



Alimentation, consommation et communication

Description

Il s'agit d'étudier le fonctionnement de la communication autour de produits alimentaires, de comprendre le rôle de la publicité et de l'image à travers une activité d'analyse de publicité et une autre autour des évolutions des habitudes alimentaires.

Durée

1 séance de 2h30.

Ancrages programmes

● EMI :

- S'interroger sur l'influence des médias sur la consommation et la vie démocratique.
- Apprendre à distinguer subjectivité et objectivité dans l'étude d'un objet médiatique.
- Utiliser les genres et les outils d'information à disposition adaptés à ses recherches.

● Français :

- Participer à un débat de manière constructive et en respectant la parole de l'autre.
- Lire des textes non littéraires, des images et des documents composites (y compris numériques).

Objectifs pédagogiques

- Appréhender la construction de messages publicitaires pour des produits alimentaires et apprendre à les analyser.
- Découvrir comment les habitudes alimentaires ont évolué au fil du temps.

Objectif de Développement Durable



Éliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition et promouvoir l'agriculture durable.

Compétences

- Construire des relations avec autrui dans un échange, une conversation, une situation de recherche.
- Savoir décrire et analyser l'image fixe et mobile.
- Concevoir, réaliser, donner à voir des projets artistiques, individuels ou collectifs. Savoir décrire et analyser l'image fixe et mobile.

Déroulement de la séance

Activité 1. La publicité alimentaire

Demander à chaque élève d'apporter en classe une publicité pour un produit alimentaire de son choix (publicité papier). Organiser la classe en groupes et demander à chaque groupe de choisir une publicité. Chaque groupe devra préparer une analyse détaillée de cette publicité en s'appuyant sur les questions ci-dessous.

Les premières constatations et impressions

- De quel produit parle-t-on dans cette publicité ?
- Sait-on tout de suite quel est le sujet de la publicité ou faut-il du temps pour le décrypter ?
- La publicité est-elle attrayante selon vous ? Pourquoi ?
- Qu'aimez-vous dans cette publicité ? À l'inverse, que n'aimez-vous pas ?

L'analyse détaillée

- De quelle manière la publicité met-elle le produit en valeur ?
 - Quel est le langage, le vocabulaire utilisé ?
 - Quels sont les visuels utilisés ? S'agit-il de photographies ou d'illustrations ?
 - Quel graphisme est utilisé ?
- La publicité met-elle en avant les qualités nutritionnelles du produit ? De quelle manière ?
- Quelle est la promesse de cette publicité ?
- Cette publicité présente-t-elle un slogan ? Une signature ?

- Comment la publicité est-elle structurée ?
 - Est-ce que le texte prend plus de place que le visuel ? Ou l'inverse ?
 - Que voit-on au premier coup d'œil : une image, un mot ?
- À qui s'adresse la publicité : des adultes, des parents, des adolescents, des enfants ? Pourquoi ?

L'influence de la publicité

- Avant même de voir la publicité, quelles qualités associez-vous à ce produit ?
- La publicité a-t-elle fait évoluer votre jugement sur le produit ?
- Quelle analyse faites-vous entre la promesse de la publicité et la réalité du produit ?
- La publicité vous donne-t-elle envie d'acheter le produit ?

Finir par une synthèse collective à l'oral en comparant les différentes publicités étudiées.

Activité 2. L'évolution des habitudes alimentaires

En s'appuyant sur les visuels ci-dessous, demander aux élèves d'étudier l'évolution des habitudes alimentaires en France des années 80 à aujourd'hui.

Organiser la classe en 2 groupes. Demander à chaque groupe de réaliser un panneau sur une décennie (1980 et 2010) à l'aide des visuels de la fiche et de le présenter à la classe. Ce panneau devra comporter des illustrations, des photos et les résultats des analyses des élèves. Les 2 panneaux seront ensuite affichés en classe afin de mettre en avant les différences entre les habitudes alimentaires des années 80 et d'aujourd'hui.

L'enseignant(e) pourra utiliser les sites ci-dessous pour aiguiller les élèves dans leur réflexion et leur apporter des informations historiques complémentaires.

- <https://solidarites-sante.gouv.fr/IMG/pdf/conso.pdf>
- https://www.lemonde.fr/planete/article/2018/12/20/qu-est-ce-qu-on-mange-l-assiette-des-francais-decortiquee_5400180_3244.html
- <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1379769>

Années 1980



Pot au feu



Rôti de porc



Bœuf bourguignon

Années 2010



Tacos bœuf et guacamole



Salade Thaï veau et mangue



Curry végétarien

Bilan, pour aller plus loin

Chaque groupe crée sa propre publicité sur le produit alimentaire de son choix, les élèves devront être capables d'expliquer leurs choix à leurs camarades, d'argumenter sur leurs créations sur le plan visuel mais aussi sur le message à faire passer. Pour cela, ils pourront s'appuyer sur les publicités étudiées pendant la séance mais aussi sur les habitudes alimentaires actuelles qui seront ressorties dans l'activité 2.

Lexique

Promesse : engagement publicitaire essentiel évoqué dans le message (ex : cette lessive respecte les couleurs).

Slogan : formule généralement concise qui accompagne le discours publicitaire, en vue d'être mémorisée et associée au produit et/ou à la marque.

Signature : ponctue une campagne de communication, en véhiculant les valeurs d'une marque.