

Pistes pour l'éducation en vue d'un développement durable (EDD)

Poster « 1024 Regards »

Acheter à manger : un regard critique sur la consommation

Thème : alimentation, consommation, publicité

Niveaux : Cycle 2 (5-8 HarmoS)



ACTIVITE I : JE CHOISIS CE QUE JE MANGE

Objectifs :

- Nommer les principaux facteurs qui influencent nos choix alimentaires.
- Se situer par rapport à ces facteurs et argumenter sa position.

Durée : 1 à 2 périodes.

Matériel : petits post-it ou post-it coupés en bandes, feuilles.

Liens au PER :

- CM 26 – Identifier les notions de base d’une alimentation équilibrée
- SHS 21 – Identifier les relations existant entre les activités humaines et l’organisation de l’espace
- FG 22 – Agir par rapport à ses besoins fondamentaux en mobilisant les ressources utiles
- FG 26-27 – Analyser des formes d’interdépendance entre le milieu et l’activité humaine
- FG 28 – Développer la connaissance de soi et apprendre au contact des autres
- Capacités transversales : collaboration, communication, stratégies d’apprentissages, démarche réflexive

Déroulement :

- 1 Les élèves forment des groupes de 3 ou 4. Chaque groupe reçoit 2 petits post-it.
- 2 Les groupes se déplacent à leur tour devant le poster et reçoivent la consigne suivante : « *Certaines images du poster représentent différents articles d’un supermarché. Votre groupe va ensemble au supermarché et achète 2 produits (aliments ou boissons) pour les consommer. Collez vos post-it à côté des 2 images que vous aurez choisies.* ».
- 3 L’enseignant-e reprend les différents produits marqués par les élèves, les nomme avec leur aide et les liste au tableau. Si possible, ils sont classés par catégories.
- 4 L’enseignant-e interroge la classe : « *Pour quelles raisons avez-vous choisi ces images ? A-t-il été facile de vous mettre d’accord ? Comment vous y êtes-vous pris pour décider ? Pour quelles raisons certains produits ont-ils été plus choisis que d’autres ? Le fait qu’il y ait peu d’articles à choix était-il un avantage ou un inconvénient pour cet exercice ?* »
- 5 L’enseignant-e pose la question suivante : « *Imaginez que vous êtes seul-e au supermarché et que vous devez faire les courses pour votre famille. A quoi pensez-vous pour décider ce que vous mettez dans le caddie ? Trouvez le plus de critères possibles.* ».
 - Variante 5H-6H : La classe discute et l’enseignant-e liste les critères au tableau.
 - Variante 7H-8H : Chaque élève écrit individuellement les critères qui influencent sa décision. Puis, mise en commun. L’enseignant-e liste les critères au tableau et invite les élèves à en trouver d’autres, en leur posant des questions.Les critères possibles sont : le goût, la santé, le prix, l’aspect/l’emballage, la publicité, mais aussi les habitudes familiales (en lien avec les origines et la religion) et le respect de l’environnement. Même si tous ces éléments ne ressortent pas, il est important de questionner les élèves sur l’influence de la publicité et des emballages sur leurs choix alimentaires.
- 6 L’enseignant-e note chacun des principaux critères cités sur des feuilles séparées. Ces feuilles sont distribuées à des élèves, qui viennent se placer en ligne devant le reste de la classe.

7 L'enseignant-e propose de classer les critères du plus important au moins important. Les élèves devant la classe se déplacent en fonction des propositions de leurs camarades. Chaque proposition doit être argumentée. Il est évidemment impossible d'atteindre un consensus, l'objectif étant de susciter le débat.

Conclusion : il n'y a pas de bonne solution ! Chacun-e effectue ses choix en fonction de sa situation. Toutefois, certains critères (par ex. la santé) devraient avoir plus de poids que d'autres (par ex. l'emballage), même si ce n'est pas toujours le cas en réalité. L'important est de prendre le temps de réfléchir au moment de choisir et se demander : « Pour quelles raisons ai-je envie de ce produit ? ».

8 Synthèse possible : « Je mange en fonction de ...
... qui je suis : mon âge, mon histoire, mon expérience, ce qu'on m'a appris et transmis, mes habitudes, mes valeurs (respect des autres et de l'environnement) ;
... ce qui m'influence : la publicité, les emballages, mon groupe de copains, ma famille ou d'autres personnes d'influence ;
... ce que j'ai à disposition : mon budget, les magasins à proximité, le temps dont je dispose pour acheter à manger et cuisiner, etc. »

Prolongement possible :

Visite d'un supermarché avec la classe pour approfondir la réflexion ou aborder d'autres questions : *Comment sont regroupés les articles dans les rayons ? Pourrait-on les ranger d'une autre manière ? Quels sont les articles qui s'adressent aux enfants ? Comment choisit-on ceux que l'on place aux caisses ? Pourquoi certains produits sont-ils placés à plusieurs endroits ?* Les élèves interrogent un responsable du supermarché.

