
Secondaire 2
Regroupement 4 : *L'industrie et le commerce*



Aperçu du regroupement

Dans ce regroupement, les élèves examineront divers types d'industries et définiront les principales régions manufacturières en Amérique du Nord et dans le monde. Ils étudieront les relations commerciales du Canada avec d'autres pays et exploreront les tendances économiques contemporaines sur le plan canadien ainsi que sur le plan mondial. Ils prendront conscience d'importants enjeux reliés à l'interdépendance économique croissante des nations du monde et se poseront des questions au sujet des répercussions de cette interdépendance. Les élèves se questionneront également au sujet de leurs propres décisions en matière d'économie en tant que consommateurs et citoyens d'une société industrialisée fondée sur une économie mixte.

Scénario d'enseignement

Le scénario d'enseignement qui suit est proposé à titre de suggestion pour l'ensemble du regroupement. Il se divise en trois phases : la mise en situation, la réalisation et l'intégration.

Afin de faciliter la planification, les RAS du regroupement sont disposés en trois blocs d'enseignement dans la phase de réalisation :

- Bloc 1 : *Les types d'industries*
- Bloc 2 : *Les relations commerciales*
- Bloc 3 : *Les enjeux économiques*



Durée suggérée pour ce regroupement : 22 heures

Phase	Description	Concepts clés
Mise en situation	Éveil des concepts et des connaissances antérieures	Tous les concepts clés du regroupement
Réalisation	Bloc 1 : Les types d'industries	Industrie primaire, secondaire, tertiaire, quaternaire; matière première; main d'œuvre; facteurs de localisation
	Bloc 2 : Les relations commerciales	Importation, exportation, mondialisation, libre-échange, commerce équitable
	Bloc 3 : Les enjeux économiques	Économie mixte, économie du savoir, écotourisme, développement durable
Intégration	Activité de synthèse ou projet culminant	Tous les concepts clés du regroupement

Résultats d'apprentissage spécifiques

Connaissances

L'élève pourra :

- CI-006 donner des exemples de la participation croissante des peuples autochtones dans le secteur industriel et des affaires au Canada,
par exemple l'écotourisme, les médias (Aboriginal People's Television Network), les compagnies aériennes;
- CT-024 situer sur une carte du monde les principaux partenaires commerciaux du Canada et les principaux produits échangés;
- CT-025 situer sur une carte du monde et sur une carte de l'Amérique du Nord les principales régions manufacturières;
- CM-039 définir le concept de mondialisation et nommer des enjeux sociaux qui s'y rattachent;
- CE-046 définir le terme « industrie » et donner des exemples d'industries primaires, secondaires, tertiaires et quaternaires;
- CE-047 identifier des facteurs qui déterminent l'emplacement d'une industrie,
par exemple la disponibilité de sources énergétiques, de matières premières, de la main-d'œuvre; la proximité du marché, le transport; les politiques gouvernementales;
- CE-048 donner des exemples des avantages et des inconvénients d'implanter une industrie manufacturière dans une région particulière;
- CE-049 identifier des enjeux actuels liés à l'industrie et au commerce,
entre autres le développement durable.

Valeurs

L'élève pourra :

- VM-008 reconnaître que ses choix de consommation peuvent avoir des conséquences sociales et environnementales;
- VE-011 reconnaître que ses choix en matière de consommation peuvent avoir des répercussions économiques.

Habilités

Les habiletés en sciences humaines devraient être intégrées tout au long des regroupements. Dans le but de faciliter la planification, un certain nombre de RAS portant sur les habiletés sont visés dans chacun des blocs.



Quelques pistes pour l'enseignement de ce regroupement

Dans ce regroupement, les élèves font la connaissance de plusieurs termes et concepts économiques complexes. Il serait utile de proposer aux élèves d'élaborer un glossaire individuel ou collectif de termes économiques au cours du regroupement. Souvent les termes économiques s'expliquent plus facilement au moyen de diagrammes (réseaux, organigrammes, schémas) ou d'exemples concrets. Il est conseillé d'encourager les élèves à utiliser ces moyens pour expliquer le sens des termes importants et les relations qui existent entre les divers éléments de la géographie économique.

Une ressource utile pour des renseignements sur les termes économiques est la suivante :

Concepts économiques, Économie canadienne (glossaire de termes en ligne sur le site fédéral) :

<http://www.economiecanadienne.gc.ca/francais/economy/concepts.html>

Inciter les élèves à élaborer des définitions en leurs propres mots dans la création du glossaire, sans mémoriser des définitions.

Matériel utile :

Il sera utile de ramasser des revues et des journaux et d'inviter les élèves à recueillir et à découper une collection d'images et d'articles qui se rapportent à l'industrie et au commerce (p. ex. des photos d'usines, de produits manufacturés, de magasins, des exemples de publicité, des images de transports et de technologies, de services et de banques, de systèmes de communication, des informations pour les consommateurs, des actualités touchant l'économie, etc.). Ces images, qui seront utiles pour une variété d'activités, pourraient être organisées par sujet dans des enveloppes étiquetées.

Systèmes d'information géographique

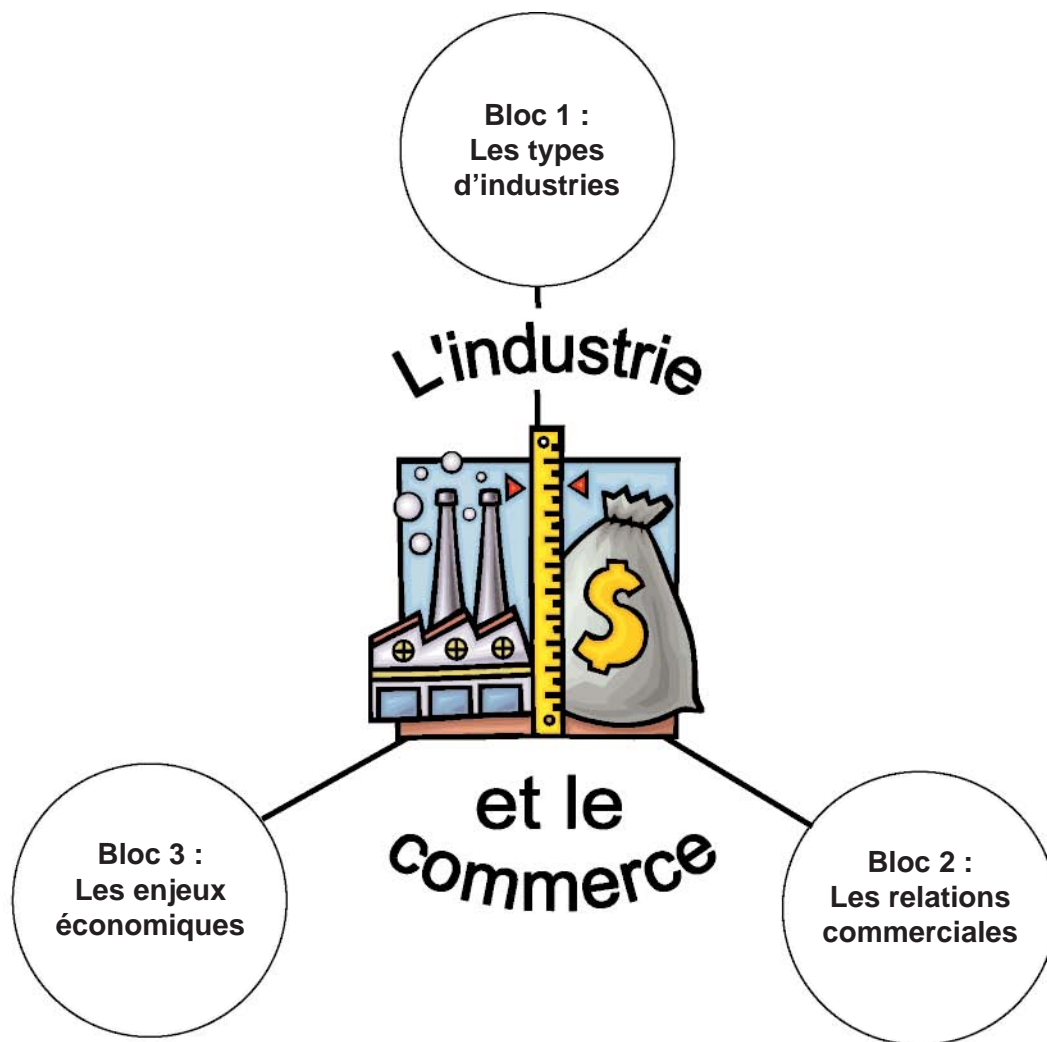


Le symbole du globe indique une activité d'apprentissage qui pourrait se réaliser en utilisant un logiciel SIG dans la création de cartes ou d'autres représentations graphiques ainsi que dans l'analyse de données spatiales.

Ressources éducatives suggérées :

Une liste des ressources éducatives suggérées (ressources imprimées, multimédia et sites Internet) se trouve à la fin du regroupement.





Mise en situation

Activités suggérées

- Proposer aux élèves d'imaginer qu'ils sont membres d'un club de Jeunes Entrepreneurs, et de songer à une entreprise qu'ils aimeraient démarrer dans leur propre communauté. Encourager les élèves à penser en fonction d'une grande variété de possibilités, en tenant compte des commerces et industries qui existent présentement dans leur région. Préciser aux élèves que leur proposition doit être réaliste, convenable à la région et justifiable au niveau économique, d'après ce qu'ils connaissent. Inviter les élèves à remplir la fiche qui se trouve à l'annexe 4.1, en expliquant qu'ils auront la chance de changer leurs choix à mesure qu'ils apprennent davantage sur l'industrie et le commerce.

Annoncer aux élèves qu'à la fin du regroupement, ils seront invités à préparer un plan d'affaires pour l'entreprise qu'ils aimeraient mettre sur pied.

