

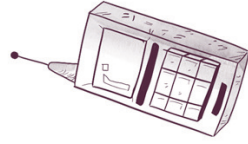
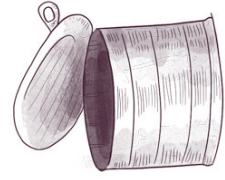
LE PRODUIT OU SERVICE

Présenté comme magique ou parfait par la publicité, le produit ou le service en tant que tel peut faire l'objet de recherches approfondies.

Sa production ou sa composition pose-t-elle des questions éthiques ?

LE FORMAT

En quoi le format de la publicité (une affiche ? Un contenu sponsorisé ? Une vidéo publicitaire ?) nous donne-t-il des indications sur la stratégie poursuivie par la pub ?



LA MULTINATIONALE

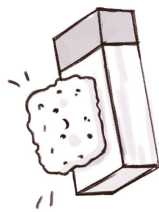
Ab-Inbev pour la bière, Coca-Cola ou Pepsico pour les limonades, Nestlé, Unilever ou Mondelez pour la nourriture : une grande majorité des marques appartiennent à une multinationale. Est-ce le cas de celle-ci ?

Quelles questions éthiques cette globalisation du commerce alimentaire pose-t-elle ?

L'ANNONCEUR

L'annonceur, c'est la marque. Et chaque marque développe sa propre « image de marque », cherche à être identifiée du public cible pour certaines caractéristiques ou valeurs.

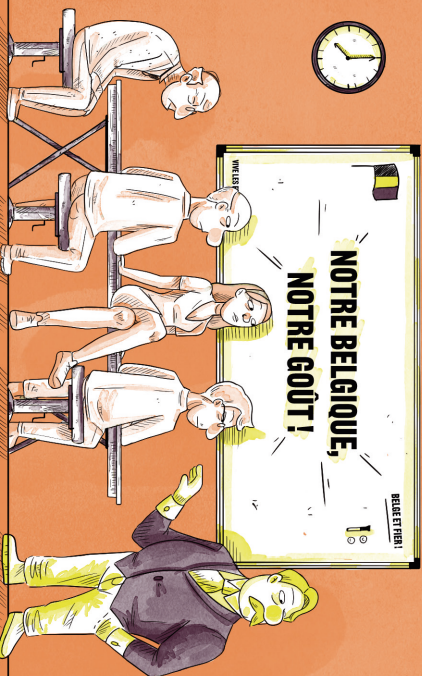
La publicité ici présente est-elle représentative de cette image de marque ou essaye-t-elle de la faire évoluer ?



STRATÉGIE MARKETING



STRATÉGIE MARKETING



LE CANAL



Quels sont les médias mobilisés?
Comment le·la producteur·rice cherche-t-il·elle à
rendre sa publicité visible à son public cible?

LE CŒUR DE CIBLE



Le cœur de cible, c'est le public vers lequel la
marque a décidé de concentrer ses efforts.
Dans de nombreux cas, la cible est le Principal
Responsable des Achats (le PRA): dans
une famille, c'est souvent l'un des parents.
Les expert·es marketing schématisent les
caractéristiques de différents groupes sociaux.
En quoi cette stratification de la société pose-t-
elle problème?

LA CIBLE SECONDAIRE

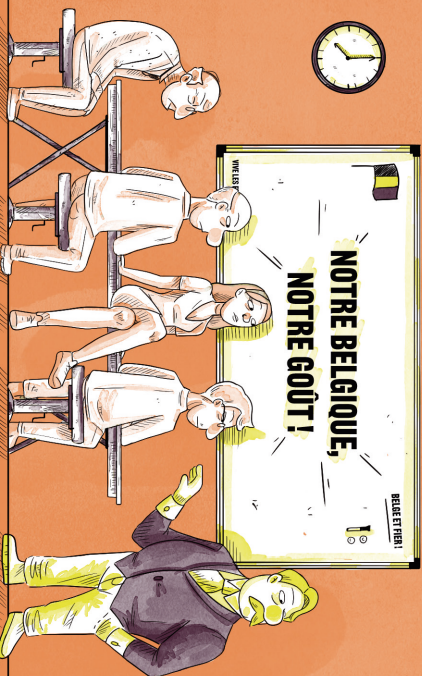
Par rebondissement, d'autres groupes
sociaux sont-ils ciblés par la publicité?

2nd

STRATÉGIE MARKETING



STRATÉGIE MARKETING





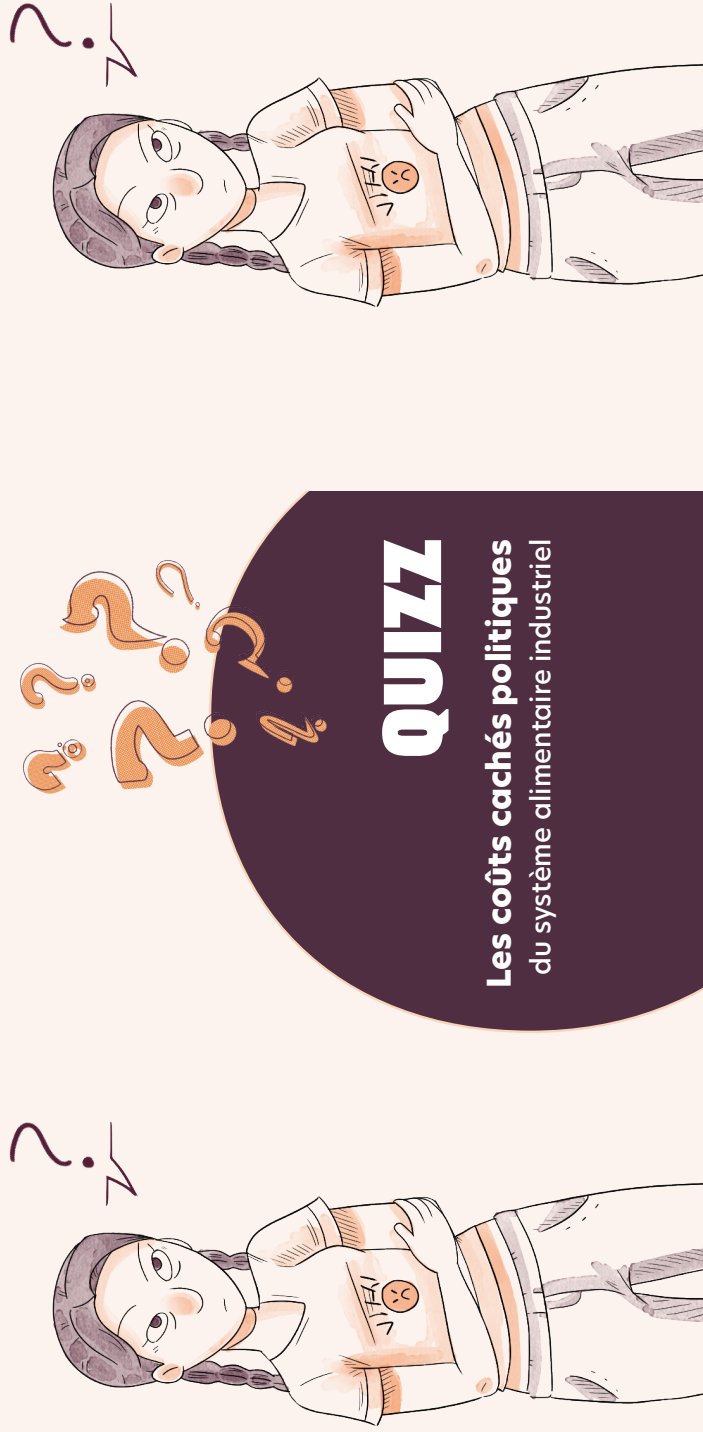
QUIZZ

Les coûts cachés politiques
du système alimentaire industriel



QUIZZ

Les coûts cachés politiques
du système alimentaire industriel



QUIZZ

Les coûts cachés politiques
du système alimentaire industriel



QUIZZ

Les coûts cachés politiques
du système alimentaire industriel

Quelle somme la marque Coca-Cola investit-elle dans la publicité chaque année?

— 400 millions \$ 4 milliards \$ 40 milliards \$ —

Ce montant qui dépasse le PIB d'une cinquantaine de pays dans le monde permet à Coca-Cola et aux autres géants de l'agroalimentaire d'entretenir leur notoriété et de maintenir voire d'augmenter leurs parts de marché face à des concurrents aux budgets bien moindres. Ce budget représente près de 10% du chiffre d'affaires de la marque en 2023 (45 mds \$).

Plus de 90 % des aliments consommés dans le monde sont fabriqués par...

— 10 24 60 122 entreprises —

Nestlé, Mars, PepsiCo ou des marques moins connues comme Mondelez ou Unilever contrôlent 90% de ce que nous mangeons. Cette situation d'oligopole (une poignée d'entreprises pour une gigantesque clientèle) donne à ces acteurs multinationaux beaucoup de pouvoir pour imposer leurs produits et leurs prix aux agriculteur·rices d'un côté et aux entreprises de distribution de l'autre.

Autrefois, en Inde, poussaient plus de 30 000 variétés de riz. Combien en recense-t-on aujourd'hui sur les 3/4 des rizières?

— Une dizaine Entre 500 et 600 Autour de 3 000 —

Chez nous, en Belgique, ce sont 5 à 6 sortes de pommes qui sont présentes sur nos étals quand il en existe plus de 7500 dans le monde.

Cette disparition des variétés a plusieurs cause. L'une d'elles est la stratégie d'uniformisation des goûts développée par les multinationales de l'agro-alimentaire qui peuvent ainsi à la fois créer un marché mondial où vendre un même produit (accroissement des ventes) tout en uniformisant les processus de production (réduction des coûts).

