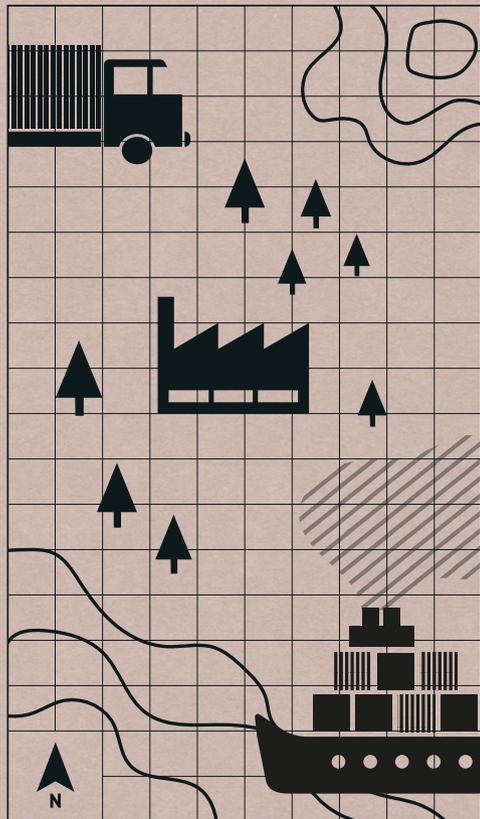


UNE SEMAINE DANS NOS ASSIETTES



PENSEZ GLOBAL, MANGEZ LOCAL
VERS UNE CONSOMMATION
CONSCIENTE ET DURABLE

LUNDI

MARDI

MERCREDI

JEUDI

VENDREDI

SAMEDI

MÉMOIRE DE RECHERCHE
ET D'ACCOMPAGNEMENT DE PROJET

EN CAS DE PERTE,
VEUILLEZ RETOURNER À :

NOM Camille ROBINET

ADRESSE Diplôme Supérieur en Arts Appliqués

..... DSAA in situ Lab, Strasbourg

LUNDI

INTRODUCTION

8H.

MARDI

HABITUDES
DE CONSOMMATION

12H.

L'émergence
de la société
de consommation

Monopole
des industries
agroalimentaires

16H.

Consommation
inconsciente

MERCREDI

NÉCESSITÉ
DE CHANGER
LA CONSOMMATION

Les limites
d'une société
trop matérialiste

S'éloigner
de la grande
distribution

La dimension locale
comme solution

JEUDI

LES ÉTUDIANTS
ET L'ALIMENTATION
RESPONSABLE

Un enjeu de société
incontournable

Intervenir
sur les campus

Des moyens
pédagogiques incluant
les étudiants

VENDREDI

L'ÉDUCATION
ALIMENTAIRE

Comprendre
sa consommation

Une approche
éducative globale
de l'alimentation

SAMEDI

OUVERTURE
VERS LE PROJET

DIMANCHE

BIBLIOGRAPHIE
GLOSSAIRE

LUNDI

INTRODUCTION

SAMEDI

VENDREDI

JEUDI

MERCREDI

MARDI

LUNDI

“ QU'IL EST ÉNERVANT,
CE DISCOURS CONVENU CONTRE
LA MALBOUFFE, SELON LEQUEL
NOS ASSIETTES SERAIENT ENVAHIES
D'ALIMENTS TRAFIQUÉS, BAS DE
GAMME ET MAUVAIS POUR LA SANTÉ !
AINSI, LES INDUSTRIELS DE
L'AGROALIMENTAIRE ACHÈTERAIENT
70 % DES PRODUITS FRAIS ISSUS
DE NOTRE AGRICULTURE DANS
LE BUT DE LES TRANSFORMER
EN MAUVAISES BOUFFES UNIQUEMENT
DESTINÉE À S'ATTAQUER À NOS
PAPILLES, À NOS ARTÈRES
ET À NOTRE PORTE-MONNAIE ?
NOUS, LE PEUPLE DONT LE
MONDE ENTIER ENVIE LA HAUTE
GASTRONOMIE ? QUI PEUT CROIRE
PAREILLES SORNETTES ! ”

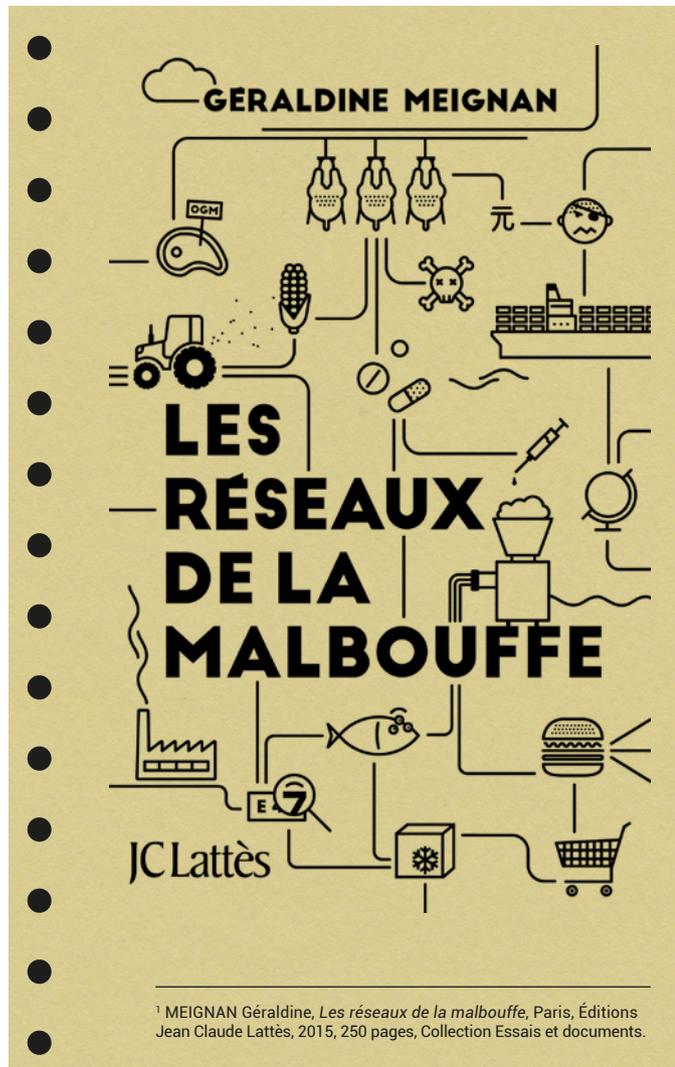
LABBÉ Christophe, PORQUET Jean-Luc, RECASENS Olivia,
Vive la malbouffe, à bas le bio !, Paris, Éditions Hoëbeke,
2013, 186 pages, Collection Documents/Essai. p.5

VERS UNE CONSOMMATION CONSCIENTE ET DURABLE

SELON LE WASHINGTON POST,
“ NOUS SOMMES DEVENUS DES
CONSOMMATEURS DE MATIÈRES
QUE NOUS NE COMPRENONS
PAS, VENANT D’USINES
QUE NOUS N’AVONS JAMAIS
VUES DANS DES VILLES
DONT NOUS N’AVONS JAMAIS
ENTENDU PARLER ET DONT
NOUS NE POUVONS MÊME PAS
PRONONCER LE NOM ”.¹

Le consommateur doit prendre conscience qu'il faut changer d'économie, l'industrie est devenue désincarnée, mondialisée, engagée dans la course au profit. Il y a une dilution du lien social entre les producteurs, les aliments et les consommateurs.

¹ MEIGNAN Géraldine, *Les réseaux de la malbouffe*, Paris, Éditions Jean Claude Lattès, 2015, 250 pages, Collection Essais et documents. p.11



¹ MEIGNAN Géraldine, *Les réseaux de la malbouffe*, Paris, Éditions Jean Claude Lattès, 2015, 250 pages, Collection Essais et documents.

demander si l'époque
et sa société de
met l'accent sur
meilleure connaissance
information alimentaire ?

pondre à cette
trant l'importance
nodes de
ctuels, du modèle
nipulateur aux
stant pour aller vers
on plus durable et
aussi sur la nécessité
ouvelles dynamiques
d'augmenter l'intérêt
e consommation
solutions existantes
dés et outils
nvisage de créer une
nce afin de changer
consommation

VERS UNE CONSOMMATION CONSCIENTE

SELON L'ÉCONOMISTE
" NOUS SOMMES EN PLEIN
CONSOMMATION. CETTE
QUE NOUS NE FAISONS
PAS, VEULONS-NOUS
QUE NOUS NE FAISONS
VUES D'UN MONDE
DONT NOUS NE FAISONS
ENTENDU
NOUS NE FAISONS
PRONONC

Le consommateur de l'économie, l'industrie engagée dans la course entre les producteurs

"NOUS VIVONS UNE ÉPOQUE OÙ LE MENSONGE ÉCONOMIQUE EST ROI. UNE ÉPOQUE OÙ LES MOTS SE VIDENT DE SENS, OÙ LES ORIGINES DES ALIMENTS S'EFFACENT AU PROFIT DE L'IMAGE QUE L'ON VEUT NOUS VENDRE DEUX. [...] L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE ET LA GRANDE DISTRIBUTION S'INGÉNIENT À INVENTER UNE HISTOIRE À L'ALIMENT QU'IL NOUS VENDENT. PEU À PEU, SON ORIGINE RÉELLE [...] S'ESTOMPENT AU PROFIT D'UNE REPRÉSENTATION MENTALE DE LA DENRÉE. CETTE REPRÉSENTATION N'A PLUS DE LIEN AVEC LE RÉEL, MAIS ENTRETIENT UN FANTASME VISANT À BERNER LES GENS. IL N'Y A PLUS NI CAMPAGNE NI PAYSANS DANS CETTE AFFAIRE, MAIS DES USINES À MALBOUFFE DONT ON C'EST QU'ELLES PEUVENT FAIRE DES RAVIOLIS AVEC DU CHEVAL, DE LA VIANDE AVEC DES OGM, DES ANTIBIOTIQUES ET BIENTÔT DES HORMONES, DES FRUITS ET LÉGUMES AVEC DES PESTICIDES CANCÉRIGÈNES, [...]. CE BROUILLAGE DES CARTES SUR LA NATURE EXACTE DES ALIMENTS SERT À NOUS FAIRE AVALER LES PRODUITS QUI PROCURENT LE MAXIMUM DE BÉNÉFICES AUX INDUSTRIELS QUI LES FABRIQUENT. QU'ON LE COMPRENNE BIEN, IL Y A DES DÉCENNIES QUE LE COMMERCE AGROALIMENTAIRE NE SERT PLUS LE CLIENT MAIS LA BOURSE."

¹ MEIGNAN Géraldine, Les... 2015, 250 pages, Collectio

BOVÉ José et LUNEAU Gilles, *L'Alimentation en otage*, Paris, Éditions Autrement, 2015, 155 pages, Collection Angles & Reliefs.

Nous sommes en plein dans la société dite de consommation. Cette expression est utilisée pour désigner une société au sein de laquelle les consommateurs sont incités à consommer de manière abondante peu importe leurs besoins et malgré les effets néfastes que cela engendre.

Ce terme est apparemment apparu lors des années 60, dans les ouvrages de l'économiste américain John Kenneth GALBRAITH afin de rendre compte de l'émergence des industries et de leur influence vis à vis des consommateurs ; *"Ce sont les entreprises qui imposent des produits aux consommateurs, et non l'inverse".²*

Cette société de consommation a alors transformé nos modes de vie dans différents domaines et en particulier celui de l'alimentation.

On en vient à se demander si l'époque contemporaine et sa société de consommation met l'accent sur l'intérêt d'une meilleure connaissance de notre consommation alimentaire ?

Je tenterai de répondre à cette question en montrant l'importance de repenser les modes de consommation actuels, du modèle économique manipulateur aux mouvements existant pour aller vers une consommation plus durable et raisonnée. Mais aussi sur la nécessité de susciter de nouvelles dynamiques alimentaires afin d'augmenter l'intérêt porté envers notre consommation en exposant les solutions existantes et par quel procédés et outils pédagogiques j'envisage de créer une prise de conscience afin de changer les habitudes de consommation alimentaire.

² GALBRAITH John Kenneth, *L'Ère de l'opulence et le libéralisme*, Éditions de L'harmattan, 2006.

MARDI

HABITUDES DE CONSOMMATION

8H. L'émergence de la société de consommation

12H. Monopole des industries agroalimentaires

16H. Consommation inconsciente

MARDI

MERCREDI

JEUDI

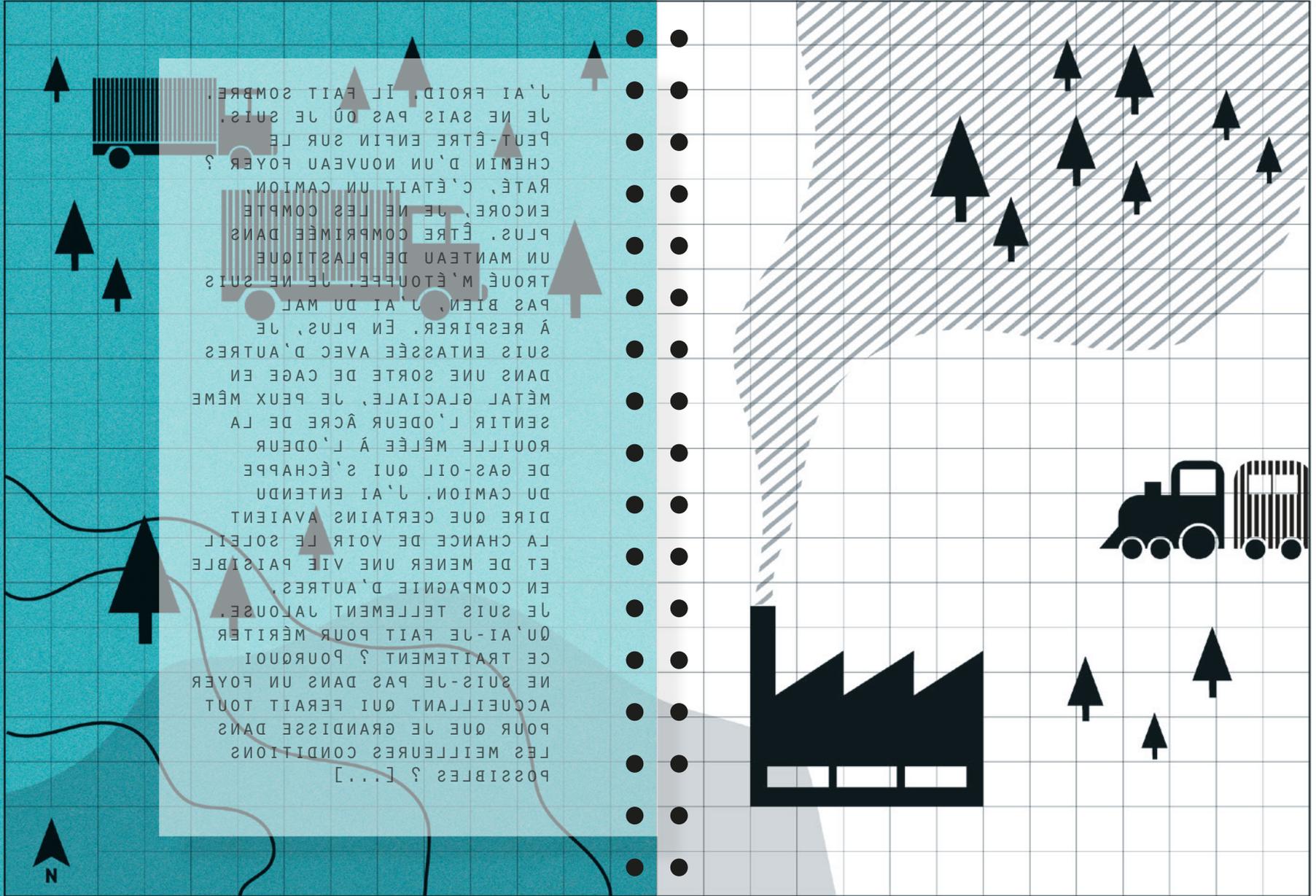
VENDREDI

SAMEDI



J'AI FROID. IL FAIT SOMBRE.
 JE NE SAIS PAS OÙ JE SUIS.
 PEUT-ÊTRE ENFIN SUR LE
 CHEMIN D'UN NOUVEAU FOYER ?
 RATÉ, C'ÉTAIT UN CAMION,
 ENCORE, JE NE LES COMPTE
 PLUS. ÊTRE COMPRIMÉE DANS
 UN MANTEAU DE PLASTIQUE
 TROUÉ M'ÉTOUFFE. JE NE SUIS
 PAS BIEN, J'AI DU MAL
 À RESPIRER. EN PLUS, JE SUIS
 ENTASSÉE AVEC D'AUTRES DANS
 UNE SORTE DE CAGE EN MÉTAL
 GLACIALE, JE PEUX MÊME
 SENTIR L'ODEUR ÂCRE DE LA
 ROUILLE MÊLÉE À L'ODEUR
 DE GAS-OIL QUI S'ÉCHAPPE
 DU CAMION. J'AI ENTENDU
 DIRE QUE CERTAINS AVAIENT
 LA CHANCE DE VOIR LE SOLEIL
 ET DE MENER UNE VIE PAISIBLE
 EN COMPAGNIE D'AUTRES.
 JE SUIS TELLEMENT JALOUSE.
 QU'AI-JE FAIT POUR MÉRITER
 CE TRAITEMENT ? POURQUOI
 NE SUIS-JE PAS DANS UN FOYER
 ACCUEILLANT QUI FERAIT TOUT
 POUR QUE JE GRANDISSE DANS
 LES MEILLEURES CONDITIONS
 POSSIBLES ? [...]