Remarques à l'enseignant :

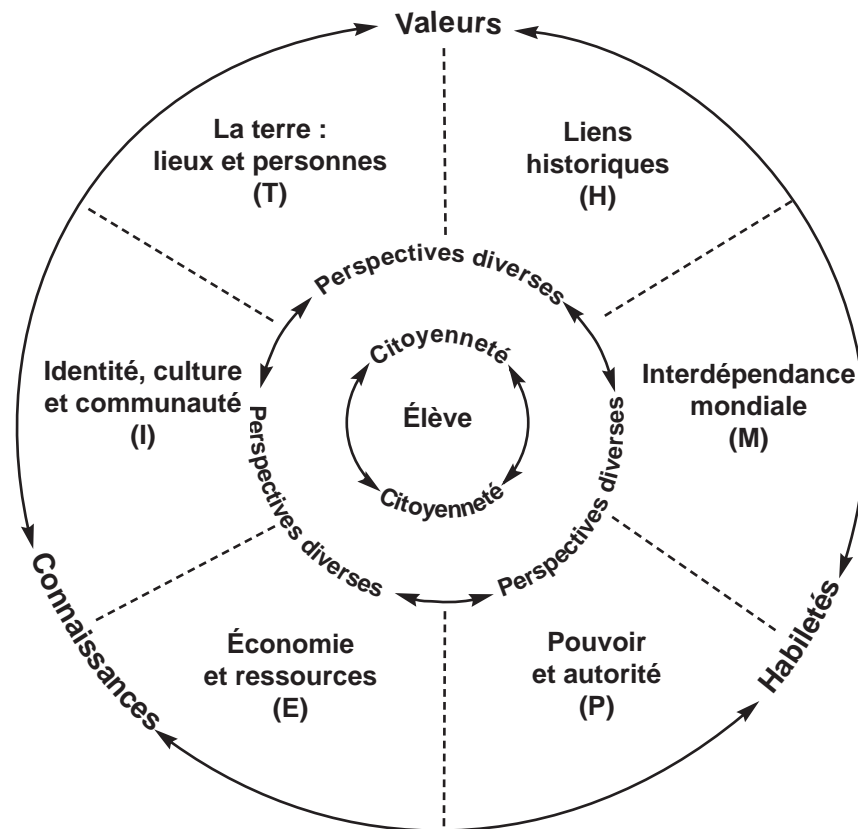
Le but de cette activité n'est pas d'élaborer un plan d'affaires complet, mais de susciter l'intérêt des élèves en faisant ressortir ce qu'ils connaissent au sujet des facteurs qui influencent la réussite d'un projet commercial.

- Présenter brièvement les principaux thèmes du regroupement aux élèves. Inviter les élèves à élaborer un Guide d'anticipation au moyen de l'annexe 4.2, dans lequel ils notent leurs réactions initiales aux énoncés proposés au sujet de l'industrie et du commerce. Leur accorder du temps pour discuter de leurs réactions avec un partenaire. Entamer une discussion pour faire ressortir des questions de nature géographique à explorer au cours du regroupement. Informer les élèves qu'ils reviendront sur les questions soulevées au long du regroupement et qu'ils feront un retour sur le guide d'anticipation à la fin du regroupement.

Remarques à l'enseignant :

En ce qui concerne le Guide d'anticipation (annexe 4.2), il est à noter que, selon les statistiques et les tendances économiques de 2003, les énoncés 2 et 3 sont vrais et les énoncés 1 et 4 sont faux.

- Inciter des groupes d'élèves à participer à un remue-méninges pour nommer des exemples d'industries et de commerces dans leur collectivité ou leur région de la province. Encourager les élèves à baser leur inventaire sur les emplois, les produits et les services disponibles aux membres de leur communauté (p. ex. usines, entreprises, produits manufacturés, magasins et boutiques, transports, communications, banques et autres services). Inviter les élèves à classifier les exemples recueillis selon des catégories de leur choix. Proposer aux élèves de choisir une catégorie d'industrie en particulier et de recueillir, tout au long du regroupement, des images ou des textes qui s'y rapportent. Expliquer qu'ils prépareront, à partir des images et des textes répertoriés, un album collectif consacré au type d'industrie sélectionné.
- Proposer aux élèves de générer une banque de mots aussi vaste que possible concernant l'industrie et le commerce. Afin de les orienter, présenter brièvement les concepts clés du regroupement. Guider les élèves dans l'élaboration d'une définition d'un des concepts économiques, en les encourageant à créer un symbole ou une image pour représenter le terme. Expliquer aux élèves qu'ils prépareront, au cours de ce regroupement, un glossaire individuel ou collectif de termes économiques.



Réalisation

Bloc 1 – Les types d'industries

Résultats d'apprentissage de ce bloc

L'élève pourra :

- | | |
|--------|--|
| CT-025 | situer sur une carte du monde et sur une carte de l'Amérique du Nord les principales régions manufacturières; |
| CE-046 | définir le terme « industrie » et donner des exemples d'industries primaires, secondaires, tertiaires et quaternaires; |
| CE-047 | identifier des facteurs qui déterminent l'emplacement d'une industrie,
<i>par exemple la disponibilité de sources énergétiques, de matières premières, de la main-d'œuvre; la proximité du marché, le transport; les politiques gouvernementales;</i> |
| CE-048 | donner des exemples des avantages et des inconvénients d'implanter une industrie manufacturière dans une région particulière; |
| H-302 | tirer des conclusions et prendre des décisions à partir de recherches et de preuves; |
| H-404 | dégager, préciser et répondre à des questions, à des idées et à divers points de vue au cours de discussions. |

Remarques à l'enseignant :

Aider les élèves à distinguer, au moyen d'exemples, les industries de types primaire, secondaire, tertiaire et quaternaire et à remarquer que les facteurs relatifs à l'emplacement (facteurs de localisation) varient d'un type à l'autre.

Les industries du type quinaire (p. ex. gouvernement, administration et gestion commerciale, organisations économiques internationales) sont mentionnées dans ce bloc à titre d'information seulement.

Il serait utile de contacter des personnes-ressources de la communauté afin de leur demander de présenter aux élèves des informations pertinentes sur les types de travail, les entreprises, les commerces et les industries dans la région.

Ce bloc offre l'occasion de mettre en pratiques des habiletés cartographiques et d'utiliser des logiciels SIG.



Situations d'apprentissage et d'évaluation suggérées (Bloc 1)

- Diviser la classe en groupes de quatre et distribuer à chaque groupe une copie de l'annexe 4.3, qui propose une variété d'exemples d'industries et de commerces. Demander à chaque groupe de découper les exemples en cases et de les regrouper selon les catégories de leurs choix (p. ex. manufacture, services, ventes, communications, transports, alimentation, etc.). Préciser qu'ils doivent arriver à un consensus sur le titre et la définition de chaque catégorie. Proposer aux élèves de concevoir deux exemples supplémentaires dans chacune de leurs catégories.

Remarques à l'enseignant :

Les élèves pourront également se servir des pages jaunes de l'annuaire téléphonique local pour générer une liste de divers exemples d'industries et de commerces.

Amorcer une discussion au sujet des cinq niveaux ou types d'industrie, en présentant aux élèves les définitions qui se trouvent à l'annexe 4.4 et en les incitant à faire des liens avec leurs titres de catégories. Par la suite, proposer aux élèves de regrouper les cases, ainsi que les exemples qu'ils ont créés eux-mêmes, selon les cinq types d'industries. Vérifier ensemble que les élèves ont bien compris les distinctions et leur demander d'élaborer leurs propres définitions et d'inventer un symbole ou icône représentatif pour chaque type d'industrie.

Demander aux élèves de conserver leurs définitions dans leur glossaire de termes économiques pour des fins d'évaluation.

(CE-046, H-404)

- Présenter aux élèves le jet de mots qui se trouve à l'annexe 4.5 et entamer une discussion dans laquelle ils tentent de concevoir des liens logiques entre ces mots. Proposer à des groupes d'élèves de découper et de répertorier une variété d'images et de textes qui se rapportent à l'industrie ou aux échanges commerciaux (p. ex. annonces publicitaires, photos de produits manufacturés ou de matières premières, photos de personnes au travail, de transports, de services financiers, des manchettes de journaux, etc.). Inviter les groupes à classer les images et les textes en fonction des cinq types d'industries. Suggérer par la suite aux élèves de créer un réseau annoté incorporant les images et les termes recueillis, en reliant les items à moyen de courtes explications des liens qui les rattachent.

(CE-046, H-404)

- Diviser la classe en quatre ou cinq groupes. Chaque groupe sera chargé de se spécialiser dans un des types d'industries suivants :
 - Groupe 1 : le secteur primaire
 - Groupe 2 : le secteur secondaire
 - Groupe 3 : le secteur tertiaire
 - Groupe 4 : le secteur quaternaire
 - Groupe 5 : le secteur quinaire (facultatif)

Proposer aux groupes de faire une courte recherche sur un exemple d'une industrie ou entreprise de ce type dans le but de déterminer les facteurs qui déterminent l'emplacement de cette industrie. Les élèves pourraient se servir du schéma de l'annexe 4.6 pour guider leur recherche.

Demander aux groupes de faire un résumé des facteurs qui déterminent l'emplacement de cette industrie au Canada.

(CE-047, CE-048, H-302)

- Regrouper les élèves en dyades et inviter chaque paire d'élèves à créer une carte simplifiée d'un pays fictif comprenant les éléments suivants :
 - échelle et légende;
 - latitude et longitude;
 - éléments de relief (plaines, montagnes, etc.);
 - cours d'eau, forêts, ressources naturelles, sources d'énergie;
 - zones agricoles;
 - grandes villes ou centres de population;
 - principales routes et chemins de fer.

Inviter les groupes à échanger leurs cartes entre eux. Demander à chaque groupe de prendre une décision collective au sujet de l'emplacement d'une industrie de chacun des secteurs (primaire à quinaire). Les élèves doivent ensuite indiquer sur la carte les chiffres 1 à 5 pour indiquer où ils choisiraient de situer chacune de ces industries. Ils doivent également préparer une liste des facteurs qui ont déterminé leurs choix d'emplacement et tirer des conclusions au sujet des conditions qui sont les plus propices au développement industriel. (Veuillez consulter l'annexe 4.7 pour des renseignements sur cet exercice.)

