



## LEÇON

**Années scolaires :** Maternelle à la 1<sup>re</sup> année

**Au sujet de l'auteur :** Cette leçon a été créée par Ethan Anderson pour HabiloMédias

**Durée:** 1 heure

# Les publi-astuces : Introduction à la publicité alimentaire en ligne



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

Cette leçon initie les élèves à la notion de publicité en ligne et leur permet d'examiner les moyens utilisés par les spécialistes du marketing pour créer des environnements en ligne immersifs et attrayants qui captent et maintiennent l'attention des enfants. Après avoir étudié les techniques courantes, les élèves jouent à un jeu éducatif en ligne qui leur permet de mettre en pratique leur apprentissage en « créant » un site annonçant des céréales fictives, Co-Co Crouch.

## Objectifs visés

Les élèves vont :

- commencer à prendre conscience des stratégies utilisées par les spécialistes du marketing pour intéresser les enfants en ligne et leur faire de la publicité en ligne, en particulier pour des produits alimentaires qui s'adressent aux enfants;
- commencer à comprendre la nature commerciale d'Internet;
- définir les messages évidents et implicites des sites Web qui font du marketing auprès d'enfants de leur âge;
- mettre leur apprentissage en application grâce à la simulation d'un site Web de céréales.

## Préparation et matériel

- Prévoyez une période pendant laquelle les élèves pourront jouer au jeu éducatif *Les publi-astuces de Co-Co* (disponible en ligne à l'adresse <http://habilomedias.ca/jeux/publi-astuces-co-co-unité-interactive-sur-marketing-nourriture-sur-web> et dans les boutiques d'applications Apple et Google Play pour les appareils mobiles).
- Photocopiez le document intitulé *Les publi-astuces de Co-Co : Renseignements généraux à l'intention des parents et des enseignants*.
- Obtenez une connexion à Internet et procurez-vous un vidéoprojecteur ou un tableau blanc numérique.



**Note:** 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.

## Déroulement suggéré

---

### Achète-moi ça !

Demandez aux élèves :

- Quels articles se trouvent sur votre liste de souhaits d'anniversaire ou de Noël? (Écrivez leurs choix au tableau ou sur une grande feuille de papier).
- Parlez des listes : Comment avez-vous entendu parler des articles que vous voulez avoir?
- Combien d'entre vous avez vu des annonces de ces articles à la télévision ou en ligne?
- Qu'est-ce que la publicité? (Insistez sur le fait que la publicité tente de vendre quelque chose aux gens).

### Parlons de publicité

Expliquez ce qui suit aux élèves : « La publicité est parfois très évidente – par exemple, à la télévision, lorsqu'il y a une pause dans l'émission que tu regardes et qu'une annonce présente un produit. »

Si possible, montrez aux élèves une annonce « classique » pour un produit qui ne se vend plus, comme celles qui sont présentées sur ces sites :

- Publicités des années 1970 - 1980 : <https://www.youtube.com/watch?v=gAXpHGVvBTU>
- [http://www.dailymotion.com/video/x4ob2n\\_de-1925-a-2006-anciennes-et-recente\\_news](http://www.dailymotion.com/video/x4ob2n_de-1925-a-2006-anciennes-et-recente_news)

Posez les questions suivantes aux élèves :

Comment les entreprises essaient-elles de convaincre les enfants qu'un jouet, un jeu ou une sorte de céréales en particulier est réellement ce qu'il y a de mieux? Quelles stratégies utilisent-elles? Expliquez certaines des stratégies utilisées par les spécialistes du marketing pour donner aux enfants l'envie d'acheter un produit particulier, par exemple :

