

ventuno

L'EDD à l'école

2015
02



Interview Professeur émérite Dr. Klaus Hurrelmann | Université de Bielefeld (D)

Génération Y et consommation

Durant plusieurs décennies, Klaus Hurrelmann a marqué la recherche dans le domaine de la socialisation, de la formation, de la santé et de la prévention en Allemagne. Dans le cadre d'une discussion avec ventuno, il encourage les écoles à promouvoir, par le biais de projets participatifs concrets, les compétences des jeunes en matière de consommation.

Jamais auparavant les jeunes n'avaient été confrontés, dans tous les domaines de leur vie, à une telle abondance de choix. Ils appartiennent à la génération Y, celle des 15 à 30 ans. C'est la génération des natifs numériques, qui bénéficient d'une bonne formation et dont la réalité quotidienne diffère fondamentalement de celle des générations précédentes. Ces jeunes se distinguent par un scepticisme affiché face aux structures hiérarchiques et un mode de vie orienté sur leurs propres besoins. Ils évaluent ce qui s'offre à eux à la lumière des avantages qu'ils pourront en retirer. Au quotidien, ils misent de manière pragmatique sur la participation et la codécision.

Monsieur Hurrelmann, dans votre nouveau livre «Die heimlichen Revolutionäre. Wie die Generation Y unsere Welt verändert» (Les révolutionnaires secrets. Comment la génération Y change notre monde), vous brosez un portrait positif des jeunes de 15 à 30 ans. A quoi ressemble le monde après cette révolution secrète?
 Dans le cadre de la famille, les structures recomposées

n'étonnent plus personne, mais on continue d'avoir une attitude assez ferme envers les enfants. Dans le domaine professionnel, les hiérarchies changent et deviennent plus horizontales. Les jeunes veulent pouvoir influencer directement le monde du travail, laisser des traces et développer des projets de manière autonome. De même en est-il de leurs loisirs, qu'ils gèrent, la plupart du temps de manière remarquable et efficace, par le biais des médias électroniques. Dans le domaine politique en revanche, les Y continuent de tâtonner. Ils ne sont pas satisfaits de la manière actuelle dont évoluent les conditions sociales. A ce sujet, ils accordent une grande importance à la participation.

Et à l'école?

Le rôle des enseignants va changer. Ils n'auront plus une attitude directrice et autoritaire. Ils agiront plutôt comme des formateurs et laisseront beaucoup de liberté à la créativité individuelle et à l'autonomie.

Quelles sont les valeurs phares des jeunes adultes?

La crise économique de 2007–2008 a eu des répercussions matérielles également sur la génération Y. Cela explique un certain retour à l'ordre, au zèle, à la discipline et à la propreté. C'est une génération très attentive à ses intérêts et à ses besoins personnels. Les personnes plus âgées ont, de ce fait, tendance à considérer les Y comme égoïstes et uniquement centrés sur eux-mêmes. (suite en p. 3)



4-5



8-9



Redéfinir notre bien-être?

Depuis l'avènement de la société de consommation, au sortir de la 2^{ème} guerre mondiale, le PIB mondial n'a cessé de croître, signifiant une augmentation globale des biens et services produits et consommés. On se demande toutefois si cet indicateur, uniquement basé sur le développement économique d'un pays, reflète la qualité de vie de ses habitants. Car paradoxalement, loin de représenter un bien-être pour tous, cette croissance, nourrie par une publicité omniprésente et des modèles de vie ultra-consuméristes, semble générer de nombreuses frustrations. Sans parler de l'accroissement des inégalités sociales et des atteintes à l'environnement. Alors, ne serait-il pas temps de redéfinir notre bien-être?

L'indice de développement humain (IDH) par exemple propose une alternative intéressante, en combinant pouvoir d'achat avec espérance de vie et niveau d'éducation. Prolongeant la réflexion, le Bouddhisme, quant à lui, instauré le BNB (bonheur national brut), y incluant des notions comme la bonne gouvernance, l'utilisation durable des ressources ou la conservation de sa culture. A son initiative d'ailleurs, l'Assemblée générale des Nations Unies a, le 12 juillet 2012, proclamé le 20 mars «Journée internationale du bonheur». Ban Ki-moon déclarait à cette occasion: «Le monde a besoin d'un nouveau paradigme économique qui reconnaisse la parité entre les trois piliers du développement durable. Les bien-être social, économique et environnemental sont indissociables. Ensemble, ils définissent le bonheur brut mondial». A l'instar du Bouddhisme, différents mouvements – altermondialisme, décroissance, simplicité volontaire – font connaître leur vision du bien-être. Quelle est celle des jeunes d'aujourd'hui?

Nés à l'ère du chômage et d'Internet, ils sont confrontés plus tôt aux difficultés économiques, mais aussi informés plus tôt des grands enjeux mondiaux. On les dit souvent plus sensibles aux inégalités, plus concernés par leur alimentation, plus économes et plus créatifs. Dans ce numéro de ventuno, nous souhaitons donner des pistes aux enseignant-e-s pour qu'ils incitent ces jeunes à se questionner sur leurs choix, sur les conséquences parfois négatives de ces choix pour eux-mêmes (addictions, endettement), pour les autres (conditions de travail des ouvriers, exploitation des enfants) et pour l'environnement (production de déchets, consommation d'énergie). Finalement, nous souhaitons encourager les enseignant-e-s à stimuler ce potentiel créatif des jeunes d'aujourd'hui, afin qu'ils repensent leur mode de vie en tenant compte non seulement des autres, mais également de la finitude des ressources naturelles de la planète.

Delphine Conus Bilat | Rédaction ventuno

Table des matières

4-11 Pistes pour l'enseignement

- 4-5 Publicité
- 6-7 Alimentation
- 8-9 Médias
- 10-11 Argent

12-13 Ressources sur la consommation

14 Nouveautés dans l'assortiment

15 Actualité

Nourrir la planète: une occasion de réfléchir
Journées Découvertes du WWF 2015

16 Regard en coin

Points de vue en point de mire

éducation21

Avenue de Cour 1 | 1007 Lausanne
T 021 343 00 21 |
info_fr@education21.ch |
www.education21.ch

Nous sommes atteignables du lundi
au vendredi 9h à 12h – 14h à 17h30
Consultation et conseil dans nos
locaux le mercredi ou sur
rendez-vous.



ventuno en ligne

Retrouvez la liste des ressources
en ligne de notre catalogue sous
www.education21.ch/fr/ventuno.
Vous pouvez également y
télécharger ventuno au format
PDF ou le consulter et accéder
directement à tous les liens.