Accorder du temps aux groupes pour comparer leurs cartes et leurs conclusions. Mener une discussion de classe au sujet des facteurs naturels et humains qui influent sur l'emplacement des industries.

Demander aux élèves de créer un diagramme qui représente les facteurs les plus importants dans la localisation des divers types d'industries.

Remarques à l'enseignant :

Les élèves remarqueront que les facteurs de localisation de certains types d'industries sont très variables, p. ex. les industries quinaires dépendent surtout du réseau de communications et moins de l'environnement naturel; les industries manufacturières (secteur secondaire) dépendent surtout des réseaux de transport, etc.
(CE-047, CE-048, H-302)

- Organiser une consultation communautaire au sujet de l'emplacement d'une industrie du secteur primaire ou secondaire à proximité d'un centre de population au Manitoba. Certaines études de cas possibles sont :
 - Bristol Aerospace (Winnipeg);
 - l'usine Dow BioProducts Ltée (Elie);
 - Penner Farm Services (Steinbach/Blumenort);
 - la production d'engrais Simplot Canada (Brandon);
 - exploitations d'élevage de porcs (près de Brandon);
 - Tembec Paper Company Limited (Pine Falls);
 - New Flyer Industries (Winnipeg);
 - le projet hydroélectrique Wuskwatim (près de Nelson House);
 - la mine INCO (Thompson).

Choisir avec les élèves un enjeu pertinent à leur région de la province.

Distribuer aux élèves des cartes de jeu de rôle pour représenter les diverses personnes qui sont ou qui seront affectées par l'industrie dans leur communauté. (Veuillez consulter l'annexe 4.8 pour des rôles suggérés pour la consultation.)

Inviter les élèves à se regrouper en fonction d'intérêts en commun pour faire leur recherche. Inciter les élèves à représenter leurs personnages d'une manière crédible et fondée sur le contexte réel. Chaque groupe d'intérêt doit nommer un porte-parole pour la discussion et doit préparer des notes de recherche qui comprennent des faits et des arguments pour appuyer sa perspective sur la présence de l'industrie dans leur communauté.

À la suite de la préparation, mener la consultation communautaire. Nommer un animateur qui accordera la parole à chaque groupe d'intérêt à tour de rôle au cours de la consultation. Inviter chaque groupe à présenter sa perspective dans le but de persuader les autres d'accepter sa position. Proposer à l'animateur de faire la synthèse des points de vue présentés.

Mener une discussion de classe au sujet des éléments de la prise de décision concernant le développement industriel, en rappelant aux élèves les principes de la durabilité.

Observer et évaluer les habiletés de communication au cours de la discussion.

(Veuillez consulter l'annexe 4.9 pour une grille d'appréciation suggérée.)

Demander à chaque élève de dresser un tableau pour faire la synthèse des avantages et des inconvénients de la présence de l'industrie dans la région en question.

Le tableau doit tenir compte des effets de l'industrie sur les divers éléments de la population locale ainsi que des facteurs économiques et environnementaux qui entrent en jeu dans une telle décision.

(CE-047, CE-048, H-302, H-404)

- Discuter avec les élèves du phénomène du déplacement de grandes entreprises du secteur secondaire vers des pays moins industrialisés (p. ex. *Nike, Gap*, etc.). Inciter les élèves à réfléchir au sujet des motivations économiques possibles de ce phénomène en tenant compte des facteurs relatifs à l'emplacement des industries manufacturières.
(CE-047, CE-048, H-404)

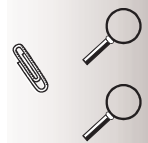
Remarques à l'enseignant :

Les conséquences sociales du phénomène du déplacement de compagnies supranationales seront étudiées plus en profondeur au Bloc 3. Le but de cette discussion est de faire ressortir les facteurs économiques qui déterminent l'emplacement d'industries dans des pays en voie de développement (p. ex. accès à une main-d'œuvre moins dispendieuse, des coûts de production peu élevés, etc.).

- Placer les élèves en groupes de trois ou quatre pour effectuer une recherche sur une industrie importante du secteur primaire ou secondaire en Amérique du Nord. Inviter les élèves à choisir une entreprise en particulier et à faire le bilan des avantages et des inconvénients de la présence de cette industrie dans la région où elle se situe actuellement. Préciser aux élèves de considérer la nature des produits manufacturés, les besoins particuliers de cette industrie et les principaux facteurs relatifs à l'emplacement de cette entreprise. Établir avec les élèves une liste d'éléments prioritaires à rechercher.

Remarques à l'enseignant :

Dans le cas d'une recherche Internet où les élèves consultent des sites commerciaux, il est important de déterminer à l'avance des questions précises et des mots-clés pour guider leur enquête. Certains sites comprennent d'énormes quantités d'informations qui ciblent une grande variété de destinataires (investisseurs, consommateurs, importateurs et exportateurs, journalistes).



Des exemples d'entreprises du secteur primaire ou secondaire au Canada :

- Motor Coach Industries : www.motorcoach.ca
- Bombardier : <http://www.bombardier.com>
- General Motors Canada :
<http://www.gmcanada.com/inm/gmcanada/french/about/Company/trade.html>
- Nygård International : <http://www2.nygard.com>
- Dow Chemical : www.dow.com
- McCain's Foods : <http://www.mccain.com/>
- Alcan Aluminium Ltée : www.alcan.com
- Toyota Motors Manufacturing Canada : <http://www.toyota.ca>

Demander aux élèves de faire un court exposé oral au sujet de l'entreprise qu'ils ont choisie.

(CE-046, CE-047, CE-048, H-302)

- Demander aux élèves de dresser une carte de l'Amérique du Nord indiquant les sites des principales régions manufacturières en relation avec la répartition de la population et à l'emplacement des ressources naturelles. Utiliser ces cartes comme base de discussion au sujet des facteurs de localisation dans le développement industriel.
(CE-046, CE-047, CE-048, H-302)



L'activité précédente peut également se faire au moyen d'un logiciel SIG.

- **Demander aux élèves de créer, en groupe de trois ou quatre, une présentation multimédia qui présente les divers types d'industries et les facteurs relatifs à l'emplacement de ces industries.** Évaluer la présentation en fonction des critères suggérés à l'annexe 4.10.
(CE-046, CE-047, CE-048, H-302)
- Inviter les élèves à envisager quelles régions de l'Amérique du Nord, et quels pays du monde, seraient les principales régions manufacturières. Suggérer aux élèves de considérer une variété de types d'industries secondaires en pensant aux produits manufacturés qu'ils utilisent quotidiennement (p. ex. la fabrication de textiles ou de vêtements, des usines de montage d'automobiles, des raffineries de pétrole, des usines de transformation agroalimentaire, des usines de fabrication de chaussures, la manufacture d'appareils électroniques). Inciter les élèves à fournir des raisons pour appuyer leurs choix. Noter leurs réponses au tableau pour une vérification subséquente.

Proposer aux élèves de repérer dans leur atlas mondial une carte des principales régions manufacturières dans le monde. Inviter les élèves à se poser les questions suivantes :

Quels produits sont fabriqués dans ces régions?

Quelles conditions favorisent le développement industriel dans ces régions?

Pourquoi est-ce que les principales zones manufacturières sont à ces endroits?

Consulter l'*Atlas mondial Beauchemin*, 4^e édition, 2002, pages 80 et 81, pour des renseignements au sujet des principales régions manufacturières dans le monde.

- Fournir une carte muette du monde aux élèves et leur demander d'indiquer sur la carte les principales régions manufacturières et leurs principaux produits au moyen de symboles et de couleurs, en dressant une légende explicative.
(CT-025)

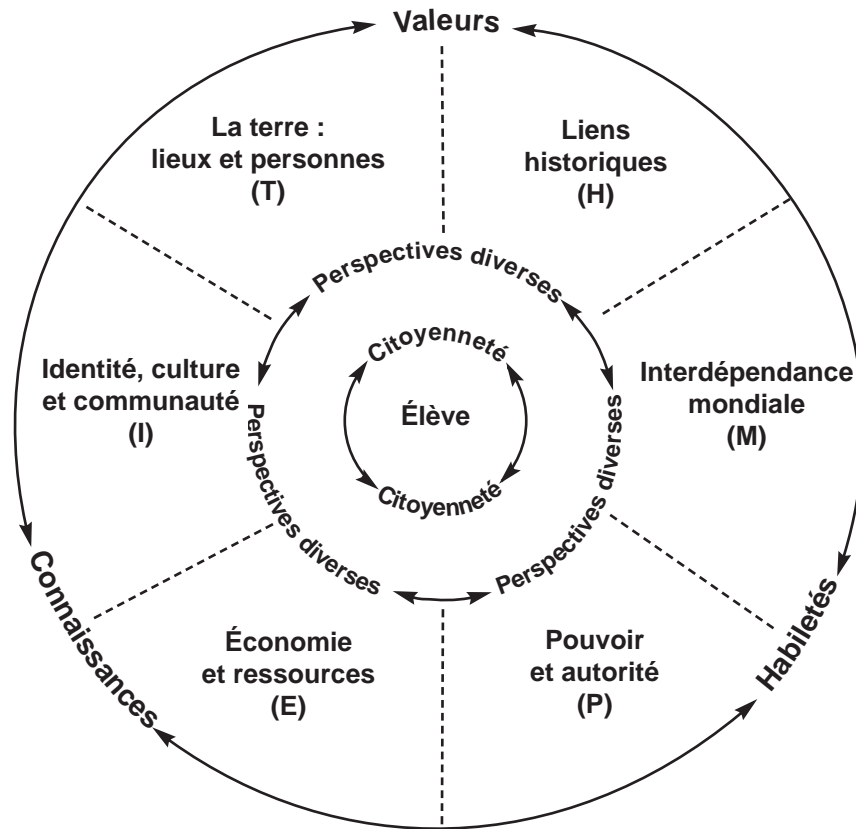


L'activité précédente peut également se faire au moyen d'un logiciel SIG.

Demander aux élèves par la suite de créer un tableau pour résumer ces données en suivant le modèle suggéré à l'annexe 4.11.

