

## Fiche d'intention pédagogique

### Posons le cadre

<b>Rappel de la problématique</b>	« Comment ancrer l'engagement des élèves et étudiants dans leur formation en lycée professionnel ou technologique afin qu'ils s'assurent d'une meilleure insertion professionnelle grâce aux usages numériques ? »
<b>Définition des « usages numériques »</b>	<p>Après quelques recherches sur la définition des usages du numérique pédagogique, les idées convergent sur le fait qu'ils riment avec espaces pédagogiques innovants (espace, lumière, ergonomie, confort, ambiance sonore, couleur, connectivité, aménagements, mobilité des équipements, rangement (dont mise en sécurité)).</p> <p>Un dispositif flexible, mobile, adaptable aux différentes étapes de « l'apprendre », réunissant dans un même espace-temps la possibilité d'un panel de modalités pédagogiques.</p> <p>L'espace ne doit pas être figé mais doit pouvoir être reconfiguré par les apprenants et les enseignants en fonction des objectifs pédagogiques et des modes d'apprentissage choisis.</p> <p>Le critère majeur d'un lieu d'enseignement est sa malléabilité spatio-temporelle. L'espace devient une scène pédagogique dont les décors évoluent en fonction des actes et des acteurs.</p> <p><b>CRCN : Objectif de niveau 2</b>            CRCN: 3.2 Développer des documents multimédia : Création Vidéo            CRCN : 2.2 Partager Publier / 3.1 Développer des documents textuels : Présentation sur le support média de son choix (Canva, Power-Point, Genially)</p>
<b>Objectifs</b>	<p>Favoriser le besoin de diversité qui caractérise chacun d'entre nous, la curiosité comme moteur de la réussite et la créativité qui enrichit la culture personnelle et collective (<a href="#">CF. Ken Robinson</a>).</p> <p>En effet, les acteurs de l'école doivent s'associer pour co-concevoir de nouveaux espaces pédagogiques pour inventer une école disponible aux pratiques de demain.</p> <p>Les usages numériques d'outils variés contribuent à l'agilité des pratiques pour les apprenants et permettent d'atteindre de nouvelles compétences numériques nécessaires dans le cadre de l'insertion professionnelle.</p>
<b>Espaces pédagogiques</b>	6 espaces pédagogiques innovants liés aux usages du numériques. <b>(Cf annexe 1 ci-jointe)</b>
<b>Exemples outils numériques</b>	<p><u>Pré-équipement :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prises de courant</li> <li>- Connexion RJ45</li> <li>- Borne Wifi</li> <li>- Stores occultants/Rideaux</li> <li>- Salle info</li> </ul> <p><u>Equipement :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ecran numérique géant</li> <li>- Vidéoprojecteur</li> <li>- Vidéoprojecteur numérique interactif</li> <li>- Ordinateur (poste professeur et/ou élèves)</li> <li>- Ordinateur portable (prof et/ou élèves)</li> <li>- Micro, écouteurs, casque</li> <li>- Tablette</li> <li>- Smartphone</li> <li>- Imprimante 3D</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Table de mixage, ordinateur de studio, salle insonorisée,...</li> <li>- Plusieurs surfaces de projection au sein de la même salle.</li> </ul>
<b>Supports numériques</b>	ENT, Canva, Kahoot !, Word.	
<b>Mobilier</b>	Tables, chaises, poufs, fauteuils, banquettes tables hautes, basses, gradins, tableaux blancs, tables numériques interactives, grande table centrale, placards, étagères,...	

