



for a living planet®

MEDIA
animation ASBL
communication & éducation



Projet éducatif sur le GSM & la consommation durable

Avec le soutien financier de :

 créateur de chances
Loterie Nationale

En partenariat avec :

swarado
LE SOIR


fonebak

Sommaire

Introduction

I. Informations générales

- ◆ Pour une éducation au développement durable.....4
- ◆ Le public-cible.....4
- ◆ Un objet emblématique : le GSM.....5
- ◆ Pourquoi Moob-X ?.....5

II. Comment travailler avec Moob-X ?

- ◆ Un projet TIC ?!.....6
- ◆ Une campagne, deux concours.....6

III. Modules : jeu, parcours pédagogique et mission

- ◆ Module 1 :
Moob-X voyageur ou **les impacts environnementaux** dus à notre consommation.....10
- ◆ Module 2 :
Moob-X technicien ou le fonctionnement de nos GSM, les ondes et **le principe de précaution**.....15
- ◆ Module 3 :
Moob-X manager ou le monde de l'entreprise et **le développement durable**.....23
- ◆ Module 4 :
Moob-X trash ou **le traitement des déchets**.....32
- ◆ Module 5 :
Moob-X publicitaire ou comment décoder **les stratégies publicitaires**.....39
- ◆ Module 6 :
Moob-X quiz ou **les règles du savoir-vivre** en société.....45



Introduction

Ce manuel est destiné aux enseignants qui souhaitent participer activement au projet « Moob-X ».

« Moob-X » est un outil pédagogique **d'éducation à la consommation responsable et durable**, qui peut être valorisé tant dans les cours de formation de base que dans les cours à options du **deuxième degré** de l'enseignement **secondaire**.

La première partie de ce manuel fournit toutes les informations générales relatives au thème et au public-cible de notre campagne.

Dans la seconde partie vous trouverez de nombreuses informations pratiques concernant la campagne et les concours.

La troisième partie propose, pour chaque module, une méthodologie d'action autour de chacun des thèmes abordés dans les jeux en ligne.

Nous vous souhaitons d'ores et déjà beaucoup de plaisir et une exploitation enrichissante de ce dossier pour vous et votre classe !

L'équipe éducative du WWF et Média-Animation ASBL.



I. Informations générales

◆ Pour une éducation au développement durable

Le développement durable suppose **une autre façon de consommer** : protéger l'environnement, respecter les droits fondamentaux des travailleurs, garantir aux petits producteurs des revenus leur permettant de vivre décemment...

Le WWF est convaincu que **la protection des richesses écologiques ne peut être séparée du contexte socio-économique**. Cette philosophie dirige toutes les activités du WWF, partout dans le monde.

Parce que la protection de la biodiversité ne peut être efficace qu'assortie d'une modification des comportements de consommation pour adopter des modes de vie durables, nous travaillons non seulement sur des thèmes spécifiques (tels que les forêts, l'eau douce, les toxiques, les espèces menacées, les océans et les côtes ou encore le réchauffement climatique), mais aussi de manière transversale à la sensibilisation et à l'Education au Développement durable.

Pour amener chacun à mieux comprendre les **interrelations** entre les différents éléments qui ont trait à son environnement, à évaluer les incidences de ses actions et **remettre en question** son mode de vie en conséquence. Pour inciter à se comporter individuellement de manière positive. Pour suggérer une forme de vie communautaire qui rencontre des conditions d'environnement de qualité et de développement plus satisfaisantes.

L'avenir de notre planète dépendant aussi des nouvelles générations, l'éducation à l'environnement et au développement durable est de plus en plus reconnue comme **l'une des missions de l'école**. L'école est un maillon essentiel de la société. Elle a pour tâche de promouvoir des valeurs, des compétences et des attitudes qui susciteront l'envie chez les jeunes, adultes de demain, de réagir, de coopérer pour un développement durable de notre planète.

Dans ce contexte, le renforcement des compétences et des moyens mis à disposition des enseignants est indispensable. C'est pourquoi le WWF a décidé, en partenariat avec Média Animation ASBL, de développer le projet Moob-X : un outil visant à provoquer cette conscientisation chez les adolescents du secondaire.

En introduisant des concepts tant économiques que sociaux et écologiques, nous initiions un exemple d'éducation au développement durable. Le projet permet, au départ de différentes disciplines, de travailler de manière transversale autour d'un seul et même thème, en dépassant le cadre particulier de chaque cours.

◆ Le public cible

Afin de conscientiser les adolescents aux concepts du développement durable et de les éduquer à une consommation responsable, le site du projet Moob-X est destiné aux **jeunes de 14 à 16 ans** et le dossier pédagogique propose des activités à mener en classe de **3^e et 4^e année de l'enseignement secondaire**.



Les jeux du site « jeune », les missions ainsi que les concours seront autant d'éléments qui créeront une dynamique exceptionnelle, tant à l'intérieur de chaque école participant au projet qu'entre les différentes écoles.

◆ Un objet emblématique : le GSM

Alors qu'en 2003 seuls deux jeunes sur dix possédaient un GSM, une étude du Crioc¹ signale que ce taux est monté à plus de huit adolescents sur dix en 2006, et qu'il ne cesse d'augmenter.

Le GSM est donc un **objet de consommation particulièrement répandu** au sein du public-cible, qui cristallise les mécanismes d'identification et de reconnaissance sociale. Il constitue de ce fait **une accroche idéale** pour introduire la notion de consommation responsable et durable.

En prenant conscience des multiples aspects d'une problématique à partir d'un objet qui leur est familier, les élèves comprendront qu'une situation particulière doit être envisagée dans son contexte. Des liens seront ainsi établis entre l'utilisation de l'objet en Belgique et les impacts environnementaux et sociaux générés par celle-ci à l'autre bout de la Terre.

◆ Pourquoi Moob-X ?

Moob-X est **un personnage haut en couleur** qui a été créé **pour dynamiser le site** et inciter les jeunes à participer au concours en jouant le plus possible aux jeux qui lui sont proposés en ligne.

Par l'intermédiaire de courtes séquences vidéo filmées à l'aide d'une webcam, Moob-X guidera le visiteur en lui expliquant de manière parfois loufoque et toujours humoristique comment obtenir le plus de points au jeu auquel il a décidé de participer.

Ces explications seront suffisantes pour que les élèves les plus vite rebutés par la lecture de textes aient, eux aussi, accès au mode d'emploi pour participer aux jeux tout en s'imprégnant du contenu éducatif parsemant chaque défi à réaliser.

¹ *Jeunes et nouvelles technologies*, Crioc (Centre de recherche et d'Information des Organisation de Consommateurs), mai 2006.



II. Comment travailler avec Moob-X?

◆ Un projet TIC ?!

Le site jeune est accessible à tout adolescent désirant se mesurer de manière autonome aux défis qui lui sont proposés en ligne par l'intermédiaire de chaque jeu. Mais il peut aussi être exploité en classe en guise de préambule et d'accroche à une séquence plus approfondie sur le GSM et la consommation durable.

Or beaucoup d'enseignants ne se sentent pas à l'aise lorsque l'on parle de projets TIC (Technologie de l'Information et de la Communication). Tous ne sont pas des fanatiques de l'informatique, et il arrive que les élèves se débrouillent beaucoup mieux qu'eux avec les ordinateurs et l'Internet.

Heureusement, **aucune connaissance particulière et aucun matériel spécifique ne sont nécessaires** pour pouvoir participer au projet. La majorité des écoles disposent de l'équipement adéquat et d'une personne ressources qui peut assister les enseignants pour ce qui est de la partie technique.

Le minimum requis est l'accès à un ordinateur disposant d'une connexion Internet à large bande, pourvu d'un navigateur comme Internet Explorer ou Mozilla Firefox (<http://www.mozilla.org>) ainsi que d'un plugin Flash Player téléchargeable gratuitement (<http://www.macromedia.com>). Tout le site jeune est en effet disponible à l'adresse www.moobx.net.

Il est cependant très utile de procéder à des tests au préalable. Si un problème devait subvenir, nous sommes toujours prêts à vous aider. Il vous suffit de nous envoyer un courriel à moobx@wwf.be ou de nous contacter par téléphone au 02/340 09 39.

◆ Une campagne, deux concours

La campagne :

Ce projet s'adresse tout à la fois aux jeunes de manière individuelle, et aux classes de 3^e et 4^e année de l'enseignement secondaire général, technique et professionnel. Sur le **site interactif** www.moobx.net, ils pourront jouer à **six activités**. Pour augmenter leur score, ils pourront consulter un **document de contenu** sur la thématique qui y est liée.

De son côté, chaque enseignant peut décider d'exploiter le **dossier pédagogique** et y choisir les éléments les plus appropriés pour sa classe sans devoir pour autant participer à la campagne. Nous vous recommandons cependant d'y prendre part. Les concours qui y sont liés créent, en effet, une dynamique très positive à l'intérieur de chaque école !

Durant la campagne, qui se déroulera du 15 septembre au 31 décembre 2007, deux concours seront lancés.



Le concours - jeunes :

Le premier s'adresse **exclusivement aux adolescents**. Son objectif est de permettre à ceux-ci de découvrir de manière ludique de nombreux aspects ayant trait à la téléphonie mobile et à la consommation durable en général.

De manière individuelle chaque adolescent peut **s'inscrire** sur le site et se créer un profil **en téléchargeant une photo originale** en rapport avec l'histoire qui le lie à son GSM et **en complétant son profil** pour pouvoir accéder aux jeux.

Sur le site, il aura accès une fois inscrit :

- Aux 6 jeux éducatifs
- Aux 6 documents de contenu associés (les « info-docs »)
- À la « Moob-X Live Cam » : des capsules vidéo pour le guider dans ses démarches
- Au « Moob-tip du jour » chaque fois qu'il se connectera : des astuces santé, sécurité, finances... à propos des GSM.

Les 6 jeux abordent de manière originale des thématiques diverses :

- **Moob-X voyageur** est une activité qui va amener le jeune à **découvrir l'origine des matières qui composent tout appareil électronique** dont le GSM et les conséquences de l'utilisation de ces matériaux sur l'environnement et les populations.
- **Moob-X technicien** est une activité qui concerne les **aspects techniques** de la téléphonie mobile et la problématique du **principe de précaution**.
- **Moob-X manager** est une activité qui va tenter, en simulant la **création d'une entreprise**, de sensibiliser le jeune au **développement durable**.
- **Moob-X trash** est une activité qui passe en revue toutes **les voies d'élimination** qu'un GSM en fin d'utilisation peut suivre. L'activité invite le jeune participant à choisir la voie la plus respectueuse pour l'environnement et les populations.
- **Moob-X publicitaire** évoque le domaine de la publicité. Il s'agit ici d'**identifier les stratégies de marketing**, pour se choisir un comportement en connaissance de cause.
- **Moob-X Quiz** aborde les questions de savoir-vivre, les aspects santé, les usages à risques, les pratiques téléphoniques illégales et la législation lié à l'usage photographique des portables.

L'objectif du concours ? Arriver le plus haut possible dans le classement, et si possible dans le Top 5 pour voir sa photo sur le site. Plus le jeune joue aux jeux,



consulte l'info-doc et reçoit de votes pour la photo qu'il a proposée, plus cette dernière monte dans le classement.

