



Dans le cadre du programme *À pied, à vélo, ville active*, Vélo Québec propose aux écoles des outils pour favoriser les déplacements actifs de leurs élèves. Parmi ceux-ci, il y a l'activité **LE TRANSPORT ACTIF VERSUS L'AUTOMOBILE, OU DAVID CONTRE GOLIATH** qui permet aux jeunes de se questionner sur la place de l'automobile dans notre société et sur la valorisation des modes de transport actif.

## Le transport actif versus l'automobile, ou David contre Goliath

---

### Description de l'activité

Situation d'apprentissage pour le deuxième cycle du secondaire, dans le cadre du cours d'éthique et culture religieuse ou de français, langue d'enseignement

Liens avec le programme de formation de l'école québécoise :

#### 1) Compétences transversales

- Compétences d'ordre intellectuel : exercer son jugement critique; mettre en œuvre sa pensée créatrice;
- Compétences d'ordre méthodologique : se donner des méthodes de travail efficaces;
- Compétences d'ordre personnel et social : structurer son identité; coopérer;
- Compétence d'ordre communicationnel : communiquer de façon appropriée.

#### 2) Domaines généraux de formation

- Santé et bien-être : amener l'élève à se responsabiliser grâce à l'adoption de saines habitudes de vie sur le plan de la santé et de la sécurité;
- Environnement et consommation : amener l'élève à entretenir un rapport dynamique avec son milieu, tout en gardant une distance critique à l'égard de la consommation et de l'exploitation de l'environnement;
- Médias : amener l'élève à faire preuve d'un sens critique, éthique et esthétique à l'égard des médias et à produire des documents médiatiques respectant les droits individuels et collectifs.

### Clientèle visée

Les élèves du deuxième cycle du secondaire.

### Durée de l'activité

Quatre (4) périodes d'enseignement d'une durée de 75 minutes.

### Objectifs

- Se questionner sur la place et l'influence de la publicité automobile dans notre société.
- S'intéresser au transport actif, au transport durable et au cocktail transport.
- Créer une campagne de sensibilisation au transport actif.

### Matériel et ressources requises

Cahier de l'élève : LE TRANSPORT ACTIF VS L'AUTOMOBILE OU DAVID CONTRE GOLIATH

## Déroulement

### PÉRIODE 1

**OBJECTIF:** Se questionner sur la place et l'influence de la publicité automobile dans notre société : Est-ce que la publicité automobile nous lave le cerveau ?

**TABEAU RÉCAPITULATIF**

	Rôle de l'enseignant(e)	Rôle des élèves	Temps alloué
<b>Préparation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Présenter le but du cours, soit se questionner sur la place et l'influence de la publicité automobile dans notre société.</li><li>- Définir ce qu'est la publicité et faire la distinction avec les médias.</li><li>- Sondage à faire avec le groupe : cinq questions sont écrites au tableau et dans le <i>Cahier de l'élève</i>.</li><li>- Laisser le temps aux élèves de répondre aux questions dans le <i>Cahier de l'élève</i> et compiler les résultats au tableau. Analyser ensemble le tout.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Participer à la discussion en groupe.</li><li>- Répondre individuellement aux cinq questions.   <i>Cahier de l'élève, p. 2</i></li><li>- Une fois les questions répondues, les élèves participent au sondage pour compiler les résultats.</li><li>- Analyser ensemble le tout.</li></ul>	15 min.
<b>Réalisation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Expliquer aux élèves comment se préparer pour leur débat. Ils doivent trouver d'avance les arguments pour défendre leur point de vue, anticiper ceux de l'autre équipe et leur trouver des contre-arguments. Voir tableau dans document /de l'élève.</li><li>- Séparer le groupe en six équipes pour qu'il y ait deux équipes qui débattent sur chacune des trois questions.</li><li>- Distribuer les cartons de question à débattre pour se préparer aux débats.</li><li>- Voir au bon fonctionnement des débats.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Les élèves placent les bureaux tel que demandé par l'enseignant pour faciliter le débat et s'installent en équipes (5 min).</li><li>- Les équipes prennent connaissance de leur question et du point de vue qu'ils devront défendre. Ils trouvent leurs arguments et les contre-arguments à utiliser pour le débat et les écrivent dans leur document (15 min).   <i>Cahier de l'élève, p. 3</i></li><li>- Chaque débat dure 7 min et les équipes parlent à tour de rôle. Elles doivent défendre chacune leur point de vue pendant 2 min et débattre ensuite pendant 3 min. (25 min)</li></ul>	45 min.
<b>Intégration</b>	Question à débattre tous ensemble : Est-ce que la publicité automobile nous lave le cerveau?	Question à débattre tous ensemble : Est-ce que la publicité automobile nous lave le cerveau?   <i>Cahier de l'élève, p. 4</i>	15 min.