POSSIBLES ? [...]

LES MEILLEURES CONDITIONS
 POUR QUE JE GRANDISSE DANS
 ACCUEILLANT QUI FERAIT TOUT
 NE SUIS-JE PAS DANS UN FOYER
 CE TRAITEMENT ? POURQUOI
 QU'AI-JE FAIT POUR MÉRITER
 JE SUIS TELLEMENT JALOUSE.
 EN COMPAGNIE D'AUTRES.
 ET DE MENER UNE VIE PAISIBLE
 LA CHANCE DE VOIR LE SOLEIL
 DIRE QUE CERTAINS AVAIENT
 DU CAMION. J'AI ENTENDU
 DE GAZ-OIL QUI S'ÉCHAPPE
 ROUILLE MÉLÉE À L'ODEUR
 SENTIR L'ODEUR ÂCRE DE LA
 MÉTAL GLACIALE. JE PEUX MÊME
 DANS UNE SORTE DE CAGE EN
 SUIS ENTASSÉE AVEC D'AUTRES
 À RESPIRER. EN PLUS, JE
 PAS BIEN, J'AI DU MAL
 TROUÉ M'ÉTOUFFE. JE NE SUIS
 UN MANTEAU DE PLASTIQUE
 PLUS. ÊTRE COMPRIMÉE DANS
 ENCORE, JE NE LES COMPTE
 RATÉ, C'ÉTAIT UN CAMION,
 CHEMIN D'UN NOUVEAU FOYER ?
 PEUT-ÊTRE ENFIN SUR LE
 JE NE SAIS PAS OÙ JE SUIS.
 J'AI FROID. IL FAIT SOMBRE.

L'ÉMERGENCE DE LA SOCIÉTÉ DE CONSOMMATION

Lors de cette partie introductive j'ai pour objectif de placer la consommation dans un contexte social et économique. Il s'agit de comprendre la société de consommation actuelle en fonction de ses évolutions comme son industrialisation ou encore le passage du local au global. Puis viendrait une critique du monopole des industries agroalimentaires.

D'une part, parlons de l'émergence de la société de consommation¹ afin de mieux la comprendre. Grâce, ou à cause, de la création des grandes surfaces alimentaires dans les années 60, la France est entrée dans l'ère de la distribution de masse qui a mis à la disposition d'un grand nombre d'individus des objets de consommation nombreux et diversifiés.

Ces mêmes "choses" dont parle notamment Jean-Jacques GOLDMAN² dans sa chanson du même nom, où il dénonce leur dictature. Il souhaite visiblement nous faire comprendre que notre existence se dissimule derrière cette possession de choses. Au point que nous en oublions

qui nous sommes réellement. Cette chanson aux paroles actuelles traduit la volonté de son auteur de nous faire réfléchir sur la société dans laquelle nous vivons. Le titre de la chanson présage déjà de la thématique mise en avant, à savoir la société de consommation, soit une société incitant les individus à consommer de façon abondante. Par ailleurs, une phrase est particulièrement significative : "Je prie les choses et les choses m'ont pris". elle met en avant la puissance des choses à accroître leur emprise jusqu'à en réduire l'individu au simple statut d'objet, elles acquièrent une dimension quasi divine. Les choses deviennent donc la condition pour exister, elles sont nécessaires.

Le message est que "L'essentiel des activités des gens a toujours été plus ou moins en rapport avec l'argent, avec la dépense : avec ce qu'on gagne, avec les objets, avec l'achat. Dans la plupart des milieux, on se rend compte que ce rapport à l'argent constitue même le loisir principal. On regarde des catalogues, on

¹ Le concept de société de consommation renvoie à l'idée d'un ordre économique et social fondé sur la création et la stimulation systématique d'un désir de profiter de biens de consommation et de services dans des proportions toujours plus importantes.

² Jean-Jacques GOLDMAN, *Chansons pour les pieds*, Les Choses 2001. 4 min 11.

³ ETCHEGOYEN Alain et Jean-Jacques GOLDMAN, *Les pères ont des enfants*, Éditions du Seuil, 1999, 286 pages, Collection Biographie.



² Jean-Jacques GOLDMAN, *Chansons pour les pieds*, Les Choses 2001. 4 min 11.

terme, analysons la photographie *Supermarket II* de Liu BOLIN.⁵ On peut y voir l'artiste camouflé face à un rayon de supermarché. Se trouvent derrière lui des produits alimentaires variés, de différentes marques, mais toujours en grande quantité. Liu BOLIN nous montre à travers cette œuvre, comment l'individu se perd dans

la société de consommation s'empare de nous, nous pousse à être ce que nous ne sommes pas, à force de publicité, de marketing. De plus, il met en avant le fait que le consommateur doit s'adapter à un environnement de plus en plus hostile et dans lequel, qu'il s'y fonde ou pas, il risque bien de disparaître.

⁴ Qui est considéré dans totalité et qui considère quelque chose dans son ensemble.

⁵ Liu BOLIN, *Supermarket II*, 2010. Photographie, dimensions inconnues, Galerie Paris-Beijing

⁶ L'américanisation est le terme employé depuis le 20ème siècle pour décrire l'influence exercée par les Etats-Unis sur la vie des citoyens des autres pays du monde, propageant des caractéristiques de la culture Américaine que l'on peut qualifier de société de consommation.

L'ÉMERGENCE DE LA SOCIÉTÉ DE CONSOMMATION



⁵ Liu BOLIN, *Supermarket II*, 2010. Photographie, dimensions inconnues, Galerie Paris-Beijing

Ces mêmes "choses" dont parle notamment Jean-Jacques GOLDMAN² dans sa chanson du même nom, où il dénonce leur dictature. Il souhaite visiblement nous faire comprendre que notre existence se dissimule derrière cette possession de choses. Au point que nous en oublions

Le message est que " *L'essentiel des activités des gens a toujours été plus ou moins en rapport avec l'argent, avec la dépense : avec ce qu'on gagne, avec les objets, avec l'achat. Dans la plupart des milieux, on se rend compte que ce rapport à l'argent constitue même le loisir principal. On regarde des catalogues, on*

¹ Le concept de société de consommation renvoie à l'idée d'un ordre économique et social fondé sur la création et la stimulation systématique d'un désir de profiter de biens de consommation et de services dans des proportions toujours plus importantes.

² Jean-Jacques GOLDMAN, *Chansons pour les pieds*, Les Choses 2001. 4 min 11.

³ ETCHEGOYEN Alain et Jean-Jacques GOLDMAN, *Les pères ont des enfants*, Éditions du Seuil, 1999, 286 pages, Collection Biographie.

fait des économies, on s'endette. Gagner et acheter est une des choses qui prend le plus de temps pour la majorité des gens"³. Pour finir, le clip reflète l'univers et le style du mouvement Pop-Art couramment attribué à cette société de consommation qu'il dénonce. J'y devine une volonté d'exposer sa vision de la société de façon comique afin de ridiculiser les personnages trop enchaînés à leurs objets.

De la même manière, l'objectif de cette révolution industrielle est la conquête de nouvelles parts de marché afin d'améliorer la profitabilité des enseignes. Cela passe principalement par le passage du local au global⁴. Pour illustrer simplement ce terme, analysons la photographie *Supermarket II* de Liu BOLIN.⁵ On peut y voir l'artiste camouflé face à un rayon de supermarché. Se trouvent derrière lui des produits alimentaires variés, de différentes marques, mais toujours en grande quantité. Liu BOLIN nous montre à travers cette œuvre, comment l'individu se perd dans

une identité collective ; noyé dans le rayon d'un supermarché devant des boissons importées, il dénonce la consommation de masse.

Finalement, en plus de dénoncer cette société de consommation, l'artiste critique "l'américanisation"⁶. Toutes ces boissons sont importées des États-Unis, et les voir étalées sur un rayon de supermarché chinois montre la puissance de ce pays à exporter ses produits, mais surtout sa culture, au détriment du local. L'importation de masse est devenue banale.

L'artiste nous offre une critique du gouvernement chinois, qui a accepté cette importation de masse. Il nous montre comment la société de consommation s'empare de nous, nous pousse à être ce que nous ne sommes pas, à force de publicité, de marketing. De plus, il met en avant le fait que le consommateur doit s'adapter à un environnement de plus en plus hostile et dans lequel, qu'il s'y fonde ou pas, il risque bien de disparaître.

⁴ Qui est considéré dans totalité et qui considère quelque chose dans son ensemble.

⁵ Liu BOLIN, *Supermarket II*, 2010. Photographie, dimensions inconnues, Galerie Paris-Beijing

⁶ L'américanisation est le terme employé depuis le 20ème siècle pour décrire l'influence exercée par les États-Unis sur la vie des citoyens des autres pays du monde, propageant des caractéristiques de la culture Américaine que l'on peut qualifier de société de consommation.

MONOPOLE DES INDUSTRIES AGROALIMENTAIRES

D'autre part, il y a un monopole des industries agroalimentaires⁷. Prenons l'exemple du livre *Les réseaux de la malbouffe* de Géraldine MEIGNAN⁸.

La journaliste y dresse un tour d'horizon du phénomène qui allie la mondialisation de l'alimentation, son industrialisation et la tricherie envahissante des industries. En gros, les dangers de la malbouffe et la fraude alimentaire.

Constatant mensonges et silences sur l'origine des aliments, elle dénonce le manque de transparence en France et l'hypocrisie des politiques, des magistrats et des industriels qui n'agissent que poussés par les scandales de l'agroalimentaire, que nous mentionnerons plus loin. Finalement, elle donne des clés pour décrypter les informations permettant de faire des choix pour manger plus sainement.

Connaissions-nous l'origine des aliments de notre assiette ? C'est principalement à cette question que tente de répondre Géraldine MEIGNAN dans son livre.

Elle met le doigt sur le fait que nous avons perdu tout contrôle de la chaîne alimentaire et que la mondialisation a profondément modifié ce que nous mangeons. Elle nous plonge au cœur des "réseaux de la malbouffe".

Au-delà du simple constat, le livre dénonce. Que ce soit le manque de transparence des industries envers les consommateurs, la sécurité alimentaire ou encore la puissance des lobbies.

L'idée est de donner au lecteur des clés pour naviguer dans les méandres de la malbouffe.

Une de ses phrases m'a marqué et met en avant une des raisons d'être de mon projet : " *Autrefois, tout était simple. Ou presque. L'approvisionnement venait d'un écosystème local et diversifié et le consommateur avait une relation avec l'agriculteur du moins avec le commerçant* ".⁹ La journaliste avance ici le fait qu'il y a une urbanisation de la consommation.

⁷ Ensemble des activités industrielles qui transforment des productions alimentaires issues de l'agriculture ou de la pêche en aliments industriels destinés essentiellement à la consommation humaine.

⁸ MEIGNAN Géraldine, *Les réseaux de la malbouffe*, op.cit.

⁹ *ibid*, p.24



¹⁰ Andreas Gursky, *99 Cent*, 1975. Los Angeles, 1999. Epreuve chromogène, 197 cm x 327 cm. Prêt de l'artiste Matthew Marks Gallery, New York, and Monika Sprüth Galerie, Cologne.

lequel tout est proposé à un prix unique. Elle restitue la profusion des petites surfaces colorées composées de produits bien alignés selon un processus de vente bien précis et pensé pour la consommation. La succession de ces rayonnages et l'accumulation des articles aux couleurs vives donne une dimension écrasante

¹⁰ Andreas GURSKY, *99 Cent*, 1975. Los Angeles, 1999. Epreuve chromogène, 197 cm x 327 cm. Prêt de l'artiste Matthew Marks Gallery, New York, and Monika Sprüth Galerie, Cologne.

MONOPOLE DES INDUSTRIES AGROALIMENTAIRES



Finalement, elle donne des clés pour décrypter les informations permettant de faire des choix pour manger plus sainement.

Connaissons-nous l'origine des aliments de notre assiette ? C'est principalement à cette question que tente de répondre Géraldine MEIGNAN dans son livre.

*ecosystème local et diversifié et le consommateur avait une relation avec l'agriculteur du moins avec le commerçant*⁷. La journaliste avance ici le fait qu'il y a une urbanisation de la consommation.

⁷ Ensemble des activités industrielles qui transforment des productions alimentaires issues de l'agriculture ou de la pêche en aliments industriels destinés essentiellement à la consommation humaine.

⁸ MEIGNAN Géraldine, *Les réseaux de la malbouffe*, op.cit.

⁹ *ibid*, p.24

De cette manière, elle nous fait comprendre que le chemin entre le champ et l'assiette est devenu interminable. L'enjeu est donc de retrouver ce lien qui se perd au fur et à mesure de l'hégémonie des industries agroalimentaires et d'aller au-delà de ce conditionnement qu'elles nous imposent.

