

# DÉROULEMENT

Cette situation d'apprentissage se déroule en trois étapes clés, au cours desquelles les élèves imaginent une collation saine en adoptant une démarche coopérative et un processus de conception centré sur la consommatrice ou le consommateur (1), préparent la mise en marché de leur produit à l'aide d'une campagne de communication persuasive (2) et recueillent de la rétroaction pour améliorer leur produit ainsi que leur stratégie dans une perspective d'amélioration continue (3).

## 1<sup>RE</sup> ÉTAPE – IDÉATION

### 1.1 INTRODUCTION

**Objectif:** Initier les élèves à la conception coopérative en leur lançant le défi concret d'imaginer une collation saine et viable en milieu scolaire, tout en explorant le fonctionnement d'une coopérative.

Pour amorcer cette exploration et avant de passer à une définition formelle du modèle coopératif, discutez avec les élèves des mythes qui y sont associés afin de déconstruire certaines idées reçues et de démontrer, à l'aide d'exemples inspirants de coopératives canadiennes (y compris francophones et autochtones), la diversité de ce modèle entrepreneurial (pour du soutien: [SA3 – Fiche: mythes et exemples relatifs aux coopératives](#)). Une discussion collective ou en petits groupes pourrait suivre afin de faire ressortir les caractéristiques des coopératives scolaires.

Invitez ensuite les élèves à former des équipes qui agiront comme des mini-coopératives scolaires. Chaque équipe devra utiliser un processus de design pour concevoir une collation saine, accessible et adaptée aux besoins de la communauté scolaire.

La démarche proposée pour cette situation d'apprentissage favorise l'autonomie et la coopération: les élèves avancent de façon semi-autonome, dans le respect des principes coopératifs, avec un accompagnement structurant (pour du soutien: [SA3 – Référentiel: une collation saine en coopérative scolaire, section 1](#)). Fournissez-leur des paramètres de départ communs, qui serviront de cadre de référence. Voici des exemples de paramètres de départ.

#### ► Critères de conception de la collation

- **saine:** peu transformée, nutritive, faible en sucre ou en gras;
- **locale:** si possible, faite de produits locaux;
- **écoresponsable:** quantité minimale de déchets (emballages réutilisables ou biodégradables, etc.);
- **équitable:** respect des principes d'inclusion et d'accessibilité;
- **viable:** projet réaliste compte tenu des ressources disponibles.

#### ► Contraintes logistiques et budgétaires

- **ingrédients accessibles et abordables:** faciles à trouver localement et à prix raisonnable (liste indicative ou budget simulé);
- **respect des normes alimentaires** (si possible, pas d'allergènes alimentaires courants);
- **production et distribution réalistes en milieu scolaire** (réfrigération, espace de cuisine, format de vente, etc.).


De plus, une discussion sur l'approvisionnement local et les raisons pour lesquelles les entreprises canadiennes peuvent faire appel à des fournisseurs étrangers pourrait s'avérer très pertinente. Par exemple: Quel est le lien entre le nombre de fournisseurs locaux et le coût de production? Quels ingrédients sont difficiles à obtenir localement ou sont très chers?




### PISTES D'ÉVALUATION

Est-ce que les élèves...


► comprennent les particularités du modèle coopératif et son utilité dans leur situation, et ce, en regard d'exemples concrets des défis et contributions de coopératives diverses?

 (BEM10-BEP20 A1.1, A3.1, A4.1, A4.2, A4.3, BEP20 B3.1, B3.2, B3.3)


► élaborent des critères et tiennent compte des contraintes logistiques et budgétaires pour la conception de leur collation?

 (BEM10 B2.2)

► tiennent compte de leur contexte scolaire ainsi que des besoins et habitudes de leurs camarades lors de la conception de leur collation?

 (BEP20 B1.2)

► tiennent compte des tendances, structures et relations au sein du marché?

 (BEP20 B1.1, B2.1, B2.2)



### HYPERLIENS

[Le Mouvement Desjardins en Ontario: 100 ans d'histoire](#)

[Accueil | Coop Nitaskinan](#)

[Accueil – NICH](#)

[Des communautés autochtones veulent créer une coop alimentaire régionale | Radio-Canada](#)

[Coopératives et mutuelles Canada – Voix des coops au Canada](#)



### TÉMOIGNAGE

Ce projet offre une belle occasion de collaboration entre les départements d'affaires et de sciences sociales. Les élèves du cours de nutrition ont vu leur idée prendre vie dans un contexte d'idée d'affaires, tandis que les élèves dans ce cours ont profité de la nouvelle expertise des élèves étudiant la nutrition. L'interdisciplinarité a permis de profiter pleinement des deux sujets.

**Maximillian L., enseignant au Conseil scolaire catholique MonAvenir**

## 1.2 UTILISATION D'UN PROCESSUS DE DESIGN POUR CONCEVOIR UN PRODUIT

**Objectif:** Stimuler la créativité et l'imagination des élèves lors de la conception et de l'amélioration d'une idée de collation au moyen d'un processus de design.