ACTIVITE II : ACHETEZ MON PRODUIT !

Objectifs :

- Décrire de manière critique certains mécanismes de la publicité.
- Identifier une partie de l'impact de la publicité sur ses choix alimentaires.

Durée : env. 2 périodes.

Matériel : feuilles, feutres, magazines, ciseaux et autre matériel pour réaliser l'affiche publicitaire.

Liens au PER :

- CM 26 – Identifier les notions de base d'une alimentation équilibrée
- SHS 21 – Identifier les relations existant entre les activités humaines et l'organisation de l'espace
- FG 26-27 – Analyser des formes d'interdépendance entre le milieu et l'activité humaine
- FG 28 – Développer la connaissance de soi et apprendre au contact des autres
- Capacités transversales : collaboration, communication, stratégies d'apprentissages, pensée créatrice, démarche réflexive

Déroulement:

- 1 L'enseignant-e demande aux élèves de citer une publicité qui leur plaît et de la décrire. A partir de cet exemple, il/elle demande quel est le rôle de la publicité et note les réponses au tableau sous forme de mots-clés.
- 2 Répartis par groupes de 3 ou 4, les élèves jouent le rôle d'agents de publicité. Chaque groupe se voit attribuer un produit alimentaire. Ceux-ci sont représentés par les images du poster ayant les coordonnées suivantes:
 - 1-U: Tomes de chèvre artisanales
 - 5-X: Sushis livrés à domicile
 - 10-Z: Pizzas surgelées
 - 13-B: Pâtisseries de luxe
 - 16-C: Capuccino soluble
 - 17-EE: Raisins sans pépin
 - 18-U: Pommes importées de Nouvelle-Zélande

Chaque groupe invente un nom et un slogan pour son produit. Il liste les arguments qu'il souhaite développer et imagine ensuite la meilleure publicité possible. Celle-ci peut prendre la forme d'une affiche ou d'un spot publicitaire à jouer sous forme de saynète.

- 3 Mise en commun:
 - Chaque groupe présente son travail
 - La classe vote pour la meilleure publicité. L'enseignant-e interroge la classe sur les raisons de ce choix.
 - Chaque groupe explique comment il s'y est pris pour réaliser sa publicité.
 - Discussion animée par l'enseignant-e: *Avez-vous toujours dit la vérité sur votre produit? Avez-vous pensé à la santé des consommateurs ou à l'environnement? Achèteriez-vous un tel produit? S'il fallait mettre en garde le consommateur sur les inconvénients et les risques de votre produit, que rajouteriez-vous à votre pub? Pourquoi beaucoup de publicités s'adressent aux enfants alors que ce sont les parents qui achètent? La publicité peut-elle nous convaincre d'acheter quelque chose dont on n'a pas besoin ou qui est mauvais pour notre santé? Quelle différence y a-t-il entre le plaisir de regarder une publicité bien faite et celui de consommer le produit en question?*
- 4 L'enseignant-e écrit la question suivante au sommet du tableau: «Et si je mangeais seulement en fonction des publicités?» et dessine au dessous un grand rond représentant une assiette. Il/elle propose aux élèves de citer toutes les publicités qu'ils connaissent pour des aliments/boissons et inscrit toutes les marques dans l'assiette. Ces marques sont ensuite regroupées par catégories: fast-food, friandises, boissons sucrées, produits laitiers, etc. Les élèves répondent à la question initiale, en comparant le contenu de l'assiette avec celui d'un menu équilibré. Ils s'interrogent sur l'influence de la publicité sur le contenu de nos assiettes. Les aliments qui manquent dans l'assiette «publicitaire» sont identifiés. La pyramide alimentaire suisse peut être utilisée pour illustrer la discussion: www.sge-ssn.ch/pyramide-alimentaire.
- 5 Synthèse et conclusion:

L'enseignant-e reprend les réponses du début sur le rôle de la publicité et demande aux élèves de compléter. Pour terminer, la classe peut réaliser un tableau mentionnant les points positifs et négatifs de la publicité. Parmi les négatifs, il est important de rendre les élèves attentifs aux informations mensongères que peuvent contenir certaines publicités (par ex: sur le caractère sain d'un produit).