Prêt et commandes

Les ressources des pages 12 à 14
peuvent être commandées par mail
vente@education21.ch, par
téléphone ou sur
www.education21.ch/fr/ecole/
moyens-denseignement.

Elles sont aussi disponibles en prêt
chez éducation21 et, en partie, dans
les médiathèques des HEP.

Prix sous réserve de modification.

Frais de port facturés en sus.



La génération Y s'engage-t-elle pour le développement durable?

Prenons l'exemple de Stephanie, une étudiante d'Aachen. Elle et ses collègues d'étude, mécontents du fait que la Deutsche Bahn ait suspendu la location de vélos en hiver – sous prétexte qu'on ne peut rouler à cette saison – ont créé leur propre entreprise de location de vélos électriques. Celle-ci est organisée de manière très moderne, par un service de réservation via smartphone. Ces étudiants font ainsi preuve d'engagement social et d'un esprit d'entreprise allant dans le sens d'une politique environnementale.

Dans votre livre, vous écrivez: «La génération Y est précoce pour ce qui est des médias, de la consommation et des loisirs, mais en retard pour ce qui est du travail et de la fondation d'une famille». Est-ce à dire que cette génération est compétente en matière de consommation?

Oui, le plus souvent, c'est clairement le cas. Leurs habitudes de consommation sont fortement orientées sur leurs besoins personnels: Quelle est la qualité du produit? Est-il pratique? Dans quelle mesure puis-je l'adapter à mes besoins? Face à cette attitude, les marques perdent en importance.

Sont-ils également sensibles aux questions liées aux ressources naturelles et à l'équité sociale?

L'environnement a toujours eu une grande importance pour la jeune génération. Dans les réseaux sociaux, on échange sur les conditions de production propres et équitables. Mais en pratique, les jeunes se rendent principalement dans le magasin... le meilleur marché. Au près de cette génération, des produits respectueux de l'environnement et à un prix abordable représenteraient un marché intéressant.

Que doivent apprendre les enfants et les adolescents pour consommer de manière compétente?

Au cours de leur processus de développement, la consommation est un élément fondamental. Par exemple, dans le cas de leur

identité sexuelle, ils se définissent envers eux-mêmes et les autres au travers de leur apparence: voici le genre de garçon ou de fille que je suis. Pour cela, ils doivent non seulement s'habiller en conséquence, mais aussi choisir leurs cosmétiques, leur coiffure, leurs chaussures, voire les objets établissant leur statut social, comme le smartphone. Ces symboles d'identité sont indispensables. De ce fait, les jeunes ne peuvent apprendre à consommer qu'en consommant. Une connaissance des principaux aspects de la publicité et de la manière de s'informer sur les différents produits est indispensable. Mais cela n'est pas très efficace si on n'y associe pas des exercices pratiques. Autrement dit: fabriquer ses propres produits ou faire sa propre publicité. Cela est indispensable à la construction de leurs compétences en matière de consommation.

Quel peut être l'apport de l'école dans ce domaine?

L'école peut apporter une contribution en créant par exemple une entreprise d'élèves. Imaginons l'exploitation de la cafétéria de l'école par les jeunes, avec le soutien d'un enseignant et d'un exploitant de café de la région. Ce travail leur permet, dans le cadre du cours de mathématiques, de réaliser leurs premières expériences comptables. En cours de langue, ils traitent de la publicité: par quels mécanismes réussit-elle à capter l'attention, quels éléments attractifs choisir pour notre cafétéria? Dans le cadre de la biologie, ils étudient les questions de l'alimentation, et en géographie, ils s'intéressent à la provenance des marchandises. Un tel projet va bien au-delà de l'enseignement traditionnel, car il est basé sur une approche radicalement différente du travail pédagogique.



Un esprit critique face à la publicité

C'est moi qui choisis!

Fait bien connu des parents: les enfants agissent quotidiennement en tant que prescripteurs d'achat. Conscientes du phénomène, les entreprises ciblent les jeunes, de tous côtés, par le biais d'Internet, de la télévision ou dans les supermarchés. Comment y faire face? Quel rôle l'école peut-elle jouer? Entretien avec Barbara Pfenniger, de la Fédération romande des consommateurs (FRC).

Les campagnes publicitaires visant les enfants et les adolescents sont doublement payantes car, comme nous le confirme Barbara Pfenniger: «Les jeunes, une fois adultes, gardent en mémoire les marques qu'ils ont connues enfants». Comment donc, face au matraquage publicitaire, développer ses propres critères de choix? Commençons par décrypter les mécanismes de la publicité.

Les émotions, moteurs de nos choix

Plaisir, amitié, aventure, bonheur des proches, etc. La publicité met en scène, souvent avec humour, des personnages heureux, des ambiances exceptionnelles. «Ce sont les émotions positives qui sont associées à un produit que l'on a envie de retrouver», précise notre interlocutrice. Et quel que soit l'âge visé, la démarche est toujours la même: démontrer que posséder, boire ou manger quelque chose en particulier, permet de se sentir vivre, rend sympathique et estimable aux yeux des autres. Mais ces émotions agréables sont-elles les seules à diriger nos choix?

Un entourage déterminant

En matière de consommation, les parents jouent un rôle important: donner l'exemple, guider, fixer des limites, mais aussi inciter les enfants à identifier leurs propres besoins et à

développer leur esprit critique. Un rôle souvent difficile, tant la publicité s'impose partout, et tant la pression des pairs est parfois forte. «La publicité circule entre les enfants, les personnages entrent dans leur histoire, dans leur vécu», souligne Barbara Pfenniger. Il devient alors nécessaire, pour intégrer le groupe, de posséder ce que les autres ont. Une pression qui se cristallise essentiellement au cœur de l'environnement scolaire, là où l'enseignant-e peut intervenir, en complémentarité ou en soutien des parents. Il/elle peut, par exemple, initier une réflexion sur la priorisation entre ce que l'on est et ce que l'on a. Par le vécu d'expériences fortes, comme des aventures en nature, des rencontres hors cadre ou des projets de classe, il/elle peut renforcer certaines compétences telles la collaboration, la responsabilisation, l'autonomie, contribuant ainsi à diminuer le besoin prioritaire de «l'avoir» par le renforcement positif de «l'être». En réponse aux standards commerciaux, il/elle peut encourager la créativité des élèves, valorisant ainsi les différences et raffermissant l'estime de soi de chacun. Et au final, user du même ressort que les publicitaires, à savoir cultiver les émotions positives!