**Annexe 1** : Exemples d'espaces pédagogiques innovants

B3- EXEMPLES D'ESPACES PÉDAGOGIQUES INNOVANTS					
13 FICHES RÉFÉRENCE EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL					
<b>FEU DE CAMP</b> Lieu d'apprentissage en petit groupe	<b>GROTTE</b> Lieu de concentration et pratiques individuelles	<b>OASIS</b> Lieu de rencontre occasionnelle et d'impulsion	<b>LABO</b> Espace d'expérimentation et travaux pratiques	<b>SOURCES</b> Centre de ressources et connaissances	<b>SCÈNE</b> Espace de présentation à un groupe
 <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; <b>fiche 1</b> Cours en petit groupe ou classe entière</li> <li>&gt; <b>fiche 2</b> Pratiques numériques collaboratives</li> <li>&gt; <b>fiche 3</b> Learning place</li> <li>&gt; <b>fiche 4</b> Pratiques numériques interactives</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; <b>fiche 5</b> S'isoler, travailler seul</li> <li>&gt; <b>fiche 6</b> Laboratoire de langue</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; <b>fiche 7</b> Pratiques numériques informelles</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; <b>fiche 8</b> Learning lab</li> <li>&gt; <b>fiche 9</b> Atelier de fabrication</li> <li>&gt; <b>fiche 10</b> Journal radio/vidéo d'école</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; <b>fiche 11</b> BCD numérique</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; <b>fiche 12</b> Accueillir, informer, décider, présentation publique</li> <li>&gt; <b>fiche 13</b> Salle d'exposition élèves, parents, public</li> </ul>

Source : <https://archiclasse.education.fr/Definition-des-espaces-usages-du-numerique>

## Proposition d'un scenario

### Séquence : les facteurs d'ambiance d'un magasin / Le marketing sensoriel

<u>Lycée :</u>	Professionnel
<u>Classes :</u>	1 <sup>ère</sup> AGEC (Animation et Gestion de l'Espace Commercial) 1 <sup>ère</sup> année de CAP EPC (Equipier Polyvalent du Commerce)
<u>Durée séquence :</u>	Entre 8 à 10h selon la typologie des élèves.
<u>Séance 1 :</u>	Découverte des facteurs d'ambiance au-travers des sens (4h)
<u>Séance 2 :</u>	L'analyse de l'existant (4h)
<u>Séance 3 :</u>	J'imagine mon magasin (2 à 4h selon les élèves)

<b>Séance 1</b>	<b>Découverte des facteurs d'ambiance au-travers des sens</b>	
<b>Objectif pédagogique</b>	Comprendre les enjeux du marketing sensoriel et les facteurs d'ambiance d'un magasin : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les couleurs</li> <li>• Les meubles et matériaux</li> <li>• L'ambiance, la planche tendance</li> <li>• Les odeurs</li> <li>• Les sons et vidéos</li> </ul>	
<b>Environnement numérique</b>	<u>Configuration espace pédagogique</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- « En feux de camp »</li> <li>- 12 à 15 élèves</li> <li>- 3 ateliers</li> <li>- Par groupe de 3 ou 4 élèves.</li> </ul>	<u>Supports numériques</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ordinateur prof</li> <li>- Vidéoprojecteur</li> <li>- Wifi</li> <li>- Tablettes/Smartphones</li> <li>- Rideaux occultants</li> <li>- Kahoot</li> </ul>
<b>Usages numériques</b>	<b>CRCN : Objectif de niveau 2</b> CRCN : 3.2 Développer des documents multimédia : Création support vidéo CRCN : 2.2 Partager Publier  L'usage d'une application connue et très en vogue par les élèves leur permet immédiatement d'adhérer au projet. C'est un facilitateur concernant l'engagement scolaire dans la mise en œuvre de la réalisation d'un projet. Il est également possible d'indiquer l'aspect valorisant associé à la création de contenus. La maîtrise de Canva est également rapide et permet de créer de support valorisant. Les élèves ont à cœur de proposer des présentations leur apparaissent plaisantes à regarder.	
<b>Mobilier</b>	Tables, chaises.	

<b>Supports et ressources pédagogiques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pour l'atelier des odeurs : possibilité d'utiliser comme support le jeux Loto des odeurs <a href="http://www.greenweez.com">www.greenweez.com</a></li> <li>- Ou utiliser des huiles essentielles dans des gobelets (voir photos et vidéo).</li> <li>- Canva</li> <li>- Vidéo : « quand les marques charment nos 5 sens » <a href="https://youtu.be/mDw4ZEGgEKs">https://youtu.be/mDw4ZEGgEKs</a></li> </ul>
<b>Info(s) complémentaire(s)</b>	<p>Séance dans le cadre du chef-d'œuvre.</p> <p>Projet : « Création d'un magasin pédagogique »</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2 classes mobilisées (1 classe de CAP EPC et 1 classe de 1<sup>ère</sup> AGEC</li> <li>- 3 enseignants (2 Eco Gestion, 1 Arts-Appliqués).</li> <li>- Approche pluridisciplinaire de la compétence à construire avec l'élève.</li> </ul>
<b>Synthèse</b>	Quizz Kahoot

# ATELIER COULEURS ET VIDEO

## LES MISSIONS A REALISER

**MISSION :** L'impact des couleurs en marketing

1. Consultez le document 1 : **L'INFLUENCE DES COULEURS EN MARKETING.**
2. Partagez vos impressions sur ce document : êtes-vous d'accord, avez-vous des expériences à partager à ce sujet, des exemples à donner ?

