



LEÇON

Années scolaires : 2^e et 3^e année

Au sujet de l'auteur : Matthew Johnson, Directeur de l'éducation, HabiloMédias

Durée : 1 à 2 heures

Alimentation saine sur le Web



Cette leçon fait partie de *Utiliser, comprendre et créer : Un cadre de littératie numérique pour les écoles canadiennes* : <http://habilomedias.ca/ressources-p%C3%A9dagogiques/cadre-de-litt%C3%A9ratie-num%C3%A9rique>.

Aperçu

Dans cette leçon, les élèves étudient le rôle des grignotines dans une alimentation saine. L'enseignant les guide dans une tournée de sites populaires visant les enfants où la classe recense et classe les publicités vues sur ces sites et examine comment les produits alimentaires publicisés entrent, ou n'entrent pas, dans les groupes alimentaires du Guide alimentaire canadien. Les élèves jouent ensuite au jeu *Les publi-astuces de Co-Co* pour comprendre certaines des techniques utilisées par les spécialistes du marketing alimentaire en ligne et créer ensuite leur propre site Web factice faisant la promotion d'une alimentation saine.

Résultats d'apprentissage

Les élèves :

- commenceront à développer une compréhension des objectifs commerciaux des environnements immersifs virtuels, surtout ceux propres aux sites Web de produits alimentaires;
- cerneront le but et identifieront le public visé de ces types de sites Web et décriront la façon dont le public pourrait y répondre;
- reconnaîtront et recenseront les éléments et les caractéristiques relatifs aux publicités et au marketing associés aux sites Web commerciaux;
- cerneront les messages manifestes et implicites des sites Web qui font du marketing auprès de jeunes de leur âge;
- utiliseront leurs renseignements pour simuler la création d'un texte médiatique;
- démontreront une connaissance des types d'aliments nécessaires pour maintenir un corps en santé;
- recenseront la qualité nutritionnelle des aliments commercialisés dans les espaces en ligne visant les enfants.



Préparation et matériel

- Demander aux élèves de jouer au jeu éducatif *Les publi-astuces de Co-Co* (disponible en ligne à l'adresse <http://habilomedias.ca/jeux/publi-astuces-co-co-unit%C3%A9-interactive-sur-marketing-nourriture-sur-web> et pour les appareils mobiles dans les magasins d'application Apple et Google Play)
- Photocopier le document *Les publi-astuces de Co-Co : Document d'accompagnement pour les parents*
- Obtenir une connexion Internet et un projecteur d'image-écran ou un tableau blanc numérique

L'ensemble du texte présenté dans *Les publi-astuces de Co-Co* est accompagné d'une bande sonore qui tient compte des différents niveaux de lecture. Les jeunes enfants peuvent avoir besoin d'aide pour parcourir l'activité. Voici quelques suggestions avant de commencer :

- Demandez à un adulte ou à un élève de niveau supérieur de s'asseoir avec l'enfant pendant qu'il fait l'activité. Les enfants qui ont besoin de beaucoup d'aide la première fois qu'ils jouent au jeu devraient avoir l'occasion d'y rejouer.
- Demandez à un parent bénévole de s'asseoir avec l'élève pendant qu'il ou elle joue au jeu.
- Jumelez les élèves qui éprouvent des difficultés de lecture à des lecteurs habiles pour qu'ils jouent au jeu ensemble.
- Invitez des groupes de deux élèves à jouer au jeu et à comparer les résultats qu'ils ont créés. Offrez aux élèves la possibilité de jouer à nouveau et de créer des terrains de jeux différents.
- À l'aide d'un projecteur, parcourez le jeu avec toute la classe.

Procédure

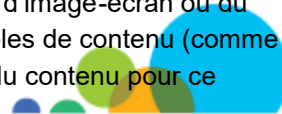
Publicités sur les collations

Commencez par poser les questions suivantes aux élèves.