Emballage sous la loupe

En marge de son engagement pour une diminution de la pression marketing sur les enfants et pour l'instauration d'espaces sans publicités, la FRC a réalisé un dossier pédagogique sur le déchiffrement des informations situées sur un emballage fictif de céréales. Une activité qui permet d'identifier les différents messages et les outils marketing, de distinguer les arguments publicitaires des informations légales et d'analyser ces influences sur nos habitudes d'achat.

A télécharger sous: www.frc.ch/choco-leo

Fondation images et société

Atelier «décod'image»



Les professionnels de la publicité le savent: nos émotions sont puissantes et fonctionnent le plus souvent à notre insu. Soumis à un flot visuel, textuel et sensoriel constant, nous ne sommes souvent pas conscients des images et des insécurités que ces stimuli activent en nous. Nous nous croyons à l'abri des influences de la publicité parce que nous «savons» qu'elle est faite pour vendre et que tout est retouché. Et pourtant, malgré notre tête qui nous dit qu'il ne faut pas fumer, manger trop sucré ou qu'il faut acheter équitable, notre besoin d'être apprécié ou intégré dans un groupe social influence constamment et inconsciemment nos choix et nos préférences.

Les ateliers proposés par la Fondation images et société sont adaptés à différents thèmes. D'une durée de 60 à 90 minutes suivant les âges (du cycle 2 au postobligatoire), ils aident à prendre conscience de ces différents mécanismes. C'est en développant un savoir sur les images «extérieures» comme sur les modèles intériorisés que les élèves apprennent à prendre de la distance et à acquérir un certain degré de lucidité permettant de véritablement choisir.

Informations détaillées sous
www.imagesetsociete.org

La publicité dans le PER

Ce thème est principalement traité dans le domaine MITIC de la Formation Générale (FG11, 21, 31). Il permet dès le cycle 1 des apprentissages comme la sensibilisation au rapport entre l'image et la réalité, la confrontation des différentes réactions face à un message issu des médias et la mise en évidence de ses propres critères de préférence. Puis la réflexion s'approfondit sur l'analyse des enjeux et des intentions des messages véhiculés et sur la mise en évidence des stéréotypes. Les objectifs du domaine Langue 1 peuvent également être travaillés, dans la compréhension de l'écrit et de l'oral.

Pour aller plus loin

Planète unique à usage unique ?

Cycle 3

Cette animation de COSEDEC, basée sur l'analyse du spot publicitaire «Red Bull donne des ailes», permet une prise de conscience de l'importance de l'image véhiculée par une marque. Les élèves s'interrogent sur l'influence de la publicité sur leurs habitudes de consommation et sur la démesure entre la quantité d'énergie nécessaire à la fabrication d'une canette et les deux minutes de son utilisation. Ils réfléchissent aussi aux alternatives pour réduire leur production de déchets.

www.cosedec.ch > Animations en classe

e-media.ch

Tous les cycles

Ce site géré par la CIIP, fonctionne en tant que portail romand de l'éducation aux médias. Son objectif est de faciliter une formation critique aux médias et aux TIC. Les propositions pédagogiques, allant du cycle 1 au postobligatoire, sont accompagnées de liens et permettent d'aborder de manière critique les médias. Un volet est consacré spécifiquement à la publicité.

www.e-media.ch > Dans les médias > Publicité



«1024 regards» – Nouvelles pistes pédagogiques

Acheter à manger

Après la diversité, les droits de l'enfant et la forêt, les 1024 regards du poster réalisé par éducation21 (cf. références en p.12) se tournent vers une nouvelle thématique, aussi banale que complexe: celle de l'alimentation sous l'angle de la consommation.

Les activités, élaborées en collaboration avec la Fédération Romande des Consommateurs (FRC), invitent les élèves des trois cycles HarmoS à développer leur esprit critique en se questionnant sur ce qui détermine leurs choix en matière d'alimentation. Car, même 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 (cf. entretien avec B. Pfenniger en p.4). 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 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 (cf. image ci-dessus) 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. Pour en savoir plus, poussez votre caddie jusqu'au rayon: www.education21.ch/fr/1024

Alimentarium

Le jardin raconté aux élèves



Cette activité, qui s'adapte à des enfants allant de 6 à 16 ans, se déroule de mai à juin dans le jardin potager de l'Alimentarium de Vevey. Au menu: découverte du cycle des plantes, de la photosynthèse, du rôle des insectes, des vertus du compostage, du goût des légumes ou des herbes aromatiques, etc. Pour compléter la thématique, le nouveau magazine en ligne de l'Alimentarium, Rich & Poor, propose un voyage alimentaire faisant halte sur tous les continents, de la soupe populaire d'un temple sikh aux cuisines de yachts de luxe, en passant par les rations militaires à travers le monde. Quelque 30 articles, accompagnés de vidéos, de photographies ou de graphiques, explorent l'alimentation d'hier,

celle d'aujourd'hui et celle de demain, entre opulence et précarité. Car si près de 800 millions de personnes dans le monde souffrent encore régulièrement de la faim, la lutte contre le surpoids concerne environ une personne sur deux dans certains pays occidentaux.

Informations et inscription à l'activité sous www.alimentarium.ch/fr/activite/le-jardin-raconte-aux-eleves

Consultation du magazine en ligne sous www.alimentarium.ch/fr/magazine/riche-et-pauvre

L'alimentation dans le PER

Ce thème intervient dans plusieurs domaines disciplinaires, notamment dans Corps et Mouvement (CM16, 26, 36 et 37) avec l'identification des notions de base d'une alimentation équilibrée et la réalisation de choix en consommateur averti. Il est également présent dans le domaine de la Formation Générale (FG16–17, 22, 26–27, 32, 36–37), avec la réponse aux besoins fondamentaux par des choix pertinents, la participation active à la préservation d'un environnement viable, ainsi que l'analyse des conséquences, ici et ailleurs, d'un système économique mondialisé.

Pour aller plus loin

Conseils pratiques de FOODprints®

Enseignant-e-s de tous les cycles
La société suisse de nutrition (SSN) s'est penchée sur le thème des nuisances environnementales et sociales liées à l'alimentation. Elle a listé quelques conseils pratiques pour une alimentation durable au quotidien.

