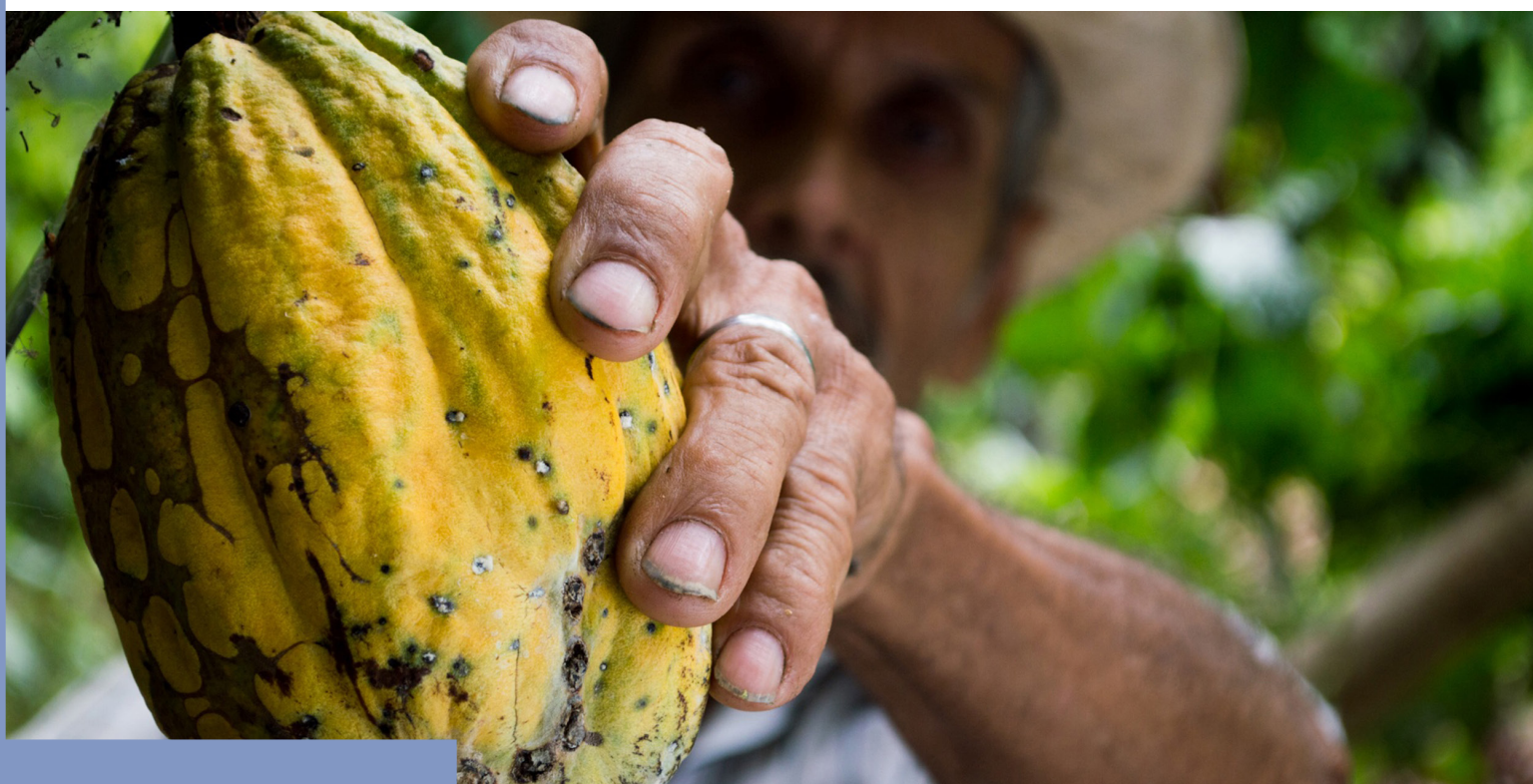


Le chocolat, un thème pour l'enseignement

CYCLE 3 | [9-11 HarmoS]

La face cachée de la tablette



Kit EDD – Pistes pédagogiques
pour l'éducation en vue d'un développement durable

Impressum

Auteurs : Marie-Françoise Pitteloud

Rédaction : Dorothee Lanz, Pierre Gigon, Urs Fankhauser

Crédits photographiques : Couverture: CC0 Public Domain | Page 3: PD/CC0 | Miniatures 1-7:
CC-BY: Irene Scott, AusAID; CC-BY-SA_ICCFO; CC-BY-SA_Fletcher6; CC-BY_Falk Lademann;
CC-BY-SA_Sanjay Acharya; CC-BY-SA_Adiel lo; CC-BY_Richard Faulder.