Pour faire évoluer les élèves vers une idée de collation pertinente et réaliste, invitez-les à utiliser un processus de design centré sur la consommatrice ou le consommateur. Par cette démarche itérative, les élèves pourront mieux comprendre les besoins réels de leur clientèle potentielle (par exemple, par une étude de marché), tester leurs idées rapidement et les améliorer au fil de la rétroaction obtenue. (Pour du soutien: [SA3 – Référentiel: une collation saine en coopérative scolaire, section 2.](#))

À la fin de cette étape, chaque équipe doit avoir conçu une première version d'une collation saine, réaliste et acceptable dans le contexte de l'école. Il ne s'agit pas encore d'un produit final, mais d'un concept fort, cohérent et bien ancré dans le réel, prêt à être mis à l'épreuve lors des prochaines étapes.








### LIENS INTERDISCIPLINAIRES

Éducation physique et santé  
Français



### PISTES D'ÉVALUATION

Est-ce que les élèves...

- tiennent compte des tendances, structures et relations au sein du marché?  
 (BEP20 B1.1, B1.2, B2.1, B2.2)
- s'informent des besoins et désirs de leurs camarades ainsi que du contexte scolaire et en tiennent compte dans leur conception?  
 (BEM10 B2.1)
- s'informent dans diverses sources fiables pour s'assurer de respecter les critères de conception de leur collation?  
 (BEM10 C1.2)
- suivent un processus de design avec prototypage rapide, communication de son idée et amélioration?  
 (BEM10 B2.3, B2.4, BEP20 C1.2, C1.3, C1.4)
- s'assurent de pouvoir concrétiser leur idée en évaluant toutes les facettes de leur collation et de ses répercussions, y compris la logistique et les ressources humaines et matérielles nécessaires ainsi que les stratégies de vente?  
 (BEP20 C1.3, C2.3, C3.3, D2.3, D4.1, D4.2)



### HYPERLIENS

[Fairtrade Canada | La certification de confiance canadienne](#)  
[Les aliments locaux en Ontario | ontario.ca](#)

## 2<sup>E</sup> ÉTAPE – LA MISE EN MARCHÉ

### 2.1 PRÉPARATION DU PRODUIT À LA VENTE

**Objectif :** Aider les élèves à s'assurer que leur produit est prêt, qu'il répond aux besoins des consommatrices et consommateurs, qu'il est de qualité et qu'il respecte les valeurs de la coopérative.

À cette étape, chaque équipe doit prendre le temps de vérifier si son produit est réellement prêt à être proposé au public. Dans certains contextes, vous pourriez permettre aux élèves de réellement produire et vendre leur collation, par exemple à la cafétéria ou, si des partenaires externes fournissent les services alimentaires, lors d'une vente au dîner dans un endroit central de l'école. Dans tous les cas, il faut surtout pousser la réflexion des élèves au-delà du simple test gustatif réalisé précédemment vers une mise en marché crédible et adaptée aux réalités du terrain. Il ne s'agit pas simplement de simuler une vente, mais bien d'amener les élèves à se projeter dans les conditions réelles d'un lancement : déterminer si leur produit pourra répondre aux attentes du milieu, si les contraintes pourront être gérées et si leur modèle pourra rester viable. Les élèves doivent également comprendre qu'un produit mal préparé – même s'il part d'une bonne idée – peut compromettre le succès de la mise en marché. Accompagnez les groupes dans leur analyse en leur posant au besoin des questions incitatives (pour du soutien : [SA3 – Référentiel: une collation saine en coopérative scolaire, section 3](#)). Vous pourrez ainsi évaluer la solidité du produit, mais aussi la préparation de l'équipe quant à sa promotion et à sa vente.

À la fin de cette étape, chaque équipe doit avoir une vision claire des critères à satisfaire pour offrir un produit de qualité, aligné sur les valeurs coopératives et prêt à être promu.

### 2.2 CAMPAGNE DE COMMUNICATION ET DISTRIBUTION

**Objectif :** Aider les élèves à concevoir et à mettre en œuvre une campagne de communication efficace et persuasive afin de promouvoir leur collation auprès de leurs camarades.

Une fois leur produit prêt et vérifié, les équipes doivent passer à une étape tout aussi essentielle : le faire connaître. La réussite de la mise en marché dépend non seulement de la qualité du produit, mais aussi de la manière dont il est présenté et promu auprès du public cible.

Chaque équipe doit se concentrer sur la création d'une **campagne de communication persuasive** pour promouvoir son produit auprès de ses camarades, consommatrices et consommateurs potentiels, en suscitant l'intérêt et la curiosité, et en mettant en valeur non seulement les qualités gustatives de la collation, mais aussi ses dimensions sociales, éthiques, environnementales et coopératives.

