le catalogue de Noël de Système U a relancé le débat sur le genre. **Système U**, c'est l'histoire d'un petit épiciers de Loire-Atlantique qui donna naissance à l'une des premières sociétés d'achats en commun. En 1894, Augustin Jugel fédère cinq commerçants de sa région sous le nom Le Pain Quotidien. La coopérative se transforme peu à peu de groupement d'achats en groupement d'enseignes et adopte le nom Système U en 1983. U comme l'union de ses 1559 points de vente français, mais aussi comme l'union de prix bas et de valeurs sociétales. Car le 4ème distributeur alimentaire de l'hexagone met un point d'honneur à répondre aux différentes attentes, en apparence antinomiques, de ses clients. Pourquoi payer plus cher pour consommer Made in France ou local ? Pourquoi les articles premiers prix continueraient-ils d'utiliser des produits controversés comme l'huile de palme ? Système U a fait le choix de conjuguer accessibilité et qualité : "le commerce qui profite à tous".

Si les engagements sociétaux de la coopérative française sont nombreux, du développement de l'économie locale à la préservation de l'environnement, cet hiver Système U s'est aventuré sur un sujet clivant : **les jouets genrés**. Rencontre avec **Luc Bourgery, Directeur général de l'agence TBWA Paris** à l'origine de la campagne pour le catalogue de jouets non genré des Magasins U.

## LA CAMPAGNE

Mi-décembre 2015, à quelques jours de Noël, alors que la "bataille des jouets" que se livrent les distributeurs est déjà terminée, Système U diffuse à la télévision et en ligne un film réalisé par TBWA Paris. On y découvre de jeunes enfants exposant ce que sont, selon eux, des "trucs de filles" et des "trucs de garçons" : le rose pour les unes le bleu pour les autres, la dinette pour ces demoiselles et le foot pour les garçonnetts... La vérité sort-elle de la bouche des enfants ? Non, à en croire les images suivantes : lorsqu'ils sont livrés à eux-mêmes, les bambins font des choix autres que ceux pour lesquels la société les conditionnent. Démonstration.

Luc Bourgery explique : "il y a 3 ans, Système U s'est aperçu qu'il n'y avait pas des jouets qui plaisaient aux filles et des jouets qui plaisaient aux garçons ; seulement des jouets avec lesquels les enfants prennent plaisir à jouer". En 2012, la coopérative modifie donc son catalogue de Noël, supprimant la segmentation dite "sexiste" au profit d'une pagination plus libre. Une initiative déjà répandue dans les pays scandinaves ou en Grande-Bretagne mais qui fait figure d'exception en France.

C'est sur le conseil de son agence TBWA que Système U a décidé de communiquer à l'époque de Noël au sujet de son catalogue. "Une communication de marque et non publicitaire", précise Luc Bourgery. Car l'objectif n'est pas d'augmenter les ventes du groupement mais de montrer ses engagements concrets. "Le distributeur est un acteur qui doit redonner des raisons de croire qu'en faisant bien son métier on peut améliorer la société. Système U prend beaucoup d'engagements et essaye de répondre en amont aux tendances positives et progressistes de la société ainsi qu'aux attentes de ses consommateurs. La trêve de Noël était le moment d'écoute idéal pour se différencier des concurrents et montrer que Système U est l'enseigne la plus en avance sur son temps."

Le 16 décembre dernier, le compte Twitter de Système U partageait donc le spot via un premier tweet sponsorisé et sur le hashtag #NoëlSansPréjugés qui regroupa toutes les réactions sur la campagne. Une version courte de la vidéo était diffusée du 20 au 25 décembre sur les chaînes télévisées nationales.

## LES RÉSULTATS

"Il est très difficile d'émerger sur le secteur de la distribution où les concurrents se livrent une guerre sur les prix", explique Luc Bourgery. L'objectif semble pourtant atteint avec la campagne #NoëlSansPréjugés qui a été jugée positivement par 75% des personnes qui s'en sont fait le relais et qui a connu un succès conséquent au-delà du microcosme publicitaire.

## Youtube

1 545 322 vues sur la vidéo au 21/01

## Twitter

Tweet sponsorisé de lancement : 1769 retweets et +1500 likes (entre le 16 et le 31/12)

+4000 tweets au sujet de la campagne

près de 3000 mentions du compte en 28 jours

+1000 tweets sur le hashtag #NoelSansPrejuges

Retweets de personnalités : Anne Hidalgo (Maire de Paris), Pascale Boistard (Secrétaire d'Etat au Droit des Femmes)

## Retombées médias

19 articles dans la presse papier

4 mentions en télévision

2 mentions à la radio

7 articles de blogs

Soit 3 millions de contacts potentiels touchés grâce aux médias traditionnels + 35,6 millions de contacts potentiels touchés sur Internet

## Buzz

En s'attaquant à un débat de société qui divise les français, la campagne de Système U n'a pas fait que des heureux : Philippe de Villiers, fondateur du parti politique souverainiste Mouvement pour la France, appelle au boycott de l'enseigne, évoquant "l'inversion sexuelle des jouets d'enfants". Suivi de près par les partisans de la Manif pour Tous, les contestataires ne mobiliseront cependant que 153 twittos sur les hashtags #NoelSansSystemeU et #BoycottSuperU. Ce revers de la médaille a cependant servi en quelque sorte la cause : selon Luc Bourgery, "cela a relancé le débat en démontrant qu'on avait bien besoin des valeurs prônées par Système U".

## LES CLÉS DU SUCCÈS

La recette de la réussite de cette campagne réside selon Luc Bourgery dans le **highjacking**. "Avant les agences de communication étaient en avance sur les tendances grâce au planning, maintenant tout va beaucoup plus vite nous ne pouvons plus savoir à l'avance ce qui va intéresser les gens, mais nous pouvons réagir aux tendances de façon immédiate et juste", indique le Directeur général de TBWA Paris. Grâce à son outil [Disruption Live](#) qui analyse les sujets les plus discutés dans le monde en temps réel, l'agence définit les grandes tendances du moment pour permettre à la marque d'aller à la rencontre de ses consommateurs sur les sujets qui les intéressent, de trouver les bons "**carrefours d'intérêt**". Au vu d'événements comme le passage de la loi sur le mariage pour tous aux États-Unis en juin dernier, ou encore l'agression homophobe de la nageuse française Mélanie Hénique le mois suivant, TBWA a fait des clichés sexistes le débat sociétal de 2015 et a orienté la communication de Système U en conséquence. Coïncidence, la campagne intervenait une semaine après l'opération "Marre du rose", manifestation de plusieurs collectifs féministes contre les jouets sexistes devant l'enseigne Jouetclub.

La qualité de la campagne rentre également en jeu pour Luc Bourgery. **La communication est désintéressée**, "ce n'est pas un engagement publicitaire, c'est un engagement naturel" que Système U met en avant. Pour preuve, le spot publicitaire n'arrive qu'à la mi-décembre, alors que la plupart des parents ont déjà acheté les cadeaux de Noël pour leurs enfants. TBWA Paris met également en avant **la justesse et l'authenticité** du film : quoi de plus sincère qu'un enfant ?