CC-BY-NC-ND éducation21, octobre 2016

éducation21 | Avenue de Cour 1 | 1007 Lausanne

Tel. +41 21 343 00 21 | info_fr@education21.ch | www.education21.ch



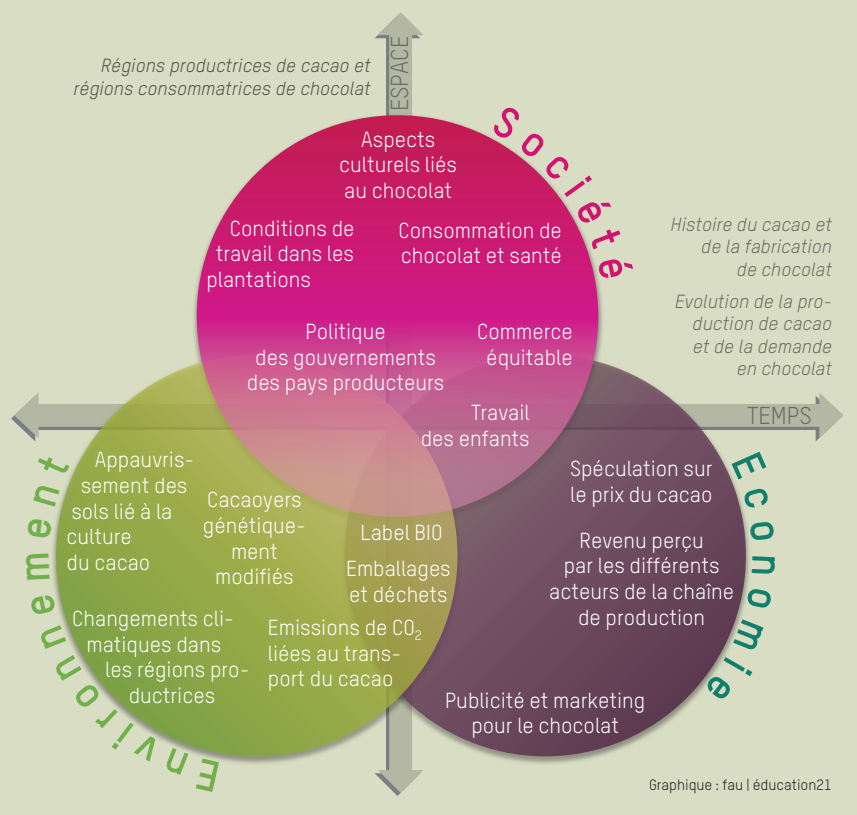
CACAO ET CHOCOLAT : FAITS ET CHIFFRES

Cacao, Chocolat et EDD

Le chocolat, c'est trop bon ! Mais qui participe à sa fabrication ? D'où vient le cacao ? Et dans quelles conditions est-il cultivé ?

De par son caractère multi-dimensionnel et son ancrage dans la réalité des élèves, le chocolat offre une entrée idéale pour faire de l'EDD.

Les activités proposées permettent de découvrir certains aspects cachés de la thématique et d'exercer la réflexion critique des élèves, afin de favoriser une consommation plus consciente de ce produit dont les Suisses raffolent.



La culture du cacao

Le cacaoyer produit un fruit, appelé « cabosse », qui contient des graines ou « fèves » de cacao. Au moment de la récolte, on cueille les cabosses, puis on les ouvre pour en extraire les fèves. Il faut ensuite les faire fermenter puis sécher, avant de les emballer pour les transporter. Dans des usines, les fèves sont nettoyées et torréfiées avant d'être broyées pour devenir la pâte de cacao. C'est à partir de cette pâte que l'on obtient le beurre et la poudre de cacao, qui servent de base à la fabrication du chocolat.