- Que veut-on dire par alimentation « saine »?
- Quels sont les groupes alimentaires qui composent le Guide alimentaire canadien? (Disponible à l'adresse <http://www.hc-sc.gc.ca/fn-an/food-guide-aliment/index-fra.php>)
- (Pour un meilleur aperçu du Guide alimentaire canadien, consultez notre leçon [Manger sous un arc-en-ciel](#)).
- Quelle est la place des collations dans notre alimentation?
- Peut-on manger des collations et être en bonne santé?
- Est-il problématique de diffuser trop de publicités sur les collations?

Qu'est-ce qui est publicisé en ligne?

Demandez aux élèves de nommer leurs sites Web préférés. (Si les élèves ont accès à des appareils mobiles, vous pouvez leur demander le nom de leurs applications préférées également). À l'aide du projecteur d'image-écran ou du tableau blanc numérique, visitez certains de ces sites Web : si certains incluent des types multiples de contenu (comme des sites regroupes de jeux ou un site d'hébergement de vidéos), assurez-vous de visionner du contenu pour ce



groupe d'âge (comme des dessins animés ou des jeux visant les jeunes enfants). Alors que vous visitez les sites, demandez aux élèves de lever leur main chaque fois qu'ils voient une publicité. (Sur les sites d'hébergement de jeux, vous devrez peut-être aider les élèves à reconnaître le publidivertissement, soit des jeux qui contiennent du contenu publicitaire). Chaque fois qu'un élève aperçoit une publicité, consignez ce qui est commercialisé.

Si vous êtes inquiet du contenu que vous pourriez rencontrer selon les sites préférés des élèves, vous pouvez planifier votre visite à l'avance à l'aide des choix suivants de la liste de HabiloMédias des sites préférés des élèves :

- Friv.com
- Jeux.fr
- Jeu.info
- Andkon.com
- Kizi.com
- Y8.com

Une fois que vous avez terminé votre visite, examinez la liste des produits qui étaient commercialisés. Faites remarquer aux élèves la longueur de la liste et demandez-leur de la comparer au nombre de publicités qu'ils verraient à la télévision pendant une période de temps semblable. (Les émissions de télévision commerciales diffusent environ 8 minutes de publicités ou de 16 à 20 publicités individuelles toutes les 30 minutes. La télévision publique n'en diffuse aucune, et les vidéos achetées dans les magasins n'en auront pas ou encore en présenteront seulement quelques-unes).

Maintenant, aidez les élèves à diviser la liste des publicités en catégories selon les produits qui sont vendus. Les catégories comprendront sûrement d'autres jeux, des jouets, des émissions de télévision et des films visant les enfants et des aliments. Concentrez-vous sur la catégorie des aliments et demandez aux élèves quels types d'aliments sont commercialisés : tous les produits, ou presque, seront des collations ou des céréales sucrées.

Rappelez aux élèves les groupes alimentaires du Guide alimentaire canadien : les fruits et les légumes, les grains entiers, les aliments protéinés, et l'eau. Dans quelles catégories les aliments commercialisés se classent-ils? La plupart d'entre eux ne correspondent à aucun groupe alimentaire. Examinez ceux qui se classent dans l'une des catégories (rappelez aux élèves que pas tous les produits à base de grains contiennent des grains entiers) et recherchez leurs données nutritionnelles.

Pour ce faire, entrez le nom du produit entre guillemets, puis tapez le terme « nutrition » : « Cheerios au miel et aux noix » nutrition

Demandez aux élèves ce qui fait que ces produits pourraient être des choix santé (teneur élevée en fibres, faible en sucre, vitamines ou minéraux ajoutés) ou non (teneur élevée en sucre et en sel, gras, sucre ajouté sous forme de guimauves ou autres bonbons). Dites aux élèves que les sociétés de produits alimentaires prétendent souvent commercialiser des produits « meilleurs pour vous » (comme Cheerios au miel et aux noix comparativement à Lucky Charms).



Concevoir un site Web sur la saine alimentation

Demandez aux élèves de jouer au jeu *Les publi-astuces de Co-Co* (consultez la section « Préparation et matériel » ci-dessus pour différentes façons de jouer).