(CT-025, CE-047, CE-048)





Bloc 2 – Les relations commerciales

Résultats d'apprentissage de ce bloc

L'élève pourra :

- | | |
|--------|---|
| CT-024 | situer sur une carte du monde les principaux partenaires commerciaux du Canada et les principaux produits échangés; |
| CM-039 | définir le concept de mondialisation et nommer des enjeux sociaux qui s'y rattachent; |
| VE-011 | reconnaître que ses choix en matière de consommation peuvent avoir des répercussions économiques; |
| H-101 | employer une variété de stratégies pour résoudre des conflits; |
| H-107 | prendre des décisions qui font preuve d'une conscience sociale. |

Remarques à l'enseignant :

Le concept de mondialisation est complexe et certaines sources proposent des définitions très politisées. Tout en encourageant les élèves à consulter des sources qui présentent une variété de points de vue, il serait utile de clarifier le sens général du terme au début du bloc. La définition suivante, qui a été élaborée par le Fonds monétaire international, est celle qui est proposée par le Gouvernement du Canada dans son site sur l'économie :

<http://www.economiecanadienne.gc.ca/francais/economy/concepts.html> (juin 2004)

Mondialisation :

Le terme « mondialisation » décrit l'accroissement des mouvements de biens, de services, de main-d'œuvre, de technologie et de capital à l'échelle internationale. Bien que la mondialisation ne soit pas un nouveau phénomène, son rythme a augmenté grâce à la venue des nouvelles technologies, particulièrement dans le domaine des télécommunications.

Il serait utile de demander aux élèves d'assembler un recueil d'articles (reportages, éditoriaux) portant sur les enjeux actuels du libre-échange et de la mondialisation économique. Les inciter à trouver des articles représentant une variété de perspectives. Accorder du temps au début de chaque classe pour discuter avec les élèves des articles recueillis. Pour évaluer la compréhension des concepts, l'enseignant peut choisir une ou deux de ces articles et demander aux élèves de faire une analyse du point de vue présenté.

Liens interdisciplinaires

Les activités de ce bloc sont liées au développement d'habiletés interpersonnelles et de résolution de conflits en éducation à la santé (*Gestion personnelle et relations humaines*).

Situations d'apprentissage et d'évaluation suggérées (Bloc 2)

- Visionner avec les élèves la vidéo « Les délocalisations internationales » (10 minutes), de *Géographie et économie*, Téléquébec (1999). Inviter les élèves à noter les raisons économiques à l'origine des délocalisations internationales et les conséquences socioéconomiques de ces délocalisations d'entreprises de pays industrialisés vers des pays moins développés. Faire une mise en commun des points principaux après le visionnement de la vidéo.
(CM-039, VE-011)

- Proposer aux élèves de faire un sondage sur les marques commerciales et les pays d'origine de leurs vêtements et de leurs chaussures. Inviter les élèves à illustrer ces données sur un graphique collectif.

Inviter les élèves à faire une recherche Internet au sujet d'un des principaux fabricants de vêtements ou de chaussures identifiés au cours du sondage. Mener une discussion pour faire ressortir des questions de recherche telles que les suivantes :

Où se situent les sièges sociaux de ces compagnies?

Pourquoi, d'après vous, ces compagnies ont-elles souvent des usines de manufacture dans des pays moins développés?

Quelles seraient les conséquences sociales de ces délocalisations sur les populations et les économies de ces pays?

À qui s'acheminent la majorité des profits?

Inciter les élèves à repérer des articles de revues ou de journaux ou de sites Internet non commerciaux, au sujet de ces compagnies. Demander aux élèves d'organiser leurs notes de recherche de différentes sources dans un tableau à deux colonnes et d'interpréter leurs résultats pour en tirer leurs propres conclusions. (Consulter le modèle d'un tableau de prise de notes à l'annexe 4.12.)

(CM-039, VE-011)

- Inviter les élèves à réfléchir sur les effets de la technologie et des transports sur le commerce entre les pays. Les inciter à exprimer ce que veut dire l'expression « village global » dans le contexte contemporain et à prendre conscience de l'interdépendance accrue des économies modernes. Présenter aux élèves les mots qui se trouvent à l'annexe 4.13 et les inviter à utiliser ces mots, ainsi que des images de revues ou de journaux, pour créer un diagramme expliquant le concept de mondialisation. Demander à un membre de chaque groupe d'expliquer son diagramme à la classe.

Mener une délibération structurée ou un débat au sujet de la question suivante :

La mondialisation est-elle positive ou négative?

(CM-039, VE-011)

- De manière aléatoire, diviser la classe en deux groupes. Assigner à un groupe la tâche de planifier une campagne publicitaire intitulée « *Soyez responsable – Achetez canadien!* », et à l'autre groupe la tâche de planifier une campagne publicitaire intitulée « *Le monde est un village - Achetez global!* ». Suggérer aux élèves de planifier en groupe les grandes lignes de leur campagne, mais de contribuer individuellement en élaborant chacun sa propre publicité avec le média de leur choix (annonce radio, annonce télévisée, panneau d'affichage, chanson, annonce de revue, etc.).



La campagne doit incorporer des faits au sujet du commerce international, doit présenter des preuves et des raisonnements solides, et doit faire référence aux principaux produits d'exportation et d'importation du Canada.

Présenter aux élèves les critères d'évaluation suggérés à l'annexe 4.14 et évaluer les productions en fonction de ces critères.

(CT-024, CM-039, VE-011, H-107)

Remarques à l'enseignant :

Cette activité peut être conçue comme un genre de compétition entre les deux moitiés de la classe, pour représenter la concurrence à la base de la publicité dans le monde du commerce. Dans ce cas, ils pourront présenter leur campagne à une autre classe, qui agirait en tant que « consommateurs », et leur demander de voter pour la campagne qu'ils trouvent la plus convaincante.

- Demander aux élèves d'expliquer ce qui leur vient à l'esprit lorsqu'ils entendent l'expression « libre-échange ». Faire un remue-méninges et écrire tous les mots au tableau. Discuter avec les élèves du courant social anti-mondialisation. Faire ressortir ce que les élèves connaissent de ce mouvement, p. ex. les manifestations à Seattle en novembre 1999, à Vancouver en décembre 2000 et à Québec en avril 2001, etc.

Présenter aux élèves une vue d'ensemble de ces courants opposés : d'un côté, la tendance vers le libre-échange et les accords commerciaux internationaux, et de l'autre, les manifestations populaires contre la mondialisation économique. Distribuer aux élèves une copie de l'annexe 4.15 pour faciliter la prise de notes et la compréhension du sujet.

Remarques à l'enseignant :

Le schéma proposé dans l'annexe représente une simplification du thème dans le but de le rendre abordable pour les élèves.

(CM-039, H-107)

- Visionner avec les élèves la vidéo « Les unions économiques » (10 minutes), de *Géographie et économie*, TéléQuébec (1999). Demander aux élèves de prendre des notes au sujet des avantages et des inconvénients des accords commerciaux orientés vers le libre-échange. Par la suite, faire une mise en commun des points clés de la vidéo.
(CM-039, VE-011, H-107)

- Placer les élèves en équipes de quatre pour mener une délibération structurée au sujet du libre-échange (consulter l'annexe I pour une démarche suggérée). Accorder aux élèves du temps de recherche et les encourager à trouver et à citer une variété de sources.

Demander aux élèves d'utiliser les connaissances acquises au cours de ce bloc pour créer un dépliant « Guide de l'éthique du consommateur responsable » destiné aux jeunes Canadiennes et Canadiens.

(CM-039, VE-011, H-107)

- **Demander aux élèves d'écrire une réflexion personnelle au sujet de leurs choix de consommation en fonction de ce qu'ils ont appris dans ce bloc.**
(CM-039, VE-011, H-107)

- Présenter aux élèves la question suivante :

Si vous étiez convaincus de l'injustice d'une tendance ou d'une politique socioéconomique, jusqu'à quel point iriez-vous pour manifester votre opposition?

Inciter les élèves à suggérer des exemples pertinents : questions de guerre, questions de droits démocratiques, questions de liberté d'expression, etc.

Inviter les élèves à se positionner selon le continuum suggéré à l'annexe 4.16.

Demander aux élèves de discuter entre eux de leur position par rapport à cette gamme de gestes activistes. Insister pour que chaque élève explique et justifie sa prise de position.

(CM-039, V-011, H-107)

- Expliquer aux élèves qu'une gamme de gestes d'activisme a été posée par les intervenants au cours de manifestations contre la mondialisation et le libre-échange qui ont eu lieu à Québec en avril 2001 pendant le Sommet des Amériques. Le but de ce Sommet était de poursuivre les négociations au sujet de la ZLÉA (Zone de libre-échange des Amériques), une entente qui créerait une union économique des tous les pays des Amériques sauf le Cuba.

Inviter les élèves à visionner le documentaire suivant, qui dépeint les conflits qui ont eu lieu entre la police et les protestataires ainsi qu'entre les groupes de manifestants au cours du Sommet des Amériques :

« Vue du sommet » (3 segments de 30 minutes), un segment de la vidéocassette *Cultiver la paix au XXI^e siècle*, Office national du film, 2002 :

<http://www.onf.ca/vuedusommet/>

À la suite du visionnement de ce film, diviser la classe en groupes hétérogènes de 5 ou 6 membres. (Regrouper des élèves qui ont répondu de manières très différentes aux questions de l'annexe 4.16 sur le continuum de gestes activistes.) Leur tâche sera de mener un jeu de rôle au cours duquel les membres, représentant les divers types d'activistes au Sommet des Amériques, arrivent à résoudre leur conflit d'opinions et à proposer comment ils vont aborder, ensemble, la question du niveau d'agressivité de leur manifestation.

Rappeler aux élèves que le but de cette discussion est de trouver des moyens de résoudre le conflit, et non de convaincre les autres d'appuyer leur propre position. Préciser que les élèves doivent essayer de trouver un terrain d'entente. Avant de se lancer dans la discussion, insister pour que les élèves n'abandonnent pas leurs principes simplement pour arriver à un accord. Faire un remue-méninges de stratégies utiles dans la résolution de conflits (p. ex. négociation, clarification, écoute active, compromis, médiation, feedback positif). Au besoin, demander à des dyades d'élèves de faire une courte démonstration de la stratégie. Accorder quinze minutes pour la discussion ou le jeu de rôle.