En définitive, le consommateur est instrumentalisé par toutes ces industries. Il est mis de côté, comme oublié. La photographie d'Andreas GURSKY, *99 cents*¹⁰, nous démontre bien ce phénomène. Elle nous plonge dans l'univers d'un supermarché à l'atmosphère étouffante et artificielle. Cette photographie représente l'intérieur d'un supermarché américain, dans lequel tout est proposé à un prix unique. Elle restitue la profusion des petites surfaces colorées composées de produits bien alignés selon un processus de vente bien précis et pensé pour la consommation. La succession de ces rayonnages et l'accumulation des articles aux couleurs vives donne une dimension écrasante

et vertigineuse à l'image. Cet effet se voit accentué par le reflet dû aux miroirs disposés au plafond des rayons. C'est dans un second temps qu'émergent les figures des clients du magasin, que la profusion des emballages semblait avoir englouties. Ces silhouettes sont presque anecdotiques parmi les étalages, tels des fantômes. On peut y lire toute l'absurdité de la présence de l'individu. Elle y est instrumentalisée. Elle sert d'indicateur d'échelle plutôt que de support à un récit.

¹⁰ Andreas GURSKY, *99 Cent*, 1975. Los Angeles, 1999. Epreuve chromogène, 197 cm x 327 cm. Prêt de l'artiste Matthew Marks Gallery, New York, and Monika Sprüth Galerie, Cologne.

CONSUMMATION INCONSCIENTE

Les habitudes de consommation sont avant tout le produit d'un contexte socio-culturel fort. Comprendre la société de consommation, c'est la première étape pour changer ses habitudes et réfléchir à ses vrais besoins.

Dans ses *Mythologies*¹¹, Roland BARTHES tente d'étudier les mythes de la vie quotidienne, de s'intéresser au langage des choses usuelles, de jauger l'opinion publique à travers les médias qui la façonnent, et finalement de chercher des éléments signifiants de la vie quotidienne, mais aussi dans les grandes surfaces. De cette façon, les *Mythologies* révèlent ce qui se dissimule sous les objets banals auxquels nous faisons face chaque jour, mais plus encore parce qu'elles incitent le lecteur à voir au-delà des apparences. Elles montrent au lecteur comment singulariser les lieux communs, ou prendre au sérieux, pour ne pas les subir, les images de son environnement.

L'enjeu est de comprendre notre société en allant au delà de ses apparences. Il s'agit d'être plus malin qu'elle afin de ne pas basculer dans la méfiance.

Prenons l'exemple de *Le vin et le lait* : ce mythe met en avant la notion d'objet-totem, il s'agit ici plus particulièrement d'une boisson. En effet, le vin est considéré comme un bien propre à la culture française, il est devenu un bien national. Cependant, le vin est plein de contradictions. Considéré comme un désaltérant afin de justifier sa consommation, il est avant tout substance de conversion. Il a la capacité d'extraire des individus qui le consomment leur contraire. De ce fait, un faible devient fort et un silencieux devient un bavard. De plus, sa vertu varie en fonction de ses consommateurs, le vin apportera une qualification supplémentaire pour le travailleur tandis qu'il sera, pour l'intellectuel une échappatoire afin de se couper du monde (lui ôter son intellect).

¹¹ BARTHES Roland, *Mythologies*, éditions du Seuil, 1957, 256 pages, col. Points

En définitive, le vin est considéré comme un objet d'intégration sociale que tout le monde se doit de comprendre. C'est un objet décoratif, un totem, qui fait partie de l'État. Son importance au niveau national lui confère une immunité, son pouvoir de conversion est minimisé.

Dans un second mythe, *Le bifteck et les frites*, BARTHES fait un parallèle entre le bifteck et le vin en parlant de la mythologie du sang qui serait un symbole de force. Selon lui, le sanguin est la raison d'être des biftecks ce qui explique que sa cuisson soit exprimée en degré de sanguinité. En suivant cette logique, manger saignant devient une morale. En effet, un individu " sanguin " s'y identifiera, quelqu'un de plus nerveux cherchera à compenser son naturel puis les intellectuels, comme avec le vin, compenseront leur présumé pauvreté de la pensée. Ainsi, le bifteck, comme le vin, est socialisé et nationalisé :

il participe à l'identité individuelle et sociale de chacun tout en étant lié à la classe du consommateur.

Par ailleurs, tandis que la société de consommation a des répercussions négatives sur l'environnement elle est aussi le point de départ de la manipulation des consommateurs. La publicité est le levier principal de celle-ci. Elle conditionne tout en influençant la population inconsciemment. Au fil des années, " Elle a mobilisé des techniques de manipulation mentale issues des sciences humaines pour pousser le consommateur à acheter ".¹² La société de consommation amènerait tous les efforts produits par les individus vers un seul et unique but : consommer. En effet, la pensée consumériste peut se résumer à la volonté de créer de nouveaux désirs. Sous influence publicitaire, et pour les assouvir, il faut gagner suffisamment d'argent pour se le permettre, la finalité de l'individu serait donc la consommation.

¹² DORTIER Jean-François, " Barbara KRUGER ", Archive. <<https://www.dortier.fr/la-publicite-nous-manipule-t-elle/>>, [en ligne]

Barbara KRUGER¹³ détourne des affiches publicitaires pour dénoncer cette société de consommation dans laquelle nous vivons : elle nous met face à nous-mêmes avec la phrase de son affiche : *I shop therefore I am*. De plus, en s'appropriant l'expression du philosophe français René DESCARTES "*Je pense donc je suis*", l'artiste critique brutalement cette même société.

Par ailleurs, cette œuvre bouleverse les codes de la publicité tout en se les attribuant. Le visuel est simple et accrocheur tout en utilisant un nombre restreint de couleurs. Le blanc, le noir et les différentes valeurs de gris permettent à l'œil du spectateur d'être percuté par le slogan positionné au centre de l'image et se détachant sur un fond rouge, seule touche de couleur. Le message est clair, Barbara KRUGER cherche à saisir le spectateur, à l'interpeller ou le heurter pour le conduire

à réfléchir à ce qu'il est. Elle veut nous faire comprendre qu'à notre époque de consommation excessive, c'est notre capacité d'acheter, soit de consommer, qui nous donne une identité. "*J'achète donc je suis bouleverse ainsi la proposition cartésienne qui veut désormais que l'existence humaine se juge à son aptitude à consommer des biens*".¹⁴

De cette façon, dans la société telle que nous la connaissons, ce qui nous fait exister et nous différencie les uns des autres, sont uniquement nos biens matériels, ce que nous possédons. Nous dépendons alors de nos achats, ils nous deviennent nécessaires afin de s'intégrer dans cette société de surconsommation.

Nous sommes face à une consommation largement encouragée : la publicité est de plus en plus présente, elle vante les mérites de certains produits et stimule le consommateur, c'est la théorie des besoins et des

¹³ Barbara KRUGER, *Untitled (I shop therefore I am / J'achète donc je suis)*, 1987. Montage photographique, Sérigraphie sur vinyle. 281,9 cm x 287 cm. Collection privée

¹⁴ GRANDJEAN Emmanuel, "*La publicité nous manipule-t-elle ?*", 2011. http://archives.mamco.ch/artistes_fichiers/K/kruger.html, [en ligne]

désirs. Par exemple, lorsque l'on a faim, on a besoin de manger pour être rassasié et subvenir à un besoin vital. Cependant, entre se nourrir avec un repas



¹³ Barbara KRUGER, *Untitled (I shop therefore I am / J'achète donc je suis)*, 1987. Montage photographique, Sérigraphie sur vinyle. 281,9 cm x 287 cm. Collection privée

Barbara KRUGER¹³ détourne des affiches publicitaires pour dénoncer cette société de consommation dans laquelle nous vivons : elle nous met face à nous-mêmes avec la phrase de son affiche : *I shop therefore I am*. De plus, en s'appropriant l'expression du philosophe français René DESCARTES "*Je pense donc je suis*", l'artiste critique brutalement cette même société.

Par ailleurs, cette œuvre bouleverse les codes de la publicité tout en se les attribuant. Le visuel est simple et accrocheur tout en utilisant un nombre restreint de couleurs. Le blanc, le noir et les différentes valeurs de gris permettent à l'œil du spectateur d'être percuté par le slogan positionné au centre de l'image et se détachant sur un fond rouge, seule touche de couleur. Le message est clair, Barbara KRUGER cherche à saisir le spectateur, à l'interpeller ou le heurter pour le conduire

à réfléchir à ce qu'il est. Elle veut nous faire comprendre qu'à notre époque de consommation excessive, c'est notre capacité d'acheter, soit de consommer,

plus en plus présente, elle vante les mérites de certains produits et stimule le consommateur, c'est la théorie des besoins et des

¹³ Barbara KRUGER, *Untitled (I shop therefore I am / J'achète donc je suis)*, 1987. Montage photographique, Sérigraphie sur vinyle. 281,9 cm x 287 cm. Collection privée
¹⁴ GRANDJEAN Emmanuel, "*La publicité nous manipule-t-elle ?*", 2011.
 <http://archives.mamco.ch/artistes_fichiers/K/kruger.html>, [en ligne]

désirs. Par exemple, lorsque l'on a faim, on a besoin de manger pour être rassasié et subvenir à un besoin vital. Cependant, entre se nourrir avec un repas simple préparé à la maison ou avec un burger de *fast food*, cela ne relève plus du besoin, mais du désir. De cette manière, les besoins sont naturels et nécessaires, voire vitaux tandis que les désirs sont éphémères et infinis. Ils sont façonnés par la société. C'est pourquoi les industries agroalimentaires s'appuient sur nos besoins, nos désirs et nos demandes pour se développer. L'objectif n'est plus de satisfaire nos vrais besoins, mais d'en créer de totalement artificiels pour nous pousser à consommer toujours plus. Je viens alors à me demander si nous sommes conscients de notre consommation ?

MERCREDI

NÉCESSITÉ DE CHANGER LA CONSOMMATION

8 H. Les limites d'une société trop matérialiste

12 H. S'éloigner de la grande distribution

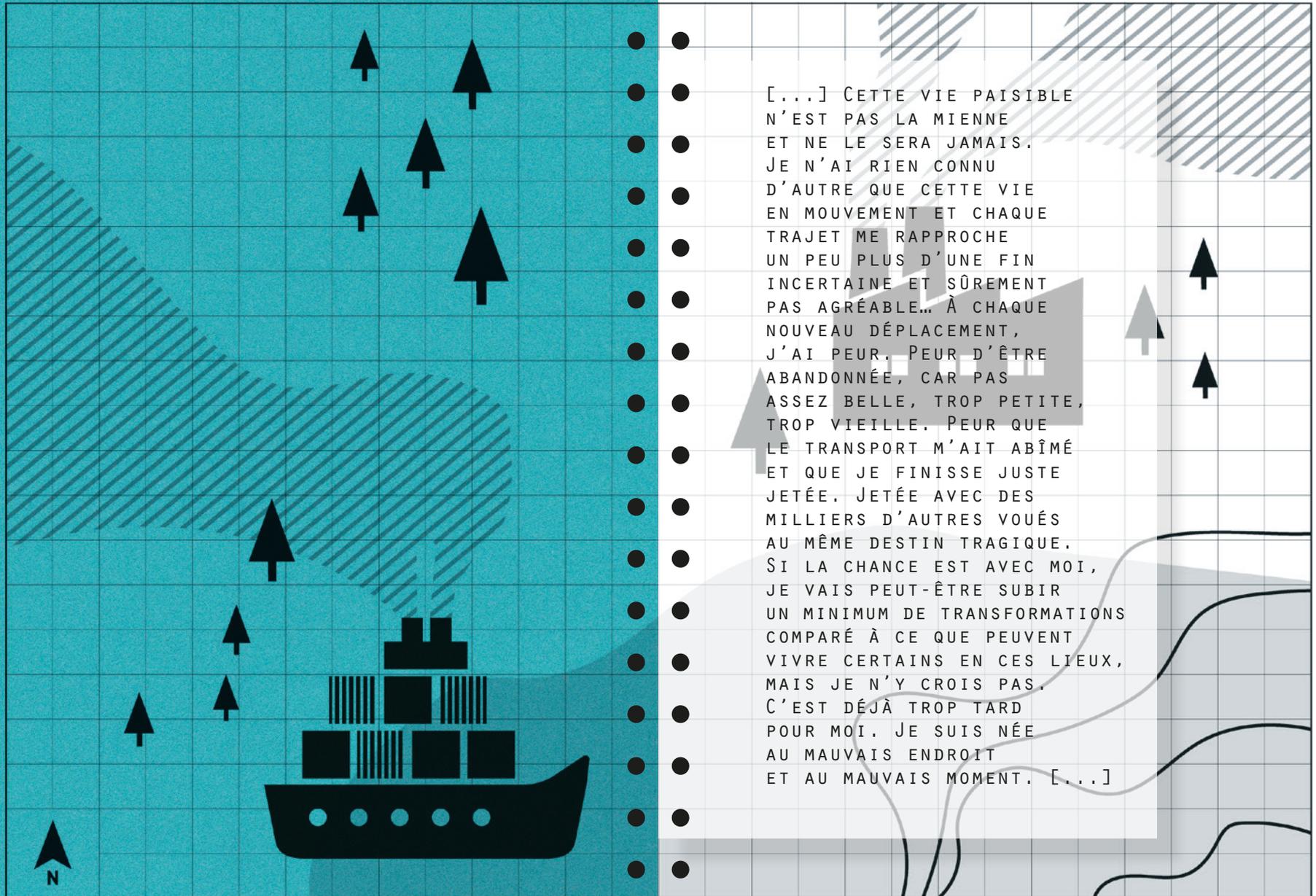
16 H. La dimension locale comme solution

