

ACTIVITÉ (DÉCONNECTÉE) - LE TRACKING PUBLICITAIRE

COMMUNICATION ET COLLABORATION > 2.6 GÉRER L'IDENTITÉ NUMÉRIQUE

CONVIENT POUR	AGE	NIVEAU DE COMPÉTENCE	FORMAT	DROITS D'AUTEUR	LANGUE(S)
Chercheurs d'emploi, Jeunes en décrochage scolaire, Tous publics	Adolescents, Adultes, Seniors	Niveau 2	Fiche d'activité	Creative Commons (BY-SA)	Français

Un jeu de rôle pour comprendre comment fonctionne la publicité ciblée.

Objectif général Connaissances

Temps de préparation pour l'animateur moins d'une 1 heure

Domaine de compétence 4 - Protection de l'identité et des données personnelles

Temps requis pour compléter l'activité (pour l'apprenant) 0 - 1 heure

Nom de l'auteur Nothing 2hide

Matériel supplémentaire Feuilles - Stylos

Ressource originellement créée Français

DÉROULÉ

1 Introduction

Cette activité est un jeu de rôle qui va permettre aux participant.es de comprendre comment sont utilisées les données personnelles, notamment pour proposer de la publicité aux internautes.

Conseil médiation :

Cette activité a été pensée pour être assez courte afin de faire en sorte que chaque participant.e puisse endosser les trois rôles proposés.

Ne pas hésiter à coupler cette activité avec une autre, par exemple « [introduction au tracking publicitaire](#) » ou toute autre activité liée à la protection des données personnelles.

Pour vous sentir à l'aise avec ce sujet, nous vous recommandons de vous référer à la fiche outil « [Les données personnelles](#) ».

2 Déroulement

Pour commencer, répartir les participant.es en 3 groupes (idéalement de 5 personnes) :

- Le groupe des Internautes : il s'agit de ceux et celles qui navigueront sur le Web
- Le groupe des trackers : il s'agit de ceux et celles qui vont récolter les données (les Gafam)
- Le groupe des publicitaires : il s'agit de ceux et celles qui vont imaginer les publicités les plus adéquates en fonction des internautes

Étape 1

Le groupe de trackers reçoit 1 par 1 les membres du groupe des Internautes, leur posent les questions ci-dessous et notent les réponses sur une feuille :

- Age:
- Adresse mail:
- Habitudes de connexion : nombre d'heures par jour, sur smartphone, ordinateur, à quelle heure de la journée

- Type d'appareil utilisé: Android, Ipad, Ordinateur, Iphone:
- Marques de vêtements préférés :
- Jeux préférés : RPG, MMO, FPS, e-sport, autres ...
- Films préférés par genre: SF, drame, sentimental, policier, humour
- Photo de pays/paysage préféré : Moyen-orient, une plage, NY, la campagne, photo de snowboard, parachute
- Type de vidéo Youtube recherché : politique, fun, trailers, informatique

Il s'agit de toutes les informations qui sont récoltées lorsque nous naviguons sur Internet.

Étape 2

Une fois les fiches remplies, le groupe de publicitaires les récupère et les analyse. Ils vont alors réaliser des publicités sur des feuilles A4 ciblant chaque internaute en essayant de coller aux profils dessinés par les questions. Exemple : si l'un.e des internautes a déclaré posséder un Iphone et Ipad, cela signifie qu'elle a probablement un pouvoir d'achat important. Il faudra donc lui proposer des produits de marques orientés luxe. S'ielle a déclaré visionner des vidéos de bidouille informatique, il faudra lui proposer une publicité d'un produit high tech. Ou si un.e internaute déclare s'intéresser aux vidéos de sport sur Youtube, il serait malin de réaliser une publicité sur des articles de sport. Ne pas hésiter à aider le groupe de publicitaires pendant cette phase.

Ne pas perdre trop de temps sur la réalisation et ne pas leur demander de réaliser des œuvres d'art, un slogan et un schéma suffisent largement.

Conseil médiation :

Il est possible que la création de ces publicités prenne du temps dans ce cas voici ce que nous pouvons vous conseiller.

Pendant que le groupe des publicitaires s'attelle à leur tâche, vous pouvez proposer au groupe des Internaute de tester l'outil LightBeam (voir la fiche d'activité « introduction au tracking publicitaire », et au groupe des trackers de se rendre sur le site <https://www.mesdatasetmoi-donneespero.fr/>

Ainsi, au tour suivant, lorsque les groupes auront changé, chaque participant.e aura manipulé ces deux outils à tour de rôle.

Étape 3

Une fois les publicités terminées, les publicitaires les présentent à chaque internaute en fonction de son profil. Par exemple, la publicité sur les produits high tech ne sera montrée qu'à l'internaute qui a déclaré s'intéresser aux vidéos de bidouilles sur Internet. L'internaute ciblé devra alors noter la publicité et dire

sur une échelle de 1 à 5 s'il est intéressé par le produit. Celui ou celle qui aura réalisé la pub la mieux notée remporte le tour.

3 **Pour aller plus loin**

Bien entendu, il ne faut pas hésiter à expliquer concrètement comment fonctionne la publicité sur Internet, comment sont récupérées les données, comment les protéger...

Il est même possible de conclure cette activité avec un débat mouvant, pour connaître l'opinion des participant.es en ce qui concerne les données personnelles, et le tracking publicitaire.

Pour en savoir plus se référer à la fiche outil « [Les données personnelles](#) »