Qui produit le cacao ?

Le cacaoyer pousse uniquement dans des régions chaudes et humides (climat tropical) situées autour de l'équateur. Ainsi, les principales régions productrices se trouvent en Afrique de l'ouest (Côte d'Ivoire, Ghana, Nigéria), en Asie du sud-est (Indonésie) et en Amérique latine (Brésil, Equateur). Le premier producteur de cacao est la Côte d'Ivoire avec 37 % de la production mondiale.

Problèmes des cultivateurs et cultivatrices

Le marché mondial du cacao est dominé par une poignée d'entreprises et le prix de la fève est fixé par les lois du marché. Ainsi, les cultivateurs touchent une partie extrêmement faible (env. 6%) des bénéfices de la vente de chocolat. Pour diminuer les coûts, le travail est souvent confié aux enfants : en Afrique de l'ouest, plus de 1,5 million d'enfants travaillent dans les plantations de cacao, dont un tiers d'entre eux dans des conditions qui mettent en péril leur santé et leur développement. Enfermés dans le cercle vicieux de la pauvreté, les cultivateurs de cacao sont confrontés à d'énormes difficultés de production. Ils n'ont pas les moyens nécessaires pour investir dans les infrastructures des plantations, ce qui entraîne une chute de rendement des récoltes. En conséquence, beaucoup d'entre eux abandonnent cette activité ou émigrent. Pour toutes ces raisons, la production mondiale de cacao a tendance à baisser – alors que la demande est en forte augmentation – et une pénurie est à craindre pour les années à venir.

Qui consomme le chocolat ?

Les Suisses figurent parmi les premiers consommateurs de chocolat au monde: env. 12kg par habitant et par année – à noter qu'une partie de ce chiffre est liée au tourisme. Les autres plus grands mangeurs de chocolat se trouvent en Europe du nord (Allemagne, Angleterre, Irlande, pays scandinaves) et en Amérique du nord (USA et Canada): tous consomment plus de 5kg par année et par habitant. Quant aux pays africains producteurs de cacao, ils se trouvent tout au bas de la liste avec moins d'une tablette par année et par habitant. En parallèle, le chocolat séduit de plus en plus de consommateurs dans le monde et la demande augmente fortement dans les pays émergents comme la Chine ou l'Inde.

Les principes de base du commerce équitable

- Des relations commerciales stables basées sur la durée et le partenariat avec les producteurs du Sud.
- Des prix équitables et transparents, ainsi que des salaires décents pour les travailleurs.
- Des conditions de travail protégeant la santé des personnes et l'interdiction du travail des enfants.
- Une culture respectueuse de l'environnement et qui préserve les ressources naturelles.
- Des contrôles réguliers tout au long de la chaîne de production afin de garantir le respect des principes du commerce équitable.

Quelques sites pour aller plus loin :

Dossier chocolat de la Déclaration de Berne, présentant les principales problématiques liées au commerce mondial du cacao : www.ladb.ch/themes-et-contexte/consommation/chocolat/

Campagne européenne pour un chocolat équitable :
<https://fr.makechocolatefair.org/>

World cocoa foundation: www.worldcocoafoundation.org

International cocoa initiative (ICI): www.cocoainitiative.org

Informations générales sur le chocolat : www.chococlic.com

Swiss fairtrade, l'association faîtière des acteurs du commerce équitable en Suisse: www.swissfairtrade.ch

Max Havelaar, attribuant le label Fairtrade en Suisse :
www.maxhavelaar.ch

Guide du WWF sur les labels alimentaires suisses :
www.wwf.ch/fr/agir/vivre_mieux/guide_en_ligne/labels_alimentaires/

La face cachée des marques : un site d'OXFAM permettant de recueillir des informations sur les pratiques de certaines grandes marques alimentaires et de les interpellier pour demander des changements: www.behindthebrands.org/fr

Pourcentage du revenu des acteurs de la chaîne de production du chocolat. Schémas disponibles sur cette page:
<https://fr.makechocolatefair.org/problemes-cles/les-prix-du-cacao-et-les-revenus-des-producteurs>

Les liens ci-dessus ont été vérifiés actifs en octobre 2016.



