

Activité (déconnectée) - Le tracking publicitaire (version enfant)

TOUTES LES FICHES

par Nothing 2hide



Description

Fabrication d'une publicité par les enfants, pour les sensibiliser à la notion de tracking publicitaire

Objectifs

Tracking publicitaire
Données personnelles

Matériel

Feuilles, tableau, crayons, feutres, stylos, gommettes, journaux, magazines...

Contenus utilisés

Aucun

Pré-requis

Aucun

WORKFLOW

1 Introduction

Cette activité consiste à faire créer aux participant.es une publicité en fonction d'un profil type d'Internaute. L'objectif est de faire comprendre que les annonceurs adaptent les publicités en fonction de chacun.e pour faire acheter le plus possible.

Conseil médiation :

Nous vous conseillons en amont de lire la fiche sur [les données personnelles et l'identité numérique](#).

À la suite de cet atelier, il serait pertinent de réaliser l'atelier [Introduction au tracking publicitaire](#) pour comprendre davantage le fonctionnement de la collecte de données.

2 Préparation de l'atelier

Préparer au préalable simplement tout le matériel disponible pour faire les publicités (crayons, feuilles, stylos, gommettes, etc). Prendre le soin de sélectionner quelques magazines ou photos avec des photos à découper qui sont en lien avec les centres d'intérêt des profils proposés, exemple : accessoires de sport, football, rugby, jeux vidéos, ordinateurs, tablettes, smartphone, fournitures scolaires, vêtements d'enfants, télescope, parc d'attraction type dysney (space mountain pour l'astronomie, ça va marcher !), etc.

3 Le tracking publicitaire

Avant de commencer l'activité, expliquer aux participant.es que lorsque l'on va sur le Web, on laisse ce qu'on appelle des traces : sur Youtube, sur le site de la bibliothèque, sur Instagram, sur un site de recettes... En effet, les sites enregistrent des éléments sur toutes les personnes. A force, ils comprennent nos habitudes, et nous connaissent un peu plus sans que l'on s'en rende compte. Ils pourront savoir vers quelle heure nous allons sur Internet, quels sont nos loisirs, nos passions, nos goûts, où nous habitons et les lieux dans lesquels nous allons. C'est ce qu'on appelle la collecte de données. Et ces éléments, ces sites Internet peuvent les donner à ce qu'on appelle des régies publicitaires. Cela sert aux marques – que l'on appelle également "annonceurs" – à vous proposer des publicités sur les sites que vous visitez, adaptés à vos habitudes et à vos goûts. Par exemple, Nike est un annonceur,

Disney est un annonceur.

Pour en savoir plus sur les données personnelles, se référer à la fiche outils "Les données personnelles" (en cours de création).

4

Je fabrique ma pub



Image sous licence CC0 / Domaine public

Expliquer l'activité : "Aujourd'hui, c'est à vous de vous mettre dans la peau d'une marque. Vous tirez un des trois profils au sort : Mathilde, Paul, ou Stéphanie. A partir des éléments que vous avez sur votre personnage, créez une publicité qui correspond à ses goûts, sur laquelle il ou elle pourrait tomber ! Le but : le/la faire acheter ! A vos crayons, à vos gommettes...partez !"

Une fois ceci expliqué, leur laisser environ une demi-heure.

Chaque participant.e.s présente alors sa publicité. Ensemble, ils doivent accorder trois prix :

- Le prix de la publicité la plus drôle,
- Le prix de la publicité la plus jolie,
- Le prix de la publicité la plus adaptée au profil.

Voici les trois profils :

Mathilde a 9 ans. L'école, c'est chouette, mais son truc à elle, c'est surtout le foot ! Elle est inscrite dans le club de sa ville. Avec ses parents, elle suit les activités du club via le site Internet et sur la page Facebook. C'est une passion qu'elle partage avec son père. Alors tous les deux, ils vont voir chaque week-end les résultats sportifs sur Internet (des sites de médias sportifs, des blogs, etc). Son équipe préférée, c'est Marseille. Elle a déjà un maillot de foot aux couleurs de l'équipe. Quand elle va sur Internet, elle en profite aussi pour suivre les résultats du rugby, elle habite dans le Sud Ouest, près de Toulouse, c'est le sport régional. Elle a commencé à regarder les matchs à venir, en cachette, sur la tablette pendant que ses parents faisaient à manger.

Paul passe son temps sur Youtube. Dès qu'il a fini ses devoirs (le CM2, c'est du sérieux...), hop, il file sur la plateforme. En ce moment, son dada, c'est de regarder les streamers, ce sont ceux qui se filment en train de jouer aux jeux vidéos et ils parlent en même temps pour partager leur expérience. On les voit perdre, on les voit gagner, on rigole bien avec eux ! Son préféré en ce moment, c'est Squeezie. Ce qu'il aime aussi, ce sont les vidéos sur les défis et les exploits sportifs. Vélo, surf, ski... il adore !

Stéphanie a 7 ans. Elle adore l'astronomie. La science de manière générale, mais le ciel, les planètes, les étoiles... Elle peut passer des heures dans les bouquins pour en savoir plus. Comme elle a lu toute la collection sur le sujet à la bibliothèque, maintenant, elle va sur Internet se renseigner. Ses parents lui sélectionnent même des articles et lui expliquent les dernières nouvelles, comme le décollage de cette fusée la dernière fois. Elle va sur des blogs et des sites pour enfants qui lui expliquent tout ça. Elle s'est même inscrite à un forum pour les passionné.e.s d'astronomie !

5

Pour aller plus loin

Ne pas hésiter à sensibiliser les participant.e.s à la publicité. Leur rappeler que Mathilde, Paul et Stéphanie sont juste allés naviguer sur Internet. A priori, aucun d'eux ni allait pour acheter quelque chose. Pourtant, sans qu'ils s'en rendent compte, tout a été fait pour les amener à acheter.