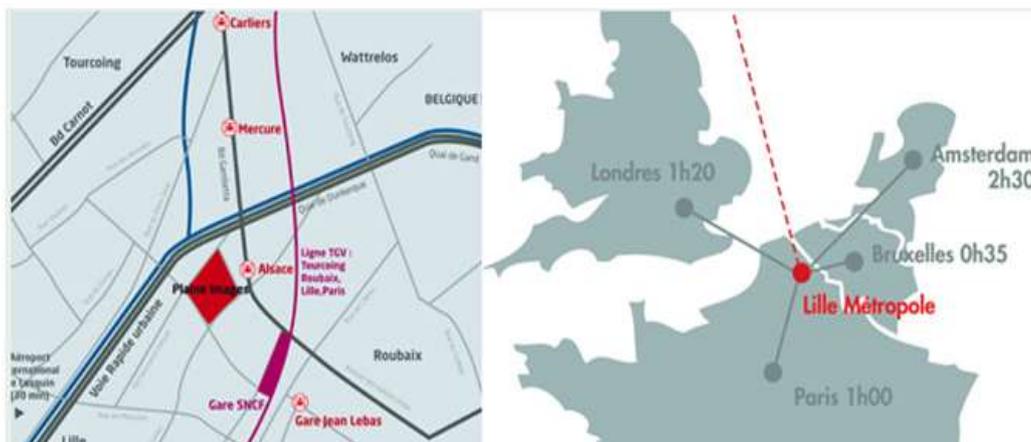


4/ Adaptations et test en 3ème de collège:

Le choix du professeur de collège a été de suivre scrupuleusement la démarche testée en lycée professionnel mais en ajoutant quelques documents intermédiaires, en amendant les questions afin de tenir compte des différences «incompressibles» entre, à la fois les programmes, et les élèves de lycée de professionnel et de collège. Par ailleurs, l'évaluation par compétences en 3^{ème} conduit à adapter le scénario aux capacités exigées des IO, pour des élèves se préparant au DNB. Les sites utilisés dans le déroulement du cours (principalement issus de la communication d'entreprise) sont strictement les mêmes que ceux étudiés dans la proposition initiale.

Adaptation aux programmes, aux capacités à enseigner

-Travailler les capacités «localiser» et «situer» en utilisant les informations données (cartes) par le portail «Plaines images». Utiles dans la mesure où c'est un «marqueur» de la volonté de promotion de l'espace productif identifié: insister sur l'accessibilité, la centralité, la proximité d'une métropole...



Cartes extraites du site de «plaine images».

Initiation à la lecture de documents de «marketing territoires»

=> percevoir une logique volontariste.

=> évoquer «l'économie d'agglomération».

=> réinvestir la notion de métropolisation vue dans le chapitre 1 «Un territoire sous influence urbaine»

-Dans la perspective du nouveau programme de 3ème, cette activité pourrait être prévue comme introductive à l'étude des « espaces productifs » en France.

Adaptation liée au profil-élève

-Pour les élèves de collèges qui ont testé la proposition, Tourcoing et le quartier de l'union ne sont pas des lieux connus. Ils ne sont pas des territoires de proximité... Un cadrage géographique est nécessaire par le biais de carte de localisation et de situation à deux échelles.

-Le plus jeune âge des élèves a conduit le professeur à encadrer l'autonomie face au site (tentation du «butinage»), à baliser la consultation des sites.

-Dans la proposition initiale de LP, l'élève répond à des questions et place l'ensemble des réponses dans un schéma organisé (préalablement construit par le professeur) pour montrer la synergie qui a permis l'émergence de «plaine-images». En collège, ce travail a été réalisé directement au tableau par contrainte de temps, et devant la difficulté supposée de réutiliser les informations relevées. Il s'agira, par ailleurs, de la trace écrite principale de l'étude de cas, mise en perspective géographiquement (facteurs de localisation de l'entreprise étudiée ...) et historiquement (héritages / mutations/reconversion).

-Au final, la période d'autonomie face à l'outil est plus limitée en collège qu'en LP ; naturellement, les écrits de travail sont moins ambitieux que dans la proposition Tale Bac Pro.

Tests et quelques « conclusions » du professeur «testeur » :

-Ce qui fonctionne :

-L'intérêt suscité par le choix de l'entreprise Ankama est réel. De nombreux élèves de la classe de 3^{ème} connaissaient «DOFUS» ou les jeux mis en ligne par l'entreprise. Rares sont ceux qui connaissaient par contre l'origine régionale de Ankama. Le professeur trouve là l'occasion de donner une image de modernité et de force d'innovation de la région des élèves...

-La consultation libre de site plaît. Même si certains ont la tentation de passer plus de temps que nécessaire sur les pages « jeux vidéos » .

-Ce qui fonctionne moins bien :

-L'activité est dense. Le relevé d'informations dans les sites internet n'est pas chose aisée pour tous les élèves. Tous n'ont pas terminé le travail assigné ...

-... mais la correction a pu s'appuyer sur un panel large d'élèves, et la mutualisation des réponses a permis une correction relativement rapide et non chronophage.

-Avantages et limites des outils:

-Les sites de communication d'entreprises utilisés présentent l'avantage d'être bien conçus, ludiques avec une infographie et une mise en page qui évitent les «trop longs» discours.

- Un problème important: la volatilité des pages et, donc des informations... entre le test LP et celui de collège, des pages avaient changé d'adresses, certaines informations ont disparu (nombre d'employés d'Ankama par exemple). Ankama est une entreprise innovante: elle se doit de régulièrement modifier voire renouveler son site ...

-L'utilisation du site Ankama permet aussi d'entrer dans une «forme d'éducation» à l'utilisation de l'internet: ces jeux ont un modèle économique particulier, qui finit par dévoiler une «intention» mercantile... qui avance masquée

Plus-value du numérique

-Donner un accès au «monde réel» et en temps «réel» - concrétiser la géographie en donnant accès à la communication de ses acteurs –privés et publics- par le biais de tels portails.

-Il serait possible d'imaginer de partir du schéma vide sur un logiciel heuristique interactif pour produire une représentation graphique des synergies.