Soirmagazine

Mlle BELHARIZI AMINA, PSYCHOLOGUE COACH ET FORMATRICE EN DÉVELOPPEMENT PERSONNEL AU *SOIRMAGAZINE* :

«Gérer la demande d'un enfant n'est pas évident mais faisable»

Dans cet entretien, Belharizi Amina aborde les questions relatives aux achats des articles scolaires à l'effigie des mascottes à la mode auprès des enfants. Elle explique aussi les attitudes des parents en tant qu'acteurs de l'acte d'achat, tout en soulevant l'impact de la publicité sur la cellule familiale dans ce processus.

Par Sarah Raymouche

***Soirmagazine* : Nous assistons de plus en plus à la vente d'articles scolaires à l'effigie des personnages de dessins animés (Violetta, Ben 10 ou bien encore Dora). Cette tendance est-elle une nouveauté ?**

Belharizi Amina : Nous ne pouvons pas dire que cela soit une nouveauté de façon aussi formelle. Nous l'appréhendons de cette façon du fait qu'il y a plus de disponibilité sur le marché avec plus d'offres de produits dérivés. D'où cette impression !

À une certaine époque de la société algérienne, nous ne pouvions voir ces produits qu'à la télévision, notamment dans les spots publicitaires, que ce soit pour les cartables, trousses, crayons ou jouets...

Maintenant, ils ne sont plus uniquement derrière les écrans de télévision mais également et surtout dans nos magasins, marchés et supermarchés.

Depuis quand ce type d'achat se fait-il sentir et est-ce que cela augmente ?

Il va sans dire que l'enfant devient de plus en plus exigeant. Il désire et veut disposer de ce qu'il voit, et ce, de plus en plus jeune. Et surtout, il sait ce qu'il veut, et ce, dans le moindre détail.

En considérant sa phase de développement, avant 5 ans, c'est de l'égocentrisme, où l'enfant se voit le centre du monde : il est roi et elle est princesse ; le héros et l'héroïne. L'enfant s'identifie à certains degrés aux choses et aux personnes/ personnages qui l'intéressent et qu'il voit. Le fait d'avoir un article, un jouet de son «héros» et «star» de dessin animé préféré, pour lui c'est un «gadget».

Il a plus de pouvoirs «magiques» qu'il peut exercer. Il devient, lui, le héros. L'enfant grandit, son imagination aussi, c'est un bon signe pour le moment, surtout influencé par ses camarades de classe et son entourage. Cependant, la diffusion de nouvelles gammes encourage l'enfant à tout avoir de toute la série et tous ses détails. A ce stade, cela peut avoir une mauvaise influence.

Cela démontre-t-il l'impact du marketing et de la publicité auprès des enfants en particulier et des parents en général ?

C'est une évidence, on ne peut nier l'impact du marketing et de la publicité. Ce sont des études qui sont réalisées pour pouvoir bien cibler l'enfant selon son âge et ses besoins (se sentir fort, avoir des pouvoirs...). Cependant, il ne faut pas aussi négliger l'influence de l'entourage et le rôle des parents. Je m'explique : lorsqu'un enfant passe toute la journée à regarder un personnage, à voir la télévision, à être branché dans le monde virtuel, le monde des dessins animés, l'enfant ne peut que s'identifier aux personnages qu'il voit.

Ce sont ses «héros» et ses «modèles» à suivre. Cela engendre et crée une bonne imagination et qui est le reflet de l'intelligence de l'enfant. Mais, il y a un bémol. Cela peut mener à autre chose.

L'enfant peut vivre dans le monde artificiel et couper sa relation avec son entourage, y compris ses parents et frères, et vivre avec son personnage préféré. Ce personnage deviendra son ami intime et son confident...

De cette façon, est-ce que ce sont les enfants qui décident et deviennent de facto les réels acheteurs ?

Je pense qu'il y a un cas sur deux. Le premier où c'est l'enfant qui décide car il connaît l'objectif, alors les parents le lui achètent, convaincus de son utilité et bien sûr pour ne pas frustrer leur enfant et lui faire ainsi plaisir. Dans ce cas de figure, ce sont les parents qui se sont intégrés dans le monde de leur enfant. Le deuxième où ce sont les parents qui achètent pour éviter le casse-tête sans réelle intégration sachant que leur enfant est difficile et pleurnichard.

Est-ce que c'est mauvais et à quel stade cela devient-il dangereux ?

Comme expliqué plus haut, cela peut devenir dangereux lorsque l'enfant s'identifie à 100% à ses personnages. Il va marcher, manger et parler comme eux.

Il adoptera le monde artificiel et il va l'idéaliser et de plus en plus il va le préférer au monde réel. L'enfant coupera sa relation avec son entourage et aura la tête ailleurs, voyagera à travers son imagination et construira son propre monde loin des êtres humains.

L'enfant deviendra plus violent, ou très silencieux, dira des mots bizarres et fera des gestes identiques à son «héros», ce qui créera une certaine coupure et rupture avec le milieu familial, social et scolaire.

Il pourrait présenter des troubles d'attention et de concentration. L'enfant est branché avec ses articles et dispersé par leurs histoires et couleurs au lieu de profiter de la vie et jouer avec des enfants ayant le même âge que lui. Il va se renfermer dans un monde de dessins animés.

Comment les parents doivent-ils gérer ces demandes ?

Gérer la demande d'un enfant, ce n'est pas évident mais faisable. J'encourage les parents à devenir les héros de leur enfant en l'écoutant, en appréhendant ses besoins et suivre les étapes de son développement.

Je dirais aux parents : impliquez-vous dans le monde de votre enfant, soyez les héros qu'il rêve d'avoir et de voir. Il n'ira pas en chercher ailleurs. ■