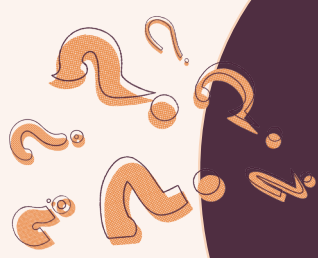
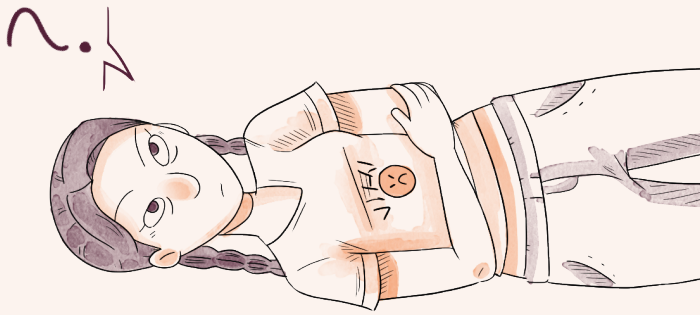
Selon une étude de l'Institut scientifique de santé publique en 2024, combien de publicités pour de la malbouffe trouve-t-on en moyenne dans un rayon de 250 m autour d'une école primaire en Flandre?

— 2 5 7 12 —

Dans cette étude, l'Institut scientifique de santé publique en Belgique met en exergue le lien entre un environnement alimentaire « malsain » et les différents endroits où la publicité est présente.

Les écoles et universités sont, par exemple, largement ciblées par les publicitaires.

Une pub sur trois concerne d'ailleurs des aliments ultra-transformés. Une deuxième pub sur trois concerne de l'alcool. À la télévision, ce sont 70% des spots publicitaires pour de la nourriture qui concernent des aliments trop gras, trop sucrés et/ou trop salés.



QUIZZ

Les coûts cachés politiques
du système alimentaire industriel

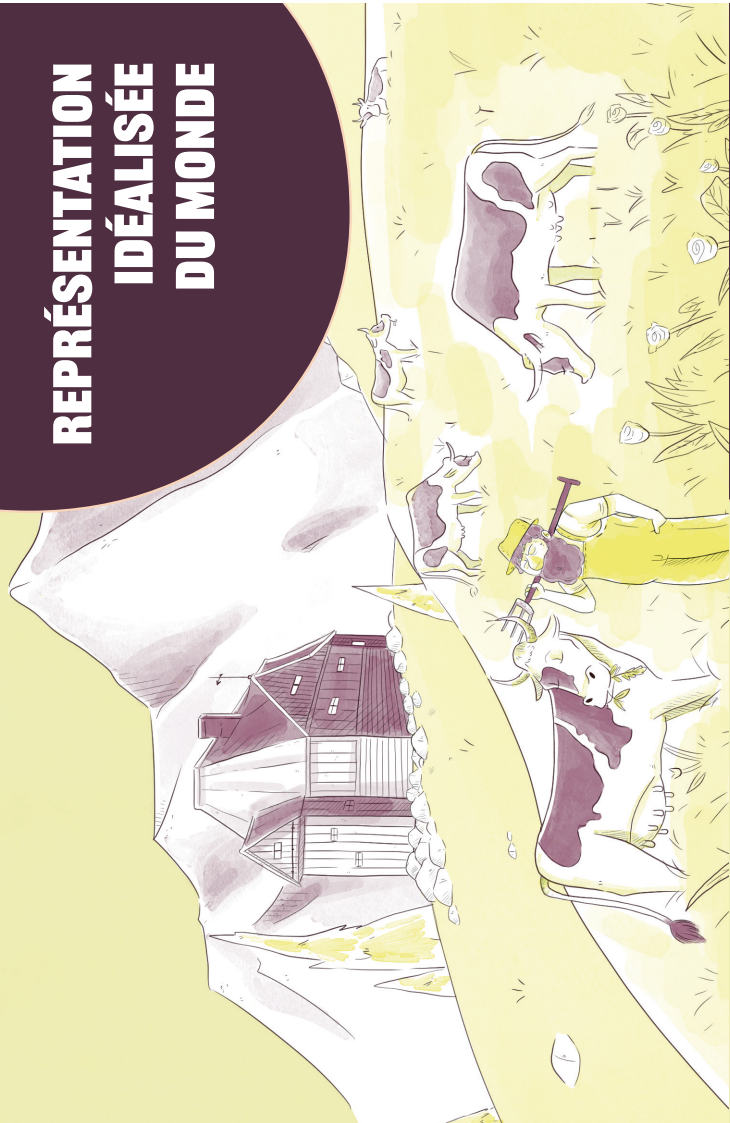
Quel a été le montant du chiffre d'affaires de Nestlé au niveau mondial en 2023 ?

— 1,78 milliards € 93 milliards € 212 milliards € —

Les chiffres d'affaires des géants de l'agroalimentaire rivalisent de plus en plus avec ceux du pétrole, de la chimie ou du secteur pharmaceutique. Un rapport de Greenpeace a d'ailleurs récemment montré qu'ils sont les grands gagnants à la fois de la guerre en Ukraine et, avant elle, de la crise sanitaire du COVID.

C'est la situation d'oligopole et d'intégration progressive de l'ensemble de la chaîne de production (de la culture jusqu'à la vente) qui leur permet de capter la totalité de la valeur ajoutée, au détriment des agriculteur·rices et des consommateur·rices.

**REPRÉSENTATION
IDÉALISÉE
DU MONDE**



**REPRÉSENTATION
IDÉALISÉE
DU MONDE**



**REPRÉSENTATION
IDÉALISÉE
DU MONDE**



**REPRÉSENTATION
IDÉALISÉE
DU MONDE**

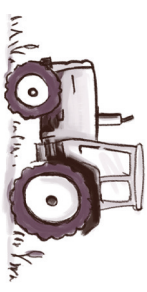


LE PRODUIT



Comment le produit en tant que tel est-il présenté ? Ressemble-t-il à ce qu'on obtient une fois acheté ? Quelles sont les astuces exploitées pour le rendre désirable ?

L'AGRICULTEUR OU L'AGRICULTRICE



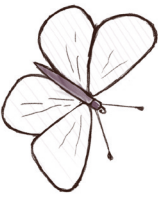
Les agriculteur·rices ou éleveur·euses sont-ils ou elles présent·es dans la pub ? Si oui, la représentation est elle-réaliste ou idéalisée ? Est-ce un paysan du Nord ? Une paysanne du Sud global ?

LE CLIENT OU LA CLIENTE



Qui sont les personnes présentées comme « consommatrices » potentielles du produit ? À quoi ressemblent-elles et quel semble être leur profil (emploi ? passion ?) Cela révèle-t-il certains rapports de domination sociale ?

LE PROCESSUS DE TRANSFORMATION DES ALIMENTS



La méthode qui a permis de réaliser le produit est-elle présentée dans la publicité ? La pub révèle-t-elle la recette et la composition du produit ?

REPRÉSENTATION IDÉALISÉE DU MONDE



REPRÉSENTATION IDÉALISÉE DU MONDE



LA NATURE



Une majorité des produits qui sont valorisés par la publicité sont transformés grâce à un processus industriel. La publicité tente souvent de rapprocher artificiellement le produit de son origine naturelle, parfois lointaine.

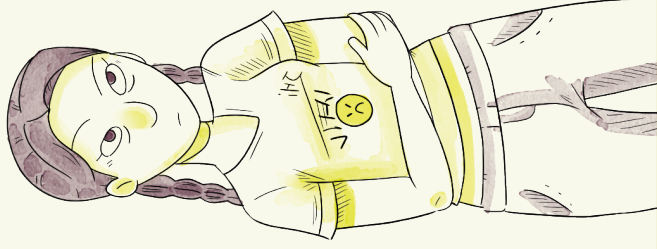
Dans cette pub, la nature est-elle représentée, voire instrumentalisée? Les champs d'où provient le produit sont-ils à l'image?
La représentation est-elle réaliste?

L'EFFET DU PRODUIT



Quel semble être l'effet de l'aliment sur la personne qui le consomme? Que lui permet-il de ressentir? À quoi ce produit semble-t-il être « utile » ou nécessaire?

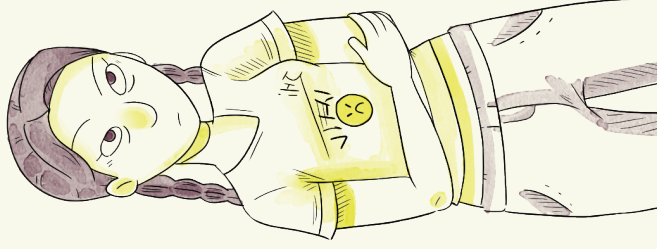
?



QUIZZ

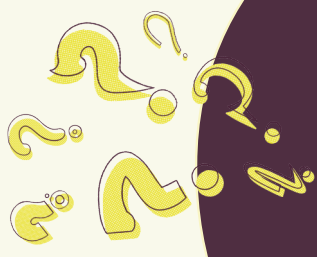
Les coûts cachés
économiques
du système alimentaire
industriel

?



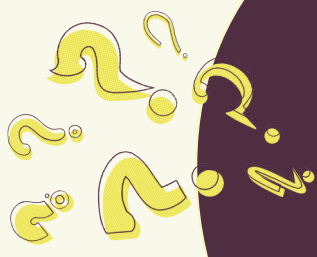
QUIZZ

Les coûts cachés
économiques
du système alimentaire
industriel



QUIZZ

Les coûts cachés
économiques
du système alimentaire
industriel



QUIZZ

Les coûts cachés
économiques
du système alimentaire
industriel

Quelle part du chiffre d'affaire d'un supermarché* (2022) provient de la vente de produits locaux ?

≲ 0,5% **3%** 6% 11% ≳

La part de « local » reste donc très marginale. Pourtant, la plupart des grandes enseignes de distribution valorisent, dans leurs campagnes publicitaires, le fait de favoriser le circuit court. Il s'agit là d'une stratégie permettant de parfaire leur image de marque et surfer sur les valeurs de la clientèle, sans changer notablement leurs habitudes de distribution (notamment de produits alimentaires importés).

* 2022

Quelle est la part du prix d'un yaourt vendu chez Carrefour qui revient au producteur de lait ?

≲ 3,5% **7%** 23% 37% ≳

La concentration du pouvoir entre quelques multinationales de l'agroalimentaire ne se fait pas au bénéfice des autres acteurs de la chaîne qui se voient souvent imposer les prix d'achat et de vente.