### Document 1 : La signification des couleurs

Chaque couleur projette une signification particulière. Par exemple, le noir fait référence à l'élégance et à la simplicité alors que le bleu désigne la confiance et la sécurité. Le choix d'une palette de couleurs pour une entreprise correspond habituellement à son domaine d'expertise et à sa clientèle cible. Effectivement, les enfants sont davantage attirés par les couleurs vives tandis que les femmes préfèrent les couleurs pastel et les hommes les couleurs neutres et plus foncées.

## L'INFLUENCE DES COULEURS EN MARKETING

### ROUGE

Passion, excitation, intensité



### ORANGE

Créativité, jovialité



### JAUNE

Optimisme, bonheur



### VIOLET

Compassion, délicatesse, douceur



### BLEU

Confiance, sécurité, sagesse



### VERT

Santé, nature



### GRIS

Neutralité, calme

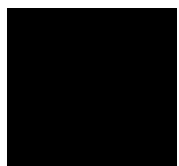
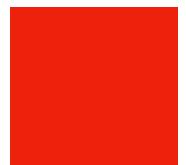


### NOIR

Élégance, simplicité



3. Faîtes glisser la ou les couleur(s) correspondant aux magasins proposés.



MAGASIN QUI VEND DES PRODUITS BIO

MAGASIN DE JOUETS

MAGASIN DE COSMETIQUES

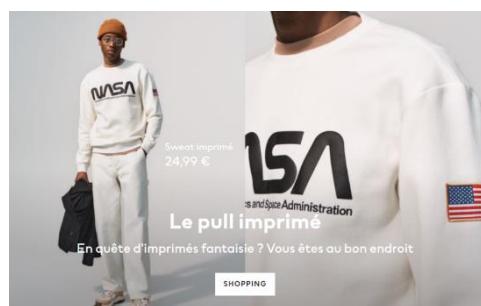
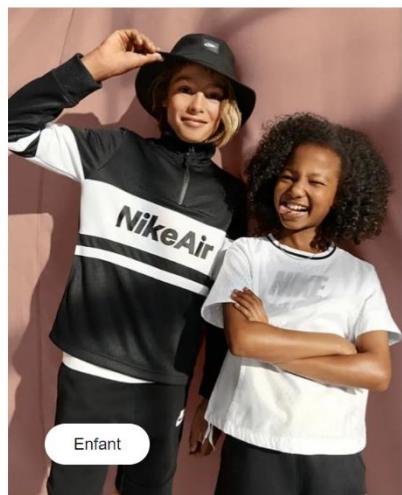
MAGASIN DE JEUX VIDÉOS

**MISSION :** Comprendre la mise en avant des produits

1. Consultez les différentes photos.

**Consignes (enseignant) :**

- Imprimez-les en couleur et plastifiez-les pour un meilleur rendu.





2. Expliquez quelle est la particularité de toutes ces photos pour mettre en avant le produit ?

**MISSION :** Créez une vidéo afin de mettre en valeur un assortiment

**Consignes (enseignant) :**

L'objectif ici est de mettre en avant les produits du magasin afin de les valoriser sur les réseaux sociaux (Cela peut servir d'entraînement à l'épreuve certificative de l'épreuve E33 du Bac MCV voire illustrer une FAR dans le cadre de l'épreuve E31).