A consulter sous

<http://www.sge-ssn.ch/foodprints>

La chasse aux menus

Cycle 2 à postobligatoire

L'objectif de ce jeu à télécharger du WWF est de faire bouger les élèves en plein air, en abordant la thématique d'une alimentation saine et durable (énergie, transport, saison). Le but du jeu est de concocter, en groupe, le plus grand nombre de menus complets et respectueux de l'environnement à l'aide de cartes représentant des denrées alimentaires.

Références détaillées:

www.education21.ch/fr/ventuno

Le caddie malin – Cycle 2

Achetons pour la planète

Cycle 3 et postobligatoire

Ces deux dossiers pédagogiques à commander ou à télécharger, élaborés par l'Office fédéral de l'environnement (OFEV), comportent une partie pour l'enseignant et des fiches pour les élèves, leur permettant de mieux comprendre l'impact de leur consommation sur l'environnement.

Références détaillées:

www.education21.ch/fr/ventuno



Un cas d'école pour l'enseignement

Le téléphone portable, pile et face

Selon l'étude JAMES 2014 (Jeunes activités médias – Enquête Suisse), réalisée par la Haute école zurichoise en sciences appliquées, 97 % des jeunes de Suisse, âgés de 12 à 19 ans, possèdent un Smartphone. Cet objet dont personne, ou presque, ne peut se séparer. Comment comprendre cet engouement, quelles en sont les conséquences pour soi, pour les autres ou pour l'environnement? Tour d'horizon.

Un portable est utile pour communiquer bien sûr, mais aussi pour se réveiller, écouter de la musique, faire des photos, surfer sur Internet, filmer ou regarder la télévision. Bientôt, il aura définitivement remplacé les clés, les télécommandes et les porte-monnaies. Il s'est répandu dans le monde entier, jusque dans les régions les plus défavorisées, démocratisant l'accès à l'information, facilitant les échanges et les transferts d'argent entre parents éloignés, jouant un rôle prépondérant dans la mobilisation des populations lors de mouvements sociaux. Alors, où est le problème?

Le revers de la médaille

Le problème, ce sont les millions de téléphones portables fonctionnels remplacés chaque jour, après quelques mois d'utilisation, qui dorment dans des tiroirs ou sont jetés à la poubelle. Ce sont les opérateurs qui proposent, à qui prolonge son contrat, un portable neuf et gratuit. Ce sont les conditions de production, qui allient destruction de l'environnement et violation des droits humains, en particulier des droits des enfants. Ce sont les risques liés à une utilisation souvent trop précoce et trop intensive, qui limite activités physiques et sensorielles des enfants. Ce sont le cyberharcèlement, la pornographie, les ondes électromagnétiques, etc. Comment tenir compte de tout cela? Quelles sont nos marges de

manœuvre? Face à une problématique si complexe, que peut faire l'éducation, où et comment les enseignant-e-s peuvent-ils agir?

Une utilisation et une consommation conscientes

Les enseignant-e-s, au même titre que les parents, devraient s'intéresser aux outils et médias numériques, s'ils souhaitent se rapprocher du quotidien des jeunes et les aider à acquérir les compétences nécessaires pour gérer les expériences tant positives que négatives vécues à l'école ou en dehors. Ils devraient les amener à prendre conscience des risques potentiels liés à leur (sur)utilisation, mais également des enjeux environnementaux, économiques et sociaux liés à leur (sur)consommation. Réfléchir aux conséquences de leurs choix, rechercher des solutions et des pistes d'action. Une démarche qui pourrait débiter, pour en revenir à notre thématique de départ, par l'analyse du cycle de vie d'un téléphone portable.

Des pistes pour l'école

Il existe de très nombreuses ressources permettant d'aborder en classe la thématique des médias en général et du téléphone portable en particulier. Une sélection est présentée à la page suivante, ainsi qu'aux pages 12 et 13.

Et pour terminer, quatre liens pour aller encore plus loin:

Une vidéo du WWF, «Check your phone: mon portable est-il durable?»: www.education21.ch/fr/node/2148

Un classement des marques de portable:

www.hightech-rating.ch/fr/

Une action de Terre des Hommes et Solidarcomm sur le recyclage: www.solidarcomm.ch

Un premier téléphone éthique: www.fairphone.com

Office fédéral des assurances sociales (OFAS)

Programme national Jeunes et médias



L'objectif principal poursuivi par l'Office fédéral des assurances sociales (OFAS) et les différents partenaires de ce programme est de contribuer à ce que les enfants et les jeunes vivant en Suisse, leurs parents, leurs enseignants ou autres professionnel-le-s de l'éducation, puissent réagir avec compétence aux opportunités offertes et aux dangers présentés par les médias audiovisuels, électroniques et interactifs. Ce programme, d'une durée de cinq ans, est appuyé par un portail informatique réunissant des informations ciblées, des conseils et une base de données sur les offres et organismes d'aide présents sur l'ensemble de la Suisse. De

nombreuses brochures peuvent être téléchargées, notamment «Compétences MITIC à l'école», qui a pour objectif de faciliter le travail des écoles pour comprendre et gérer les expériences positives et négatives vécues par leurs élèves, dans leur quotidien, dans ou hors du contexte scolaire.

Informations et téléchargements:
www.jeunesetmedias.ch/fr

Autre site de référence: le portail romand de l'éducation aux médias (voir présentation en p.5): www.e-media.ch

Les médias dans le PER

Ce thème est principalement lié au domaine MITIC de la Formation Générale (FG11, 21, 31), au travers de différents contenus, à savoir l'utilisation d'un environnement multimedia (outils numériques, production et gestion de documents), l'éducation aux médias (distinguer les différents médias, décoder des images, déterminer les sources et intentions des messages), ainsi que les échanges, la communication et la recherche sur Internet (règles de sécurité, de bienséance dans les échanges). Mais de manière globale, l'usage des MITIC est inclus dans chaque domaine disciplinaire.

Pour aller plus loin

Théâtre-Forum

Tous les cycles

La compagnie théâtrale «Le caméléon» propose des forums interactifs pour les enfants et les jeunes de tous les cycles scolaires. Les thématiques liées à la consommation sont très variées: jeux excessifs en ligne, réseaux sociaux et sexting, alcool, fumée, petits crédits, malbouffe, etc.