MERCREDI

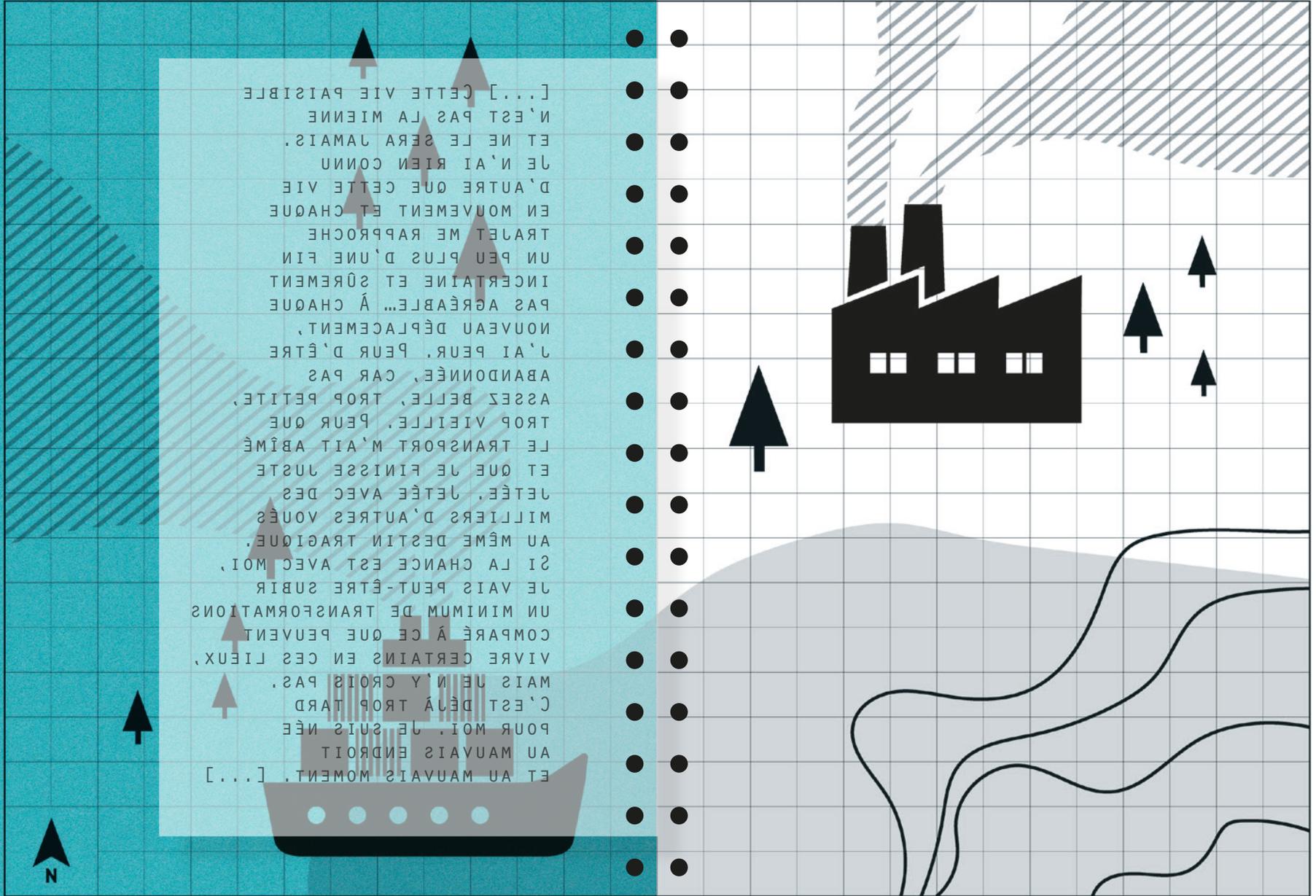
JEUDI

VENDREDI

SAMEDI



[...] CETTE VIE PAISIBLE
 N'EST PAS LA MIENNE
 ET NE LE SERA JAMAIS.
 JE N'AI RIEN CONNU
 D'AUTRE QUE CETTE VIE
 EN MOUVEMENT ET CHAQUE
 TRAJET ME RAPPROCHE
 UN PEU PLUS D'UNE FIN
 INCERTAINE ET SÛREMENT
 PAS AGRÉABLE... À CHAQUE
 NOUVEAU DÉPLACEMENT,
 J'AI PEUR. PEUR D'ÊTRE
 ABANDONNÉE, CAR PAS
 ASSEZ BELLE, TROP PETITE,
 TROP VIEILLE. PEUR QUE
 LE TRANSPORT M'AIT ABÎMÉ
 ET QUE JE FINISSE JUSTE
 JETÉE. JETÉE AVEC DES
 MILLIERS D'AUTRES VOUÉS
 AU MÊME DESTIN TRAGIQUE.
 SI LA CHANCE EST AVEC MOI,
 JE VAIS PEUT-ÊTRE SUBIR
 UN MINIMUM DE TRANSFORMATIONS
 COMPARÉ À CE QUE PEUVENT
 VIVRE CERTAINS EN CES LIEUX,
 MAIS JE N'Y CROIS PAS.
 C'EST DÉJÀ TROP TARD
 POUR MOI. JE SUIS NÉE
 AU MAUVAIS ENDROIT
 ET AU MAUVAIS MOMENT. [...]



ET AU MAUVAIS MOMENT. [...] AU MAUVAIS ENDROIT POUR MOI. JE SUIS NÉE C'EST DÉJÀ TROP TARD MAIS JE N'Y CROIS PAS. VIVRE CERTAINS EN CES LIEUX, COMPARÉ À CE QUE PEUVENT UN MINIMUM DE TRANSFORMATIONS JE VAIS PEUT-ÊTRE SUBIR SI LA CHANCE EST AVEC MOI, AU MÊME DESTIN TRAGIQUE. MILLIERS D'AUTRES VOUS JETÉE. JETÉE AVEC DES ET QUE JE FINISSE JUSTE LE TRANSPORT M'AIT ABÎMÉ TROP VIEILLE. POUR QUE ASSEZ BELLE, TROP PETITE, ABANDONNÉE, CAR PAS J'AI PEUR. PEUR D'ÊTRE NOUVEAU DÉPLACEMENT, PAS AGRÉABLE... À CHAQUE INCERTAIN ET SÛREMENT UN PEU PLUS D'UNE FIN TRAJET ME RAPPROCHE EN MOUVEMENT ET CHAQUE D'AUTRE QUE CETTE VIE JE N'AI RIEN CONNU ET NE LE SÈRA JAMAIS. N'EST PAS LA MIENNE [...] CETTE VIE PAISIBLE

Wall-E¹ est l'un des plus grands succès des studios PIXAR mais aussi une œuvre au message fort abordant les ravages de la société de consommation.

Selon Dante AUDITORE, *" Il faut voir ce film comme une vaste fresque démontrant toute l'étendue contestataire qu'incarne la surconsommation. L'hédonisme de masse² y est poussé à l'extrême pour en démontrer l'absurdité, faisant de la planète elle-même un vulgaire bien consommable, que l'Humanité a fui en laissant derrière elle des robots nettoyeurs dans l'idée de revenir consommer une fois redevenue habitable. Wall-E démontre ainsi une certaine hypocrisie qui promeut le recyclage comme solution à la place d'un changement de modèle de société. Nous suivons donc le robot dans ses recherches archéologiques, découvrant autant d'objets du quotidien dont il ne parvient pas réellement à appréhender l'usage ou l'utilité ".³*

La survie de l'humanité dépend finalement du conditionnement des individus. En effet, une seule mégastructure gère tous les aspects

de la vie des habitants, ou plutôt des consommateurs, du vaisseau. Par le biais d'une colonisation des imaginaires, elle parvient à préserver son autorité en détruisant l'individualité. De cette façon, tous les passagers ne vivent qu'à travers les écrans holographiques qui leur cachent la vue. Le film nous plonge alors dans un futur où la Terre n'est plus vivable suite à une accumulation extrême de débris sur toute la surface du globe, résultat de notre surconsommation. Il nous met alors face à notre réalité et on en vient à se demander si nous ne sommes peut-être pas déjà dans cette dystopie.

Par conséquent, cette seconde partie aborde les limites de la société de consommation actuelle. C'est-à-dire les problèmes que l'on rencontre et ce qu'engendre notre consommation. Je vais y mettre en avant la nécessité de mieux comprendre l'impact de nos choix alimentaires afin de trouver des solutions face à ces problèmes et à se demander comment aller au-delà. C'est là que la dimension locale intervient. J'y développerais les enjeux et les moyens afin d'accéder à ce mode de consommation.

¹ Wall-E, de Andrew STANTON, PIXAR. États-Unis, 2008. 98 minutes.

² Motivation de l'activité économique par la recherche du maximum de satisfaction par le minimum d'efforts.

³ Dante AUDITORE, " Wall-E, la poésie contre l'hédonisme de masse ", 2015. <<https://accattone.net/2015/12/03/wall-e-la-poesie-contre-lhedonisme-de-masse/>>, [en ligne]

LES LIMITES D'UNE SOCIÉTÉ TROP MATÉRIALISTE



¹ Wall-E, de Andrew STANTON, PIXAR. États-Unis, 2008. 98 minutes.

l'espérance de vie a diminué. Les principaux coupables sont les aliments transformés et emballés qui nous sont présentés dans des publicités à gros budget. C'est également le cas dans la plupart des pays développés.

exister, ou nous achetons par désir et non plus par besoin. De plus, dans un contexte où l'ignorance alimentaire semble s'accroître chez les plus jeunes, il est nécessaire de proposer des solutions face à cette méconnaissance croissante.

⁴ Moyen mis en œuvre pour maintenir et sauvegarder un environnement naturel sain. Cela implique notamment un contrôle des pollutions et l'utilisation de matière et de matériaux spécifiques (produits conçus de manière naturelle, non-utilisation de produit chimique, etc).

Wall-E
succès
aussi i
fort ab
la soci

Selon
" Il fau
vaste i
l'étenc
la surc
de ma
pour e
de la p
bien c
a fui e
nettoy
conso.
habita
certain
recycl
d'un ci
Nous :
recher
autant

il ne parvient pas réellement à appréhender l'usage ou l'utilité".³

La survie de l'humanité dépend finalement du conditionnement des individus. En effet, une seule mégastructure gère tous les aspects

choix alimentaires afin de trouver des solutions face à ces problèmes et à se demander comment aller au-delà. C'est là que la dimension locale intervient. J'y développerais les enjeux et les moyens afin d'accéder à ce mode de consommation.

¹ Wall-E, de Andrew STANTON, PIXAR. États-Unis, 2008. 98 minutes.

² Motivation de l'activité économique par la recherche du maximum de satisfaction par le minimum d'efforts.

³ Dante AUDITORE, " Wall-E, la poésie contre l'hédonisme de masse ", 2015. <<https://accattone.net/2015/12/03/wall-e-la-poesie-contre-lhedonisme-de-masse/>>, [en ligne]

LES LIMITES D'UNE SOCIÉTÉ TROP MATÉRIALISTE

Comme nous avons pu le constater, la société de consommation est un phénomène dans lequel nous baignons continuellement. Les consommateurs potentiels que nous sommes sont toujours sollicités de tous côtés dans l'unique but de toujours acheter plus qu'ils n'en ont besoin. Par ailleurs, de plus en plus de jeunes rejettent le modèle de société qui leur est suggéré et dont l'unique accomplissement semble être la satisfaction matérielle. Ils condamnent le développement des produits inutiles, ne répondant à aucun besoin.

Mais bien que l'on prenne de plus en plus conscience des effets néfastes de la consommation d'aliments transformés, la sensibilisation n'a pas entraîné de gros changement : Prenons l'exemple de l'Amérique où l'espérance de vie a diminué. Les principaux coupables sont les aliments transformés et emballés qui nous sont présentés dans des publicités à gros budget. C'est également le cas dans la plupart des pays développés.

La première partie sur nos habitudes de consommation a permis de placer le point de départ de nos mauvaises habitudes alimentaires dictées par les géants de l'industrie alimentaire. Nous comprenons que notre acte d'achat, qui nous semble un choix personnel, n'est pas gratuit. C'est l'abondance des plats préparés, transformés, suremballés, et la fin des fruits et légumes qui nous sont pourtant essentiels.

On comprend que la consommation, alimentaire ou non, est partie intégrante de notre quotidien. Or, l'arrivée des supermarchés et notamment de la notion de consommation pour exister, nous plonge dans une nouvelle façon de manger néfaste à notre avenir qu'il soit économique ou écologique⁴. On entre dans une ère où nous consommons pour exister, où nous achetons par désir et non plus par besoin. De plus, dans un contexte où l'ignorance alimentaire semble s'accroître chez les plus jeunes, il est nécessaire de proposer des solutions face à cette méconnaissance croissante.

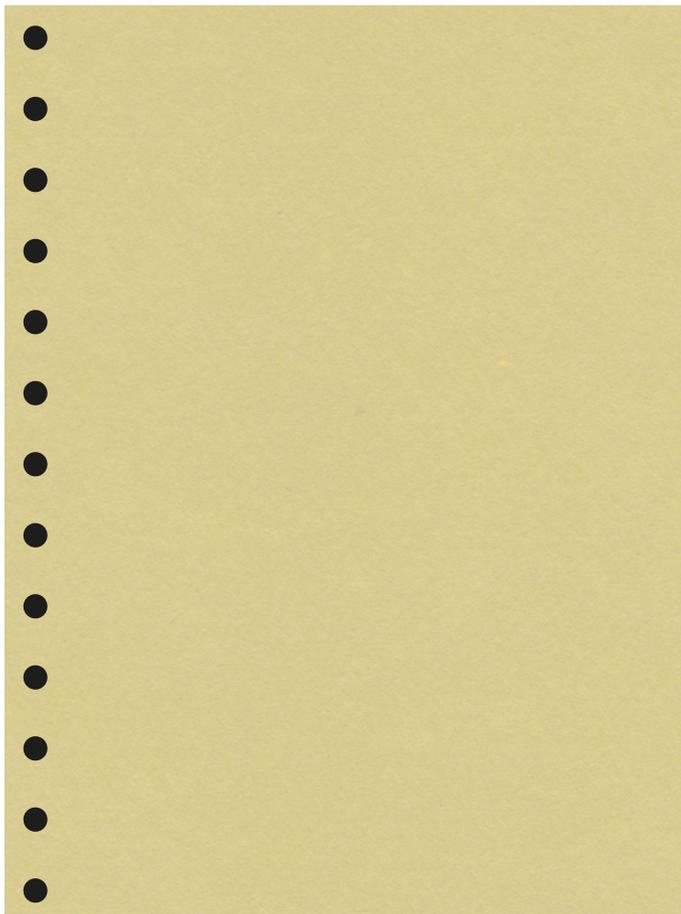
⁴ Moyen mis en œuvre pour maintenir et sauvegarder un environnement naturel sain. Cela implique notamment un contrôle des pollutions et l'utilisation de matière et de matériaux spécifiques (produits conçus de manière naturelle, non-utilisation de produit chimique, etc).

C'est alors qu'arrive la pensée altermondialiste.⁵ " *Ce courant de pensée veut, d'une part, faire prendre conscience de ce qu'il considère comme les méfaits d'une forme de mondialisation⁶ trop centrée sur l'économie, et, d'autre part, proposer des réformes ou du moins des alternatives selon la formule " un autre monde est possible "*.

Néanmoins, si la diversité du mouvement s'avère efficace en tant que front de contestation, son manque d'homogénéité empêche le mouvement de produire un programme politique clair et de canaliser ses partisans dans une voie unique. Malgré tout, une orientation commune s'en dégage sur des thèmes généraux comme la lutte pour le développement durable, la souveraineté alimentaire et les droits fondamentaux comprenant la paix voire la démocratie. L'altermondialisme se veut un moteur de lutte sociale. Il a désigné comme son principal adversaire idéologique le néolibéralisme ".⁷

Cela est notamment le cas du commerce équitable qui cherche à améliorer la condition sociale des producteurs des produits alimentaires dans les pays du Tiers-Monde. Il s'agit d'un système d'échange dont l'objectif est de parvenir à une meilleure égalité dans le commerce conventionnel. Sa démarche consiste à utiliser le commerce comme un levier de développement et de réduction des inégalités, en veillant à la juste rétribution des producteurs. À cette perspective économique s'ajoutent des préoccupations éthiques, sociales et environnementales.

⁵ Courant de pensée qui s'oppose au libéralisme économique et à la mondialisation des pratiques financières dans le but de favoriser une économie plus sociale.
⁶ Élargissement du champ d'activité des industries du cadre national à la dimension mondiale.
⁷ Article " *Altermondialisme* " de Wikipédia <<http://fr.wikipedia.org/wiki/Altermondialisme>>



ON

plus jeune âge. e habitude peut breux problèmes pourquoi il est aire attention r uniquement ompli.

ie de photos mportance er sur la source est-à-dire ne attention e que nous nfants. Son but e doigt sur ce qui eurs assiettes : rts. Mais aussi, igner la nécessité e alimentation le monde entier.

malbouffe, à bas e bien l'ignorance es consommateurs r consommation. euphémisme.

ettre en multiples fraudes s dont l'industrie

avec des enfants car, selon lui, agroalimentaire serait responsable. les habitudes alimentaires sont

⁸ Gregg SEGAL, *Daily Bread Project*, Los Angeles, 2016. Photographies, dimensions inconnues.
⁹ LABBÉ Christophe, PORQUET Jean-Luc, RECASENS Olivia, *Vive la malbouffe, à bas le bio !*, Paris, Éditions Hoëbeke, 2013, 186 pages, Collection Documents/Essai.

