



LEÇON

Années scolaire : 6^e à 9^e année ; 6^e année à 3^e secondaire

Au sujet de l'auteur : HabiloMédias

Marketing en ligne destiné aux jeunes : Protégez votre vie privée



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 permet aux élèves de se familiariser avec les différentes techniques utilisées par les sites Web commerciaux pour recueillir des renseignements personnels sur les enfants. La leçon permet également de comprendre les enjeux relatifs aux enfants et à la protection de la vie privée sur Internet. Elle commence par une discussion dirigée portant sur le type de renseignements qui intéressent les agents de marketing et les méthodes que ceux-ci utilisent pour recueillir les renseignements en ligne. De plus, les élèves comparent les lignes directrices facultatives du Canada avec la législation des États-Unis portant sur la protection de la vie privée des enfants en ligne. Les activités comprennent une enquête sur les pratiques en matière de protection des renseignements personnels sur les sites Web populaires destinés aux enfants, la rédaction d'une lettre d'opinion leur permettant d'exprimer leurs préoccupations sur la confidentialité en ligne et un exercice grâce auquel les élèves apprennent à reconnaître les éléments cachés dans les politiques de confidentialité des sites Web destinés aux enfants.

Objectifs visés

Les élèves vont démontrer :

- une connaissance des méthodes utilisées par les agents de marketing en ligne afin d'obtenir des renseignements personnels sur les enfants;
- une compréhension de la capacité unique d'Internet à extraire des données et à suivre la trace des utilisateurs;
- une compréhension des enjeux relatifs à la protection de la vie privée des enfants sur Internet;
- une familiarisation avec les directives facultatives qui sont utilisées par certains sites Web commerciaux.

Préparation et documents

Imprimez la copie de l'enseignant du document *Les 15 sites pour enfants les plus populaires*.



- Photocopiez les documents suivants :
 - *Protéger sa vie privée sur Internet. Les sites commerciaux;*
 - *Directives concernant les supports électroniques interactifs de la CARU (Children's Advertising Review Unit);*
 - *Directives de la COPPA (Children's Online Privacy Protection Act);*
 - *Directives de l'ACM se rapportant au marketing destiné aux enfants et aux adolescents.*
- Pour l'activité 1, photocopiez la *Liste de contrôle pour la protection de la vie privée.*
- Pour l'activité 2, photocopiez *Exprimez-vous : Marketing en ligne pour les enfants* et *Comment rédiger une lettre d'opinion efficace.*
- Pour l'activité 3, photocopiez la *Politique de confidentialité de CyberZone* et la *Politique de confidentialité de La planète des enfants*

La leçon

Pour commencer, posez les questions suivantes aux élèves :

- Combien d'entre vous visitez des sites sur Internet pour vous amuser?
- Quels types de sites et d'activités préférez-vous?
- Vous a-t-on déjà demandé des renseignements personnels sur un site Web, comme votre nom, votre âge, votre adresse, vos passe-temps ou votre couleur préférée?
- Quand et pourquoi avez-vous eu l'obligation de soumettre des renseignements?
- Quels renseignements étaient exigés?
- Étiez-vous à l'aise avec l'idée de soumettre ces renseignements? Pourquoi?

Discussion dirigée

La protection de la vie privée est un enjeu important sur Internet, en particulier lorsqu'il est question des enfants. En 2010, le *Wall Street Journal* a étudié les méthodes de collecte de renseignements utilisées par 50 sites destinés aux enfants, ce qui a permis de constater que ces sites sont plus susceptibles de suivre le comportement de leurs utilisateurs que les sites Web destinés aux adultes.

Remue-méninges :

- Quels types d'« information nominative » sont recueillis par les sites Web?
- Comment cette information est-elle recueillie?
- Que peuvent faire les agents de marketing avec cette information?



Écrivez les types de renseignements personnels suivants au tableau :

âges et date de naissance	matériel informatique et logiciels
intérêts	passes-temps
adresse courriel	noms
adresse postale	numéro de téléphone
sexe	

Demandez aux élèves de classer ces éléments par ordre d'importance, en commençant par ceux qu'ils croient être les plus souvent demandés sur les sites Web commerciaux destinés aux enfants, jusqu'à ceux qui seraient le moins souvent demandés par les agents de marketing en ligne. Discutez des types de renseignements que les élèves pensent être les plus souvent demandés. Qu'est-ce qui pourrait rendre ces renseignements précieux pour les agents de marketing?

Les élèves doivent prendre conscience que les renseignements personnels représentent une mine d'or. Certains sites pour enfants subsistent grâce à la vente de renseignements recueillis auprès des jeunes visiteurs à des tierces parties, telles que des firmes de marketing. D'autres les utilisent pour dresser un portrait des inquiétudes, préférences et habitudes de vie des enfants afin de maximiser le potentiel de commercialisation des sites Web.

Distribuez aux élèves la feuille *Protéger sa vie privée sur Internet. Les sites commerciaux*. Examinez les principaux points avec les élèves. Encouragez-les à faire part de situations similaires qu'ils peuvent avoir vécues en ligne.

- Concernant les politiques de confidentialité, est-ce que des élèves ont déjà lu une telle politique sur un site Web? (Il est très probable que de nombreux élèves n'ont jamais lu une telle politique.)
- Pour ceux qui ont lu des politiques de confidentialité sur le Web, sur quels sites étaient-ils? Y a-t-il eu des surprises?
- Pourquoi les politiques de confidentialité sont-elles importantes?
- Les enfants devraient-ils connaître d'autres éléments lorsqu'ils visitent des sites commerciaux destinés aux enfants?

Différences entre les États-Unis et le Canada

Aux États-Unis, les lignes directrices de la *Children's Online Privacy Protection Act* (COPPA) sont entrées en vigueur en avril 2000. Cette loi exige que les sites Web commerciaux fournissent un avis clair portant sur la manière dont l'information sera recueillie sur leur site et impose des restrictions quant au type de renseignements qui peuvent être recueillis auprès des enfants âgés de moins de treize ans. De plus, de nombreux sites Web américains destinés aux enfants adhèrent aux directives concernant les supports électroniques interactifs de la CARU (Children's Advertising Review Unit), qui stipulent la manière dont les agents de marketing peuvent commercialiser des produits aux enfants.

Le Canada ne dispose d'aucune loi portant spécifiquement sur la vie privée des enfants et Internet. La *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* (LPRPDE) ne fait pas spécifiquement référence aux jeunes, mais elle exige aux sociétés d'obtenir un « consentement valable » avant de recueillir des



renseignements personnels. La position de principe sur la publicité comportementale en ligne du Commissariat à la protection de la vie privée du Canada stipule ce qui suit : « Compte tenu des obstacles pratiques à l'obtention d'un consentement valable des enfants, en particulier d'un consentement implicite, les organisations devraient éviter de faire sciemment le suivi des enfants et de le faire sur les sites Web destinés aux enfants ».