De même, alors qu'avant un yaourt était produit et vendu à la ferme, il parcourt aujourd'hui en moyenne 8000 kms et passe par de nombreuses mains intermédiaires (emballage, transport, distribution) qui prennent chacune leur part du gâteau.

Au final, en France, ce sont 20 % des agriculteur·rices qui vivent sous le seuil de pauvreté et un·e agriculteur·rice qui se suicide chaque jour.

Par rapport à sa propre consommation de pommes de terre, la Wallonie en produit :

≲ 2x plus 4x plus 10x plus **16x plus** ≳

Avec un tel surplus, que fait la Wallonie ? Elle exporte ! 80% de sa production de pommes de terre est en effet transformée, faisant de la Belgique le premier pays exportateur de pommes de terre transformées.

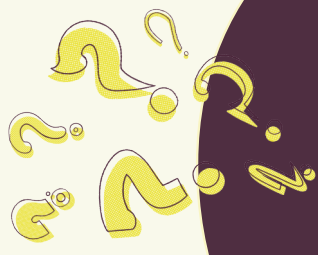
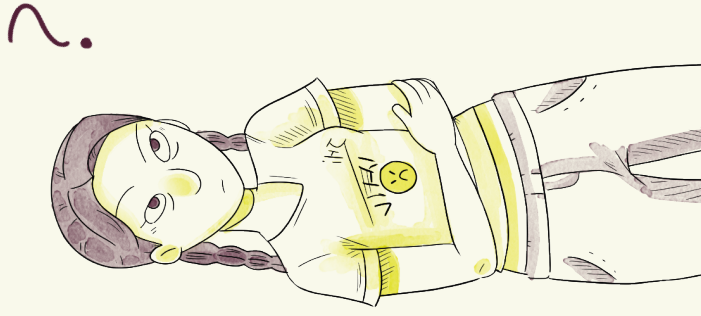
Et parmi les pays destinataires, le Pérou, pays historique de la pomme de terre. Depuis l'entrée en vigueur d'un accord de libre-échange en 2012, les importations péruviennes de pommes de terre transformées en provenance de l'Union européenne ont augmenté de plus de 40 % et, sur la même période, le prix au kilo de la patate a baissé de 20 %.

Par rapport au lait produit localement, le lait européen exporté et vendu au Burkina Faso est-il :

≲ **30 % moins cher** Au même prix 5 % plus cher ≳

Le système agricole européen est fondé sur la distribution de subsides pour aider les agriculteur·rices à vivre (presque) décemment de leur travail. Or, avec la libéralisation des échanges, les agriculteur·rices du monde entier sont mis en concurrence ; un·e agriculteur·rice burkinabè, dont le pays n'a pas de système de soutien, ne pourra jamais proposer des prix alignés sur les prix européens, sous peine de mettre la clé sous la porte.

Ajoutées à ces subventions, les quantités produites et la technologie mise au service du transport et du commerce, les prix européens sont encore inférieurs aux prix burkinabè, étouffant ainsi dans l'œuf la filière locale.



QUIZZ

Les coûts cachés
économiques
du système alimentaire
industriel

Par rapport à un achat en circuit-court, acheter des produits bio en supermarché coûte en moyenne :

10% plus cher

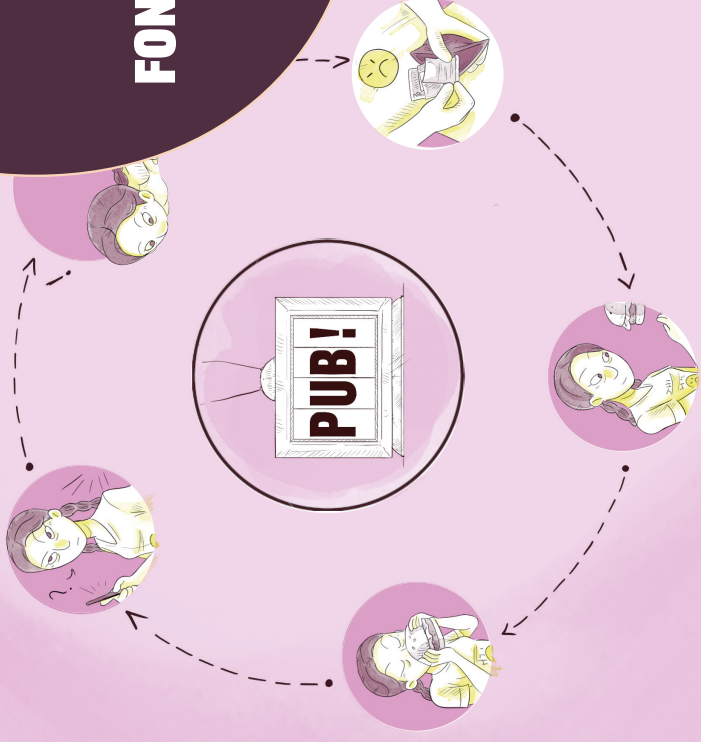
Le même prix

3,5% moins cher

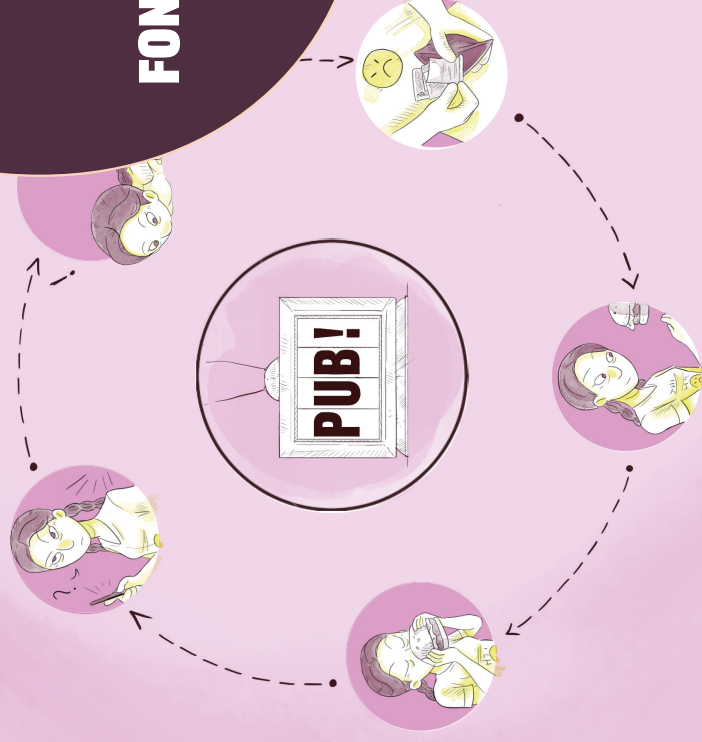
Une étude récente de l'union des consommatrices en France a montré qu'acheter des fruits et légumes bio en grande surface coûtait entre 6 à 13% plus cher qu'en circuit court. Quand on y dépense en moyenne 127 € par mois, il faut déboursier 144 € en supermarché pour le même panier.

Cette tendance est récente mais elle se confirme et contredit l'idée que le système alimentaire industriel propose une nourriture plus accessible au plus grand nombre.

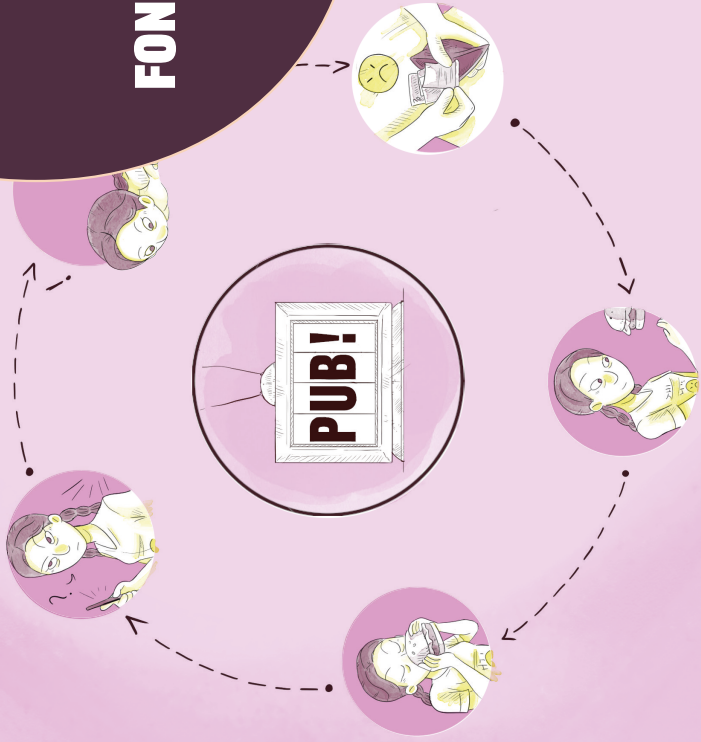
BESOINS FONDAMENTAUX



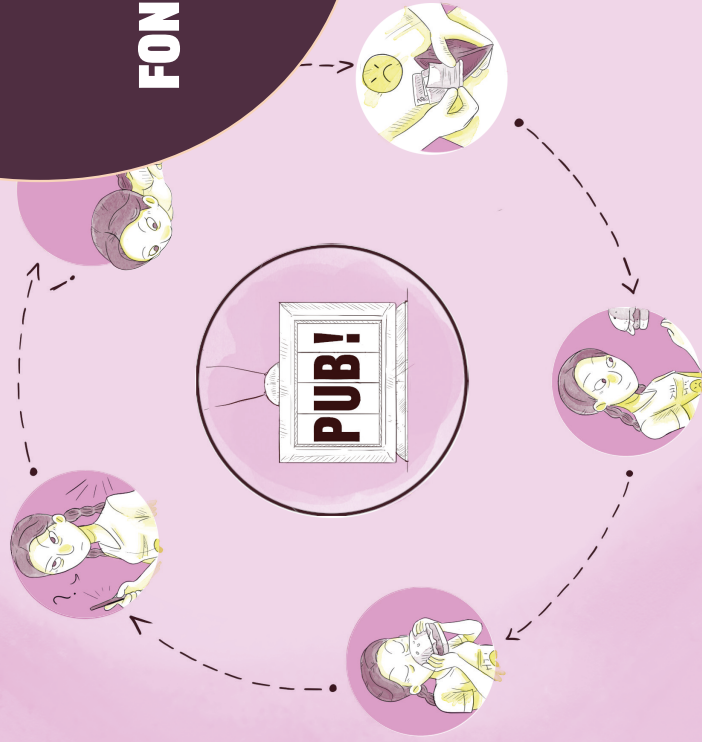
BESOINS FONDAMENTAUX



BESOINS FONDAMENTAUX



BESOINS FONDAMENTAUX



BESOINS PHYSIOLOGIQUES



Le produit permet d'étancher efficacement la faim ou la soif.