Informations et contact:

www.lecameleon.ch/jeunesse/forums-scolaires

RessourCITY

Cycle 3

Exposition à louer de PUSCH et COSEDEC, construite à l'image d'une grande ville, qui propose une virée shopping sans argent ni carte de crédit. Le visiteur, à qui l'on confie des ressources naturelles (billes en bois) passe au travers de 5 stations de jeux: alimentation, vacances et voyages, emballages et déchets, téléphones portables et déchets électroniques, activités bancaires. www.cosedec.ch > Expositions thématiques

Dossier électronique – Alliance Sud

Cycle 3 et postobligatoire

Le centre de documentation d'Alliance Sud propose des dossiers sur le thème des matières premières et sur celui du téléphone portable. Ces dossiers fournissent de nombreuses informations de base, liens vers des articles, des vidéos, des documents pédagogiques, etc. A consulter sous:

www.alliancesud.ch/fr/infodoc >

Dossiers > Matières premières

www.alliancesud.ch/fr/infodoc >

Multimedia > Tags > Consommation



Un projet scolaire aux résultats remarquables

Effet domino

Saviez-vous qu'en Suisse 38 % des jeunes âgés de 18 à 24 ans sont endettés? Qu'il s'agit en majorité de dettes contractées envers des parents et des amis? Que, outre les secteurs de la vente en ligne et de la téléphonie, celui de la santé contribue à cet endettement? Face à ces constats, comment les jeunes réagissent-ils?

Différentes études menées ces dernières années sur la question de l'endettement chez les jeunes en Suisse, ont fait l'objet d'une recherche publiée par la SUPSI (Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana). Elle a révélé que les jeunes de Suisse romande et de Suisse italienne sont, davantage que ceux de Suisse allemande, sujets à l'endettement. Une situation difficile, conséquence d'un consumérisme grandissant, qui n'est pas un fait marginal, mais qui constitue un vrai problème de société.

Le Tessin a décidé d'agir!

Sur la base des résultats de cette recherche, un plan cantonal pilote de prévention de l'endettement excessif a vu le jour au Tessin. Lancé en automne 2014, il se poursuivra jusqu'en 2017. Il a pour objectifs de favoriser une meilleure coordination entre les initiatives existantes et de développer de nouveaux modes d'intervention en termes de prévention. Dans ce cadre-là, des étudiant-e-s de dernière année de l'école cantonale de commerce de Bellinzona ont été impliqués-e-s.

Un travail de sensibilisation...

Les étudiant-e-s qui ont participé au projet (cf. description p.11) ont travaillé sur le terrain, en collaboration avec différents acteurs extrascolaires. Ils ont présenté leurs résultats dans

des classes de leur école et ont également proposé des animations spécifiques dans une école maternelle et une école primaire. Leur travail de sensibilisation, n'ayant de prime abord pas donné de résultats concrets et tangibles – ce qui est généralement le cas dans ce genre de projet – a généré certaines frustrations auprès des étudiant-e-s directement impliqué-e-s. Cependant, à moyen ou à long terme, les effets collatéraux se sont enchaînés, comme les pièces d'un domino, et ont donné naissance à des résultats remarquables.

...devenu contribution essentielle

Parmi ces effets, il y a celui, indirect, de la prévention au sein des étudiant-e-s impliqué-e-s, qui ont acquis une plus grande conscience de l'importance d'une consommation responsable et d'une éducation à l'usage de l'argent. Autre résultat: la participation des étudiant-e-s du bachelor de communication visuelle de la SUPSI, qui ont réalisé, dans le cadre d'une campagne sociale, 11 vidéoclips. A noter celui d'un jeune rappeur local, GiBi, qui a spécialement composé une chanson pour l'occasion. Suite à ce travail également, un fonds cantonal de sensibilisation destiné aux écoles et aux associations de parents-enfants a été créé. Grâce à ce fonds, il est possible de rembourser 50 % des frais liés à une intervention en classe sur le thème de l'argent. Voici donc quelques-uns des pas concrets en faveur de la prévention de l'endettement chez les jeunes, qui ont été possibles grâce au travail novateur effectué par un groupe d'étudiant-e-s. Pour en savoir plus: www.ilfrancointasca.ch

Ecole cantonale de commerce | Bellinzona

L'endettement et les jeunes

Les étudiant-e-s impliqué-e-s dans le projet ont réalisé un sondage sur l'endettement des jeunes dans le canton du Tessin. Ils ont analysé les variables macro-économiques susceptibles d'avoir des répercussions sur l'endettement des familles, recherché et collecté les campagnes et les actions concrètes des associations actives au Tessin et étudié de nouvelles formes de sensibilisation adaptées à la réalité du canton. Le sondage a fait ressortir que, pour de nombreux jeunes, avoir des dettes constitue un problème grave. Malgré cela, 54 % des apprenti-e-s et 30 % des étudiant-e-s déclarent acheter des biens sans pouvoir se les permettre. L'analyse macro-économique indique une tendance à l'accroissement du phénomène. Bien qu'il existe des applications pour smartphone et des campagnes de sensibilisation sur le thème, il semble difficile d'attirer l'attention des jeunes sur ce sujet. En conclusion, les étudiant-e-s affirment qu'il faut sensibiliser les jeunes dès les classes primaires et approfondir le discours au cycle 3.

Retrouvez le compte-rendu du projet, ainsi que d'autres exemples régionaux, comme le programme de prévention du surendettement pour le postobligatoire dans le canton de Vaud, dans le rapport «Critiques ou manipulés – Pour

de jeunes consommateurs responsables» édité par la Commission fédérale pour l'enfance et la jeunesse (CFEJ). Vous y trouverez également des liens sur les organisations spécialisées dans la prévention de l'endettement et sur des ressources informatives et pédagogiques sur ce thème.

Rapport à télécharger sur
www.education21.ch/fr/ventuno



L'argent dans le PER

Les questions liées à l'argent peuvent être thématiques principalement dans le domaine de la Formation Générale (FG12, 22, 32), plutôt dès le cycle 2, notamment en abordant la question de la réponse aux besoins fondamentaux par des choix pertinents. Il s'agit par exemple de reconnaître diverses situations à risque, telles les addictions pouvant entraîner l'endettement. Le thème de l'argent peut également être présent dans le domaine des choix et projets personnels, ou faire l'objet d'une démarche réflexive.