**SI VOUS DISPOSEZ D'UN MAGASIN PEDAGOGIQUE DANS VOTRE ETABLISSEMENT**  
**(Travail en binôme)**

1. Réalisez une vidéo de 10-15 secondes sur Canva ou autre support.

2. Quelques conseils pour y parvenir :

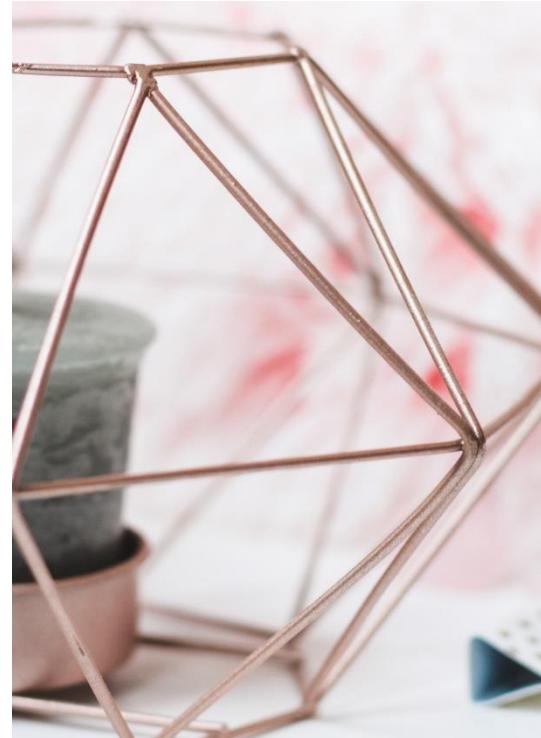


- a) Choisissez plusieurs produits et essayer de les valoriser en étant le plus créatif possible.
- b) N'hésitez pas à adosser un fond de musique à votre vidéo.
- c) Pensez à utiliser tous les accessoires ou autres qui existent dans votre magasin (mannequin, podium, PLV, ILV, comptoir, ...)

3. Partagez votre vidéo à M. ou Mme X (l'enseignant en question) et

l'envoyer sur de l'ENT (espace documentaire ou cahier numérique).

# Atelier Meubles et Déco



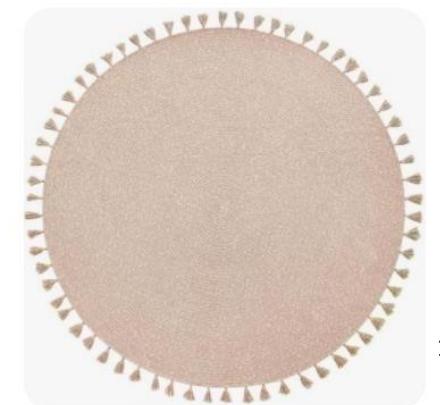
## MISSION À RÉALISER

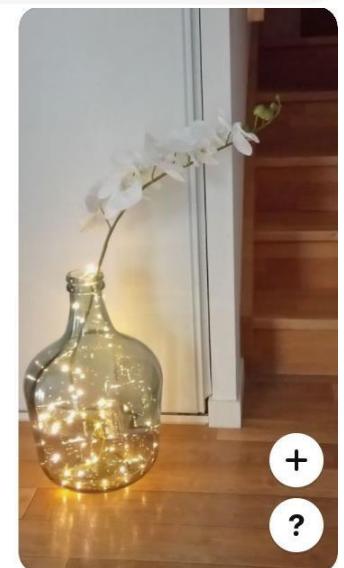
Observez les différentes photos sur lesquelles figurent des meubles, des objets de décoration, ... L'idée est de créer une ambiance de magasin. Plusieurs combinaisons sont possibles.

**Consignes enseignant :**  
Découpez les photos et les mélanger afin que les élèves trouvent les combinaisons.

## AFIN D'Y PARVENIR, VOUS DEVEZ

1. Assemblez les images afin que le rendu soit harmonieux.
2. Déterminez, pour chaque combinaison réalisée, à quel thème cela fait référence (*ex : Moderne, Industriel, Classique, ...*).











**1. Notez vos réponses dans les encadrés ci-dessous :**

Thèmes

Combinaison 1 :

Ex : style moderne

Combinaison 2 :

Combinaison 3 :

Combinaison 4 :

# ATELIER SONS ET ODEURS

**Consignes (enseignant) :** Créez une playlist de musiques liées aux ambiances de chaque magasin proposé. L'enseignant lance 1 musique et les élèves essaient de trouver à quel magasin cela correspond. Faites confronter 2 équipes. A vous de proposer un système de récompense.