Circuler dans la classe et observer les élèves en utilisant la fiche à l'annexe 4.17.

Remarques à l'enseignant :

Il est conseillé de limiter ses interventions au cours d'une telle activité. Si un groupe rencontre beaucoup de difficultés, il serait peut-être utile de nommer un élève comme animateur impartial ou médiateur.

À la suite de la discussion, mener une séance bilan au sujet de l'activité et des positions prises.

Demander aux élèves de faire une autoévaluation à l'aide de l'annexe 4.18.

(CM-039, VE-011, H-101, H-107)



D'autres activités reliées aux gestes d'activisme social et à la résolution pacifique des conflits sont proposées dans le guide de l'enseignant pour accompagner cette vidéo. Le guide *Cultiver la paix* est disponible en ligne au : <http://www.cultivatingpeace.ca/french/>

- Diviser la classe en deux groupes : un groupe représentera les exportations canadiennes vers d'autres pays; et un groupe représentera les importations d'autres pays vers le Canada. Assigner à chaque groupe la tâche de trouver les dix principaux produits d'échange, pour importation et pour exportation respectivement, ainsi que les principaux partenaires commerciaux impliqués.

Demander à chaque groupe de faire une courte simulation, à l'aide d'une carte du monde, pour représenter le genre de produits, le mouvement de ces produits, et les pays expéditeurs ou destinataires.

(CT-024, VE-011)

- Diviser la classe en groupes de quatre ou cinq : un cartographe, un ou deux chercheurs, un dessinateur et un porte-parole. Proposer à chaque groupe de tracer une grande carte du monde sur une affiche. Inviter les élèves à identifier les principaux partenaires commerciaux du Canada à l'aide de l'atlas, de sites Internet ou de sources imprimées.

Inviter chaque groupe à tracer les liens commerciaux sur leur carte mondiale, en indiquant les exportations à partir du Canada à l'aide d'une ligne bleue et les importations vers le Canada à l'aide d'une ligne rouge.

Demander à chaque groupe d'utiliser des symboles pour indiquer sur leur carte les principaux produits d'échange avec ces partenaires commerciaux.

Accorder du temps aux groupes pour faire un court échange d'informations avec un autre groupe.

(CT-024)



L'activité précédente peut aussi se réaliser au moyen d'un logiciel SIG.

Remarques à l'enseignant :

Les élèves pourront utiliser leurs cartes pour illustrer d'autres faits sur le commerce international au cours du bloc.

Les ressources suivantes sont suggérées pour cette activité :

Atlas du Canada Beauchemin, 3^e édition (2002), page 121.

Les partenaires commerciaux du Canada (2001), chapitre 7.

Statistiques Canada : données sur le commerce international :

http://www.statcan.ca/francais/Pgdb/intern_f.htm

Aperçu de l'économie : « Le commerce international » :

<http://canadianeconomy.gc.ca/francais/economy/overview.html#International>

Géographie du Canada : Influences et liaisons (2002), chapitre 32.

- Distribuer aux élèves une copie de l'annexe 4.19 sur le libre-échange et les accords commerciaux. Diviser la classe en groupes de trois pour lire la fiche d'information et discuter de son sens. Fournir à chaque groupe une carte muette du monde (avec divisions politiques) et un atlas. Inviter chaque groupe à dresser une carte illustrant les principaux blocs commerciaux dans le monde au moyen de couleurs et de symboles. La carte doit indiquer le nom des pays impliqués et les acronymes des ententes commerciales. Mener une discussion de classe pour s'assurer que les élèves comprennent ce que c'est que le libre-échange.

(CT-024, CM-039)



L'activité précédente peut aussi se réaliser au moyen d'un logiciel SIG.

- Inviter les élèves à mener une courte recherche sur les pays membres de la Francophonie et de relever un exemple d'appui financier, d'échange culturel ou de projet commercial entre le Canada et un de ces pays. Accorder aux élèves le temps de partager leurs découvertes en petits groupes, et de situer les pays nommés sur la carte du monde.

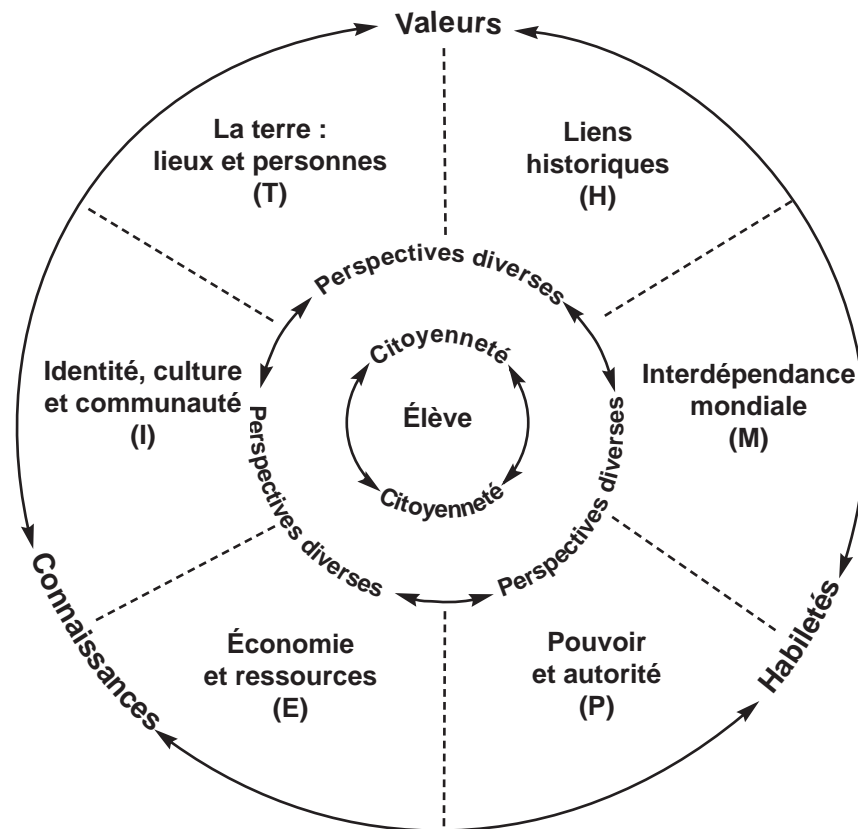
Un site utile pour cette recherche est la suivante :

Affaires étrangères Canada, Le Canada en Francophonie :

http://www.dfait-maeci.gc.ca/foreign_policy/francophonie/member_states-fr.asp

(CT-024, CM-039)





Bloc 3 – Les enjeux économiques

Résultats d'apprentissage de ce bloc

L'élève pourra :

- | | |
|--------|--|
| CI-006 | donner des exemples de la participation croissante des peuples autochtones dans le secteur industriel et des affaires au Canada,
<i>par exemple l'écotourisme, les médias (Aboriginal People's Television Network ou APTN), les compagnies aériennes;</i> |
| CE-049 | identifier des enjeux actuels liés à l'industrie et au commerce,
<i>entre autres le développement durable;</i> |
| VM-008 | reconnaître que ses choix de consommation peuvent avoir des conséquences sociales et environnementales; |
| H-201 | organiser et enregistrer des informations en utilisant une variété de formats et en indiquer correctement la source,
<i>par exemple des cartes, des graphiques, des tableaux, des schémas conceptuels;</i> |
| H-305 | comparer divers points de vue et diverses interprétations dans les médias et d'autres sources d'information; |
| H-402 | exprimer des opinions informées et réfléchies. |

Remarques à l'enseignant :

Encourager les élèves à tenir compte des enjeux économiques actuels en consultant une variété de sources (sites Internet, journaux, reportages, revues). Fournir aux élèves un modèle pour l'enregistrement des sources consultées au cours d'une recherche. (Veuillez consulter l'annexe M pour un modèle suggéré.)

Guider les élèves dans la cueillette d'information dans Internet en leur donnant des adresses de portails et de sites pertinents et en élaborant avec la classe une liste de mots clés à utiliser pour repérer des bons sites pertinents.

Inviter les élèves à choisir leurs propres modalités de présentation d'information (p. ex. des cartes, des graphiques, des tableaux, des organigrammes, des schémas conceptuels) en leur fournissant divers modèles.

Liens interdisciplinaires :

Les concepts de ce bloc portant sur le développement durable ont des liens avec la prise de décision concernant des enjeux STSE (*Science, technologie, société et environnement*) en sciences de la nature.



Situations d'apprentissage et d'évaluation suggérées (Bloc 3)

- Diviser la classe en groupes de sept ou huit personnes. Donner à chaque groupe une grande pancarte et un stylo feutre. Distribuer à chaque élève une douzaine de petites notes autocollantes ou de petits carreaux de papier. Demander aux élèves d'écrire le mot « économie » au centre de leur affiche. Inviter les membres de chaque groupe à énoncer à tour de rôle des idées suggérées par le concept *économie*, en écrivant leurs mots sur les notes autocollantes.

Inciter les élèves à continuer de faire le tour de table rapidement pour accumuler des idées pendant 4 ou 5 minutes ou jusqu'à ce que les idées commencent à s'épuiser.

Inviter chaque groupe à organiser ses notes autocollantes sur l'affiche dans un schéma conceptuel logique, en ajoutant des mots, des traits et des images pour expliciter les liens entre les idées. Dans son affiche le groupe doit représenter sa propre conceptualisation de l'économie. Accorder du temps de partage entre les groupes.

(CE-049, H-402)

- En retenant les mêmes groupes, distribuer aux élèves la fiche d'informations qui se trouve à l'annexe 4.20.

Inviter les élèves à lire ensemble le texte et leur demander de concevoir un cycle de vocabulaire en utilisant les mots clés du texte.

Utiliser ce cycle de vocabulaire pour réviser et perfectionner le schéma conceptuel de la situation précédente.

