

STRATÉGIE MARKETING & COÛTS CACHÉS POLITIQUES DU SYSTÈME ALIMENTAIRE INDUSTRIEL

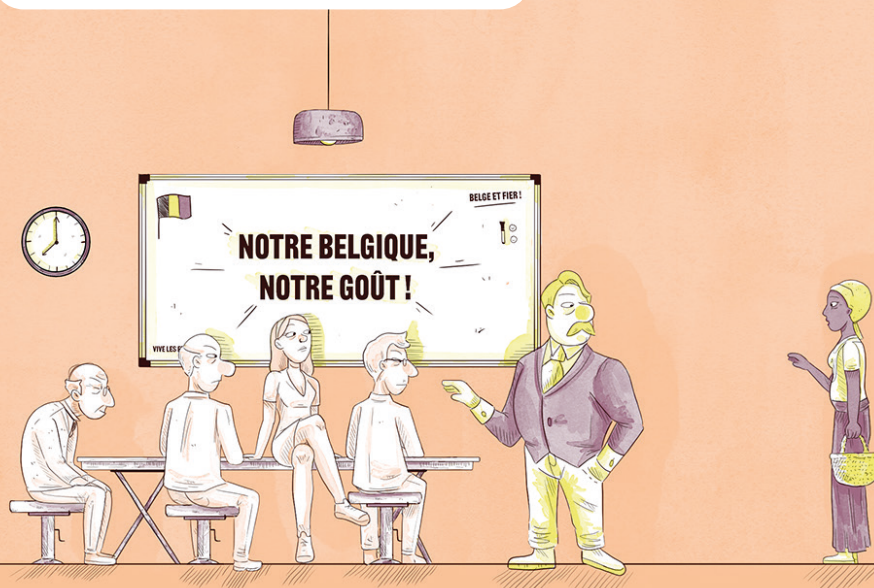
Contenu

1 mindmap « La stratégie de communication des pubs »

7 cartes « Stratégie Marketing »

3 cartes « Produit »

5 cartes « Quizz »



OBJECTIFS

1. **Identifier la stratégie dont une pub découle**, qui l'a imaginée et pour cibler quel public.
2. **Montrer que le système alimentaire industriel** a des impacts négatifs qu'on ne voit pas, en termes de gouvernance et de rapport de force.

MODE D'EMPLOI

1. **Distribuez les cartes « Stratégie marketing »** contenues dans l'enveloppe et/ou projetez la mindmap sur grand écran. Chaque personne ou groupe de personnes prend connaissance de sa/ses cartes et, collectivement, du schéma de communication.
2. **Projetez les différentes publicités** et, après chaque publicité, proposez au groupe d'appliquer le schéma de communication, en commençant par la personne ou le groupe qui avait reçu la carte « La multinationale »
3. Après avoir décortiqué les publicités, **adressez au groupe les questions « Quizz »**. Les participant-es peuvent exploiter Internet ou échanger leurs connaissances afin de trouver la réponse à la question. Vous pouvez ensuite expliquer la réponse grâce aux informations contenues sur chaque carte et dans le document « Repères théoriques ».
4. **Proposez aux participant-es de prendre notes** des éléments appris, notamment les coûts cachés politiques identifiés.
5. **[BONUS]** Selon votre groupe et le temps dont vous disposez, organisez une discussion sur l'un des thèmes suivants:
 - a. Comment l'industrie freine-t-elle la transition alimentaire et écologique ?
 - b. Quel rôle l'État joue-t-il (ou devrait-il jouer) dans la régulation de la publicité ?
 - c. Quel rôle l'État joue-t-il (ou devrait-il jouer) dans la régulation des pratiques du système alimentaire ?

SUPPORTS

Pub 1. Coca-Cola – Brrr – Afrique du Sud – 2007

Pub 2. Uncle Ben's – La ballade – France – 2011

Pub 3. Nescafé – Burkina Faso – 2019

REPRÉSENTATION IDÉALISÉE DU MONDE

& COÛTS CACHÉS ÉCONOMIQUES DU SYSTÈME ALIMENTAIRE INDUSTRIEL

Contenu

1 mindmap « Une représentation
idéalisée du monde »

6 cartes
« Représentation du monde »

3 cartes « Produit »

5 cartes « Quizz »



OBJECTIFS

1. **Poser un regard critique sur les représentations idéalisées exploitées** dans la publicité et les comparer avec la réalité de l'agriculture en Belgique et dans les pays des Suds.
2. **Montrer que le système alimentaire industriel a des impacts négatifs** qu'on ne voit pas, en termes de revenus pour les agriculteurs.trices et de prix pour les consommateurs.trices.

