



Les changements qui dynamisent le secteur de la publicité et des médias

Atelier 1: Impact de la transformation numérique sur un secteur



10 min de préparation – 30 min d'enquêtes à la maison ou au CDI – 40 min d'atelier en classe atelier évolution d'un secteur – 50 min d'atelier la place du numérique dans notre quotidien

Préparation :

Demander aux élèves de faire une enquête à la maison, au sein de leur famille, parents, grands-parents, oncles et tantes...

Comment le.s adulte.s qu'ils interrogent organise.nt-il.s un voyage ? Quels sont les moyens, les interlocuteurs auxquels ils ont recours ? Comment ont-ils procédé pour faire les réservations nécessaires ?

- pour faire leurs choix de destination et se documenter sur celle-ci
- réserver les moyens de transport (avion, train, autocar, voiture, bateau, vélo...)
- réserver les hébergements_
- réserver les visites (musées, sites touristiques, circuits, activités, spectacles, etc)

Animation de l'atelier – évolution d'un secteur

Installer de grands panneaux dans la classe par thèmes :

- Choix destination
- Guide
- Transport
- Hébergement
- Visites et activités

Demander aux élèves de reporter le résultat de leur enquête sur les panneaux en utilisant des post-it, des feuillets, tous les formats sont les bienvenus : mots-clés, nuages de mots, schémas, captures d'écran imprimées, textes, dessins, pictos... Il s'agit de représenter les moyens utilisés pour préparer un voyage (non pas les étapes du voyage en tant que tel).

Qu'est-ce qui distingue le voyage construit avec un professionnel (agence de voyage) de celui construit dans son ensemble directement par le futur voyageur ? Qu'est-ce qui rend aisée aujourd'hui l'élaboration en direct d'un voyage ?

Identifier sur les panneaux la place des supports et contenus numériques qui permettent cette création autonome d'un voyage.

Où interviennent, sur les étapes de préparation d'un voyage, les sites ou applications de voyage, les comparateurs de prix, les places de marché pour location de voiture, d'hôtel, d'hébergement, de restauration, les sites de loisir et spectacle... ?

Comment peut-on accéder aux avis de voyageurs chevronnés, d'autres visiteurs ?

Quel rôle jouait une agence de voyage avant le développement des sites et des applications ? A qui s'adressait-elle ?

Quel rôle joue-t-elle aujourd'hui ? A qui s'adresse-t-elle ? Comment les services qu'elle propose ont-ils évolués ?

Quels sont les effets du numérique sur le secteur du voyage, pour les opérateurs ? pour les voyageurs ?

Animation de l'atelier – la place du numérique dans notre quotidien :

Et si vous deviez préparer un voyage scolaire, à Berlin ou à Barcelone ? Comment vous y prendriez-vous ?

Constituez 3 ou 4 sous-groupes dans la classe, qui vont chacun préparer le voyage scolaire envisagé, dans sa totalité : trajet, hébergement, restauration, visites, pour la durée retenue. En utilisant la salle informatique, demander à chaque groupe de faire ses choix et de faire des captures d'écran pour garder la trace des portails et sites utilisés pour leurs préparatifs.

Chaque groupe présente à la classe le résultat de ses recherches et ses propositions de programme.

Comparer les portails et sites utilisés.

Qu'est-ce qui a conduit chaque groupe à utiliser tel site ou tel portail ? Observer le rôle joué par les moteurs de recherche, les publicités en ligne, les avis et notations des utilisateurs.

Atelier 2 – Le big data, c’est quoi ?



50 min d'atelier en classe

Animation de l'atelier :

1^{er} exemple : trajet et trafic

Quels sont les moyens aujourd'hui à notre disposition pour optimiser un trajet en voiture ?
Quelles sont les informations que l'utilisateur a envie d'avoir pour son trajet ? Qu'est-ce qu'il est utile de disposer en temps réel ?

Comment sont générées les informations liées aux embouteillages, à la présence de travaux, d'accidents sur le parcours ?

Pour quelles raisons peut-il être utile de permettre aux usagers d'interagir avec une application d'optimisation de trajets ?