LES IMAGES DU CHOCOLAT

Liens au PER :

SHS 31	Analyser des espaces géographiques et les relations établies entre les hommes et entre les sociétés à travers ceux-ci (1,5,6).
SHS 34	Saisir les principales caractéristiques d'un système démocratique (3,8).
F6 37	Analyser quelques conséquences, ici et ailleurs, d'un système économique mondialisé (1,2,4).
CM 37	Opérer des choix en consommateur averti (1) [Spécificité cantonale]

Objectifs :

- Mener une réflexion sur sa propre représentation du chocolat
- Analyser de manière critique les images associées au chocolat dans l'espace public

Durée : 2 périodes (+ travail hors-classe de recherche d'images)

Matériel : poster et cartes du kit « 365 Perspectives EDD » - en particulier celles représentées ci-dessous, téléphones portables et tablettes des élèves, accès à Internet.

1. Brainstorming individuel :
Sans annoncer au préalable le sujet de la leçon, proposer aux élèves de noter, en silence et sans se censurer, tous les mots qui leur viennent à l'esprit en entendant le mot « chocolat ». Préciser que personne ne sera obligé de partager sa liste de mots.
2. Mise en commun : les élèves volontaires lisent leur liste de mots. Relever au tableau les mots les plus cités et former, si possible, des catégories.
3. Demander aux élèves d'où ces associations peuvent provenir.
Réponses possibles : Publicités, emballages, expériences, connaissances,...
4. Former des groupes de 3-4 élèves. Chaque groupe reçoit une des cartes ci-dessous. Ils discutent de ce qu'ils voient et écrivent en quelques phrases ce que cette image leur évoque, en lien avec la thématique du chocolat.
5. Mise en commun.
6. En s'appuyant sur les éléments amenés par les élèves, présenter brièvement la culture du cacao et situer les principales régions dans lesquelles il est cultivé (cf. « Faits et chiffres »).

7. Demander aux élèves si les mots en lien avec le cacao et les pays producteurs ont été beaucoup cités lors du brainstorming initial et les interroger sur les raisons de ce constat.

Réponse possible si ces mots ont été peu cités : les emballages et la publicité sur le chocolat renvoient très peu au cacao et aux régions qui le produisent. Le chocolat est généralement vendu comme étant un produit « typiquement suisse ».

8. Proposer d'approfondir la question des images en lien avec le chocolat.

1^{ère} étape : les élèves recherchent sur le poster toutes les images en lien (direct ou indirect) avec cette thématique.

2^{ème} étape : ils mènent une enquête en dehors de la classe en photographiant avec leurs tablettes ou téléphones portables toutes les images associées au chocolat qu'ils rencontrent (publicités dans les magazines, affiches dans la rue, emballages dans les magasins, etc.). En parallèle, ils recherchent sur Internet des anciennes publicités de type « colonial » liées au chocolat (Ex : publicités Banania).

9. Partage en classe et analyse des images récoltées.

Questions pour l'analyse : A quoi le chocolat est-il associé (plaisir, enfance, etc.) ? A qui ces images s'adressent-elles ? Certains ingrédients du chocolat sont-ils présents sur les images ? Si oui, lesquels ? Y a-t-il des références à des pays/régions (Alpes, pays producteurs du cacao,...) ?



LA FACE CACHÉE DE LA TABLETTE

Objectifs :

- Reconnaître les principales étapes de la chaîne de production du chocolat
- Décrire certaines problématiques rencontrées par les cultivateurs/-trices de cacao
- Identifier le commerce équitable comme l'une des solutions à ces problématiques
- Mener une réflexion critique sur sa marge de manœuvre en tant que consommateur/-trice de chocolat

Durée : 2-3 périodes

Matériel : poster et cartes du kit « perspectives EDD », accès à Internet.

(Si possible, se procurer des fèves de cacao dans une chocolaterie pour les montrer aux élèves)

Partie I : la chaîne de production

1. Interroger les élèves sur leurs habitudes de consommation en lien avec le chocolat (types de produits, quantité, fréquence, marques, critères de choix).
2. Demander ce qu'ils savent sur la fabrication du chocolat : ingrédients, acteurs, régions concernées. Par groupes de 2 ou 3, les élèves notent leurs connaissances et hypothèses. Ils se déplacent devant le poster, dont les images contiennent des indices.
3. Mise en commun. Annoncer que l'on va compléter et vérifier les informations réunies en s'intéressant aux étapes de la chaîne de production du chocolat.
4. Présenter d'abord les deux extrémités de la chaîne et coller les cartes correspondantes aux deux extrémités du tableau.

