

# Je déjoue la pub, je me transporte autrement

Trousse pédagogique destinée principalement aux élèves du 3<sup>e</sup> cycle du primaire. Les activités peuvent aussi être adaptées pour les élèves du 1<sup>e</sup> cycle du secondaire

CAHIER DE L'INTERVENANT



ISBN 2-9808793-0-4

Dépôt légal - Bibliothèque nationale du Québec, 2005  
Dépôt légal - Bibliothèque et Archives Canada, 2005

# TABLE DES MATIÈRES

## 1. ACTIVITÉS

<b>Thème 1</b> : Les coûts monétaires et non monétaires des différents modes de transport .....	7
Activité 1 : Ma semaine de rêve .....	9
Activité 2 : En ville, faut que ça grouille ! .....	10
<b>Thème 2</b> : La symbolique de l'automobile véhiculée à travers les médias .....	12
Activité 3 : Dis-moi ce que tu conduis et je te dirai qui tu es .....	13
Activité 4 : Aïe la pub, tu trouves pas que t'exagères ! .....	15
Activité 5 : Silence, on tourne ! .....	16

## 2. ANNEXES

Annexe 1 .....	20
Annexe 2 .....	21
Annexe 2 corrigé .....	25
Annexe 3 .....	28
Annexe 3 corrigé .....	29
Annexe 4 .....	31
Annexe 5 .....	32
Annexe 6 .....	33
Annexe 7 .....	34
Annexe 8 .....	38
Annexe 9 .....	39
Annexe 10 .....	41
Annexe 11 .....	42

## 3. TEXTES

Les médias et les transports .....	46
L'ABC des transports .....	50
Lexique .....	56
Remerciements .....	57



## Je déjoue la pub, je me transporte autrement

Cette trousse pédagogique, destinée aux enseignantes, enseignants et aux élèves du troisième cycle du primaire, porte sur le transport durable et les médias. Le choix de ces thèmes repose sur la place prédominante occupée par l'automobile dans nos modes de vie ainsi que l'omniprésence de sa publicité dans les médias. L'objectif principal du projet est d'augmenter la visibilité des questions relatives au transport durable dans la planification pédagogique des enseignantes et des enseignants.

### CONTEXTE

La population perçoit trop généralement les transports publics comme un service s'adressant aux jeunes, aux étudiants et aux plus démunis de la société. Dans cette vision, avoir une automobile représente pour les jeunes une façon de rejoindre le monde des adultes. Toute initiative de transport durable est confrontée à cette idéologie dominante qui se reflète d'abord et avant tout dans l'univers médiatique.

Malheureusement, nous percevons difficilement le caractère toujours problématique de ce que les médias décident de nous représenter, et le sujet du transport durable n'y fait pas exception. Nous ne réalisons pas aisément la différence qu'apporte une information indépendante. Nous connaissons mal l'importance d'identifier la source d'une information, faute d'avoir eu l'occasion d'apprendre comment interroger le processus complexe qui l'achemine jusqu'à nous. Nous oublions que les médias ne traitent pas nécessairement de tous les sujets. Ils établissent des priorités et sélectionnent les informations en vertu de critères où se mêlent leur mission commerciale et leur rôle d'informateur. Comment savoir ce qui est sous-entendu? Comment savoir s'ils traitent avec rigueur et éthique les sujets qu'ils nous offrent à consommer? Comment savoir si les informations qu'ils nous communiquent sont justes, importantes, utiles, complètes et suffisantes?



## OBJECTIFS

L'intention éducative de cette trousse pédagogique vise les objectifs suivants :

- Développer chez les élèves un sens critique et éthique à l'égard des représentations que donnent les médias du transport et les amener à percevoir l'influence qu'ils exercent sur eux et sur la société en matière de choix de transport;
- Amener les élèves à entretenir un rapport dynamique avec le transport durable, en développant une distance critique par rapport aux modes de transport;
- Créer des situations qui soient près de la réalité des élèves de façon à les placer véritablement en interrelation avec leur milieu.

« Il faut bien traiter la Terre. Nos parents ne nous l'ont pas donnée, elle nous a été confiée par nos enfants. »

Proverbe du Kenya

## COMMENT UTILISER CETTE TROUSSE PÉDAGOGIQUE ?

Cette trousse a été bâtie selon les orientations générales du Programme de formation de l'école québécoise présenté dans le document intitulé *Le virage du succès : Ensemble*, publié en 2000. Pour chaque activité, les domaines d'apprentissage, les domaines généraux de formations et les compétences transversales visés sont identifiés.

L'utilisation de cette trousse peut se faire en totalité ou en partie. Chaque activité peut se faire individuellement, il n'y a pas d'ordre précis à respecter. Pour faciliter son utilisation, nous avons divisé le document en trois sections.

A. Explication des activités divisées sous deux thèmes :

1. Les coûts monétaires et non monétaires des différents modes de transport (deux activités). Les sections *mise en situation*, *commentaires* et *réinvestissement* sont les mêmes pour les deux activités.
2. La symbolique de l'automobile véhiculée à travers les médias (trois activités). Les sections *mise en situation*, *commentaires* et *réinvestissement* sont les mêmes pour les trois activités.

B. Onze annexes accompagnent les activités pédagogiques dont certaines devront être imprimées pour les élèves de la classe.

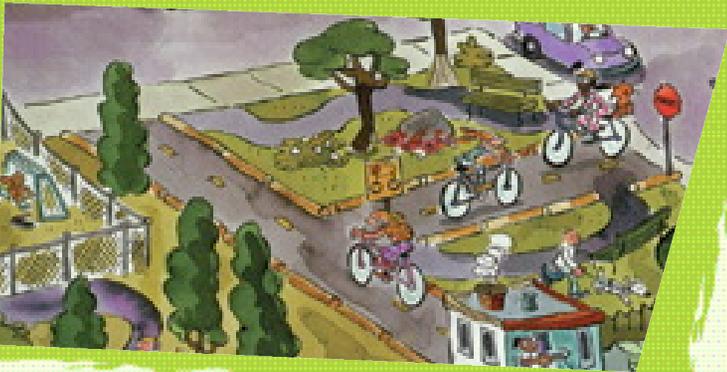
C. Deux textes ont été élaborés, un pour chaque thème, afin de renseigner les enseignantes et les enseignants sur les sujets abordés.

De plus, nous avons ajouté, à la toute fin du document, un lexique qui sera utile à la fois pour les élèves et les enseignantes et enseignants qui ont de la difficulté avec certains mots plus techniques.

Pour compléter cette trousse, nous avons créé un petit jeu de recherche à partir d'une affiche réalisée par la Direction de santé publique de Montréal. Vous pouvez avoir accès à ce document via Internet à l'adresse suivante : [www.fqe.qc.ca](http://www.fqe.qc.ca), sous la rubrique *scénarios pédagogiques*. L'affiche est aussi disponible dans la pochette arrière du présent document en version papier. Nous vous conseillons d'apposer l'affiche sur un des murs de la classe et de laisser la liste des éléments à trouver à proximité afin que les élèves puissent y avoir accès en tout temps. Bien que facultatif, ce jeu éducatif permettra aux élèves d'apprendre davantage sur les effets de l'automobile tout en s'amusant.

« Protéger l'environnement coûte cher. Ne rien faire coûtera beaucoup plus cher. »

Kofi Annan, Secrétaire Général de l'ONU





## THÈME 1 : LES COÛTS MONÉTAIRES ET NON MONÉTAIRES DES DIFFÉRENTS MODES DE TRANSPORT

Vous trouverez, dans cette première portion du document, deux activités pédagogiques (l'activité 1 intitulée « Ma semaine de rêve » et l'activité 2 intitulée « En ville, faut que ça grouille ! »). Ces activités sont accompagnées d'un texte sur le sujet intitulé « L'ABC des transports ».

**LANGUE :** Français

**ORGANISME :** Fondation québécoise en environnemen

**ORDRE D'ENSEIGNEMENT :** Primaire 3<sup>e</sup> cycle

**ÂGE DES ÉLÈVES :** 10 à 12 ans

**REPÈRES THÉMATIQUES :** Automobile et transport durable

**ADRESSE INTERNET :** [www.fqe.qc.ca](http://www.fqe.qc.ca)

### Le Programme de formation de l'école québécoise

Niveau primaire

Activité 1    Activité 2

#### DOMAINES D'APPRENTISSAGE

Langue (français)	●	●
Mathématiques, sciences et technologies	●	
Univers social		●
Développement personnel (moral)		●

#### DOMAINES GÉNÉRAUX DE FORMATION

Santé et bien-être	●	●
Environnement et consommation	●	

#### COMPÉTENCES TRANSVERSALES

##### Ordre intellectuel

• exploiter l'information	●	
• résoudre les problèmes	●	●
• exercer son jugement critique		●
• mettre en œuvre sa pensée créatrice	●	●

##### Ordre personnel et social

• coopérer	●	●
------------	---	---

##### Ordre méthodologique

• exploiter TIC	●	
-----------------	---	--

##### Ordre de la communication

• communiquer de façon appropriée		●
-----------------------------------	--	---

Légende : ciblé ● touché ●<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Les critères identifiés avec la mention « ciblé » sont ceux visés par l'activité alors que les critères identifiés avec la mention « touché » peuvent être concernés par l'activité mais ils ne constituent pas les principaux critères d'analyse.

CETTE MISE EN SITUATION S'APPLIQUE À LA FOIS AUX ACTIVITÉS 1 ET 2

## MISE EN SITUATION

Par le biais de cette mise en situation, les élèves réfléchissent sur les avantages et les inconvénients de se déplacer en automobile, en transport en commun ou en transport actif.

Matériel requis : annexes 1, 2 et 2 corrigé

Rôle de l'enseignant(e)	Rôle de l'élève ou des élèves	Temps requis
Amener les élèves à définir le transport durable et le transport actif. Leurs réponses peuvent être des exemples, des concepts ou des définitions.	Définir le transport durable et le transport actif, d'après leurs connaissances antérieures.	15 minutes
À l'aide des réponses obtenues, préciser le sens exact du transport durable et du transport actif en mentionnant des exemples ( <b>annexe 1</b> ).		10 minutes
Distribuer à chaque élève une grille d'analyse ( <b>annexe 2</b> ), sur laquelle les élèves y indiquent les avantages et les inconvénients des différents types de transport s'y retrouvant.	Au meilleur de leurs connaissances, remplir la grille d'analyse en identifiant les avantages et les inconvénients de chacun des types de transport s'y retrouvant ( <b>annexe 2</b> ).	20 minutes
Demander aux élèves de former des équipes de 3 ou 4 personnes afin qu'ils partagent les réponses obtenues et qu'ils en arrivent à un consensus.	En équipe de 3 ou 4 personnes, discuter et échanger leurs réponses afin d'en arriver à un consensus.	15 minutes
Questionner les équipes sur les réponses obtenues afin de corriger leurs erreurs et clarifier certains points demeurés sans réponse à l'aide de l' <b>annexe 2 corrigé</b> .	En équipe, divulguer les réponses trouvées et compléter la grille à l'aide des réponses des autres équipes et des informations venant de l'enseignant(e).	25 minutes

# ACTIVITÉ #1 • MA SEMAINE DE RÊVE

<b>SOMMAIRE DU SCÉNARIO</b>	Les élèves planifient leurs déplacements pour une semaine en utilisant des moyens de transport aux coûts monétaires et non monétaires les moins élevés.
<b>OBJECTIF D'APPRENTISSAGE</b>	Prendre conscience de l'impact de nos choix dans le domaine du transport et être sensibilisé à l'importance que ces choix peuvent avoir sur notre qualité de vie et notre budget.
<b>DURÉE DE LA PRÉPARATION</b>	1 heure
<b>LECTURE PRÉALABLE POUR L'ENSEIGNANT(E)</b>	Texte « L'ABC des transports », <b>annexes 3, 3 corrigé et 4</b> . Le texte n'est pas essentiel à la préparation de l'enseignant(e).
<b>TEMPS REQUIS POUR L'ACTIVITÉ</b>	2 heures 10 minutes
<b>MATÉRIEL REQUIS</b>	Crayon, gomme à effacer, feuilles mobiles, <b>annexes 3, 3 corrigé et 4</b> , accès à Internet à partir de l'école. <sup>1</sup>

## DÉROULEMENT

Rôle de l'enseignant(e)	Rôle de l'élève ou des élèves	Temps requis
Distribuer une grille ( <b>annexe 3</b> ) à chacun des élèves sur laquelle ils auront à évaluer les coûts monétaires et non monétaires de plusieurs modes de transport.	À l'aide de sites Internet et de leurs connaissances (voir <b>annexe 3</b> ), établir les coûts monétaires directs et indirects associés à chacun des types de transport identifiés dans la grille ( <b>annexe 3</b> ). <sup>1</sup>	40 minutes
Questionner les élèves sur les réponses trouvées et identifier clairement les coûts qui se rattachent à chacun des modes de transport à l'aide de l' <b>annexe 3 corrigé</b> .	Divulguer les réponses obtenues et compléter la grille à l'aide des réponses de leurs pairs et de l'enseignant(e).	20 minutes
Questionner les élèves sur la façon de réduire les coûts et les inviter à s'exprimer sur le sujet en écrivant leurs propositions au tableau.	Tenter de trouver des façons de réduire les coûts.	10 minutes
Demander aux élèves de se regrouper en équipe de 3 ou 4 personnes. À l'aide de l' <b>annexe 4</b> , chaque équipe doit planifier ses déplacements jour après jour pendant une semaine à l'aide du covoiturage ou de moyens de transport autres que l'automobile.	En groupe de 3 ou 4 personnes, tenter de trouver les possibilités de covoiturage (longue distance) ou de déplacement autre que par l'automobile (courte distance). Les solutions identifiées doivent être les moins coûteuses possible autant au niveau monétaire que non monétaire.	35 minutes
Demander à chaque équipe d'expliquer aux autres les solutions qu'ils ont trouvées et ensuite reprendre la discussion quant aux avantages et aux inconvénients de chacun des modes de transport en y incluant leurs coûts.	Expliquer les solutions trouvées et discuter, en groupe classe, des coûts monétaires directs et indirects et des avantages et des inconvénients qu'offre le transport en commun pour la classe et son entourage.	25 minutes

### Notes de l'auteur

<sup>1</sup> La recherche Internet peut aussi se faire à la maison ou à l'aide de documents papiers portant sur le sujet.

Proposition intéressante pour compléter l'activité : l'enseignant(e) peut demander à ses élèves de véritablement effectuer leurs déplacements quotidiens à l'aide des solutions qu'ils ont identifiées en classe. Après la semaine d'expérimentation l'enseignant(e) peut reprendre la discussion qui est prévue à la fin de cette activité.

## ACTIVITÉ #2 • EN VILLE, IL FAUT QUE ÇA GROUILLE !

<b>SOMMAIRE DU SCÉNARIO</b>	Les élèves rédigent une lettre à la mairie de leur ville ou quartier afin de proposer une amélioration des services de transport en commun ou de transport actif.
<b>OBJECTIF D'APPRENTISSAGE</b>	Être en mesure de comprendre les impacts que peut provoquer un réseau de transport en commun et de transport actif inadéquat. Exprimer ses idées et ses opinions sur des sujets d'ordre social et environnemental.
<b>DURÉE DE LA PRÉPARATION</b>	1 heure
<b>LECTURE PRÉALABLE POUR L'ENSEIGNANT(E)</b>	Texte « L'ABC des transports » et <b>annexe 5</b> . Le texte n'est pas essentiel à la préparation de l'enseignant(e).
<b>TEMPS REQUIS POUR L'ACTIVITÉ</b>	2 heures 25 minutes
<b>MATÉRIEL REQUIS</b>	Crayon, gomme à effacer, feuilles mobiles, <b>annexe 5</b> , cartes de la ville, horaires de métro et d'autobus, cartes des réseaux de pistes cyclables. <sup>1</sup>

### DÉROULEMENT

Rôle de l'enseignant(e)	Rôle de l'élève ou des élèves	Temps requis
Demander aux élèves de se regrouper en équipe de 3 ou 4 personnes. Demander à chaque équipe de trouver, à l'aide de leur expérience personnelle, un problème significatif ou une possibilité d'amélioration du réseau de transport en commun ou de transport actif de leur ville ou quartier (voir <b>annexe 5</b> pour des suggestions).	Effectuer, en équipe, une petite étude des cartes de la ville, des horaires de métro, d'autobus et du réseau de pistes cyclables en regard de leurs déplacements habituels afin d'identifier un problème significatif ou une possibilité d'amélioration.	15 minutes
Rassembler les équipes et leur demander d'identifier le problème ou l'amélioration qu'ils ont identifié. Dresser une liste des réponses au tableau et choisir avec les élèves la réponse qui est la plus appropriée.	Présenter le problème identifié et en groupe classe, décider du problème le plus important, celui qui sera traité.	15 minutes
Demander aux élèves de retourner en équipe et de trouver trois solutions ou améliorations possibles. Demander d'être imaginatif.	Trouver, en équipe, des solutions qui permettront de résoudre le problème retenu.	20 minutes
Demander à chaque équipe de divulguer leurs trois solutions, dresser une liste au tableau et choisir avec les élèves la solution qui semble la meilleure.	De retour en grand groupe, discuter des solutions avancées par les équipes et identifier celle qui est la plus appropriée.	20 minutes
Expliquer aux équipes l'étape suivante qui consiste à rédiger une lettre à la mairie de leur ville afin d'expliquer leurs inquiétudes et de proposer la solution ou l'amélioration choisie.	Retourner en équipe et composer une lettre adressée à la mairie de la ville afin d'expliquer la solution identifiée en mentionnant les impacts positifs que peut avoir l'amélioration en question en regard de la qualité de vie des citoyens. <sup>2</sup>	1 heure 15 minutes

#### Notes de l'auteur

<sup>1</sup> Il est possible de trouver les horaires de métro et d'autobus et les cartes des réseaux de pistes cyclables sur le site Internet de la ville en question. Sinon, un appel à l'hôtel de ville vous permettra d'en obtenir une copie par télécopieur ou par courriel. Il est également possible de trouver ces renseignements à l'intérieur du bottin téléphonique de la ville.

