

# Regards critiques sur l'alimentation

Dans la série des «1024 Regards» d'éducation21, de nouvelles fiches, élaborées avec la Fédération romande des consommateurs, abordent la consommation à travers l'alimentation. Les élèves des trois cycles HarmoS sont invités à développer leur esprit critique en questionnant ce qui détermine leurs choix.

Marie-Françoise Pitteloud, éducation21

**M**ême s'ils ne le pilotent pas toujours, les enfants et les jeunes, cibles d'une multitude de stimuli publicitaires, influencent la composition du caddie familial de manière certaine. Orientées sur la dimension économique, les pistes pédagogiques mettent en évidence les liens avec les enjeux sociaux et environnementaux, favorisant ainsi une approche systémique du thème de l'alimentation.

## Envie ou besoin?

En préparant leur expédition vers une île déserte, les élèves du cycle 1 doivent choisir parmi de nombreux produits de consommation ceux qu'ils souhaitent emmener. C'est par le dialogue que les différents équipages pourront se mettre d'accord sur leur sélection et aborder ainsi une question fondamentale: qu'est-ce qui est essentiel à la vie et qu'est-ce qui est superflu? En d'autres termes: qu'est-ce qui différencie une envie d'un besoin?



Le kit EDD «1024 Regards» comporte un poster composé d'une mosaïque de 1024 photos qui reflètent la diversité du monde et de quatre séries de fiches pédagogiques sur des thèmes divers: diversité, droits de l'enfant, forêt et alimentation. D'autres thèmes seront proposés au cours de l'année scolaire 2015/16. Commandez le poster et téléchargez les fiches pédagogiques sur [www.education21.ch/fr/1024](http://www.education21.ch/fr/1024)

## Le rôle de la publicité

Au cycle 2, l'analyse critique d'un emballage de céréales permet de différencier les informations qu'il contient: utiles ou inutiles, publicitaires ou informatives. Un atelier de dégustation de plusieurs céréales d'apparence similaire invite à s'interroger sur l'influence des emballages sur nos préférences alimentaires. Est-ce réellement le goût que j'affectionne ou suis-je attiré par le personnage sympathique de la boîte? Les élèves ont également l'occasion de se mettre dans la peau d'agents de publicité pour promouvoir leur propre produit. La classe de 5H-6H de Veysonnaz (VS), dans laquelle l'activité a été testée, a ainsi réalisé plusieurs affiches publicitaires avant de s'interroger sur les mécanismes sous-jacents à de tels outils: une publicité dit-elle toute la vérité sur un produit? La santé du consommateur et le respect de l'environnement sont-ils toujours pris en compte? De quoi serait composée notre assiette si l'on se nourrissait uniquement en fonction des publicités?

## Les valeurs derrière nos choix alimentaires

Les jeunes du cycle 3 sont des consommateurs actifs dont la palette des marques préférées est déjà bien fournie. Mais quel recul ont-ils par rapport aux aliments qu'ils achètent pour combler une petite faim après les cours? Après avoir choisi un produit transformé, les élèves mènent l'enquête en se répartissant les différents aspects à analyser: goût, santé, prix, marketing et environnement. Ils identifient ensuite les liens entre ces différents critères, avant de s'interroger sur l'importance à donner à chacun d'entre eux: le goût est-il plus important que la santé ou que le prix? Qu'en est-il du commerce équitable et de l'impact sur l'environnement? Ces discussions font émerger certaines des valeurs qui se cachent derrière nos choix alimentaires. Les élèves pourront ainsi s'armer d'un regard plus conscient lors de leur prochaine visite au supermarché et, qui sait, envisager d'autres manières de consommer.

Le numéro 2.2015 de *ventuno*, la revue de pratiques en EDD, est entièrement consacré à la consommation. Abonnez-vous gratuitement sur [www.education21.ch/fr/ventuno](http://www.education21.ch/fr/ventuno)