Info+ :

C'est le big data qui permet notamment d'agréger les données en temps réel, communiquées par les satellites, les postes de surveillance du réseau routier, mais également par les usagers qui communiquent leurs propres observations : panne, accident, barrage, détérioration, intempéries, etc. Ces observations sont mises à jour de manière spontanée et massive.

2^{ème} exemple : identifier un morceau de musique, une plante

Vous entendez un morceau de musique quelque part : à la radio, dans un magasin, dans une publicité ? Plus besoin de recherches ou d'enquêtes longues et laborieuses pour identifier le morceau, il suffit de saisir son smartphone, d'activer une application, quelques secondes d'écoute du morceau lui suffisent pour remonter le nom de l'interprète, le titre, l'album dont il est extrait. Avec un lien pour écouter ou acheter.

L'application utilise une gigantesque base de données, non pas conservée sous forme de morceaux de musique, mais de codes et marqueurs explorés et comparés par un algorithme. C'est le premier niveau d'utilisation de l'appli, gratuit.

Mais l'application enregistre les requêtes sur les morceaux. Elle peut donc livrer toutes sortes d'analyses sur ce qui intéresse les utilisateurs (qui restent anonymes).

A quoi et à qui peuvent servir ces données ?

Faites un schéma pour représenter tous les utilisateurs de l'application, qu'ils soient des individus, des professionnels, la plateforme de vente musicale... Où se situent les relations qui génèrent des transactions pour cette application ?

Suggestions :

Achat du morceau, tendances du marché vendues aux acteurs de l'industrie musicale, utilisation par la programmation musicale des radios.

Cette reconnaissance d'une donnée entrée sur son téléphone par l'utilisateur commence à s'étendre à d'autres usages. Quels sont ceux que vous connaissez ?

Décryptons une autre application fonctionnant sur ce principe, qui permet d'identifier une plante.

Cette fois-ci, c'est l'appareil photo du smartphone qui est utilisé pour que l'appli compare la photo avec sa base de données photos. Elle se « nourrit » de photos envoyées et identifiées par les utilisateurs. A chaque nouvelle utilisation, elle fait évaluer par l'utilisateur la qualité de la correspondance proposée et hop, cette nouvelle photo est enregistrée dans sa base pour permettre une reconnaissance encore plus fine.

Faites un schéma pour illustrer la manière dont la base de données se complète au fil des utilisations.

Quelles sont les utilisations payantes qui peuvent être reliées à cette application ?

Suggestions :

Achat en ligne de la plante, produits pour entretenir, soigner la plante, accessoires de jardinage, annuaire pour trouver un jardinier à proximité...

A quelles autres utilisations du big data peut-on penser pour le grand public, qui exploitent simultanément un très grand nombre de données d'origines diverses et affinent leur ciblage au fil des données collectées ?

Pour guider la réflexion, faire des recherches sur internet à l'aide de mots-clés combinant application, identification et images, insectes, produits...

Atelier 3 – Les innovations qui ont fait bouger la pub ces 25 dernières années



30 min d'atelier en classe

Le secteur de la publicité réalise une veille très active sur toutes les tendances pour déceler les nouvelles attentes ou sensibilités des publics. Il suit également de près les innovations technologiques pour s'y adapter, être proche de ses publics et les surprendre.

Animation de l'atelier :

Faire correspondre ces innovations technologiques avec les formats de publicité qui s'y sont adaptés. Certaines innovations ont favorisé l'apparition de plusieurs formats.

Atelier 4 – C'est quoi, un modèle économique ?



40 min d'atelier en classe

Info + :

Le terme modèle économique apparaît avec l'émergence des start-ups mais s'applique aussi aux entreprises plus traditionnelles. Il désigne la manière dont un projet, une activité, une entreprise génère des revenus pour couvrir ses dépenses et éventuellement dégager des profits. En résumé, comment elle prévoit d'accéder à la rentabilité.

Pour les entreprises traditionnelles, il s'agit de vendre un produit ou un service, louer un bien mobilier ou immobilier ou prélever une commission sur une transaction.