Au printemps 1999, le CRTC (l'organisme gouvernemental chargé de réglementer les industries de la radiodiffusion du Canada) a décidé de ne pas tenter de réglementer le contenu d'Internet. Au lieu de cela, les entreprises canadiennes sont tenues de suivre des lignes directrices facultatives.

L'Association canadienne des fournisseurs Internet (ACFI) a créé un code de conduite facultatif pour la protection de la vie privée sur Internet. Bien que ces principes ne s'appliquent pas spécifiquement aux enfants, on présume que les enfants sont aussi protégés par ceux-ci. Les lignes directrices à l'intention des enfants (également facultatives) émises par l'Association canadienne du marketing (ACM) comprennent quelques clauses sur la collecte, le transfert et les demandes de renseignements personnels sur les enfants par les agents de marketing.

Distribuez les *Guidelines for Interactive Electronic Media*, soit les lignes directrices concernant les supports électroniques interactifs de la CARU (utilisées aux États-Unis), et les lignes directrices sur la commercialisation à l'intention des enfants et adolescents de l'ACM (utilisées au Canada) de manière à ce que chaque élève reçoive l'un des deux documents. Demandez aux élèves de lire leur document, puis de former une équipe avec un autre élève ayant reçu le même document afin d'en faire le résumé.

Sur un tableau noir ou un tableau blanc interactif, faites une synthèse de chaque document; celle-ci sera utile à toute la classe. Ensuite, distribuez le document de la COPPA (*Children's Online Privacy Protection Act*), examinez-le avec la classe et écrivez-en une synthèse au tableau.

Passez en revue les principaux points avec les élèves et posez-leur les questions suivantes :

- Parmi ces documents, lequel est le plus efficace pour protéger la vie privée des enfants? Qu'est-ce qui vous amène à penser ainsi?
- Lequel de ces documents préféreriez-vous voir en vigueur au Canada? Pourquoi?
- Quels sont les désavantages d'une réglementation facultative? Quels en sont les avantages?
- Examinez attentivement les lignes directrices de la COPPA. Même s'il s'agit d'une loi, quelles sont les difficultés auxquelles le gouvernement des États-Unis pourrait être confronté en ce qui a trait à la mise en œuvre de ces règles?
- Certains de ces documents ne s'appliquent qu'aux enfants et certains s'appliquent aux enfants et aux adolescents. Quelle est la meilleure approche et pourquoi? Quels pourraient être les inconvénients associés au fait de se concentrer spécifiquement sur les enfants (par exemple, certains sites populaires auprès des préadolescents, comme Facebook, se définissent comme des sites « pour adultes » afin d'éviter d'avoir à se conformer à la COPPA).
- Pourquoi Internet est-il si difficile à réglementer?

La première activité de cette leçon nécessite un accès à Internet. Les deuxième et troisième activités peuvent se faire sans ordinateur.



Activité 1 : Enquête en ligne sur les sites commerciaux destinés aux enfants *Un accès à Internet est nécessaire*

- Distribuez aux élèves la *Liste de contrôle pour la protection de la vie privée*.
- Divisez la classe en groupes.
- Assignez à chaque groupe cinq adresses de sites Web figurant sur le document *Les 15 sites pour enfants les plus populaires* (ou des sites suggérés par les élèves que vous avez préalablement évalués et approuvés).
- À l'aide de la liste de contrôle, chaque groupe note les méthodes utilisées sur ces sites pour obtenir des renseignements personnels de la part des enfants. Les élèves doivent aussi inscrire toute transgression observée sur ces sites à l'égard de la protection de la vie privée (par exemple, une politique de confidentialité qui est soit absente, soit imprécise, incomplète ou trompeuse ou bien un énoncé indiquant aux enfants d'aller demander la permission « à maman ou à papa » avant de répondre à un sondage, sans pourtant comporter de moyen de vérifier l'obtention du consentement parental).
- Chaque groupe présentera ses découvertes à la classe.
- Chaque groupe produira un rapport écrit sur ses découvertes comprenant un classement des sites selon le degré de respect à l'égard de la vie privée des enfants.

Activité 2 : Passer à l'action *Aucun ordinateur n'est nécessaire*

Distribuez aux élèves les documents *Exprimez-vous : Marketing en ligne pour les enfants* et *Comment rédiger une lettre d'opinion efficace*.

Un bon citoyen d'Internet prend certaines mesures lorsqu'il remarque un contenu douteux comme des pratiques de marketing en ligne intrusives. Demandez aux élèves d'utiliser leurs découvertes de l'activité 1 pour écrire une lettre à un site Web destiné aux enfants dont le contenu porte atteinte à la vie privée des enfants. Si les élèves n'ont pas trouvé de sites Web qui portent atteinte à la vie privée des enfants, demandez-leur d'écrire une lettre recommandant des changements à l'un des trois documents qu'ils ont lus sur la vie privée des enfants en ligne.

Activité 3 Politiques de confidentialité *Aucun ordinateur n'est nécessaire*

- Demandez aux élèves d'examiner les directives de la COPPA (*Children's Online Privacy Protection Act*) et le document *Protéger sa vie privée sur Internet. Les sites commerciaux*.
- Distribuez les politiques de confidentialité fictives de *CyberZone* et *La planète des enfants*.

Demandez aux élèves d'examiner et de comparer les politiques de confidentialité des deux sites commerciaux fictifs destinés aux enfants. Les élèves doivent évaluer les points forts et les points faibles de chacune de ces politiques et noter toute transgression à l'égard de la protection de la vie privée ou tout énoncé étant imprécis, trompeur ou manquant. Les élèves rédigeront un rapport sur chacune de ces politiques de confidentialité afin de déterminer lequel de ces sites est le plus respectueux de la vie privée des enfants.

Évaluation : Vous pouvez évaluer les élèves sur leur compréhension des enjeux portant sur la protection des renseignements personnels à partir de la lettre qu'ils ont écrite à l'activité 2 ou à partir du rapport qu'ils ont rédigé à l'activité 3.



Protéger sa vie privée sur Internet. Les sites commerciaux.

Internet offre aux spécialistes du marketing de nombreuses occasions de soutirer de l'information personnelle aux enfants. Ces derniers aiment beaucoup jouer sur le Web, et les sites commerciaux à leur intention se classent continuellement en tête de liste de leurs destinations préférées.