Ensuite, demandez aux élèves de concevoir un site Web pour leur aliment sain préféré semblable à celui représenté dans le jeu *Les publi-astuces de Co-Co*. Cependant, contrairement au site Web de Co-Co Crouch, lequel utilise des astuces qui pourraient induire en erreur ou favoriser la reconnaissance de la marque, le but du site Web sur l'aliment sain est d'éduquer et d'informer des avantages des choix santé.

Pour leur conception :

- Indiquez aux élèves de penser à leur aliment sain favori et sélectionnez-le en tant que produit à promouvoir sur un site Web. Demandez aux élèves de concevoir un logo pour ce type d'aliments.
- Dites-leur de créer, nommer et dessiner leur propre personnage porte-parole. Permettez-leur de dessiner ou peindre une image illustrant leur nouveau personnage avec leur nourriture préférée. Demandez aux élèves de penser à la façon dont la conception du personnage peut aider à illustrer le type d'aliments comme étant sains.
- Posez les questions suivantes aux élèves :
 - Quel type d'activités incluraient-ils à leur site Web?
 - De quelle façon ces activités pourraient-elles informer la population quant à la nature saine de leur type d'aliments?
 - Quelles différences y aurait-il entre les vidéos, les jeux et les activités présentés sur les sites sur la saine alimentation et ceux que l'on trouve sur d'autres sites Web?
 - Y incluraient-ils autre chose, comme une zone d'information sur la nutrition?
- Demandez aux élèves de donner un nom à leur site Web.

Une fois que les élèves ont terminé de lancer des idées pour leur site Web, invitez-les à dessiner ou à peindre le plan de leur page d'accueil. Affichez ces images au mur en tant que site Web sur la saine alimentation.

Rappelez aux élèves qu'il est important de porter un regard critique sur les médias que nous rencontrons. En surfant sur Internet, nous devrions poser les questions suivantes : « Qui a créé ce site Web? Quel est le but du site Web? Son but est-il de nous vendre des choses? Sert-il à nous fournir de l'information ou simplement à nous amuser? » Rappelez aux élèves que lorsqu'un site Web tente de vendre quelque chose, nous devons être conscients des techniques de marketing qui sont utilisées.



Les publi-astuces de Co-Co : Document d'accompagnement pour les parents

Chers parents ou gardiens,

Nous examinons présentement une leçon dans laquelle les types d'aliments qui sont commercialisés auprès des enfants s'intègrent, ou non, dans une alimentation saine. En plus de parler de la différence entre les aliments qui sont sains et malsains, les élèves apprendront également de quelle façon les spécialistes du marketing font de la publicité auprès des enfants sur leurs sites Web de produits alimentaires.

Dans le cadre de cette leçon, vos enfants joueront à jeu appelé *Les publi-astuces de Co-Co*. Dans ce jeu, ils étudient les stratégies de marketing en ligne alors qu'ils aident une mascotte de céréales, Co-Co, à créer un site Web qui attirera les enfants.

Pour aider à renforcer ce qu'ils ont appris, nous encourageons les élèves à jouer à ce jeu à la maison pour montrer à leur famille ce qu'ils ont appris. Ils peuvent accéder au jeu en ligne à l'adresse suivante : <http://habilomedias.ca/jeux/publi-astuces-co-co-unite-interactive-sur-marketing-nourriture-sur-web>.

Pour vous aider à parler à vos enfants de cette question, nous vous fournissons des fiches conseils sur le marketing en ligne fait auprès des enfants.



Pourquoi les spécialistes du marketing ciblent-ils les enfants?

Les enfants sont un public cible important pour les spécialistes du marketing puisqu'ils ont un grand pouvoir d'achat. Ils influencent les décisions d'achat de leurs parents et ils sont les consommateurs adultes de l'avenir.

