



Identifier la publicité numérique

Atelier 1: Supports et contenus numériques



30 min de collecte – 10 min de préparation – 30 min d'atelier en classe

Collecte par l'enseignant :

Aller sur différents sites d'information, de contenus, sur des moteurs de recherche, sur des comparateurs, des sites marchands (voir les suggestions ci-dessous) et faire des captures d'écran pour alimenter l'atelier.

Préparation en classe :

Demander aux élèves de lister les supports qui accueillent des contenus numériques. Puis citer tous ensemble les types de contenus numériques qui s'y trouvent.

Animation de l'atelier :

Présenter aux élèves les différentes captures d'écran et leur demander s'ils y identifient des publicités.

Dresser un inventaire des formats rencontrés par type de contenu, en associant les formats aux types de contenu (un même format peut se rencontrer sur différents types de contenus).

Formats / Contenus	Bannière fixe ou animée	Publi-rédactionnel ou contenu sponsorisé	Bannière vidéo ou vidéo d'amorçage
Moteurs de recherche			
Messageries			
Sites de e-commerce			
Sites d'information			
Comparateurs			
Sites de jeux vidéos			
Réseaux sociaux			

Quelles sont les publicités numériques qui ont leur préférence, quelles sont celles qu'ils ne remarquent pas, celles qui les agacent ?

Sont-ils d'accord entre eux ?

Quelles sont les caractéristiques de la publicité qui a les plus grandes chances de retenir leur intérêt ?

Atelier 2 : Identifier la publicité numérique



40 min d'atelier en classe

Préparation de l'enseignant :

Utiliser les captures d'écran réalisées pour l'atelier 1.

Info + :

La loi et la déontologie obligent la communication publicitaire à pouvoir être identifiée immédiatement en tant que telle, où qu'elle apparaisse.

Pour consulter la recommandation de l'ARPP sur la communication publicitaire numérique (digitale), voir <https://www.arpp.org/nous-consulter/regles/regles-de-deontologie/communication-publicitaire-digitale/>

Et pour regarder l'infographie qui la synthétise, voir <https://www.arpp.org/publicite-digitale-responsable/>

Animation de l'atelier :

Comment identifie-t-on les publicités numériques ?

Répartir entre 3 groupes trois types de site ou plateforme : un site d'information, un site comparateur, une page de résultat de moteur de recherche.

Reprendre le tableau de l'atelier 1 pour décrire l'apparence de la publicité numérique sur chacun des formats qu'elle peut adopter (texte court, article, visuel, dessin, vidéo, animation, bouton d'inscription ou d'achat...)

Préciser les éléments qui aident à l'identifier.

Formats	Bannière fixe ou animée	Publi-rédactionnel ou contenu sponsorisé	Bannière vidéo ou vidéo d'amorçage
Contenus			
Description de l'apparence de la			
Identification			

Faire dessiner par chaque groupe avec des blocs la page d'accueil ou de résultats du site et y représenter les différents formats visibles de publicité, sur les emplacements qu'ils occupent sur le site.

Positionner sur les formats les éléments d'identification de la publicité numérique : mentions, titres, couleurs, codes ou sigles.