<sup>2</sup> L'enseignant(e) peut soumettre un plan de rédaction avec en-tête protocolaire pour faciliter la tâche des élèves et rendre le document officiel. La lettre peut être accompagnée de photos descriptives, de cartes réalisées par les élèves, etc. Il peut s'agir d'un véritable dossier qui est présenté à la mairie.

Pour les régions éloignées ou rurales, des solutions mieux adaptées à votre situation sont présentées dans l'annexe 5.

LES SECTIONS COMMENTAIRES ET RÉINVESTISSEMENT COMPLÈTENT À LA FOIS LES ACTIVITÉS 1 ET 2.

## COMMENTAIRES

(temps : 15 minutes)

L'enseignant(e) questionne les élèves sur l'importance de se déplacer à l'aide de moyens de transport qui occasionnent le moins de coûts possible autant pour l'environnement, pour notre santé qu'au niveau financier.

- Si l'on désire vivre dans une société respectueuse de l'environnement, quels sont les modes de transport à privilégier?
- À la lueur de ce qui a été dit, quel est le moyen de transport qui vous attire le plus? Pourquoi?
- Existe-t-il des gens de votre entourage qui pourraient modifier leurs modes de transport? De quelles façons?
- L'activité que nous venons de vivre pourrait-elle s'étendre sur toute l'année (activité 1)? Avec toute l'école (activité 2)?
- Êtes-vous satisfait de la façon dont s'est déroulé le travail en équipe?
- Quels sont les changements que vous apporteriez afin d'améliorer l'efficacité dans l'équipe?

## RÉINVESTISSEMENT

Organisation d'un rallye autour de l'école ayant pour thème la santé et les transports.

Le but est de faire découvrir les effets sur la santé de la pollution causée par la combustion du pétrole provenant des transports. Pour ce faire, un petit rallye à pied est organisé aux alentours de l'école. Ce rallye permettra également de sensibiliser les élèves aux éléments qui peuvent améliorer leur sécurité à proximité de l'école et favoriser l'utilisation des transports en commun et des transports actifs. Plusieurs options sont possibles pour l'organisation du rallye, nous suggérons celle-ci :

Un groupe classe peut préparer le rallye pour un groupe d'un niveau inférieur (premier ou deuxième cycle). Lors de la réalisation de l'activité, les « organisateurs » pourront aider les plus jeunes, ce qui est très valorisant pour eux.





## THÈME 2 : LA SYMBOLIQUE DE L'AUTOMOBILE VÉHICULÉE À TRAVERS LES MÉDIAS

Vous trouverez, dans cette deuxième portion du document, trois activités pédagogiques (l'activité 3 intitulée « Dis-moi ce que tu conduis et je te dirai qui tu es », l'activité 4 intitulée « Aïe la pub, tu trouves pas que t'exagères ! » et l'activité 5 intitulée « Silence, on tourne »). Ces activités sont accompagnées d'un texte sur le sujet intitulé « Les médias et les transports ».

**LANGUE :** Français

**ORGANISME :** Fondation québécoise en environnemen

**ORDRE D'ENSEIGNEMENT :** Primaire 3<sup>e</sup> cycle

**ÂGE DES ÉLÈVES :** 10 à 12 ans

**REPÈRES THÉMATIQUES :** Médias, automobile, valeurs

**ADRESSE INTERNET :** [www.fqe.qc.ca](http://www.fqe.qc.ca)

## Le Programme de formation de l'école québécoise

Niveau primaire

Activité 3    Activité 4    Activité 5

### DOMAINES D'APPRENTISSAGE

Langue (français)	●	●	
Mathématiques, sciences et technologies			●
Arts plastiques et art dramatique	●	●	●
Développement personnel (moral)	●		

### DOMAINES GÉNÉRAUX DE FORMATION

Santé et bien-être			●
Environnement et consommation	●		●
Médias	●	●	●

### COMPÉTENCES TRANSVERSALES

Ordre intellectuel			
• exploiter l'information	●		●
• exercer son jugement critique	●	●	
• mettre en œuvre sa pensée créatrice		●	●

Ordre personnel et social			
• structurer son identité	●		
• coopérer			●

Ordre méthodologique			
• exploiter TIC			●

Ordre de la communication			
• communiquer de façon appropriée	●	●	●

Légende : ciblé ● touché ●<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Les critères identifiés avec la mention « ciblé » sont ceux visés par l'activité alors que les critères identifiés avec la mention « touché » peuvent être concernés par l'activité mais ils ne constituent pas les principaux critères d'analyse.

CETTE MISE EN SITUATION S'APPLIQUE À LA FOIS AUX ACTIVITÉS 3, 4 ET 5.

## MISE EN SITUATION

Par le biais de cette mise en situation, les élèves réfléchissent sur l'influence que peut avoir la publicité en général et plus particulièrement la publicité automobile.

Matériel requis : annexe 6

Rôle de l'enseignant(e)	Rôle de l'élève ou des élèves	Temps requis
Distribuer aux élèves un petit questionnaire (annexe 6) afin qu'ils y répondent individuellement.	Répondre au questionnaire basé sur leur expérience personnelle en regard de la publicité automobile et de la publicité de façon générale.	15 minutes
Demander aux élèves de former des équipes de 3 à 4 personnes et d'échanger leurs réponses.	Se regrouper en équipe et discuter des réponses obtenues en les comparant.	15 minutes
Interrompre la discussion et poser les questions du questionnaire aux équipes afin de susciter une discussion sur le sujet et d'orienter les élèves dans leur questionnement.	Partager les réponses obtenues en grand groupe afin d'alimenter la discussion sur le sujet.	20 minutes

## ACTIVITÉ #3 • DIS-MOI CE QUE TU CONDUIS ET JE TE DIRAI QUI TU ES

<b>SOMMAIRE DU SCÉNARIO</b>	Les élèves analysent des publicités automobiles, interrogent leurs parents sur les raisons d'achat de leur véhicule et tentent de faire des liens entre les résultats obtenus.
<b>OBJECTIF D'APPRENTISSAGE</b>	Découvrir l'importance que peut avoir la remise en question de l'information reçue. Développer l'esprit critique de l'élève envers les publicités automobiles et la publicité en général.
<b>DURÉE DE LA PRÉPARATION</b>	1 heure
<b>LECTURE PRÉALABLE POUR L'ENSEIGNANT(E)</b>	Texte « Les médias et les transports » et <b>annexes 7 et 8</b> . Le texte n'est pas essentiel à la préparation de l'enseignant(e).
<b>TEMPS REQUIS POUR L'ACTIVITÉ</b>	2 heures 30 minutes
<b>MATÉRIEL REQUIS</b>	Crayon, gomme à effacer, feuilles mobiles, <b>annexes 7 et 8</b> , magnéto, cassette audio-visuelle, télévision.

## DÉROULEMENT

Rôle de l'enseignant(e)	Rôle de l'élève ou des élèves	Temps requis
Demander aux élèves de procéder à l'enregistrement d'une publicité automobile de leur choix et d'en faire l'analyse à l'aide de la grille fournie en annexe ( <b>annexe 7</b> )	De retour à la maison, procéder à l'enregistrement d'une publicité automobile. Analyser, ensuite, la publicité à l'aide d'une grille qui permet d'identifier les thèmes véhiculés ( <b>annexe 7</b> ).	10 min. pour les explications et environ 30 min. à la maison
De retour en classe, présenter à l'ensemble des élèves les enregistrements choisis au hasard. Toujours à l'aide de l' <b>annexe 7</b> , les élèves analysent chacune des publicités retenues. <sup>1</sup>	Analyser ces publicités à l'aide de la même grille d'analyse utilisée pour l'analyse de leur propre publicité ( <b>annexe 7</b> ).	35 minutes
Ensuite, inviter les élèves à identifier les thèmes qui sont ressortis de leur analyse et les écrire au tableau afin de trouver les dix thèmes les plus fréquemment mentionnés.	Divulguer les réponses obtenues suite à l'évaluation des publicités.	15 minutes
À l'aide de ces dix thèmes, lancer la discussion sur les raisons qui poussent les constructeurs automobiles à faire mention aussi fréquemment de ces thèmes.	Tenter de trouver pourquoi les constructeurs automobiles utilisent si souvent ces thèmes dans leurs publicités.	15 minutes
Distribuer l' <b>annexe 8</b> aux élèves et leur demander, comme devoir, de faire remplir ce questionnaire à leurs parents.	Compléter l' <b>annexe 8</b> adressée aux parents.	10 min. pour les explications et 20 min. à la maison
De retour en classe, demander aux élèves de former des équipes de 3 ou 4 personnes selon la marque ou le type de véhicule que leurs parents possèdent. Discuter et tenter d'y trouver des liens et des explications. <sup>2</sup>	En petit groupe, selon la marque ou le type de véhicule que leurs parents possèdent, identifier les trois thèmes qui sont les plus souvent mentionnés par les membres de l'équipe. Discuter et tenter d'y trouver des liens et des explications.	15 minutes
Demander alors aux équipes de divulguer leurs réponses et d'expliquer pour quelles raisons, selon eux, ces trois thèmes s'avèrent les plus « populaires » dans leur groupe.	En grand groupe, divulguer les résultats obtenus.	25 minutes
Ensuite, inscrire au tableau ces trois questions afin que les élèves y répondent individuellement. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mes parents se sont-ils fait influencer?</li> <li>• Comment?</li> <li>• Pourquoi? Explique ton point de vue.</li> </ul>	Répondre individuellement aux questions posées au tableau.	10 minutes
Après avoir répondu individuellement à chacune de ces questions, poser à nouveau les questions à tout le groupe afin de susciter une discussion.	Discuter en grand groupe des réponses obtenues aux questions.	15 minutes

### Notes de l'auteur

<sup>1</sup> Afin d'alléger le processus, il serait préférable de ne diffuser que quelques publicités à la fois (5-6) à la fin d'une journée ou avant le dîner par exemple. Après chaque diffusion, une discussion peut être orchestrée avec les élèves afin de susciter des questionnements et de développer la discussion sur le sujet.

<sup>2</sup> Il se pourrait que certains élèves ou parents soient mal à l'aise de parler de leur véhicule ou d'avoir à affirmer qu'ils n'en possèdent pas. Cette situation peut laisser place à des préjugés. Pour pallier ce problème, l'enseignant(e) peut demander aux élèves de parler d'un véhicule qu'ils aimeraient posséder ou encore, remplir l'annexe 7 en fonction du transport en commun.

## ACTIVITÉ #4 • AÏE LA PUB, TU TROUVES PAS QUE T'EXAGÈRES !

<b>SOMMAIRE DU SCÉNARIO</b>	Les élèves analysent une publicité automobile papier qu'ils ont eux-mêmes apportée afin d'en parodier le contenu et les thèmes véhiculés.
<b>OBJECTIF D'APPRENTISSAGE</b>	Développer le sens critique des élèves à l'égard de la publicité automobile. Apprendre à évaluer les publicités
<b>DURÉE DE LA PRÉPARATION</b>	1 heure
<b>LECTURE PRÉALABLE POUR L'ENSEIGNANT(E)</b>	Texte « Les médias et les transports », <b>annexe 9</b> . Le texte n'est pas essentiel à la préparation de l'enseignant(e)
<b>TEMPS REQUIS POUR L'ACTIVITÉ</b>	2 heures
<b>MATÉRIEL REQUIS</b>	Crayon, gomme à effacer, feuilles mobiles, publicité automobile papier et <b>annexe 9</b> .

### DÉROULEMENT

Rôle de l'enseignant(e)	Rôle de l'élève ou des élèves	Temps requis
Demander aux élèves d'apporter une publicité papier (journaux ou revues) de l'automobile qu'ils aimeraient posséder ou de toute autre automobile de leur choix.	Apporter à l'école une publicité automobile papier. <sup>1</sup>	_____
De retour en classe, distribuer aux élèves une grille d'analyse ( <b>annexe 9</b> ) qui leur permettra de faire une critique de la publicité qu'ils ont apportée.	Compléter individuellement la grille en regard de la publicité apportée.	20 minutes
Lancer la discussion et questionner les élèves sur les réponses obtenues afin qu'ils en saisissent l'essentiel.	Divulguer leurs réponses aux pairs et émettre leurs opinions.	20 minutes
Expliquer le déroulement de l'activité où chaque élève devra tenter de vendre la voiture à sa classe en exagérant les valeurs de la publicité choisie. L'élève doit <i>parodier</i> la publicité en reprenant les thèmes véhiculés de façon ridicule et caricaturale. Exemple : pour être heureux, achetez notre dernier modèle PLAISIR-AUTO.	Seul ou en équipe de deux, préparer sa présentation à l'aide de la discussion précédente et des réponses obtenues à l' <b>annexe 9</b> . Si l'élève est seul, il aura 30 secondes et s'ils sont en équipe de deux, ils auront 1 minute pour effectuer leur présentation.	30 minutes
Expliquer aux élèves ce que veut dire le mot <i>parodier</i> . Définition : imiter quelqu'un, contrefaire ses gestes, ses manières. Faire le contraire de ce que fait la personne, amplifier les gestes et les manières.		5 minutes
	Présenter devant la classe la publicité choisie et tenter de convaincre les autres d'acheter la voiture en parodiant les thèmes et valeurs véhiculées par la publicité.	45 minutes

### Notes de l'auteur

<sup>1</sup> L'enseignant(e) apporte des revues ou des journaux pour les élèves qui n'auront pas apporté de publicité.

## ACTIVITÉ #5 • SILENCE, ON TOURNE!

<b>SOMMAIRE DU SCÉNARIO</b>	Les élèves créent une publicité mettant en valeur les transports en commun.
<b>OBJECTIF D'APPRENTISSAGE</b>	Être en mesure d'identifier les possibilités de transport en commun qui existent dans sa ville et sa région. Être sensibilisé à l'importance d'utiliser ces modes de transport en regard des enjeux environnementaux s'y rattachant.
<b>DURÉE DE LA PRÉPARATION</b>	1 heure
<b>LECTURE PRÉALABLE POUR L'ENSEIGNANT(E)</b>	Texte « Les médias et les transports » et <b>annexes 10 et 11</b> . Le texte n'est pas essentiel à la préparation de l'enseignant(e).
<b>TEMPS REQUIS POUR L'ACTIVITÉ</b>	3 heures 35 minutes
<b>MATÉRIEL REQUIS</b>	Crayon, gomme à effacer, feuilles mobiles, <b>annexes 10 et 11</b> , accès à Internet à l'école. Les élèves auront peut-être besoin de matériel pour le bricolage : ciseaux, colle, papier couleur, carton, etc.