Toutefois, les enfants qui s'inscrivent à des sites Web pour jouer à des jeux, gagner des prix, participer à une discussion ou se joindre à un club pourraient bien compromettre leur vie privée. Voici de quelles façons :

- Formulaire d'inscription en ligne qui demandent aux enfants de s'inscrire pour devenir membres d'un club ou pour accéder aux sections les plus « amusantes » d'un site.
- Jeux-questionnaires et sondages qui servent à déterminer les préférences et les attitudes des jeunes consommateurs.
- Concours qui demandent aux enfants de soumettre de l'information personnelle pour participer ou gagner un prix.
- Cartes électroniques qui demandent l'adresse électronique d'un ami pour que la compagnie puisse lui envoyer des cartes et des souhaits électroniques.
- Environnements de discussion qui demandent aux enfants de l'information personnelle avant de se joindre à un bavardoir ou dans lesquels les enfants pourraient par inadvertance afficher des renseignements à leur sujet au cours d'une discussion.
- Fichiers témoins (*cookies*) qui suivent les visiteurs d'un site et qui conservent une note des endroits consultés. Les spécialistes du marketing se servent de ces fichiers pour créer des profils de consommateurs et présenter de l'information personnalisée aux jeunes visiteurs.

Politiques de protection des renseignements privés

Les politiques de protection de renseignements privés stipulent les modalités et les conditions d'utilisation d'un site en particulier. Toutefois, elles sont souvent floues, trompeuses ou inexistantes. Dans une bonne politique du genre, on doit lire :

- Quels renseignements sont recueillis auprès des jeunes visiteurs et de quelle manière cette information sera utilisée ?
- Comment les parents peuvent modifier ou effacer les données qui ont été recueillies au sujet de leurs enfants ?
- Quelles mesures sont prises pour protéger les enfants quand ils participent à un groupe de discussion, affichent sur un babillard ou envoient des messages électroniques à partir du site en question ?
- Est-ce que le site respecte les lignes directrices de l'industrie pour ce qui est de la vente de produits ou de services à des enfants et de la cueillette d'informations sur Internet ?
- Quelles méthodes sont utilisées pour vérifier que les parents ont bel et bien donné leur consentement avant qu'un enfant ne divulgue de l'information en ligne ?
- Comment communiquer avec l'entreprise qui héberge le site Web ou comment en apprendre davantage sur celle-ci ?



Ce que vous pouvez faire

- **Limitez ce que vous révélez.** Évitez les jeux-questionnaires, les concours et tout ce qui vous demande de donner des renseignements personnels. Cela est particulièrement vrai sur les réseaux sociaux, car en prenant part à un jeu-questionnaire, vous pouvez donner aux annonceurs l'accès à l'intégralité de votre profil. Lorsque vous n'utilisez pas les fonctions Bluetooth et GPS de vos appareils mobiles, vous devriez les désactiver.
- **Renoncez aux annonces.** Plusieurs services en ligne, tels que Google et Yahoo, vous permettent de désactiver la diffusion de publicité ciblée. Cela peut généralement se faire via les préférences liées à la publicité, les paramètres de confidentialité ou la politique de confidentialité du service.
- **Choisissez des services qui ne vous suivent pas.** Certains services, comme le moteur de recherche DuckDuckGo et le réseau social Ello, ne suivent pas leurs utilisateurs. N'allez cependant pas présumer qu'un service prétendant protéger votre confidentialité ne vous suivra pas. Par exemple, Snapchat apaise le désir de confidentialité de ses utilisateurs par l'autodestruction des messages et des photos, mais on y utilise quand même des fichiers de témoins pour suivre les utilisateurs et dresser leur profil. Consultez toujours la politique de confidentialité d'un service pour savoir ce qu'il recueille à votre sujet.
- **Utilisez un mode de navigation privée, un module d'extension pour la protection de la vie privée ou un serveur mandataire.** La plupart des navigateurs Web offrent un mode de navigation privée dont l'activation empêche votre ordinateur d'accepter les fichiers de témoins. Cependant, le fonctionnement diffère selon les versions et certains n'empêchent pas les sites Web de vous suivre. Pour maximiser votre confidentialité, utilisez un module d'extension pour navigateur, comme Privacy Badger, conçu pour bloquer les logiciels de suivi des utilisateurs. Si vous ne voulez pas du tout être suivi, utilisez un serveur mandataire (proxy) qui vous attribue un nouveau numéro de protocole Internet aléatoire à chaque utilisation de votre ordinateur.



Directives concernant les supports électroniques interactifs de la CARU (Children's Advertising Review Unit)

Aux États-Unis, la CARU (Children's Advertising Review Unit) a créé une série de directives volontaires pour le marketing destiné aux enfants sur Internet. Ces directives s'appliquent aux activités en ligne qui ciblent délibérément les enfants de moins de 13 ans ou qui sont reconnues comme étant attrayantes pour les visiteurs enfants. Elles décrivent les conditions s'appliquant à la vente auprès des enfants en ligne et les règles visant à protéger la vie privée des jeunes visiteurs.

Sites de publicité

Les annonceurs qui créent ou commanditent un cyberspace, soit par un service en ligne ou un site Web, doivent y identifier de façon bien évidente le nom de l'entreprise commanditaire ou de la marque.

Réalisation d'une vente

Idéalement, les annonceurs doivent faire tout ce qui est en leur pouvoir pour empêcher les enfants d'acheter des biens en ligne sans l'autorisation d'un parent ou d'un tuteur. Les annonceurs qui vendent aux enfants sur Internet doivent clairement indiquer les coûts des transactions en ligne et fournir aux parents des moyens pour annuler toute commande qu'un enfant aurait pu faire sans autorisation.

Les directives de la CARU stipulent ce qui suit :

- Les enfants devraient toujours être informés lorsqu'ils sont la cible d'une vente. Les annonceurs doivent prendre en compte l'âge des enfants au moment de décider si un contenu est clairement une annonce.
- Si un annonceur intègre une publicité au contenu d'un jeu ou d'une activité sur un site Web destiné aux enfants, il doit indiquer qu'il s'agit d'une publicité et ce, de manière claire et facile à comprendre par le public visé.
- Une marche à suivre pour passer une commande en ligne doit clairement énoncer qu'un enfant doit obtenir l'autorisation d'un parent avant toute commande.
- Un site Web qui permet à des enfants de commander des biens ou des services en ligne doit fournir aux parents des moyens d'annuler toute commande passée par leurs enfants.

Collecte de données

Les agents de marketing sont friands d'Internet parce que la nature interactive de celle-ci leur permet de recueillir des renseignements sur les clients potentiels (p. ex. par le biais de formulaires d'inscription en ligne, de sondages, de jeux et de concours). Mais de jeunes enfants pourraient ne pas comprendre que toute information qu'ils donnent sur un site peut être utilisée par des agents de marketing. Lorsque les agents de marketing demandent de l'information nominative aux enfants (c.-à-d., nom, adresse physique ou électronique, numéro de téléphone), cela pose des problèmes particuliers en matière de confidentialité et de sécurité.

De ce fait, les annonceurs doivent suivre des directives spécifiques lors de la collecte de renseignements auprès d'enfants de moins de 13 ans.



