

# Des lycéens explorent les magasins

Les élèves de Terminale STMG du lycée Littré ont exploré le marketing expérientiel en observant les enseignes d'Avranches pour relier théorie et pratique.

Dans le cadre de leur enseignement spécifique de mercatique, une classe de Terminale sciences et technologies du management et de la gestion (STMG) du lycée Littré a mené une observation in situ, jeudi 6 novembre, au sein de plusieurs enseignes du centre-ville d'Avranches.

Cette activité, organisée par leur professeure d'économie-gestion Mme Vanpoucke, s'inscrit dans le thème «*Toute consommation crée-t-elle de l'expérience?*» du programme de terminale STMG.

Les élèves ont été accueillis par plusieurs enseignes partenaires : Bréal, Devred, Jules, Sergent Major et Dragées, Chocolats, thés, que la classe et l'équipe enseignante remercient chaleureusement pour leur accueil et leur disponibilité.

«**L'objectif était de relier la théorie et la pratique, de donner du sens aux notions**», explique le professeur, «**Le programme de mercatique invite les élèves à mobiliser des pratiques ancrées sur des situations réelles d'organisation, à ouvrir leur réflexion sur un large champ d'outils et de pratiques qui structurent leur environnement quotidien de consommateur et de citoyen, et à développer leur esprit critique**».

Cette activité leur a permis de montrer la pertinence entre l'acte de consommation et l'expérience de consommation, en observant comment les enseignes mettent en œuvre des dispositifs de marketing expérientiel tels que la théâtralisation de l'offre, le marketing sensoriel ou le marketing immersif.

Une expérience concrète et formatrice, qui relie les apprentissages à la réalité des organisations.