### DÉROULEMENT

Rôle de l'enseignant(e)	Rôle de l'élève ou des élèves	Temps requis
Inviter les élèves à former des groupes de 3 ou 4 personnes et à déterminer leurs rôles en choisissant un format de publicité qui leur convient (une publicité papier, une publicité radio, une publicité télé, une bande dessinée ou une présentation « power point »).	En équipe, déterminer qui sera le chef d'équipe, le responsable des dessins, le responsable des textes et le responsable de la recherche. Décider ensuite du format de publicité qui convient le mieux.	15 minutes
Expliquer aux élèves la définition du transport en commun et les inviter à commencer leur recherche à l'aide de l'Internet. Divulguer la définition exacte du transport en commun ainsi qu'une liste de sites Internet se trouvant sur l' <b>annexe 10</b> .	Débuter la recherche sur Internet afin de se familiariser et de connaître les différents types de transport en commun existants et les différentes possibilités qui s'offrent à eux.	40 minutes
Pendant cette recherche, circuler dans la classe pour diriger les équipes dans leur recherche.	Lorsque la recherche sur Internet est terminée, commencer la construction de la publicité sur le transport en commun ciblant les jeunes, tout en répondant aux questions sur le plan de travail prévu à cet effet (voir <b>annexe 11</b> ).	2 heures
Tout au long du processus, demeurer disponible pour répondre aux questions des équipes.	Lorsque le travail est terminé, présenter sa publicité devant la classe.	40 minutes

LES SECTIONS COMMENTAIRES ET RÉINVESTISSEMENT COMPLÈTENT À LA FOIS LES ACTIVITÉS 3, 4 ET 5.

## COMMENTAIRES

(temps : 15 minutes)

L'enseignant(e) questionne les élèves sur l'influence de la publicité automobile et l'importance de conserver un esprit critique envers les informations qui nous parviennent.

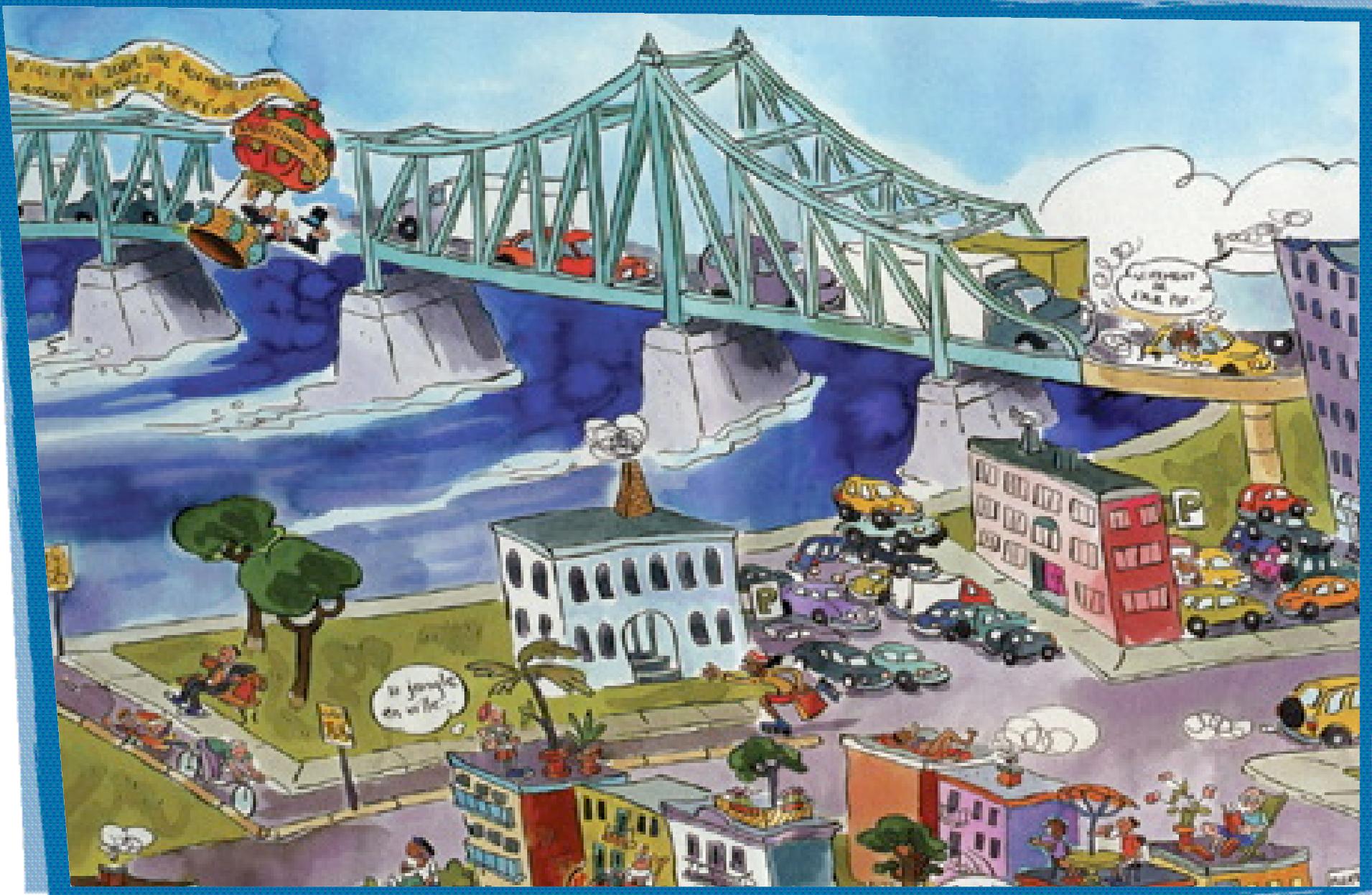
- Maintenant, crois-tu que la publicité t'influence ?
- Pourquoi est-ce si important d'exercer son esprit critique devant les informations qui nous parviennent des messages publicitaires ?
- Quelles informations sont et ne sont pas présentées dans les publicités automobiles ?
- D'après toi, y a-t-il un lien entre notre style de vie actuelle (orienté vers l'automobile) et la publicité automobile ?
- Quels ont été les points forts de votre travail en équipe ?
- As-tu réussi à faire valoir ton point de vue ? Si oui, de quelle façon ? Sinon, comment faire la prochaine fois ?

## RÉINVESTISSEMENT

Réalisation d'une enquête dans l'entourage immédiat des élèves sur la perception des gens envers l'automobile et sa publicité.

Le but de l'activité est de faire connaître aux élèves l'impact que peuvent avoir les publicités automobiles sur le comportement des gens. De leur faire réaliser à quel point les gens ont identifié l'automobile comme un besoin essentiel. Le questionnaire peut être créé avec les élèves ou simplement par l'enseignant(e). Les questions doivent être claires et simples. Les réponses peuvent être compilées avec l'aide du logiciel Microsoft Excel pour en faire des statistiques et des éléments simples d'analyse.





# ANNEXES

# ANNEXE 1

(Mise en situation, thème 1 : coûts)

Le Centre pour un transport durable du Canada a établi une définition du transport durable qui est maintenant reconnue auprès de la Communauté européenne. « ...un système de transport durable doit :

- Permettre de répondre aux besoins en transport des personnes et des collectivités et ce, en toute sécurité et de façon à respecter la santé des humains et des milieux naturels, ainsi qu'avec équité parmi les générations et entre celles-ci;
- Être abordable et efficace, offrir le choix du mode de transport et appuyer une économie dynamique;
- Restreindre les rejets de polluants et les déchets afin de respecter la capacité de la planète d'absorber ceux-ci, réduire au minimum la consommation des ressources non renouvelables, réutiliser et recycler les composants employés et réduire au minimum l'utilisation du sol et la production de bruit. »<sup>1</sup>

Grosso modo, le transport durable consiste en un usage rationnel des modes de transport individuels (voiture, vélo, patin, marche) et collectifs (train, autobus, métro, taxi) permettant de se déplacer le plus rapidement et le plus efficacement possible et ce, en réduisant au minimum ses effets sur l'environnement<sup>2</sup>.

De plus, le transport durable est un concept qui favorise l'utilisation de modes de transport actifs plutôt que passifs. Le transport actif englobe des modes de transport simples et personnels comme la marche, le vélo, la trottinette, le patin à roues alignées et la planche à roulette. Le transport actif offre de nombreux avantages pour la santé (physique et psychologique), l'environnement, la vie sociale et l'économie. Il s'agit par ailleurs d'un moyen facile

d'intégrer l'activité physique dans la vie de tous les jours : il suffit de laisser votre voiture à la maison et de vous déplacer à pied ou en vélo. En faisant périodiquement de l'activité physique, on favorise l'atteinte d'un poids santé et on réduit le risque de contracter le diabète de type II ou une maladie cardiovasculaire ou encore de devenir obèse. Parallèlement, le transport actif vous permet de brûler des calories et d'économiser de l'argent tout en vous amusant! Vous aidez aussi à rendre les quartiers plus sûrs et plus calmes, à décongestionner les artères et à réduire les besoins pour des infrastructures coûteuses comme les routes et les terrains de stationnement. L'environnement en ressort gagnant, car les voitures émettent des agents polluants qui causent le smog et les changements climatiques. En effet, le transport actif constitue le bon choix pour notre santé et l'environnement<sup>3</sup>.

Pour plus d'informations, vous pouvez consulter ces sites Internet :

- Le Centre pour un transport durable : [www.cstctd.org/CSTpagedaccueil.htm](http://www.cstctd.org/CSTpagedaccueil.htm)
- Environnement Canada : <http://www.ec.gc.ca/transport/sustransfr.htm>
- Santé Canada : [www.hc-sc.gc.ca/hecs-sesc/qualite\\_air/pdf/transport.pdf](http://www.hc-sc.gc.ca/hecs-sesc/qualite_air/pdf/transport.pdf)

<sup>1</sup> CENTRE POUR UN TRANSPORT DURABLE.(1998)  
Bulletin du transport durable, Mississauga, n°1, p. 2 (mars 1998)

<sup>2</sup> Équiterre (S.D.), transport écologique,  
<http://www.equiterre.org/transport/transportez/>,  
consulté le 13 mai 2004.

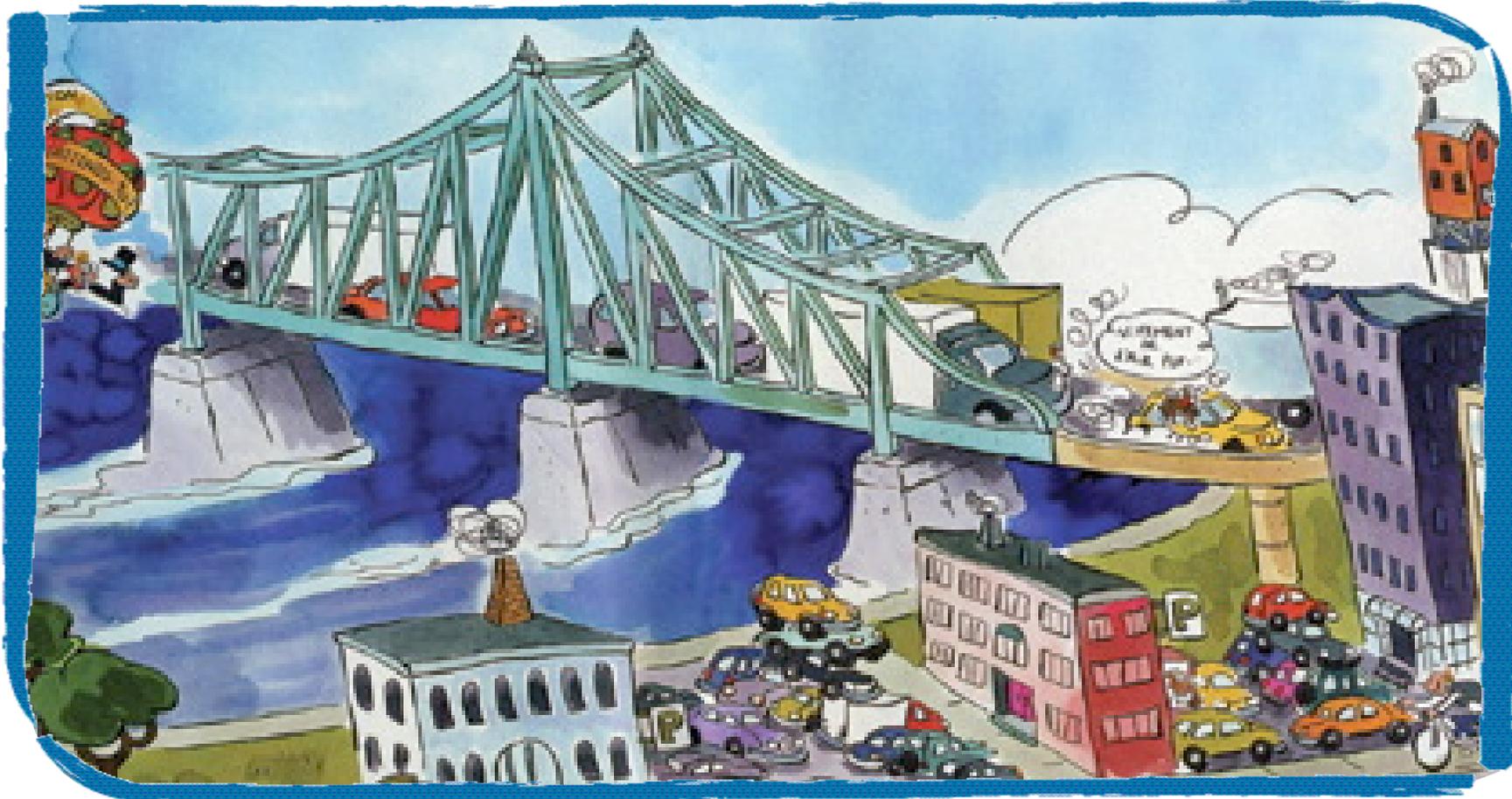
<sup>3</sup> Se déplacer au Canada atlantique par des moyens actif (S.D.),  
conférence promouvant le transport actif,  
<http://www.lin.ca/activetrans/French/index.cfm?fuseaction=home.main>,  
consulté le 13 mai 2004.

## ANNEXE 2

(Mise en situation,  
thème 1 : coûts)

Nom de l'élève : \_\_\_\_\_

- Il s'agit d'une activité d'association.
- Tu dois placer les avantages et les inconvénients avec les modes de transport appropriés.
- La liste des avantages et des inconvénients ainsi que la grille des modes de transport se situent aux pages suivantes.
- Fie-toi au bonhomme sourire pour connaître le nombre d'avantages 😊 et d'inconvénients ☹ par thème.
- Utilise les mots en caractère gras pour inscrire tes réponses dans la grille.



## LISTE DES AVANTAGES ET INCONVÉNIENTS

### COÛTS 1☹ 6😊

**Coûts élevés** et multiples (l'utilisation et l'entretien)  
**Partage des coûts** entre les utilisateurs  
**Coûts d'utilisation** relativement **faibles** (3)  
**Peu coûteux**  
**Aucune dépense**

### LIBERTÉ DE DÉPLACEMENT / HORAIRES ET DESTINATIONS FIXES 3☹ 4😊

**Souplesse d'utilisation** et de déplacement (4)  
**Horaires fixes** et moins fréquents hors des heures de pointe (2)  
**Horaires et destinations très fixes** (seulement aux heures de pointe et pendant la semaine)

### STATIONNEMENT 3☹ 4😊

Espaces de **stationnements nécessaires** (3)  
**Aucun stationnement** nécessaire à la destination (4)

### EMBOUTEILLAGE 3☹ 4😊

**Possibilité d'embouteillages** (3)  
**Aucun embouteillage** (4)

### MOBILISATION DU TEMPS 1☹ 6😊

**Temps requis** lors de la conduite et pour l'entretien du véhicule  
Temps de repos pour les accompagnateurs, **alternance de conducteurs**  
**Temps de repos**, de lecture ou pour planification de la journée (3)  
Temps utile pour faire un **minimum d'activité physique** (2)

### SÉCURITÉ 4☹ 3😊

Mode de transport **le plus dangereux** (2)  
Mode de transport **sécuritaire** (3)  
**Risque de collision** avec les automobilistes et autres utilisateurs de la route (2)

### POLLUTION 4☹ 3😊

**Polluant** (4)  
Mode de transport en commun **fonctionnant à l'électricité**  
**Non polluant** (2)

### BRUIT 5☹ 2😊

**Bruyant** (5)  
**Non bruyant** (2)

### AMÉNAGEMENT ET NOMBRE DE VOITURES 1☹ 6😊

Encourage **l'étalement urbain** et le développement excessif du réseau routier donc la perte de milieu naturel  
**Réduit le nombre de véhicules** en circulation et le besoin d'infrastructure routière (6)

### SANTÉ 2☹ 5😊

Encourage **la sédentarité et l'inactivité** (2)  
Mode de **transport plus actif** que l'automobile (3)  
Mode de transport qui **encourage l'activité physique** (2)

### RÉSEAUX ET INFRASTRUCTURES 3☹ 2😊

(deux modes de transport ne sont pas représentés)  
Accès à des **voies réservées** (si disponible) (2)  
Réseau de transport **seulement à Montréal** mis à part la station Longueuil et le prolongement vers Laval  
Réseau de **pistes cyclables parfois déficient**  
**Infrastructures peu propices** pour la marche