## RÉFÉRENCES ET OUTILS

### Préparation

Une fois le but du cours présenté, se questionner sur la place et l'influence de la publicité automobile dans notre société, définir ensemble ce qu'est la publicité et faire la distinction avec les médias.

La publicité est une forme de [communication](#) dont le but est de fixer l'attention des personnes pour les inciter à adopter un [comportement](#) souhaité, comme l'achat d'un produit ou l'utilisation d'un service.

La publicité est l'ensemble des moyens utilisés pour faire connaître au public un produit, une entreprise.

La publicité est **partout**. La quantité de publicité à laquelle nous sommes soumis chaque jour a explosé au cours des dernières années. Des études démontrent que nous voyons en moyenne 3 000 publicités par jour. La publicité est omniprésente que ce soit à la station-service, au cinéma, dans les toilettes ou au cours d'événements sportifs.

L'enseignant devrait insister sur le fait que la publicité ne donne jamais toutes les informations nécessaires pour vraiment connaître un produit. Ex. : Comment le produit est fabriqué ? Où le produit est fabriqué ? Le produit est-il polluant, dangereux ?

Un média est un moyen de diffusion d'informations utilisé pour communiquer. Les médias permettent de diffuser une information vers un grand nombre d'individus.

Les principaux médias sont aujourd'hui :

- la [presse écrite](#) (journaux, magazines, etc.)
- la radio
- la télévision
- [Internet](#)

### Réalisation

Pour les débats, l'enseignant distribue des cartons aux six équipes, avec les questions et les points de vue à défendre. Six possibilités :

Est-ce que l'automobile prend trop de place dans notre société ?

→ Oui

Est-ce que l'automobile prend trop de place dans notre société ?

→ Non

Est-ce que la publicité automobile prend trop de place dans notre société ?

→ Oui

Est-ce que la publicité automobile prend trop de place dans notre société ?

→ Non

Y a-t-il un lien entre notre style de vie actuelle (orienté vers l'automobile) et la publicité automobile ?

→ Oui

Y a-t-il un lien entre notre style de vie actuelle (orienté vers l'automobile) et la publicité automobile ?

→ Non

## PÉRIODE 2

**OBJECTIF:** S'intéresser au transport actif, au transport durable et au cocktail transport. Comment expliquer que l'automobile soit tant valorisée dans notre société, alors que nous savons qu'elle cause tant de dommages ?

TABLEAU RÉCAPITULATIF

	Rôle de l'enseignant	Rôle des élèves	Temps alloué
<b>Préparation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Retour sur les grandes lignes du dernier cours, sur la symbolique de l'automobile véhiculée par la publicité et sur la survalorisation qu'on en fait dans la société.</li> <li>- Questionner les élèves : est-ce qu'on peut survivre sans avoir une automobile dans notre société? Si oui, comment? Sinon, pourquoi?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se rappeler ce qui a été dit et fait au dernier cours.</li> <li>- Répondre à la question.</li> </ul>	15 min
<b>Réalisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quelles sont les solutions de rechange à l'automobile?</li> <li>- Définir les concepts de transport actif, de transport durable et de cocktail transport avec les élèves.</li> <li>- Est-ce qu'il existe des gens de votre entourage qui pourraient favoriser davantage le transport actif, le transport durable et le cocktail transport? (sûrement tout le monde)</li> </ul> <p>De quelles façons? Lire la suite du <i>Cahier de l'élève</i> (p. 6) ensemble.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formation d'équipes de quatre élèves</li> <li>- Expliquer le travail : remplir le tableau. Aider les élèves en leur proposant de s'inspirer du marketing utilisé dans la publicité.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Distinguer dans le transport actif, le transport durable et le cocktail transport, et voir les liens entre eux. (10 min)   <i>Cahier de l'élève</i>, p. 5</li> <li>- Suivre dans le <i>Cahier de l'élève</i> et participer aux échanges.   <i>Cahier de l'élève</i>, p. 6</li> <li>- Se placer en équipe et travailler sur le tableau.   <i>Cahier de l'élève</i>, p. 6</li> </ul>	45min
<b>Intégration</b>	<p>Paradoxe : Comment expliquer que l'automobile soit si valorisée dans notre société, alors que nous savons qu'elle cause tant de dommages ? Peut-on renverser la vapeur ?</p>	Échanges philosophiques en grand groupe, en lien avec ce qui vient d'être fait.	15 min

## RÉFÉRENCES

### Réalisation

Définir les concepts de transport actif, de transport durable et de cocktail transport. Parler des avantages et des inconvénients de ce qui suit.