BESOIN D'ESTIME DE SOI



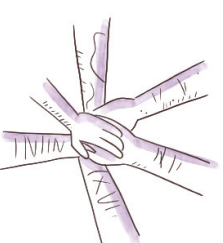
Le produit nous rend exceptionnel : en le consommant, on quitte la banalité, on dépasse sa condition.

BESOIN DE SÉCURITÉ



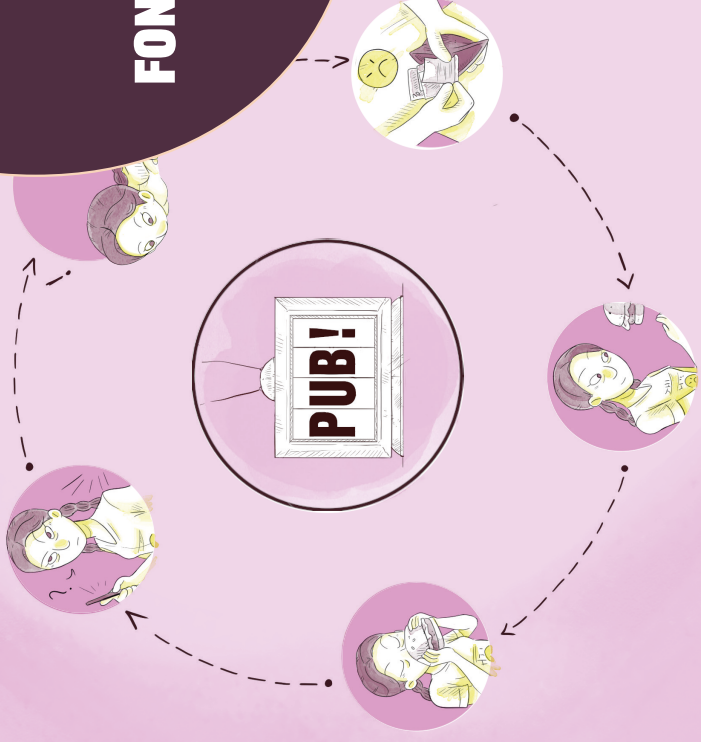
Le produit est bon pour notre santé: il régule le cholestérol, réduit le risque de maladies ou favorise le transit intestinal.

BESOIN D'APPARTENANCE

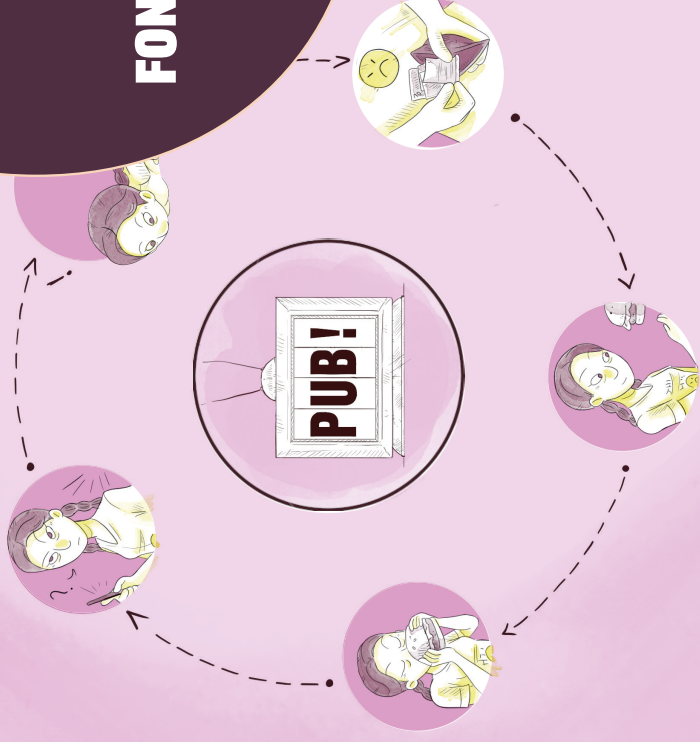


Le produit est présenté comme celui d'un groupe social, rassemblé autour d'une identité ou de goûts (présumés) communs.

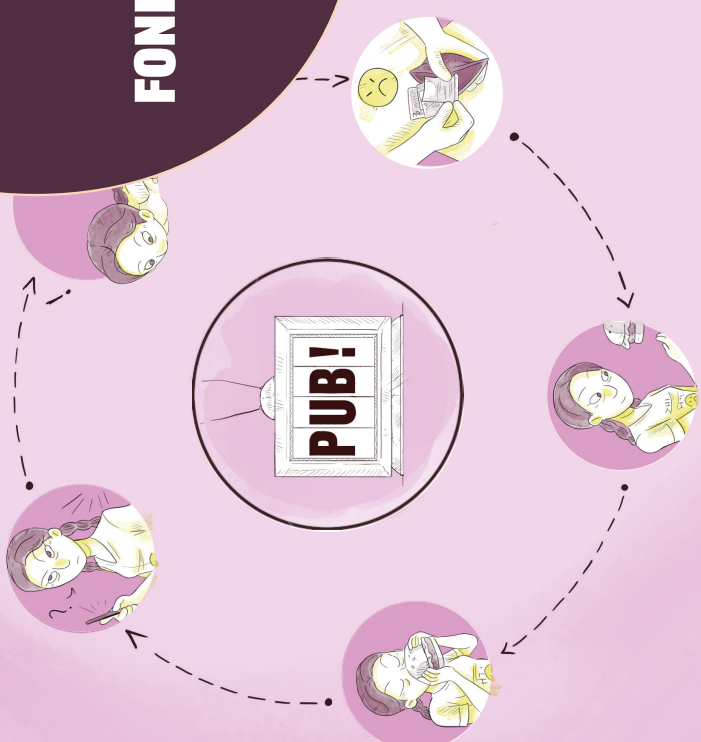
BESOINS FONDAMENTAUX



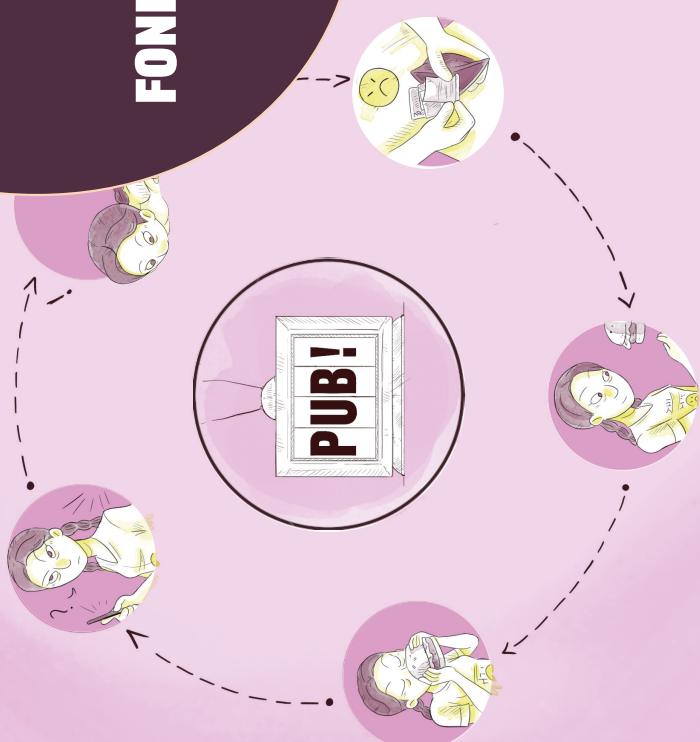
BESOINS FONDAMENTAUX



BESOINS FONDAMENTAUX



BESOINS FONDAMENTAUX



BESOIN DE SAVOIR ET COMPRENDRE



La pub explique scientifiquement les qualités du produit, présente sa composition et en quoi il est adapté à un besoin précis.

BESOIN D'ACCOMPLISSEMENT



Le produit permet de se surpasser : il donne l'énergie nécessaire à relever des défis, devenir un.e champion.ne ou une star de cinéma.

BESOIN D'ESTHÉTIQUE



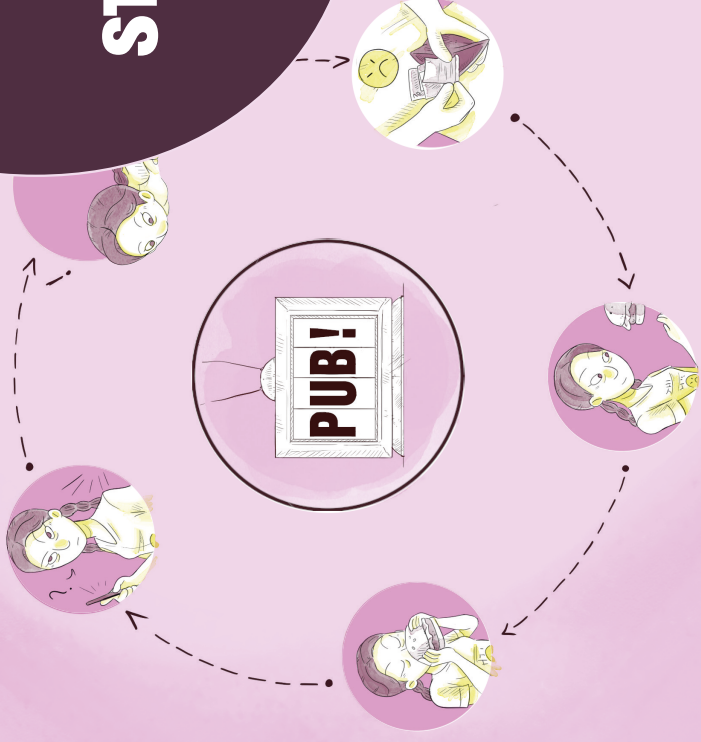
Le produit est capable de nous rendre plus belle, plus séduisante, plus mince.