### SERVICES 2☹ 4😊

(un mode de transport n'est pas représenté)  
Service **porte-à-porte** (4)  
**Service en région** et dans certaines banlieues parfois peu efficace  
Le train de banlieue dessert **seulement les zones urbaines** entourant l'île de Montréal

### AVANTAGES RESTANTS (Pêle-mêle) 3😊

(quatre modes de transport ne sont pas représentés)  
Confort / luxe / intimité / mode de **transport personnalisé**  
Moyen de transport le plus efficace pour les distances de **moins de 8 kilomètres**  
Moyen de transport le plus efficace pour les distances de **moins de 2 kilomètres**

### INCONVÉNIENTS RESTANTS (Pêle-mêle) 11☹

**Source de tension** (stress), possibilité de rage au volant  
La possession d'une automobile peut être une source de **décrochage scolaire** pour les jeunes  
Organisation pour la composition du **groupe de covoiturage** ou encore adhésion à un club de covoiturage  
Beaucoup d'utilisateurs aux heures de pointe / **surcharge d'utilisateurs** (2)  
**Inconfort dans les zones d'attente** (3)  
Nécessite un **minimum d'aptitude** à la pratique du vélo  
À la merci de dame Nature (**pluie / neige / vent / froid**) (2)

Mode de transport	Avantages	Inconvénients
Voiture (auto-solo)	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>
Covoiturage	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>
Autobus	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>

Mode de transport	Avantages	Inconvénients
Métro	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>
Train	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>
Vélo	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul> <p data-bbox="1220 989 1808 1091">*** Attention, l'utilisation des trottinettes, patins à roues alignées et planches à roulettes n'est pas permise sur la voie publique à l'exception de certains endroits. C'est pourquoi ils ne font pas partie de la liste des moyens de transport. Nous vous encourageons tout de même à les utiliser dans les endroits autorisés.</p>
Marche	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>

# ANNEXE 2 corrigé

(Mise en situation, thème 1 : coûts)

Mode de transport	Avantages	Inconvénients
Voiture (auto-solo)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Souplesse d'utilisation et de déplacement</li><li>• Service porte-à-porte</li><li>• Confort / luxe / intimité / mode de transport personnalisé</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Coûts élevés et multiples (l'utilisation et l'entretien)<ul style="list-style-type: none"><li>• Voir Annexe 3 corrigé de l'activité 1 intitulée « Mon engagement »</li></ul></li><li>• Espaces de stationnement nécessaires<ul style="list-style-type: none"><li>• Savais-tu qu'au moins 4 espaces de stationnement sont nécessaires pour chaque automobile ?</li></ul></li><li>• Possibilité d'embouteillages</li><li>• Temps requis lors de la conduite et pour l'entretien du véhicule<ul style="list-style-type: none"><li>• Pensez à tout le temps consacré à la conduite, car lorsque l'on conduit, on ne peut rien faire d'autre ! Sans compter le temps passé aux lumières rouges ou dans les embouteillages!</li><li>• Lorsque vous possédez une voiture, vous devez consacrer du temps pour le choix d'un garagiste, d'un assureur, d'un détaillant de pneus et pour tous les autres accessoires nécessaires à son entretien. Sans compter le temps nécessaire pour faire le plein d'essence, laver la voiture, déneiger l'espace de stationnement et la voiture, etc.</li></ul></li><li>• Mode de transport le plus dangereux<ul style="list-style-type: none"><li>• Selon la Société de l'assurance automobile du Québec (SAAQ), les accidents de la route font des milliers de victimes chaque année. Pour l'année 2003, au Québec, les accidents corporels de véhicules routiers représentent 56 516 victimes (621 morts, 6 072 blessés graves et 49 823 blessés légers).</li></ul></li><li>• Polluant<ul style="list-style-type: none"><li>• Saviez-vous qu'une automobile produit 3,5 fois son poids en dioxyde de carbone chaque année ?</li></ul></li><li>• Bruyant</li><li>• Encourage l'étalement urbain et développement excessif du réseau routier</li><li>• Encourage la sédentarité et l'inactivité</li><li>• Source de tension (stress), possibilité de rage au volant</li><li>• La possession d'une automobile peut être une source de décrochage scolaire pour les jeunes<ul style="list-style-type: none"><li>• Certains jeunes peuvent négliger et abandonner leurs études pour travailler davantage et acquérir une automobile. Malheureusement, cette décision peut avoir des répercussions importantes sur une vie entière.</li></ul></li></ul>

Mode de transport	Avantages	Inconvénients
<b>Covoiturage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partage des coûts entre les utilisateurs               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Partage des coûts d'entretien et d'utilisation (essence, stationnement) via l'utilisation de différents véhicules.</li> </ul> </li> <li>• Souplesse d'utilisation et de déplacement</li> <li>• Temps de repos pour les accompagnateurs, alternance de conducteurs.</li> <li>• Réduit le nombre de véhicules en circulation et le besoin en infrastructure routière.</li> <li>• Accès à des voies réservées (si disponible)</li> <li>• Service porte-à-porte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espaces de stationnement toujours nécessaires</li> <li>• Possibilité d'embouteillages</li> <li>• Mode de transport le plus dangereux</li> <li>• Polluant</li> <li>• Bruyant</li> <li>• Encourage la sédentarité et l'inactivité</li> <li>• Organisation pour la composition du groupe de covoiturage ou encore adhésion à un club de covoiturage</li> </ul>
<b>Autobus</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coûts d'utilisation relativement faibles</li> <li>• Aucun stationnement nécessaire à la destination</li> <li>• Temps de repos, de lecture ou pour planification de la journée</li> <li>• Mode de transport sécuritaire               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Même s'ils sont beaucoup plus spectaculaires, les accidents d'autobus sont relativement rares.</li> </ul> </li> <li>• Réduit le nombre de véhicules en circulation et le besoin en infrastructure routière</li> <li>• Mode de transport plus actif que l'automobile               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ce mode de transport intègre la marche entre les destinations de l'autobus et celles des utilisateurs</li> </ul> </li> <li>• Accès à des voies réservées (si disponible)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Horaires fixes et moins fréquents hors des heures de pointe</li> <li>• Possibilité d'embouteillages</li> <li>• Polluant               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un autobus équivaut à environ 45 véhicules</li> </ul> </li> <li>• Bruyant</li> <li>• Service en région et même dans certaines banlieues parfois peu efficace</li> <li>• Beaucoup de voyageurs aux heures de pointe / surcharge d'utilisateurs</li> <li>• Inconfort dans les zones d'attente</li> </ul>
<b>Métro</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coûts d'utilisation relativement faibles</li> <li>• Aucun stationnement nécessaire à la destination</li> <li>• Aucun embouteillage</li> <li>• Temps de repos, de lecture ou pour planification de la journée</li> <li>• Mode de transport sécuritaire               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Même s'ils sont beaucoup plus spectaculaires, les accidents et incidents dans le métro sont très rares.</li> </ul> </li> <li>• Mode de transport en commun fonctionnant à l'électricité               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Heureusement, l'électricité produite au Québec est générée selon une des méthodes les plus propres, l'hydroélectricité.</li> </ul> </li> <li>• Réduit le nombre de véhicules en circulation et le besoin en infrastructure routière</li> <li>• Mode de transport plus actif que l'automobile               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ce mode de transport intègre la marche entre les stations de métro et la destination de l'utilisateur</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Horaires fixes et moins fréquents hors des heures de pointe</li> <li>• Bruyant</li> <li>• Réseau de transport seulement à Montréal mis à part la station Longueuil et le prolongement vers Laval</li> <li>• Beaucoup de voyageurs aux heures de pointe / surcharge d'utilisateurs</li> <li>• Inconfort dans les zones d'attente</li> </ul>

Mode de transport	Avantages	Inconvénients
<p align="center"><b>Train</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coûts d'utilisation relativement faibles</li> <li>• Aucun stationnement nécessaire à la destination</li> <li>• Aucun embouteillage</li> <li>• Temps de repos, de lecture ou pour planification de la journée</li> <li>• Mode de transport sécuritaire <ul style="list-style-type: none"> <li>• Même s'ils sont beaucoup plus spectaculaires, les accidents de trains sont très rares.</li> </ul> </li> <li>• Réduit le nombre de véhicules en circulation et le besoin en infrastructure routière</li> <li>• Mode de transport plus actif que l'automobile <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ce mode de transport intègre la marche entre le terminus du train et la destination de l'utilisateur.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Horaires et destinations très fixes (seulement aux heures de pointe et pendant la semaine)</li> <li>• Polluant</li> <li>• Bruyant</li> <li>• Inconfort dans les zones d'attente</li> <li>• Le train de banlieue dessert seulement les zones urbaines entourant l'Île de Montréal</li> <li>• On retrouve seulement 5 lignes dans la grande région métropolitaine de Montréal</li> </ul>
<p align="center"><b>Vélo</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peu coûteux</li> <li>• Souplesse d'utilisation et de déplacement</li> <li>• Aucun embouteillage</li> <li>• Temps utile pour faire un minimum d'activité physique</li> <li>• Non polluant</li> <li>• Non bruyant</li> <li>• Réduit le nombre de véhicules en circulation et le besoin en infrastructure routière</li> <li>• Encourage l'activité physique</li> <li>• Service porte-à-porte</li> <li>• Moyen de transport le plus efficace pour les distances de moins de 8 kilomètres</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espaces de stationnement nécessaires</li> <li>• Risque de collision avec les automobilistes et autres utilisateurs de la route</li> <li>• Réseau de pistes cyclables parfois déficient</li> <li>• Nécessite un minimum d'aptitude à la pratique du vélo</li> <li>• À la merci de dame Nature (pluie/neige/vent/froid)</li> </ul>
<p align="center"><b>Marche</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aucune dépense</li> <li>• Souplesse d'utilisation et de déplacement</li> <li>• Aucun stationnement nécessaire à la destination</li> <li>• Aucun embouteillage</li> <li>• Temps utile pour faire un minimum d'activité physique</li> <li>• Non polluant</li> <li>• Non bruyant</li> <li>• Réduit le nombre de véhicules en circulation et le besoin en infrastructure routière</li> <li>• Encourage l'activité physique</li> <li>• Service porte-à-porte</li> <li>• Moyen de transport le plus efficace pour les distances de moins de 2 kilomètres</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Risque de collision avec les automobilistes et autres utilisateurs de la route</li> <li>• Infrastructures peu propices pour la marche</li> <li>• À la merci de dame Nature (pluie / neige / vent / froid)</li> </ul>



# ANNEXE 3

(Activité 1, Ma semaine de rêve)



Évalue les divers modes de transport ci-dessous en regard des coûts relatifs à leur usage.  
Utilise les chiffres de 0 à 2 pour effectuer ton évaluation.

Nom de l'élève : \_\_\_\_\_

2- Coût important 1- Coût faible 0- Pas de coût

Modes de transport		Automobile (auto-solo)	Covoiturage	Autobus	Métro	Train	Vélo	Marche
<b>Coûts directs</b>								
<b>Coûts d'utilisation</b>	Achat d'un véhicule ou d'un droit de passage (billets ou cartes mensuelles)							
	Assurance personnelle							
	Permis de conduire et immatriculation							
	Carburant							
	Espace de stationnement à la destination (parcomètre ou stationnement payant)							
<b>Coûts d'entretien</b>	Pneus (saisons hivernale et estivale)							
	Changement d'huile							
	Entretien de routine (garagiste tous les 6 mois)							
<b>Coûts indirects</b>								
	Embouteillage							
	Sécurité et accidents							
	Pollution (visuelle, bruit, air, sol et eau)							
	Routes, ponts (infrastructures)							
	Santé (obésité et maladies liées à la pollution)							
	<b>TOTAL</b>							

Utilisez ces sites Internet pour évaluer les différents coûts pour chacun des modes de transport ci-dessus.  
<http://www.voyagezfute.ca/default.asp> (choisir les onglets à gauche ; transport en commun, covoiturage, vélo, patins, trottinette et marche)

<http://www.airpur.info/sante.html> (choisir l'onglet santé/transport)  
<http://www.amt.qc.ca/tc/index.asp> (pour les tarifs du transport en commun)  
<http://www.caa.ca/f/automobile/couts-automobile.shtml>

# ANNEXE 3 corrigé

(Activité 1, Ma semaine de rêve)

Évalue les divers modes de transport ci-dessous en regard des coûts relatifs à leur usage.  
Utilise les chiffres de 0 à 2 pour effectuer ton évaluation.

2- Coût important 1- Coût faible 0- Pas de coût

Modes de transport		Automobile (auto-solo)	Covoiturage	Autobus	Métro	Train	Vélo	Marche
<b>Coûts directs</b>								
Coûts d'utilisation	Achat d'un véhicule ou d'un droit de passage (billets ou cartes mensuelles)	2	1-2	2	2	2	1	0
	Assurance personnelle	2	1-2	0	0	0	0	0
	Permis de conduire et immatriculation	2	1-2	0	0	0	0	0
	Carburant	2	1-2	0	0	0	0	0
	Espace de stationnement à la destination (parcomètre ou stationnement payant)	2	1-2	0	0	0	0	0
Coûts d'entretien	Pneus (saisons hivernale et estivale)	2	1-2	0	0	0	0	0
	Changement d'huile	2	1-2	0	0	0	0	0
	Entretien de routine (garagiste tous les 6 mois)	2	1-2	0	0	0	0	0
<b>Coûts indirects</b>								
	Embouteillage	2	1	1	0	0	0	0
	Sécurité et accidents	2	1	1	1	1	1	1
	Pollution (visuelle, bruit, air, sol et eau)	2	1	1	0	1	0	0
	Routes, ponts (infrastructures)	2	1	1	2	1	1	0
	Santé (obésité et maladies liées à la pollution)	2	1	1	0	1	0	0
	<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>13-21</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>1</b>

## NOTES D'ACCOMPAGNEMENT POUR LA GRILLE D'ANALYSE, ANNEXE 3 CORRIGÉ

- 1) La colonne **covoiturage** peut être ponctuée des valeurs 1 et 2, puisque l'incidence de ce mode de transport varie selon le nombre de passagers et le nombre d'automobiles impliqués dans l'échange de service. À titre de comparaison, un organisme de covoiturage comme Allo Stop limite le nombre de véhicules du parc automobile puisque les conducteurs (propriétaires de véhicules) sont associés à des passagers (étudiants, voyageurs et autres) souvent sans véhicule. Contrairement à ce type d'organisme, les groupes de covoiturage occasionnels ou fixes rassemblent généralement des propriétaires de véhicules, ce qui n'aide pas à diminuer le nombre de véhicules existant, mais diminue le nombre de véhicules en circulation.
- 2) La ligne **achat d'un véhicule ou d'un droit de passage** suggère des coûts importants pour tous les modes de transport sauf pour le vélo et la marche. Le coût estimé par année pour la possession et l'utilisation d'un vélo est de 200 \$ alors qu'aucun coût n'est associé à la marche.
- 3) La ligne **embouteillage** propose seulement des coûts indirects pour les trois premiers modes de transport (l'auto-solo, le covoiturage et l'autobus) parce que les autres modes de transport sont utilisés en marge du réseau routier. L'autobus et le covoiturage sont moins sujets aux embouteillages puisque ces derniers bénéficient, seulement à certains endroits, de voies réservées pendant les heures de pointe.
- 4) La **sécurité et les accidents** constituent des coûts indirects pour tous les modes de transport puisque l'ensemble des utilisateurs est susceptible d'être victime d'un accident ou d'une collision, même les adeptes des transports actifs.
- 5) **La pollution** ne constitue pas un coût indirect en ce qui concerne l'utilisation de modes de transport tels que le vélo, la marche et le métro. Cependant, il est important de noter que le métro fonctionne à l'électricité. Dans certains endroits dans le monde, l'électricité est produite à partir de méthodes très polluantes. Heureusement, ce n'est pas le cas au Québec puisque la très grande majorité de notre électricité provient de l'hydroélectricité qui est une source d'énergie renouvelable, donc propre.
- 6) Pour ce qui est des **infrastructures**, le métro est particulier puisque la construction d'un réseau souterrain coûte extrêmement cher et n'est pas compatible avec les réseaux de transport conventionnels. De son côté, le vélo se pratique un peu partout mais son usage nécessite tout de même un minimum d'infrastructures afin de rendre la conduite agréable.
- 7) Au niveau de la **santé**, les transports actifs (vélo et marche) et le métro n'ont aucun impact négatif à l'exception des endroits dans le monde où l'électricité est produite à partir de méthodes polluantes. Heureusement, ce n'est pas le cas au Québec.

# ANNEXE 4

(Activité 1, Ma semaine de rêve)

Nom de l'équipe : \_\_\_\_\_

- Trouvez des activités que vous aimeriez faire et inscrivez-les dans les cases « À ton choix ».
- Dans les cases vides, inscrivez le moyen de transport (collectif ou actif) que vous aimeriez utiliser pour vous rendre à chacune des activités de la semaine.

