

## Articles du 13 avril 2006

Dans cette édition :

1. Nouvelle tendance en marketing : le « circular marketing » ou objectif Terre
2. Joindre l'utile à l'agréable : le jeu en ligne pour former la génération « techno » au travail
3. Fracture numérique et compétences des adultes : situation préoccupante pour le Québec

### **1. Nouvelle tendance en marketing : le « circular marketing » ou objectif Terre -**

D'un point de vue métaphorique et humoristique, on peut se permettre de contredire Galilée et d'affirmer que la Terre s'est transformée en une surface plane ou une plateforme numérique sur laquelle on peut naviguer et faire des affaires (électroniques). Maintenant, c'est au tour du marketing de tourner autour de la planète! Naseem Javad, spécialiste renommé en matière de stratégies de marque sur Internet, compare la nouvelle tendance marketing à un attirant emballage autour d'une tablette de chocolat. C'est le *circular marketing!* (1)

Plus sérieusement, les affaires électroniques ont fait apparaître de nouvelles règles de marketing. Par exemple, on s'adresse directement aux clients visés et ce, à la destination de leur choix. De plus, le marketing doit englober les besoins des consommateurs appartenant à un marché spécifique. Le message qui leur est réservé circulera dans le monde entier. Également, on s'attend à ce que les activités de marketing soient accompagnées d'un support et de services accessibles en continu. En somme, c'est un marketing en action et en mouvement perpétuels autour de la Terre, complètement circulaire quoi!

De nos jours, la mondialisation (going global) implique nécessairement la notion de « going circular ». M. Javed explique ce concept d'une manière imagée par la circumnavigation autour du globe à la recherche de nouveaux clients accessibles électroniquement sur la base horaire 24-7-365. Cette nouvelle avenue représente tout un changement, voire un choc culturel, pour les gestionnaires habitués aux méthodes traditionnelles de marketing international comme les salons commerciaux et les voyages d'affaires.

Par ailleurs, les spécialistes doivent aussi s'ajuster à l'adoption des nouvelles technologies de l'information dans la société pour mieux rejoindre et répondre aux demandes des consommateurs. Par exemple, ils ont tout avantage à tenir compte de l'usage des télécommunications sans fil pour les communications de masse ou de l'utilisation de la voix sur IP dont on a d'ailleurs constaté l'emploi dans les places de marché électroniques.

Spécifions que le *circular marketing* est le sujet de l'heure en la matière et que les projets de recherche s'y rapportant sont encore en cours. Néanmoins, on sait que le concept requiert une approche totalement différente de la méthode traditionnelle de marketing. À cet égard, le développement de stratégies de marque sur Internet (cyberbranding) constitue un réel défi relativement à l'image que l'on veut donner ou que l'on donnera de l'entreprise.

Ainsi, il faudra apprendre à créer de nouvelles images de marque ou identités (global name icons) et à développer de nouvelles façons de faire pour évoluer dans un univers à la fois multinational et restreint.

Enfin, M. Javed considère que seul le marketing mondial existe désormais et que rien ne pourra empêcher le *circular marketing*... de tourner!

« Et pourtant, elle tourne »...

(1) On ne peut traduire *circular marketing* par marketing circulaire car l'Office québécois de la langue française a déjà utilisé cette expression pour définir un autre type de marketing, soit le « societal marketing ». Cela explique donc pourquoi j'utiliserai l'expression anglophone dans mon article.

Rédactrice : Isabelle Poulin, documentaliste, CEFRIO

Sources :

Javed, Naseem (2006). « Circular marketing : the number one issue of 2006 » [En ligne], *The manager.org*, 14 févr. [http://www.themanager.org/javed/circular\\_marketing.htm](http://www.themanager.org/javed/circular_marketing.htm) (Page consultée le 11 avril 2006)

Javed, Naseem (2006). « The next big challenge : circular marketing » [En ligne], *E-commerce times*, 2 févr. <http://www.ecommercetimes.com/story/48642.html> (Page consultée le 11 avril 2006)

## **2. Joindre l'utile à l'agréable : le jeu en ligne pour former la génération « techno »**

**au travail** - Une véritable révolution s'amorce avec l'arrivée des « nés avec une souris à la main » sur le marché du travail. Totalemment à l'aise avec les nouvelles technologies et mordus de jeux vidéo, les jeunes âgés de moins de 30 ans transformeront les façons de faire des entreprises et les pousseront à adopter davantage de gadgets derniers cris et de technologies d'avant-garde, et ce, à un rythme plus rapide. Selon des articles parus dans *Learning Circuits* et dans *Educause*, l'apprentissage en ligne n'échappe pas à cette vague.

