

FICHE 22

TITRE : « Contre-champs »

SOUS-TITRE : « Un outil pour décoder la publicité alimentaire »

IMAGE :

NIVEAU D'APPROFONDISSEMENT : 2 étoiles

FACILITE D'APPROPRIATION : 2 piments

FORMAT DE L'OUTIL :

- 5 mindmaps
- 41 cartes « Pub »
- 15 publicités (à télécharger)
- 25 cartes « Quizz »
- Un carnet de bord

MATERIEL : besoins spécifiques :

- Un écran
- Un projecteur
- Des baffles

RESUME :

Faire-valoir des marques, la publicité masque les réalités qui entourent la production, la transformation et la distribution de notre alimentation. Omniprésente et multiforme, la pub impacte pourtant notre consommation et nourrit nos représentations de l'agriculture et des paysannes et paysans à travers le monde.

Contre-champs propose de poser un regard critique sur la pub alimentaire. Cet outil d'animation offre différentes grilles de lecture pour identifier les ingrédients de la publicité, les recettes pour la mettre en sauce et l'impact recherché, mais également d'identifier les « coûts cachés » du système alimentaire industriel et les alternatives pour en changer.

PREPARATION :

Il est important de lire le carnet d'animation en amont de la séance. Le corpus théorique est à consulter au besoin.

A partir de la version numérique, il faut imprimer l'ensemble des cartes (format A5) en un seul exemplaire chacune et le carnet de bord en autant d'exemplaires qu'il y aura de personnes ou de groupes de personnes. En l'absence d'une connexion internet fiable, il faut également télécharger les publicités sur l'ordinateur utilisé.

OBJECTIFS DE L'OUTIL :

Objectif général : Doter les personnes participantes d'une grille de lecture critique de la publicité, du modèle alimentaire qu'elle promeut et des réalités notamment agricoles derrière les produits vantés, afin d'orienter de manière éclairée des choix de consommation.

Objectifs spécifiques :

- Poser un regard critique sur les stratégies, les représentations et le langage à l'œuvre dans la publicité.
- Comparer les argumentaires publicitaires avec les réalités des agriculteurs et agricultrices, de Belgique ou des Suds.
- Identifier les coûts cachés du système alimentaire industriel vanté par la publicité.
- Découvrir des actions concrètes et efficaces pour rendre le système alimentaire plus durable

MOTS-CLES

Publicité – Alimentation – Consommation – Production - Système alimentaire – Coûts cachés – Durabilité

NOMBRE DE PARTICIPANT.E.S.

De 5 à 25 personnes

DUREE DE L'ANIMATION

Modulable : de 20 mn à 3h.

DEROULE DE L'ANIMATION

Divisé en 5 parties au déroulé identique, l'outil propose, pour chacune des parties de se familiariser d'abord avec un aspect de la mécanique publicitaire puis d'identifier un aspect des coûts cachés du système alimentaire industriel.

Décryptage publicitaire : soit individuellement soit collectivement, le groupe commence par prendre connaissance, via des cartes et/ou une mindmap globale, d'un levier utilisé par la publicité pour vendre un produit. Le groupe regarde ensuite une publicité puis chaque participant.e partage son analyse de la publicité et du levier utilisé sur base de la ou des cartes qu'il a en main. L'exercice est reproduit une fois avec une 2^{ème} publicité pour bien s'imprégner de la logique.

Compréhension agro-alimentaire : soit individuellement soit collectivement, le groupe répond ensuite à 5 questions « quizz », inspirées par les publicités préalablement regardées et qui, chacune, permette d'aborder l'un des 4 grands coûts cachés du système alimentaire industriel.

Une restitution écrite sur un tableau de bord permet ensuite au groupe de fixer sur papier ce qu'il en a retenu.

BONUS : selon votre groupe et le temps disponible, le groupe peut alors discuter autour d'une question plus large autour de la publicité ou du système alimentaire.

PISTES D'EXPLOITATION SUPPLEMENTAIRES

Enseignement supérieur via des projets co-portés par Humundi (JAGROS pour les filières agronomiques et DJESA pour les filières générales)

Grand public via des animations auprès de groupes constitués

AUTRES PUBLICS

LIENS AVEC D'AUTRES OUTILS DE LA MALLETTE PEDAGOGIQUE

NOM DE L'ORGANISATION

Humundi, Media Animation et la Coopérative Paysans Artisans

CONTACT

Géraldine HIGEL : geraldine.higel@humundi.org, +32 2 548 06 70