Seules les personnes qui sont inscrites sur le site et ayant téléchargé leur photo ont l'occasion de voter (une fois) pour chaque participant. Un vote correspond à 5 points.

Exemple:

« Fred056 » s'est inscrit en postant une photo qui lui a valu 13 votes de la part de ses concurrents. Cela fait 65 points, qu'on additionne à la somme des résultats obtenus en jouant aux 6 activités proposées sur le site.

Les résultats sont reportés sur la fiche d'identité du participant et dans le classement général. Ce classement général permettra aux élèves de se positionner les uns par rapport aux autres. A la fin de la campagne, en décembre, ceux qui auront réussi à se hisser dans le Top 5 gagneront un prix !

Le concours - écoles :

Dès aujourd'hui vous disposez du *helpdesk* du WWF et de ce **dossier pédagogique** vous proposant :

- des **suggestions d'activités** à mener en classe pour approfondir les six thématiques abordées sur le site
- la **description des missions** de sensibilisation à mener **pour participer au concours-écoles**

Dès septembre, pour participer au concours, votre classe devra :

- **accumuler des points** aux jeux par l'entremise de la participation des élèves sur le site
- **travailler sur au moins un des six modules** proposés.
- **mener à bien au moins une des missions** de sensibilisation en rapport avec les thématiques choisies.

Chaque classe ayant travaillé sur un module peut renvoyer le dossier de participation au concours reprenant :

- le compte-rendu descriptif de ses actions
- les documents illustratifs qui y sont liés (vidéos, photos, documents, etc.)
- les résultats obtenus.

Le tout doit être envoyé au service éducatif du WWF **avant le 31 décembre 2007** à l'adresse suivante :



Concours Moob-X
Service éducatif du WWF
90 Bd E. Jacqmain
1000 Bruxelles

Les meilleures classes seront sélectionnées par un jury et invitées à un grand événement de clôture en février 2008...

Vous souhaitez participer au concours avec votre classe ? Contactez la responsable de l'éducation francophone au WWF, Annick Cockaerts :

 moobx@wwf.be

 02/ 340 09 39



Module 1 : Moob-X voyageur ou les impacts environnementaux dus à notre consommation

◆ **Jouez**

Objectif du jeu Internet :

Prendre conscience de l'impact écologique de la production des divers composants de notre GSM.

Comment jouer ?

L'élève est invité à compléter l'album de Moob-X, qui est parti aux quatre coins du monde pour photographier les lieux de production des diverses pièces composant son GSM. Cet album est incomplet : l'élève doit parcourir des photos et -pour chacun des matériaux - en choisir une qui corresponde au commentaire adéquat. Il peut à tout moment s'aider de l'info-doc pour réussir le jeu.

Vous souhaitez mettre vos élèves en situation d'éveil face à la problématique de l'empreinte écologique ou vous êtes soucieux de pousser plus loin la réflexion initiée par le jeu en ligne ?

Voici des idées d'activités pédagogiques à mener en classe avec eux. Le contenu informatif (l'info-doc) associé au jeu est directement consultable à l'adresse suivante : www.moobx.net/fr/activite0/info.html .

◆ **Avec votre classe**

Activité 1 : Vie et mort de produits quotidiens

Objectif :

Prendre conscience que la production, l'utilisation et l'élimination des objets qui nous entourent ont un impact sur l'environnement.

Méthodologie :

Demander à chaque élève d'apporter en classe un objet ou un produit qu'il utilise ou consomme dans sa vie quotidienne. Lui demander de dessiner sous forme de cases



de bande dessinée le parcours suivi par celui-ci pour aboutir jusqu'à eux ainsi que ce qu'il en adviendra une fois qu'il s'en séparera.

Former des groupes et demander à chaque élève de présenter son objet aux autres membres, pourquoi il l'a choisi et commenter la petite bande dessinée racontant son parcours. Les faire réfléchir ensemble aux divers impacts environnementaux causés aux différentes étapes de sa vie par la production, l'utilisation et l'élimination d'un produit qu'ils auront sélectionné parmi ceux apportés par les membres du groupe.

Ensuite leur demander, en tant que consommateur, de réfléchir aux choix qu'ils peuvent faire pour minimiser ces impacts. Mettre en commun leurs réflexions et faire une liste de toutes les propositions des groupes d'élèves pour tous les produits. Par exemple : choisir des produits issus de l'agriculture biologique ou de ressources durablement gérées (poisson, bois, etc.), choisir des produits locaux, de saison, emballés en vrac, de seconde main, réparer du matériel, choisir des produits réutilisables ou recyclables.

Leur demander de cocher dans cette liste quels comportements de « *consomm'action* » ils adoptent déjà dans leur vie actuelle. Leur demander d'en sélectionner 3 qui leur semblent faciles à adopter. Leur proposer, s'ils le désirent, de s'engager par écrit (par exemple sur une carte postale ou sur un panneau à afficher en classe) à respecter l'un ou plusieurs de ces principes jusqu'à une date qu'ils déterminent eux-même, et de signer cet engagement.

Durée : 50 min

Matériel : un objet ou un produit par élève

Cours plus particulièrement concernés : Géographie - Français – Morale/Religion
– Education artistique

Activité 2 : **Nos GSM ? Quelle pointure !**

Objectif :

Visualiser l'empreinte écologique des GSM des élèves de la classe. C'est-à-dire la surface biologiquement productive (par exemple la surface de forêt, de pâturage, de mer, etc.) nécessaire pour absorber les émissions de CO₂ générées par la production, l'utilisation et l'élimination de ces GSM.

La comparer aux empreintes écologiques des élèves.

Méthodologie :

Demander aux élèves d'aller calculer leur empreinte écologique sur le site : www.wwf.be/eco-footprint/fr .



Ensuite, dans l'info-doc, faire rechercher aux élèves l'empreinte disponible par personne sur Terre pour ne pas surexploiter la planète (elle est de 1,8 hectares). Leur demander à quoi ils pourraient comparer cette surface (équivalente à +/- 3 terrains de football).

Leur empreinte personnelle dépasse-t-elle cette surface ? Il est probable que oui, car l'empreinte moyenne des jeunes belges est de 3,46 ha et celle du belge moyen de 5,6 ha.

Leur demander de rechercher dans l'info-doc l'estimation de l'empreinte moyenne d'un GSM (104 m²).

Sortir de la classe et délimiter au sol (en faisant une chaîne humaine grâce au renfort d'autres classes par exemple) la surface ainsi obtenue afin de faire visualiser aux élèves ce qu'elle représente concrètement. Leur demander combien de GSM ils ont déjà possédés dans leur vie et augmenter la surface délimitée au sol en conséquence.

Comptabiliser le nombre de GSM possédés par tous les élèves de la classe et multiplier par la surface représentant l'empreinte moyenne d'un GSM (104 m²).

Il est peu probable qu'il soit possible de trouver une surface suffisamment dégagée aux abords de l'école pour visualiser la surface totale représentant la somme des empreintes des GSM de la classe.

Calculer la surface de la cour de récréation et évaluer combien d'empreintes moyennes de GSM elle représente. Combien faudrait-il de cours de récréation pour visualiser l'empreinte de tous les GSM des élèves de la classe ?

Durée : 50 min

Matériel : surface dégagée à l'extérieur pour pouvoir faire la chaîne humaine représentant l'empreinte moyenne d'un GSM puis la surface représentant les empreintes additionnées de tous les GSM possédés au cours de leur vie par les élèves.

Cours plus particulièrement concernés : Mathématique – Biologie – Géographie

Activité 3 : **Naissance, vie et mort d'un GSM**

Objectif :

Prendre conscience que les impacts environnementaux causés lors de la production des GSM ne peuvent être limités que par le fait de rallonger la durée de vie de son GSM et qu'ils sont multipliés par chaque nouvel achat.

Méthodologie :

Rappeler l'activité 2 et s'imaginer ce que représente l'empreinte écologique de chaque objet présent dans notre vie de tous les jours. Rappeler que cette surface



représente la surface de planète nécessaire à la production, l'utilisation et l'élimination de ces objets (en gros l'absorption du CO₂ généré).

Leur demander par quel moyen ne pas augmenter encore cette empreinte et les impacts écologiques liés à la production, l'utilisation et l'élimination de ces objets. Les faire repenser pour cela à la notion de cycle de vie des objets.

NAISSANCE	VIE	MORT ou... SECONDE VIE !
PRODUCTION DISTRIBUTION	ET UTILISATION	REUTILISATION OU GESTION DES DECHETS
PRODUCTION <ul style="list-style-type: none"> • extraction de ressources naturelles • transport • production des différents composants • transport • assemblage • emballage DISTRIBUTION <ul style="list-style-type: none"> • transport 	ALLONGER LA DUREE DE VIE DE SON GSM EN: <ul style="list-style-type: none"> • l'utilisant plus longtemps • veillant à ce qu'il soit réutilisé ou à ce que ses éléments soient correctement recyclés → 	GESTION : <ul style="list-style-type: none"> • transport • élimination ou <ul style="list-style-type: none"> • transport • recyclage REUTILISATION: Une seconde vie!!

Amener les élèves à la conclusion que – en tant que consommateur – il leur est difficile d'influer sur les conditions de production (bien qu'ils puissent se renseigner sur les fabricants les plus respectueux de l'environnement ou les interpeller sur leurs pratiques : voir mission du module 3) mais qu'ils peuvent tout de même faire certains choix, surtout lors des deux dernières étapes (utilisation et élimination).

Entamer une discussion de réflexion. Si nécessaire les guider, en leur proposant par exemple de :

- Choisir de ne pas acheter de nouveau GSM – ou d'autre appareil non indispensable – chaque année en prolongeant la durée d'utilisation de leur appareil tant que c'est possible :
 - o en en prenant soin
 - o en ne cédant pas aux effets de mode (voir module 5)
 - o en le personnalisant (c'est moins cher que d'en acheter un neuf et c'est plus original)
 - o ...
- Lorsqu'il est nécessaire d'acheter un nouvel appareil, en acheter un de seconde main ou à une connaissance. Pourquoi ne pas organiser une bourse d'échange au sein de l'école ?
- Si l'on tient à en acheter un nouveau, se renseigner sur les fabricants dont les pratiques sont les plus respectueuses de l'environnement (voir l'étude



de Greenpeace à ce sujet :

<http://www.greenpeace.org/raw/content/france/press/reports/hi-tech-responsable.pdf>.

- Choisir des appareils reconnus pour leur qualité et leur durée de vie (se renseigner sur les recommandations des associations de consommateurs).
- ...

Durée : 50 min

Matériel : le tableau noir pour la réflexion

Cours plus particulièrement concernés : Géographie – Morale/Religion –
Mathématique –Biologie

◆ **Participez au concours**

La mission du module 1

Raconter **l'histoire d'un GSM sous une forme artistique** (en chanson/ sketches/film muet/ bande dessinée...) **ou documentaire** à d'autres élèves de l'école non encore sensibilisés à la problématique en mettant à la fois en relief les impacts environnementaux liés à la production, l'utilisation et l'élimination des GSM et les choix qui s'offrent à tout un chacun pour les limiter.