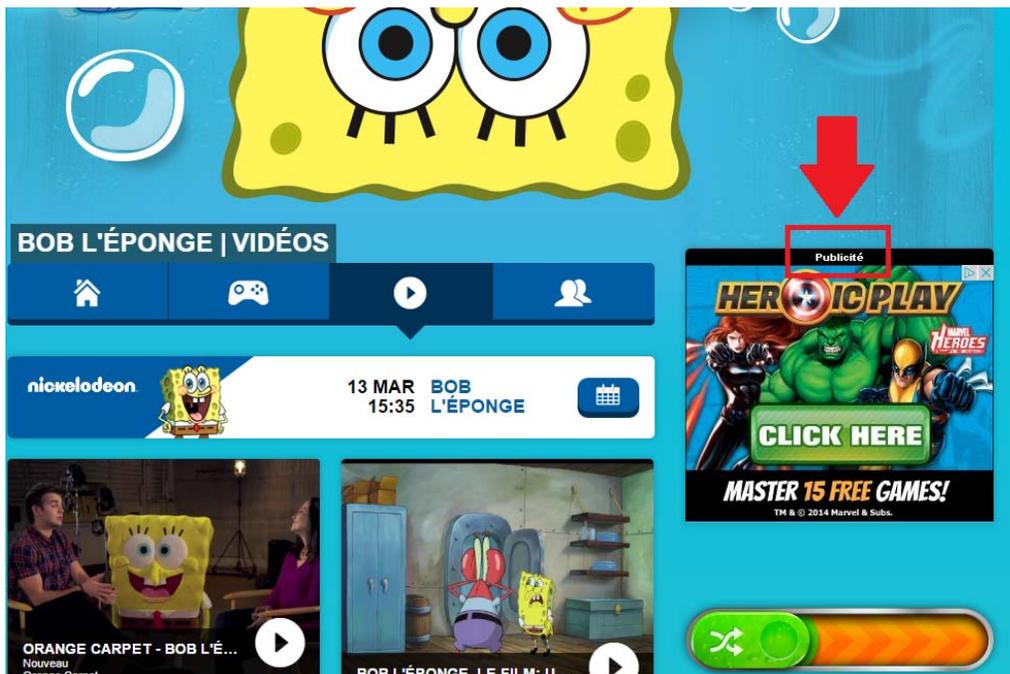


- les enfants dans les annonces ont l'air vraiment « cool »;
- les annonces présentent de drôles de personnages de bandes dessinées;
- les effets sonores, les couleurs accentuées, des angles de prises de vues spectaculaires et la musique accrocheuse s'unissent pour rendre le produit séduisant;
- les personnages des annonces s'en donnent à cœur joie. Ce que nous ne manquons pas d'associer au plaisir que doit procurer le produit.

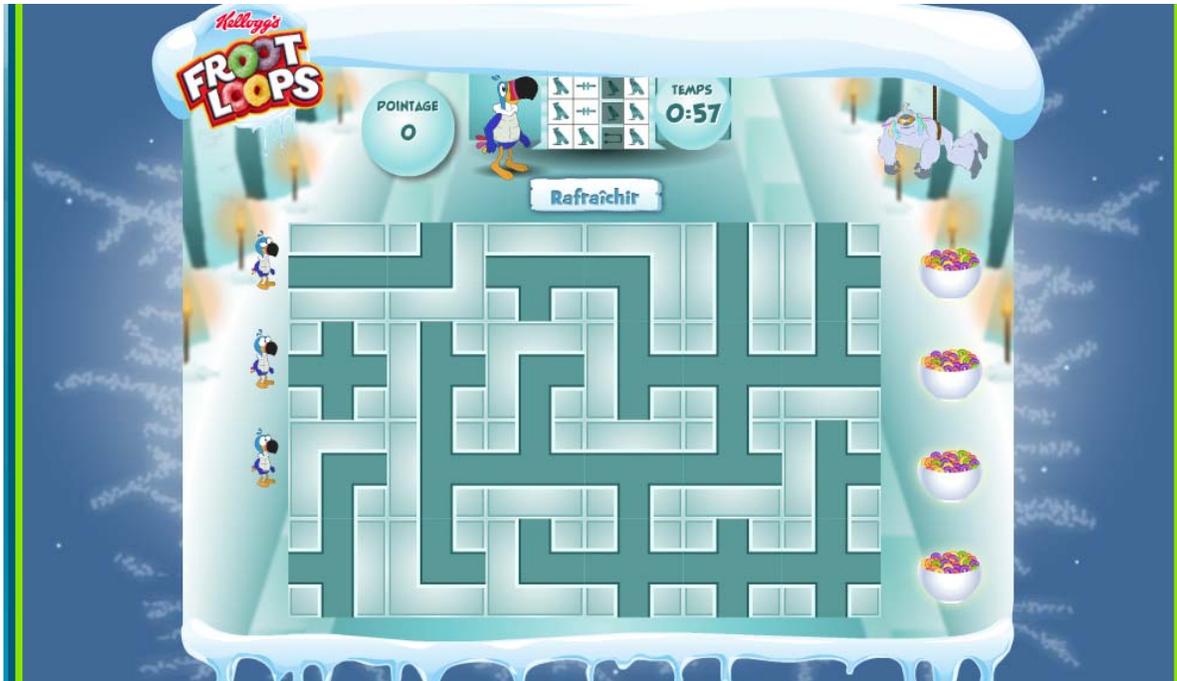
Avez-vous déjà vu des publicités qui utilisent ces stratégies?