C'est alors qu'arrive altermondialiste.⁵ " C de pensée veut, d'un prendre conscience considère comme le d'une forme de mon trop centrée sur l'éco et, d'autre part, propo réformes ou du moir alternatives selon la " un autre monde es

Néanmoins, si la div du mouvement s'avé en tant que front de son manque d'homc empêche le mouven produire un program clair et de canaliser s dans une voie uniqu tout, une orientation s'en dégage sur des généraux comme la le développement de la souveraineté alim droits fondamentaux la paix voire la démo L'altermondialisme s moteur de lutte soci comme son principa idéologique le néolibéralisme



⁸ Gregg SEGAL, *Daily Bread Project*, Los Angeles, 2016. Photographies, dimensions inconnue.

⁵ Courant de pensée qui s'oppose au libéralisme économique et à la mondialisation des pratiques financières dans le but de favoriser une économie plus sociale.
⁶ Élargissement du champ d'activité des industries du cadre national à la dimension mondiale.
⁷ Article " Altermondialisme " de Wikipédia <http://fr.wikipedia.org/wiki/Altermondialisme>

S'ÉLOIGNER DE LA GRANDE DISTRIBUTION

Sommes-nous victimes de la grande distribution ? C'est à cette question que tente de répondre Gregg SEGAL, artiste américain, avec le *Daily Bread Project*.⁸

Il confronte des enfants à des étalages de *junk food*, questionnant notre problème de surconsommation et la mauvaise éducation alimentaire des plus jeunes. Finalement, l'artiste utilise la photographie pour sensibiliser intelligemment aux enjeux de la surconsommation. Il met en évidence la confusion alimentaire entre la malbouffe et les mauvaises habitudes.

L'objectif est d'aborder de manière ludique un problème d'éducation alimentaire en ciblant les enfants. Le photographe s'intéresse à ce que l'on mange. En effet, les questions sur notre consommation alimentaire sont de plus en plus présentes dans cette société. L'artiste se demande si notre régime alimentaire a évolué. En outre, il a décidé de travailler avec des enfants car, selon lui, les habitudes alimentaires sont

formées dès le plus jeune âge. Toute mauvaise habitude peut causer de nombreux problèmes de santé. C'est pourquoi il est important de faire attention au lieu de réagir uniquement face au fait accompli.

Enfin, cette série de photos nous montre l'importance de se concentrer sur la source du problème, c'est-à-dire en accordant une attention particulière à ce que nous donnons aux enfants. Son but est de mettre le doigt sur ce qui manque dans leurs assiettes : les légumes verts. Mais aussi, et surtout, souligner la nécessité d'opter pour une alimentation équilibrée dans le monde entier.

L'essai *Vive la malbouffe, à bas le bio !*⁹ montre bien l'ignorance de la plupart des consommateurs vis-à-vis de leur consommation. Le titre est un euphémisme. Il s'attache à mettre en évidence les multiples fraudes et escroqueries dont l'industrie agroalimentaire serait responsable.

⁸ Gregg SEGAL, *Daily Bread Project*, Los Angeles, 2016. Photographies, dimensions inconnues.
⁹ LABBÉ Christophe, PORQUET Jean-Luc, RECASENS Olivia, *Vive la malbouffe, à bas le bio !*, Paris, Éditions Hoëbeke, 2013, 186 pages, Collection Documents/Essai.

*“ On lit cet essai comme on tourne les pages d'un livre de recettes ; mais à l'envers. Au lieu de s'en lécher les doigts par avance, on se sent frustré, trompé, dégoûté, écœuré à chaque page ”.*¹⁰

Les auteurs y mettent en évidence les astuces de l'industrie agroalimentaire pour nous faire manger toujours plus et surtout n'importe quoi. Ils reviennent ainsi sur les nombreuses polémiques alimentaires dont nous avons entendu parler ces dernières années.

De cette façon, dégoûtés de ces fraudes, les consommateurs se tournent vers le bio. Seulement, aucune aide budgétaire n'est allouée pour les producteurs prônant ce type d'agriculture. Résultat, on est obligé d'importer la moitié des fruits et légumes sans pesticides. Le bio est alors parfois trompeur et n'est pas forcément bon pour l'environnement.

Ce livre nous fait donc comprendre ce qu'il peut se cacher derrière le bio et ses limites. En voulant se persuader de mieux consommer on en vient à croire n'importe

quoi de pas n'importe qui : les industries agroalimentaires. Consommer bio ne signifie pas forcément consommer local et il est donc important de saisir cette subtilité. En effet, du bio venant du bout du monde ne vaut pas mieux qu'un aliment local qui ne l'est pas. Sans oublier, qu'au vu de la demande de plus en plus importante, de nombreux producteurs et commerçants se sont lancés dans cette filière lucrative en faisant passer leurs aliments conventionnels pour des aliments issus de l'agriculture biologique.

L'objectif serait alors de faire comprendre qu'il est important de déchiffrer ce qu'il se cache derrière chaque aliment que nous pensons respectueux de l'environnement.

Comme j'ai pu l'avancer, les consommateurs se sont éloignés de la nature notamment à cause de l'intensification des productions agricoles et ils souhaitent alors être moins dépendants de la grande distribution. Celle-ci est au cœur de plusieurs scandales

¹⁰ MALAURIE Guillaume, édité par BILLARD Sébastien, " *Vive la malbouffe, à bas le bio, ou comment être écœuré par les supermarchés* ", 2013. <<http://leplus.nouvelobs.com/contribution/826335-vive-la-malbouffe-a-bas-le-bio-ou-comment-etre-ecoeure-par-les-supermarches.html>>, [en ligne]

alimentaires. Fortement affectés par les scandales sanitaires qui ont secoué la France ces dernières années, les consommateurs sont de plus en plus attentifs à l'origine, à la qualité, à la fraîcheur et bien sûr au goût des aliments qu'ils achètent et qu'ils consomment.

De cette manière, l'alimentation, comme toute activité humaine, a un impact sur l'environnement. *“ Depuis ces dernières années, l'alimentation fait débat dans nos sociétés et des politiques alimentaires émergent de nombreuses villes en quête d'une alimentation durable, ici ou ailleurs. Traçabilité, santé, proximité, diversité, juste prix et durabilité en sont les principaux enjeux ”.*¹¹ Selon la FAO¹², *“ les régimes alimentaires durables sont des régimes alimentaires ayant de faibles conséquences sur l'environnement, qui contribuent à la sécurité alimentaire ainsi qu'à une vie saine pour les générations présentes et futures. Les régimes alimentaires durables contribuent à protéger et à respecter la biodiversité et les écosystèmes,*

*ils sont culturellement acceptables, économiquement équitables et accessibles, abordables, nutritionnellement sûrs et sains, et permettent d'optimiser les ressources naturelles et humaines. ”*¹³

Ces enjeux environnementaux sont alors associés à des propositions alimentaires possibles pour chaque individus soucieux de préserver l'environnement. Ils peuvent choisir leur régime alimentaire, redécouvrir des produits, choisir le lieu et les modes de production de leurs aliments, leurs modes de transport, privilégier les produits non transformés, etc. Le large choix de produits alimentaires à disposition chez les petits ou grands distributeurs permet à chacun de réduire son impact tout en optant pour des choix compatibles avec ses préférences, ses valeurs, ses envies ou ses contraintes.

De ce fait, la mondialisation a transformé notre façon de consommer.

¹¹ Mes choix environnement, " *L'impact de l'alimentation sur l'environnement* ". <<https://www.meschoixenvironnement.ch/mes-choix-alimentation/>>, [en ligne]

¹² Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture

¹³ Définition des régimes alimentaires durables selon la FAO, <<http://www.fao.org/ag/humannutrition/biodiversity/fr/>>, [en ligne]

" L'industrie agroalimentaire va chercher toujours plus loin et toujours moins cher des produits qu'elle trouvait autrefois à sa porte. "14 L'enjeu est donc de reprendre le contrôle de ce que nous consommons, de se réapproprier les différentes étapes afin de maîtriser ce que l'on mange. Consommer responsable, c'est réfléchir au circuit qui a amené le produit jusqu'à son panier. C'est réinjecter un peu d'éthique dans l'acte d'achat, mais surtout mieux comprendre l'impact de nos choix alimentaires. Il s'agirait alors de mobiliser les consommateurs afin de les sensibiliser à la consommation responsable et proposer des solutions concrètes et locales pour faire mieux avec moins.

" Dans les années 1970, on imaginait que les années 2000 seraient faites de nourriture en poudre, prédigérée, sans plus aucune relation avec le produit. On nous avait promise une nourriture très médicaméteuse, or c'est tout le contraire qui arrive.

Plus la société se modernise, plus le monde devient anxigène, plus on a envie de revenir à la nature, à une forme de naturalité. On a vu les choses s'inverser complètement à partir des années 2000 et s'imposer le désir de " voir la main qui me nourrit ", de savoir d'où viennent les produits. Comme il y a eu une perte de confiance en terme d'alimentation, et que nous savons que cela fait partie de notre survie, on retourne vers cette naturalité, on essaie de comprendre la racine des choses ".15

Ainsi, penser à l'acte de se nourrir d'un point de vue éthique implique une réflexion sur nos valeurs, de se remettre en question, de s'interroger sur l'impact de l'alimentation sur notre santé et celle de notre environnement. Cela nous pousse à prendre en compte les multiples actions qui cherchent à construire une alimentation autour de ces valeurs. Même s'il n'existe pas véritablement d'éthique alimentaire, la société actuelle

¹⁴ MEIGNAN Géraldine, *Les réseaux de la malbouffe*, op.cit. p.13

¹⁵ FÉLIX Virginie, MARX Thierry : " *Se nourrir en 2050, ce sera manger moins mais manger mieux* ", 2016. <<http://www.telerama.fr/sortir/thierry-marx-se-nourrir-en-2050-ce-sera-manger-moins-mais-manger-mieux,150902.php>>, [en ligne]

¹⁶ A chaque fruit et chaque légume sa saison. Il faut être attentif à l'origine géographique, et si possible au mode de culture, des produits proposés sur les étals des marchés et supermarchés. Pour aider notre assiette à respecter la planète, il est très important de respecter le cycle naturel et de consommer de préférence des fruits et légumes locaux et de saison.

donne à voir une multitude de propositions et d'expérimentations qui ont toutes la prétention de construire une forme d'éthique autour de l'alimentation, telle qu'une consommation locale, de saison¹⁶, ou encore végétalienne.¹⁷

De plus, il y a une volonté de plus en plus présente de devenir acteur de sa consommation, soit devenir *consom'acteur*.¹⁸ " *Ce néologisme résume l'idée que l'on peut " voter avec son caddie ", la consommation responsable exprime l'idée selon laquelle le consommateur peut choisir ce pour quoi il dépense son argent, en consommant de manière citoyenne et non plus de façon consumériste. Concrètement, les consom'acteurs prêtent une grande attention aux caractéristiques sociales, environnementales et éthiques des produits qu'ils achètent. Ils décident d'utiliser consciemment leur pouvoir d'achat pour défendre les idées en lesquelles ils croient : ils font de la consommation un acte politique ".19*

¹⁷ Source : COUTELLE Léo, et PIERRON Jean-Philippe. " *Penser une éthique alimentaire Dossier thématique. Se nourrir : Un enjeu éthique* ", Revue française d'éthique appliquée, vol. 4, no. 2, 2017, pp. 19-24.

¹⁸ Mot-valise constitué à partir des mots " consommateur " et " acteur " pour désigner un consommateur qui n'accepte plus passivement les biens et les services qu'on lui propose. Consumériste averti, il n'hésite plus à contester le pouvoir des marques.

¹⁹ Lexique Novethic, " *La consom'action* " <<https://www.novethic.fr/lexique/detail/consom-action.html>> [en ligne]

LA DIMENSION LOCALE COMME SOLUTION

Plus sains et plus écologiques, les consommateurs veulent davantage privilégier l'achat de produits locaux. À la limite du *locavorisme*²⁰, quels sont les leviers de ce mode de consommation ?

Les scandales sanitaires qui se succèdent intensifient la prudence des consommateurs. En se dirigeant vers les circuits courts, parmi lesquels les producteurs sont identifiables, ils estiment acheter des produits de qualité supérieure. Cela est sans compter les idées reçues.

De nombreux consommateurs associent circuit court et aliments bio. Et ils sont encore plus nombreux à être persuadés que tous les agriculteurs impliqués dans cette démarche pratiquent une agriculture durable et respectueuse de l'environnement. Cette méconnaissance peut mener à des déceptions de la part des consommateurs, d'où l'intérêt de les aider à s'y retrouver.²¹

" Le développement des circuits courts constitue l'outil privilégié pour s'opposer au modèle agro-industriel dominant et pour mettre en place une alternative agricole fondée sur une agriculture locale avec de petites exploitations qui produisent une nourriture de qualité avec un faible impact environnemental ".²²

En fin de compte, ce modèle de consommation " locale " a montré ses limites, ses dangers et ses injustices pour les producteurs comme pour les consommateurs. Il serait alors intéressant de faire émerger de nouvelles façons de produire et de consommer.

" Les systèmes alimentaires urbains, lorsqu'ils s'appuient sur l'agriculture des territoires proches des villes, ont également un rôle social important, puisqu'ils peuvent contribuer à fournir à tous, et notamment aux plus démunis, une nourriture de qualité, par exemple par le biais d'initiatives solidaires. De même, ils permettent de mobiliser les citoyens autour de l'alimentation, via des

²⁰ Mouvement et habitude de vie basée sur la consommation de denrées produites dans un rayon de 100 à 250 kilomètres maximum autour de son domicile.

²¹ Source : INRA, *Qui sont les consommateurs qui achètent en circuit court ?*

²² FOUGIER Eddy, " *Les circuits courts sont-ils vraiment la solution à la crise agricole ?*", 2016. <<http://wikiagri.fr/articles/les-circuits-courts-sont-ils-vraiment-la-solution-a-la-crise-agricole-/8832>>, [en ligne]

jardins associatifs. En plein développement dans toute la France et à l'échelle internationale, ils fournissent aux citoyens tout ou partie des fruits et légumes destinés à leur consommation personnelle (au plus court des circuits courts) ou contribuent à rétablir un lien social entre les habitants du quartier ".²³

Les consommateurs sont plus sensibles au développement durable. Ils font davantage

Être un consommateur responsable c'est comprendre ce que l'on achète, mais surtout prendre conscience de l'impact de notre acte d'achat sur les individus et l'environnement afin de garantir la meilleure vie de tous. Plusieurs démarches vont en ce sens, il s'agit de la consommation locale, bio et équitable qui peut être appliquée de façon complémentaire.

Par exemple, selon Emmanuel

LES 10 COMMANDEMENTS DU LOCAVORE

01. TES KILOMÈTRES ALIMENTAIRES TU LIMITERAS
02. LES AMAP ET LES MARCHÉS TU FRÉQUENTERAS
03. DE SAISON TU MANGERAS
04. LE BIO TU FAVORISERAS
05. LA CUISINE MAISON TU RÉALISERAS
06. UN JARDIN TU CULTIVERAS
07. LE TEMPS DES SAVEURS TU CHÉRIRAS
08. L'ÉCONOMIE LOCALE TU SOUTIENDRAS
09. L'ÉCO-TOURISME TU PRÉFÉRERAS
10. SANS CESSER TU T'INTERROGERAS

NOVEL Anne-Sophie, *Le guide du locavore pour mieux consommer local*, Éditions Eyrolles, 2010.