Précisez le nombre de personnes touchées par votre action, les réactions et résultats obtenus dans **un compte-rendu descriptif** de la mission.

Avant le 31 décembre 2007, envoyer au WWF un exemplaire de la production artistique ou documentaire sous le format approprié (enregistrement dvd, photos ou autre) ainsi que le compte-rendu de la mission à l'adresse suivante :

Concours Moob-X
WWF-Belgique
Service éducatif
Bd E. Jacqmain 90
1000 Bruxelles

ou

moobx@wwf.be



Module 2 : Moob-X technicien

ou le fonctionnement de nos GSM, les ondes et le principe de précaution

◆ **Jouez**

Objectif du jeu Internet:

Le but du jeu est de recomposer virtuellement un GSM à l'aide des éléments adéquats, tels que l'antenne, la batterie, les puces électroniques, le condensateur, etc. Ceux-ci sont fournis sous la forme d'icônes à glisser/déposer sur le socle du GSM.

Comment jouer ?

Afin de trouver les bonnes pièces, l'élève est invité, en cliquant sur l'onglet « En savoir plus » à consulter le recueil d'informations de contenu décrivant chaque élément. Il obtient de la sorte des renseignements sur le fonctionnement et les matières premières des différents composants du GSM, ainsi que sur leur impact environnemental et sanitaire. Cette consultation lui octroie des points supplémentaires et doit l'aider à améliorer son score

Vous souhaitez mettre vos élèves en situation d'éveil face à la problématique de l'utilisation du GSM et de ses impacts sur la santé ou vous êtes soucieux de pousser plus loin la réflexion initiée par le jeu en ligne ?

Voici des idées d'activités pédagogiques à mener en classe avec eux. Le contenu informatif (l'info-doc) associé au jeu est directement consultable à l'adresse suivante : www.moobx.net/fr/activite1/info.html .

◆ **Avec votre classe**

Activité 1 :

65 minutes : t'es cuit ! Info ou intox ?

Objectifs :

- Rechercher et confronter des informations différentes à propos d'une thématique controversée.
- Acquérir un sens critique en prenant du recul par rapport aux informations chocs publiées sur Internet.



Méthodologie :

Informez les élèves du fait qu'une expérience de physique aurait été réalisée pour tester les effets d'émission micro-ondes de GSM en exposant un œuf au flux de deux portables qui communiquent.

Cette expérience est très facile à réaliser. Le matériel est simple à réunir et à mettre en place.

Le seul aspect contraignant est le tarif coûteux des minutes de communication. Mais grâce aux offres tarifaires que les opérateurs consentent aujourd'hui en guise d'accroche publicitaire pour que l'on change de réseau, il devient possible de mettre en place l'observation pour un coût raisonnable.



Après 25 minutes, l'œuf commencerait à chauffer. Après 45 minutes, l'œuf serait chaud. À 65 minutes l'œuf est – paraît-il – cuit !!

Une sacrée mise en situation pour réfléchir à la problématique des ondes de transmission. **...Alors : info ou intox ?**

Si vous n'avez pas la possibilité de réaliser l'expérience en classe, voici une réaction du SPP (Service public fédéral de programmation) Protection des consommateurs qui confirme que cette rumeur est fautive :

<http://www.belgium.be/eportal/application?pageid=contentPage&languageParameter=fr&docId=43972>

Durée: 65 min pour réaliser l'expérience en tant que telle.

Commentaire en classe concernant la validité des sources: 15 min pour au minimum attirer l'attention de vos élèves sur cet aspect des choses et les préparer à analyser avec recul les informations sur lesquelles ils "tomberont" au cours de l'activité 2.

Matériel: un œuf cru, 2 GSM, des supports en carton (voir photo) pour maintenir œuf et téléphones.

Cours plus particulièrement concernés : Physique – Biologie – Français
(Éducation aux médias)



Activité 2 : **D-rôle de jeu, ce GSM !**

Objectifs :

- S'approprier des contenus relatifs aux divers composants du GSM et au fonctionnement de celui-ci au sein du réseau
- Prendre conscience des impacts environnementaux et sanitaires liés à la téléphonie mobile
- Rechercher et confronter des informations différentes, acquérir un sens critique
- Structurer ses idées, échanger des avis, argumenter en se positionnant par rapport à une problématique actuelle
- Aborder la notion de principe de précaution

Méthodologie :

Nous vous proposons d'inviter vos élèves à participer à un « jeu de rôles » lors duquel ils incarneront un personnage participant à un débat télévisé autour d'une problématique liée à l'utilisation des GSM et de ses impacts sur la santé.

Etape 1 :

Demandez aux élèves de se diviser en 7 groupes (ou plus). Chaque groupe représentera une catégorie d'acteurs du débat télévisé consacré au GSM :

- Les commerciaux/industriels
- Les consommateurs
- Les scientifiques payés par des firmes commerciales
- Les scientifiques et médecins indépendants
- Les membres d'associations environnementales
- Les responsables politiques
- L'équipe technique (cameraman/photographe) et le présentateur
- Autre...

Etape 2 :

Proposer aux élèves un choix concernant le thème du débat. Il importe que, comme dans les vrais débats télévisés, chacun intervienne sur un sujet qu'il a préparé correctement, en évoquant des arguments réfléchis (même s'ils sont faux scientifiquement).

Sans cela, c'est le pouvoir d'influence verbale qui l'emporterait, et non pas les arguments spécifiques aux profils de chaque intervenant.



Exemple de thèmes de discussion à aborder lors du débat :

- Faut-il avoir peur des nouvelles technologies ?
- Les antennes et les téléphones en régions éloignées des grands centres urbains émettent-ils un signal plus fort et donc plus dangereux?
- L'utilisation d'un téléphone portable constitue-t-elle un risque pour la santé ?
- Un nouveau GSM a été conçu pour des enfants à partir de 4 ans. Faut-il l'encourager ?
- La multiplication des antennes porte-t-elle atteinte au paysage et à la santé des riverains ?
- Les matériaux qui composent nos GSM ont-ils une incidence sur notre environnement ?

Etape 3 :

Demander à chacun des groupes de créer le profil d'un personnage cohérent. Il faudra donner à ce personnage un nom, une profession, une petite histoire et des idées en rapport avec les thèmes de discussions choisis. Un des membres du groupe représentera ce personnage lors du débat.

Exemple de profil de personnage :

Catégorie de personnage:
<i>Consommateur</i>
Son Nom :
<i>Gaston Sansson</i>
Sa Profession :
<i>Ex-représentant d'une compagnie de télécommunication : « Proxistar »</i>
Son Histoire :
<i>Alors que Gaston passait parfois plus de 5 heures de suite en voiture au téléphone, il a commencé à ressentir des maux de tête. Il essaya de cesser d'utiliser son GSM et ses symptômes disparurent. Croyant à un effet temporaire, il reprit à nouveau son téléphone sans trop s'inquiéter. Mais les symptômes sont réapparus, doublés cette fois de troubles de comportement. Un jour, incapable de se rappeler la marque de sa voiture dans un parking, il fut pris de panique.</i>
<i>Son médecin a d'abord diagnostiqué une dépression nerveuse sévère. Mais voyant que son cas ne s'améliorait pas, il émit alors l'hypothèse, dans une lettre à Proxistar,</i>



que la sur-utilisation du téléphone mobile pourrait expliquer l'état de santé de son patient.

Gaston est aujourd'hui en retraite préventive pour raison médicale. Même s'il n'utilise plus son GSM, son état de santé demeure inchangé. Il a poursuivi devant les tribunaux son ancien employeur mais, par manque de preuve scientifique et d'argent, il a dû abandonner.

Ses Idées :

Gaston est persuadé qu'il a été victime de son outil de travail, le GSM. Il prétend que ses maux de tête et ses pertes de mémoire sont dus aux micro-ondes dégagées par son GSM.

Il est catégorique : Jamais il ne laissera ses petits-enfants utiliser cet objet qui a détruit sa vie.

Pour ne pas être exposé aux ondes dégagées par les antennes, il vient de déménager à Outsiploux, dans un coin reculé de la Gaume ou le paysage n'est pas enlaidi à tout bout de champ.

Ses Traits de caractère :

Gaston a tendance à ne pas garder son calme. Il s'exprime beaucoup par gestes.

Voici une liste d'autres exemples de profils de personnages à étoffer en leur donnant un nom, une profession, une petite histoire, des traits de caractère et des idées en rapport avec la problématique du GSM et de la santé :

- **Une journaliste** qui enquête depuis cinq ans et est poursuivie par un opérateur pour avoir affirmé que les gens meurent sous les antennes GSM dans son livre : « Les jeunes et le portable : Alzheimer à 35 ans ? »
 - o Site à visiter pour étoffer le personnage de la journaliste et ses arguments : <http://www.next-up.org/main.php?param=presseradiotv#1>
- **La Ministre de la Santé** qui a refusé de baisser la norme à 3V/m comme le préconisaient les scientifiques indépendants du Conseil fédéral de santé et d'hygiène
 - o Sites à visiter pour étoffer le personnage du ministre et ses arguments :
 - [http://vienne.wallonie.be/site/1Interpellations.asp?DocID=803&v1ID=&RevID=&namePage=&pageParent= \)](http://vienne.wallonie.be/site/1Interpellations.asp?DocID=803&v1ID=&RevID=&namePage=&pageParent=))
 - http://www.lesoir.be/la_vie_du_net/telecoms/2006/10/03/article_hermes_478887.shtml
- **Un membre de l'ICNIRP** (Commission internationale de protection contre les rayonnements non ionisants) qui prétend qu'avec une norme de 20,6 V/m, la Belgique se situe bien en dessous du seuil problématique.
 - o Site à visiter pour étoffer le personnage du membre de l'ICNIRP :
 - <http://www.who.int/peh-emf/about/WhatIsEMF/fr/index4.html>
- **Un scientifique** qui dit que la norme est insuffisante car elle ne nous protège que de la « cuisson », et pas des effets non-thermiques des champs électromagnétiques : ruptures d'ADN dans nos cellules, barrière cerveau-sang plus perméable...
 - o Site à visiter pour étoffer le personnage du scientifique et ses arguments :
 - <http://www.teslabel.be/ondesgsm3vm.htm#biblio3>