Pour aller plus loin



Sapristi

Cycle 1

Cette ressource de Pro Juventute vise à développer l'esprit critique des élèves face à la consommation. L'histoire de Julia et de Sapristi leur permet de changer de perspective et de se questionner sur leur rapport à l'argent. Qu'est-ce qui différencie un besoin d'un souhait? D'où viennent les objets que nous achetons? Peut-on tout acheter? Des questions qui les amènent à se positionner en fonction de leurs valeurs et à identifier leur marge de manœuvre. Références sur www.education21.ch/fr/ventuno

MoneyFit

Cycle 2

Elaboré par PostFinance, ce moyen didactique est composé d'une brochure imprimée ou à télécharger, et de différents modules accessibles sur une plateforme d'apprentissage en ligne. Ce moyen a pour objectif un renforcement des compétences financières des enfants, dans le cadre de la gestion quotidienne de leur argent. <https://moneyfit.postfinance.ch/fr/>

Notre Economie

Cycle 3

Ce programme, proposé par l'association YES (Young Enterprise Switzerland), a pour objectif d'aider les élèves à appréhender les aspects économiques liés à leur quotidien. Organisé en trois modules – Les notions économiques de base, La candidature et La gestion de l'argent – il se déroule sur 8 à 10 leçons. En savoir plus: www.young-enterprise.ch/index.php/fr/>Programmes>NotreEconomie



+ Acheter à manger: un regard critique sur la consommation

Dans cette quatrième série de pistes pédagogiques liées au poster «1024 Regards», les élèves des trois cycles HarmoS sont amenés à se questionner sur ce qui détermine leurs choix en matière d'alimentation. Envie ou besoin? Quel rôle joue la publicité? Etc.

Auteur Marie-Françoise Pitteloud

Editeur éducation21

Année de parution 2015

Type Téléchargement www.education21.ch/fr/ventuno

Niveau Cycles 1, 2 et 3



A table!

Seize familles du monde, photographiées avec les aliments qu'elles consomment en une semaine, invitent à regarder au-delà du contenu de l'assiette. Quelles sont les conséquences de nos choix alimentaires sur notre santé, sur l'environnement ou sur la vie des autres?

Auteur Christine Imhof, Peter Menzel

Editeur AllianceSud

Année de parution 2010

Type Dossier + photos

No d'article 2a-24 | **Prix** Fr. 39.00

Niveau Cycles 1, 2 et 3



Bien s'alimenter et respecter l'environnement

Ce document pédagogique a pour objectif de sensibiliser les enfants aux questions liées à la santé et à l'environnement, au travers de l'alimentation. Parmi les thématiques abordées: l'équilibre des repas, la saisonnalité des produits et la gestion des déchets.

Auteur Sandrine Adde

Editeur Retz

Année de parution 2013

Type Dossier pédagogique

No d'article 2a-42 | **Prix** Fr. 30.70

Niveau Cycle 1



La consommation

Ce DVD, construit autour d'une séquence filmée, propose de nombreuses pistes pour l'enseignant-e qui souhaite aborder le développement durable en classe. Les sujets – notamment celui du jean – sont parlants et les propositions de projets permettent de mobiliser toute l'école.

Editeur e-graine

Année de parution 2010

Type DVD Rom contenant un film et des pdf

No d'article 8a-92 | **Prix** Fr. 45.00

Niveau Cycle 2



+ Consommation responsable – Situations d'apprentissage

Ce document (fiches-élèves et guides pour l'enseignant-e), élaboré par le réseau In-Terre-Actif (Canada), traite du tourisme responsable, du commerce équitable, de la consommation responsable et des OGM. Les situations sont concises et prêtes à l'emploi.

Editeur Réseau In-Terre-Actif

Année de parution 2014

Type Téléchargement www.education21.ch/fr/ventuno

Niveau Cycles 2 et 3



+ Retour vers le futur

Cette ressource (dossier pour l'enseignant-e et dix modules d'activités pour l'élève), permet d'aborder les diverses étapes du cycle de vie d'un appareil électronique ou d'une source lumineuse (matière première, fabrication, consommation, élimination et recyclage).

Editeur COSEDEC, Fondation SENS, Fondation Suisse pour le recyclage des sources lumineuses et lumineuses SLRS, Environnement pratique Suisse Pusch

Année de parution 2013

Type Téléchargement www.education21.ch/fr/ventuno

Niveau Cycle 2 et 3



Téléphone portable, objet pratique – pratiques abjectes

Par des textes courts, des photos et des graphiques parlants, la Déclaration de Berne souhaite informer les jeunes des différents enjeux liés au portable: extraction des matières premières, production, commercialisation, élimination, recyclage, réduction des impacts, etc.

Editeur La Déclaration de Berne

Année de parution 2014

Type Brochure

No d'article 22a-888 | **Prix** Fr. 6.00

Niveau Cycles 2, 3 et Postobligatoire



Croqu'maison: éducation nutritionnelle, consommation, santé

Manuel d'économie familiale consacré aux compétences sociales du quotidien. Il aborde les thèmes de l'alimentation, la citoyenneté, la consommation, le développement durable, l'économie, la santé et le bien-être dans la vie de tous les jours.

Auteurs Esther Schwaller-Merkle, Elisabeth Mauron-Hemmer, Jean-Marie Hirt
Editeur Schulverlag plus **Année de parution** 2012
Type Livre
No d'article 19a-21 | **Prix** Fr. 42.70
Niveau Cycle 3



Les adolescents passent à table

Cette revue, consacrée à l'alimentation chez les adolescent-e-s, aborde des questions comme la croissance, la construction du goût, les conduites à risque ou la publicité. Une ressource sur la nutrition, pour que les jeunes deviennent acteurs de leur santé.

Editeur scérén
Année de parution 2012
Type Brochure
No d'article 2a-38 | **Prix** Fr. 6.00
Niveau Cycle 3 et Postobligatoire



Agropoly – Qui contrôle notre alimentation

Ces douze séquences prêtes à l'emploi traitent chacune d'un thème en lien avec l'alimentation, de la production à la consommation. Une ressource clé-en-main qui s'appuie sur la distinction entre production alimentaire «traditionnelle» et «industrielle».

Editeur La Déclaration de Berne
Année de parution 2014
Type DVD Rom
No d'article 1a-7 | **Prix** Fr. 20.00
Niveau Cycle 3 et Postobligatoire



Acheter, jeter, recycler – Le défi mondial des déchets

Ces neuf films retracent la vie de personnes survivant grâce au ramassage des déchets et présentent diverses initiatives de recyclage. Ils permettent une remise en question de notre manière de consommer. Matériel pédagogique en ligne et inclus dans le DVD.