Les sites Web doivent inclure une *politique de confidentialité* ou une *lettre aux parents* qui indique clairement ce qui suit :

- Les renseignements qui seront recueillis auprès des enfants et la raison de cette collecte.
- Les méthodes utilisées pour suivre les visiteurs pendant leur passage sur le site (p. ex. certains sites utilisent des fichiers de témoins pour suivre les activités des enfants sur le site).
- L'utilisation qui sera faite de l'information recueillie auprès des enfants.
- La manière de supprimer ou corriger l'information recueillie auprès des enfants.

Faire en sorte de tenir les parents informés des renseignements recueillis auprès de leurs enfants est une étape importante dans la protection de la vie privée des jeunes en ligne. La CARU stipule qu'un consentement parental *vérifiable* doit être obtenu dans les situations suivantes :

- Lorsqu'on invite les enfants à soumettre de l'information nominative du « monde réel », comme une adresse ou un numéro de téléphone, ce qui permettrait à une entreprise d'établir un contact hors ligne avec eux.
- Lorsque de l'information nominative au sujet des enfants sera partagée ou distribuée à des tierces parties qui ne sont pas liées à l'entreprise ni au site Web.
- Lorsque de l'information nominative, comme une adresse électronique ou un pseudonyme, sera publiée de sorte que d'autres personnes pourront communiquer avec l'enfant ou pour que l'enfant puisse communiquer avec d'autres.

De plus, les parents doivent être informés si un enfant entre en contact avec un site pour poser une question ou faire une demande, et que l'enfant divulgue ainsi des renseignements personnels comme un nom ou une adresse électronique de retour.

L'entreprise doit informer les parents de ce qu'elle a l'intention de faire avec cette information, en plus de fournir une marche à suivre permettant de supprimer ou corriger toute information ayant été transmise sur le site.

Les annonceurs doivent également veiller à ce que les enfants comprennent à quel moment des renseignements sont recueillis auprès d'eux. Les directives de la CARU stipulent ce qui suit :

- Les annonceurs doivent rappeler aux enfants de demander l'autorisation à leurs parents avant de soumettre de l'information nominative à propos d'eux-mêmes ou d'autres personnes sur un site.
- Les annonceurs doivent informer les enfants, dans un langage qu'ils comprennent, pourquoi une information est demandée (p. ex. « Nous utiliserons ton nom et ton adresse électronique pour t'inscrire au concours et nous l'ajouterons à notre liste d'envoi. »)
- Les annonceurs doivent informer les enfants s'ils ont l'intention de partager, vendre ou distribuer l'information recueillie à l'extérieur de l'entreprise.
- Si l'information est recueillie auprès d'enfants par des « moyens passifs » (p. ex. des outils de suivi de navigation ou des fichiers de navigation), les parents et les enfants doivent savoir quelle information sera suivie et de quelle manière elle sera utilisée.



- Les annonceurs doivent encourager les jeunes à éviter d'utiliser leur vrai nom lorsqu'ils participent à des activités comportant l'affichage de messages pouvant être vus par n'importe qui (comme des bavardoirs ou des babillards électroniques).
- Si l'information demandée par un site est facultative et qu'il n'est pas obligatoire de la fournir pour participer à une activité, les enfants doivent en être informés par des mots clairs et simples (p. ex. « Il n'est pas obligatoire de répondre à cette question pour jouer au jeu. »). Ici encore, les enfants doivent être informés de l'utilisation qui sera faite de toute information qu'ils transmettent et les annonceurs ne devraient demander que des quantités raisonnables d'information.
- Si Internet est attrayant pour les agents de marketing, c'est en bonne partie parce qu'il leur permet de communiquer directement avec les enfants par courrier électronique. Mais lorsqu'un annonceur agit de la sorte, il doit offrir à l'enfant ou aux parents la possibilité de cesser de recevoir ces messages, et ce à chaque envoi par courriel.

Dans le cadre des concours et tirages en ligne, l'enfant ne devrait pas avoir à fournir plus de renseignements que cela n'est raisonnablement nécessaire.

Dépistage de l'âge

Sur les sites Web destinés aux enfants, les annonceurs doivent utiliser des mécanismes de dépistage de l'âge afin de déterminer si les utilisateurs ont moins de 13 ans. Les sites Web destinés aux enfants ne devraient pas comporter de liens vers des sites Web qui ne se conforment pas à ces directives.

Source : *The Children's Advertising Review Unit Self Regulatory Guidelines for Children's Advertising*. [traduction libre]
Les directives complètes de la CARU concernant la publicité destinée aux enfants peuvent être consultées sur le site Web du [Better Business Bureau](#).



Directives de la COPPA (*Children's Online Privacy Protection Act*)

Aux États-Unis, les sites Web commerciaux doivent fournir un avis clair concernant leurs pratiques de collecte de renseignements et obtenir préalablement le consentement parental pour demander des renseignements personnels aux enfants de moins de 13 ans. Il ne s'agit pas d'un code volontaire – c'est la loi.

Selon la COPPA, les exploitants de sites Web doivent prendre les mesures suivantes :

Afficher leur politique de confidentialité

Les sites Web destinés aux enfants ou qui collectent sciemment des renseignements sur les enfants de moins de 13 ans doivent afficher un avis concernant leurs pratiques de collecte de renseignements comprenant :

- les types de renseignements personnels qu'ils recueillent sur les enfants – par exemple, nom, adresse du domicile, adresse courriel, passe-temps;
- l'utilisation qui sera faite de ces renseignements – par exemple, pour commercialiser auprès de l'enfant qui a fourni l'information, contacter les gagnants d'un concours ou diffuser l'information dans un bavardoir lorsque l'enfant participe à celui-ci;
- la transmission ou la non transmission des renseignements personnels à des annonceurs ou à d'autres tierces parties;
- un contact sur le site.

Obtenir le consentement des parents

Dans de nombreux cas, un site doit obtenir le consentement des parents avant de recueillir, d'utiliser ou de divulguer des renseignements personnels à propos d'un enfant.

Le consentement n'est pas requis lorsqu'un site demande une adresse courriel pour :

- répondre à une demande ponctuelle de l'enfant;
- fournir un avis aux parents;
- assurer la sécurité de l'enfant ou du site;
- envoyer un bulletin d'information ou toute autre information sur une base régulière, en autant que le site informe les parents qu'ils ont la possibilité de mettre fin à ces envois, en plus de leur indiquer comment s'y prendre.

Obtenir un nouveau consentement lorsque les pratiques en matière de renseignements sont substantiellement modifiées.

Les exploitants de sites Web doivent aviser les parents et obtenir un nouveau consentement s'ils prévoient modifier les types de renseignements recueillis, changer l'utilisation qui est faite de l'information ou offrir les renseignements à des tiers différents.



Permettre aux parents de réviser les renseignements personnels recueillis auprès de leurs enfants.

Pour ce faire, les exploitants de sites Web doivent vérifier l'identité du parent demandeur.

Les parents doivent pouvoir révoquer leur consentement et demander à ce que les renseignements recueillis auprès de leurs enfants soient supprimés de la base de données du site.