- **Un médecin** constatant chez de nombreux riverains d'antennes des troubles qualifiés de psychosomatiques par les industriels
 - o Site à visiter pour étoffer le personnage du médecin et ses arguments :
 - http://www.teslabel.be/appele_jmd.htm
- **Un candidat politique** qui voudrait prendre de réelles mesures responsables : des mesures de précaution (renforcer les normes d'émission et les distances minimales entre antennes et logements) et financer la recherche publique indépendante.
 - o Site à visiter pour étoffer le personnage du politicien et ses arguments :
 - <http://www.woluwe-saint-lambert.ecolo.be/dossier-gsm.htm>
- **Un scientifique** qui mène une étude financée par l'industrie concernant la nocivité des GSM. Son employeur n'a pas voulu assurer qu'on ne le mettra pas dehors si les résultats de cette étude se révèlent trop alarmants.
 - o Site à visiter pour étoffer le personnage du scientifique et ses arguments :
 - http://www.radio-canada.ca/tv/decouverte/20_cell/5a.html
- **Un ingénieur civil**, qui est électrosensible et vit dans une maison dont toutes les fenêtres sont recouvertes d'un fin voile métallique destiné à le protéger des champs électromagnétiques. La Suède a reconnu son électrosensibilité comme un handicap car elle lui cause nausées, crampes, fatigue, maux de tête et plus encore dès qu'il sort plus de 2h de chez lui. Par contre, ailleurs, on considère qu'il a un problème psychologique.
 - o Site à visiter pour étoffer le personnage de l'électrosensible et ses arguments :
 - <http://www.001.be/cx/>
 - <http://www.bbemg.ulg.ac.be/FR/3CEMSante/EHS.html>
 - <http://www.teslabel.be/>
- **Un vendeur de GSM.** Il considère que grâce à l'oreillette, il n'y a maintenant absolument plus aucun danger à utiliser son GSM.
 - o Site à visiter pour étoffer le personnage du commercial :
 - http://www.radio-canada.ca/tv/decouverte/20_cell/4a.html
- **Un membre d'association environnementale** qui pense que le progrès est le bienvenu mais qu'il faut respecter certaines précautions.
 - o Site à visiter pour étoffer le personnage du membre :
 - http://www.ecoconso.be/article419.html?var_recherche=gsm
 - <http://www.questionsante.be/outils/gsm.html>

Autres suggestions de sites à visiter pour préparer l'argumentation :

- <http://www.fonebak.be/menu.html> : société de recyclage des gsm usagés
- <http://www.radio-canada.ca/actualite/decouverte/dossiers/45%5Fdanger%5Fcell/> : sur les risques liés à l'utilisation de téléphones portables
- <http://www.questionsante.be/outils/gsm.html> : sur les antennes GSM en Wallonie
- http://www.ecoconso.be/article419.html?var_recherche=gsm : article général, envisageant aussi les aspects environnementaux
- <http://www.infogsm.be> : site Internet du gouvernement fédéral pour informer le grand public sur les effets des GSM et des antennes de téléphonie mobile
- <http://www.teslabel.com> informations notamment sur les personnes hypersensibles. Teslabel lutte pour que des normes plus strictes soient imposées

Attention, le choix de ces sites a été fait en fonction des possibilités d'y trouver des informations tranchées et représentatives des opinions de différents types d'acteurs.



La visite de ces sites par les élèves nécessite un encadrement pédagogique car les contenus peuvent y être discutables.

Les élèves qui jouent le rôle de présentateur et de caméraman/photographe profitent de ce moment pour préparer le déroulement du débat en prévoyant une courte présentation de chaque participant, les modalités selon lesquelles la parole sera donnée à chacun, d'éventuelles questions d'approfondissement, la gestion du temps, la disposition des lieux, le cadrage etc.

Etape 4

Donner la possibilité aux élèves d'exprimer ce qu'ils pensent réellement de la problématique évoquée lors du débat, pointer ce qu'ils ont appris et commenter ce qu'ils remettent en question.

S'il n'a pas été évoqué durant le débat, expliquer ce qu'est le **principe de précaution**, en rapport avec les normes ou les composants de nos GSM.

Le principe de précaution , qu'est-ce que c'est ?

«[...]ce principe concerne des mesures à prendre lorsqu'il existe des raisons suffisantes de croire qu'une activité ou un produit risque de causer des dommages graves et irréversibles à la santé ou à l'environnement ».

http://fr.wikipedia.org/wiki/Principe_de_pr%C3%A9caution

Extrait de la brochure « Les antennes GSM »

« Doit-on, en effet, attendre d'avoir la preuve complète et irréfutable d'un danger pour le prendre au sérieux ? Si vous voyez de la fumée dans votre cuisine, vous vous alarmez avant d'avoir la certitude absolue qu'il y a le feu²... »

Le principe de précaution, ce n'est pas avoir peur de tout, refuser tout risque. Le principe de précaution ne repose pas sur des émotions; il consiste à prendre les décisions les plus sages face à l'incertitude scientifique sur la cause, la probabilité, la nature et la grandeur d'un danger.

En appliquant le principe de précaution, on agit avant un dommage possible plutôt qu'après un dommage survenu. Des mesures sont alors prises pour éviter un danger scientifiquement plausible mais incertain, un danger inacceptable. C'est-à-dire un danger qui «est menaçant pour la vie ou pour la santé humaine, ou bien grave et réellement irréversible, ou bien inéquitable pour les générations présentes ou futures, ou bien imposé sans qu'aient été pris dûment en compte les droits humains de ceux qui le subissent³».

² Hubert REEVES et Frédéric LENOIR, *Mal de Terre*, Editions du Seuil, 2003.

³ *Le principe de précaution*, Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture, Commission mondiale d'éthique des connaissances scientifiques et des technologies (COMEST), mars 2005.



<http://www.questionsante.be/outils/gsm.pdf>

Durée : 2 périodes de 50 minutes (Construction du personnage et recherche documentaire : 1 période - Jeu de rôle et commentaire: 1 période)

Matériel : Caméra ou appareil photo pour filmer ou photographier (des extraits du) le débat

Cours plus particulièrement concernés : Français - Langue étrangère – Formation scientifique – Physique – Biologie - Sciences sociales – Géographie – Histoire - Communication – Morale/Religion

◆ **Participez au concours**

La mission du module 2 :

Préparez **un montage vidéo/photo du débat assorti de commentaires** de sorte à se représenter les diverses composantes de l'échange.

Décrivez dans **un compte rendu** la mission et les suites de l'action de sensibilisation, si le débat a permis à d'autres publics de se positionner par rapport à la problématique (combien de personnes ont été touchées ?), quelles réactions ou actions il a provoquées.

Avant le 31 décembre 2007, transmettez au WWF une copie d'un montage présentant le débat commenté.

Précisez le nombre de personnes touchées par votre action, les réactions et résultats obtenus dans un compte-rendu descriptif de la mission.

Concours Moob-X
WWF-Belgique
Service éducatif
Bd E. Jacqmain 90
1000 Bruxelles

ou

moobx@wwf.be



Module 3 : Moob-X manager ou le monde de l'entreprise et le développement durable

◆ **Jouez**

Objectif du jeu Internet :

Le but du jeu est de créer une entreprise trouvant l'équilibre entre trois aspects du développement durable : viable (économie), équitable (social) et vivable (environnement).

Comment jouer ?

Le jeune choisi un prototype de GSM qu'il va développer. Il a pour cela 3 choix de téléphones avec des fonctions les distinguant les uns des autres. Pour chacun des prototypes, il lui faudra rassembler quatre éléments (les éléments en plastique, l'écran LCD, les éléments électroniques et les raccords en métal, la batterie).

Lorsqu'il sélectionne un élément en particulier, les trois entreprises avec lesquelles il pourra traiter seront mises en évidence sur une mappemonde. Les offres se distinguent selon plusieurs critères. Ces critères peuvent être de natures différentes :

- La localisation (écon/envi)
- Le prix (écon)
- Le respect de règles environnementales (envi/ social)
- Le respect de règles travail (social)
- Origine des matières utilisées (envi/social)
- Le type de transport (envi)
- Production de déchet (envi)

Lorsque le choix a été effectué, il y a un report des résultats de la stratégie sur les trois compteurs du développement durable. L'élève est tout d'abord invité à choisir le prototype de GSM qu'il compte développer.

Ensuite, il doit choisir des sous-traitants qu'il sélectionne en fonction des critères économiques, sociaux et environnementaux renseignés dans la fiche d'identité de chaque entreprise.

Une fois ses choix effectués, l'élève peut vérifier le résultat obtenu pour ces différents critères, le but étant d'équilibrer les aspects économiques, sociaux et environnementaux qui le mettront sur la voie du développement durable. Le score le plus élevé est obtenu lorsqu'un équilibre est trouvé entre les trois aspects.

Vous souhaitez mettre vos élèves en situation d'éveil face à la notion de développement durable en entreprise ou vous êtes soucieux de pousser plus loin la réflexion initiée par le jeu en ligne ?



Voici des idées d'activités pédagogiques à mener en classe avec vos élèves. Le contenu informatif (l'info-doc) associé au jeu est directement consultable à l'adresse suivante : www.moobx.net/fr/activite2/info.html .

◆ Avec votre classe

Activité 1 : Notre DD entreprise !

Objectifs :

- S'approprier la notion de développement durable en approfondissant des applications concrètes liées aux trois aspects (social, économique et environnemental) qui constituent ses piliers et en les confrontant à la théorie.
- Partager des opinions et trouver des compromis.
- Prendre conscience de la nécessité de la concertation entre les différentes parties prenantes pour trouver un équilibre entre les trois piliers du développement durable.

Méthodologie :

Inviter la classe à former des groupes de 6 élèves. Le but de chacun des groupes sera de brosser l'esquisse d'une entreprise idéale, en décrivant les critères de développement durable qu'elle mettrait en pratique dans son fonctionnement.

- Etape 1 : choix du produit (réel ou imaginaire) que le groupe de 6 élèves va mettre sur le marché et choix du nom de l'entreprise.
- Etape 2 : diviser chacun des groupes de 6 en 3 sous-groupes qui s'occuperont respectivement de décrire les mesures concrètes mises en œuvre au niveau de chacun des aspects « social », « économique » et « environnemental ». Si cela peut aider les élèves, leur dire qu'ils sont respectivement les représentants du personnel, de la direction et du service environnement, afin de les aider à identifier les mesures à prendre.

Laisser tout d'abord les élèves identifier par eux-mêmes des critères relatifs à l'aspect qu'ils doivent approfondir.

S'ils « bloquent », les aider en leur fournissant une liste de critères (voir ci-dessous listes de critères sociaux, environnementaux et économiques) dans laquelle faire les choix qui leurs semblent les plus pertinents. Leur demander de décrire comment ces critères sont concrètement mis en œuvre au sein de leur entreprise imaginaire.

Exemple de description d'une mise en œuvre concrète:

Notre entreprise veille chaque fois que possible à se fournir en produits issus du commerce équitable.



Par exemple, les uniformes de nos ouvriers sont fabriqués à partir de coton bio et équitable, ce qui leur assure un travail dans le confort tout en respectant l'environnement et les droits économiques et sociaux des producteurs du Sud.

Nous avons aussi conçu l'année dernière des tee-shirts promotionnels en coton équitable : un plus pour nous car nous vantons nos produits sur des supports de qualité, respectueux des hommes et de l'environnement, ce qui fait rejaillir une image positive de notre entreprise aux yeux des consommateurs... Et c'est évidemment un plus pour les producteurs du Sud qui reçoivent en effet un prix minimum garanti qui couvre leurs coûts de production et leur permet de vivre correctement. La prime de développement sert à financer des projets sociaux : écoles, centre de santé, etc. Les critères écologiques garantissent la protection de l'environnement et des conditions de travail saines.

Et bien sur, lors de la pause café, au repas et chaque fois que nous recevons des visiteurs, nous consommons des boissons et friandises portant le label Max Havelaar ou provenant des magasins du monde Oxfam.

Exemple de listes à fournir aux élèves. Attention, certains exemples repris dans la liste des aspects sociaux ont aussi un impact économique et / environnemental et inversement !