Les spécialistes du marketing tentent de développer chez les jeunes enfants une reconnaissance de la marque. Ils espèrent ainsi établir avec eux une longue relation. Selon le Center for a New American Dream, les bébés de six mois peuvent déjà former des images mentales de logos et de mascottes. La fidélité à la marque peut ainsi être établie dès l'âge de deux ans. En commençant l'école, un enfant peut reconnaître des centaines de logos.

Marketing en ligne

Internet est un média extrêmement désirable pour les spécialistes du marketing qui veulent cibler les enfants.

- Il fait partie de la culture des jeunes. Cette génération de jeunes grandit avec Internet : il fait partie de leur routine quotidienne.
- Les parents ne comprennent généralement pas la portée de la publicité en ligne ciblant les enfants.
- Les enfants sont souvent en ligne seuls, sans supervision parentale.
- Les annonceurs de produits alimentaires préfèrent Internet à la télévision, laquelle dispose de codes concernant la publicité faite aux enfants, puisque Internet est moins réglementé.
- Les technologies avancées facilitent la collecte de renseignements auprès des jeunes pour la recherche commerciale et le ciblage des enfants individuels grâce aux publicités personnalisées.
- En créant des environnements attrayants et interactifs selon les produits et les marques, les sociétés peuvent fidéliser les enfants dès leur plus jeune âge.

L'une des meilleures façons de rejoindre les enfants en ligne est de créer des terrains de jeux amusants et attrayants où le contenu et les publicités sont intégrés harmonieusement dans des éléments graphiques, des jeux et des activités. Ces terrains de jeux sont appelés « publidivertissement ».

Questions spéciales pour les jeunes enfants

Il peut être difficile pour les jeunes enfants de faire la différence entre les publicités et le divertissement. Il est déjà difficile pour eux de le faire à la télévision, et c'est encore plus difficile pour eux de le faire sur Internet.

Les niveaux d'obésité chez les jeunes enfants étant croissants, il y a lieu de se poser des questions sur l'impact des campagnes agressives de marketing sur Internet pour des produits alimentaires comme la restauration rapide, les boissons gazeuses et les bonbons. Les recherches indiquent que presque tous les produits alimentaires commercialisés auprès des enfants en ligne sont des aliments à teneur élevée en sucre et en sodium et hypercaloriques.

Le publidivertissement peut aussi contribuer aux problèmes concernant le temps d'écran excessif et une trop grande exposition aux publicités. Contrairement aux publicités à la télévision, lesquelles ne durent que quelques secondes, les enfants peuvent jouer à des publijeux en ligne aussi longtemps qu'ils le désirent. Ces terrains de jeu virtuels sont très attirants : les enfants sont beaucoup plus susceptibles de visiter des sites Web lors de publijeux que d'autres sites, et passent davantage de temps sur ces sites que les autres sites pour enfants.



Composer avec le marketing en ligne

Pour aider les enfants à éviter les nombreux pièges établis par les spécialistes du marketing en ligne, les parents devraient enseigner quelques notions à leurs enfants.

Réfléchir de façon critique aux sites Web commerciaux

Les enfants doivent être sensibilisés au marketing en ligne afin qu'ils reconnaissent à quel moment on essaie de leur vendre un produit et de quelle façon.

Les jeunes enfants ayant de la difficulté à reconnaître les publicités, parlez à vos enfants de la publicité dès leur plus jeune âge. Il est important pour les enfants de comprendre que même si certains sites commerciaux sont amusants à visiter, ils existent pour deux raisons : la fidélisation et la reconnaissance de la marque, et la collecte de renseignements à des fins de marketing.

Protéger leurs renseignements personnels

Demandez à vos enfants de toujours vous consulter avant de donner tout renseignement personnel en ligne. S'ils doivent absolument donner une adresse courriel pour participer à un site Web commercial, vous pouvez créer un compte électronique « factice » pour eux (soit un compte de courriel qui n'est utilisé que lorsqu'ils doivent donner une adresse électronique sur des sites Web).