DÉFENSE DE VALEURS

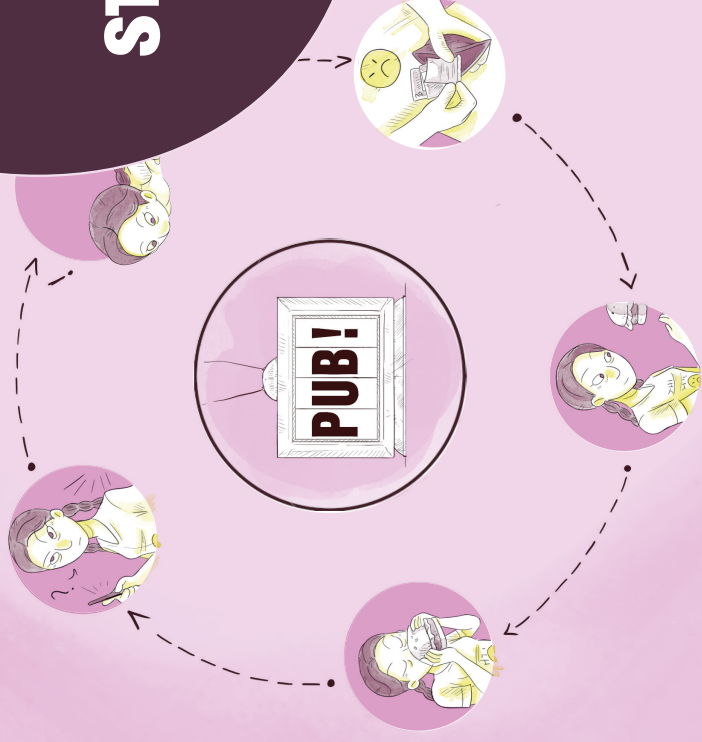


La pub s'appuie sur les valeurs du public et propose un produit qui est en accord avec elles : il est respectueux de l'environnement, solidaire...

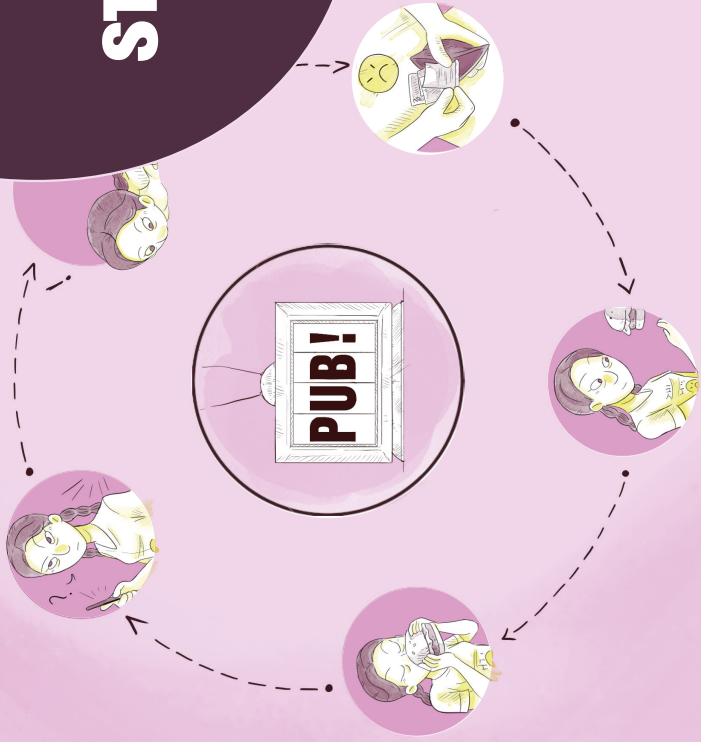
STRATÉGIE



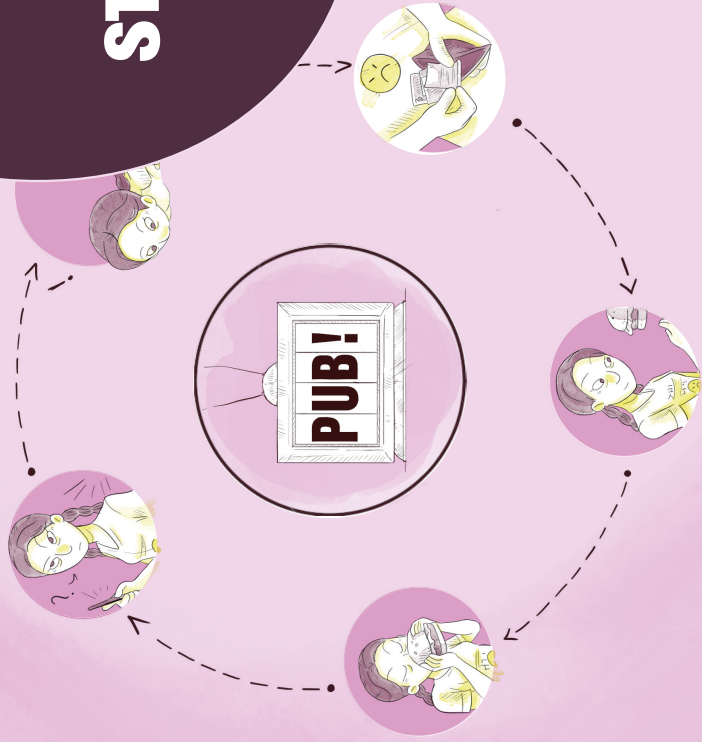
STRATÉGIE



STRATÉGIE



STRATÉGIE



SURPRENDRE

La publicité cherche à nous troubler ou nous faire rire.



CHOQUER

La pub attire l'attention par un discours choc, elle joue avec les convenances.



FRUSTER

Le produit est présenté comme incontournable pour satisfaire un besoin.

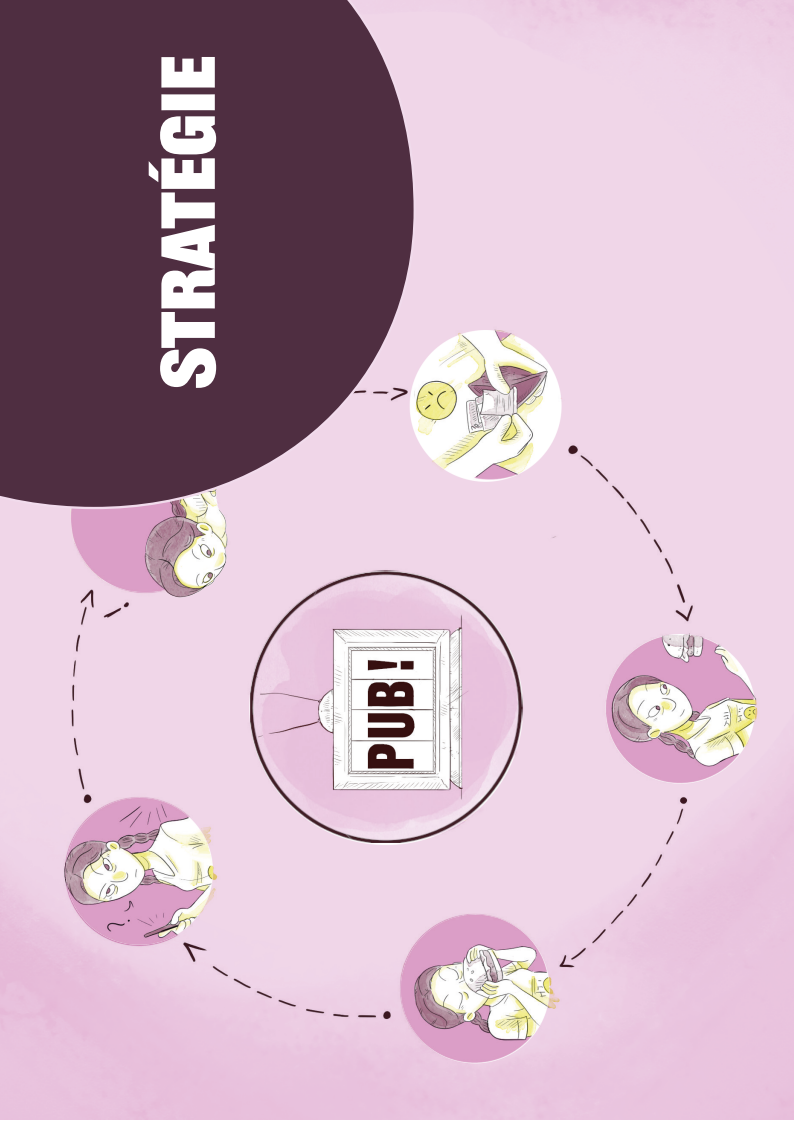


ÉCONOMISER

Le produit est présenté comme moins cher que la concurrence.



STRATÉGIE

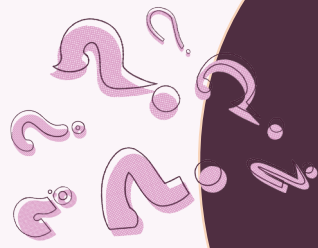


SURFER SUR NOS GOÛTS



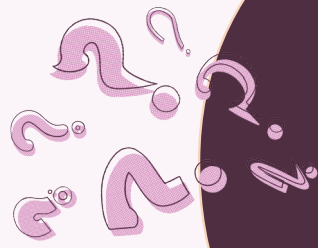
La publicité s'adosse à un autre produit
très apprécié pour vendre son produit.