CULTURE ET RECOLTE DES FEVES DE CACAO :

Le cacaoyer pousse uniquement dans des régions chaudes et humides (climat tropical) situées autour de l'équateur : Afrique de l'ouest (Côte d'Ivoire = 1er producteur mondial, Ghana, Nigéria), Asie du sud-est (Indonésie) et Amérique latine (Brésil, Equateur). Le cacaoyer produit un fruit, appelé « cabosse », qui contient des graines ou « fèves » de cacao. Au moment de la récolte, on cueille les cabosses, puis on les ouvre pour en prendre les fèves. Il faut ensuite les faire fermenter, puis sécher, avant de les emballer pour les transporter.

CONSOMMATION DU CHOCOLAT :

La Suisse est le 1er consommateur mondial de chocolat, avec une moyenne de 11kg par habitant (à noter qu'une partie de ce chiffre est liée au tourisme). Les autres pays les plus grands consommateurs de chocolat se trouvent en Europe du nord (Allemagne, Angleterre, Irlande, pays scandinaves) et en Amérique du nord (USA et Canada).

Quant aux pays africains producteurs de cacao, ils se trouvent tout au bas de la liste et consomment moins d'une tablette par année et par habitant.

5. Par groupes de 2 ou 3, les élèves recherchent les étapes intermédiaires de la chaîne et notent leurs idées sous forme de mots-clés.
6. Mise en commun et reconstitution de la chaîne en complétant les informations des élèves. Dès qu'une étape est identifiée, coller la carte correspondante et écrire son nom au dessous :

a) CULTURE ET RECOLTE DES FEVES DE CACAO

b) INTERMEDIAIRES ET EXPORTATEURS :

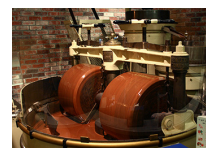
Les petits producteurs de cacao ne s'occupent pas de l'exportation des fèves. Ils vendent généralement leur récolte à des grossistes locaux ou à des coopératives, qui les revendent à leur tour, ou à d'autres intermédiaires du commerce international. Ceux-ci transportent le cacao en masse vers les ports et organisent son exportation.

c) TRANSPORT : *Les fèves sont transportées, depuis les régions productrices jusqu'aux lieux où elles seront transformées (généralement au nord). Le transport se fait en camion, bateau et train sur des milliers de kms. Par ex : 7'000 km de l'Afrique de l'ouest jusqu'en Europe.*

d) TRANSFORMATION DU CACAO BRUT : *Les fèves de cacao sont transformées dans des usines, qui se chargent de les nettoyer, de les torréfier et de les concasser avant de les broyer pour obtenir de la pâte de cacao. C'est en pressant la pâte de cacao que l'on obtient le beurre et la poudre de cacao.*

e) FABRICATION DU CHOCOLAT : *Les fabriques de chocolat achètent le beurre et la poudre de cacao, ainsi que les autres ingrédients nécessaires à la fabrication du chocolat : sucre, lait, noisettes, etc. Plusieurs étapes sont nécessaires à cette fabrication, notamment le conchage (illustré sur l'image) : la pâte de cacao est chauffée et brassée pendant plusieurs heures par une machine (la conche), ce qui la rend fluide et onctueuse. Parmi les plus grandes entreprises productrices de chocolat, plusieurs ont leur siège en Suisse.*

f) COMMERCE DE DETAIL : *le chocolat est vendu aux consommateurs par le biais des grandes surfaces ou dans d'autres points de vente (kiosques, distributeurs, chocolateries, etc.).*



- g) CONSOMMATION DU CHOCOLAT: *Relever que tous les acteurs de la chaîne sont liés entre eux, des cultivateurs jusqu'aux consommateurs. Souligner qu'il ne faut pas oublier les étapes et acteurs en lien avec la production des autres ingrédients du chocolat (lait, sucre, noisettes, etc).*