**MISSION :** Ecoutez, observez et trouvez la bonne réponse

1. Ecoutez les musiques et dites-moi à quel magasin cela correspond.



**SALON  
DE  
MASSAGES**



**MAGASIN  
STYLE METAL  
ET TATOUAGE**



**MARCHÉ  
DE  
NOËL**



**EPICERIE DE  
PRODUITS  
MEXICAINS**



**AGENCE DE  
VOYAGES  
DANS LES ÎLES**



**LIBRAIRIE  
D'ŒUVRES  
CLASSIQUES**

## MISSION : Comprendre le marketing olfactif

**Consignes (enseignant) :** A l'aide du jeu le « Loto des odeurs » ou de gobelets où vous verserez les huiles essentielles, faites sentir les odeurs aux élèves (cf. QR Code ci-joint). Ils peuvent fermer les yeux afin de percevoir davantage les senteurs. Projetez les photos des magasins sur le vidéoprojecteur. Faites confronter 2 équipes. A vous de proposer un système de récompense.

1. Approchez-vous et sentez.
2. Dites, selon vous à quel magasin est associé l'odeur.



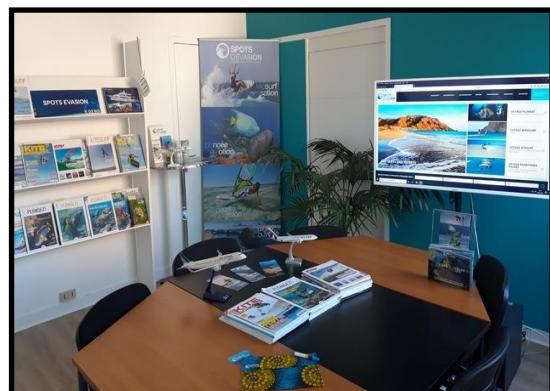
**MAGASIN COSMÉTIQUES NATURELS**



**MAGASIN DE BONBONS**



**PATISSERIE / SALON DE THÉ**



**AGENCE DE VOYAGES**

# SYNTHESE

## Document 2 : Vidéo « Quand les marques charment nos sens »



L'odeur, le son, l'image, ... tout est manipulable pour vous pousser à acheter ! C'est le marketing sensoriel ! Du package à l'odeur de la boutique en passant par l'agencement des rayons, les enseignes soignent chaque détail pour nous attirer sans que nous nous en rendions toujours compte.

<https://youtu.be/mDw4ZEGgEKs>

## Kahoot !



### Consignes (enseignant) :

Téléchargez ce QR Code afin d'avoir accès à toutes les questions liées à la vidéo qu'il est possible de poser.

### Quizz avec les questions et les réponses

1 - Quiz Qu'est-ce que le marketing sensoriel?  A Le marketing qui fait appel à nos 5 sens pour vendre plus B Le marketing qui est à l'envers C Le marketing sensible D Les 4 réponses	20 s	2 - Quiz Quels sont les 5 sens?  A La vue, l'odorat, le goût, l'oreille, l'ouïe B La vue, les yeux, l'odorat, le goût, le toucher, l'ouïe C La vue, l'odorat, le goût, le toucher, l'ouïe D La vue, l'odorat, le goût, le toucher, l'odeur	20 s
3 - Quiz "Lumineux et chaleureux", c'est quel sens?  A La vue B L'ouïe C L'odorat D Le toucher	20 s	4 - Quiz La dégustation de thé dans le magasin : de quel sens s'agit-il?  A La vue B Le toucher C L'odorat D Le goût	20 s