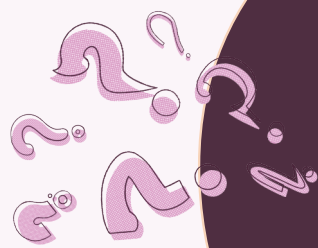
QUIZZ

Les coûts cachés sociaux
et sanitaires du système
alimentaire industriel



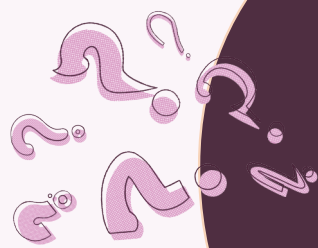
QUIZZ

Les coûts cachés sociaux
et sanitaires du système
alimentaire industriel



QUIZZ

Les coûts cachés sociaux
et sanitaires du système
alimentaire industriel



QUIZZ

Les coûts cachés sociaux
et sanitaires du système
alimentaire industriel

En 2022, combien de personnes l'obésité touche-t-elle dans le monde ?

➤ 672 millions 890 millions 936 millions 1,3 milliard ➤

Ce qui équivaut à 1 personne sur 8, ce chiffre ayant plus que doublé chez les adultes à l'échelle mondiale depuis 1990 et quadruplé chez les adolescentes. 2,5 milliards d'adultes sont par ailleurs en surpoids. En Belgique, on estime que 18 % des habitantes sont obèses.

L'obésité est l'autre facette de la malnutrition et résulte à la fois d'un mode de vie plus sédentaire mais également de mauvaises habitudes alimentaires. Les conséquences pour la santé sont par ailleurs potentiellement délétères.

Une étude récente a mis en évidence le rôle du paysage alimentaire dans l'augmentation de l'obésité. En effet, plus les gens retrouvent dans leur environnement proche des fast-food, plus le risque d'obésité augmente.

Entre 2018-2019, l'Europe a exporté vers les pays d'Amérique du Sud (membres du Mercosur) un volume de pesticides interdits d'usage en Europe de :

➤ 800 3 200 7 000 12 600 tonnes ➤

Les oranges sont parmi les fruits les plus pollués aux pesticides, après le raisin. On y retrouve d'ailleurs parfois des substances interdites en Europe... mais exportées ailleurs !

Le Brésil, plus gros producteur d'oranges, est d'ailleurs le deuxième importateur de ces pesticides après les USA. Avec un risque donc de voir revenir sur le marché européen ces substances interdites.

En 2023, combien de personnes souffrent-elles de la faim dans le monde ?

➤ 254 millions 573 millions 733 millions 1,2 milliard ➤

Ce chiffre correspond à 1 personne sur 11 dans le monde et 1 sur 5 en Afrique. Il est par ailleurs équivalent à ce qu'il était il y a 15 ans. Au-delà, ce sont 2,33 milliards de personnes dans le monde qui étaient en situation d'insécurité alimentaire modérée ou grave en 2023.

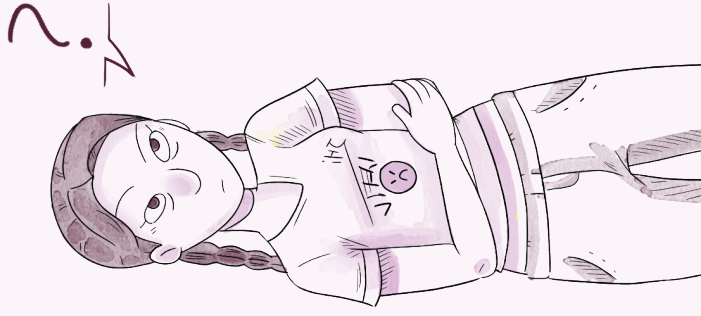
Le système industriel qui domine à l'échelle de la planète est donc incapable de nourrir le monde, alors même que la Terre produit assez de nourriture pour alimenter 12 milliards de personnes.

La faim n'est pas une question de quantité disponible mais d'accès à la nourriture. C'est une question politique.

Au Ghana et en Côte d'Ivoire, les plus gros pays producteurs de cacao, on estime le nombre d'enfants travaillant dans les plantations à :

➤ 523 000 880 000 1 560 000 2 100 000 ➤

En 2001, soit il y a plus de 20 ans, un député américain tente de mettre sur pied une loi afin de créer un label garantissant des produits chocolatiers sans esclavage. Les grandes industries du cacao, pour éviter la contrainte législative, signent volontairement le protocole Harkin-Engel assurant leur « auto-régulation ». Hélas, les échéances d'actions et les niveaux de réduction du travail des enfants dans les plantations n'ont eu de cesse de reculer.



QUIZZ

Les coûts cachés sociaux
et sanitaires du système
alimentaire industriel

Quelle est la part de l'élevage industriel par rapport à l'élevage total dans le monde ?

56% 64% **74%** 95%

En France, ce chiffre monte jusqu'à 80%. L'élevage industriel, basé sur un système intensif, privilégie le rendement par rapport au bien-être animal. En découle des conditions de vie déplorables pour les poules notamment mais aussi les porcs pour lesquels la loi européenne prévoit par exemple une surface minimum au sol de 1 m² pour un animal de 110 kg.

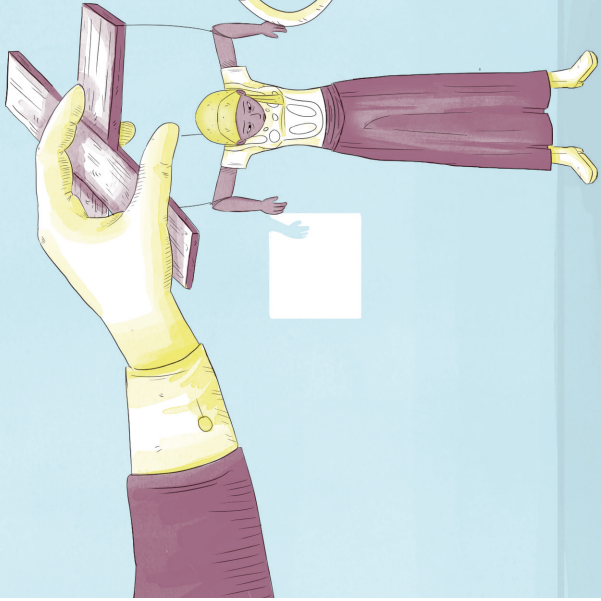
LANGAGE MÉDIATIQUE



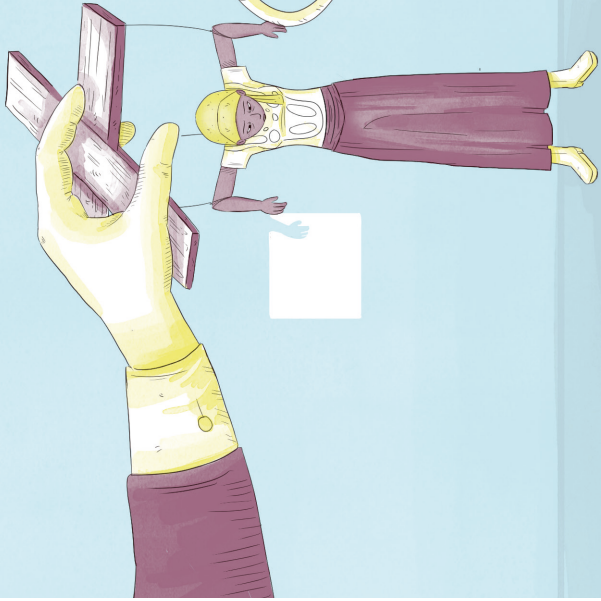
LANGAGE MÉDIATIQUE



LANGAGE MÉDIATIQUE



LANGAGE MÉDIATIQUE



LES COULEURS



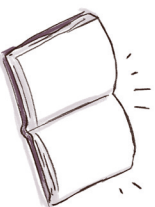
Quelle « teinte » a la publicité ? Exploite-t-elle des couleurs chaudes ou froides ? Pourquoi ?

LA MUSIQUE



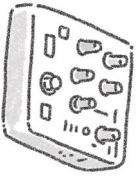
La musique a un grand impact sur la perception. Quelles émotions la musique provoque-t-elle ?

L'HISTOIRE



Quelle « histoire » la publicité nous raconte-t-elle ? Dans quel décor et avec quels personnages ? Pourquoi ce choix ?

LES EFFETS SONORES



Les effets sonores appuient-ils quelque chose en particulier ? Les effets sonores permettent de focaliser l'attention sur certains éléments. Ils dynamisent et rythment le récit.

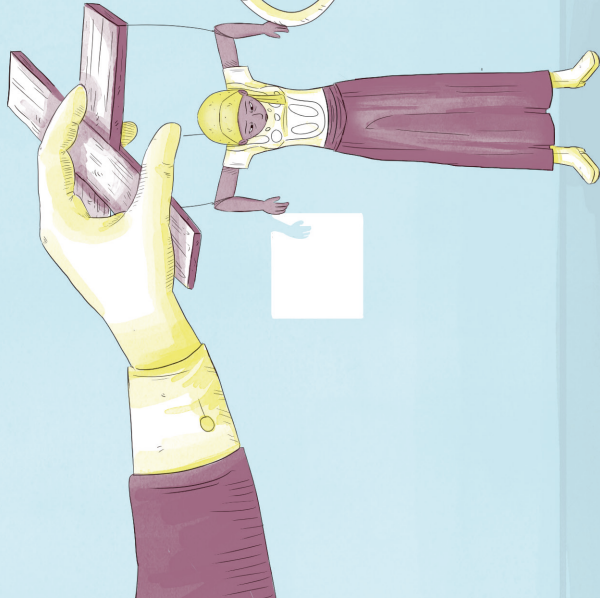
LANGAGE MÉDIATIQUE



LANGAGE MÉDIATIQUE



LANGAGE MÉDIATIQUE



LES MOTS



Le langage est-il expert ? Populaire ?
En quoi le langage utilisé nous donne-t-il
des indications sur le public ciblé par la pub ?