MODE D'EMPLOI

1. **Distribuez les cartes « Représentation du monde » contenues dans l'enveloppe** et/ou projetez la mindmap sur grand écran. Chaque personne ou groupe de personnes prend connaissance de sa/ses carte/s et, collectivement, de la mindmap.
2. **Projetez les différentes publicités** et, après chaque publicité, lancez un tour de table : chaque personne ou groupe de personnes analyse la pub en regard de l'une ou l'autre représentation à l'oeuvre reprise sur sa/ses carte/s. N'hésitez pas à questionner pour susciter l'échange.
3. Après avoir décortiqué les publicités, **adressez au groupe les questions « Quiz »**. Les participant-es peuvent exploiter Internet ou échanger leurs connaissances afin de trouver la réponse à la question. Vous pouvez ensuite expliquer la réponse grâce aux informations contenues sur chaque carte et dans le document « Repères théoriques ».
4. **Proposez de synthétiser les éléments appris en remplissant le carnet de bord** avec les différents coûts cachés économiques identifiés.
5. **[BONUS]** Selon votre groupe et le temps dont vous disposez, organisez une discussion sur l'un des thèmes suivants :
 - a. En quoi la publicité offre-t-elle une vision erronée de la manière dont notre nourriture est produite et des impacts économiques ?
 - b. Quel est l'impact de la communication publicitaire orchestrée par la grande distribution ?
 - c. Les gens peuvent-ils ou ne devraient-ils manger que ce qui est produit localement ?

SUPPORTS

Pub 1. Carrefour - Les producteurs circuit-court - France - 2022

Pub 2. APAQ-W - Acheter ses pommes de terre chez le producteur - Belgique - 2024

Pub 3. Yoplay - Perle de lait de nos régions - Suisse - 2024

BESOINS FONDAMENTAUX & COÛTS CACHÉS SOCIAUX ET SANITAIRES DU SYSTÈME ALIMENTAIRE INDUSTRIEL

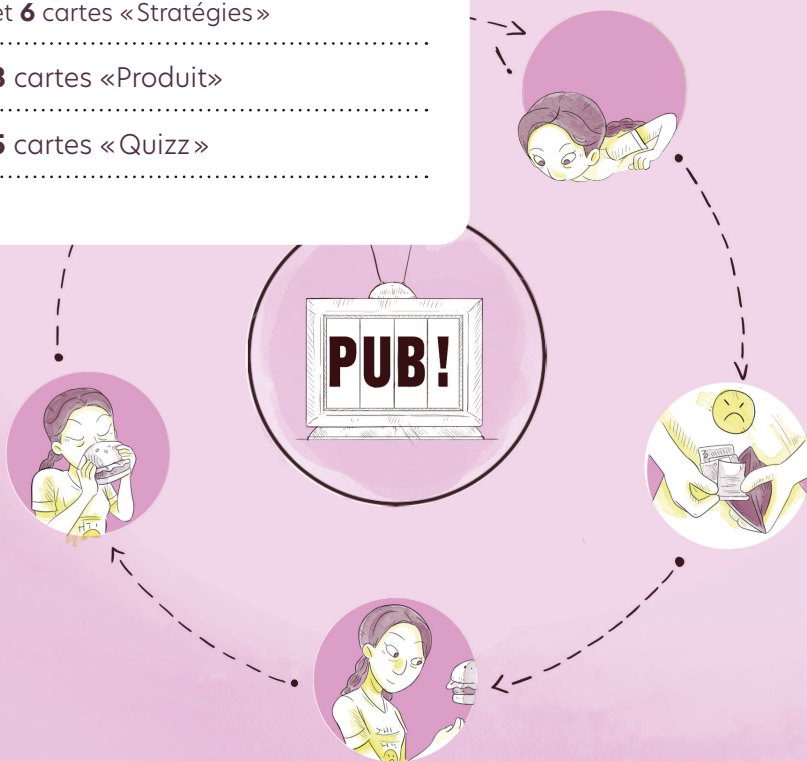
Contenu

1 mindmap « S'adresser à nos besoins fondamentaux »

8 cartes « Besoins »
et 6 cartes « Stratégies »

3 cartes « Produit »

5 cartes « Quizz »



OBJECTIFS

1. **Identifier et nommer les « besoins fondamentaux »** auxquels une publicité tente de répondre pour convaincre la clientèle mais aussi de pointer l'argument mobilisé pour y parvenir.
2. **Montrer que le système alimentaire industriel a des impacts négatifs** qu'on ne voit pas, en termes de santé, de conditions de travail et de bien-être animal.