Lorsqu'un parent révoque son consentement, le site Web doit interrompre la collecte, l'utilisation ou la divulgation des renseignements à propos de l'enfant. Le site peut mettre fin à la participation de l'enfant dans une activité du site si les renseignements recueillis étaient nécessaires à la participation à cette activité.



Directives de l'ACM se rapportant au marketing destiné aux enfants et aux adolescents

Au Canada, bien qu'il n'existe pas de directives s'adressant spécifiquement au marketing en ligne destiné aux enfants, les sections K et L du *Code de déontologie et normes de pratique* de l'Association canadienne du marketing fournissent des directives se rapportant au marketing destiné aux enfants et aux adolescents.

K. Considérations spéciales se rapportant au marketing destiné aux enfants

K1 Âge

Aux fins d'application du Code, le terme enfant désigne une personne de moins de 13 ans.

K2 Responsabilité

Le marketing destiné aux enfants exige une responsabilité spéciale de la part des agents de marketing. Ces derniers doivent reconnaître que les enfants ne sont pas des adultes et que les techniques de marketing ne sont pas toutes appropriées pour les enfants.

K3 Consentement

Lorsqu'ils font du marketing auprès de personnes entre 13 ans et l'âge de la majorité, les agents de marketing sont fermement avertis que les enfants peuvent être exposés à ces communications et que, dans ces cas, ces interactions avec les enfants sont régies par les directives suivantes concernant le consentement.. Voir aussi la section L3 du Code au sujet du consentement se rapportant au marketing destiné aux adolescents.

K3.1 À l'exception des points mentionnés à l'article K4 du Code, *Concours destinés aux enfants*, toutes les interactions de marketing destinées aux enfants, comprenant la collecte, le transfert et la demande de renseignements personnels, requièrent le consentement explicite d'un parent ou du tuteur de l'enfant.

K3.2 Lorsque l'enfant, le parent ou le tuteur retire ou refuse la permission de recueillir, d'utiliser et de divulguer les renseignements concernant un enfant, les agents de marketing doivent éliminer immédiatement tous ces renseignements de leur base de données.

K4 Concours destinés aux enfants

Sous réserve des lois applicables, l'agent de marketing peut recueillir des renseignements personnels auprès des enfants pour les besoins d'un concours sans obtenir le consentement explicite du parent ou du tuteur, à condition que l'agent de marketing :

- recueille une quantité minimale suffisante de renseignements personnels uniquement à déterminer le(s) gagnant(s);
- communique uniquement avec le parent ou le tuteur du gagnant ou des gagnants et ne communique pas avec le(s) gagnant(s);
- ne conserve pas les renseignements personnels après la conclusion du concours ou du sweepstake;
- n'utilise les renseignements personnels que pour déterminer le(s) gagnant(s) du concours ou du sweepstake;
- ne transfère ni ne rend accessibles les renseignements personnels à un autre individu ou organisme.



K5 Crédulité

Le marketing destiné aux enfants ne doit exploiter ni la crédulité des enfants, ni leur manque d'expérience, ni leur sens de la loyauté.

K6 Langage adapté à l'âge

Lorsque des communications marketing sont destinées aux enfants, elles doivent utiliser un langage adapté à l'âge des enfants et être présentées dans un langage simple, facilement compréhensible pour les enfants.

K7 Transactions commerciales

Les agents de marketing ne doivent pas sciemment accepter une commande d'un enfant sans le consentement explicite d'un parent ou du tuteur. Les agents de marketing ne doivent pas faire pression sur l'enfant pour qu'il demande avec insistance à ses parents ou son tuteur d'acheter un produit ou un service.

L. Considérations spéciales se rapportant au marketing destiné aux adolescents

Par définition, la section 1 du Code s'applique uniquement au marketing au consommateur.

En plus du reste du Code, lorsqu'ils font du marketing destiné aux adolescents, les agents de marketing doivent satisfaire aux exigences suivantes.

L1 Âge et mise en pratique

Aux fins du Code, le terme adolescent fait référence à une personne ayant atteint ses 13 ans, mais n'ayant pas encore atteint l'âge de la majorité dans sa province ou son territoire de résidence.

Ces directives ne s'appliquent pas aux adolescents vivant indépendamment de leurs parents ou de leurs tuteurs et qui, selon la loi ou les règlements fédéraux, provinciaux et territoriaux, sont présumés adultes.

L2 Responsabilité

Le marketing destiné aux adolescents impose aux agents du marketing des responsabilités spéciales. Ces derniers doivent faire preuve de discrétion et de sensibilité dans leur pratique de marketing destiné aux adolescents en tenant compte de l'âge, des connaissances, de la complexité et de la maturité des adolescents. Les agents de marketing doivent s'efforcer de ne pas tirer profit des adolescents et de ne pas les exploiter.

L2.1 Les agents de marketing ne doivent pas mettre en scène des comportements de nature sexuelle ou violente en contradiction avec les normes de la communauté et de l'industrie.

L2.2 Les agents de marketing doivent respecter la relation adolescent-parent/tuteur et ne doivent pas encourager l'adolescent à exclure le parent ou le tuteur de la décision d'achat.

L2.3 Les agents de marketing ne doivent pas solliciter, recueillir ou utiliser sciemment les renseignements personnels d'adolescents comme moyen d'obtenir des renseignements supplémentaires sur leur famille.

L3 Consentement

Cette section permet aux agents de marketing d'établir une communication avec des adolescents par étapes définies, selon la sensibilité ou le type de renseignement, l'âge de l'adolescent et la nature du consentement qu'il faut obtenir.

L3.1 Les agents de marketing doivent obtenir le consentement explicite de l'adolescent de moins de 16 ans pour la collecte et l'usage de ses coordonnées. Voir le *Glossaire* pour obtenir la définition de « coordonnées ».



Les agents de marketing doivent obtenir le consentement explicite d'un des parents ou du tuteur avant de divulguer les coordonnées de l'adolescent à une tierce personne.

Les agents de marketing doivent obtenir le consentement explicite d'un des parents ou du tuteur pour recueillir, utiliser ou divulguer des renseignements personnels de l'adolescent de moins de 16 ans.

L3.2 Les agents de marketing doivent obtenir le consentement explicite de l'adolescent pour recueillir, utiliser et divulguer ses renseignements personnels.

L3.3 Lorsque l'adolescent, le parent ou le tuteur retire ou refuse l'autorisation de recueillir, d'utiliser ou de divulguer les renseignements de l'adolescent, les agents de marketing doivent immédiatement effacer tous ces renseignements de leur base de données.