LE TON

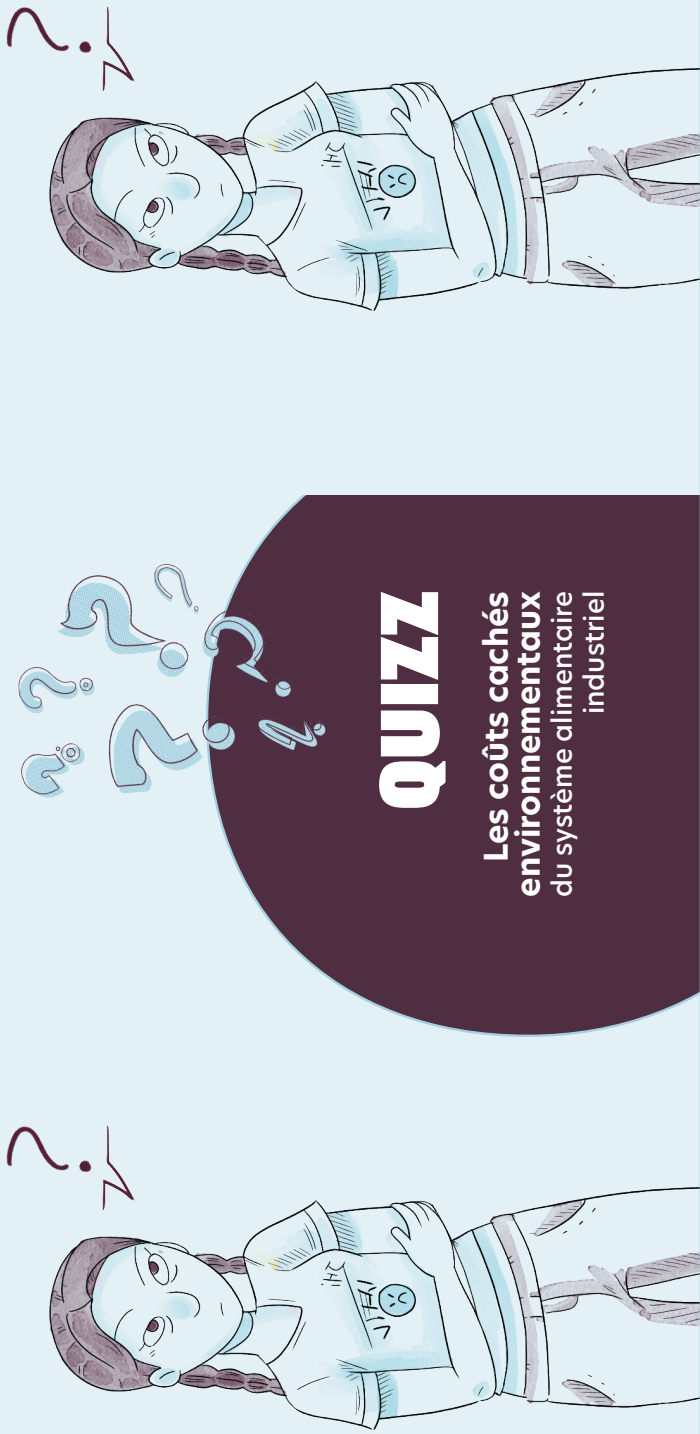


Humoristique, dramatique, choquant ?
Sur quel ton la publicité s'adresse-t-elle
au public et pourquoi ?

LE RYTHME

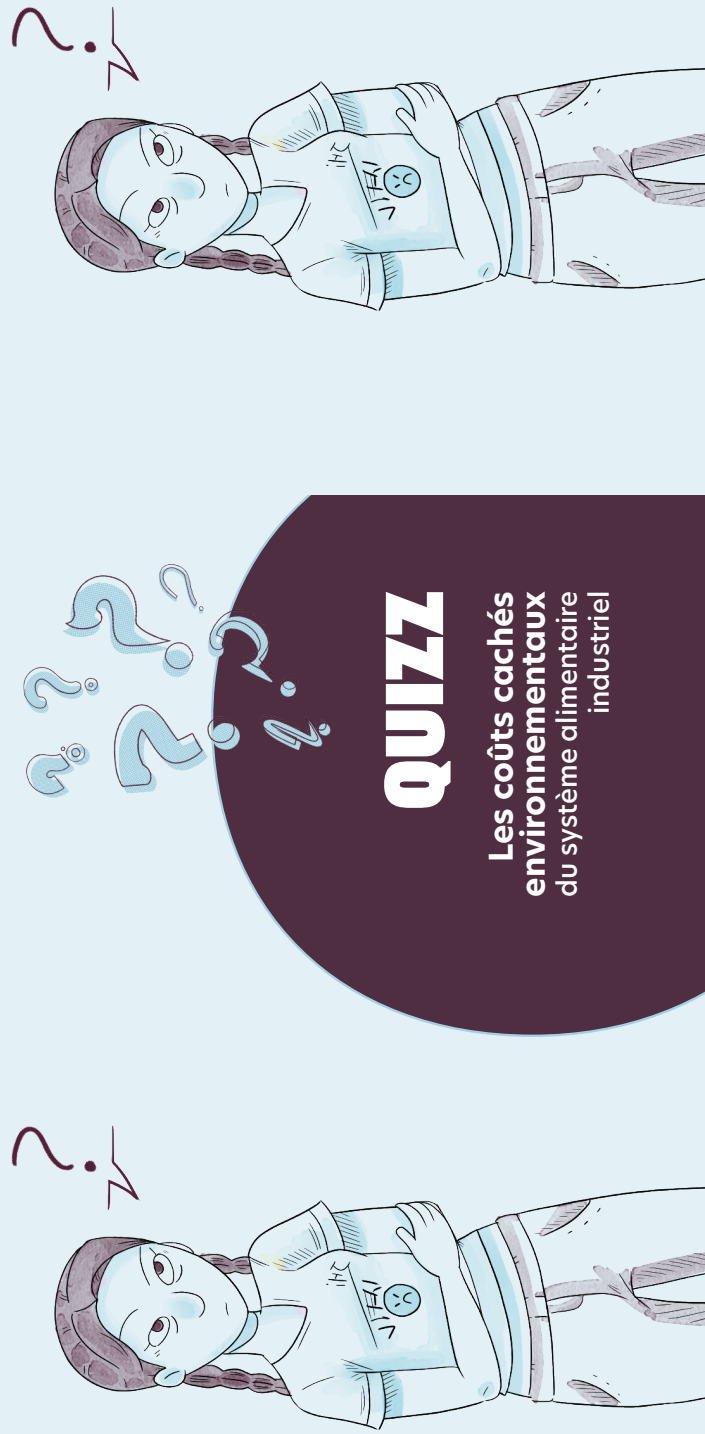


Le rythme du montage (la manière dont les
images et les sons sont agencés) est-il soutenu
comme un thriller ou lent et méditatif ?
La pub nous laisse-t-elle « le temps de réfléchir »
ou contenu ?



QUIZZ

Les coûts cachés
environnementaux
du système alimentaire
industriel



QUIZZ

Les coûts cachés
environnementaux
du système alimentaire
industriel



QUIZZ

Les coûts cachés
environnementaux
du système alimentaire
industriel



QUIZZ

Les coûts cachés
environnementaux
du système alimentaire
industriel

Quelle surface dans le monde est dédiée à la production de soja destiné à la Belgique ?

➤ 50 000 ha 120 000 ha 830 000 ha **2 000 000 ha** ➤

Soit environ la surface de la Wallonie ! (16 901 km²).

Ce soja, principalement originaire du Brésil, est utilisé pour nourrir les animaux de l'élevage industriel, notamment la volaille et le porc. Sa culture met une forte pression sur les écosystèmes forestiers (Amazonie, forêt sèche de Gran Chaco) et de savane (Cerrado) du Brésil. On parlera de « déforestation importée ».

À cela se rajoute une part de déforestation pour l'élevage bovin, qui est appelé à croître avec le nouvel accord entre l'Union européenne et les pays du Mercosur (aussi résumé sous le nom d'accord « boeufs contre voitures »).

En Belgique, quel pourcentage de l'élevage porcin se fait en agriculture biologique ?

➤ **1%** 4% 7% 18% ➤

Comme pour les poulets, le jambon bio est souvent mis en avant par les marques pour montrer leur engagement environnemental. Or, en Belgique, sur un total de 5 751 181 porcs, seuls 40 351 sont élevés en bio... dont 19 321 en Wallonie.

La marque Herta, par exemple, valorise dans des pubs sa gamme de produits bio, alors qu'elle exploite majoritairement un modèle industriel qui lui garantit des rendements et donc des ventes importantes.

Combien de CO₂ supplémentaire un kilo de tomates cultivées sous serre chauffée produit-il par rapport à un kilo de tomates de saison de France ?

➤ 2 fois 4 fois **7 fois** 11 fois ➤

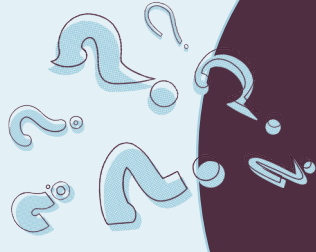
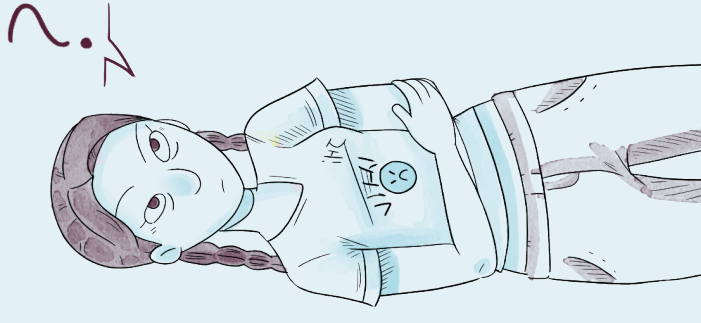
Des chercheur·euses ont pu estimer qu'un kilo de tomates bio produites sous serre chauffée consomme 1,5L de mazout. Et désormais, la production en bio autorise les serres chauffées, à condition d'utiliser des ressources renouvelables et de ne pas vendre hors saison.

En Allemagne, en 30 ans, quelle quantité d'insectes volants a disparu ?

➤ 21% 33% 57% **76%** ➤

Cette étude de 2017, portant sur des relevés en réserves naturelles, démontre la tendance universelle du déclin des insectes malgré les espaces de protection.

L'origine de cette disparition massive serait multi-factorielle, mais incluerait les changements paysagers ainsi que les pratiques agricoles liés à l'agriculture intensive.