(CE-049, H-402)

- Proposer aux élèves de faire un remue-méninges au sujet des compétences nécessaires aujourd'hui dans le domaine du travail. Écrire toutes les suggestions des élèves au tableau. Susciter des idées au sujet de la façon dont la main-d'œuvre et le travail ont changé au Canada depuis la révolution industrielle, par exemple dans les domaines suivants :

- *le rôle des femmes;*
- *les nouvelles technologies;*
- *le niveau de scolarité de la population;*
- *le syndicalisme;*
- *le développement durable;*
- *les transports.*

Demander aux élèves de développer en groupes de six ou sept une liste des cinq compétences prioritaires en indiquant les raisons de leurs choix au moyen du tableau présenté à l'annexe 4.21.

Inviter les élèves à comparer leurs tableaux avec celui du *Conference Board of Canada*, « Compétences relatives à l'employabilité 2000+ » au :

<http://www.conferenceboard.ca/education/learning-tools/pdfs/esp2000f.pdf>

(CE-049, H-402)

- **Demander aux élèves de créer une pyramide de population pour représenter le pourcentage de la main-d'œuvre au Canada qui travaille dans l'industrie primaire, secondaire, tertiaire et quaternaire.**

Les inviter, par la suite, à comparer les données au sujet de la main-d'œuvre canadienne actuelle aux données relatives à la main-d'œuvre canadienne vers le début du siècle.

Consulter le guide à l'annexe 4.22 pour faire cet exercice.



Remarques à l'enseignant :

Les élèves peuvent consulter le site de Statistique Canada pour repérer ces données :
<http://www.statcan.ca/francais/Pgdb/> (juin 2004)
(CE-049, H-201)

- Présenter aux élèves un court texte tel que celui qui suit et s'assurer qu'ils comprennent les idées principales du texte. Inviter les élèves par la suite à créer un diagramme pour illustrer les points clés soulevés.

Ayant dépassé depuis longtemps le stade d'une économie basée presque exclusivement sur les ressources naturelles, le Canada évolue rapidement vers une économie fondée sur le savoir privilégiant l'innovation et la technologie. La nouvelle économie est également plus « intelligente » : grâce aux industries canadiennes axées sur le savoir, nous sommes de plus en plus en mesure de produire des machines et du matériel de haute technologie, ce qui favorise ainsi l'innovation industrielle.

Source :

<http://canadianeconomy.gc.ca/francais/economy/overview.html> (juin 2004)

Demander aux élèves de se regrouper en dyades pour formuler une définition de « l'économie du savoir ».

Accorder un temps de partage des définitions et mener une discussion sur ce que pourraient être les répercussions d'une « économie de savoir » sur la main-d'œuvre canadienne (p. ex, plus d'années de scolarité, plus de demande pour des travailleurs spécialisés en technologie, moins de demande pour des travailleurs dans certains domaines, etc.)

(CE-049, H-201)

- Inviter en classe un entrepreneur ou un membre de la Chambre de commerce locale. Demander aux élèves de préparer des questions à l'avance en vue de découvrir ce qui est requis pour faire un plan d'affaires d'une entreprise et quels sont les facteurs de réussite d'une entreprise. Inciter les élèves à conserver les notes recueillies au cours de la visite afin de les utiliser dans la préparation de leur propre plan d'entreprise (voir la phase d'intégration).

À la suite de la visite, demander aux élèves de créer un slogan et un logo pour représenter leur entreprise proposée.

(CE-049, H-305)

- Organiser une visite de classe dans une entreprise locale dans le but de recueillir des informations au sujet des facteurs qui influent sur cette entreprise : main-d'œuvre, localisation ou emplacement, publicité, coûts d'opération et de matériel, etc.

Demander aux élèves de préparer à l'avance des questions et de remplir la fiche qui se trouve à l'annexe 4.23 au cours de la visite.

(CE-049, H-305)

- Inviter les élèves à jouer le rôle de journaliste pour mener une enquête sur le degré de satisfaction des membres de leur communauté envers leurs emplois.

Demander aux élèves d'inclure dans leur enquête des éléments tels que les suivants :

- un sondage au sujet des emplois à temps partiel parmi les étudiants;
- les aspirations de carrière des étudiants;
- des entrevues avec des membres de la communauté au sujet de leur degré de satisfaction avec leur emploi.

Demander aux élèves de présenter les résultats de leur enquête sous forme d'un court reportage télévisé. Évaluer les présentations en fonction des critères établis préalablement avec les élèves.

(CE-049, H-402)

L'écotourisme est une industrie touristique qui offre des visites de régions naturelles et non développées dans le but de faire admirer la biodiversité et d'apprendre à respecter l'environnement, tout en protégeant la faune et la flore.

- Mener une discussion au sujet des avantages et des inconvénients de l'écotourisme, en utilisant des exemples tels que le parc national Banff, où la présence de milliers de touristes chaque année commence à avoir un impact important sur l'état naturel de la région, la disparition des ours polaires à Churchill ou des baleines du fleuve Saint-Laurent. Inviter les élèves à envisager une entreprise écotouristique qui serait un projet réaliste pour une zone naturelle près de leur communauté. Les inviter à suggérer des activités touristiques possibles qui auraient un impact minime sur l'environnement.

Demander aux élèves de créer un dépliant publicitaire annonçant leur entreprise et une annonce à placer dans le journal local pour l'embauche de guides et d'autres employés.

(CE-049, H-402)

- Proposer aux élèves de mener une recherche pour trouver des renseignements sur de nouvelles entreprises autochtones au Canada.

Sources possibles d'information sur les entreprises autochtones :

Entreprise autochtone Canada, Industrie et commerce Canada (2003) :

<http://strategis.ic.gc.ca/epic/internet/inabc-eac.nsf/vwGeneratedInterF/Home> (juin 2004)

- Nouvelles et actualités, données sur les entreprises autochtones au Canada

APTN *Aboriginal People's Television Network* (site français)

<http://www.aptn.ca/Francais/francais.html> (juin 2004)

- Profil, fiches de renseignements, informations sur la programmation APTN en français

Arctic Beverages, Flin Flon, distributeur de boissons gazeuses dans le Nord du Manitoba et de la Saskatchewan (*Tribal Councils Investment Group du Manitoba*) :

http://www.ainc-inac.gc.ca/nr/ecd/ssd/otm10_f.html (juin 2004)

Développement économique (Manitoba) Portail des Autochtones, Gouvernement du Canada :

<http://autochtonesauCanada.gc.ca/abdt/interface/interface2.nsf/frndocBasic/12.4.4.html> (juin 2004)

Les réserves urbaines :

http://www.ainc-inac.gc.ca/pr/pub/atr/atr19_f.html (juin 2004)





Demander aux élèves, par la suite, de préparer, en dyades ou triades, un panneau publicitaire au sujet de l'entreprise choisie.

(CI-006, CE-049, H-201)



- **Demander aux élèves de faire un projet de recherche sur un enjeu économique actuel canadien.**

Les sujets de recherche suggérés sont les suivants :

- la participation croissante des femmes dans les entreprises privées;
- l'effet d'Internet sur le commerce au Canada;
- l'avenir du monde du travail au Canada;
- le futur de l'écotourisme au Canada;
- les effets environnementaux de la surconsommation;
- un enjeu actuel portant sur le commerce au Canada (p. ex. le débat avec les États-Unis sur l'exportation du bois d'œuvre, les effets de la « maladie de la vache folle » sur le marché du bœuf, etc.).

Discuter avec les élèves des critères d'évaluation qui se trouvent à l'annexe 4.24 avant de commencer la recherche, et déterminer avec eux la valeur relative de chaque élément.

Encourager les élèves à consulter une variété de sources, à repérer des articles d'opinion dans les médias, et à inclure un tableau ou un diagramme dans leur recherche.

(CI-006, CE-049, H-201, H-305, H-402)



- **Demander aux élèves de présenter un exposé oral sur un enjeu local portant sur le développement durable.**

Les exemples d'enjeux manitobains suivants sont donnés à titre d'exemple :

- l'expansion du développement touristique au parc provincial de Grand Beach;
- le projet hydro-électrique Wuskwatim;
- la foresterie dans la zone naturelle de forêt boréale à l'est du lac Winnipeg.

Encourager les élèves à repérer des articles de journal qui reflètent les perspectives de divers résidents, y inclus les membres de Premières nations, de la région étudiée.

Encourager les élèves à prendre position sur la question en suivant le modèle d'analyse suggéré à l'annexe 4.25.

(CI-006, CE-049, H-201, H-305, H-402)



- Entamer une discussion au sujet des avantages et des inconvénients de l'achat local. Encourager les élèves à considérer cette question en fonction des effets sur l'environnement et des principes de la durabilité (p. ex. moins de transport, moins de dépenses d'énergie, etc.).

Proposer aux élèves de formuler ces principes sous forme de questions :

Avant d'acheter, je me pose les questions suivantes...

Demander aux élèves de définir des principes pour guider leurs choix en tant que consommateurs basés sur les connaissances acquises.

(VM-008, H-402)



- Le Canada fait partie des nations industrialisées et possède les caractéristiques d'une « société de consommateurs » :
 - les désirs des citoyens excèdent de loin leurs besoins;
 - le taux de consommation est très élevé comparé à la plus grande partie de la population mondiale;
 - la publicité fait partie du mode de vie;
 - les consommateurs demandent d'avoir accès à une grande variété de produits provenant de toutes les régions du monde.

Demander aux élèves de faire le bilan de leurs habitudes de consommation et de mener une discussion en petits groupes au sujet des répercussions de leurs choix et de diverses options possibles.

Les élèves peuvent utiliser le tableau à l'annexe 4.26 pour guider leur discussion.
(VM-008, H-402)



Intégration

Activités suggérées

- Inviter les élèves à développer un plan d'affaires pour une entreprise qu'ils aimeraient mettre sur pied dans leur collectivité, et à créer une courte présentation audiovisuelle de leur projet. Organiser par la suite une *Exposition de jeunes entrepreneurs* au cours de laquelle les élèves montent des kiosques que les membres de la communauté ou des invités d'autres classes visitent.
Encourager les élèves à discuter entre eux des points forts et des points faibles de leur présentation.