Liste d'aspects sociaux :

1. Notre entreprise veille tout particulièrement à offrir les meilleures conditions de vie et de travail à ses employés (éducation, santé, sécurité, etc.). Par exemple :...
2. Notre entreprise offre à son personnel des contrats durables et un salaire qui lui permet de vivre décemment. Par exemple:...
3. Notre entreprise favorise le dialogue entre la direction et le personnel. Par exemple :...
4. Notre entreprise met un point d'honneur à éviter toute discrimination par rapport au personnel qu'elle embauche. Par exemple :...
5. Notre entreprise invite régulièrement les riverains à s'exprimer concernant les éventuels désagréments causés par notre entreprise dans leur voisinage. Par exemple :...
6. Notre entreprise permet à son personnel de continuer à se former : un « plus » pour eux, et pour nous ! Par exemple :...
7. Notre entreprise met à la disposition de ses employés des espaces adaptés aux échanges entre membres du personnel. Par exemple :...
8. Notre entreprise veille à ce que ses fournisseurs respectent eux aussi leur personnel (pas de travail forcé, d'heures supplémentaires obligatoires etc.). Par exemple :...
9. Notre entreprise veille à ce que sa cantine propose des menus adaptés aux différentes minorités culturelles et religieuses représentées dans son personnel. Par exemple :...
10. Notre entreprise ouvre ses portes au public et a créé des partenariats avec les écoles, des associations etc. Par exemple :...
11. Notre entreprise a créé un partenariat avec une entreprise du Sud pour échanger des savoirs et des expériences. Par exemple :...
12. Notre entreprise veille tout particulièrement à réduire la pauvreté, les inégalités et notamment le chômage chez les jeunes. Par exemple :...
13. Autres propositions:...



Liste d'aspects économiques :

1. Notre entreprise a fait baisser ses dépenses en réduisant sa production de déchets. Par exemple :...
2. Notre entreprise favorise l'économie de la région (utilisation de matières premières locales). Par exemple :...
3. Notre entreprise constitue un « plus » pour la région car elle a amélioré les voies d'accès locales. Par exemple :...
4. Notre entreprise préfère adopter le principe de précaution et s'épargner de futures dépenses pour payer les dégâts occasionnés par la pollution due à son existence ou à son fonctionnement. Par exemple :...
5. Notre entreprise est encore plus rentable car elle a fait des économies d'énergie en investissant dans l'isolation de ses bâtiments. Par exemple :...
6. Notre entreprise se fournit directement chez des producteurs locaux, ce qui réduit le coût des transports. Par exemple :...
7. Notre entreprise réussit à proposer des prix encore plus compétitifs car elle réduit au maximum les emballages inutiles. Par exemple :...
8. Notre entreprise investit dans la recherche et est à la pointe des nouvelles technologies, ce qui permettra un développement de nos activités à long terme. Par exemple :...
9. Notre entreprise pense dès aujourd'hui à sa compétitivité future en préservant au maximum les ressources naturelles nécessaires à sa production. Par exemple :...
10. Notre entreprise préfère investir dans du matériel durable et de bonne qualité pour ne pas devoir racheter à court terme. Par exemple :...
11. Notre entreprise a formé son personnel à fonctionner le plus possible par l'intermédiaire des supports informatiques afin de limiter l'achat de papier. Par exemple :...
12. Notre entreprise a décidé de ne plus envoyer son personnel au bout du monde en avion et a décidé d'investir dans une salle de « vidéo-conférence » pour les concertations nécessaires avec ses partenaires étrangers. Par exemple :...
13. Autres propositions...



Liste d'aspects environnementaux :

1. Notre entreprise a adopté un rôle positif vis-à-vis de la biodiversité grâce à la façon d'aménager ses bâtiments et les abords de ceux-ci. Par exemple :...
2. Notre entreprise est accessible à tous en transports en communs. Par exemple :...
3. Notre entreprise favorise les ressources énergétiques renouvelables. Par exemple :...
4. Notre entreprise limite sa consommation d'eau et a investi dans un système de purification, ce qui limite aussi le montant des taxes environnementales qu'elle doit payer. Par exemple :...
5. Notre entreprise privilégie l'emploi de produits naturels et non-toxiques. Par exemple :...
6. Notre entreprise veille tout particulièrement à utiliser des produits recyclés et à limiter sa production de déchets. Par exemple :...
7. Notre entreprise utilise des produits d'entretien écologiques pour le nettoyage de ses locaux. Par exemple :...
8. Notre entreprise est en train de localiser les sources de bruit et de mesurer celui-ci afin de réfléchir à des solutions pour le réduire à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise. Par exemple:...
9. Notre entreprise veille à l'entretien régulier de son matériel. Par exemple :...
10. Notre entreprise veille à réduire au maximum son impact sur le réchauffement climatique dû au transport. Elle met en place des possibilités de co-voiturage en concertation avec les entreprises voisines, par exemple :...
11. Notre entreprise a sensibilisé l'entièreté de son personnel à l'utilisation rationnelle de l'énergie. Par exemple :...
12. Notre entreprise bénéficie d'aides publiques pour mener à bien ses projets d'environnement. Par exemple :...
13. Notre entreprise a été construite en préservant le patrimoine de la région (architecture et matériaux locaux). Par exemple :...
14. Notre entreprise a décidé de se lancer dans un système de management environnemental (SME). Par exemple :...
15. Autres propositions...

Demander aux élèves, par sous-groupes, de se mettre d'accord et de choisir dans leur liste des actions prioritaires.

- Etape 3 : informer les deux autres sous-groupes des choix effectués et négocier avec eux pour aboutir à un choix final basé sur les synergies possibles et un bon équilibre entre les trois aspects du développement durable.

Exemple de mesure retenue par les différents sous-groupes car elle a des impacts positifs au niveau des différents aspects :

Notre entreprise se fournit directement chez les producteurs locaux, ce qui limite le transport (aspect économique et environnemental) tout en dynamisant l'emploi dans notre région (aspect social).



→ Notre entreprise a réussi à trouver une synergie positive entre les différents aspects du développement durable.

- Etape 4 : demander aux groupes entiers de faire une présentation de leur entreprise idéale aux autres élèves de la classe, avec illustrations à l'appui et description des mesures concrètes qui y sont mises en pratique.

Voter ensuite pour la présentation la plus convaincante en termes de durabilité.

Se réserver le temps d'envisager les mesures qui pourraient être applicables à l'établissement scolaire.

Durée :

- 50 min pour que les 3 sous-groupes établissent une liste d'actions concrètes mises en place dans l'entreprise idéale au niveau social, économique et environnemental
- 50 min pour négocier avec les 2 autres sous-groupes et sélectionner les actions qui permettent des synergies positives entre les aspects sociaux, économiques et environnementaux
- 40 min pour que chaque groupe présente à la classe son modèle d'entreprise aux autres élèves
- 10 min pour envisager la transposition de certaines mesures évoquées concernant les entreprises à leur établissement scolaire

Matériel : tableau – matériel de dessin/collage photo – rétroprojecteur (éventuellement).

Cours plus particulièrement concernés : Français – Sciences économiques et sociales – Morale/Religion – Géographie – Education artistique

Activité 2 : **Interview en entreprise**

Objectifs :

- rencontrer des acteurs et mettre en pratique une attitude citoyenne de remise en question
- interpellier le monde de l'entreprise sur ses pratiques en termes de responsabilités sociale et environnementale
- confronter des propositions théoriques à la réalité du terrain et aux contraintes économiques



Méthodologie :

Etape 1 : choix de l'entreprise à visiter

Il serait cohérent que cette entreprise soit le plus en lien possible avec la thématique traitée : fabricants de GSM ou d'appareils électroniques, opérateurs, distributeurs, entreprises de recyclage, centres de récupération etc. afin que les élèves disposent d'un minimum d'information de départ (grâce au projet) pour préparer l'interview.

Ne pas négliger non plus l'intérêt que pourrait avoir la visite d'entreprises d'économie sociale (voir leurs coordonnées sur le site de Ressources : <http://www.ressources.be/fr/pub/qui.htm>) !

Une fois la/les entreprise(s) à rencontrer choisie(s), rassembler les anciens sous-groupes par aspect traité dans l'exercice précédent : tous les sous-groupes ayant traité l'« aspect social » ensemble, et de même pour tous les sous-groupes « aspect économique », et « aspect environnemental ». La classe sera donc divisée en trois.

Chacun de ces groupes aura pour tâche de préparer les questions pertinentes à poser au représentant de l'entreprise qu'ils rencontreront lors de l'interview concernant l'aspect qu'il traite de manière spécifique.

Etape 2 : rechercher des informations

Cette étape vise la collecte d'un maximum de données relatives au sujet. Cette opération permet d'avoir une première idée sur les aspects du problème qui ont déjà été identifiés ou traités par d'autres. Il s'agira alors d'identifier et de consulter quelques personnes compétentes et d'identifier les documents pertinents.

Les élèves pourront commencer par aller voir ce que communique l'entreprise au niveau des trois piliers du développement durable par l'intermédiaire de son site Internet.

Etape 3 : concevoir le questionnaire

Conseils généraux :

Commencer par des questions faciles, neutres, mais utiles. Placer les questions difficiles ou délicates vers la fin du questionnaire. Utiliser la technique de l'entonnoir en posant les questions générales avant les questions spécifiques, afin d'éviter qu'une question n'éclipse la suivante.

Si les questions couvrent plusieurs sujets, terminer avec le premier, avant d'aborder le suivant.

Initier les élèves à différencier quelques types de questions en fonction de la réponse souhaitée :

- Les questions fermées :

Elles demandent une réponse courte, en général "oui" ou "non". On doit les utiliser très peu. En général ces questions n'incitent pas à réfléchir en détail sur la question



posée (ex : Avez-vous entendu parler de la pollution ?, Avez-vous déjà jeté les ordures dans cet endroit ?).

- Les questions tendancieuses :

Ce sont celles qui laissent percevoir, dans leur formulation, l'opinion de l'enquêteur ou la réaction qu'il attend. Ces questions doivent être évitées (ex : Ne pensez-vous pas que telle industrie est responsable de cette pollution ?)

- Les questions ouvertes :

Elles appellent des réponses plus détaillées et plus complexes. Il faut en faire un grand usage, afin de stimuler la conversation et d'inciter l'interlocuteur à répondre de façon plus complète (ex : Vous qui habitez depuis 10 ans près de ce dépôt d'ordures, pouvez-vous nous décrire son évolution ?)

- Les questions d'approfondissement :

On les utilise afin d'obtenir de l'interlocuteur des éléments d'informations complémentaires à ceux déjà donnés (ex : Qu'entendez-vous par cela? Je ne suis pas sûr de comprendre ce que vous voulez dire par...).

Etape 4 : visite de terrain et interview

Préparez les élèves à se présenter et à expliquer brièvement l'objet de leur enquête. Prévoir du matériel d'enregistrement et de prise de vue, et avoir choisi préalablement qui pose quoi comme question à l'interviewé.