Prolongement possible :

La classe met sur pied une campagne publicitaire à l'attention de l'établissement scolaire pour promouvoir des aliments sains/locaux/de saison peu présents dans les publicités pour enfants.

Information pour l'enseignant-e :

Selon une étude, les aliments présents dans les publicités pendant les programmes visionnés par les enfants suisses sont les suivants: Fast-food, repas précuisinés (52,3%) / Friandises, snacks, sodas (28,4%) / Produits laitiers (12,2%) / Féculents (3,3%) / Boissons non sucrées (2,4%) / Matières grasses (0,7%) / Viandes, poissons (0,5%) / Fruits, légumes (0,2%).

Source: Etude KIWI2 réalisée en 2011 par l'alliance des organisations des consommateurs suisses (FRC, SKS, ACSI).

ACTIVITE III: MA BOÎTE DE CÉRÉALES

Objectifs :

- Analyser de manière critique les informations contenues sur un emballage de céréales.
- Prendre conscience de l'influence de l'emballage sur ses préférences alimentaires.

Durée : env. 2 périodes.

Matériel: quelques boîtes en carton de céréales, feuilles A3, ciseaux, colle, feutres, document « Choco Leo » de la FRC à télécharger sous www.frc.ch/choco-leo (ne distribuer que la partie intitulée « Les trucs marketing destinés aux jeunes »).

Liens au PER :

- CM 26 – Identifier les notions de base d'une alimentation équilibrée
- SHS 21 – Identifier les relations existant entre les activités humaines et l'organisation de l'espace
- FG 26-27 – Analyser des formes d'interdépendance entre le milieu et l'activité humaine
- FG 28 – Développer la connaissance de soi et apprendre au contact des autres
- Capacités transversales : collaboration, communication, stratégies d'apprentissages, démarche réflexive

Déroulement :

- 1 L'enseignant-e demande à quelques élèves d'amener en classe les boîtes en carton des céréales qu'ils consomment à la maison.
- 2 Les élèves forment des groupes de 3.
 - Chaque groupe reçoit une boîte et deux feuilles A3.
 - Le groupe observe attentivement les informations contenues sur la boîte.
 - Il découpe les différentes catégories d'informations et les collent sur les feuilles,

en y indiquant à chaque fois un titre (par ex : ingrédients, provenance, poids, date limite, labels, jeu, etc.). Si certaines informations ne sont pas comprises ou ne peuvent pas être classées, elles sont également découpées et mises de côté.

– Le groupe entoure avec un feutre de couleur les catégories d'informations qui lui paraissent les plus importantes.

- 3 Distribution et lecture en commun du **document «Choco Leo»** sur les trucs marketing destinés aux jeunes. Chaque groupe fait le parallèle avec sa propre boîte de céréales.
- 4 Mise en commun : chaque groupe présente son travail et ses réflexions. Les informations n'ayant pas pu être classées sont reprises et discutées.
- 5 Discussion animée par l'enseignant-e: *Quelles informations avez-vous l'habitude de lire? Qu'avez-vous appris de nouveau? Quelles informations vous paraissent utiles/inutiles? Qu'est-ce que vous ajouteriez? Qu'est-ce qui vous donne envie (ou pas) d'acheter cette boîte de céréales? Que nous disent les différents chiffres indiqués sur la boîte? Y a-t-il des informations que l'on peut mettre en doute? Qu'est-ce que le document «Choco Leo» vous a appris? A quoi serez-vous attentifs à l'avenir? Pensez-vous avoir une influence sur les achats de vos parents?*

Prolongements possibles :

- Si des questions sont soulevées par les élèves lors de la réflexion sur la boîte de céréales, écrire à la marque concernée pour demander des explications ou exprimer un souhait.
- Organiser une dégustation comparative de céréales : disposer sur une table 3 ou 4 types de céréales (aspect et goût similaires, mais marques différentes¹), sans aucune indication de marque. Sur une autre table, disposer les mêmes céréales à côté de leurs emballages respectifs. Les élèves votent sur chacune des deux tables pour les céréales qu'ils préfèrent. Après la communication des résultats, la classe échange autour de l'influence des emballages sur les préférences alimentaires.

Informations complémentaires pour l'enseignant-e :

- Document complet « Choco Leo » de la FRC analysant les trucs marketing destinés aux enfants et aux parents à partir d'un emballage de céréales fictif. A télécharger sous : www.frc.ch/choco-leo. Ce document peut également être diffusé auprès des parents.
- Tableau de la FRC comparant les céréales pour enfants selon leur composition. A télécharger sous : www.frc.ch/enquetes/trop-sucrees-les-cereales.