²³ FONTAINE Philippe, " *Les circuits courts rapprochent les producteurs des consommateurs* ", 2016. <<http://www.inra.fr/Grand-public/Economie-et-societe/Tous-les-dossiers/Circuits-courts-du-producteur-au-consommateur/>>, [en ligne]

²⁴ Rédaction Atabula, " *Pour Emmanuel FABER, PDG de Danone, l'agroalimentaire doit se recentrer sur le local* ", 2017. <<http://sumo.ly/5j8u>>, [en ligne]

LA DIMENSION LOCALE COMME SOLUTION

Plus sains et plus écologiques, les consommateurs veulent davantage privilégier l'achat de produits locaux. À la limite du *locavorisme*²⁰, quels sont les leviers de ce mode de consommation ?

Les scandales sanitaires qui se succèdent intensifient la prudence des consommateurs. En se dirigeant vers les circuits courts, parmi lesquels les producteurs sont identifiables, ils estiment de qualité sans compter.

De nombreux consommateurs associent circuit court et bio. Et ils sont nombreux à vouloir acheter tous les produits agricoles dans cette démarche. Une agriculture respectueuse de l'environnement. Cette méconnaissance conduit à des déceptions et à des déceptions des consommateurs. Comment les aider ?

" Le développement des circuits courts constitue l'outil privilégié pour s'opposer au modèle agro-industriel dominant et pour mettre en place une alternative agricole fondée sur une agriculture locale avec de petites exploitations qui produisent une nourriture de qualité avec un faible impact environnemental ".²²

En fin de compte, ce modèle de consommation " locale " a montré ses limites, ses dangers et ses

²⁰ Mouvement et habitude de vie basée sur la consommation de denrées produites dans un rayon de 100 à 250 kilomètres maximum autour de son domicile.

²¹ Source : INRA, *Qui sont les consommateurs qui achètent en circuit court ?*

²² FOUGIER Eddy, *" Les circuits courts sont-ils vraiment la solution à la crise agricole ? "*, 2016. <<http://wikiagri.fr/articles/les-circuits-courts-sont-ils-vraiment-la-solution-a-la-crise-agricole-/8832>>, [en ligne]

jardins associatifs. En plein développement dans toute la France et à l'échelle internationale, ils fournissent aux citoyens tout ou partie des fruits et légumes destinés à leur consommation personnelle (au plus court des circuits courts) ou contribuent à rétablir un lien social entre les habitants du quartier ".²³

Les consommateurs sont plus sensibles au développement durable. Ils font davantage attention aux conditions de fabrication, à la provenance et à l'emballage des produits qu'ils achètent. Les consommateurs privilégient, par ailleurs, des produits issus de l'agriculture biologique, du commerce équitable ou encore du commerce de proximité. Il est important de penser à une nouvelle échelle. Meilleurs pour notre santé et notre environnement, les consommateurs veulent davantage privilégier l'achat de produits locaux.

Être un consommateur responsable c'est comprendre ce que l'on achète, mais surtout prendre conscience de l'impact de notre acte d'achat sur les individus et l'environnement afin de garantir la meilleure vie de tous. Plusieurs démarches vont en ce sens, il s'agit de la consommation locale, bio et équitable qui peut être appliquée de façon complémentaire.

Par exemple, selon Emmanuel FABER²⁴, nouveau PDG de Danone, l'agroalimentaire tel qu'il s'est développé depuis 50 ans a " atteint ses limites sociales, environnementales, économiques ". Il prend pour preuve la progression de l'obésité, la chute du rendement des terres agricoles et la hausse de la pollution. Il insiste également sur les difficultés des agriculteurs à vivre de leur travail. Il affirme que " Les systèmes à très grande échelle ne fonctionneront plus à l'avenir ".

²³ FONTAINE Philippe, *" Les circuits courts rapprochent les producteurs des consommateurs "*, 2016. <<http://www.inra.fr/Grand-public/Economie-et-societe/Tous-les-dossiers/Circuits-courts-du-producteur-au-consommateur/>>, [en ligne]

²⁴ Rédaction Atabula, *" Pour Emmanuel FABER, PDG de Danone, l'agroalimentaire doit se recentrer sur le local "*, 2017. <<http://sumo.ly/5j8u>>, [en ligne]

Les consommateurs sont attentifs à la composition et à l'origine des produits tout comme au comportement des entreprises qui sont derrière, se tournent dorénavant davantage vers les petites marques détenues par *Danone*, qui sont celles qui progressent le plus. Cette dynamique va s'amplifier puisque *Danone* compte prendre en compte la réalité locale, ils ont besoin que les décisions se prennent au plus près des consommateurs et des marchés.

Les consommateurs deviennent plus curieux et soucieux de mieux manger. Ils commencent de plus en plus à se diriger vers le circuit court²⁵ principalement pour s'approvisionner en fruits et légumes. Ce système permet de rassurer les consommateurs inquiets de l'impact des aliments. Il répond aussi à un nouveau désir de produits locaux et traditionnels.

De plus, cela permet au consommateur de soutenir l'économie locale en rémunérant directement le producteur tout en court-circuitant les intermédiaires, en particulier la grande distribution, qui est souvent désignée comme la principale responsable de la situation de crise actuelle.

Tout compte fait, entre les défenseurs d'un retour à la nature dans notre alimentation quotidienne et le développement des circuits courts et du " fait maison " pour limiter sa consommation de produits industriels, nous nous tournons vers une alimentation plus durable. Sans oublier le nombre croissant de consommateurs qui réduisent ou bannissent les protéines d'origines animales de leurs assiettes.

²⁵ Mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par la vente directe du producteur au consommateur, soit par la vente indirecte, à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire entre l'exploitant et le consommateur. La majorité des circuits courts revêtent une dimension locale, au plus régionale.

Cependant, nous faisons face à un développement toujours plus rapide du nombre de produits alimentaires transformés proposés par la grande distribution. On se demande alors comment aller vers une consommation plus responsable ?

Je tenterai de répondre à cette question en mettant en avant l'importance du rôle du milieu familial vis-à-vis de ces enjeux, mais aussi celui de l'éducation scolaire. Dans un second temps, je parlerai de la nécessité d'éduquer les étudiants à la consommation alimentaire, étant pleinement concernée par le sujet. Puis, je finirai par parler des initiatives mises en places autour de l'alimentation.

JEUDI

LES ÉTUDIANTS ET L'ALIMENTATION RESPONSABLE

8H. un enjeu de société incontournable

12H. Intervenir sur les campus

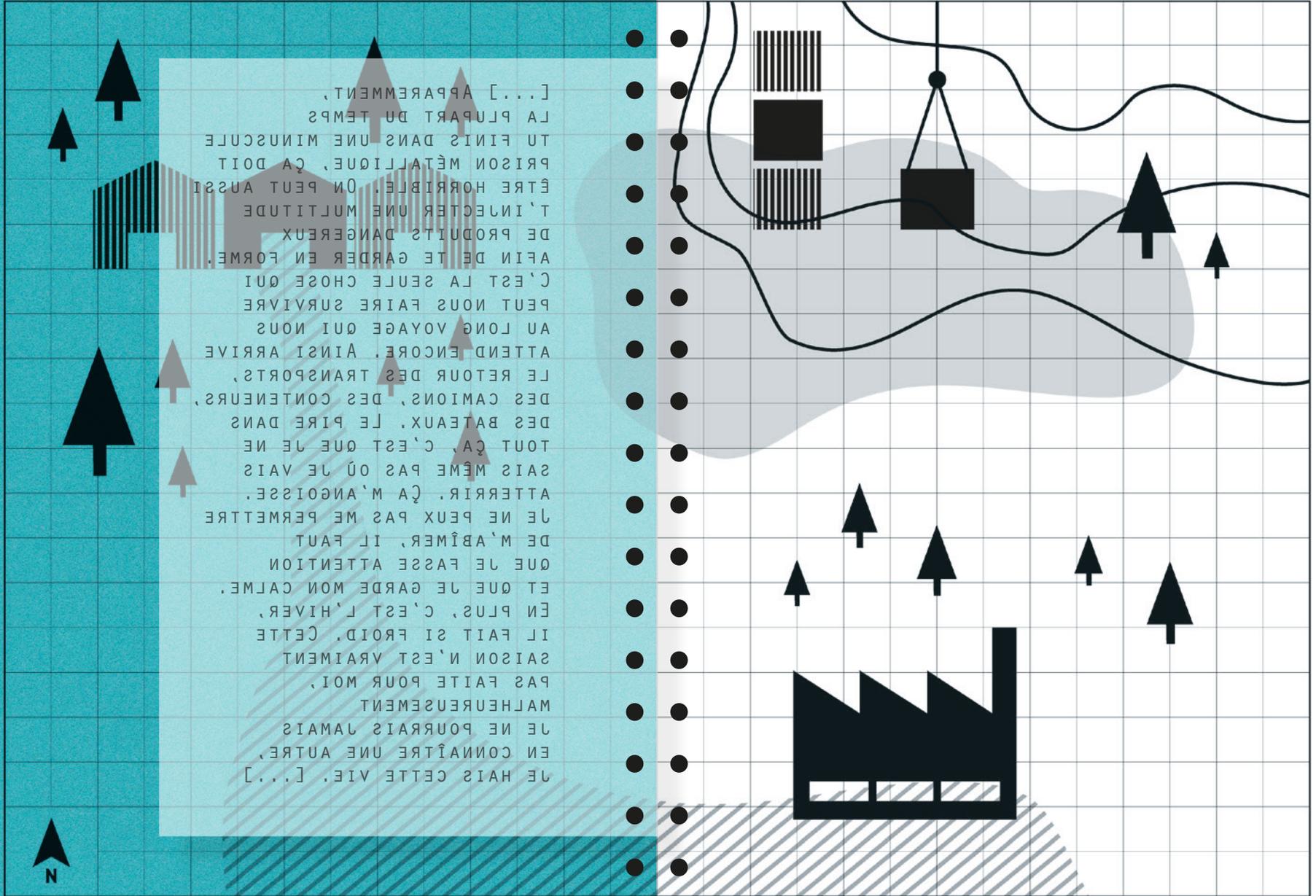
16H. Des moyens pédagogiques incluant les étudiants

JEUDI

VENDREDI

SAMEDI





JE HAIS CETTE VIE. [...] EN CONNAÎTRE UNE AUTRE, JE NE POURRAIS JAMAIS MALHEUREUSEMENT PAS FAIRE POUR MOI, SAISON N'EST VRAIMENT IL FAIT SI FROID, CETTE EN PLUS, C'EST L'HIVER, ET QUE JE GARDE MON CALME. QUE JE FASSE ATTENTION DE M'ABÎMER, IL FAUT JE NE PEUX PAS ME PERMETTRE ATTERRIR. ÇA M'ANGOÏSSE. SAIS MÊME PAS OÙ JE VAIS TOUT ÇA, C'EST QUE JE NE DES BATEAUX. LE PIRE DANS DES CAMIONS, DES CONTENEURS, LE RETOUR DES TRANSPORTS, ATTEND ENCORE, AINSI ARRIVE AU LONG VOYAGE QUI NOUS PEUT NOUS FAIRE SURVIVRE C'EST LA SEULE CHOSE QUI AFIN DE TE GARDER EN FORME, DE PRODUITS DANGEREUX T'INJECTER UNE MULTITUDE ÊTRE HORRIBLE, ON PEUT AUSSI PRISON MÉTALLIQUE, ÇA DOIT TU FINIS DANS UNE MINUSCULE LA PLUPART DU TEMPS [...] APPAREMMENT,

UN ENJEU DE SOCIÉTÉ INCONTOURNABLE

Il est important de réaffirmer l'importance du rôle du milieu familial dans l'éducation alimentaire. En effet, l'Avis¹ du CESE² avance le fait que l'apprentissage des pratiques alimentaires vient du cercle restreint de la famille que l'on reproduit de génération en génération. Or, la génération actuelle est la première à porter attention au futur de notre alimentation et son impact, d'où l'importance d'une éducation alimentaire dans le cadre familial. Celle-ci passerait par une sensibilisation des parents.

D'autre part, l'école est le deuxième lieu central lié à l'éducation alimentaire des enfants et des adolescents. Cette éducation combine le corps enseignant et les différents lieux de vie scolaire tels que le service de restauration, qui occupe une place importante. De cette manière, les questions en rapport avec l'alimentation sont abordées de la maternelle au lycée. L'Avis met alors en avant le fait qu'il faille sensibiliser très tôt les enfants afin de les intéresser

à tous ces questionnements. Chaque structure scolaire doit donc être pensée en conséquence. Malgré tout, les enseignants jugent moins prioritaires ces questionnements et les laissent souvent de côté. C'est pourquoi il est important de privilégier une approche ludique et didactique des bases de l'alimentation dans le milieu scolaire. Il reste néanmoins tout aussi nécessaire de former le personnel éducatif.

De cette façon, l'éducation des enfants se fait au sein de la famille et à l'école. Ils sont les facteurs qui influent le plus sur leur comportement alimentaire et donc sur leur futur comportement d'adulte. Cette volonté se concrétise par la mise à disposition d'un dossier destiné à les informer et sensibiliser aux enjeux éducatifs, sanitaires et sociétaux que représente l'éducation alimentaire. Ce dossier se présente sous forme de fiches thématiques servant de support aux enseignants dans les actions qu'ils souhaitent engager. Celui-ci est disponible sur les sites du ministère de l'Éducation

¹ CESE, *Favoriser l'accès pour tous à une alimentation de qualité, saine et équilibrée*, Avis présenté par Thierry Damien, janvier 2014.

² Conseil Économique Social et Environnemental, CESE : Assemblée consultative. Il conseille le Gouvernement et le Parlement sur l'élaboration des lois et les orientations des politiques publiques. Au-delà de son rôle de conseil, le CESE permet de favoriser le dialogue entre toutes les catégories socioprofessionnelles, pour qu'elles aillent dans le sens de l'intérêt général.

nationale et du ministère de l'Agriculture. Malgré tous ces efforts, il s'avère que ces mesures ne permettent pas encore de garantir aux enfants des conditions suffisantes d'apprentissage.

La création d'un enseignement à part entière devrait être envisagée. Il viserait à améliorer les pratiques alimentaires des futurs consommateurs. Il porterait notamment sur l'apprentissage de la confection des repas, de l'équilibre alimentaire journalier, mais aussi sur les conséquences des produits alimentaires bruts et transformés.

L'éducation à l'environnement et au développement durable a été introduite dans le code de l'éducation en 2013. Depuis, des difficultés ont été relevées. Il n'est pas évident de renouveler les habitudes des enseignants, de croiser les apprentissages, de dépasser, de poser des termes sur des questions complexes et surtout de prendre en compte le programme de l'EEDD³

dans les enseignements et évaluer les résultats. Tous ces éléments permettent de mettre le doigt sur la difficulté qu'il y a pour un établissement scolaire de s'engager réellement dans une démarche globale de développement durable.

Ainsi, le CESE estime que ces démarches doivent être systématisées et renforcées dans les programmes scolaires. De plus, L'EEDD n'est pas seulement une éducation au développement durable, mais c'est aussi une éducation à la citoyenneté. Ces enseignements doivent alors contribuer à initier les élèves à la pratique de la démocratie et à la participation au débat. De cette manière, il devient nécessaire de former les professionnels de l'éducation nationale à l'EEDD. De ce fait, il existe déjà de nombreuses interventions éducatives pour les jeunes enfants, mais qu'en est-il des étudiants ?