Âge	Type de renseignements	Exigence du consentement explicite
Moins de 13 ans	Tout renseignement personnel	Parent ou tuteur
13, 14 et 15 ans	Coordonnées seulement	Adolescent
13, 14 et 15 ans	Renseignements personnels au-delà des coordonnées	Adolescent <u>et</u> parent ou tuteur
16 ans et plus	Tout renseignement personnel	Adolescent*

Résumé des dispositions sur le consentement en matière de marketing destiné aux enfants et aux adolescents

*Note : Conformément à la section L3.3 du Code, un parent ou tuteur peut retirer son consentement à la divulgation de renseignements personnels sur des adolescents de tout âge, y compris ceux de 16 ans et plus.

L4 Exposition des enfants

Lorsque le marketing est destiné aux adolescents, les agents de marketing sont avertis sérieusement que des enfants peuvent être exposés à ces communications et, en conséquence, ces interactions avec les enfants sont régies par les directives sur le consentement présentées à la section K du Code, *Considérations spéciales relatives au marketing destiné aux enfants*.

L5 Créduité

Le marketing destiné aux adolescents ne doit pas tirer profit outre mesure de l'impressionnabilité des adolescents et de l'influence que leurs pairs et que la société a sur eux. Les agents de marketing ne doivent pas laisser entendre que la possession ou l'utilisation d'un produit rend son propriétaire supérieur aux autres, ni suggérer que sans ce produit, la personne pourrait être exposée au ridicule ou au mépris.

L6 Langage adapté à l'âge

Les agents de marketing doivent utiliser un langage approprié à l'âge et facile à comprendre lorsqu'ils font du marketing destiné aux adolescents.

L7 Transactions commerciales

Les agents de marketing doivent être conscients que les transactions avec des adolescents pourraient ne pas avoir force exécutoire auprès de l'adolescent, de ses parents ou son tuteur.



Liste de contrôle pour la protection de la vie privée

Sélectionnez quatre ou cinq sites figurant parmi *Les 15 sites pour enfants les plus populaires*. Lorsque vous visitez chacun de ces sites, référez-vous à la liste de contrôle ci-dessous pour noter toutes les activités en ligne qui semblent porter atteinte à la vie privée des enfants.

Quelles techniques de marketing sont utilisées pour recueillir des renseignements?

	Formulaires d'inscription en ligne
	Jeux-questionnaires et sondages
	Concours
	Cartes virtuelles
	Bavardoirs (chat rooms)
	Fichiers témoins (cookie files)
	Autres activités

Quels renseignements les enfants doivent-ils soumettre pour participer à diverses activités sur le site ? (Dans chaque case, indiquez le type de renseignements qui vous sont demandés.)

Formulaires d'inscription en ligne	
Jeux-questionnaires et sondages	
Concours	
Cartes virtuelles	
Bavardoirs (chat rooms)	
Autres activités	

S'il y a des jeux-questionnaires ou des sondages, est-ce que ceux-ci demandent des renseignements qui ne sont pas obligatoires? Comment les jeux-questionnaires ou les sondages indiquent-ils les renseignements qui sont obligatoires et ceux qui sont optionnels?



Autres questions importantes liées à la protection des renseignements privés :

	Est-ce que les renseignements recueillis seront mis à la disposition d'autres personnes ? Qui ?
	Est-ce que les données personnelles apparaissent dans les messages des babillards ?
	Est-ce que le site tente d'obtenir le consentement vérifiable des parents avant que l'enfant ne fournisse des renseignements personnels ? Dans l'affirmative, comment cela se fait-il ?
	Est-ce que le site présente des liens vers d'autres sites qui ne sont pas destinés aux enfants ?
	En dehors de la politique de protection des renseignements privés, le site explique-t-il, dans un langage facile à lire pour les enfants, pourquoi les renseignements sont recueillis et si ceux-ci seront partagés ou vendus à l'extérieur de l'entreprise qui gère le site Web ?

Lorsque des fichiers témoins sont utilisés, notez les points suivants :

	La politique dit-elle clairement quels renseignements seront relevés par les témoins (cookies) et comment ils seront utilisés ?
	Offre-t-elle l'option de désactiver les fichiers témoins ?

Politique de confidentialité

	La politique de protection de la vie privée est-elle facile d'accès ?
	Est-elle écrite clairement ?
	Fait-elle mention des renseignements personnels qui seront demandés aux enfants et de quelle façon ces renseignements seront utilisés ?
	Résume-t-elle les procédures et les sauvegardes mises en place pour protéger la vie privée des enfants en ligne ?
	Explique-t-elle comment les parents peuvent consulter, modifier ou éliminer des données fournies par leurs enfants ?
	Fournit-elle des informations permettant de rejoindre la compagnie hébergeant le site Web, incluant une adresse de courriel, le nom de la compagnie, le numéro de téléphone et l'adresse ?

Comment rédiger une lettre d'opinion efficace

13 étapes pour rédiger une lettre d'opinion efficace

Par *MediaWatch* [traduction libre] Adapté avec permission.

1. Écrivez dès que possible - L'information sera fraîche à votre esprit et vous tirerez profit de l'énergie provenant de votre réaction initiale. Encouragez aussi vos amis et les membres de votre famille à écrire.
2. Adressez votre lettre au bon destinataire.
3. Identifiez-vous - Nom, adresse, ville, province, code postal, numéro de téléphone.
4. Identifiez le média et le format concernés - Site Web, page Facebook, etc., en prenant soin d'inscrire les adresses URL appropriées.
5. Écrivez avec persuasion - Considérez votre lettre d'opinion comme une négociation par laquelle vous tentez de convaincre le lecteur à s'ouvrir à votre point de vue. En fin de compte, vous voulez que le lecteur adhère à votre point de vue et passe à l'action.
6. Présentez une critique constructive - Axez votre critique sur le problème et non sur l'organisme ou l'individu. Indiquez avec précision ce que vous trouvez offensant et pourquoi.
7. Reconnaissez le mérite là où il y en a - Si le service, le produit ou la présentation qui est l'objet de votre opposition comporte des aspects positifs, mentionnez-les; vous aiderez ainsi le lecteur à se montrer plus réceptif à votre critique.
8. Soyez clair - Expliquez votre position de manière claire et concise, sans présumer que le lecteur voie les mêmes aspects négatifs que vous. Certains disent que les lettres écrites à la main ont plus de poids que les lettres dactylographiées grâce à leur touche personnelle. Quelle que soit la méthode avec laquelle vous vous sentez à l'aise, personnalisez vos lettres chaque fois que c'est possible.
9. Proposez des solutions de rechange - Si une autre image ou référence vous semble acceptable, faites-en la description. Certaines personnes ne sont sincèrement pas au courant des enjeux soulevés et apprécient recevoir des suggestions positives spécifiques.
10. Rappelez les enjeux au destinataire - Vous, votre famille et vos amis représentez un marché important ciblé par l'annonceur ou l'entreprise. Si vous envisagez un boycottage de l'entreprise ou du produit en cause, mentionnez-le dans votre lettre.
11. Demandez une réponse - Assurez un suivi par une autre lettre ou un appel téléphonique lorsque c'est nécessaire.
12. Faites des copies et distribuez-les - Demandez-vous qui pourrait s'intéresser à votre lettre : un conseiller scolaire, un gérant de magasin de détail, un syndicat, une association professionnelle, un député fédéral ou provincial, un groupe communautaire, etc.
13. Félicitez-vous. Vous venez de prendre une mesure importante en tant que membre responsable de votre communauté.