1 Par exemple, selon la FRC :

- Céréales au goût de chocolat : Chocos et Nesquik (Coop, Manor, Migros,...), ChocoChips (Aldi), Flakers Choco (Lidl).
- Corn Flakes sucrés : Frosties (Coop, Manor, Migros,...), White Flakes (Aldi), Sugar Cornflakes de Prix Garantie (Coop).

Autres suggestions dans différents domaines disciplinaires :

Domaines disciplinaires: CM, Langues, SHS, FG

Imaginer un monde sans emballage : chacun irait au magasin avec ses propres boîtes à remplir. Identifier les arguments pour et contre un tel système et organiser ensuite un débat en classe.

Domaine disciplinaire : CM, MSN

Comparer plusieurs produits et identifier lequel est le plus cher/le moins cher à la pièce ou au kilo. Comment convertir les différents prix ? Où trouve-t-on ces informations sur les emballages/dans un supermarché ? Qu'est-ce qui est plus cher au kilo : les fruits ou les biscuits ?

Domaines disciplinaires : CM, SHS, MSN, FG

Par groupes, les élèves choisissent un produit alimentaire (transformé ou non) représenté sur le poster et réalisent son passeport : photo, origine(s), ingrédients, taille, signes particuliers, etc. Chaque groupe présente ensuite le passeport (sans la photo) au reste de la classe, qui doit deviner de quel produit il s'agit.

Domaines disciplinaires: CM, SHS, MSN, FG

La classe mène l'enquête sur un pot de pâte à tartiner au chocolat. Identifier la liste des ingrédients et mener une recherche sur leurs origines respectives. Indiquer ces lieux de production sur le poster (carte du monde). Estimer les distances parcourues.

Domaines disciplinaires: CM, SHS, FG

Imaginer la vie d'un produit alimentaire avant et après l'achat. Les élèves choisissent sur le poster une image représentant un produit alimentaire (ou découpent une image dans un magazine). Ils reproduisent (ou collent) cette image sur une feuille et dessinent ensuite à gauche et à droite du produit les différentes étapes de son cycle de vie : de la fabrication à la distribution, jusqu'à la consommation, à la poubelle et à l'éventuel recyclage.

Domaines disciplinaires: CM, Arts, SHS, FG

Les élèves récupèrent les emballages de produits alimentaires qui sont jetés à la maison. Une fois rassemblés en classe, ces emballages sont analysés et classés de différentes manières. On s'interroge sur leurs fonctions : conserver le produit, le transporter plus facilement, donner envie de l'acheter ? Chaque élève peut ensuite choisir certains emballages pour réaliser une œuvre d'art abstraite. Une exposition peut être organisée pour les parents. Les emballages restants sont triés pour le recyclage.

Domaine disciplinaire: CM, Arts

Les élèves dessinent le supermarché du futur. Chaque élève commente son dessin et explique sa vision devant la classe.

Domaine disciplinaire : CM, FG

On découpe dans des magazines une série d'images représentant des aliments et des boissons (env. 40 images). Ces images sont disposées sur des tables. Les élèves se répartissent par petits groupes, qui représentent l'équipage d'un bateau en route vers une île déserte. Chaque groupe doit se mettre d'accord pour prendre avec lui 4 produits essentiels à sa survie. Au moment d'embarquer, les équipages réalisent qu'ils n'ont pas suffisamment de place à bord. Ils doivent abandonner 1 produit au sol. Le groupe discute pour décider quel produit sacrifier. Le voyage commence mais l'embarcation doit affronter une énorme

tempête. Pour ne pas chavirer, il faut sacrifier 1 nouveau produit. Finalement, les différents groupes arrivent sur leur île. Chacun présente au reste de la classe les 2 produits qui lui restent et explique pourquoi il les a conservés. Discussion: *Quels sont les produits dont nous avons réellement besoin et quels sont les produits superflus? Qu'est-ce qui différencie une envie d'un besoin?*

Pour aller plus loin: www.education21.ch

Impressum

Auteure: Marie-Françoise Pitteloud

Crédit photos: toutes les photos proviennent des collaborateurs et collaboratrices d'éducation21

Copyright éducation21, mai 2015

éducation21 | Avenue de Cour 1 | 1007 Lausanne

tel. +41 21 343 00 21 | info@education21.ch | www.education21.ch