Partie II : enquête sur la face cachée de la tablette

7. Annoncer que l'on va mener une enquête sur « la face cachée » de la tablette de chocolat, et en particulier les problématiques rencontrées par les cultivateurs/-trices de cacao.
8. Répartis par groupes de 3, les élèves effectuent une recherche, à l'aide d'Internet, sur l'une des problématiques ci-dessous. Ce travail peut également être réalisé à domicile.
 - Travail des enfants dans les plantations de cacao
 - Revenus faibles des cultivateurs/-trices de cacao
 - Conditions de travail dangereuses pour la santé des travailleurs/-euses dans les plantations de cacao
 - Problèmes écologiques liés à la production de cacao
 - Tâches de chaque groupe :
 - a) Rédiger un petit texte pour résumer la problématique, en l'illustrant par un ou des exemples concrets. Important : mentionner ses sources !
 - b) Identifier et décrire une piste de solution à cette problématique.

Base pour les recherches : sites mentionnés dans « Faits et chiffres », en particulier le dossier de la Déclaration de Berne.
9. Partage en plénière des résultats. Chaque problématique n'est présentée qu'une seule fois. Le ou les autres groupes ayant travaillé sur la même problématique peuvent compléter. Les solutions proposées sont listées au tableau.
10. Présenter les principes du commerce équitable (cf. « Faits et chiffres ») comme étant l'une des solutions possibles et montrer un label (sur le poster, image Q17). Faire un maximum de liens avec les solutions proposées par les élèves.
11. Jeu de positionnement :

Les élèves se mettent au centre de la salle et s'imaginent dans la situation suivante :

« Sur les réseaux sociaux, je vois une petite vidéo qui explique que l'entreprise qui produit ma marque de chocolat préférée utilise du cacao cultivé par des enfants en situation d'esclavage. »

Lire les 4 réactions possibles. En fonction de la réaction choisie, les élèves se déplacent à l'un des 4 coins de la salle. S'ils imaginent une 5^{ème} réaction possible, ils restent au centre de la salle et l'expliquent aux autres. Souligner qu'il n'y a pas de bonne, ni de mauvaise réponse et qu'il est important de ne pas juger les choix des autres.

- a) Je boycotte tout de suite cette marque et opte pour du chocolat issu du commerce équitable.
 - b) Je suis sceptique et fais une recherche sur Internet pour vérifier ces informations. En attendant d'avoir une preuve, je continue à manger mon chocolat préféré.
 - c) Je diffuse cette vidéo auprès de mes amis pour susciter une discussion et avoir leur avis.
 - d) Je ne change rien à mes habitudes en matière de chocolat : je n'ai pas le pouvoir de changer cette situation et on ne peut pas se culpabiliser pour tout. Lorsque les élèves se sont positionnés, ils échangent au sein de chaque groupe sur les raisons de leur choix, puis nomment un porte-parole pour les présenter au reste de la classe. Sans jugement, aider les élèves à identifier les valeurs en jeu.
12. Discussion finale : Comment prendre en compte la « face cachée » des produits que nous consommons ? Comment pouvons-nous agir, à différents niveaux : individuel, collectif, institutionnel ?

Prolongements possibles :

- Dégustation de chocolat équitable à base de cacao issu de différentes régions productrices.
- Réalisation d'une campagne visant à sensibiliser les consommateurs/-trices de chocolat aux problématiques liées au commerce mondial du cacao, en détournant des publicités existantes ou en partant de zéro.
- Recherche sur « la face cachée » d'une marque de chocolat, à l'aide du site www.behindthebrands.org. Contacter les responsables de la marque.
- Recherche sur un label alimentaire pour comprendre ce qu'il représente exactement (cf. « Faits et chiffres »).
- Jeu de rôle : discussion entre deux ami-e-s devant le rayon chocolat du supermarché. L'un-e veut acheter la tablette la moins chère, l'autre celle – légèrement plus chère – issue du commerce équitable.
- Chocolat et santé : situer le chocolat par rapport à la **pyramide alimentaire suisse** et identifier sa valeur nutritive.
- Analyser la vidéo « Petit carré » du rappeur genevois Jonas (taper « Jonas petit carré » sur Youtube).