<p><b>Transport actif :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Englobe des modes de transport simples et personnels qui impliquent un effort physique comme la marche, le vélo, la trottinette, le patin à roues alignées et la planche à roulettes.</li><li>• Offre de nombreux avantages pour la santé physique et psychologique, l'environnement, la vie sociale et l'économie.</li></ul>
<p><b>Transport durable :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Consiste en un usage rationnel des modes de transport individuels (automobile, vélo, patin, marche) et des modes de transport collectifs (train, autobus, métro, taxi) permettant de se déplacer le plus rapidement et le plus efficacement possible, tout en réduisant au minimum les effets sur l'environnement. Le transport durable favorise donc les modes de transport actifs plutôt que passifs.</li><li>• Permet de répondre aux besoins en transport des personnes en toute sécurité et de façon à respecter la santé des humains et des milieux naturels.</li><li>• Restreint les rejets de polluants et les déchets afin de respecter la capacité de la planète à absorber ceux-ci, réduit au minimum la consommation de ressources non renouvelables.</li></ul>
<p><b>Cocktail transport :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Est le fait d'opter pour une gestion intelligente de ses déplacements en combinant l'utilisation de moyens de transport individuels et collectifs (vélo, marche, transport en commun, taxi, covoiturage, location d'automobiles, et automobile personnelle).</li><li>• Permet de se déplacer efficacement et rapidement, tout en économisant et en réduisant au minimum les impacts négatifs.</li><li>• Le cocktail transport ne vise donc pas à inciter les personnes à vivre nécessairement sans automobile.</li></ul>

## PÉRIODES 3 ET 4

OBJECTIF : Création d'une campagne de sensibilisation au transport actif : Peut-on faire la promotion du transport actif sans être « dans le champ » ?

### PÉRIODE 3 | TABLEAU RÉCAPITULATIF

	Rôle de l'enseignant	Rôle des élèves	Temps alloué
<b>Préparation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revenir sur l'importance de lutter contre le culte de l'automobile présent dans notre société, sur l'importance de garder un esprit critique malgré les bombardements publicitaires transmis par les médias.</li> <li>- Peut-on faire la promotion du transport actif sans être « dans le champ »? (Est-ce pertinent de faire la promotion du transport actif ?)</li> </ul>	Échanger sur la question.	15 min
<b>Réalisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Expliquer le projet, soit créer une campagne de sensibilisation au transport actif, dans le but de s'attaquer à Goliath. Expliquer ce qu'est une campagne de sensibilisation.</li> <li>- Lire les consignes dans le <i>Cahier de l'élève</i> (p. 7-8)</li> <li>- Mêmes équipes de quatre à regrouper.</li> <li>- Superviser le travail, fournir du matériel si nécessaire (ex. : carton pour affiches).</li> </ul>	Se regrouper et travailler.	59 min
<b>(Devoir)</b>	L'enseignant explique qu'une autre période sera prévue pour continuer et compléter le projet.	Les équipes qui ont pris beaucoup de retard devraient poursuivre leur projet sous forme de devoir.	1 min

### PÉRIODE 4 | TABLEAU RÉCAPITULATIF

	Rôle de l'enseignant	Rôle des élèves	Temps alloué
<b>Préparation</b>	Revenir sur l'importance de lutter contre le culte de l'automobile présent dans notre société, sur l'importance de garder un esprit critique malgré les bombardements publicitaires transmis par les médias.	Se sensibiliser.	2 min
<b>Réalisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Expliquer de nouveau le projet, soit créer une campagne de sensibilisation au transport actif, dans le but de s'attaquer à Goliath. Revenir sur ce qu'est une campagne de sensibilisation.</li> <li>- Faire un survol des consignes dans le <i>Cahier de l'élève</i> (p. 7-8).</li> <li>- Mêmes équipes de quatre à regrouper.</li> <li>- Suite du cours précédent.</li> <li>- Superviser le travail, fournir du matériel si nécessaire (ex. : carton pour affiches).</li> </ul>	Se regrouper et travailler.	55 min
<b>Intégration</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Discuter une façon de propager les campagnes de sensibilisation à plus grande échelle dans l'école.</li> <li>- Inviter les élèves à approcher ou à participer au comité Ça bouge, ça marche de l'école ou à contacter leur représentant de Vélo Québec pour mettre en œuvre leurs idées pour la diffusion de leurs campagnes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Déterminer ensemble les prochaines actions à accomplir.</li> <li>- Choisir les délégués de classe qui accompliront ces actions.</li> </ul>	18 min