Durée :

- Etapes 1-2-3 : deux fois 50 min (ces étapes se prêtent bien à des travaux à domicile à discuter et valider en classe)
- Etape 4 : variable (en fonction de la localisation et du nombre d'entreprise(s) visitée(s))

Matériel :

- accès à Internet si les travaux de recherche sont menés en classe
- liste d'exemple de questions fermées, tendancieuses, ouvertes et d'approfondissement
- enregistreur, appareil photo/caméra et matériel de prise de notes

Cours plus particulièrement concernés : Français – Sciences économiques et sociales – Géographie – Morale/Religion – Cours de pratique professionnelle



◆ **Participez au concours**

La mission du module 3 :

Sur base de l'interview réalisée, écrivez en classe **un article d'opinion** quant à l'intégration des principes du développement durable dans le fonctionnement de l'entreprise.

Attirer l'attention des élèves sur la formulation claire de la problématique abordée, une progression logique entre les paragraphes et l'appui des opinions sur des faits.

Les inciter à se positionner et à transposer leur réflexion sur le monde de l'entreprise en émettant des propositions quant à leur propre établissement scolaire.

Inciter les élèves à diffuser cet article à l'interviewé, dans la presse, le journal de l'école, un site Internet (ou autre) et mettre en valeur les réactions suscitées dans le compte-rendu concernant les résultats de la mission.

Avant le 31 décembre 2007, transmettez au WWF une copie de l'article d'opinion.

Précisez le nombre de personnes touchées par votre action, les réactions et résultats obtenus dans **un compte-rendu descriptif** de la mission.

Concours Moob-X
WWF-Belgique
Service éducatif
Bd E. Jacqmain 90
1000 Bruxelles

ou

moobx@wwf.be



Module 4 : Moob-X trash

ou le traitement des déchets

◆ **Jouez**

Objectif du jeu Internet :

Le but du jeu est de trouver la meilleure voie de traitement pour se débarrasser de son ancien GSM.

Comment jouer ?

Six casiers sont disposés derrière une vitre. Chaque casier correspond à une voie de traitement. Le clavier permet de diriger la pince vers les casiers. Un bouton permet de lâcher le GSM ou de le récupérer s'il tombe à côté. Une fois que le déchet est lâché dans un casier, il n'y a plus moyen de le récupérer et l'élève reçoit un court commentaire au sujet de la voie de traitement correspondant au casier choisi. Un indicateur commente la qualité de ce traitement.

Vous souhaitez mettre vos élèves en situation d'éveil face à la problématique des déchets ou vous êtes soucieux de pousser plus loin la réflexion initiée par le jeu en ligne ?

Voici des idées d'activités pédagogiques à mener en classe avec vos élèves. Le contenu informatif (l'info-doc) associé au jeu est directement consultable à l'adresse suivante : www.moobx.net/fr/activite3/info.html .

◆ **Avec votre classe**

Activité 1 : **Un déchet ? C'est quoi ?**

Objectif :

Confronter les représentations initiales qu'évoquent les termes de *déchet*, *matière première* et *cycle de vie d'un produit*.

Méthodologie :

Préparer des tables sur lesquelles déposer des déchets. Demander aux élèves d'apporter en classe un « déchet ». Leur proposer de présenter le déchet qu'ils ont choisi à la classe en précisant ce à quoi il a servi, combien de temps, pourquoi il a



été jeté, s'il s'agit d'un emballage ou d'un produit... Leur demander de les placer sur l'une des tables en fonction d'un critère qu'ils expriment oralement.

Diviser la classe en petits groupes et leur demander d'élaborer une définition commune du « déchet » puis confronter les définitions des différents groupes. Tester les différentes définitions en les confrontant à des objets qu'on ne jette pas à la poubelle comme les encombrants, les peintures etc. Rechercher des exemples d'objets qui ne deviendront – selon eux – jamais des déchets (objets de « valeur »).

Repérer sur les tables les objets réemployables (tels quels), les objets réutilisables (pour un usage différent), les matières techniquement recyclables... Revenir sur la notion de « valeur » évoquée précédemment.

Durée : 50 min

Matériel : déchets de toutes sortes

Cours plus particulièrement concernés : Français – Morale/Religion – Education artistique – Cours de pratique professionnelle – Chimie - Biologie

Activité 2 : **Nos déchets sous la loupe...**

Objectifs :

Percevoir les quantités de déchets que nous générons et mener une réflexion auto-critique.

Méthodologie :

Pendant une semaine, demander aux élèves de conserver tous les déchets engendrés en classe et à la récréation (collations...) et de les trier dans différentes poubelles (en classe ou dans un endroit accessible à tous moments) afin d'en estimer le poids. Pour ce faire, mettre à la disposition des élèves six poubelles : PMC (plastique – métal – cartons à boissons) – papier/carton – verre – ordures ménagères – compost – autres (toxiques..).

Leur demander de remplir le tableau suivant (inscrire une barre chaque fois qu'on dépose un déchet dans la poubelle correspondante) :

Type de poubelles	Nombre d'objets jetés
Ordures ménagères	
Papier/carton	
PMC	
Verre	
Compost	
Autres :...	



Au bout d'une semaine, demander aux élèves quels sont les déchets les plus présents puis peser chacune des poubelles. Quelle poubelle pèse le plus ? Quel est le poids total de tous les déchets ?

Ensuite leur faire calculer :

- le poids des déchets par élève
- puis multiplier par le nombre d'élève qu'il y a dans l'école
- le poids des déchets sur un an pour toute l'école

Puis leur demander quels déchets pourraient être évités. Les faire réfléchir à une action qui pourrait être menée, individuellement ou en groupe pour diminuer la production de déchets.

Après avoir réalisé cette action pendant une semaine, peser à nouveau tous les déchets. Est-ce que le poids total des déchets a diminué ? Ont-ils trouvé difficile de changer leurs habitudes ?

Durée : deux semaines

Matériel: 5 poubelles ou plus (ordures ménagères, papier/carton, PMC, verre, compost, autres...).

Cours plus particulièrement concernés : Français – Morale/Religion – Cours de pratique professionnelle – Chimie – Biologie - Mathématique

Activité 3 : **Enquête sur le terrain ... Sus au gaspillage !**

Objectif :

Identifier les acteurs de la gestion des déchets dans sa commune et ...à l'école. Sur base de l'analyse de l'enquête, diagnostiquer les manques et proposer des solutions durables.

Méthodologie :

Etape 1 : rédaction des questions

Faire rédiger aux élèves une enquête sur la gestion des déchets dans leur école. Se renseigner sur les possibilités de tri, de recyclage et de réutilisation dans la commune. Aller au-delà des cinq types de déchets identifiés dans l'activité 2, et envisager aussi le traitement des toxiques, piles, ordinateurs, pesticides, etc.

Créer des groupes thématiques en fonction des différentes possibilités/ des différents publics de l'école et les confronter aux pratiques en vigueur au sein de l'établissement.



Exemples de questions à poser aux élèves :

- ◆ Le tri est-il accessible à chaque élève ?
- ◆ Quelles matières sont récupérées ?
- ◆ Les élèves connaissent-ils l'existence des différentes poubelles ?
- ◆ Les utilisent-ils ? Pourquoi ?
- ◆ Les trouvent-ils pratiques ?
- ◆ Savent-ils ce que deviennent les matières collectées ?

Exemples de questions à poser au personnel (interroger le personnel d'entretien et les différents corps de métier : cuisiniers, professeurs de travaux pratiques, etc.) :

- ◆ Tous les types de déchets sont-ils collectés de manière appropriée ?
- ◆ Et les ordinateurs ?
- ◆ Les produits chimiques ?
- ◆ Les déchets organiques ?
- ◆ Quelles sont les quantités collectées ?
- ◆ Que deviennent-elles ? Certaines sont-elles réutilisées ?
- ◆ Quels sont les obstacles ?

Etape 2 : analyse des résultats

Demander à chaque groupe de rapporter à la classe une synthèse des informations récoltées.

Identifier les points positifs et négatifs concernant la gestion des déchets dans le périmètre scolaire :

- ◆ Qu'est-ce qui fonctionne bien ?
- ◆ Qu'est-ce qui ne fonctionne pas correctement ?
- ◆ Pour quelle(s) raison(s) ?
- ◆ Une solution concrète pourrait-elle être envisagée ? Si oui, laquelle ? Si non, pourquoi ?

Etape 3 : proposer des solutions

Cartographier les emplacements des différentes poubelles et points de collecte : sont-ils présentes en nombre suffisant ? Sont-elles correctement réparties ?

Diagnostiquer les manques, formuler et synthétiser des propositions concrètes.

Etape 4 : aller plus loin...

Réfléchir ensemble à l'affirmation suivante : « Le meilleur déchet est celui qui n'existe pas ».

Demander aux élèves de hiérarchiser les différentes voies de traitement des déchets, de la moins polluante à la plus nocive pour l'environnement. Leur donner dans le désordre les mots suivants :

prévention – réutilisation – recyclage – incinération – décharge

Quelles sont les possibilités non exploitées dans leur établissement pour une gestion moins polluante, plus durable et une valorisation des « déchets » dans leur école ?



Identifier les obstacles à dépasser et imaginer des solutions pratiques à mettre en place (exemple : collecteurs de piles usagées dans un local où tout le monde passe, une personne responsable se proposant pour la collecte de tel déchet spécifique etc.).

Etape 5 : faire changer les choses !

Rédiger un mode d'emploi ou une charte à soumettre pour approbation aux différents acteurs rencontrés lors de l'enquête.

Organiser un événement de sensibilisation, d'explication et de signature de la charte.

Si des actions sont entreprises, refaire la deuxième activité pour évaluer les progrès effectués. Le poids des déchets récoltés en une semaine a-t-il diminué ? Les élèves et le personnel ont-ils éprouvé des difficultés à changer leurs habitudes ?

Durée :

Etape 1 :

- ◆ 50 min pour la compréhension du système de gestion communale, pour la formation des groupes et pour la rédaction des questions appropriées.
- ◆ 50 min pour l'enquête en elle-même.

Etapes 2 et 3 :

- ◆ 50 min pour l'analyse des résultats de l'enquête et proposer des solutions.

Etape 4 :

- ◆ 50 min pour la hiérarchisation des voies de traitement, l'imagination des solutions à mettre en place.

Etape 5 :

- ◆ variable : rédaction de la charte et organisation d'un événement de sensibilisation.

Matériel : un dépliant d'information concernant la gestion communale des déchets ou un accès à Internet permettant de consulter le site communal à ce sujet.

Cours plus particulièrement concernés : Français – Morale/Religion – Cours de pratique professionnelle – Chimie – Biologie



◆ **Participez au concours**

La mission du module 4

Créer affiches et dépliants pour entamer une **campagne de sensibilisation et collecter des GSM usagés**. Ceux-ci seront renvoyés à Fonebak, une entreprise européenne qui récolte les GSM usagés afin de permettre leur réutilisation (et leur donner par la même une deuxième vie) ou le recyclage dans les règles de l'art de leurs composants.

La classe participante est invitée à décrire son action et les résultats obtenus. Les documents réalisés, photos, films ou témoignages sont les bienvenus pour faire vivre le **compte-rendu**.

Lors de l'évaluation des projets, l'accent sera plus mis sur la durabilité de l'action entreprise que sur les résultats immédiats (en termes de nombre de GSM récoltés).

Avant le 31 décembre 2007, transmettez au WWF un dossier de présentation de votre campagne.