Les start-ups développent des modèles économiques plus évolutifs, selon les paliers de transactions ou d'interactions atteints et peuvent jouer sur des volumes très importants, grâce à l'internet.

Derrière chaque projet, activité, il y a un modèle économique. Tout projet ou activité s'accompagne de dépenses à couvrir par le projet ou l'activité, ou par une autre entité. Les associations à but non lucratif doivent elles-aussi équilibrer leur budget. Sauf à obtenir des dons, des subventions suffisant à couvrir l'ensemble des dépenses, elles doivent générer des revenus complémentaires pour équilibrer leur budget.

Animation de l'atelier :

Avec toute la classe, lister les catégories de dépenses que doit assumer un couple avec deux enfants, toutes les semaines, tous les mois, quelques fois par an.

Une entreprise a les mêmes catégories de dépenses : ce sont ses dépenses de fonctionnement.

A ces dépenses s'ajoutent celles qui sont directement liées à son activité (dépenses d'exploitation), qui lui permettent de fabriquer sa source de revenus.

Prendre l'exemple d'un magazine, qu'il soit papier ou en ligne.

Quelles sont les dépenses engendrées par la fabrication des contenus du magazine ?

Quelles sont celles que n'a pas le magazine en ligne ?

Intitulés
Dépenses d'exploitation
-
-
-
-
Dépenses de fonctionnement
-
-
-

Si ce magazine est gratuit pour les lecteurs, comment peut-il couvrir ses dépenses, qu'il soit papier ou en ligne ?

C'est le rôle de la publicité. Elle prend une part active dans bien des modèles économiques : elle est un revenu complémentaire important, et dans certains cas elle constitue le seul revenu.

C'est le cas notamment des médias presse écrite papier ou en ligne, radio, télévision et de bien des sites d'information ou de contenu.

Construisez le budget d'une journée porte ouverte de sensibilisation aux conduites à risque avec des intervenants, dont certains viennent de loin et qu'il faudra défrayer (indemnité et prise en charge des frais de transport et restauration).

Comment pouvez-vous équilibrer votre budget ?

Intitulés	Revenus €	Dépenses en €
Communication		
Indemnités		
Transport		
Restauration		
Collation		
Décoration		
Signalétique		

Atelier 5 – Présenter des données : la visualisation



20 min de préparation – 50 min d'atelier en classe

Info + :

Les données sont rapidement volumineuses. Il est important de pouvoir les organiser visuellement pour les rendre digestes et lisibles pour les utilisateurs.

C'est le rôle de la visualisation des données, la « dataviz », qui consiste à concevoir la représentation graphique d'informations et de données. L'infographie ajoute une narration visuelle sur les schémas de la dataviz à l'aide d'illustrations simples.

Préparation :

Choisir avec les élèves un sujet d'études à représenter.

Taper dans la barre de recherche du navigateur internet « les jeunes et... » : de nombreuses associations de sujets d'études sur les jeunes apparaissent.

La suite de l'atelier est déclinée sur l'exemple d'études sur les jeunes et l'utilisation des écrans.

Animation de l'atelier :

Relever dans les résultats de l'étude les éléments à mettre en valeur et identifier les illustrations à préparer :

- Les pictos ou dessins simples pour illustrer les sujets ou thématiques couverts par l'étude : les jeunes, les écrans, les lieux d'utilisation des écrans, les contenus derrière les écrans par exemple.
- Puis les données à représenter et les schémas ou graphiques les plus appropriés : courbe, camembert, histogramme, radar, points, carte.

Répartir les différents schéma et illustrations entre de petits groupes d'élèves : 2-3 élèves pour dans chaque groupe analyser les données, choisir le style de la représentation graphique et l'exécuter sur une feuille A4 utilisée en orientation paysage.

Installer sur le mur un grand panneau de papier kraft disposé verticalement.

Chaque groupe colle son feuillet sur le panneau, pour donner une lecture verticale, de haut en bas des résultats de l'étude.

Pour vous inspirer :

<https://www.blogduwebdesign.com/29-inspirations-ressources-realiser-infographies-originales/>