CyberZone

Nous adorons les enfants ! Tellement que nous avons créé un site à la fois amusant, sécuritaire et éducatif pour les jeunes de 4 à 12 ans.

Nous voulions créer un environnement ludique où les enfants puissent naviguer et s'amuser en toute sécurité. Cela n'a pas été facile. Mais grâce au support de nos commanditaires et aux commentaires de parents comme vous, nous sommes très prêts d'avoir réalisé notre rêve.

Qui sommes-nous ? Une équipe de passionnés, qui croient profondément que les jeunes ont droit à un environnement de qualité sur Internet. Avec l'appui financier de compagnies qui elles aussi aiment les enfants, nous avons voulu créer le meilleur site pour enfants au monde. Parents, enseignants et enfants ont bien l'air d'être d'accord, si on en juge par les commentaires que nous avons reçus sur *CyberZone*.

<p>« Quel endroit merveilleux pour les enfants ! Mes élèves adorent utiliser votre service de courrier électronique " Une galaxie d'amis ". »</p> <p>J. McTavish, Charlottetown</p>	<p>« J'adore vos jeux, en particulier les « Olympiques intergalactiques » !</p> <p>Sara, 10 ans, Montréal</p>	<p>« Enfin, un site Web où je peux oublier le logiciel de filtrage et laisser mes enfants s'amuser tranquilles ! Merci, CyberZone ! »</p> <p>F. Tallim, Vancouver</p>
---	---	---

Nous aimons penser que nous contribuons, même modestement, à l'amitié des enfants à travers le monde et qu'ils n'oublieront jamais les expériences vécues sur *CyberZone*.

Sécurité en ligne

Rien n'est plus important pour nous que la sécurité de votre enfant. L'accès à *CyberZone* est ouvert à tous. Cependant les enfants doivent remplir un formulaire d'inscription, s'ils veulent profiter du service de courrier électronique « Une galaxie d'amis », gagner des prix ou devenir membre du Club des étoiles et profiter de ses bulletins de nouvelles et autres activités spéciales.

Au moment de l'inscription, nous demandons aux enfants leur nom, date de naissance, ville, province, code postal et adresse de courrier électronique, ainsi que d'autres détails amusants que les jeunes nous ont demandé d'inclure. Cela nous donne une meilleure idée de qui sont nos jeunes visiteurs et de la manière dont nous pouvons encore améliorer *CyberZone* pour répondre à leurs besoins.

Note : nous respectons la vie privée et la sécurité de vos enfants. Nous ne leur demandons jamais de fournir une adresse postale, des numéros de téléphone, le nom de l'école qu'ils fréquentent ou quoi que ce soit d'autre qui pourrait les mettre en danger.

Nous demandons, par contre, certaines informations supplémentaires aux enfants qui désirent gagner de « super » prix en participant à nos jeux et concours. **Il s'agit là d'une activité totalement optionnelle.** Les jeunes *n'ont pas* à remplir notre Sondage *CyberZone* pour profiter des autres activités du site. Et ne vous inquiétez pas : nous demandons aux enfants d'obtenir d'abord votre permission. Nous voulons être sûrs que vous êtes au courant des informations qu'ils nous transmettent.



Pourquoi un sondage ? Parce qu'il nous permet, à nous et à d'autres compagnies, de mieux comprendre ce qui intéresse les jeunes. Les données des sondages que nous effectuons, pour nous ou pour d'autres, sont toujours compilées en bloc. Autrement dit, nous ne révélons jamais les réponses d'un enfant en particulier : par exemple, « Pierre Larose a dit cela ». Nous rapportons plutôt que les 11 ans réagissent de telle manière et les 7 ans de telle autre. Autrement dit, nous ne laissons jamais circuler des informations qui pourraient permettre d'identifier un enfant.

Nous voulons faire de *CyberZone* le meilleur de tous les sites. Vos commentaires, questions et suggestions sont les bienvenus. Contactez-nous par courriel aux « Productions Étoiles Filantes » et nous ne manquerons pas de vous répondre.



Politique de confidentialité de La planète des enfants

Politique de confidentialité

La planète des enfants s'engage à préserver la sécurité des enfants sur le Web. Nous avons tout mis en œuvre pour offrir aux enfants une expérience amusante, saine et enrichissante.

Afin d'assurer le respect de nos jeunes visiteurs, nous observons les directives émises par la COPPA (*Children's Online Privacy Protection Act*) et la CARU (*Children's Advertising Review Unit's Self Regulatory Guidelines for Children's Advertising: Guidelines for Interactive Electronic Media*).

Renseignements personnels

Il n'est pas obligatoire de s'inscrire ni de fournir de renseignements personnels pour jouer dans La planète des enfants. Tous les enfants, qu'ils soient inscrits ou non, peuvent participer à l'« Orchestre de Bibitteville », jouer de leur instrument virtuel préféré dans la « Parade des insectes », devenir détective et chercher les hamburgers manquants dans le « Jeu du hamburger », lire les lettres envoyées à « Chère Ziggy » ou exprimer leur opinion dans notre sondage hebdomadaire. Toutes ces activités (et bien d'autres) sont accessibles sans partage de renseignements personnels.

Soumission volontaire

Les enfants qui désirent accéder à certaines activités particulières de La planète des enfants, comme les comptes de courrier électronique gratuits, les bavardoirs ou les concours, n'ont qu'un minimum de renseignements personnels à fournir.

Pour obtenir un compte de courrier bibitronique, chaque utilisateur est invité à fournir l'adresse courriel de ses parents. Nous utilisons cette adresse pour informer les parents que leur enfant s'est inscrit sur le site. Nous ne ferons aucun autre usage avec les adresses courriel des parents. Nous ne vendons pas les adresses de courrier bibitronique à des tierces parties. Nous demandons aux utilisateurs s'ils désirent recevoir gratuitement un bulletin d'information électronique de La planète des enfants. S'ils refusent, cela ne change rien.

Pour participer aux bavardoirs, les utilisateurs doivent créer un pseudonyme et un mot de passe et fournir leur date de naissance et leur sexe. Les données sur l'âge et le sexe sont utilisées uniquement dans un ensemble, de sorte que nous puissions calculer la répartition des sexes et l'âge moyen de notre auditoire.

Si un enfant veut être admissible à l'un des prix à gagner, nous lui demandons de nous fournir son nom complet, son adresse postale et l'adresse de courriel de ses parents. Nous recueillons ces renseignements afin de savoir où faire parvenir les prix et communiquer directement avec les parents des enfants gagnants.