Précisez le nombre de personnes touchées par votre action, les réactions et résultats obtenus dans **un compte-rendu descriptif** de la mission.

Concours Moob-X
WWF-Belgique
Service éducatif
Bd E. Jacqmain 90
1000 Bruxelles

ou

moobx@wwf.be



◆ Comment procéder pour récolter et renvoyer les vieux GSM à Fonebak ?

- 1) Envoyez un mail à cds@fonebak.com pour demander le matériel de collecte (boîtes bleues) en mentionnant les coordonnées complètes de l'école:

Adresse, personne de contact, tranche d'heures auxquelles on peut organiser la livraison du matériel puis la collecte des gsm, email.

- 2) Installez la/les boîtes Fonebak dans un endroit visible de l'école, choisissez une personne responsable et collectez les GSM usagés.
- 3) Mettez les GSM récoltés sous enveloppe standard ou dans la/les boîtes bleues refermées et indiquez-y la mention suivante:

Numéro réponse 5
7500 TOURNAI

Attention :

- l'insertion et l'envoi du/des GSMs opère son transfert de propriété à Fonebak et ne peut être retourné. Les mineurs, doivent demander l'accord à leur parent ou tuteur d'envoyer leur GSM à Fonebak.
 - Retirez la carte SIM de l'appareil / Retirez les données personnelles. Glissez le(s) appareil(s) et sa(leurs) batteries dans l'enveloppe/ la boîte. Fermez correctement l'enveloppe/ la boîte.
 - Si vous disposez d'un volume important de GSM (10 et plus) adressez par mail les coordonnées complètes de l'école à Foneback (cds@fonebak.com) et ils feront livrer un petit container plastique de collecte, et/ou éventuellement, des grandes enveloppes plastiques A3 (capacité: 25 appareils par enveloppe). Toujours mentionner le numéro réponse ci-dessus.
- 4) Postez l'enveloppe/ la boîte dans une boîte aux lettres ou à La Poste



Module 5 : Moob-X publicitaire ou comment décoder les stratégies de marketing

◆ Jouez

Objectif du jeu Internet :

Les technologies de télécommunication sont abondamment déclinées dans les messages publicitaires sous toutes leurs formes (papier, radio, télé, GSM...). Les récepteurs que sont les jeunes constituent un public-cible particulier.

Le jeu invite à identifier les stratégies de marketing dont les jeunes sont l'objet, pour les aider à choisir un comportement : s'écarter de la pub ou y succomber, mais plus consciemment.

Comment jouer ?

Le jeu propose de choisir les composantes d'une campagne de pub pour un GSM imaginaire, en fonction d'un public-cible à déterminer. Il faut opter parmi des choix multiples possibles (cible, slogan, arguments...). Le décompte des points permettra d'apprécier l'adéquation entre les stratégies retenues et le public qui devait être atteint.

Vous souhaitez mettre vos élèves en situation d'éveil face à la problématique de la publicité ou vous êtes soucieux de pousser plus loin la réflexion initiée par le jeu en ligne ?

Voici des idées d'activités pédagogiques à mener en classe avec vos élèves. Le contenu informatif (l'info-doc) associé au jeu est directement consultable à l'adresse suivante : www.moobx.net/fr/activite4/info.html .

◆ Avec votre classe

Activité 1 : ***T'es qui toi, fils de pub***

Objectif :

Identifier différents publics-cible et prendre du recul face à l'étiquette sous laquelle chacun pourrait être catalogué par les publicitaires.

Méthodologie :

Le dossier informatif accessible par hyperlien dans le texte du jeu (en savoir plus), présente une typologie des publics-cible de pub sous 5 « étiquettes » : les décalés, les rigoristes, les égocentrés, les activistes et les matérialistes. Ce sont les catégories mises en scène dans le jeu lui-même, derrière les réponses proposées en choix multiple.



Une première approche de la publicité serait de faire réaliser par les élèves une collection de publicités découpées dans les magazines, et classées selon ces cinq catégories. Un travail de mise en commun pourrait alors servir de base à un exercice de prise de parole en public avec l'intention de travailler l'argumentation pour défendre son choix.

Les élèves pourraient tenter de dire à quelles publicités ils sont plus sensibles et finalement se ranger dans la catégorie de public qui les définit le mieux.

Pour les publicitaires, la population se répartit en cinq grands types de personnes à cibler selon leur style de vie. Ils leur ont donné des étiquettes :

- Les **décalés** aiment le changement. Jeunes, plutôt intellos ou artistes, « alternatifs » pour la plupart, ils critiquent la société traditionnelle. Ils n'aiment pas la pub, sauf celle qui se montre dingue, créative ou volontairement débile. Ils aiment les GSM pas comme les autres, par exemple avec une sonnerie de vieux téléphone.
- Les **rigoristes** sont plutôt conservateurs. Ils aiment le patrimoine, les traditions, parfois le luxe bourgeois. Ils se réfèrent aux « bons » principes. Ils regrettent le bon vieux téléphone.
- Les **égocentrés** sont jeunes, épris de plaisirs matériels. Ils s'aiment beaucoup et sont plutôt frimeurs. Ils sont souvent montrés à draguer, soucieux de leur image. Ils dépensent à fond, c'est pour eux un moyen de s'exprimer. Comme ils aiment qu'on les remarque, ils cherchent un GSM qui en jette.
- Les **activistes** sont des anciens décalés ou égocentrés qui ont réussi dans la vie. Ils aiment la technologie, qu'ils maîtrisent, l'innovation car ils n'ont pas peur de prendre des risques, l'exclusivité. Ils apprécient les GSM « high-tech ».
- Les **matérialistes** sont conservateurs. Ils consomment les produits nationaux, si possible bon marché. Ils sont à l'affût des réclames, se méfient de la publicité trop bien faite. Ou alors, il faut leur prouver par a+b que le GSM est le meilleur.

Durée : 50 min (variable selon le nombre d'élèves)

Matériel : vieux magazines, ciseaux

Cours plus particulièrement concernés : Français - Langue étrangère – Sciences sociales – Communication – Morale/Religion

Activité 2 : Typo d'pub

Objectif :

En décodant son mode de fonctionnement, s'approprier différentes stratégies publicitaires et affiner son esprit critique



Méthodologie :

Après avoir décrypté des pubs qui existent (dans les magazines par exemple), la démarche qui est proposée ici est d'en créer de nouvelles.

Qu'il s'agisse de GSM ou d'autres produits consommés par les jeunes, l'activité invitera à choisir un genre, parmi les trois proposés dans le volet documentaire, pour le visiter de façon exemplative.

Réaliser un projet d'affiche (au format A4) qui campe de façon unilatérale, un des genres suivants :

Pub informative – Pub suggestive – Pub intégrative

Remarque : Réclame (par matraquage), Pub cachée et Guérilla Marketing n'ont pas été retenues dans l'exercice, car elles nécessitent une autre stratégie qu'un simple A4.

Variante possible : décliner le concept en vidéo. A ce moment, la pub cachée retrouve sa place dans le panel de l'exercice

1. La publicité **informative**. Elle prétend t'assurer de la qualité de ton GSM. Pour cela, la pub argumente. Il y a plusieurs façons de faire : la démonstration (on explique comment fonctionne le produit), le témoignage (un témoin raconte son expérience), la comparaison (on compare un GSM à un autre), le torture-test (on fait subir des conditions extrêmes au GSM), la dramatisation (on exagère la situation que le GSM peut résoudre).

2. La publicité **suggestive**. Elle te parle peu du GSM. Elle met en scène tes désirs de puissance, de richesse, d'amour, de plaisir, d'aventure, de naturel, de folie ... Pour te séduire, elle y ajoute souvent un parfum d'interdit, de provocation, de violence ou de sexe. On appelle cela la pub schokvertising.

3. La publicité **intégrative** t'incite à te conformer à des normes (faire comme tout le monde). Cette stratégie se montre efficace pour les GSM de frime. Tu voudras imiter les jeunes de la pub, tu t'imagineras à leur place et même parfois, tu te mettras à la place d'une star qui utilise un GSM.

Durée : Projet/scénario : 50 min – réalisation concrète/tournage : 50 min

Matériel : matériel de dessin et de bricolage, vieux magazines, caméscope et décors selon l'option retenue



Activité 3 : Typ d'aff'pub

Objectif :

Identifier différentes stratégies de mise en exergue visuelle.

Méthodologie :

Le visuel d'une campagne est un élément déterminant. La pub donne à voir pour que l'on se souvienne d'elle, et sans doute aussi de ce qu'elle vend. Mais que met-elle en avant ?

Travail d'identification sur une collection de coupures de magazines, pour identifier les stratégies de mise en exergue visuelle : l'entreprise vedette, le produit vedette, le produit qualifié, le problème résolu, l'avantage produit, le bénéfice consommateur, l'univers idéalisé, l'univers irréel.

La sélection sera, elle aussi, objet d'une argumentation lors de la mise en commun.

1. L'**entreprise** vedette.
Le fabricant **réel** du GSM (fondateur ou manager de l'entreprise) ou **symbolique** (un acteur, ou un personnage créé de toutes pièces), constituent l'essentiel de l'image.
2. Le **produit** vedette.
Le GSM est en **gros plan, pratiquement seul à l'image**. L'image du GSM doit à elle seule communiquer des informations visibles sur son esthétique, sa qualité. Il s'agit souvent d'un GSM à la marque **bien connue**.
3. Le produit **qualifié**.
Un **élément visuel** (objet, œuvre d'art, personnage, décor, animal) ajoute une dimension au GSM. Les « qualificatifs » visuels poursuivent deux objectifs :
 1. ajouter une **signification** au produit. Par exemple, une panthère pour véhiculer une idée de puissance.
 2. ajouter une dimension **esthétique**.Comme pour le produit vedette, le produit qualifié nécessite souvent un texte « décoiffant » pour compenser l'absence d'émotion.
4. Le **problème** résolu.
Le visuel montre le problème dont le GSM représente la solution. Le problème résolu peut être traité avec humour. Mais il y a un risque : confondre le GSM avec le problème.
5. L'**avantage** produit.
Le visuel montre l'**action** du GSM. C'est un visuel efficace, qui montre au consommateur ce à quoi il peut s'attendre. Inconvénient : l'avantage produit n'est pas toujours distinctif : la plupart des GSM servent à ... téléphoner. Le texte complète souvent la démonstration.
6. Le **bénéfice** consommateur.
Il montre un **utilisateur** qui se réjouit de l'usage du produit ou de ses effets. L'utilisateur du GSM respire la santé, la beauté, la joie. Inconvénient : ce visuel communique peu sur la marque. Elle doit donc se retrouver dans le texte
7. L'univers **idéalisé** du produit
Le produit est situé dans un univers ou avec des usagers décalés par rapport à la réalité. C'est dans ce type de visuel que tu trouves des mecs ou des meufs plus beaux ou mieux



stylés que toi, dans des décors plus vrais que nature. Tu n'es pas dupe, mais ce visuel donne une part de rêve ou de prestige qui peut faire la différence. L'inconvénient de ce type de pub est qu'il est courant, donc finalement parfois banal.