Appuyez les équipes alors qu'elles conçoivent leur campagne, y compris son message central, et orientez-les afin que celle-ci reflète les valeurs de l'économie sociale et solidaire (pour du soutien : [SA3 – Référentiel: une collation saine en coopérative scolaire, section 4](#)).

Les élèves pourront choisir un format de communication adapté à leur message et à leur public pour capter l'attention de celui-ci : affiches, messages audio, publications sur les réseaux sociaux de l'école, vidéo, kiosques informatifs, etc. Encouragez-les à utiliser des visuels attrayants, un ton accessible et un message clair. Leur communication doit refléter à la fois l'identité de la coopérative, les valeurs portées par le projet et les qualités du produit.

Cette réflexion stratégique inclut également la **logistique de distribution**. Chaque mini-coopérative doit planifier où, quand et comment sa collation sera offerte (récréation, sortie de classe, coin désigné de la cafétéria...). La stratégie de communication et la stratégie de distribution doivent aller de pair pour maximiser la visibilité et l'accessibilité du produit.

À la fin de cette étape, chaque équipe doit avoir préparé une campagne de communication et établi une logistique de distribution de la collation.



#### HYPERLIEN

[Qu'est-ce que le seuil de rentabilité? BDC.ca](#)



#### LIEN INTERDISCIPLINAIRE

Français



#### PISTES D'ÉVALUATION

Est-ce que les élèves...

▶ présentent un contenu efficace, soit un message clair, approprié à leur public cible, bien organisé et basé sur des sources crédibles?

(BEM10 - BEP20 A4.1, BEM10 B4.2, B4.3, C1.1, C1.2, BEP20 C1.4, D2.3)

▶ présentent leur message sous un format efficace, soit dans un document bien révisé et formaté, produit dans un langage clair?

(BEM10 C2.1, C2.2, C2.3, BEP20 C1.4)



#### HYPERLIENS

[Marketing – Une stratégie marketing pour faire croître votre entreprise – BDC](#)

[Ventes – Comment élaborer une stratégie de ventes efficace – BDC](#)

[E-markstrat Informations complètes et utiles pour les aspirants consultants marketing](#)

[PropulC – Réussir sa campagne de communication](#)



#### TÉMOIGNAGE

Sous l'optique de la marque, les élèves ont adoré mettre en pratique leurs compétences créatives en utilisant une variété d'outils technologiques afin de créer une identité pour leur idée d'entreprise. Ils ont vite compris l'importance du *branding*

**Stéphane G., enseignant au Conseil scolaire catholique MonAvenir**

### 3<sup>E</sup> ÉTAPE – RÉTROACTION ET AMÉLIORATION CONTINUE

**Objectif:** Aider les élèves à adopter une approche structurée pour recueillir et analyser la rétroaction des consommatrices et consommateurs en vue d'améliorer leur produit et leur stratégie de communication.

Une fois leur collation mise en marché, les équipes prennent du recul pour mesurer les retombées de leur campagne et recueillir des avis sur leur produit. Cette étape les amène à adopter une posture d'apprentissage et d'amélioration continue, en vue d'affiner à la fois leur produit et leur stratégie de communication. Elle leur permet aussi de comprendre l'importance de l'écoute, de l'adaptabilité et du perfectionnement dans une démarche entrepreneuriale responsable.

Avec votre appui, chaque mini-coopérative devra mettre en place un système de rétroaction simple et pertinent, analyser la rétroaction pour définir les points forts et les axes d'amélioration, et, finalement, améliorer sa stratégie en fonction des commentaires reçus. Guidez les élèves à chaque étape, en les aidant à transformer chaque rétroaction en occasion d'apprentissage (pour du soutien: [SA3 – Référentiel: une collation saine en coopérative scolaire, section 5](#)). L'important est de favoriser une démarche d'amélioration clairement définie, alignée sur les valeurs du projet initial, sans pour autant chercher à tout refaire.

Pour consolider cette étape, invitez chaque mini-coopérative à résumer sa démarche dans un **rapport d'amélioration continue** expliquant son utilisation de la rétroaction pour améliorer son produit et sa communication, et à présenter une version finale de son matériel promotionnel.



#### LIEN INTERDISCIPLINAIRE

Français



#### PISTES D'ÉVALUATION

Est-ce que les élèves...

► évaluent la possibilité d'utiliser un outil numérique approprié, après avoir analysé des possibilités, pour obtenir de la rétroaction des consommatrices et consommateurs?

(BEM10-BEP20 A2.1, A2.2, A2.3)

► analysent la rétroaction obtenue pour améliorer leur document promotionnel et leur produit, et pour en présenter une version définitive?

(BEM10-BEP20 A1.3, BEM10 C3.1, C3.2)

► analysent leur potentiel ainsi que les connaissances et habiletés acquises au cours de cette situation d'apprentissage, et en évaluent les applications potentielles dans d'autres disciplines ou carrières?

(BEM10-BEP20 A3.2, A3.3, BEM10 B1.3)