Finis les modules en ligne composés de pages de texte à lire suivies de questions-réponses : la génération qui intègre le marché du travail souhaite apprendre différemment. Jeux et animations doivent être de la partie pour répondre aux attentes de ces nouveaux travailleurs : se divertir en apprenant.

Le jeu constitue un outil de choix pour former les recrues au vocabulaire de l'entreprise, aux règles de sécurité, aux divers acronymes, aux normes et règlements et autres. Par ailleurs, le jeu en ligne s'inscrit tout droit dans la pédagogie de type constructiviste: il est centré sur l'apprenant, interactif et rend le travailleur acteur de son apprentissage plutôt que simple auditeur ou lecteur. Il permet autant l'appropriation d'informations que celle de procédés, notamment par la simulation et la résolution de problèmes.

Pour attirer l'attention des jeunes travailleurs et éviter qu'ils abandonnent la formation en ligne en cours de route, de nouvelles stratégies pédagogiques devront être mises en place. Tout un défi se pose donc aux designers pédagogiques, mais un défi fort stimulant. Si l'apprentissage par le jeu motive les plus jeunes, il ne risque pas de déplaire aux travailleurs aguerris. En effet, qui ne souhaitent pas s'amuser en apprenant?

Pour ce faire, il n'est pas nécessaire de construire un monde virtuel hypercomplexe. Des jeux très simples peuvent être intégrés à des modules de formation afin de rendre le processus d'apprentissage plus attrayant. À titre d'exemples, un jeu de mots croisés en ligne peut s'avérer une bonne méthode pour apprendre des termes techniques de base utilisés par l'entreprise. Aussi, des variantes de jeux de « mots cachés » peuvent être très efficaces pour apprendre à reconnaître des composantes du « jargon » du milieu. Incorporer une liste de questions et réponses à un jeu de serpents et échelles ou encore à un jeu de *Tic Tac Toe* peut également ajouter une petite touche ludique à l'apprentissage de concepts clés, de normes corporatives et autres. Gagner des points en répondant à des questions peut représenter un défi des plus stimulants pour l'apprenant. Pour aller plus loin, pourquoi ne pas lui offrir la possibilité d'entrer en compétition avec ses pairs en réseau?

Bien sûr, tous les jeux ne conviennent pas à tous les apprenants. Qui plus est, apprendre par le jeu n'est pas nécessairement adapté à tous les styles d'apprenants ni à tous les contenus. Il faut donc prévoir une analyse de besoins ainsi qu'une phase de tests auprès des apprenants ciblés avant d'implanter le jeu en ligne comme méthode de formation en entreprise. Pour s'assurer que tous prennent plaisir à apprendre au travail, rien de mieux que d'offrir différents modèles de formation : en présence, par des textes, par des modules de formation plus « traditionnels » et par le jeu, bien sûr!

Rédactrice : Isabelle Vachon, chargée de projet, Enquêtes et Veille stratégique, CEFRIO

Sources :

Kapp, Karl M. "[Teaching Facts with Fun, Online Games](#)", *Learning Circuits*, février 2006.

Site [Enjeux](#) de la Société pour l'apprentissage à vie (SAVIE)

Van Eck, Richard. "[Digital Game-Based Learning: It's Not Just the Digital Natives Who Are Restless](#)", *Educause Review*, vol. 41, no. 2, mars-avril 2006, p. 16–30

**3. Fracture numérique et compétences des adultes : situation préoccupante pour le Québec** - Récemment publiée, l'Enquête internationale sur l'alphabétisation et les compétences des adultes (EIACA) permet d'illustrer le lien entre les compétences des adultes et leur utilisation de l'ordinateur et d'Internet. Et la situation n'est pas très rose pour le Québec. On le sait depuis quelques années, malgré un certain rattrapage, l'utilisation d'Internet demeure plus faible au Québec que dans le reste du Canada. L'EIACA vient aussi confirmer que les compétences des Québécois en compréhension de textes sont plus faibles que la moyenne nationale.