## Sabah Kebli

<p>5 - Quiz Les bruits d'oiseau et de nature : de quel sens s'agit-il?</p> <p>20 s</p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="checkbox"/> La vue <span style="color: red;">X</span></li><li><input type="checkbox"/> L'ouïe <span style="color: green;">✓</span></li><li><input type="checkbox"/> L'odorat <span style="color: red;">X</span></li><li><input type="checkbox"/> Le toucher <span style="color: red;">X</span></li></ul>	<p>6 - Quiz Pourquoi tous ces facteurs d'ambiance sont mis en place par les marques?</p> <p>20 s</p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="checkbox"/> Pour nous détendre <span style="color: red;">X</span></li><li><input type="checkbox"/> Pour faire joli <span style="color: red;">X</span></li><li><input type="checkbox"/> Pour passer le temps <span style="color: red;">X</span></li><li><input type="checkbox"/> Pour nous faire acheter <span style="color: green;">✓</span></li></ul>
<p>7 - Quiz Quel parfum faut-il diffuser si on veut vendre une cocotte dans un magasin de cuisine?</p> <p>20 s</p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="checkbox"/> Le citron <span style="color: red;">X</span></li><li><input type="checkbox"/> La cannelle <span style="color: green;">✓</span></li><li><input type="checkbox"/> La menthe <span style="color: red;">X</span></li><li><input type="checkbox"/> Les oignons <span style="color: red;">X</span></li></ul>	<p>8 - Quiz Pour la vente, les sens permettent de créer...</p> <p>20 s</p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="checkbox"/> ...des sensations désagréables <span style="color: red;">X</span></li><li><input type="checkbox"/> ... rien du tout <span style="color: red;">X</span></li><li><input type="checkbox"/> ...de l'émotion et de la mémorisation <span style="color: green;">✓</span></li><li><input type="checkbox"/> ... un peu tout à la fois <span style="color: red;">X</span></li></ul>
<p>9 - Quiz Pourquoi diffuser une odeur de chocolat à l'extérieur d'un magasin de chocolat?</p> <p>20 s</p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="checkbox"/> Pour faire entrer les clients à l'intérieur et pour mettre en appétit <span style="color: green;">✓</span></li><li><input type="checkbox"/> Pour masquer l'odeur des produits pas frais <span style="color: red;">X</span></li><li><input type="checkbox"/> Pour parfumer la rue gratuitement <span style="color: red;">X</span></li><li><input type="checkbox"/> Pour réduire la pollution des villes <span style="color: red;">X</span></li></ul>	<p>10 - Quiz Pour quel type de magasins utilise-t-on le parfum de la fleur de Tahiti (tiaré)?</p> <p>20 s</p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="checkbox"/> Un fleuriste <span style="color: red;">X</span></li><li><input type="checkbox"/> Une agence de voyage <span style="color: green;">✓</span></li><li><input type="checkbox"/> Une boulangerie <span style="color: red;">X</span></li><li><input type="checkbox"/> Une pizzeria <span style="color: red;">X</span></li></ul>
<p>11 - Quiz Une odeur peut booster les ventes de ...</p> <p>20 s</p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="checkbox"/> 10% <span style="color: red;">X</span></li><li><input type="checkbox"/> 32% <span style="color: red;">X</span></li><li><input type="checkbox"/> 100% <span style="color: red;">X</span></li><li><input type="checkbox"/> 30% <span style="color: green;">✓</span></li></ul>	

<b>Séance 2</b>	<b>Typologie des magasins : Analyse de l'existant</b>	
<b>Objectif pédagogique</b>	Rechercher les différents types de magasins et leurs spécificités.	
<b>Environnement et usages numériques</b>	<u>Configuration espace pédagogique</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- D'abord « En grotte »</li> <li>- Puis « En scène »</li> <li>- 12 à 15 élèves</li> <li>- En binôme max ou seul</li> <li>- Sur poste informatique</li> </ul>	<u>Supports numériques</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ordinateur prof</li> <li>- Vidéoprojecteur</li> <li>- Wifi</li> <li>- Rideaux occultants</li> <li>- Classroomscreen</li> <li>- PowerPoint</li> <li>- Genially</li> <li>- Canva</li> </ul>
<b>Mobilier</b>	Tables, chaises.	
<b>Supports et ressources pédagogiques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Classroomscreen</li> </ul>	
<b>Info(s) complémentaire(s)</b>	<p>Séance dans le cadre du chef-d'œuvre.          Projet : « création d'un magasin pédagogique »</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 3 enseignants (2 Eco Gestion, 1 Arts-Appliqués).</li> <li>- Approche pluridisciplinaire de la compétence à construire avec l'élève.</li> </ul>	
<b>Synthèse</b>	Présentation des travaux des élèves à l'oral	

# ATELIER ANALYSE DE L'EXISTANT

## MISSION : CRÉER UN DIAPORAMA

Lors de cette mission, vous aurez à créer un diaporama afin présenter votre travail.