Les élèves peuvent consulter les sites suivants pour obtenir des conseils pertinents à leur projet d'entreprise :

Pour des informations sur le démarrage d'une entreprise, l'élaboration d'un plan d'affaires et comment faire une étude de marché, contacter le Centre de services aux entreprises du Canada :

<http://www.rcsec.org/francais/> (juin 2004)

Questionnaire autoévaluation : *Possédez-vous les qualités requises pour devenir entrepreneur?*

<http://www.wd.gc.ca/apps/amiantent-fr.nsf> (juin 2004)

- Inviter les élèves à reprendre le Guide d'anticipation, de l'annexe 4.2, proposé au début du regroupement et à indiquer s'ils ont changé d'avis au sujet des affirmations proposées. Entamer une discussion de classe au sujet de ces énoncés et des tendances actuelles au sujet de l'industrie et du commerce au Canada et dans le monde.
Proposer aux élèves d'écrire un « billet de sortie » identifiant les apprentissages les plus signifiants réalisés au cours de ce bloc.
- Inviter les élèves à créer un organigramme illustré sur une grande affiche pour expliquer le fonctionnement de l'économie canadienne dans le monde actuel. Inciter les élèves à inclure dans leur organigramme tous les concepts clés du regroupement (p. ex. les types d'industries, les exportations et importations, le libre-échange, l'économie du savoir, la mondialisation, le marché mondial, etc.). Les élèves pourraient se servir des images recueillies de revues et de journaux pour illustrer leur organigramme.
- Annoncer aux élèves qu'il est temps de planifier et de concevoir un album collectif portant sur une catégorie identifiée d'industrie ou de commerce (p. ex. la fabrication d'automobiles, la restauration rapide, les banques, la vente et distribution d'appareils électroniques, etc.). Mener une discussion sur l'organisation de l'album et sur les diverses rubriques exigées (p. ex. facteurs de localisation, demandes du marché, travail et main-d'œuvre, importance à l'économie, etc.). Proposer aux élèves de se servir des images et des textes recueillis tout au long du regroupement pour préparer les différentes sections de l'album.
Une fois l'album complété, encourager les élèves à le partager avec les autres élèves de l'école et les membres de la communauté. Proposer aux élèves d'écrire une réflexion identifiant les apprentissages les plus signifiants fait au cours de ce bloc.



- Proposer aux élèves de reprendre la banque de mots générée au début du regroupement et de se répartir la tâche entre eux, afin de préparer un glossaire de termes économiques. Encourager les élèves à inclure des tableaux, des graphiques et des images pour appuyer leur explication des termes, et de compléter les définitions au moyen d'exemples concrets. Suggérer aux élèves de préparer une copie pour chacun d'eux et de monter un site Internet dans lequel ils présenteront leur travail.
- Présenter aux élèves des exemples de définitions satiriques de mots qu'ils connaissent déjà, en se basant sur des exemples du Dictionnaire du Diable de l'humoriste Ambrose Bierce :

Citation : Répétition erronée d'une déclaration d'autrui

Diplomatie : L'art patriotique de mentir pour son pays

Monument : Structure destinée à commémorer quelque chose qui ne demande aucune commémoration, ou bien ne peut pas être commémoré

Savoir : Forme d'ignorance qui distingue les studieux

Logique : Art de penser et de raisonner en strict accord avec les limitations et les incapacités de l'incompréhension humaine

Proposer aux élèves d'élaborer leur propre Dictionnaire du Diable des principaux termes en industrie et commerce. Signaler qu'il est essentiel de démontrer dans chacune de leurs définitions une reconnaissance du vrai sens du terme. Le dictionnaire pourrait également comprendre deux colonnes : une colonne pour une explication ou diagramme du vrai sens du mot et une colonne pour la définition satirique.

- Organiser un débat ou un forum communautaire sur le libre-échange ou autre enjeu économique actuel. Inviter les élèves à recueillir de l'information sur le sujet à l'avance et à écrire une lettre à leur député fédéral ou provincial pour solliciter son opinion.



Regroupement 4 :
L'industrie et le commerce
Ressources éducatives suggérées



Ressources imprimées

- AVES, Paul, et autres. *Liaisons géographiques 7 : Explorations physiques*, Manuel et Guide d'enseignement, Montréal, Éditions de la Chenelière, 2001. (DREF 910.02 A948L)
- BEAUDRY, Paul, et autres. *Les marchés économiques*, Cahier d'activités et Guide de l'enseignant, Montréal, Guérin, 1991. (DREF 330.0202/B373m)
- BROUSSEAU, Michel, et Denise PELLETIER. *Destinations Québec – Canada*, Ottawa, Éditions du nouveau pédagogique, 1990. (DREF 917.1/B874d)
- BROUSSEAU, Michel, et Gilles DESHARNAIS. *Une planète à découvrir : La Terre*, Ottawa, Éditions du nouveau pédagogique, 1993.
- BROUSSEAU, Michel, et Gilles DESHARNAIS. *Une planète à découvrir : La Terre*, Guide de l'enseignant, Ottawa, Éditions du nouveau pédagogique, 1993.
- CARRIER, François, et Jean-Claude LAROUCHE. *Une terre en mouvement : Géographie générale*, Cahier d'activités, Montréal, Lidec, 2001. (DREF 910.02 C316t)
- CARRIER, François, et Marc HUDON. *Organisation géographique du monde contemporain*, Québec, Lidec, 1990. (DREF 910.2 C316o)
- CARRIER, François. *Atlas du monde contemporain : Le Québec, le Canada et le monde*, 2^e édition, Montréal, Lidec, 2000. (DREF 912 c316a 2000)
- CHARLIER, J., et autres. *Le Grand Atlas*, Belgique, DeNoeck et Wesmael, 1998. (DREF 912 G751)
- CLARK, Bruce W., et John K. WALLACE. *Géographie du Canada : Influences et liaisons*, Manuel, Guide d'enseignement et Supplément au guide d'enseignement, Montréal, Éditions de la Chenelière, 2002. (DREF 917.1 C592g)
- Consommation et Corporations Manitoba. Série *Projet Réalité : Formation économique pratique destinée aux élèves du secondaire*, Groupe de Travail fédéral-provincial sur la sensibilisation des consommateurs et le langage clair, 1993.
- Module I : *Le marché canadien et toi* (DREF 330.07 G882p 01)
- Module II : *Tes décisions économiques* (DREF 330.07 G882p 02)
- Module III : *La gestion : ce que l'argent ne peut procurer* (DREF 330.07 G882p 03)
- Module IV : *L'esprit d'entreprise et le monde du travail* (DREF 330.07 G882p 04)
- Module V : *La participation des citoyens et citoyennes dans la société de marché canadienne* (DREF 330.07 G882p 05)
- Guide de l'enseignant pour le Manitoba* (DREF 330.07 G882p G)
- COULOMBE, Vincent, et Bruno THÉRIAULT. *Atlas Beauchemin : Mondial, régional, thématique*, Laval, Groupe Beauchemin, 1999. (DREF 912.C855a)
- CREWE, James. *Atlas mondial Beauchemin*, 4^e édition, Laval, Groupe Beauchemin, 2002. (DREF 912.A881)
- D'ASTOUS, Alain. *Comportement du consommateur*, Montréal, Chenelière McGraw Hill, 2002. (DREF 658.834 A858c)

- DRAPER, Graham et Patricia HEALY. *Le Canada et le monde, Les questions géographiques*, Montréal, Éditions de la Chenelière, 2003. (DREF 910.D765c)
- DRAPER, Graham. *Destinations : Géographie régionale, voyage et tourisme*, Montréal, Éditions de la Chenelière, 2003. (DREF 910 D765d)
- FAGAN, Margaret et Donald LLOYD. *Défi Canada: l'environnement et l'économie*, Manuel et Guide d'enseignement, Montréal, Éditions de la Chenelière, 1994. (DREF 304.20971 F151d)
- GALVIN, Kathryn, et M. BARRY. *Nos liens avec les autres pays*, Montréal, Éditions de la Chenelière, 1992. (DREF 303.48271/G182n)
- HANNELL, Christine, et S. DUNLOP. *À la découverte de notre monde 8 : Explorations humaines*, Manuel; Guide d'enseignement par Gary BIRCHALL et Neil HAMMOND, Montréal, Éditions de la Chenelière, 2001. (DREF 310.2 H244a)
- HARSHMAN, Robert, et Christine HANNELL. *L'univers humain : un monde en mutation*, Montréal, Guérin, 1990. (DREF 304.2 H244a)
- MOLDOLFSKY, Byron. *Atlas du Canada Beauchemin*, 3^e édition, Laval, Groupe Beauchemin, 2002. (DREF 912.71 B372)
- LE MONDE EN MARCHE, une revue mensuelle d'actualités pour les écoles canadiennes, LesPlan Educational Services Ltd., Victoria (C-B).
Centre des enseignants :
Téléphone (Appels sans frais) : 1 888 240-2212
Télécopieur (Appels sans frais) : 1 888 240-2246
Les enseignants peuvent aussi commander la revue en ligne au :
<http://www.lesplan.com/teacher/fr/index.html>
- Ressources, cartes, liens et activités pour appuyer l'enseignement de l'actualité
- OXFAM Québec. *L'ABC de la consommation responsable : Document de référence de l'opération d'un commerce agréable et équitable*, Québec, ERE Éducation, 2001.
- OXFAM Québec. *L'ABC de la consommation responsable : Guide d'activités pédagogiques*, Enseignement secondaire, Québec, ERE Éducation, 2001.
- PAULY, Edmond. *Économie de base*, Cahier d'activités d'apprentissage et corrigé, Québec, École nouvelle, 2001. (DREF 330.076 P333e 02)
- PIQUARD, Josée-Marie. *La société s'organise : Tome II – L'économie*; Guide d'encadrement, Edmonton, Alberta Learning, Direction de l'éducation française, 2000. (DREF 300.7 P666s 01)
- PORRITT, Jonathan. *Sauvons la Terre*, Londres, Casterman, 1991. (DREF 304.2/P838s)
- Anthologie d'écrits internationaux au sujet des problèmes écologiques et des solutions possibles
- URSEL, Elaine. *Je découvre les partenaires commerciaux du Canada*, Montréal, Éditions de la Chenelière, 2002. (DREF 382. U82j)
- STANFORD, Quentin. *Atlas mondial Oxford*, Montréal, Éditions de la Chenelière, 2004. (DREF 912.098a)