	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
<b>AVANT-MIDI</b>	Partie de soccer ou autre sport avec tes ami(e)s au palais des sports ou dans un parc	<b>À ton choix</b>	Sortie avec tes ami(e)s au centre commercial ou à ton magasin favori	Partie de basket-ball ou autre sport avec tes ami(e)s au palais des sports ou dans un parc	<b>À ton choix</b>	Participation à un tournoi de jeux vidéo ou de danse et de chorégraphie à ton école	<b>À ton choix</b>
Moyen de transport							
<b>APRÈS- MIDI</b>	<b>À ton choix</b>	Visite au Biodôme ou au zoo le plus près	Repas avec tes ami(e)s à ton restaurant préféré	<b>À ton choix</b>	Randonnée pédestre à la montagne au centre de la nature, parc provincial ou national	Spectacle de ton artiste préféré au centre culturel	Pique-nique en plein air
Moyen de transport							
<b>EN SOIRÉE</b>	Visionnement de la nouveauté cinéma ou vidéo	Baignade à la piscine municipale ou à la plage municipale	<b>À ton choix</b>	Match de hockey du Canadien ou de ton équipe locale	Fête organisée chez un(e) de tes ami(e)s	<b>À ton choix</b>	Visite chez ton meilleur ami ou ta meilleure amie
Moyen de transport							

# ANNEXE 5

(Activité 2, En ville, il faut que ça grouille !)

## SUGGESTIONS D'AMÉLIORATIONS :

- Arrêt d'autobus ou de train mal éclairé et/ou dangereux
- Absence de piste cyclable
- Piste cyclable dangereuse
- Horaires d'autobus à redéfinir
- Circuits d'autobus à modifier ou à agrandir
- Absence de trottoirs
- Ajout d'abribus
- Meilleur service à la clientèle en regard des transports en commun
- Ajout de supports à vélo à différents endroits dans la ville
- Sécurité accrue pour les utilisateurs du transport en commun et du transport actif aux alentours de l'école ou d'autres lieux sujets à amélioration

- Diminution des coûts ou gratuité pour les étudiants
- Mettre sur pied des services d'autobus scolaire pédestre ou de cycliste.

Ce type d'autobus virtuel permet aux jeunes de se rendre à l'école de façon sécuritaire tout en faisant de l'exercice physique. Cet autobus, dirigé par un adulte, incite les jeunes à utiliser leur vélo ou à marcher pour se rendre à l'école contrairement aux déplacements en voiture ou en autobus conventionnel.

- Mettre sur pied un service de taxi communautaire ou taxi-bus

Ce type de transport collectif consiste en la fusion du taxi et de l'autobus. Les gens doivent appeler le service de taxi quelques minutes à l'avance afin qu'il puisse préparer le circuit qui lui permettra de faire monter plusieurs personnes sur un même trajet. On retrouve ce type de service dans certaines villes québécoises, dont Rimouski, Sorel-Tracy et Val-D'Or.



## ANNEXE 6

(Mise en situation, thème 2 : médias)



Réponds à ce questionnaire selon les expériences que tu as vécues.

Nom de l'élève : \_\_\_\_\_

1. Est-ce que tu penses que la publicité t'influence?

---

---

2. Nomme une publicité que tu aimes.

---

a. Selon toi, qu'est-ce que les créateurs de cette publicité veulent que tu fasses?

---

b. Est-ce que les informations fournies dans la publicité te donnent le goût d'acheter le produit?

---

c. Est-ce que, dans la publicité, on te dit comment le produit est fabriqué et où il est fabriqué?

---

d. Crois-tu que cette publicité présente toutes les informations?

---

e. Est-ce que les informations qui te sont fournies sont suffisantes pour te permettre de choisir le produit qui te convient le mieux?

---

3. Est-ce que tu as déjà effectué un achat sous l'influence d'une publicité et qu'ensuite tu en as été déçu? Si oui, quel produit était-ce?

---

4. Regarde autour de toi et nomme trois marques de chaussures et trois marques de vêtements.

---

Pourquoi crois-tu que tes camarades portent ces marques?

---

5. Est-ce que tes camarades et toi êtes influencés par la publicité?

---

# ANNEXE 7

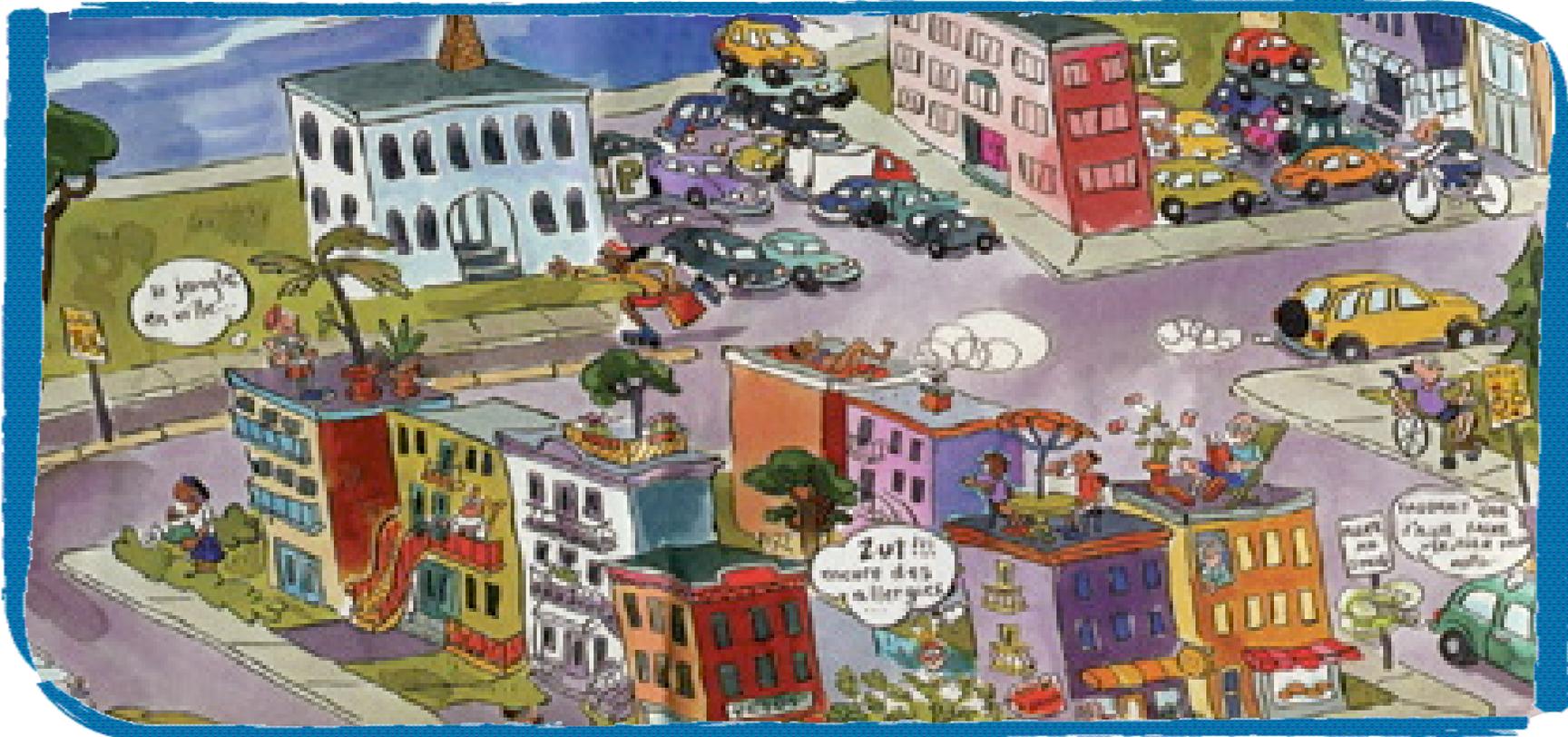
(Activité 3, Dis-moi ce que tu conduis et je te dirai qui tu es)

Nom de l'élève : \_\_\_\_\_

Marque de l'automobile dans ma publicité : \_\_\_\_\_

Modèle de l'automobile dans ma publicité : \_\_\_\_\_

À l'aide de la grille présentée aux pages suivantes, identifie les thèmes qui se retrouvent dans la publicité que tu as enregistrée (colonne Ma publicité). De retour en classe, tu pourras faire la même chose avec les publicités de tes camarades en inscrivant leur nom en dessous du mot Pub. Lorsque ce sera ta publicité qui sera présentée, tu n'auras qu'à laisser l'espace vide.



## Explications de chacun des thèmes présentés dans la grille aux pages suivantes

<b>1-Pouvoir</b>	Lorsque la publicité mentionne des mots comme ceux-ci : être maître de la route, être en mesure de décider de ce que je veux faire, ne pas se soucier des autres, n'en faire qu'à sa tête, etc.	<b>20-Personnalité</b>	Lorsque la publicité sous-entend que la voiture vous permet de démontrer à tous vos voisins votre vraie nature, ce que vous êtes vraiment, qu'en possédant la voiture, vous affichez vos goûts, vos aspirations, vos attentes dans la vie.
<b>2-Supériorité</b>		<b>21-Ma gang et moi</b>	Lorsque la publicité sous-entend que grâce à cette voiture vous aurez de nombreux amis, vous serez «cool».
<b>3-Domination/contrôle</b>		<b>22-Pas cher/déjouer le système</b>	Lorsque la publicité sous-entend que vous êtes doué et que vous réussirez à déjouer le système grâce aux faibles taux de financement et aux paiements peu élevés.
<b>4-Performance</b>	Lorsque la publicité parle de performance (exemple : moteur de 3,2 litres, 150 chevaux-vapeur, etc.), de ce que la voiture peut faire si on la pousse à fond.	<b>23-Économie</b>	Lorsque la publicité fait mention du prix de la voiture tout simplement.
<b>5-Puissance</b>		<b>24-Prix</b>	Lorsque la publicité mentionne que la voiture permet d'économiser puisqu'elle consomme peu d'essence.
<b>6-Dynamisme</b>		<b>25-Faible consommation</b>	Lorsque la publicité mentionne que la voiture provoque peu d'impacts sur l'environnement. Elle est conçue en fonction de l'environnement.
<b>7-Réussite</b>	Lorsque la publicité fait mention ou sous-entend que l'on a réussi notre vie lorsque l'on possède cette voiture.	<b>26-Environnement</b>	Lorsque la publicité sous-entend qu'il s'agit d'une voiture pour les gens intelligents puisqu'elle possède tel accessoire ou encore qu'il s'agit d'une voiture intelligente parce qu'elle est en mesure d'effectuer telle ou telle chose.
<b>8-Jeunesse</b>	Lorsque la publicité parle des jeunes et s'adresse aux jeunes (une voiture jeune et fouguese).	<b>27-Intelligence</b>	Lorsque la publicité mentionne qu'il s'agit d'une voiture sécuritaire ou qui possède un équipement de sécurité qui en fait la voiture la plus sécuritaire sur le marché.
<b>9-Éternelle jeunesse, redevenir jeune</b>	Lorsque la publicité sous-entend qu'en achetant cette voiture on redeviendra jeune.	<b>28-Sécurité</b>	Lorsque la publicité sous-entend que la voiture a été construite à l'aide de la meilleure technologie disponible.
<b>10-Loisir/sport</b>	Lorsque la publicité sous-entend qu'avec cette voiture vous pourrez vous permettre des activités sportives et des aventures que les autres voitures ne vous permettent pas de faire.	<b>29-Technologie</b>	Lorsque la publicité sous-entend que la voiture convient parfaitement pour l'hiver, que si vous n'avez pas cette voiture en hiver, vous êtes mal pris.
<b>11-Aventure</b>		<b>30-Hiver</b>	Lorsque la publicité mentionne que la voiture possède beaucoup d'espace de rangement, qu'elle peut loger de nombreuses choses comparativement aux autres voitures.
<b>12-Sensation</b>		Lorsque la publicité mentionne que la voiture procure telle ou telle sensation ou émotion, qu'elle est destinée aux passionnés, à ceux qui adorent la conduite et qui aiment se balader.	<b>31-Spacieux/logéable</b>
<b>13-Émotion</b>	Lorsque la publicité fait référence au rêve. Selon la publicité, à l'aide de la voiture, vous pourrez vous rendre aux endroits qui vous ont toujours fait rêver.	<b>32-Transport</b>	
<b>14-Passion</b>			
<b>15-Rêve</b>			
<b>16-Liberté</b>	Lorsque la publicité sous-entend que grâce à la voiture tout est permis, que vous êtes libre de faire ce qu'il vous plaît, d'aller où bon vous semble.		
<b>17-Plaisir</b>	Lorsque la publicité mentionne que vous éprouverez du plaisir en conduisant cette voiture, que c'est une voiture agréable à conduire.		
<b>18-Séduction</b>	Lorsque la publicité mentionne qu'il s'agit d'une voiture qui vous séduira ou encore qui séduira votre entourage.		
<b>19-Sexualité</b>			

Thèmes véhiculés	Ma publicité	Pub _____	Total						
1-Pouvoir									
2-Supériorité									
3-Domination/contrôle									
4-Performance									
5-Puissance									
6-Dynamisme									
7-Réussite									
8-Jeunesse									
9-Éternelle jeunesse, redevenir jeune									
10-Loisir/sport									
11-Aventure									
12-Sensation									
13-Émotion									
14-Passion									
15-Rêve									
16-Liberté									

Thèmes véhiculés	Ma publicité	Pub _____	Total						
17-Plaisir									
18-Séduction									
19-Sexualité									
20-Personnalité									
21-Ma gang et moi									
22-Pas cher/déjouer le système									
23-Économie									
24-Prix									
25-Faible consommation									
26-Environnement									
27-Intelligence									
28-Sécurité									
29-Technologie									
30-Hiver									
31-Spacieux/logeable									
32-Transport									



# ANNEXE 8

(Activité 3, Dis-moi ce que tu conduis et je te dirai qui tu es?)



Parmi les modes de transport que vous utilisez, choisissez-en un et répondez aux questions suivantes.

Nom de l'élève : \_\_\_\_\_

1. Quelle est votre voiture ou votre mode de transport? \_\_\_\_\_

2. Type de voiture (4x4, voiture de luxe, mini fourgonnette, voiture standard, compacte, sous-compacte) :  
\_\_\_\_\_

3. À l'aide de la grille ci-dessous, identifiez les trois thèmes qui ont joué un rôle important dans l'achat de votre véhicule ou dans l'utilisation de votre mode de transport. Cochez les trois thèmes choisis.

## THÈMES

Pouvoir	Rester jeune	Séduction	Environnement
Supériorité	Loisir/sport	Sexualité	Intelligence
Domination / contrôle	Aventure	Personnalité	Sécurité
Performance	Sensation	Ma gang et moi	Technologie
Puissance	Émotion	Pas cher/déjouer le système	Hiver
Dynamisme	Passion	Économie	Spacieux/logeable
Réussite	Rêve	Prix	Transport
Jeunesse	Liberté	Faible consommation	Plaisir

4. Sans contrainte d'argent, quelle aurait été la voiture idéale pour vous ?  
\_\_\_\_\_

5. Maintenant, considérant l'impact environnemental provoqué par son utilisation, quel serait le mode de transport que vous aimeriez utiliser à l'avenir ?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



## ANNEXE 9

(Activité 4, Aïe la pub,  
tu trouves pas que t'exagères !)



À l'aide de la publicité que tu as choisie, réponds à ce petit questionnaire au meilleur de tes connaissances.

Nom de l'élève : \_\_\_\_\_

1. Pourquoi la publicité a-t-elle attiré ton attention?

\_\_\_\_\_

2. Qui est l'annonceur (nom de la compagnie)?

\_\_\_\_\_

3. Quelle est son intention?

\_\_\_\_\_

4. Est-ce que tu comprends toute l'information qui est fournie dans la publicité?

\_\_\_\_\_

5. Qu'est-ce que l'annonceur veut nous faire comprendre par les images et les mots qui sont utilisés?

\_\_\_\_\_

6. Est-ce que la publicité te fait rêver, t'inspire des émotions particulières, te donne le goût de faire quelque chose ou d'aller quelque part? Si oui, explique?

\_\_\_\_\_

7. À qui semble s'adresser la publicité?