### Travail à faire :

1. Cherchez 5 enseignes qui se trouvent dans le même secteur d'activité.  
(Ex : magasins de chaussures).  
Vous devez créer 5 slides différents. 1 slide par magasin choisi.
2. Indiquez pour chaque magasin :
  - Le nom du magasin
  - Le Logo
  - Des images de l'intérieur de chaque magasin
3. Présentez chaque magasin
  - Le nombre de magasin en France et à l'international
  - La cible (quel type de client achète, quel(s) produit(s),...)
  - Les points communs entre les 5 magasins (couleurs, ambiance, mobilier,...)
4. Vous présenterez votre travail à l'oral

### Consignes enseignant :

Ici, nous avons utilisé Classroomscreen pour donner les consignes aux élèves. Cela est projeté via le vidéoprojecteur durant toute la séance. Nous avons utilisé les icônes proposés et notamment l'horloge et le minuteur pour apprendre aux élèves à rendre un travail dans un temps donné.



<b>Séance 3</b>		<b>J'imagine mon magasin</b>	
<b>Objectif pédagogique</b>	Proposition d'un choix de magasin : réalisation de croquis et cahier des charges		
<b>Environnement et usages numériques</b>	<u>Configuration espace pédagogique</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- « En feux de camp »</li> <li>- 12 à 15 élèves</li> <li>- Par groupe ou individuellement</li> </ul>	<u>Supports numériques</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ordinateur prof</li> <li>- Vidéoprojecteur</li> <li>- Wifi</li> </ul>	
<b>Mobilier</b>	Tables, chaises.		
<b>Supports et ressources pédagogiques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Feuilles type Canson A3 ou A4</li> <li>- Feutres</li> <li>- Crayons et crayons de couleurs</li> </ul>		
<b>Info(s) complémentaire(s)</b>	<p>Séance dans le cadre du chef-d'œuvre.</p> <p>Projet : « création d'un magasin pédagogique »</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 3 enseignants (2 Eco Gestion, 1 Arts-Appliqués).</li> <li>- Approche pluridisciplinaire de la compétence à construire avec l'élève.</li> </ul>		
<b>Synthèse</b>	Présentation orale de leurs travaux		

## ATELIER « J'IMAGINE MON MAGASIN »

### MISSION :

Lors de cette mission, vous aurez à imaginer votre futur magasin pédagogique en 2 étapes (Remplir le tableau vierge pour ensuite réaliser un croquis).

#### Exemple d'un magasin streetwear :

Eléments	Description
Type de magasin	Ex : Streetwear
Pour qui ?	Quelle(s) clientèle(s) ? quel(s) âge(s), sexe(s), catégorie(s) sociale(s), habitude(s) d'achat(s), politique(s) de prix, ...
Quel(s) produit(s)/Accessoires ?	Ex : baskets, jogging, t-shirt, casquettes,
Sol	Quel(s) revêtement(s) ?...
Murs	Quelle(s) couleur (s)...
Plafond	Quel style ? Quel(s) matériau (x),...
Couleurs	Quelle palette de couleurs ?
Mobilier	Portant(s), banc(s), tables(s), étagère(s), cabine d'essayage, comptoir/caisse, ...
Quel(s) équipement(s)	Prises, Ordinateur ? caisse ? scan ?
Ambiance	Quelle(s) musique(s), lumière(s), odeur (s),...

Travail à faire :

1. Remplir le tableau vierge ci-dessous (en vous aidant de l'exemple ci-dessus).
2. Puis, dessinez un croquis à l'aide des éléments récoltés dans le tableau.

**Consignes enseignant :**

- Sur poste informatique : Les élèves sont disposés en feu de camp. L'enseignant aura une vision globale des travaux menés et ainsi pouvoir aller à la rencontre des élèves individuellement.
- Poster sur « l'espace partagé de la classe » ***le tableau vierge et le tableau d'exemple*** afin que les élèves puissent dans un 1<sup>er</sup> temps le remplir et dans un 2<sup>nd</sup> temps passer à la partie « croquis ».

Eléments	Description
Type de magasin	
Pour qui ?	
Quel(s) produit(s)/Accessoires ?	
Sol	
Murs	
Plafond	
Couleurs	
Mobilier	
Quel(s) équipement(s)	
Ambiance	