Ressources multimédia

« Automobile : un avenir assuré », Radio-Canada, *Nouvelles plus* : Volume 2, no 6, mars 2002, Chronique et guide de l'enseignant, vidéo, 59 min. (DREF 55740 / V8915 + G)

Cultiver la paix au XXI^e siècle, compilation de l'Office national du film, 2002, qui inclut le documentaire « *Vue du sommet* », vidéo, 100 min, divisé en 5 parties. (DREF 327.1/72C968)

- Documentaire sur le Sommet des Amériques 2001 au Québec et Guide d'enseignement; renseignements détaillés disponibles au : www.onf.ca

Écono mixte 1 : Les besoins et les échanges – Le marché, Office national du film, 1995, vidéo, 20 min. (DREF KBB / V8731 + G)

Écono mixte 2 : La production – La consommation, Office national du film, 1995, vidéo, 38 min. (DREF KCJB / V8732 + G)

Écono mixte 4 : Les échanges internationaux – Les enjeux de demain, Office national du film, 1995, vidéo, 40 min. (DREF KCJC/V8734 + G)

Équimonde, jeu de simulation pour faciliter la compréhension de la distribution mondiale de ressources, du marché mondial et de l'échange équitable de biens et de services (DREF) :

The Marquis Project
707, avenue Rosser
Brandon (MB) R7A 0K8
Téléphone : (204) 727-5675
Télécopieur : (204) 727-5683
marquis@mb.sympatico.ca

Géographie et économie, Collection « Le monde contemporain », TéléQuébec, 1999.

Cinq documentaires de 10 minutes au sujet des problématiques économiques reliées à la mondialisation. (DREF 53513)

- *Les unions économiques* : les accords commerciaux orientés vers le libre-échange;
- *Les délocalisations internationales* : les conséquences des délocalisations d'entreprises de pays industrialisés à des pays moins développés;
- *Les grands ports du monde* : l'évolution rapide des routes maritimes et des formes de transport et le rôle important des ports dans l'économie mondiale.

L'agriculture et les industries alimentaires au Manitoba, 2003, Agriculture et Alimentation Manitoba, Winnipeg, vidéo, 19 min. (DREF)

La route et la vitesse, Collection « Les géants du siècle », Jean-Paul Thomas, TéléQuébec 1999, vidéo, 52 min. (DREF 53939 / V8926 + G)

- Historique des répercussions de l'automobile sur la société

Transports et communications, série « Canada à la carte », Winnipeg, Productions Rivard, 2002, vidéo, 26 min.

Invités et personnes-ressources

The Global Change Game :

Un atelier de simulation portant sur le développement durable; joué sur une grande carte du monde. Le jeu implique au moins 40 élèves et l'animation est disponible en français. L'atelier doit être réservé à l'avance.

C.P. Box 1632

Winnipeg (MB) R3C 2Z2

Téléphone : (204) 783-2675

<http://www.mts.net/~gcg/index.html> (juin 2004)

Chambre de commerce francophone de Saint-Boniface :

<http://www.cfbsb.mb.ca/index.html> (juin 2004)

- Information sur les entreprises locales, programme de promotion d'achat local, liste des membres avec coordonnées, personnes-ressources

Sites Internet

Agence canadienne de développement international (ACDI) :

<http://www.acdi-cida.gc.ca/index-f.htm> (juin 2004)

APTN, *Aboriginal People's Television Network*, site français :

<http://www.aptn.ca/Francais/francais.html> (juin 2004)

- Profil, fiches de renseignements, informations sur la programmation APTN en français

Atlas du Canada :

<http://atlas.gc.ca/site/francais/learningresources/index.html> (juin 2004)

- Cartes de référence, cartes muettes, cartes provinciales et territoriales, ressources en cartographie et géographie

Carrefour Tiers-Monde :

http://www.carrefour-tiers-monde.org/equimonde/carrefour/jsp/Plan_du_site.jsp (juin 2004)

- Information sur le commerce équitable et les relations commerciales internationales

Centre de services aux entreprises du Canada :

<http://www.rcsec.org/francais/> (juin 2004)

- Informations sur le démarrage d'une petite ou moyenne entreprise, l'élaboration d'un plan d'affaires, les études de marché

Centre de services aux entreprises du Canada, Questionnaire, *Possédez-vous les qualités requises pour devenir entrepreneur?* :

<http://www.wd.gc.ca/apps/amiantent-fr.nsf> (juin 2004)

« Concepts économiques », Économie canadienne :

<http://www.economiecanadienne.gc.ca/francais/economy/concepts.html#m>

(juin 2004)

- Glossaire de termes économiques en ligne

Culture Canada :

<http://www.culturecanada.gc.ca/chdt/interface/interface2.nsf/frndocBasic/21.4.20.html> (juin 2004)

Entreprise autochtone Canada, Industrie Canada :

<http://strategis.ic.gc.ca/epic/internet/inabc-eac.nsf/vwGeneratedInterF/Home>

(juin 2004)

- Nouvelles et actualités, données sur les entreprises autochtones au Canada

Équiterre :

<http://www.equiterre.org/> (juin 2004)

- Organisme à but non lucratif qui vise la promotion de décisions collectives et individuelles écologiques et socialement équitables; informations actuelles au sujet du commerce équitable mondial, de l'agriculture et de la gestion de ressources naturelles

ESRI Canada :

<http://www.esricanada.com/francais/home/default.asp> (mai 2004)

- Activités et informations sur le logiciel SIG (Systèmes d'information géographique)

Graffichat, Ressources naturelles Canada :

<http://www.nrcan.gc.ca/kids/> (juin 2004)

- Informations et activités sur les ressources naturelles, la géographie, la technologie, l'énergie, l'environnement

La centrale des nations, Atlas mondial :

<http://centraledesnations.com/atlasmondial/ameriques.php> (juin 2004)

- Information sur les pays du monde

L'économie canadienne à votre portée, Gouvernement du Canada :

<http://canadianeconomy.gc.ca/francais/economy/> (juin 2004)

- Aperçu de l'économie canadienne, concepts économiques, événements économiques canadiens, statistiques

L'éducation au service de la Terre (LST), *Outils de sensibilisation pour un avenir viable : Perspectives canadiennes* :

<http://www.lsf-lst.ca/fr/home/> (juin 2004)

Le Monde en marche, une revue mensuelle d'actualités pour les écoles canadiennes :

<http://www.lesplan.com/teacher/fr/index.html> (mai 2004)

- Ressources, cartes, liens et activités pour appuyer l'enseignement de l'actualité en classe

Ministère des Affaires étrangères et du commerce international, Négociations et accords commerciaux :

<http://www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac/menu-fr.asp> (juin 2004)

- Centre de ressources, informations sur l'importance du commerce international au Canada, glossaire du commerce international, nouvelles sur le commerce international impliquant le Canada

Pays en un coup d'œil, sous-répertoire du site des Nations Unies :

http://www.un.org/Pubs/CyberSchoolBus/infonation/f_glance.htm (juin 2004)

- Informations actuelles sur tous les pays membres des Nations Unies

Statistique Canada :

<http://www.statcan.ca/francais/Pgdb/> (juin 2004)

- Statistiques sur le Canada basés sur le recensement le plus récent

Strategis, le site canadien des entreprises et des consommateurs, Industrie Canada :

www.strategis.gc.ca (juin 2004)

- Données actuelles sur les entreprises au Canada, présentations audiovisuelles sur l'économie, informations pour les consommateurs

Voyage Manitoba, site touristique provincial :

<http://www.travelmanitoba.com/contents.fr.html> (mai 2004)

- Informations géographiques et touristiques sur les régions du Manitoba, parcs provinciaux, cartes routières

Zone de Libre-échange des Amériques, ZLÉA :

http://www.ftaa-alca.org/alca_f.asp (juin 2004)

- Renseignements très détaillés au sujet des négociations et des accords de libre-échange

Zone jeunesse de l' ACDI, Agence canadienne du développement international :

<http://www.acdi-cida.gc.ca/zonejeunesse.htm> (mai 2004)

Sites de diverses industries canadiennes

Alcan Aluminium Ltée :

www.alcan.com (juin 2004)

Bombardier:

<http://www.bombardier.com> (juin 2004)

Dow Chemical :

www.dow.com (juin 2004)

General Motors Canada:

<http://www.gmcanada.com/inm/gmcanada/french/about/Company/trade.html>
(juin 2004)

McCain's Foods :

<http://www.mccain.com> (juin 2004)

Motor Coach Industries:

www.motorcoach.ca (juin 2004)

Nygård International 2004:

<http://www2.nygard.com> (juin 2004)

Toyota Motors Manufacturing Canada: 2003

<http://www.toyota.a/> (juin 2004)

Pour une liste complète des industries et commerces au Manitoba, veuillez consulter le site provincial du Manitoba Business Information Service :

www.manitoba-bis.com

Sites à consulter pour les actualités:

Actualités, Infobourg :

<http://www.infobourg.qc.ca/> (juin 2004)

L'Actualité :

<http://www.lactualite.com/> (juillet 2004)

La toile du Québec :

http://www.toile.qc.ca/quebec/Sciences_et_sante/Sciences_humaines_et_sociales
(juin 2004)

Le Monde en marche, une revue mensuelle d'actualités :

<http://www.lesplan.com/teacher/fr/index.html> (mai 2004)

Radio-Canada, Les archives de Radio-Canada :

<http://archives.cbc.ca/index.asp?IDLan=0> (juillet 2004)

Radio-Canada, Nouvelles :

<http://www.radio-canada.ca/nouvelles> (juillet 2004)

TV5.org :

http://tv5.org/TV5Site/programmes/accueil_continent.php (juillet 2004)

Yahoo France, Dossiers d'actualités :

<http://fr.fc.yahoo.com> (juillet 2004)