\_\_\_\_\_

8. Quels sont les thèmes représentés dans la publicité? (L'explication des thèmes se trouve à l'annexe 7)

Thèmes	Oui, ils le sont	Thèmes	Oui, ils le sont	Thèmes	Oui, ils le sont	Thèmes	Oui, ils le sont
Pouvoir		Rester jeune		Séduction		Environnement	
Supériorité		Loisir/sport		Sexualité		Intelligence	
Domination/contrôle		Aventure		Personnalité		Sécurité	
Performance		Sensation		Ma gang et moi		Technologie	
Puissance		Émotion		Pas cher/déjouer le système		Hiver	
Dynamisme		Passion		Économie		Spacieux/logeable	
Réussite		Rêve		Prix		Transport	
Jeunesse		Liberté		Faible consommation		Plaisir	

9. Quelle est la première fonction de tous les véhicules qui existent?

---

10. Est-ce qu'on parle de cette fonction dans la publicité?

---

11. Crois-tu qu'il manque des informations pour faire un achat éclairé?

---

12. Est-ce que la publicité explique comment est fabriqué le véhicule, à quel endroit il est produit et la pollution qu'il provoque? Pourquoi selon toi?

---

13. Crois-tu que l'annonceur se soucie de la pollution causée par l'utilisation du véhicule?

---

14. Quelles informations serait-il préférable d'obtenir avant d'acheter un tel produit?

---

# ANNEXE 10

(Activité 5, Silence on tourne!)

## Définitions de transport en commun

- **Office québécoise de la langue française**

[http://www.granddictionnaire.com/BTML/FRA/r\\_Motclef/index1024\\_1.asp](http://www.granddictionnaire.com/BTML/FRA/r_Motclef/index1024_1.asp)

Système de transport (autobus, métro, tramways, etc.) mis à la disposition du public dans les centres urbains, dont la tarification, les horaires et les parcours sont fixes.

- **Encyclopédie virtuelle**

[http://encyclopedie.sytes.net/encyclopedia.php?title=Transport\\_en\\_commun](http://encyclopedie.sytes.net/encyclopedia.php?title=Transport_en_commun)

Un article de Wikipédia, l'encyclopédie libre.

Les transports en commun sont les modes de transport utilisant des véhicules accessibles à tous, généralement contre paiement. Ils peuvent être gérés soit par un service public soit par une entreprise privée. En général, on compte dans les transports en commun, le train, l'autobus et le trolleybus (en ville), le car (interurbain), le métro, le tramway, le tramway sur pneus ; mais l'avion, le taxi et autres modes disponibles au public peuvent aussi être comptés.

Les transports en commun sont souvent plus efficaces que les transports individuels, en terme d'énergie et de vitesse, à l'exception de l'avion, qui est le mode de transport le plus polluant par passager. En milieu urbain, il convient de noter que le vélo est un mode de transport dont l'efficacité peut dépasser les autres moyens de transport, y compris les transports en commun, en termes de rapidité et de consommation d'énergie.

### Sites Internet traitant du transport en commun

- **Québec Science :**

[http://www.quebecscience.qc.ca/Cyber/1.0/1\\_333\\_374.asp](http://www.quebecscience.qc.ca/Cyber/1.0/1_333_374.asp)

- **Équiterre :**

<http://www.equiterre.org/transport/transportez/>

- **Voyagez futé :**

<http://www.voyagezfute.ca/transCommun.asp?lng=2>

- **Vélo Québec :**

[http://www.velo.qc.ca/fr/reseaux\\_cyclables/transports\\_commun.htm](http://www.velo.qc.ca/fr/reseaux_cyclables/transports_commun.htm)

- **Environnement Canada :**

[http://lavoieverte.qc.ec.gc.ca/dpe/voyagezautrement/dpe\\_main\\_fr.asp?air\\_emp\\_tc](http://lavoieverte.qc.ec.gc.ca/dpe/voyagezautrement/dpe_main_fr.asp?air_emp_tc)

- **Wikipédia, L'encyclopédie Libre :**

[http://fr.wikipedia.org/wiki/Transport\\_en\\_commun](http://fr.wikipedia.org/wiki/Transport_en_commun)



# ANNEXE 11

(Activité 5, Silence, on tourne!)



## 1<sup>e</sup> étape : Distribution des tâches

Qui sera en charge de quoi?

Noms des coéquipiers (ères)	Tâches
N° 1 :	
N° 2 :	
N° 3 :	
N° 4 :	

À l'aide de ces questions, vous serez en mesure de mieux structurer votre travail. Tout au long du processus, prenez le temps de répondre à ces questions.

## 2<sup>e</sup> étape : Recherche

Quelles sont les possibilités de transport qui s'offrent à nous? De quels types de transport en commun pouvons-nous parler?

\_\_\_\_\_

Quel est celui qui nous intéresse le plus? \_\_\_\_\_

Quels sont les points forts du type de transport que nous avons choisi? Quelles caractéristiques font en sorte qu'il se démarque des autres? \_\_\_\_\_

Pourquoi les jeunes choisiraient ce type de transport au lieu de l'automobile? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

### **3<sup>e</sup> étape : Réalisation**

Quel est le format de publicité choisi (publicité papier, publicité radio, publicité télé, bande dessinée) ?

---

Quelle est l'idée originale à partir de laquelle nous développerons notre publicité ?

---

Est-ce que notre publicité sera comique, sérieuse, dramatique, etc.? Quel est le type d'approche qui est choisi ?

---

Comment allons-nous attirer l'attention de notre public cible (les jeunes) ?

---

Est-ce que notre publicité sera avec ou sans parole ?

---

Combien de personnages y aura-t-il ?

---

Quel est l'impact souhaité de notre publicité sur les jeunes ?

---

*Prenez quelques minutes pour vérifier l'orthographe.*

### **4<sup>e</sup> étape : Présentation**

Sommes-nous en mesure d'expliquer ou de présenter clairement notre publicité?

---

Est-ce que l'idée générale est bien claire pour tous les membres de l'équipe?

---



# TEXTES

Les médias et les transports  
L'ABC des transports



## Les médias et les transports

La publicité fait partie de notre quotidien. Ceci est d'autant plus vrai en ce qui concerne la publicité automobile. Très rares sont les journaux, les magazines, les chaînes de télévision, les chaînes de radio, les événements spéciaux, les affiches publicitaires, et autres types de véhicules médias qui n'ont pas, un jour ou l'autre, conclu un contrat de publicité avec un constructeur automobile. Ces derniers dépensent des sommes colossales pour assurer leur présence et être vus par l'ensemble de la population. Peu de gens réalisent à quel point nous sommes submergés par les publicités automobiles. Les messages véhiculés sont à l'occasion d'une aberrance et d'une grossièreté éloquentes, n'hésitant pas à promouvoir l'égoïsme, le pouvoir et la domination, bref, un ensemble de valeurs pour le moins choquantes.

Afin d'outiller les enseignants qui réaliseront les activités proposées, nous avons écrit ce court texte démontrant à quel point l'emprise de l'industrie automobile sur les médias est importante, voire accablante. Quelques auteurs ont traité de ce sujet de façon plus complète, nous n'avons rassemblé que l'essentiel de leur propos dans le but de mieux saisir le phénomène *automobile* qui monopolise les médias québécois, canadiens et internationaux. Parce qu'il est maintenant clair que le secteur des transports constitue l'une des principales sources d'émission de gaz à effet de serre au Canada, nous devons sensibiliser les jeunes à l'importance de la couverture médiatique accordée à cette industrie.

### QUELQUES DÉFINITIONS UTILES

**LES MÉDIAS** : Les médias exercent un rôle d'informateur déterminant dans la vie quotidienne des individus et des communautés. Ce rôle ne se limite pas à leurs seuls journaux quotidiens. Il englobe leurs magazines, leurs stations de radio, leurs chaînes de télévision, leurs sites web et quantité d'autres produits médiatiques. Par l'information générale ou spécialisée, par la diffusion d'œuvres de fiction, de musiques, de chansons, de spectacles et d'images de toutes sortes, par la promotion de leurs produits et les publicités qu'ils diffusent, les médias contribuent à former l'opinion publique en matière de vie sociale, politique et économique. (reseau-crem.qc.ca)

**LA PUBLICITÉ** : 1. Le fait de rendre public, de porter à la connaissance de quelqu'un une information. 2. Transmission d'un message motivant à un public déterminé : la cible en vue de créer une notoriété, de construire ou modifier une image, de déterminer une attitude, puis un comportement favorable à l'achat d'un produit ou à l'adhésion à une idée. (musedelapub.org)

### L'EMPRISE DE L'INDUSTRIE AUTOMOBILE SUR LES MÉDIAS

Pour développer son marché de façon aussi spectaculaire qu'elle l'a fait jusqu'à présent, l'industrie automobile a dû faire rêver les consommateurs afin de créer chez eux le besoin de posséder des voitures toujours plus puissantes, plus luxueuses et définies selon leurs besoins. Pour y parvenir, celle-ci mise depuis toujours sur l'apport considérable de la publicité et des médias. En 1997, les dépenses publicitaires effectuées par l'industrie automobile représentaient 20 % des dépenses totales en publicité pour le Québec. La proportion des revenus publicitaires de la télévision consacrée à l'industrie automobile s'élevait à 40 %, celle de la radio à 25 %, celle des journaux à 20 % et celle des revues à 25 %. Lorsque plus du quart de vos revenus en publicité dépendent d'une industrie, quelle attitude adopterez-vous envers ses produits? Très rares seront ceux qui les dénigreront, mieux encore, très fréquents seront ceux qui en feront l'éloge. En ce sens, plusieurs jour-

naux proposent à chaque semaine un cahier ou une section spéciale dédiés à l'automobile en plus des nombreuses émissions télévisées qui portent sur le sujet. Il est inaccoutumé de trouver des articles de journaux ou des émissions de télévision qui dénigreront l'automobile. Dans ces conditions, on ne peut s'attendre à une couverture objective et proportionnée de l'automobile et de ses concurrents, les transports en commun.

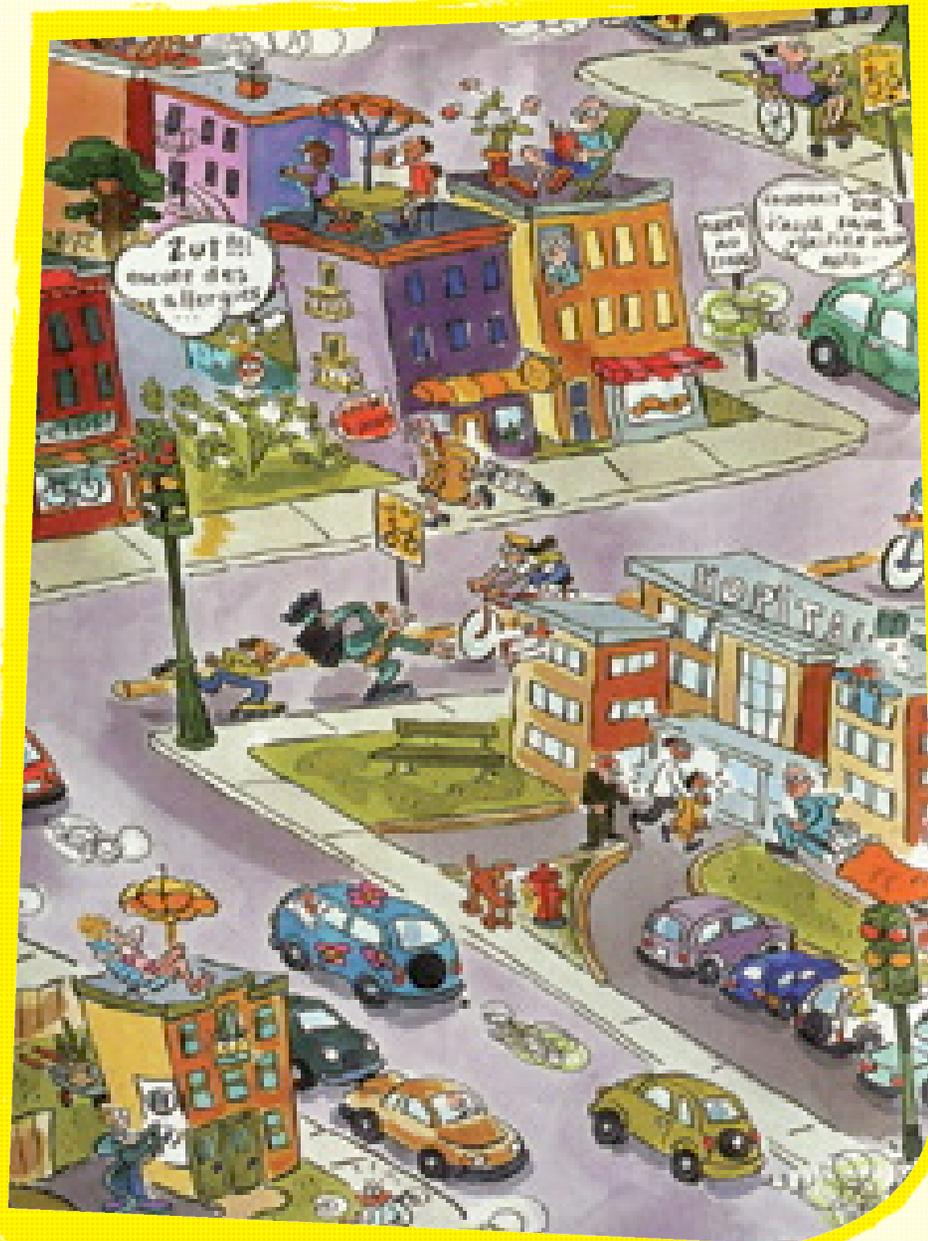
## LA PUBLICITÉ ET L'AUTOMOBILE

Les publicités « s'appuient sur des propriétés du monde réel... dans lequel nous vivons, en espérant bien prescrire certains de nos comportements. » (CREM, 2004) La publicité « se prête au jeu de l'exagération, de l'emphase, de l'impossible, et de la séduction, par des stratégies de persuasion d'ordinaire très subtiles. » (CREM, 2004)

La publicité automobile cherchera à satisfaire les intérêts du plus grand nombre de consommateurs en invoquant une foule de concepts parfois contradictoires (intelligence, prix, sécurité, technologie, aventure, sensualité, puissance, animalité, domination, supériorité, plaisir, sensations, émotion, rêve, liberté). La liberté, entre autres, est un concept fréquemment utilisé par les publicités de véhicules utilitaires sports (VUS). On y voit des images symbolisant le grand air, des lieux champêtres, des pro menades en nature et de jeunes utilisateurs semblant avoir un revenu élevé. D'autre part, la publicité automobile affiche très rarement le rôle premier de l'automobile, soit le déplacement de personnes ou de marchandises.

*« Une automobile ne sert pas à se déplacer, mais à partir à l'aventure. À son volant, on ne traverse pas la ville, mais la jungle urbaine. »*

(Bergeron, 1999)





Ce type de publicité va même jusqu'à légitimer des valeurs négatives comme l'égoïsme, le plaisir d'être envié par les autres ou de les contrôler. Malgré les nombreuses facettes exploitées par l'industrie automobile, cette dernière oriente maintenant sa stratégie vers trois cibles majeures :

1. « Premièrement, attiser les pulsions primaires des hommes, réveiller l'animal en eux, et flatter leur vanité naturelle, en leur offrant des jouets mécaniques de plus en plus puissants et performants, par conséquent toujours plus chers;
2. Ensuite, motoriser les femmes, en les convainquant que l'automobile est synonyme d'émancipation, d'affirmation, d'autonomie, de liberté;
3. Finalement, motoriser les jeunes, en leur offrant de les transformer instantanément d'adolescents anxieux en demi-dieux, les convaincre que l'automobile est le moyen d'accès obligé à tous les plaisirs, et tout particulièrement au plaisir sexuel. » (Bergeron, 2001)

L'automobile demeure un puissant symbole de réussite sociale, de richesse et de liberté. À l'opposé, les transports en commun sont malheureusement souvent perçus comme des moyens de transport réservés aux pauvres, aux étudiants, aux personnes âgées et aux groupes ethniques. Il s'agit d'une des raisons qui expliquent pourquoi les transports en commun ne bénéficient pas d'une popularité comparable à celle de l'automobile. Les constructeurs automobiles bénéficient donc de cet apport considérable des médias qui louangent davantage l'automobile comparativement aux autres modes de transport.