³ Éducation à l'Environnement et au Développement Durable, EEDD

Effectivement, l'alimentation apparaît comme l'une des premières préoccupations des étudiants sur le développement durable. Méfiance envers le système alimentaire, poids des lobbys⁴, manque de transparence, autant de termes fréquemment cités par les étudiants, qui ne sont néanmoins pas forcément prêts à changer leurs modes de consommation, en raison des habitudes, de manque de temps ou de contraintes financières.

Finalement, un régime alimentaire varié se compose avec tous les aliments. *" Ce qui est le plus difficile, c'est de manger nos 5 fruits et légumes par jour. Il faudrait commencer par se demander quels légumes vont se retrouver dans nos assiettes, et seulement après composer avec le reste qui est toujours plus facile à attraper dans les armoires. Néanmoins, même quelqu'un qui mange bien peut retomber*

*facilement dans ses habitudes et se retrouver avec le même contenu dans son caddie toutes les semaines. Ce n'est pas un hasard, nous sommes ancrés dans nos habitudes alimentaires et les changer sans aide n'est pas forcément évident. Le problème de l'étudiant type, c'est qu'il ne peut pas avoir 25 céréales dans son placard, ni aller sur le marché chaque semaine, pour des raisons de place, de temps et d'argent. "*⁵

À la demande d'Allo Resto, Harris Interactive⁶ a interrogé un échantillon représentatif d'étudiants français sur leur alimentation : il s'agissait de comprendre leurs pratiques alimentaires actuelles, d'identifier ce qu'ils espèrent changer dans leur alimentation à l'avenir et de faire émerger les leviers qui pourraient leur permettre de modifier leur manière de consommer. →

⁴ Réseau ou groupe de personnes créé pour promouvoir et défendre les intérêts privés d'un groupe donné en exerçant des pressions ou influences sur des personnes ou institutions publiques détentrices de pouvoir.

⁵ Interview de VERNAY Laurence, diététicienne de formation, pour etumag n°70, " *Études & nutrition* ", 2015. <<https://www.etudiants.ch/cms/etumag/070/etudes-et-nutrition/>>, [en ligne]

⁶ Enquête Harris Interactive pour Allo Resto, " *Les étudiants et l'alimentation* ", 2017. <http://harris-interactive.fr/opinion_polls/les-etudiants-et-l'alimentation/>, [en ligne]

ENQUÊTE HARRIS INTERACTIVE POUR ALLO RESTO

LA PLUPART DES ÉTUDIANTS Y AFFIRMENT QU'ILS SOUHAITERAIENT CONSOMMER DAVANTAGE DE FRUITS ET DE LÉGUMES QU'ILS NE LE FONT AUJOURD'HUI. NOTONS TOUTEFOIS QUE LES FREINS À LA CONSOMMATION VARIENT: LES ÉTUDIANTS SOUHAITANT CONSOMMER DAVANTAGE DE FRUITS REGRETTENT AVANT TOUT QUE CEUX-CI SE CONSERVENT MAL ET QU'ILS COÛTENT TROP CHER, TANDIS QUE CEUX QUI AIMERAIENT MANGER DAVANTAGE DE LÉGUMES INVOQUENT PRINCIPALEMENT LE MANQUE DE TEMPS POUR LES PRÉPARER.

D'APRÈS L'ENQUÊTE HARRIS INTERACTIVE ON APPREND AUSSI QUE PENDANT LEURS PÉRIODES DE RÉVISIONS ET D'EXAMENS, 57% DES ÉTUDIANTS ADMETTENT QUE LA QUALITÉ DE LEUR ALIMENTATION SE DÉGRADE, TOUT COMME 56% DES FRANÇAIS ESTIMENT QU'ILS S'ALIMENTENT MOINS BIEN PENDANT LES PÉRIODES DE STRESS. PLUS PRÉCISÉMENT, PLUS DE 6 ÉTUDIANTS SUR 10 RECONNAISSENT QUE PENDANT CES PÉRIODES EXIGEANTES, IL LEUR ARRIVE " PARFOIS ", VOIRE " SOUVENT ", DE GRIGNOTER EN DEHORS DES REPAS, DE PRENDRE DES REPAS TRÈS PEU ÉQUILIBRÉS EN FONCTION DE CE QUI RESTE CHEZ EUX, DE RENONCER À SE PRÉPARER UN REPAS

second Avis de la Commission européenne sur le rôle de la nutrition dans le développement durable. Les diplômés ont un niveau de formation supérieur et sont donc plus concernés par les enjeux de développement durable et d'économie écologique.

Les nouveaux diplômés de demain ne pourront pas bénéficier d'un soutien renforcé sur le marché du travail. La passe aussi par une formation plus rigoureuse vers des campus universitaires où les diplômés de niveau supérieur devraient avoir des connaissances et des compétences pour pouvoir jouer pleinement leur rôle de citoyen responsable.

⁷ Interview de VERNAY Laurence pour etumag n°70, *Études & nutrition*. op.cit.

⁸ CESE, L'éducation à l'environnement et au développement durable tout au long de la vie, pour la transition écologique, Avis présenté par Allain Bougrain-Dubourg et Antoine Dulin, novembre 2013.

Effectivement, l'aliment apparaît comme l'une des premières préoccupations des étudiants sur le développement durable. Méfiance envers le système alimentaire, lobbies⁴, manque de transparence, autant de termes fréquemment cités par les étudiants. Ils ne sont néanmoins pas prêts à changer leurs habitudes de consommation, de manger ou de contraintes financières.

Finalement, un régime varié se compose avec les aliments. *"Ce qui est difficile, c'est de manger 5 fruits et légumes par jour. Il faudrait commencer à se demander quels légumes se retrouvent dans nos assiettes et seulement après avoir mangé le reste qui est facile à attraper dans la poubelle. Néanmoins, même ceux qui mangent bien peuvent*

OU À FAIRE DES COURSES, VOIRE DE SIMPLEMENT SAUTER UN REPAS. À CHAQUE FOIS, CES "MAUVAISES PRATIQUES" SONT SENSIBLEMENT PLUS RÉPANDUES PARMIS LES ÉTUDIANTS EN PÉRIODE DE RÉVISIONS/PARTIELS QU'ELLES NE LE SONT PARMIS LA MOYENNE DES FRANÇAIS LORS DE PÉRIODES DE STRESS, PROFESSIONNEL NOTAMMENT.

EN CONSÉQUENCE, 8 ÉTUDIANTS SUR 10 ASPIRENT À S'ALIMENTER DE FAÇON PLUS ÉQUILIBRÉE PENDANT LEURS PÉRIODES DE RÉVISIONS OU EXAMENS. LES DEUX TIERS D'ENTRE EUX SE DÉCLARENT DONC INTÉRESSÉS PAR DIVERSES PISTES SUSCEPTIBLES DE LES AIDER À AMÉLIORER LEUR ALIMENTATION : LIVRAISON DE FRUITS ET LÉGUMES À DOMICILE, ACHAT EN MAGASIN DE PRODUITS PRÉPARÉS POUR COMPOSER DES MENUS ÉQUILIBRÉS, ACHAT DE REPAS ÉQUILIBRÉS À EMPORTER, LIVRAISON À DOMICILE DE REPAS ÉQUILIBRÉS DÉJÀ PRÉPARÉS OU ENCORE CONSULTATION DE MENUS ÉQUILIBRÉS COMPOSÉS PAR UN NUTRITIONNISTE.

⁶ Enquête Harris Interactive pour Allo Resto, "Les étudiants et l'alimentation", 2017. <http://harris-interactive.fr/opinion_polls/les-etudiants-et-l'alimentation/>, [en ligne]

⁴ Réseau ou groupe de personnes créé pour promouvoir et défendre les intérêts privés d'un groupe donné en exerçant des pressions ou influences sur des personnes ou institutions publiques détentrices de pouvoir.
⁵ Interview de VERNAY Laurence, diététicienne de formation, pour etumag n°70, "Études & nutrition", 2015. <<https://www.etudiants.ch/cms/etumag/070/etudes-et-nutrition/>>, [en ligne]
⁶ Enquête Harris Interactive pour Allo Resto, "Les étudiants et l'alimentation", 2017. <http://harris-interactive.fr/opinion_polls/les-etudiants-et-l'alimentation/>, [en ligne]

"De cette manière, les étudiants consomment souvent par rapport à l'argent qu'ils ont. Il arrive que leur budget ne soit pas suffisant pour manger équilibré. Dans tous les cas, pour manger correctement, il faut y trouver un intérêt et cela dépend aussi de l'éducation. En France, comme nous avons pu le constater, une éducation alimentaire est déjà présente. Les étudiants peuvent alors se donner les moyens de s'intéresser à l'alimentation. L'image corporelle et la préservation de leurs corps poussent aussi ceux qui s'en soucient à faire attention. Manque de temps, manque d'argent. Si on n'a pas de notion sur le sujet on se fait vite avoir. Il faut de la motivation et des connaissances."

D'autre part, un second Avis du CESE⁸ met le doigt sur le fait que tous les diplômés de l'enseignement supérieur devraient avoir un minimum de compétences sur les enjeux du développement durable et de la transition écologique.

En effet, ils sont les nouveaux consommateurs de demain et donc devraient bénéficier d'une éducation renforcée sur ces enjeux. Cela passe aussi par une transition vers des campus durables. Les diplômés de l'enseignement supérieur devraient posséder les connaissances nécessaires pour pouvoir jouer un rôle de consommateur averti et responsable.

⁷ Interview de VERNAY Laurence pour etumag n°70, "Études & nutrition". op.cit.
⁸ CESE, L'éducation à l'environnement et au développement durable tout au long de la vie, pour la transition écologique, Avis présenté par Allain Bougrain-Dubourg et Antoine Dulin, novembre 2013.

INTERVENIR SUR LES CAMPUS

Le développement durable relevant de l'ensemble des champs de la société et étant un enjeu de santé publique, les campus⁹ sont incontournables. Il est donc important de faire ressortir la manière dont la vie sur le campus permet de faire éclore des pratiques responsables, mais aussi comment les établissements adaptent leur politique pour répondre aux attentes des étudiants sur ces sujets.

De ce fait, cette partie va parler de l'entrée dans le monde étudiant. Cela est généralement synonyme d'entrée dans l'indépendance. L'étudiant quitte le domicile familial et il doit apprendre à faire ses courses et préparer ses repas. C'est pourquoi il paraît nécessaire d'essayer d'aider les étudiants à comprendre les grands enjeux de la consommation locale et de leur donner des pistes de compréhension et d'actions par le biais de l'éducation afin qu'ils deviennent acteurs de leur consommation.

Les établissements d'enseignement supérieur sont donc un terrain fertile pour mettre en place des formations sur les sujets du développement durable. Méfiance envers le système alimentaire, poids des lobbys, manque de transparence, autant de termes fréquemment cités par les étudiants, qui ne sont néanmoins pas forcément prêts à changer leurs modes de consommation, en raison des habitudes, de manque de temps ou de contraintes financières.

Dans *Une Société sans école*¹⁰, Ivan ILLICH met en doute la nécessité de développer l'enseignement obligatoire. Selon lui, le système scolaire obligatoire est, pour certains, un obstacle au droit à l'instruction. Il se questionne sur la survie du système éducatif. Il est à la recherche d'un principe éducatif auquel chaque moment de vie serait une occasion de s'instruire, de partager, de s'entraider. L'auteur avance l'idée de remodeler l'enseignement d'aujourd'hui.

⁹ Espace rassemblant les bâtiments et l'infrastructure d'une université ou d'une école. Cela inclut les restaurants et résidences universitaires.

¹⁰ ILLICH Ivan, *Œuvres complètes*, Volume 1, *Une Société sans école*, 1971, Éditions Fayard, 2004, 792 pages.

Il amène la notion de désapprendre l'institutionnel, soit d'oublier nos acquis, afin d'apprendre et construire une société plus humaine, diverse, contrastée et autonome.

Mon projet présente les mêmes enjeux. Il a pour volonté de s'émanciper du conditionnement éducatif que l'on a reçu en allant au delà de la simple culpabilisation ou moralisation, en privilégiant une compréhension des enjeux d'une nouvelle alimentation et des notions clés. Son objectif est d'optimiser la transmission, le savoir, le partage et de favoriser la création de comportements alimentaires actifs et engagés.

Toujours selon Ivan ILLICH, "*L'école, par sa nature même, réclame toute l'énergie et le temps dont peuvent disposer ses fidèles*".¹¹ et "*Un véritable système éducatif n'impose rien à celui qui s'instruit, mais lui permet d'avoir accès à ce dont il a besoin*".¹² Par conséquent, le campus est le lieu où l'étudiant passe la majeure partie de son

temps et il est donc important d'intervenir directement au sein de ces lieux pour avoir une résonance en dehors des murs éducatifs. De plus, un campus est une source d'information, un lieu de rencontre, de partage, voire de soutien et cela peut être un élément bénéfique et déclencheur d'une nouvelle consommation raisonnée et durable hors les murs des campus.

D'autre part, la consommation responsable est un enjeu de santé publique, il y a donc des financements possibles par les organismes de sécurité sociale étudiante, voire des interventions possibles sur les lieux où elles sont habituellement présentes tels que les stands d'inscription lors des rentrées scolaires et permettant une large diffusion même en dehors des murs des campus.

Prenons l'exemple de la SMEREP¹³ qui organise la semaine de l'équilibre alimentaire. C'est un événement organisé pour rappeler qu'il est possible de manger équilibré et à moindre coût dans les restaurants

¹¹ ILLICH Ivan, *Œuvres complètes*, Volume 1, *Une Société sans école*, op.cit. p.247

¹² *Ibid*, p.304

¹³ Sécurité sociale étudiante

universitaires, de nombreuses opérations d'information et de prévention sont mises en place au cours de cette semaine. De plus, en 2009, dans certains RU parisiens, des étiquettes de couleur avaient été associées à certains aliments afin de montrer aux étudiants leur apport nutritionnel. Il s'agissait de leur rappeler les règles simples pour bien manger et les mettre en garde contre la "malbouffe". Lors de leur passage en caisse, des équipes de la SMEREP faisaient le point sur leur plateau afin de savoir s'il était équilibré ou non. "Au début de la semaine, environ 25 % des plateaux sont équilibrés. À la fin de la semaine, ils sont 50 %. Les étudiants sont réceptifs à ce type d'événement.", souligne le responsable du CROUS.¹⁴

Ainsi, les organismes de sécurité sociale étudiante sont déjà concernés par l'alimentation des étudiants, il s'agirait alors d'élargir leurs interventions par le biais de nouveaux outils.

En définitive, le développement durable relevant de l'ensemble des champs de la société et étant un enjeu de santé publique¹⁵, les campus sont incontournables. Il est donc important de faire ressortir la manière dont la vie sur le campus permet de faire éclore des pratiques responsables, mais aussi comment les établissements adaptent leur politique pour répondre aux attentes des étudiants sur ces sujets. Les établissements d'enseignement supérieur sont donc un terrain fertile pour mettre en place des formations sur les sujets du développement durable.

¹⁴ FLOC'H Clémence, "Du déséquilibre alimentaire des étudiants." <<http://www.studyrama.com/vie-etudiante/cuisine-etudiante/manger-equilibre/du-desequilibre-alimentaire-des-etudiants-40235>>, [en ligne]

¹⁵ Sujet, thème, préoccupation, objectif ou priorité concernant l'ensemble du champ d'action de la santé à l'échelle d'une communauté, d'un pays etc.