Par ailleurs, lorsqu'un enfant déclare qu'il a moins de 13 ans, nous exigeons l'autorisation de ses parents avant de lui permettre de participer à ces activités particulières. Nous avons mis en place une ligne 1-800 pour permettre aux parents de nous donner leur autorisation par téléphone. Les parents peuvent également télécharger et signer notre [formulaire de consentement](#) et nous le retourner par télécopieur ou par la poste. Nous désirons que les parents soient toujours informés de ce que font leurs enfants. C'est pourquoi nous les prévenons par courriel à leur adresse personnelle chaque fois qu'un enfant nous fournit des renseignements personnels pour s'inscrire à une activité du site.



La planète des enfants ne suit pas les visiteurs sur notre site et ne partage pas leurs informations avec nos partenaires, commanditaires, annonceurs ou amis.

Quelle que soit l'information qui nous est confiée, notre politique est de ne jamais afficher en ligne autre chose que le pseudonyme de l'utilisateur, sa ville, sa province et son âge.

Mise à jour ou suppression des renseignements personnels

Les membres de La planète des enfants et leurs parents peuvent voir, corriger, mettre à jour et supprimer les renseignements personnels de notre base de données à tout moment, en autant qu'ils possèdent le bon numéro d'identification et le mot de passe correspondant (pour obtenir plus de détails sur la manière de vous y prendre, visitez la section « [inscription](#) » de notre site.) En plus d'être protégée par mot de passe, notre base de données est cryptée afin de garder les informations des enfants de façon sécurisée et tous les transferts de renseignements personnels se font par le biais d'une connexion sécurisée.

Témoins

Les témoins sont de petits fichiers textes que nous envoyons à votre ordinateur. Ils nous aident à améliorer votre expérience de jeu (en gardant en mémoire les résultats précédents et le niveau déjà atteint) et à administrer nos services de courriel et de bavardoirs. Les témoins ne sont pas utilisés pour recueillir de l'information. Toutefois, si l'utilisation des témoins vous préoccupe, vous trouverez de l'information sur la manière de les désactiver de votre navigateur en cliquant [ici](#).

Si vous avez d'autres questions à propos de notre politique, n'hésitez pas à nous les faire parvenir par courriel à parents@laplanetedesenfants.com ou par téléphone au 1-613-389-1234. Notre adresse du monde réel est la suivante : La planète des enfants Inc., 1023, avenue Spruce, Toronto, Ontario M5T 1S0.

La planète des enfants



Les 15 sites pour enfants les plus populaires

D'après le sondage *Jeunes Canadiens dans un monde branché* mené par HabiloMédias, ces 15 sites sont les plus populaires auprès des jeunes de la 4^e année à la 11^e année au Canada :



1. **YouTube**
(www.youtube.com)



2. **Facebook**
(www.facebook.com)



3. **Google**
(www.google.com)



4. **Twitter**
(www.twitter.com)



5. **Tumblr**
(www.tumblr.com)



6. **Instagram**
(www.instagram.com)



7. **Minecraft**
(www.minecraft.net)



8. **Miniclip**
(www.miniclip.com)





9. Hotmail
(www.hotmail.com)



10. Wikipédia
(www.wikipedia.org)



11. Y8
(www.y8.com)



12. Netflix
(www.netflix.com)



13. Pinterest
(www.pinterest.com)



14. Friv
(www.friv.com)



15. Webkinz
(www.webkinz.com)



Politiques de confidentialité— Guide de l'enseignant

La politique de confidentialité de Cyberzone :

- Aucuns liens vers les directives de la COPPA, de la CARU ou de la CMA.
- Ne demande pas le consentement des parents pour la collecte de données.
- N'explique pas comment les renseignements des enfants seront utilisés.
- N'explique pas comment les parents pourraient changer ou supprimer les données.
- N'explique pas comment les renseignements des enfants sont protégés.
- N'identifie pas les technologies de pistage telles que les fichiers témoins (cookies) présentes sur le site.
- Ne fournit pas de coordonnées.

La politique de confidentialité de La planète des enfants :

- Fournit des liens vers les directives de la COPPA et de la CARU.
- Avertit les parents et exige leur consentement pour la collecte de données.
- Explique comment les renseignements des enfants seront utilisés.
- Explique comment les parents peuvent modifier ou supprimer les données.
- Explique comment les renseignements des enfants sont protégés.
- Identifie les technologies de pistages et les fichiers témoins présents sur le site.
- Fournit des coordonnées.



Activité d'évaluation—rubrique : Lettre/rapport

	<i>Attentes en matière d'apprentissage</i>	<i>Réalisations</i>
<p>Utiliser</p> <p>Les compétences et les connaissances qui entrent dans la catégorie « utiliser » 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><i>Vie privée et sécurité</i></p> <p>Démontrer une connaissance de son empreinte numérique et que ces renseignements peuvent faire l'objet de recherches, peuvent être copiés et peuvent être transmis, et que cette personne peut prendre un certain contrôle selon ce qu'elle publie en ligne</p> <p>Démontrer des stratégies pour empêcher le vol d'identité et les arnaques qui tentent d'accéder à ses renseignements privés en ligne</p> <p>Utiliser des outils et des paramètres de protection de la vie privée pour contrôler qui a accès aux renseignements recueillis sur cette personne en ligne</p> <p><i>Sensibilisation du consommateur</i></p> <p>Comprendre les technologies utilisées selon un niveau qui est suffisant pour soutenir de bonnes décisions en matière de protection de la vie privée</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><i>Vie privée et sécurité</i></p> <p>Comprendre le concept de la protection de la vie privée dans sa vie de tous les jours et en lien avec l'utilisation d'Internet</p> <p>Comprendre les concepts de la persistance, de la reproductibilité et de la capacité de recherche dans le cadre des technologies réseautées</p> <p>Comprendre les répercussions liées à la sécurité des réseaux informatiques et des clients et des serveurs</p> <p><i>Sensibilisation du consommateur</i></p> <p>Comprendre les façons dont les sites Web et les entreprises influencent les habitudes de jeu et de dépense des consommateurs, et tenir compte des motivations des entreprises à cet égard</p> <p>Montrer une compréhension des rôles et des responsabilités des différents intervenants en relation avec la protection de la vie privée en ligne</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	Réalisations
<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><i>Vie privée et sécurité</i></p> <p>Comprendre les avantages d'échanger des renseignements en ligne et les risques potentiels de l'échange de renseignements inappropriés</p> <p><i>Mobilisation de la collectivité</i></p> <p>Créer une œuvre (lettre ou rapport) qui communique clairement sa compréhension et exprime son opinion sur les questions du jeu en ligne</p> <p>Recenser et participer de façon responsable aux discussions qui favorisent une collectivité positive</p>	<p>Insuffisante (R);</p> <p>Débutant (1);</p> <p>En développement (2);</p> <p>Compétent (3)</p> <p>Confiant (4)</p>