Lire les politiques de protection des renseignements personnels en ligne

Bien que la plupart des sites Web pour enfants fournissent des politiques de protection des renseignements personnels, il est important d'apprendre à lire les petits caractères. Une bonne politique de protection des renseignements personnels vous dit immédiatement quels renseignements sont recueillis auprès des enfants et de quelle façon ils seront utilisés. Elles devraient permettre aux parents de visualiser tout renseignement recueilli sur leurs enfants et d'éditer ou de supprimer ces renseignements s'ils le désirent.

En général, un lien vers la politique de confidentialité est affiché au bas de chaque page. Voici ce qu'il faut rechercher :

- Quels renseignements sont recueillis ou surveillés? Comment ces renseignements seront-ils utilisés? (Il est particulièrement important de comprendre s'ils seront vendus ou transférés à un tiers).
- Les parents ont-ils la possibilité de changer ou supprimer les données recueillies à propos de leurs enfants?
- Quelles mesures sont prises pour préserver la vie privée des enfants lorsqu'ils participent à des clavardoirs, à des babillards électroniques ou à des activités par courrier électronique sur le site?

Faire la différence entre les sites identifiés à une marque et les autres

Les premiers sont faciles à identifier. Ils sont associés à une marque spécifique et mettent en vedette produits ou personnages qui appartiennent exclusivement à cette compagnie et portent son image de marque. Leur but est de renforcer la fidélité de leurs clients, vendre des produits et recueillir des données utiles à leurs stratégies de marketing.



Les autres sites commerciaux sont plus difficiles à repérer dans la mesure justement où ils ne semblent pas associés à une compagnie spécifique. On peut aussi bien y retrouver des produits de différentes marques que pas de produits du tout. Ces sites sont essentiellement là pour effectuer des sondages et faire des recherches sur les jeunes, en obtenant d'eux le plus d'informations personnelles possible. Les informations obtenues pourront être utilisées par les différents partenaires du site ou vendues à d'autres parties intéressées.

Reconnaître les astuces de marketing en ligne

Aidez vos enfants à établir leurs propres « publi-astuces » en leur expliquant comment les annonceurs :

- utilisent des mots et des images qui font qu'un site Web semble un emplacement réel auquel peuvent se joindre les enfants;
- intègrent des activités comme des coloriages et des jeux sur leurs sites pour que les jeunes continuent d'y jouer pendant de longues périodes;
- utilisent des concours, des questionnaires et des sondages en ligne pour recueillir des renseignements personnels auprès des enfants pour les aider à créer des stratégies de marketing pour communiquer avec d'autres enfants;
- utilisent des mascottes sympathiques pour attirer les enfants et créer de bons sentiments à propos de leurs produits.

Expliquez également aux élèves que les bannières publicitaires sur les sites commerciaux peuvent amener vers d'autres sites qui pourraient ne pas être appropriés pour les enfants. Ils doivent donc vous en parler avant de cliquer sur ces bannières.

Reconnaître les sites responsables pour enfants

Pour vous aider à vous assurer que les sites Web préférés de vos enfants respectent leurs jeunes utilisateurs, recherchez des sites qui :

- identifient leurs partenaires;
- cernent clairement toute publicité;
- disposent d'une politique de protection des renseignements personnels qui est facile à comprendre et à laquelle on peut facilement accéder à partir de la page d'accueil et de toute autre page sur laquelle les enfants doivent fournir des renseignements;
- énoncent clairement dans leurs politiques de protection des renseignements que tous les renseignements recueillis auprès des enfants ne seront **pas** vendus à une tierce partie;
- s'assurent que les parents connaissent tous les risques possibles en matière de sécurité relativement aux différentes activités et prennent des mesures pour protéger les enfants qui y participent;
- fournissent des environnements de clavardage surveillés;
- nécessitent qu'un consentement parental soit obtenu avant que tout enfant âgé de moins de 13 ans fournisse des renseignements personnels.