« La publicité, c'est la science de stopper l'intelligence humaine assez longtemps pour lui soutirer de l'argent. »

Stephen Leacock, Extrait de *Garden of Folly*

## L'ÉCONOMIE DE LA PUBLICITÉ AUTOMOBILE

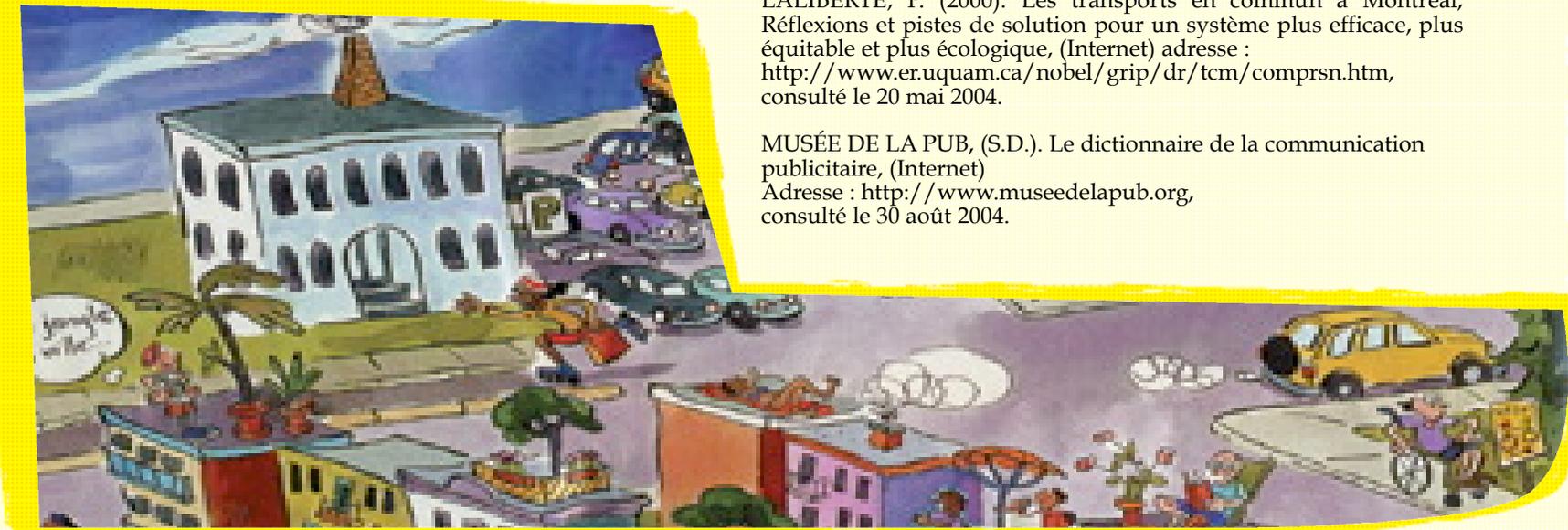
Le poids énorme des intérêts économiques en jeu explique les sommes importantes que l'industrie automobile consacre à la publicité afin de susciter chez le public un intérêt pour ses produits. Il ne faut pas se le cacher : si les fabricants automobiles prétendent qu'ils ne font que répondre aux demandes des consommateurs, ils prennent bien soin de dissimuler les efforts considérables qu'ils déploient pour créer et modeler ces « demandes » en fonction de leurs propres intérêts !

L'industrie automobile est parvenue, au fil des ans, à convaincre la population québécoise que l'automobile était la solution. En effet, de 1995 à 2002, le taux de motorisation a augmenté de 7,4 % alors que la croissance démographique n'augmentait que de 2,1 % pour la même période. Pendant ce temps, les dépenses annuelles pour les véhicules neufs sont passées de 7,8 milliards \$ CAN à 12,1 milliards \$ CAN (Bergeron, 2003).

Les constructeurs automobiles réussissent, depuis plusieurs années, à convaincre les Québécois qu'ils ont besoin de véhicules plus puissants, plus chers et d'autant plus polluants. En Europe, la consommation moyenne de carburant des véhicules commercialisés en 2012 sera de 4,4 l/100 km alors que pour l'Amérique du Nord on prétend qu'il serait impossible de descendre sous la barre des 10 l/100 km parce que le marché exige des véhicules toujours plus lourds et plus puissants. Avons-nous réellement besoin des véhicules qui nous sont proposés? Ne serait-ce pas les constructeurs automobiles qui ont persuadé les consommateurs que tels ou tels types de véhicules étaient nécessaires? Poser la question, c'est y répondre. Cependant, très peu de gens réalisent l'ampleur de la situation et ne remettent en question le pouvoir exercé par l'industrie automobile sur nos modes de vies, nos choix et d'abord et avant tout sur notre santé.

À l'instar des sommes astronomiques d'argent investies par les fabricants automobiles pour leurs publicités, celles des sociétés de transport en commun semblent dérisoires. Richard Bergeron rapporte, dans *Le livre noir de l'automobile*, que les dépenses en publicité automobile dans les médias (télévision, radio, journaux, revues, affichage extérieur et autre) totalisaient au Québec, en 1997, environ 1 milliard de dollars. De son côté, l'Agence métropolitaine de transport (AMT) prévoyait dépenser durant l'année 2000 environ 420 000 dollars pour la promotion et la publicité des transports en commun (Laliberté, 2000).

C'est donc dire que des actions de sensibilisation auprès des plus jeunes sont primordiales afin qu'ils puissent critiquer et remettre en question les informations qui leur parviennent. Il est préférable de prendre les choses en main et d'agir maintenant avant qu'il ne soit trop tard.



## RÉFÉRENCES

BERGERON, R. (2003), *L'économie de l'automobile au Québec*, Les Éditions Hypothèse, 69 p.

BERGERON, R. (2001), *Mettre fin à la bêtise automobile*, conférence pour l'événement Revenons sur Terre, présenté le 1<sup>er</sup> mai 2001, à l'aréna Maurice-Richard.

BERGERON, R. (1999), *Le livre noir de l'automobile*, Les Éditions Hypothèse, 435 p.

CENTRE DE RESSOURCES EN ÉDUCATION AUX MÉDIAS, (S.D.).  
Le monde des informations dans les médias, (Internet)  
Adresse : <http://www.reseau-crem.qc.ca/projet/sens1.htm>,  
consulté le 13 mai 2004.

CENTRE DE RESSOURCES EN ÉDUCATION AUX MÉDIAS, (S.D.).  
L'éducation aux médias, 18 p., (Internet)  
Adresse : <http://www.reseau-crem.qc.ca/projet/medias.htm>,  
consulté le 30 août 2004.

LALIBERTÉ, P. (2000). Les transports en commun à Montréal; Réflexions et pistes de solution pour un système plus efficace, plus équitable et plus écologique, (Internet) adresse :  
<http://www.er.uquam.ca/nobel/grip/dr/tcm/comprsn.htm>,  
consulté le 20 mai 2004.

MUSÉE DE LA PUB, (S.D.). Le dictionnaire de la communication publicitaire, (Internet)  
Adresse : <http://www.museedelapub.org>,  
consulté le 30 août 2004.



## L'ABC des transports

### INTRODUCTION

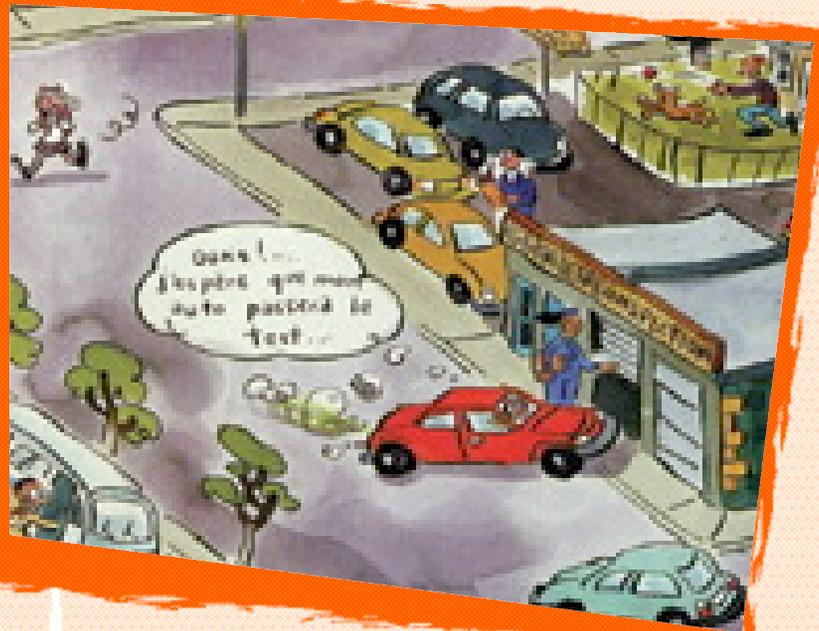
Lorsqu'un futur acheteur se rend chez un concessionnaire pour acheter une voiture, est-il en mesure de dire combien lui coûtera par année la possession et l'utilisation d'un véhicule? Sera-t-il en mesure d'identifier les impacts que provoquera l'utilisation de son véhicule sur sa santé et celles des autres? Hormis les coûts directs reliés à l'achat d'un véhicule, il ne faut pas sous-estimer les impacts indirects que provoquera l'utilisation d'un tel engin. La pollution et les accidents sont quelques-unes des conséquences résultant de l'utilisation d'une automobile qui menacent notre santé et celle de l'environnement. Ces conséquences sont mieux connues du grand public, mais qu'en est-il des autres impacts plus subtils comme la sédentarité et la nuisance reliée au bruit ?

Afin d'éclairer les enseignants qui réaliseront les activités proposées, nous avons écrit ce court texte portant sur les coûts directs et indirects provoqués par l'utilisation de l'automobile. Cette liste ne fait qu'effleurer le sujet puisqu'il existe une panoplie de sites Internet et de documents papiers qui en font une analyse plus poussée. Nous avons préféré dresser un portrait succinct dans le but d'éclairer les enseignants sur les différentes pistes de solution.

### LES COÛTS DIRECTS RELIÉS À LA POSSESSION D'UNE AUTOMOBILE

Nous vous présentons, ici, une liste ainsi qu'une courte explication des coûts directs qui se rattachent à l'utilisation et la possession d'une automobile.

- A. Le **coût à l'achat** constitue le prix de l'automobile en lui-même. À cela, il faut ajouter les taxes de vente s'y rattachant.
- B. Si vous ne payez pas votre automobile en totalité à l'achat, il est fort probable que vous devrez contracter un prêt personnel à votre banque. Pour ce faire, la banque vous facturera un pourcentage d'intérêt sur ce montant, il s'agit du coût de **financement**.
- C. Il est évident que toute personne responsable aura des **assurances** pour son automobile en cas d'accidents, de vols, de feu ou de vandalisme. Des coûts annuels, parfois mensuels, sont à prévoir.
- D. Au Québec, en 2003, 4 655 612 personnes possédaient un permis de conduire valide et 5 063 449 voitures étaient immatriculées à la SAAQ (Société de l'assurance automobile du Québec). Le **permis de conduire** et les **immatriculations** sont des frais inévitables pour tous les propriétaires d'automobile.
- E. Le **carburant** est un facteur important à envisager puisque le pétrole, tout comme l'ensemble des produits sur le marché, est soumis aux aléas de l'offre et de la demande; moins il y aura de pétrole disponible, plus les prix augmenteront. En ce sens, certains experts prévoient que « la



moitié des réserves mondiales de pétrole aura été exploitée d'ici le début de la prochaine décennie; à partir de ce moment, la production commencera à diminuer. »(Centre pour un transport durable, 1999)

F. Lorsque nous nous déplaçons en voiture, il ne faut pas oublier que nous aurons éventuellement à stationner notre bolide. On dit que pour chaque voiture il faut environ quatre **espaces de stationnement** parfois payants (parcours et centre-ville) et parfois gratuits (centre d'achats, etc.).

G. Les changements de saison nous rappellent qu'il faut également changer nos **pneus**. Certains préféreront des pneus quatre saisons alors que d'autres aimeront mieux des pneus d'été et d'hiver.

H. Régulièrement, nous devons effectuer un **changement d'huile**. Pour économiser un peu, certains préféreront le faire eux-mêmes, mais d'une façon ou d'une autre, des coûts s'y rattachent.

I. En plus des changements d'huile, les plus assidus effectueront régulièrement des **visites chez le garagiste** pour procéder aux vérifications d'usage. L'inspection et l'entretien régulier des véhicules sont des solutions efficaces pour détecter et régler les problèmes qui pourraient engendrer de plus grandes émissions de gaz à effet de serre.

J. Avec les années qui passent, votre automobile perdra de la valeur. Si vous soustrayez le montant de vente de la voiture à son montant d'achat, vous obtiendrez le montant d'argent perdu imputable à la **dépréciation** de votre voiture.

#### SELON LE CAA

Dans le but de vous donner une idée concrète des coûts d'utilisation et de possession d'une voiture, nous vous présentons l'analyse effectuée en 2004 par l'Association canadienne des automobilistes (CAA) pour une Chevrolet Cavalier Z24 et une Dodge Caravan.

#### Le coût annuel total pour le fonctionnement et la propriété d'une voiture

Type de voiture	Coût total
<b>Chevrolet Cavalier Z24</b>	9072,00 \$
<b>Dodge Caravan</b>	9809,00 \$

La conclusion de cette étude est la suivante : **selon la CAA, il coûte en moyenne 9809,00 \$ par année pour posséder et utiliser une Dodge Caravan et 9072,00 \$ pour une Chevrolet Cavalier Z24.**

#### SELON ÉQUITERRE

Toutefois, cet exercice ne serait complet sans la comparaison des coûts de transport pour deux adultes qui ne possèdent pas de voiture et qui ne se déplacent pas à l'aide de leurs propres véhicules. L'organisme Équiterre, organisme non gouvernemental réputé de Montréal, a effectué cet exercice pour deux



personnes qui habitent la grande région de Montréal et qui utilisent le *Cocktail Transport* (déplacements effectués à l'aide du vélo, de la marche, des transports en commun, du taxi et parfois d'une voiture louée). Selon leurs calculs, seulement 5213,00 \$ seraient nécessaires pour l'ensemble de leurs déplacements pendant une année. Toujours selon Équiterre, il leur en coûterait 17 965,00\$ s'ils se déplaçaient tous les deux en automobile pendant un an. Il s'agit d'une économie annuelle de près de 13 000,00 \$! Un montant d'argent qui peut être investi dans les loisirs, les vacances ou encore servir d'épargne pour la retraite. **Il devient d'autant plus motivant d'utiliser le transport en commun lorsque l'on sait que son coût moyen par déplacement est cinq fois moins cher que pour l'automobile** (Bergern, 2003).

**L'achat d'une automobile constitue un investissement important et bien souvent une perte d'argent.** Pour les jeunes élèves âgés de 10, 12 ou 15 ans, la voiture représente parfois l'Eldorado. Pour certains d'entre eux, dès qu'ils auront atteint l'âge de conduire, ils en profiteront pour s'acheter une voiture. Mais comment les adolescents peuvent-ils faire pour se payer une voiture alors qu'ils étudient à temps plein? Une des options qui s'offrent à eux est de travailler les soirs et week-ends, une situation qui peut les entraîner, dans certains cas, vers le décrochage scolaire.

## LES COÛTS INDIRECTS RELIÉS À LA POSSESSION ET À L'UTILISATION D'UNE AUTOMOBILE

### A. LES ACCIDENTS DE LA ROUTE

L'automobile est responsable chaque année d'un nombre important de blessés légers et graves, d'handicapés pour la vie et de morts. Pour l'année 2003, au Québec, les accidents corporels de véhicules routiers représentent 56 516 victimes (**621 morts, 6 072 blessés graves et 49 823 blessés légèrement**). Selon Michael Robinson, directeur de la conception au Centro Stile Fiat : « Les fabricants d'automobiles sont de mau-

vais citoyens corporatifs qui tuent deux millions d'êtres humains par an. » « Il est temps de réaliser que les morts causés par l'automobile sont bien plus nombreux que n'importe quel autre fléau. » Annuellement, 3 000 personnes meurent au Canada, 42 000 aux États-Unis et 216 000 en Inde! (McKenna, 2004) Depuis l'invention de l'automobile, il n'y a que les guerres qui ont été plus meurtrières.

« Aujourd'hui, c'est la voiture qui symbolise la virilité. La conduite automobile « virile » fait des milliers de morts chaque année. »

Michel Tournier, extrait d'une interview dans *Libération*  
25 décembre 1999

### B. LES EMBOUTILLAGES

Lorsque nous sommes au volant d'une automobile, il nous est impossible de vaquer à d'autres occupations. Nous devons avoir les yeux rivés sur la route et demeurer concentrés tout au long du parcours. Pour les gens qui se rendent au travail en voiture chaque matin, le temps perdu à la conduite est colossal. Selon une étude que vient de publier le ministère des Transports du Québec en collaboration avec les conseillers ADEC, **le coût socio-économique global de la congestion routière pour la grande région de Montréal s'établit à 778,7 millions \$** (« Outre les coûts liés au temps perdu, les coûts supplémentaires d'utilisation des véhicules, d'achat de carburant et d'émission de gaz ou de polluants atmosphériques sont pris en compte ») (Jolicoeur, 2004). Le temps perdu dû à la congestion, sans compter le temps normal de déplacement, s'élève en moyenne à 15,0 minutes pour la Couronne sud et 15,7 minutes pour la Couronne nord de Montréal. Pendant ce temps, les utilisateurs du transport en commun peuvent lire un livre, planifier leur journée, écouter leur musique ou tout simplement faire une sieste.