MODE D'EMPLOI

1. **Distribuez les cartes « Besoins » ou « Stratégie » contenues dans l'enveloppe et/ou projetez la mindmap sur grand écran.** Chaque personne ou groupe de personnes a au moins une carte « Besoins » et une carte « Stratégies ». Chaque personne ou groupe de personnes prend connaissance de sa/ses cartes et, collectivement, de la mindmap.
2. **Projetez les différentes publicités et, après chaque publicité, lancez un tour de table :** chaque personne ou groupe de personnes analyse la pub en regard de l'un ou l'autre besoins fondamentaux repris sur sa/ses carte/s. N'hésitez pas à questionner pour susciter l'échange.
3. Après avoir décortiqué les publicités, **adressez au groupe les questions « Quiz »**. Les participant-es peuvent exploiter Internet ou échanger leurs connaissances afin de trouver la réponse à la question. Vous pouvez ensuite expliquer la réponse grâce aux informations contenues sur chaque carte et dans le document « Repères théoriques ».
4. **Proposez de synthétiser les éléments appris en remplissant le carnet de bord** avec les différents coûts cachés sociaux et sanitaires identifiés.
5. **[BONUS]** Selon votre groupe et le temps dont vous disposez, organisez une discussion sur l'un des thèmes suivants:
 - a. Quel impact la publicité et l'industrie alimentaire ont-elles sur nous, sur notre santé, sur notre quotidien ?
 - b. Pensez-vous que les entreprises et les multinationales puissent être vertueuses (à la fois dans la publicité et en tant qu'actrice des secteurs de l'agriculture et de l'alimentation) et/ou s'autoréguler ?

SUPPORTS

Pub 1. Quick – Notre Quick, Notre Goût – 2024

Pub 2. L'OR – Sans doute le meilleur café du monde – 2024

Pub 3. Tropicana – 100 % pur jus – 2023

LANGUAGE MÉDIATIQUE & COÛTS CACHÉS ENVIRONNEMENTAUX DU SYSTÈME ALIMENTAIRE INDUSTRIEL

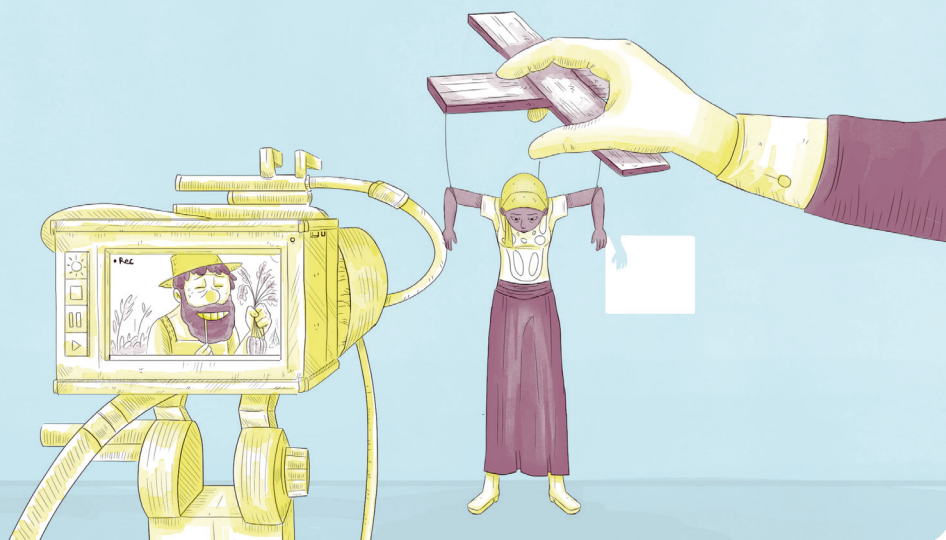
Contenu

.....
1 mindmap «Un discours,
des images et des sons»
.....

7 cartes «Langage médiatique»
.....

3 cartes «Produit»
.....

5 cartes «Quizz»
.....