Activité d'évaluation : site Web factice

	<i>Attentes en matière d'apprentissage</i>	<i>Réalisation</i>
<p>Utiliser</p> <p>Les compétences et les connaissances qui entrent dans la catégorie « utilisation » vont du savoir technique fondamental (utiliser des programmes informatiques comme des systèmes de traitement de texte, des navigateurs Web, des courriels, et d'autres outils de communication) aux capacités plus avancées pour accéder et utiliser les ressources du savoir, comme les moteurs de recherche et les bases données en ligne, et les technologies émergentes comme l'infonuagique.</p>	<p>Exprimer des préférences pour une variété de textes oraux, imprimés et d'autres médias</p> <p>Parler ou écrire à propos de parties préférées des textes oraux, imprimés et d'autres médias</p> <p>Participer à des activités virtuelles guidées par un enseignant</p> <p>Décrire des façons dont ils utilisent les technologies</p> <p>Analyser les facteurs qui affectent les choix pour une activité physique (p. ex. impact de la technologie et des médias)</p>	<p>Insuffisante (R);</p> <p>Débutant (1);</p> <p>En développement (2);</p> <p>Compétent (3)</p> <p>Confiant (4)</p>
<p>Comprendre</p> <p>La notion de « comprendre » comprend reconnaître comment la technologie réseautée affecte notre comportement ainsi que nos perceptions, croyances et sentiments à propos du monde qui nous entoure.</p> <p>Comprendre nous prépare également pour une économie du savoir alors que nous développons des compétences en gestion de l'information pour trouver, évaluer et utiliser efficacement des renseignements pour communiquer, collaborer et résoudre les problèmes.</p>	<p>Partager des expériences personnelles qui sont clairement liées aux textes oraux, imprimés et d'autres médias</p> <p>Donner des exemples de publicité et de propagande qui peuvent affecter les personnes et les décisions qu'elles prennent, donner des exemples de la façon dont l'influence des pairs peut affecter les décisions personnelles</p> <p>Déterminer le but et le public cible pour certains textes médiatiques simples</p> <p>Cerner des façons dont les messages sont améliorés dans les textes oraux, imprimés et d'autres médias par l'utilisation de techniques précises</p> <p>Démontrer une compréhension voulant que le but des sites Web de produits soit d'encourager l'achat du produit et de connaître les méthodes utilisées pour promouvoir les produits sur ces sites</p>	<p>Insuffisante (R);</p> <p>Débutant (1);</p> <p>En développement (2);</p> <p>Compétent (3)</p> <p>Confiant (4)</p>



	Attentes en matière d'apprentissage	Réalisation
<p>Créer</p> <p>Créer est la capacité de produire du contenu et de communiquer efficacement au moyen d'une variété d'outils médiatiques numériques. La création comprend être en mesure d'adopter ce que nous produisons pour différents contextes et publics, de créer et de communiquer au moyen de médias riches comme des images, des vidéos et du son, et de s'engager efficacement et de façon responsable à l'égard de contenu géré par l'utilisateur comme les blogues et les forums de discussion, les vidéos et le partage de photos, les jeux sociaux et d'autres formes de médias sociaux.</p> <p>La capacité de créer au moyen de médias numériques permet de s'assurer que les Canadiens sont des contributeurs actifs à la société numérique.</p>	<p>Utiliser une variété de médias numériques (textes, images, audio, films) pour s'exprimer de façon créative</p> <p>Utiliser des mots et des photos pour ajouter des détails sensoriels aux textes oraux, imprimés et d'autres médias</p> <p>Utiliser ses propres idées et répondre à celles des autres pour créer des textes oraux, imprimés et d'autres médias</p> <p>Communiquer et démontrer une compréhension des formes et des techniques</p> <p>Recenser le sujet, le but et le public pour les textes médiatiques qu'ils prévoient créer</p> <p>Recenser les conventions et les techniques appropriées à la forme choisie pour un texte médiatique qu'ils prévoient créer</p>	<p>Insuffisante (R);</p> <p>Débutant (1);</p> <p>En développement (2);</p> <p>Compétent (3)</p> <p>Confiant (4)</p>