### Les publi-astuces

Expliquez ce qui suit aux élèves : La télévision est l'un des lieux où on voit des annonces publicitaires. On en voit aussi quand on joue en ligne. Comme à la télévision, certaines publicités sont très évidentes (présentez ou affichez l'image ci-dessous, sur laquelle il est clairement écrit « publicité »).



À d'autres moments, il peut être plus difficile de repérer les publicités. Pouvez-vous trouver la publicité sur ce site Web? (Amenez les élèves à comprendre que le site Web en entier est une publicité, parce qu'il a pour but de « vendre » des céréales Kellogg).



Pour vous aider à comprendre comment les entreprises annoncent des produits aux enfants sur Internet, nous allons jouer à un jeu dans lequel vous aiderez Co-Co, un personnage qui représente une céréale, à construire un site parfait que les enfants voudront visiter.

Invitez les élèves à jouer au jeu *Les publi-astuces de Co-Co* (consultez la section *Préparation et matériel* ci-dessus pour connaître différentes façons de faire jouer le jeu aux élèves).

Lorsque les élèves ont terminé le jeu, parlez des stratégies publicitaires utilisées pour aider Co-Co à concevoir son site Web et demandez-leur de partager les « astuces commerciales » qu'ils ont choisies pour Co-Co.

Voici quelques exemples de stratégies utilisées par les spécialistes du marketing :

- *Emplacements* : Les mots tels que *monde*, *village*, *ville*, *maison de club*, *terre* et *planète* donnent l'impression que l'emplacement du site Web se trouve dans un lieu éloigné spécial. Les entreprises veulent que les enfants sentent qu'il s'agit d'un monde hors de l'ordinaire auquel ils peuvent accéder pour visiter, jouer et explorer.
- *Personnalisation* : Les mots comme *mon* ou *ma* donnent l'impression que le site Web est leur propre espace personnel. Pour renforcer cette idée, ces sites Web comprennent également des activités dans lesquelles les enfants peuvent personnaliser leur expérience. Certains demandent aux enfants de soumettre leur prénom avant d'entrer dans un site, afin de leur fournir un message d'accueil personnalisé à leur retour.



- *Aventure* : Les mots comme *quête*, *défi* et *voyage* donnent l'impression que l'utilisateur est sur le point de commencer une grande aventure et donnent le sentiment qu'il s'agit d'un lieu actif plutôt qu'à deux dimensions. Parfois, ces mots sont jumelés à un emplacement, comme dans *Les terres de l'aventure*.

Indiquez aux élèves qu'il n'y a pas de mal à jouer sur des sites commerciaux, mais expliquez-leur qu'il est important de reconnaître les sites pour ce qu'ils sont : des publicités en ligne. Invitez-les à jouer au jeu de Co-Co avec leurs parents et à voir s'ils arrivent à repérer ces stratégies dans les sites où ils aiment jouer en ligne.

### Lien entre l'école et la maison

Invitez les élèves à jouer au jeu avec un parent ou un tuteur. Les renseignements généraux portant sur les environnements Web immersifs et les sites de marque commerciale sont présentés dans le *Document d'accompagnement pour parents*. Vous pouvez préparer aux élèves une trousse qu'ils pourront apporter à la maison, incluant les feuilles d'exercices qui se trouvent vers la fin du Guide de l'enseignant : [http://habilomedias.ca/sites/mediasmarts/files/pdfs/backgrounders/Guide\\_enseignant\\_Les\\_publici-astuces\\_Co-Co.pdf](http://habilomedias.ca/sites/mediasmarts/files/pdfs/backgrounders/Guide_enseignant_Les_publici-astuces_Co-Co.pdf). Invitez les élèves à jouer au jeu avec leurs parents et à décrire chacun des trucs présentés. En variante, les élèves peuvent montrer à leurs parents un exemple de site Web de marque et expliquer les techniques de publicité à la base du site.



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

---

### Chers parents ou gardiens,

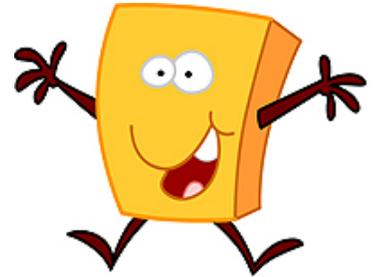
Nous examinons présentement une leçon dans laquelle les types d'aliments qui sont commercialisés auprès des enfants s'intègrent, ou non, dans une alimentation saine. En plus de parler de la différence entre les aliments qui sont sains et malsains, les élèves apprendront également de quelle façon les 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.