### Quelques mots sur les tests de compétences

Selon le *Quotidien* de Statistique Canada<sup>1</sup> :

*L'Enquête internationale sur l'alphabétisation et les compétences des adultes (EIACA) de 2003 a été menée auprès de plus de 23 000 Canadiens, en vue d'évaluer leurs compétences sur quatre échelles, soit la compréhension de textes suivis, la compréhension de textes schématisés, la numératie et la résolution de problèmes. Les compétences ont été évaluées selon cinq niveaux, en ordre ascendant.*

Une publication de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ)<sup>2</sup> permet d'en connaître un peu plus sur les tests utilisés pour l'enquête :

QUATRE DOMAINES DE COMPÉTENCE sont mesurés directement par le biais de tâches à compléter par les répondants :

1. *Compréhension de textes suivis : compréhension et utilisation de l'information contenue dans des éditoriaux, des reportages, des brochures, des dépliants, des manuels, etc. ;*
2. *Compréhension de textes schématiques : repérage et utilisation de l'information contenue dans des tableaux, des diagrammes, des cartes géographiques, etc. ;*
3. *Numératie : traitement de l'information mathématique présente dans des activités de la vie courante (établir le solde d'un compte de chèques, calculer un pourboire, etc.) ;*
4. *Résolution de problèmes : approche visant à prendre des mesures concrètes dans des tâches complexes pour lesquelles il n'y a pas de procédure courante de résolution.*

Notés sur un total de 500 points, ces tests permettent de classer les adultes selon les cinq niveaux ascendants. Et l'ISQ précise :

(...)

*Niveau 3 : Ce niveau est considéré comme « le niveau minimal permettant de comprendre et d'utiliser l'information contenue dans des textes et des tâches de difficulté grandissante qui caractérisent la société du savoir émergente et l'économie de l'information » (Statistique Canada et OCDE, 2005) ; il peut être vu comme le niveau « souhaité » de compétence pour fonctionner aisément dans la société actuelle.*

### **Position du Québec dans le Canada**

Globalement, une majorité des adultes (16 ans et plus) du Québec n'atteignent pas le niveau souhaité pour fonctionner aisément dans la société actuelle. En effet, pour le test de **compréhension de textes suivis**, 45 % des adultes québécois atteignent ou dépassent le niveau 3, comparativement à 52 % pour l'ensemble des adultes canadiens. Pour ce qui est de la **compréhension de textes schématiques**, 43 % des adultes québécois atteignent le niveau souhaité. Un peu plus de quatre adultes québécois sur dix (41 %) obtiennent un résultat qui leur permet d'atteindre au moins le niveau 3.

Pour les tests de compréhension de textes, Statistique Canada divise les provinces et territoires en trois strates :

- Les provinces et territoires dont les performances dépassent la moyenne canadienne. On y trouve le Yukon, la Colombie-Britannique, l'Alberta et la Saskatchewan.
- Les provinces et territoires dont les résultats sont similaires à la moyenne canadienne. S'y situent, l'Île-du-Prince-Édouard, la Nouvelle-Écosse, l'Ontario, le Manitoba et les Territoires du Nord-Ouest.
- Enfin, les provinces dont les résultats sont inférieurs à la moyenne canadienne. On y compte Terre-Neuve-et-Labrador, le Nouveau-Brunswick, le Québec et le Nunavut. Il est à noter cependant que pour les tests de numératie, le Québec se situe dans la strate dont les résultats sont semblables à la moyenne canadienne.

En conclusion, malgré une amélioration notable depuis 1994, le Québec a encore du chemin à faire pour rattraper ce retard mesuré par les tests de compétence.

## Lien entre compétences et utilisation d'Internet

Une [analyse de Statistique Canada](#) confirme le lien entre les compétences mesurées par les tests de compréhension de textes et l'utilisation de l'ordinateur et d'Internet. En fait, plus un adulte utilise l'ordinateur ou Internet, meilleurs sont ses résultats aux divers tests de compétences. Il est cependant difficile d'établir clairement le lien de cause à effet : est-ce l'utilisation assidue de l'ordinateur ou d'Internet qui amène un adulte à mieux répondre aux tests ou ses compétences personnelles le prédisposent-elles à utiliser davantage les technologies ?