Editeur Films pour un seul Monde
Année de parution 2012
Type DVD Rom
No d'article 11c-2 | **Prix** Fr. 60.00
Niveau Cycle 3 et Postobligatoire



Economie mondialisée

Ces trois films explorent, sur trois continents, divers mécanismes économiques. «Le salaire de la dette», notamment, aborde la pauvreté et les inégalités sociales en Afrique, continent qui croule sous les dettes. Matériel pédagogique en ligne et inclus dans le DVD.

Editeur Films pour un seul Monde
Année de parution 2012
Type DVD-Rom
No d'article 8a-85 | **Prix** Fr. 45.00
Niveau Cycle 3 et Postobligatoire



Economie21

Cet ouvrage présente les notions économiques de base et les défis qui caractérisent notre époque, comme la croissance et son impact sur l'environnement, les crises économiques, le développement inégal, les dérèglements monétaires ou le commerce international.

Auteurs Jean-Marie Ayer, Luca Perazzi, Anne Wilsdorf
Editeur LEP
Année de parution 2014
Type Livre
No d'article 8a-93 | **Prix** Fr. 27.00
Niveau Postobligatoire et Enseignant-e-s



Enseigner et penser l'éducation à la consommation

Un livre pour répondre à la question: comment pratiquer l'éducation à la consommation à l'école de manière à ce que les enfants et les jeunes développent leur esprit réflexif, critique et deviennent des consommateurs et consommatrices éclairé-e-s et des citoyen-ne-s responsables?

Auteurs Adolfo Agundez Rodriguez, France Jutras
Editeur Presses de l'Université Laval
Année de parution 2013
Type Livre
No d'article 8b-94 | **Prix** Fr. 42.90
Niveau Enseignant-e-s



Tina et Toni

Ce programme d'Addiction Suisse, basé sur le jeu constructif et la détente, permet aux enfants de développer leurs compétences psychosociales telles la gestion des émotions, l'intégration dans le groupe, l'acceptation des différences, le renforcement de l'estime de soi.

Editeur Addiction Suisse

Année de parution 2011

Type Téléchargement www.education21.ch/fr/ventuno

Prix Gratuit

Niveau Cycle 1



L'Amazonie brésilienne et les Yanomami

Cette fiche pédagogique permet aux enfants de découvrir la vie quotidienne des jeunes Yanomami du Brésil, leur système éducatif, les dangers et défis auxquels les peuples autochtones de la forêt amazonienne sont confrontés, ainsi que leur lutte pour leurs droits.

Editeur Terre des Hommes Suisse

Année de parution 2014

Type Brochure

No d'article 20a-21 | **Prix** Gratuit

Niveau Cycles 1 et 2 (dès 7 ans)



Changer le monde

Ce livre invite les élèves, par le biais de petites histoires ancrées dans leur réalité, à une réflexion philosophique autour de cinq thèmes: le rêve et la réalité, la richesse et la pauvreté, possible et impossible, la dictature et la démocratie et d'accord et pas d'accord.

Auteurs Brigitte Labbé, Pierre-François Dupont-Beurier, Jacques Azam

Editeur Milan **Année de parution** 2014

Type Livre

No d'article 27a-60 | **Prix** Fr. 23.20

Niveau Cycle 2



Les gratte-ciel

Cette fable, illustrée de dessins noirs et blancs réalisés au crayon et très détaillés, propose une critique humoristique du monde moderne et de la compétition à tout prix. Les détails fournissent de nombreuses pistes pour approfondir les différentes thématiques.

Auteur Germano Zullo, Albertine Zullo

Editeur La joie de lire

Année de parution 2013

Type Livre

No d'article 22a-894 | **Prix** Fr. 27.00

Niveau Cycles 2 et 3



L'Atlas global

Des thématiques aussi étonnantes que diversifiées (idéaux de beauté, généalogie des langues, indices de bonheur, etc.), et des projections cartographiques inhabituelles (pôle Nord au centre, etc.) viennent questionner nos représentations souvent limitées du monde.

Auteur Geoffroy Fauchier-Magnan

Editeur Editions les Arènes

Année de parution 2014

Type Livre

No d'article 27a-59 | **Prix** Fr. 40.10

Niveau Cycle 3 et Postobligatoire



Nature, le nouvel eldorado de la finance

Cette fiche e-media, qui accompagne le documentaire de Sandrine Feydel et Denis Delestrac (France / 2014), décortique le principe économique de la rareté qui, appliqué à la nature, stipule que plus une espèce est menacée d'extinction, plus sa valeur marchande augmente.

Auteur Florence Nuoffer

Editeur AllianceSud, e-media, éducation21

Année de parution 2015

Type Téléchargement www.education21.ch/fr/ventuno

Niveau Postobligatoire



Éducation au développement durable – Enjeux et controverses

Au terme de la décennie pour l'EDD de l'UNESCO, ce livre présente le travail de nombreux chercheurs, principalement francophones, et dresse un état des lieux des bonnes pratiques, ainsi qu'une illustration de mises en œuvre dans les pays du Sud.

Auteur Arnaud Diemer, Christel Marquaty

Editeur De Boeck

Année de parution 2014

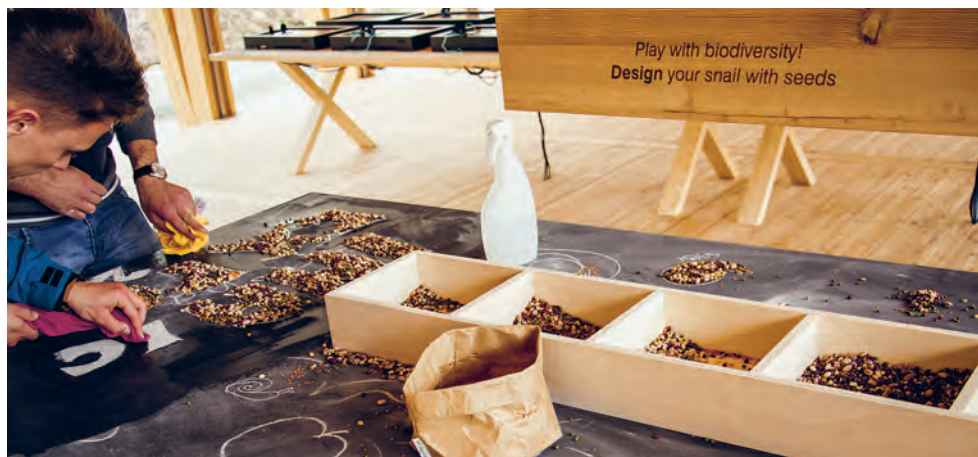
Type Livre

No d'article 22b-3 | **Prix** Fr. 55.10

Niveau Enseignant-e-s

Expo 2015 à Milan

Nourrir la planète: une occasion de réfléchir



L'Expo 2015 s'est ouverte à Milan le 1^{er} mai. Les personnes et les écoles intéressées ont jusqu'au 31 octobre pour visiter les pavillons des plus de cent pays qui se sont penchés sur ce thème : «Nourrir la Planète, Energie pour la Vie».