QUIZZ

Les coûts cachés
environnementaux
du système alimentaire
industriel

Au niveau mondial, la valeur totale du marché des pesticides est de :

↘ 12,6 milliards \$ 84,2 milliards \$ 163,7 milliards \$ ↗

En 2021, 4 multinationales détenaient les 2/3 du marché des engrais, pesticides et semences dans le monde : Bayer, BASF, Syngenta/ ChemChina et Corteva, avec un chiffre d'affaires annuel cumulé pour les pesticides de 57,6 milliards de dollars, soit le PIB du Costa Rica.

Portés par la maximisation de leurs bénéfices, ils en réalisent 35 % grâce à la vente de pesticides classés comme « extrêmement dangereux » aux pays en développement ou émergents.

À côté des effets sur la santé, l'utilisation de ces pesticides a un effet délétère sur la fertilité des sols dont la FAO estime que 35 % d'entre eux sont dégradés. Ils sont pourtant un maillon essentiel de la production alimentaire.

GREENWASHING



GREENWASHING



GREENWASHING



GREENWASHING



MANQUE DE PRÉCISION



« Facile à digérer » est par exemple un argument vague, impossible à quantifier et dépendant de chaque personne.

ABSENCE DE PREUVES



L'argument « vert » peut être tout à fait invérifiable. Il peut aussi s'appuyer sur une « demi-vérité ». Qu'une bouteille en plastique protège la « minéralité volcanique de l'eau » est par exemple impossible à prouver.

PAS CRÉDIBLE

Wow!

NON PERTINENCE



La publicité présente souvent les aliments comme issus directement de la nature. Les pubs pour des produits laitiers, par exemple, donnent souvent à voir une vache qui gambade seule dans un paysage alpestre, alors que la production laitière industrielle est bien éloignée de ce modèle.

Des produits sont parfois présentés comme « sans » tel ou tel produit néfaste... alors que ce produit est de toute façon prohibé et n'apparaît plus dans quelque produit que ce soit.

GREENWASHING



GREENWASHING



GREENWASHING

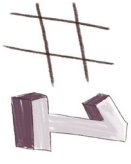


LABELS ABUSIFS



La labellisation « bio » ou « équitable » est inaccessible à de nombreuses marques. La publicité leur invente ainsi des labels pour vendre leur qualité : « respectueux de l'environnement » ne veut ainsi pas dire grand chose.

PREMIER DE CLASSE

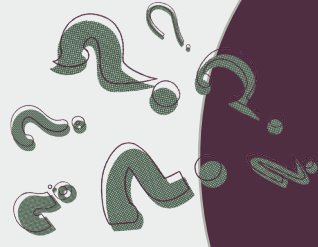
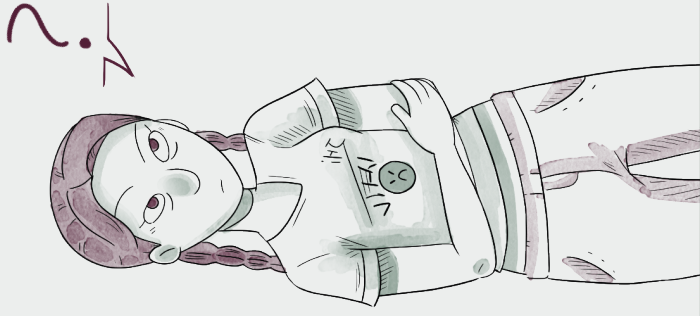


Un produit peut être vendu en valorisant le fait qu'il est réalisé avec les « meilleurs produits », sélectionnées « avec soin ». Se montrer meilleur que les autres marques est invérifiable et vague.

VISUELS TROMPEURS

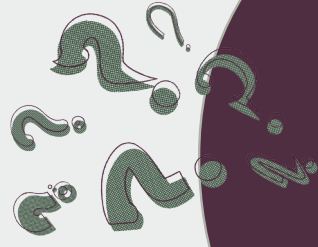
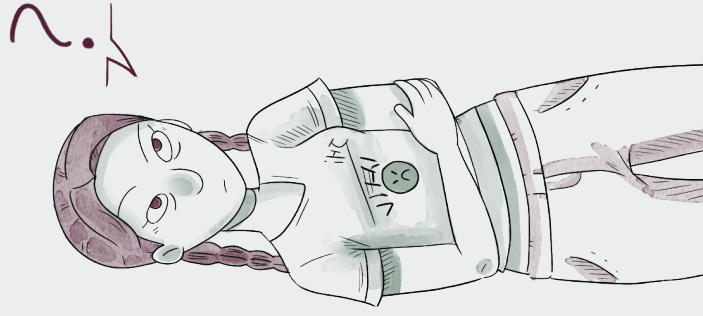


De nombreuses marques effectuent un greenwashing simple : en changeant les couleurs emblématiques de la marque, à l'image d'un fast food bien connu dont le logo rouge et jaune est devenu vert et jaune.



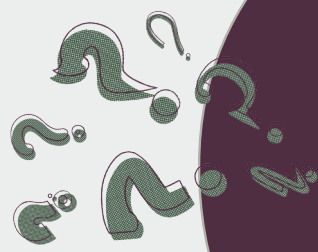
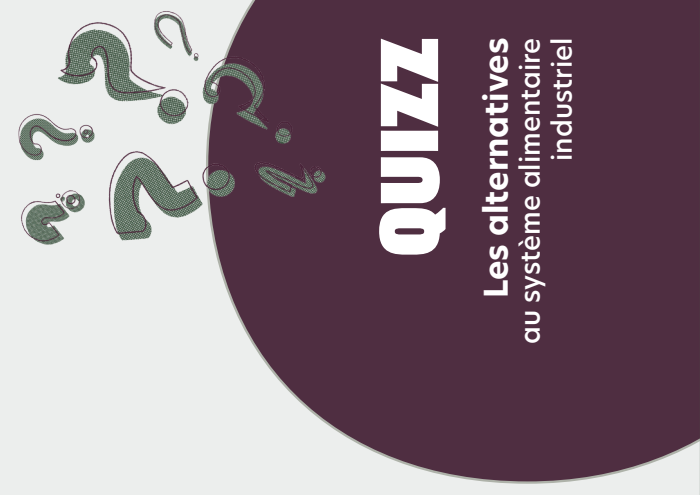
QUIZZ

Les alternatives
au système alimentaire
industriel



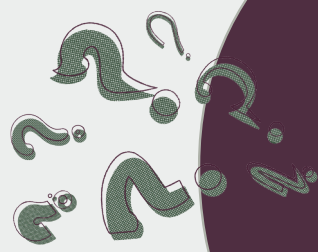
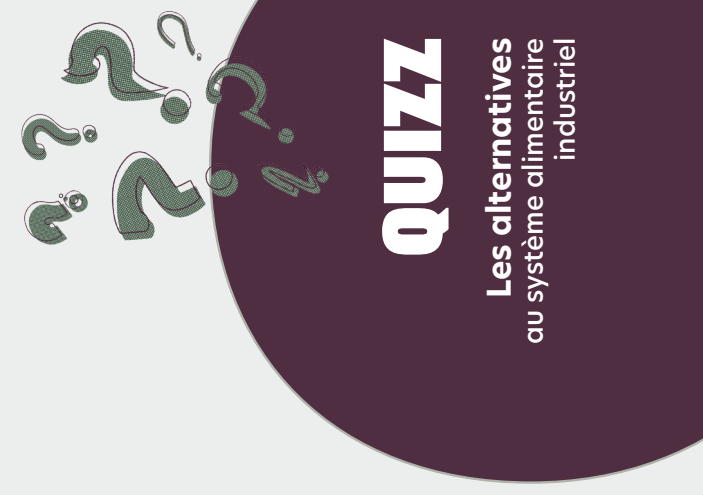
QUIZZ

Les alternatives
au système alimentaire
industriel



QUIZZ

Les alternatives
au système alimentaire
industriel



QUIZZ

Les alternatives
au système alimentaire
industriel

L'agroécologie, c'est...

Un processus de production sans pesticides

Un système de production basé sur le mimétisme et les synergies

Un mélange de science et de pratiques agronomiques et écologiques

L'agroécologie ne se limite pas à un système de production respectueux de l'environnement. Elle est un ensemble de théories et de pratiques qui considèrent l'agriculture comme un système et qui associe ainsi, dans son approche, une dimension purement technique à une dimension environnementale mais également sociale, économique et politique. Alternative au système industriel basé sur le rendement et le profit, l'agroécologie est déjà largement pratiquée par de nombreux agriculteur·rices à travers le monde et sa capacité à nourrir la population à l'échelle européenne tout en préservant l'humain·e et l'environnement a été établie.

Pour être qualifié de circuit-court, la distance ne doit pas dépasser:

➤ 2 km 5 km 10 km 55 km ➤

En fait, le circuit-court ne repose pas sur la distance entre le·a producteur·rice et le·a consommateur·rice, mais bien sur le nombre d'intermédiaires entre elleux.

On parlera de circuit-court quand il y a au maximum un intermédiaire entre le·a producteur·rice et le·a consommateur·rice.

Ainsi, on peut très bien trouver des citrons siciliens sur nos étals belges et être en « circuit-court »!

La notion de circuit-court aura tendance à favoriser la production artisanale, ce qui n'est pas forcément le cas avec du « local ».

Éliminer la viande et les produits laitiers de notre alimentation réduirait nos émissions de gaz à effet de serre de:

➤ 24% 48% **66%** 81% ➤

Alors même si vous ne vous sentez pas capable de devenir végétarien·ne cette année, vous pouvez quand même imaginer l'impact positif d'une réduction de la consommation de ces denrées.

Le budget de la Politique Agricole Commune (PAC) s'élève à:

➤ 57 milliards € 188 milliards € **387 milliards €** ➤

Longtemps, la PAC a été le premier poste de dépenses de l'Union européenne. Il reste colossal et permet d'orienter l'agriculture européenne.

Aujourd'hui, les aides sont par exemple liées à la surface donc plus une ferme est grande, plus elle recevra de subsides, ce qui incite à la concentration des fermes.

Selon une étude, le nombre de méga-fermes dans l'Union européenne a augmenté de 56 % entre 2007 et 2022, tandis que le nombre de petites exploitations a, lui, chuté de 44 % au cours de la même période.

En tant que citoyen·ne, les choix électoraux ont un poids pour pousser cette politique publique dans telle ou telle direction.