OBJECTIFS

1. **Identifier comment la publicité exploite les langages médiatiques** au service de son objectif: convaincre la clientèle des vertus du produit.
2. **Montrer que le système alimentaire industriel a des impacts négatifs** qu'on ne voit pas, en termes de pollution, de disparition de la biodiversité, d'épuisement des ressources et de changement climatique.

MODE D'EMPLOI

1. **Distribuez les cartes « Langage médiatique » contenues dans l'enveloppe et/ou projetez la mindmap sur grand écran.** Chaque personne ou groupe de personnes prend connaissance de sa/ses cartes et, collectivement, de la mindmap.
2. **Projetez les différentes publicités** et, après chaque publicité, lancez un tour de table: chaque personne ou groupe de personnes analyse la pub en regard de l'un ou l'autre élément de langage médiatique repris sur sa/ses carte/s. N'hésitez pas à questionner pour susciter l'échange.
3. Après avoir décortiqué les publicités, **adressez au groupe les questions « Quiz »**. Les participant-es peuvent exploiter Internet ou échanger leurs connaissances afin de trouver la réponse à la question. Vous pouvez ensuite expliquer la réponse grâce aux informations contenues sur chaque carte et dans le document « Repères théoriques ».
4. **Proposez de synthétiser les éléments appris en remplissant le carnet de bord** avec les différents coûts cachés environnementaux identifiés.
5. **[BONUS]** Selon votre groupe et le temps dont vous disposez, organisez une discussion sur l'un des thèmes suivants:
 - a. Quel est l'impact de la forme sur notre perception du fond ?
 - b. Certaines astuces de mise en scène devraient-elles être prohibées ?
 - c. Comment, selon vous, les agriculteurs et agricultrices peuvent-ils-elles agir pour réduire leur impact sur l'environnement ?

SUPPORTS

Pub 1. Poulet Le Gaulois – French Cancan – France – 2007

Pub 2. Delhaize Belgium – Découvrez nos aubergines belges et la recette de Whoogy's – Belgique – 2024

Pub 3. Monsanto/Bayer – Round up – France

GREENWASHING

& ALTERNATIVES AU SYSTÈME ALIMENTAIRE INDUSTRIEL

Contenu

1 mindmap
« L'art du greenwashing »

7 cartes « Greenwashing »

3 cartes « Produit »

5 cartes « Quizz »



OBJECTIFS

1. **Comparer les argumentaires publicitaires** avec les réalités des agriculteurs et agricultrices, de Belgique ou des Suds. Pouvoir poser une réflexion critique sur la notion de «local» quand on promeut un produit alimentaire
2. **Montrer que contrairement aux messages véhiculés** par les acteurs du système alimentaire industriel, il existe bel et bien des alternatives efficaces qui font vivre des systèmes alimentaires plus durables.

MODE D'EMPLOI

1. **Distribuez les cartes «Greenwashing»** contenues dans l'enveloppe et/ou projetez la mindmap sur grand écran. Chaque personne ou groupe de personnes prend connaissance de sa/ses cartes et, collectivement, de la mindmap.
2. **Projetez les différentes publicités** et, après chaque publicité, lancez un tour de table: chaque personne ou groupe de personnes analyse la pub en regard de l'un ou l'autre argument de greenwashing repris sur sa/ses carte/s. N'hésitez pas à questionner pour susciter l'échange.
3. Après avoir décortiqué les publicités, **adressez au groupe les questions «Quizz»**. Les participant-es peuvent exploiter Internet ou échanger leurs connaissances afin de trouver la réponse à la question. Vous pouvez ensuite expliquer la réponse grâce aux informations contenues sur chaque carte et dans le corpus théorique.
4. **Proposez de synthétiser les éléments appris en remplissant le carnet de bord** avec les différentes alternatives identifiées.
5. **[BONUS]** Selon votre groupe et le temps dont vous disposez, organisez une discussion sur l'un des thèmes suivants:
 - a. Quel est l'impact du greenwashing et de «l'artisanat washing»?
 - b. Avez-vous d'autres idées de moyens de rendre le système alimentaire plus durable?

SUPPORTS

- Pub 1.** Burger King – Cow's menu (USA) – États-Unis – 2020
- Pub 2.** Delhaize – Vivre sainement, ça commence par du local chez Belhaize – Belgique – 2022
- Pub 3.** Lidl – Chez Lidl le bon choix est vite fait – porc certifié durable – France – 2018