Une visite à travers les différents pavillons permet de s'interroger sur cette notion de «Comment nourrir la planète». Elle donne l'occasion de réfléchir à la réponse donnée par de nombreux Etats, à savoir que l'agriculture industrielle et intensive est l'unique solution. Elle offre également un regard sur des idées et approches différentes, comme celles présentées dans les pavillons Zéro, Slowfood ou dans le pavillon suisse.

Le pavillon Zéro propose une réflexion sur la domestication du monde animal et végétal au cours des siècles, sur les transformations du paysage naturel, sur la spéculation sur les matières premières, sur le gaspillage de la nourriture et sur les solutions possibles. Il

constitue une des étapes de l'itinéraire «Défi Faim Zéro», initiative de l'ONU qui ambitionne de construire, avec l'aide de tous, un monde où chacun ait accès à une nourriture saine, sans que les besoins des générations futures ne soient compromis.

Les thèmes exposés dans le pavillon Slowfood, présentés de manière simple, attrayante et concrète, se rapportent aux contrastes entre agriculture familiale et agriculture intensive, aux représentations liées à la nourriture et aux réflexions sur nos modes de consommation. Il est possible d'y jouer au détective et de reconnaître différents aliments par le toucher et l'odorat.

«Y en aura-t-il pour tout le monde ?» Voici la question que pose le pavillon suisse avec ses quatre tours remplies de nourriture (café, sel, pommes et eau). En se vidant au fur et à mesure des visites, il incite à réfléchir à son comportement individuel, à son attitude envers les autres et à la limitation des ressources naturelles.

Plus d'informations: www.expo2015.org

Agenda

Journées Découverte du WWF 2015

Hauteville (FR)
22, 24, 25 et 29 septembre
1, 2 octobre
Cycle 2

Les pommes ne poussent pas au supermarché! Mais d'où viennent les aliments? Comment sont-ils cultivés et transformés? Où finissent-ils? Durant une journée découverte gratuite à la ferme pour les élèves du cycle 2, le WWF Suisse propose de mieux connaître les bienfaits d'une alimentation de saison et régionale, d'aborder les différentes facettes d'une consommation durable, de la production au gaspillage, en passant par l'écosystème d'un arbre fruitier. Les élèves auront l'opportunité d'observer, d'expérimenter et de mettre la main à la pâte.

Inscriptions jusqu'à fin mai sous www.wwf.ch/journee-decouverte

Impressum

ventuno Informations et ressources pédagogiques destinées à l'éducation en vue d'un développement durable (EDD) en Suisse.

Editeur éducation21, Monbijoustrasse 31, 3011 Berne | **Parution** Numéro 2 de mai 2015 | Prochain numéro prévu en septembre 2015 (paraît 3 fois par an)

Rédaction Ueli Anken (Responsable d'édition), Delphine Conus Bilat (Coordination) | **Auteur-e-s** Sarah Gersbach et Rahel Kobel (p.1, 3), Delphine Conus Bilat (p.4, 8), Marie-Françoise Pitteloud (p.6), Roger Welti (p.10, 11 «L'endettement des jeunes»), Fabio Guarneri (p.15 «Expo 2015»), Ueli Anken (p.16); Autres textes : Delphine Conus Bilat | **Photos** Marion Bernet (p.1, 9, 16), Pierre Gigon (p.2), Yves Bilat (p.3, 4, 7), Fondation images et société (p.5), Marie-Françoise Pitteloud (p.6), Ueli Anken (p.8), «GELD – Jenseits von Gut und Böse», Anita Affentranger (p.10), Manuela Guarneri (p.15), Remy Steiner - NZZ Business Events / éducation21 (p.16) | **Concept graphique** visu' AG (concept), atelierarbre.ch (mise en œuvre) | **Mise en page** Kinga Kostyál (Responsable), Isabelle Steinhäuslin | **Impression** Stämpfli AG | **Tirage** 19 865 allemand, 14 745 français, 2 450 italien | **Abonnement** L'abonnement est offert gratuitement aux client-e-s et partenaires d'éducation21 et à toutes les personnes intéressées par l'EDD en Suisse. Souscription sous www.education21.ch > Contact | www.education21.ch | Facebook, Twitter: education21ch, #e21ch | ventuno@education21.ch

éducation21 La fondation éducation21 coordonne et promeut l'éducation en vue d'un développement durable (EDD) en Suisse. Elle agit en tant que centre de compétence national pour l'école obligatoire et le secondaire II sur mandat de la Conférence des directeurs cantonaux de l'instruction publique, de la Confédération et des institutions privées.





Congrès HORIZONS21 | 9 mai 2015 | PH Bern

Points de vue en point de mire

Ce que chacun de nous perçoit à l'horizon n'est pas uniquement une question de point de vue. Cela dépend également de la force de nos idées préconçues et de notre disponibilité à accepter l'imprévu. C'est cette réflexion qui a accompagné samedi 9 mai à Berne, les près de 270 personnes issues de l'économie, de la société civile, de la politique et de la pédagogie, qui ont pris part au congrès HORIZONS21.

Au cœur de cet événement: la quête d'horizons communs. Est-il possible de concilier des perspectives aussi diverses que celles de pays

producteurs de matières premières, d'entreprises de production, de chaînes de distribution, d'organisations de consommatrices et consommateurs, d'associations de protection de l'environnement et d'entreprises de recyclage? Un dénominateur commun est-il visible à l'horizon ou chacun reste-t-il figé au sein d'espérances inconciliables? Prisonnier de la complexité?

La journée a constitué le point de mire journalistique d'une équipe de jeunes reporters de Tink.ch. Découvrez leur point de vue sous www.horizons21.ch



Bildung für Nachhaltige Entwicklung
Education en vue d'un Développement Durable
Educazione allo Sviluppo Sostenibile
Furmaziun per in Svilup Persistent



P.P.
CH-3011 Bern

L'EDD à l'école
ventuno

2015
02
Consommation