8. L'univers **irréel** du produit

Le visuel **est dingue**. Lorsqu'ils ciblent les ados, les visuels irréels génèrent parfois un attrait de publicité « culte ». Rendre crédibles les évocations irréelles, créer un lien avec le produit, c'est une des tâches majeures du texte.

Durée : 50 min

Matériel : publicités issues de vieux magazines

Cours plus particulièrement concernés : Français - Langue étrangère - Vie sociale/EDM – Sciences sociales – Communication – Morale/Religion

Activité 4 : **As-tu une bonne base, Line ?**

Objectif :

Séance de créativité autour des valeurs susceptibles de porter une marque, au-delà de la campagne pour tel ou tel de ses produits.

Méthodologie :

La baseline est un concept communicationnel lié à la marque. Bien choisi, il transcende les campagnes pour tel ou tel produit et s'incorpore à tous les supports de communication.

C'est un slogan permanent qui a tout intérêt à définir habilement l'entreprise, sa marque, la qualité de ses produits et services. Car finalement, il est comme l'ombre du patronyme.

Des exemples :

Télé 2 « *Pourquoi payer trop cher ?* »

L'Oréal « *Parce que vous le valez bien* »

Thomas et Piron « *La force d'un groupe* »

Microsoft « *Votre potentiel, notre passion* »

Ikéa « *La vie, c'est maintenant* »

Rodania « *The body language* »

Paris Match « *Le poids des mots, le choc des photos* »

Toyota « *Today Tomorrow* »

Canon « *You can* »

L'activité ici proposée peut être soit de lecture critique, soit de créativité, soit les deux.

Lecture critique : Partir à la recherche d'un certain nombre de baseline et identifier quelle visibilité est choisie dans le concept énoncé.



Créativité : Imaginer des baselines pour des produits ou des entreprises qui semblent ne pas s'être donné la peine d'en créer. Choisir alors de décliner deux ou trois possibilités pour toucher des décalés, rigoristes, égocentrés, activistes ou matérialistes.

Durée : 50 min

Matériel : Portfolio de magazines usagés

Cours plus particulièrement concernés : Français – Langue étrangère – Vie sociale/EDM – Sciences sociales – Communication – Morale/Religion



◆ **Participez au concours**

La mission du module 5

La classe participante est invitée à **concevoir une publicité** papier au format A4 ou A3, qui mette en évidence l'esprit général de la campagne du WWF.

L'angle d'attaque pourra puiser parmi les pistes suivantes (ou faire preuve de plus grande créativité encore) :

Les composants du GSM et leur statut futur de déchets
Le circuit socio-économique et environnemental de production
Les aspects sanitaires liés aux réseaux et à leur usage
Les textes légaux en la matière et leurs applications concrètes

Ainsi, on tiendra compte de ce qui est proposé dans le module en matière de :
genre publicitaire (réclame, informative, suggestive...) et d'ingrédients (promesse, bénéfice...)
choix d'un public cible,
choix d'une campagne sur le produit ou sur le service,
choix d'un slogan, d'un argument, d'une image, d'une base-line, etc.

Un court texte décrira l'intention de l'équipe conceptrice, le choix du public cible et du contexte d'insertion imaginé pour cette affiche : mural, revue, journal (type, public cible...). En effet, juger de la qualité du produit final dépend de la bonne identification de ces éléments de contextualisation.

Avant le 31 décembre 2007, transmettez au WWF un dossier de présentation de votre campagne.

Précisez le nombre de personnes touchées par votre action, les réactions et résultats obtenus dans **un compte-rendu descriptif** de la mission.

Concours Moob-X
WWF-Belgique
Service éducatif
Bd E. Jacqmain 90
1000 Bruxelles

ou

moobx@wwf.be



Module 6 : Moob-X quiz ou les règles du savoir-vivre en société

◆ Jouez

Objectif du jeu Internet :

Le but du jeu est de réfléchir sur ses pratiques GSM quotidiennes et de prendre conscience du cadre légal dans lequel tout utilisateur se trouve.

Comment jouer ?

Le jeu est un quiz. Certaines questions sont simples. D'autres réclament de consulter la base documentaire fournie, via les liens interactifs dans le texte (en savoir plus). Le concurrent qui se contente de répondre spontanément ne sera pas crédité du bonus réservé à ceux qui approfondissent, puisque le but est bien d'approcher un certain nombre de notions. Le jeu récompensera celui qui s'informe vraiment.

Vous souhaitez mettre vos élèves en situation d'éveil face à la problématique sociétale liée à l'utilisation du GSM ou vous êtes soucieux de pousser plus loin la réflexion initiée par le jeu en ligne ?

Voici des idées d'activités pédagogiques à mener en classe avec vos élèves. Le contenu informatif (l'info-doc) associé au jeu est directement consultable à l'adresse suivante : www.moobx.net/fr/activite5/info.html.

◆ Avec votre classe

Activité 1 :

Allo, c'est toi ? C'est moi !

Objectif :

Identifier des comportements peu respectueux liés à l'usage du gsm.

Méthodologie :

Dans le cadre d'un exercice d'expression, les élèves seront invités à rédiger un « **court monologue téléphonique** » tel qu'on peut les entendre dans les lieux publics, prononcés par des usagers peu soucieux du savoir-vivre et de leur entourage.

La lecture des « *12 meilleurs trucs pour être impoli* » sera une aide appréciable. Mais l'étudiant pourra y aller de l'évocation de sa pratique personnelle ou de celle de ses camarades... en auto-dérision.



La mise en forme sera celle d'un dialogue, les interventions du correspondant pouvant être supposées par le témoin de la scène. Ce dernier pourra être le narrateur, de sorte que le commentaire critique pourra aussi trouver place dans le texte.

Les meilleures propositions pourraient être publiées dans le journal d'école ou la presse locale, toujours friande de textes pour occuper des espaces non attribués au sein de ses colonnes.

Durée : 50 min d'écriture, 50 min de lecture en classe

Matériel : aucun

Cours plus particulièrement concernés : Français - Langue étrangère – Sciences sociales – Communication – Morale/Religion

Activité 2 : ***J'affiche mes convictions***

Objectif :

Sensibiliser son entourage aux problématiques liées à l'utilisation de GSM.

Méthodologie :

Partant des risques que l'usage des GSM provoque, réaliser un projet de « **tee-shirts** » (slogan et design) qui informent et interpellent.

On peut alors imaginer deux gammes de produits : ceux qui dénoncent les risques et comportements négatifs et ceux qui proposent le bon usage et mettent en œuvre les principes de précaution.

L'idéal d'une activité comme celle-ci est de la concrétiser jusqu'au bout. En l'occurrence, ici : produire les polos. Si le projet semble trop ambitieux ou coûteux, on peut le décliner dans une version plus simple, du genre : « **jeu de cartes postales** » ou « **d'affiches murales** ».

Durée : 50 min par groupe pour réaliser la maquette d'un tee-shirt, une affiche ou une carte postale, temps de production variable selon l'option choisie.

Matériel : variable selon l'option choisie : tee-shirts « vierges », matériel de bricolage/artistique

Cours plus particulièrement concernés : Français – Sciences sociales – Communication – Biologie - Arts plastiques



Activité 3 : **L'anti-slapping**

Objectif :

Face au phénomène regrettable de happy slapping qui monte en épingle – visuelle – la violence, mettre en place **une réponse citoyenne qui promeut les gestes courtois et sympas** (que nous appelons ici anti-slapping).

Méthodologie :

Inviter les élèves à capter ou mettre en scène (pourquoi pas avec humour) des images de “Bonnes Actions” à l’aide d’un caméscope, d’un GSM équipé de la fonction appareil-photo ou vidéo. La facilité avec laquelle on enregistre de courtes scènes vidéo/photo permet de réfléchir à propos de ces attitudes qui méritent d’être immortalisées pour leur caractère positif.

Cette activité qui peut être stimulée par une préparation en classe, de type scénarisation, pourra aussi se prolonger au-delà de la réalisation des clips/romans-photos et de leur mise en ligne, sur la réaction des gens qui auront été les bénéficiaires de la “Bonne Action” filmée. En effet, la chose aura le mérite, à tout le moins, de poser question. **Mais elle enclenchera aussi peut-être des réactions qui peuvent alimenter un débat** sur des thèmes comme : l’inattendu dans les rapports humains, les préjugés sur les jeunes, les attitudes correctes et les gestes maladroits, les us et coutumes liées aux cultures et aux milieux sociaux.

Bonne base pour un débat en sciences sociales ou au cours de morale/religion, par exemple.

Durée : 50 min de scénarisation, film : indéfini, visionnage et débat : 50 min

Matériel : caméscope , appareil photo ou gsm équipé de l'une de ces fonctions

Cours plus particulièrement concernés : Education aux médias – Sciences sociales – Morale/Religion

Activité 4 : **Blog ta tof**

Objectif :

Prendre conscience des contraintes liées au droit à l’image et au respect de la vie privée.



Méthodologie :

Nombreux sont les jeunes qui publient sur leur blog, des photos prises grâce à leur portable. Une réflexion citoyenne sur la législation en matière de droit à l'image et du respect de la vie privée devrait pouvoir aboutir à **mettre en place un code déontologique personnel** que chaque jeune de l'école pourrait être invité à signer, à l'invitation de la classe initiatrice.

Le résultat visuel pourrait être, par groupe ou de manière individuelle, **la création et l'apposition d'une bannière** affichant l'engagement à respecter le code éthique en la matière : "Je n'appose sur mon blog que des photos respectant la vie privée et la législation en matière de droit à l'image". La réalisation de cette bannière avec un logiciel de création graphique (de Paint à Photoshop) serait un exercice informatique plaisant pour les jeunes férus de technologies nouvelles.

Durée :

- ◆ mise au point du code de déontologie (50 min) personnelle
- ◆ conception graphique de la bannière (50 min selon le niveau de compétence initial).

Matériel : un ordinateur par élève/par groupe, logiciel Paint ou Photoshop

Cours plus particulièrement concernés : Informatique – Arts plastiques - Langue maternelle et étrangère – Sciences sociales – Communication – Morale/Religion



◆ **Participez au concours**

La mission du module 6 :

Qu'il s'agisse du site officiel de l'école ou des blogs personnels des élèves, les classes participantes sont invitées à **créer et apposer une bannière logo** de leur création qui attire l'attention de l'internaute de passage sur une des problématiques évoquées dans ce module :

- Rappeler le code de bonne conduite quand on téléphone en public
- Dire « non » à la vague d'happy-slapping que l'on connaît en ce moment
- Choisir d'appartenir à une « blogosphère éthique » quant au respect du droit à l'image, du droit d'auteur et/ou du respect de la vie privée

La classe participante adressera **avant le 31 décembre 2007** au WWF un exemplaire de la bannière créée au format gif (statique ou animé) ou jpg, dans un dossier qui mentionnera aussi une ou plusieurs adresse(s) Internet en activité où cette bannière est apposée.

Précisez le nombre de personnes touchées par votre action, les réactions et résultats obtenus dans **un compte-rendu descriptif** de la mission.

Concours Moob-X
WWF-Belgique
Service éducatif
Bd E. Jacqmain 90
1000 Bruxelles

ou

moobx@wwf.be

La meilleure bannière sera présentée sur le site www.moobx.net !