### C. LA POLLUTION AUTOMOBILE ET SES IMPACTS SUR LA SANTÉ

L'automobile pollue. La contribution relative du transport à l'émission de ces polluants dans l'atmosphère varie selon le contaminant précis et selon le milieu (urbain ou rural). Il faut faire la distinction entre les phénomènes engendrés par la pollution automobile puisque deux de ces phénomènes, le **smog** et les **gaz à effet de serre**, causent des impacts différents sur la santé

humaine. Le **bruit** est un autre phénomène causé par l'automobile qui provoque des problèmes substantiels aux personnes qui en sont victimes.

#### • LE SMOG

Voyons brièvement les effets sur la santé d'une exposition aux deux composantes principales du smog, soit l'**ozone** et les **PM2.5**. Les PM2.5 sont des matières particulaires (poussières) de 2,5 micromètres de diamètre qui peuvent pénétrer au plus profond de l'appareil respiratoire. On appelle ces dernières des « particules inhalables ». (Ministère de l'Environnement de l'Ontario, 2004)

#### Les impacts du smog sur la santé

1. « **L'ozone (O3)** est un puissant irritant pour les yeux, le nez et les voies respiratoires supérieures, lorsque rencontré à forte concentration... Une étude récente suggère que l'ozone peut aussi jouer un rôle dans le développement de l'asthme chez les enfants.
2. **Les PM2.5** nous préoccupent, car elles pénètrent jusqu'aux alvéoles pulmonaires. L'étude la plus récente a démontré que chaque augmentation de 10µg/m3 dans la concentration moyenne de particules fines dans l'air extérieur est associée avec une augmentation de risque de 6 % de mourir d'une maladie cardio-pulmonaire et de 8 % de mourir d'un cancer pulmonaire (Pope et collègues, 2002). » (Direction de santé publique de Montréal, 2004)

#### • LES GAZ À EFFET DE SERRE

De façon indirecte, lorsqu'on inclut les étapes de fabrication des véhicules jusqu'à la fin de leur durée de vie utile, **les véhicules sont responsables d'environ 40 % des émissions de gaz à effet de serre au Canada, il s'agit du principal contributeur aux émissions de gaz à effet de serre au Canada et donc aux changements climatiques.** Cette tendance vers le réchauffement aura comme impact une augmentation de la fréquence, de la durée et de l'intensité des canicules et une augmentation générale des températures sur l'ensemble de la planète qui à son tour provoquera d'autres répercussions (Direction de santé publique de Montréal, 2004)

#### Les impacts sur la santé et sur l'environnement des gaz à effet de serre<sup>1</sup>

1. **Les canicules** peuvent « ...avoir deux types de conséquences sur la santé, les effets directs et les effets indirects. Le coup de chaleur qui se produit quand le corps perd sa capacité de contrôler sa température (événement rare) est l'effet direct le plus dramatique, car il peut être mortel... Les autres effets directs sont l'épuisement dû à la chaleur et les crampes de chaleur (Auger et Kosatsky, 2002)... Les problèmes indirectement attribuables à la chaleur sont plus fréquents. Ces problèmes résultent habituellement de l'exacerbation d'un état médical chronique chez les personnes âgées en période de canicule, notamment les affections cardiovasculaires, cérébro-vasculaires, respiratoires, neurologiques et rénales. L'augmentation des températures contribue également à l'augmentation de la concentration de plusieurs polluants atmosphériques.
2. **Les températures plus chaudes** pourront accroître la distribution de certains parasites (ex. des virus) transmis par les insectes. Ainsi, des vecteurs tels que des tiques, des moustiques et autres organismes pourraient atteindre le Québec en étendant vers le nord leur actuelle répartition géographique ainsi que la transmission des virus qu'ils portent. L'arrivée au Canada plus rapidement que prévu du virus du Nil occidental est une illustration possible de ce genre de phénomène (Gouvernement du Canada, 2004).

Des scientifiques croient aussi que les températures plus chaudes peuvent augmenter la fréquence et l'intensité des phénomènes météorologiques violents comme les ouragans, les orages, les sécheresses et les inondations. La tempête du verglas au Québec est considérée comme un exemple de ce type de phénomène qui comporte de nombreux risques pour la santé, notamment des risques de blessures, de détresse psychologique et de mort (Gouvernement du Canada, 2004). » (Direction de santé publique de Montréal, 2004)

#### • LE BRUIT

Les sources de bruit sont multiples, ceci est particulièrement vrai pour les grandes agglomérations. Le bruit peut provenir de notre voisinage, d'un restaurant, d'un bar, d'une industrie, mais aussi de différents types

<sup>1</sup> Pour de plus amples informations sur l'effet de serre consultez le site Internet suivant : [http://www.ns.ec.gc.ca/udo/green\\_f.html](http://www.ns.ec.gc.ca/udo/green_f.html).

de transport comme l'avion, le train et la voiture. Peu importe la source, cette nuisance porte atteinte à notre qualité de vie. **Bien qu'il soit difficile d'établir hors de tout doute qu'un problème de santé spécifique est causé uniquement par le bruit, les chercheurs croient que les preuves sont suffisamment nombreuses pour qu'on se préoccupe de la question.** » (www.cybersciences.com) En ce sens, l'utilisation du transport en commun et du transport actif est d'autant plus importante puisqu'elle permet de limiter le nombre de véhicules en circulation et ainsi limiter les risques de nuisance associés au bruit.

## D. L'AMÉNAGEMENT URBAIN ET L'OBÉSITÉ

### • L'aménagement urbain

L'aménagement urbain est un des aspects importants qui modulent nos modes de transports. **Les villes tentaculaires, typiques d'Amérique du Nord, qui encerclent les métropoles semblent créer des situations qui interfèrent sérieusement à la réalisation des objectifs du transport durable.** En effet, ces quartiers de faible densité de population ne permettent pas d'exploiter des systèmes de transport en commun efficaces, ce qui contraint les citoyens à utiliser davantage leurs véhicules personnels. En plus d'inciter les gens à utiliser leurs véhicules personnels, ce type d'aménagement crée de fortes pressions sur les terres agricoles et les boisés de la région. (Conseil régional de l'environnement de Montréal, 2003)

### • La sédentarité et l'obésité

« À défaut d'avoir des données québécoises ou même canadiennes concernant l'impact de la forme urbaine sur l'inactivité physique, nous devons nous fier aux résultats de recherche d'une étude récente réalisée aux États-Unis (Ewing et al., 2003). Selon cette étude, la première en son genre, **les personnes qui résident dans un endroit doté d'un indice d'étalement urbain<sup>2</sup> élevé consacrent moins de minutes par jour à la marche de loisir, sont plus obèses et hypertendues que celles des comtés plus compacts** (Ewing et al., 2003). Cette étude a été réalisée en

comparant 200 000 personnes résidant dans 448 comtés différents, certains très compacts et d'autres pas.

Bien qu'il existe d'autres variables qui peuvent expliquer l'association observée entre l'étalement urbain et l'obésité, les auteurs de cette recherche précisent d'entrée de jeu qu'ils n'ont pas observé de différence dans le volume d'activité physique de loisirs<sup>3</sup>, que l'on habite un comté doté d'un indice d'étalement faible ou élevé. Toutefois, avec cette étude, on a pu démontrer que l'étalement exerçait une influence sur la marche, l'une des formes les plus courantes d'activité physique susceptible d'être intégrée au quotidien. Les auteurs vont même jusqu'à suggérer que la marche de nature utilitaire pourrait être déterminante d'un indice de masse corporelle moins élevé chez les personnes des comtés plus compacts (McCann et Ewing, 2003).

Comme nous l'avons mentionné précédemment, les taux d'obésité et d'embonpoint observés au Québec sont nettement inférieurs à ceux observés aux États-Unis. Toutefois, le lien entre la forme urbaine et certains déterminants de la santé, comme le nombre de minutes consacrées à la marche, pourrait s'avérer similaire ici aussi. » (Direction de santé publique de Montréal, 2004)

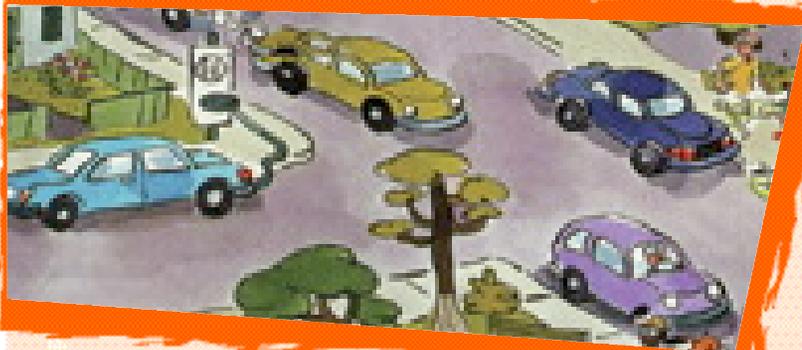
## Conclusion

Comment expliquer que l'automobile soit si aisément acceptée par nos sociétés contemporaines alors que nous savons qu'elle cause autant de dommages? Tout simplement parce que nous avons l'impression d'y trouver plus que notre compte, nous avons le sentiment que l'automobile nous est destinée et que nous ne pourrions faire autrement. C'est pourquoi il est si important de changer la façon dont les jeunes conçoivent les transports et la façon de se déplacer. Le développement des solutions alternatives à l'automobile permettra l'évolution d'une société plus active, en santé et économiquement prospère.

*« À regarder la plupart des villes en Amérique du Nord, on pourrait conclure que le premier principe de nos sociétés est que les voitures doivent être heureuses! »  
Andres Duany, architecte. Le Monde à Bicyclette*

<sup>2</sup> Cet indice est établi à l'aide de plusieurs variables dont la densité, la connectivité des rues, etc.

<sup>3</sup> Jogging, jardinage, golf ou autres activités physiques faites dans les loisirs.



## RÉFÉRENCES

BERGERON, R. (2003), *L'économie de l'automobile au Québec*, Les Éditions Hypothèse, 69 p.

BERGERON, R. (1999), *Le livre noir de l'automobile*, Les Éditions Hypothèse, 104 p.

CENTRE POUR UN TRANSPORT DURABLE (1999). *Bulletin du transport durable*, Mississauga, no 2, p. 2, (février 1999).

CONSEIL RÉGIONAL DE L'ENVIRONNEMENT DE MONTRÉAL, (2003). *Huit principes pour construire la ville du transport durable*, Montréal, 12 p.

CYBERSCIENCES, (20 avril 1998). *Le bruit*, (Internet) Adresse : <http://www.cybersciences.com>, consulté le 5 août 2004.

DIRECTION DE LA SANTÉ PUBLIQUE DE MONTRÉAL-CENTRE, (2004). *Impacts sur la santé publique du transport automobile*, Montréal, 30 p.

JOLICOEUR, M. (2004). *Les coûts de la congestion routière grimpent en flèche*, Les Affaires, Montréal, no22, p. 6, (20 mai 2004).

MCKENNA, A. (2004). *En 2050, conduire un véhicule sera illégal*, La Presse, Montréal, no 180, p. B5, (28 juin 2004).

MINISTÈRE DE L'ENVIRONNEMENT, (30 AVRIL 2004). *Les particules fines*, (Internet) Adresse : <http://www.ene.gov.on.ca/cons/3699f.htm>, consulté le 12 août 2004.

## LEXIQUE

**Abribus** : petite construction destinée à servir d'abri aux utilisateurs du transport en commun, à un arrêt d'autobus.

**Aménagement** : organisation du territoire permettant une meilleure répartition géographique des activités économiques et humaines.

**Banlieue** : ensemble des localités (villes et municipalités) qui entourent une grande ville mais qui n'en font pas partie.

**Coût direct** : dépense d'argent reliée directement à l'utilisation ou à l'entretien d'un moyen de transport.

**Coût d'entretien** : dépense d'argent directement rattachée à l'entretien d'un véhicule ou d'un moyen de transport. Ces coûts sont nécessaires au bon fonctionnement du véhicule ou du moyen de transport. Exemple : changement d'huile, réparation des freins, etc.

**Coût d'utilisation** : dépense d'argent rattachée à l'utilisation d'un véhicule ou d'un moyen de transport. L'utilisation d'un moyen de transport ou d'un véhicule oblige l'utilisateur à déboursier certains montants d'argent. Exemple : paiement des assurances, de l'essence, etc.

**Coût indirect** : ensemble des impacts négatifs que la population doit subir suite à l'utilisation de véhicules et de moyens de transport. Exemple : odeurs nauséabondes émises par certains véhicules.

**Covoiturage** : déplacement de plusieurs personnes pour effectuer ensemble, dans un seul véhicule, un trajet donné.

**Embouteillage** : agglomération de nombreux véhicules ralentissant la circulation de façon importante.

**Étalement urbain** : agrandissement des villes et des banlieues sur des terrains autrefois destinés à d'autres usages (exemple : forêt, champs, terres agricoles, etc.).

**Hydroélectricité** : énergie électrique obtenue par conversion de l'énergie hydraulique provenant des rivières et des chutes.

**Immatriculation** : code composé de lettres et de chiffres attribué par le gouvernement à chaque véhicule en vue de les identifier.

**Infrastructure routière** : ensemble des travaux et des aménagements relatifs aux routes et aux autoroutes.

**Parcomètre** : appareil indiquant le temps de stationnement payant pour les automobilistes et percevant le droit correspondant grâce à un dispositif automatique d'encaissement de monnaie.

**Réseau routier** : ensemble de routes, boulevards, rues, avenues et ruelles d'une région reliés entre eux.

**Sédentarité** : fait d'être sédentaire. Sédentaire : qui sort peu, qui reste ordinairement chez soi, qui ne comporte ou n'exige pas de déplacement.

**Transport actif** : le fait de se déplacer au moyen de son propre corps en faisant une activité physique.

**Transport collectif** : système de transport (autobus, métro, tramways, etc.) à la disposition du public dans les villes, dont la tarification, les horaires et les parcours sont fixes.

**Transport individuel** : mode de transport destiné aux déplacements d'un seul individu.

**Voie réservée** : partie de la chaussée ou de la route réservée uniquement à un type de transport spécifique. Dans les grandes villes, ces voies sont réservées pour les autobus et les gens qui pratiquent le covoiturage.

**Zone d'attente** : lieu désigné pour l'attente d'un mode de transport (exemple : quai d'embarquement, abribus, etc.).

**Zone urbaine** : territoire ou ensemble de territoires qui font partie de la ville.

## RÉFÉRENCES

ENCYCLOPÉDIE DE L'AGORA (2002). *Dossier covoiturage*, (Internet) adresse : <http://agora.qc.ca>, consulté le 20 décembre 2004.

LE PETIT LAROUSSE GRAND FORMAT (1995), *Dictionnaire encyclopédique*, Les Éditions Larousse, Paris, 1872 p.

OFFICE QUÉBÉCOIS DE LA LANGUE FRANÇAISE (S.D.). *Le grand dictionnaire terminologique*, (Internet) adresse : <http://w3.granddictionnaire.com>, consulté le 20 décembre 2004.



Ce document est une réalisation de la Fondation québécoise en environnement



1255, carré Phillips, bureau 706, Montréal (Québec) H3B 3G1  
Téléphone : (514) 849-3323 1-800-361-2503  
Télécopieur : (514) 849-0028  
Courriel : info@fqe.qc.ca <http://www.fqe.qc.ca>

Le projet a été réalisé grâce à la participation financière du Fonds Jeunesse Québec, de l'Agence métropolitaine de transport, de la Direction de santé publique de Montréal et du ministère des Transports du Québec.



Fonds Jeunesse Québec



La CSQ et le mouvement des Établissements verts Brundtland ont contribué à la formation du personnel de l'éducation à l'utilisation du document et à sa diffusion dans le milieu scolaire québécois.



Équipe de réalisation :

- Chargé de projet : **Pascal Lachance**
- Chargé de projet : **Marc-André Masse**
- Graphisme et mise en page : **Cartel.ca**
- Illustratrice : **Anne Villeneuve**

Nous tenons à remercier les personnes suivantes et leurs organismes ; ils ont fait partie du comité consultatif et ont bonifié l'ensemble du projet :

- Richard Bergeron, **Agence métropolitaine de transport**
- Andrée Henri, **Agence métropolitaine de transport**
- Jacqueline Laliberté, **Société de l'Assurance Automobile du Québec**
- Robert Litzler, **Association Québécoise pour la Promotion de l'Éducation Relative à l'Environnement**
- Carole Marcoux, **Commission scolaire de Montréal**
- Jo Anne Simard, **Direction de santé publique de Montréal**



Association québécoise pour la promotion de l'éducation relative à l'environnement



Les partenaires du projet :