Quoi qu'il en soit, le fait demeure : non seulement les adultes dont les compétences sont les plus faibles présentent-ils des difficultés à fonctionner dans la société du savoir, mais en plus, dans la majorité des cas, ils subissent la fracture numérique. Ils sont donc souvent privés d'un accès à l'ordinateur ou à Internet. Pourtant, ces outils technologiques sont de formidables moyens d'acquérir de nouvelles connaissances, de développer des compétences ou de maintenir certains acquis cognitifs.

On constate que, par rapport à la moyenne des provinces canadiennes, le Québec soulève une problématique double. D'une part, sa population répond moins bien aux tests de compétence et, d'autre part, son utilisation des technologies demeure plus faible que celle mesurée dans le reste du Canada. Le défi est donc double, on doit à la fois chercher à améliorer l'accès aux technologies et continuer à fournir les efforts pour améliorer les compétences des adultes.

Des initiatives passées, comme le programme Brancher les familles, ont connu un succès indéniable pour ce qui est d'augmenter l'utilisation d'Internet au Québec. Cependant, ce programme ne visait pas nécessairement les clientèles les plus vulnérables. Comme on peut le constater à la lecture de l'article de Sabrina Côté publié dans cette édition du bulletin, les exclus de la société de l'information ne sont pas les jeunes familles avec enfants, mais plutôt les adultes moins scolarisés, les moins fortunés, les plus âgés et les personnes qui ne sont pas sur le marché du travail.

Il faut donc concentrer les efforts pour améliorer l'accès à Internet, sa disponibilité, sa qualité (haute vitesse) et son accessibilité économique, sur les clientèles qui demeurent vulnérables. Parallèlement, les efforts d'amélioration des compétences des adultes doivent être maintenus, même s'ils portent leurs fruits depuis 1994<sup>3</sup>. La table est mise...

*Cet article est tiré de l'édition d'avril 2006 du bulletin e-Veille réalisé pour le ministère des Services gouvernementaux du Québec. Consultez les autres articles du bulletin pour en savoir davantage sur les mesures prises par les gouvernements nord-américains pour freiner la fracture numérique.*

Rédacteur : Eric Lacroix, directeur des enquêtes et de la veille stratégique, CEFRIO

Sources :

Institut de la statistique du Québec. [La littératie au Québec en 2003 : faits saillants, Enquête internationale sur l'alphabétisation et les compétences des adultes \(EIACA\)](#), 2003, 2005.

Veenhof, B., Y. Clermont et G. Sciadas, Statistique Canada. [Littératie et technologies numériques : liens et résultats](#), décembre 2005.

Statistique Canada. « [Enquête internationale sur l'alphabétisation et les compétences des adultes](#) », *Le Quotidien*, 9 novembre 2005.

Notes :

1. [Statistique Canada](#); *Le Quotidien* du 9 novembre 2005.
2. Institut de la statistique du Québec. [Enquête internationale sur l'alphabétisation et les compétences des adultes \(EIACA\)](#), 2003.
3. Selon l'ISQ : « Lorsqu'on compare les résultats québécois de 2003 à ceux de 1994, on observe un changement significatif dans le score moyen obtenu par les 16 ans et plus en compréhension de textes suivis, lequel passe de 255 à 266 points (...). Cette tendance à l'amélioration contraste avec la stagnation des scores moyens à l'échelle canadienne. On note donc une réduction des écarts entre les moyennes québécoises et canadiennes, mais ces écarts sont encore significatifs. »

---

Ce bulletin est préparé par le CEFRIO :

Pour consulter les archives du bulletin : [http://www.cefrio.qc.ca/pub\\_bul.cfm](http://www.cefrio.qc.ca/pub_bul.cfm)

Reproduction: les nouvelles du bulletin SISTech peuvent être reproduites à des fins non commerciales à la condition expresse d'indiquer la mention suivante: Bulletin SISTech, CEFRIO et de créer un hyperlien à l'adresse : <http://www.infometre.cefrio.qc.ca>