DES MOYENS PÉDAGOGIQUES INCLUANT LES ÉTUDIANTS

Toujours dans un objectif de rendre accessible l'information, d'après Ivan ILLICH dans *Une société sans école*, le but de toute école est avant tout de façonner un consommateur. De cette façon, un véritable système éducatif devrait se proposer trois objectifs. À tous ceux qui veulent apprendre, il faut donner accès aux ressources existantes et à n'importe quelle époque de leur existence. Il faut ensuite que ceux qui désirent partager leurs connaissances puissent rencontrer toute autre personne qui souhaite les acquérir. Tout cela m'a fait comprendre l'importance d'aborder les sujets de société tels que la consommation alimentaire directement au sein des lieux d'éducation et d'apprentissage.

Finalement, le ministère de l'Agriculture propose déjà des outils pédagogiques aux enseignants : ils peuvent servir à créer des activités et faire découvrir les produits locaux et de saison aux plus petits grâce à des kits et mallettes pédagogiques.

C'est une manière d'éveiller la curiosité des enfants et de leur faire prendre conscience du cycle de production des aliments dès le plus jeune âge.

Prenons l'exemple de *Bruxelles Environnement*¹⁵. L'institut développe depuis plusieurs années des outils pédagogiques pour les professeurs afin de les aider à intégrer l'environnement dans leurs cours en lien avec les socles de compétences et de leur fournir des idées d'activités pédagogiques à mener avec leurs élèves. Ces outils accompagnent le professeur depuis la petite action de sensibilisation jusqu'à un projet d'école, et ce pour tous les âges et sur de nombreuses thématiques. Les outils pédagogiques peuvent être obtenus gratuitement en téléchargement et sont à la disposition de tous.

Ce n'est qu'un exemple parmi de nombreux autres que nous mentionnerons plus tard, mais cela met le doigt sur le nombre grandissant d'outils pédagogiques existants pour les enfants

¹⁵ Bruxelles Environnement, "Outils pédagogiques - Thème alimentation" <<https://environnement.brussels/thematiques/alimentation/lecole/outils-pedagogiques-theme-alimentation>> [en ligne]

contre quasiment aucun pour les étudiants. Ceux-ci étant pourtant les plus concernés par l'alimentation comme nous avons pu l'exprimer auparavant.

D'après la consultation nationale du Réseau Français des Étudiants pour le Développement Durable¹⁶, la consommation responsable apparaît en tête des préoccupations étudiantes : c'est à leurs yeux un moyen simple et efficace pour agir de façon écoresponsable.¹⁷ C'est pourquoi il me paraît nécessaire d'essayer d'aider les étudiants à comprendre les grands enjeux de la consommation locale et de leur donner des pistes de compréhension et d'actions, car ils sont selon moi les grands oubliés alors qu'ils font partie des plus concernés par l'alimentation et la consommation.

De cette manière, dans les campus, les associations étudiantes sont particulièrement actives, qu'il s'agisse de sensibiliser à l'alimentation responsable ou encore de lutter contre le gaspillage alimentaire.

Ainsi, il est naturel de soumettre des solutions concrètes afin de soutenir les établissements et leurs étudiants dans cette démarche. Soit proposer des démarches et projets pour une alimentation bio, locale et de saison. De mener et accompagner des actions de sensibilisation des étudiants et du personnel. Mais aussi d'encourager les projets portés par des étudiants pour l'accès à une alimentation durable. La question de développement durable doit être traitée au travers de leur formation.

C'est pourquoi, intervenir au sein des campus me permettrait d'encourager l'engagement, voire de l'intensifier s'il existe déjà. D'autre part, cela serait un moyen de faire des étudiants des acteurs responsables.

¹⁶ REFEDD : Réseau d'une centaine d'associations étudiantes qui mènent des projets sur le développement durable dans leur campus.

¹⁷ Intégration de mesure de protection environnementale dans une activité.



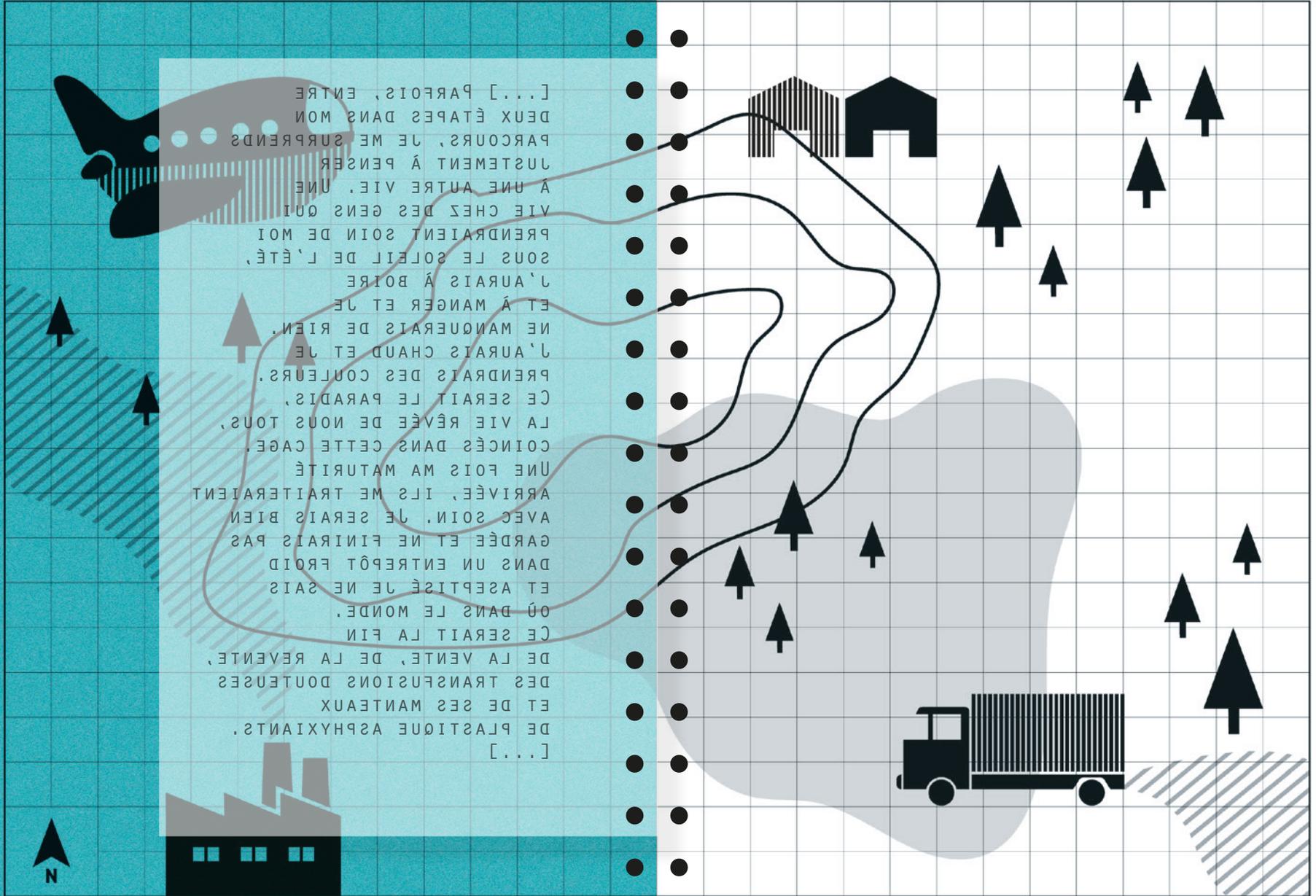
VENDREDI

L'ÉDUCATION ALIMENTAIRE

12H. Comprendre sa consommation

16H. Une approche éducative globale de l'alimentation





[...] DE PLASTIQUE ASPHYXIANTS.
 ET DE SES MANTEAUX
 DES TRANSFUSIONS DOUTEUSES
 DE LA VENTE, DE LA REVENTE,
 CE SERAIT LA FIN
 OÙ DANS LE MONDE,
 ET ASEPTISÉ JE NE SAIS
 DANS UN ENTREPÔT FROID
 GARDÉE ET NE FINIRAIS PAS
 AVEC SOIN. JE SERAIS BIEN
 ARRIVÉE, ILS ME TRAITERAIENT
 UNE FOIS MA MATURITÉ
 COINCÉS DANS CETTE CAGE,
 LA VIE RÊVÉE DE NOUS TOUS,
 CE SERAIT LE PARADIS,
 PRENDRAIS DES COULEURS.
 J'AURAIS CHAUD ET JE
 NE MANQUERAI DE RIEN,
 ET À MANGER ET JE
 J'AURAIS À BOIRE
 SOUS LE SOLEIL DE L'ÉTÉ,
 PRENDRAIENT SOIN DE MOI
 VIE CHEZ DES GENS QUI
 À UNE AUTRE VIE. UNE
 JUSTEMENT À PENSER
 PARCOURS, JE ME SURPRENDS
 DEUX ÉTAPES DANS MON
 [...] PARFOIS, ENTRER

COMPRENDRE SA CONSOMMATION

*“ L'école est un lieu privilégié pour permettre aux élèves d'acquérir les habitudes alimentaires adaptées. De plus, l'alimentation joue un rôle socialisant déterminant. Tous les élèves, de la maternelle au lycée ou encore les étudiants, sont concernés. Si un certain nombre de ressources éducatives visent le niveau primaire, car c'est un âge où ce type d'actions a le plus d'impact en matière d'évolution des habitudes alimentaires, l'éducation à l'alimentation dans les écoles peut être appréhendée par un ensemble d'acteurs dans ses différentes dimensions ”.*¹

C'est pourquoi cette dernière partie va mettre en avant les différents outils pédagogiques au service de l'éducation alimentaire existants. J'y développerai dans quelles conditions et quels contextes ils sont employés, mais aussi leur portée et leur action, qu'elle soit individuelle ou collective.

Afin de transmettre les bonnes habitudes alimentaires, de nombreux outils de transmissions et de médiation existent afin d'aider les consommateurs, mais surtout les enfants lors de leur éducation scolaire. Ces outils sont là pour les guider et les sensibiliser.

Prenons comme premier exemple une plate-forme pédagogique. Lancée par l'association *Passion Céréales*, il s'agit du site *MonChamp.fr*². Son ambition : recréer du lien entre les exploitants agricoles et les jeunes générations. L'idée est partie d'un constat : les agriculteurs sont nombreux à exprimer l'envie de faire connaître davantage leur métier au grand public, et notamment aux plus jeunes. L'outil numérique, ludique et peu contraignant, a semblé idéal pour faciliter cette mise en relation. Le principe est simple : à la manière d'un réseau social, agriculteurs et enseignants s'inscrivent sur la plate-forme *MonChamp.fr* et créent leur profil respectif. Une fois la connexion établie, l'agriculteur, l'enseignant et sa classe échantent tout

¹ Éduscol, " *L'importance d'une éducation à l'alimentation précoce et durable* " [en ligne] <<http://eduscol.education.fr/cid47664/une-education-alimentation-precoce-durable.html>>

² MonChamp.fr, " *Le projet pédagogique MonChamp.fr* ", <<https://www.monchamp.fr/le-projet.html>> [en ligne]

MONCHAMP.FR ?

plate-forme pédagogique favorisant la mise en relation des agriculteurs avec le grand-public.

PUBLIC CIBLE ?

grand-public mais plus particulièrement les jeunes générations et leurs enseignants, mais aussi les agriculteurs dans une volonté de les rapprocher.

PRODUITS / SERVICES ?

site internet basé sur le système d'un réseau social permettant de suivre la vie d'un champ sélectionné, ses évolutions et le travail quotidien de l'agriculteur.

ÉLÉMENTS EXPLOITABLE ?

réseau social, échange producteurs / consommateurs.

POINT FORT ?

enrichir et étendre des enseignements et savoirs théoriques, construire un projet pédagogique sur l'année en s'appuyant sur le dialogue.

POINT FAIBLE ?

concurrence des autres réseaux sociaux et système peu développé.

³ Court-Circuit, " *Actions réalisées* ", <http://courtcircuit-drome.fr/?page_id=29> [en ligne]

⁴ Bruxelles Environnement, " *Outils pédagogiques - Thème alimentation* " <<https://environnement.brussels/thematiques/alimentation/lecole/outils-pedagogiques-theme-alimentation>> [en ligne]

"L'école es pour perme les habitud De plus, l'a socialisant élèves, de l encore les Si un certa éducatives car c'est ur a le plus d' d'évolution l'éducation les écoles par un ense ses différe

C'est pour va mettre e outils péda de l'éducat J'y dévelop conditions ils sont em leur portée soit individ

COURT-CIRCUIT ?

association citoyenne agissant autour des enjeux alimentaires tel que le circuit-court par le biais d'animations et d'interventions.

PUBLIC CIBLE ?

habitants, producteurs, tissu associatif, économie marchande, collectivités et enfants du territoire.

PRODUITS / SERVICES ?

interventions auprès d'enfants, animations et films pour pouvoir informer et sensibiliser tout public.

ÉLÉMENTS EXPLOITABLE ?

films explicatifs dans le but d'informer et sensibiliser.

POINT FORT ?

possibilité d'échanger entre citoyens concernés, proximité entre consommateurs et producteurs.

POINT FAIBLE ?

manque de budget et de visibilité

BRUXELLES ENVIRONNEMENT ?

institut mettant à disposition des outils pédagogique téléchargeables.

PUBLIC CIBLE ?

pour les enseignants mais aussi de tout ceux désirant télécharger les dossiers disponibles. ils sont cependant destinés à être utilisés par des enfants.

PRODUITS / SERVICES ?

dossiers pédagogiques en téléchargement libre. chaque dossier peut-être utilisé indépendamment.

ÉLÉMENTS EXPLOITABLE ?

dossiers en libre accès composés d'un fichier élève et d'un fichier enseignant.

POINT FORT ?

gratuité et disponibilité pour tous,

POINT FAIBLE ?

graphisme peu attrayant, les dossiers pédagogiques sont parfois compliqués à comprendre.

¹ Éduscol, " L'importance d'une éducation à l'alimentation précoce et durable " [en ligne] <http://eduscol.education.fr/cid47664/une-education-alimentation-precoce-durable.html> ² MonChamp.fr, " Le projet pédagogique MonChamp.fr ", <https://www.monchamp.fr/le-projet.html> [en ligne]

³ Court-Circuit, " Actions réalisées ", <http://courtcircuit-drome.fr/?page_id=29> [en ligne] ⁴ Bruxelles Environnement, " Outils pédagogiques - Thème alimentation " <https://environnement.brussels/thematiques/alimentation/lecole/outils-pedagogiques-theme-alimentation> [en ligne]

“ L'école es
pour perme
les habitud
De plus, l'a
socialisant
élèves, de l
encore les
Si un certa
éducatives
car c'est ur
a le plus d'
d'évolution
l'éducation
les écoles j
par un ense
ses différe

C'est pourc
va mettre e
outils péda
de l'éducat
J'y dévelop
conditions
ils sont em
leur portée
soit individ

¹ Éduscol, " L'importance d'une éducation à l'alimentation précoce et durable " [en ligne]
<<http://eduscol.education.fr/cid47664/une-education-alimentation-precoce-durable.html>>
² MonChamp.fr, " Le projet pédagogique MonChamp.fr ",
<<https://www.monchamp.fr/le-projet.html>> [en ligne]

au long de l'année scolaire sur la vie d'un champ, ses évolutions et le travail quotidien de l'agriculteur, tout en s'appuyant sur un ensemble de ressources pédagogiques adaptées aux programmes scolaires. Si cela est possible, en fin d'année, une rencontre est organisée sur l'exploitation ou en classe.

Par ailleurs, une association réfléchit et agit autour de l'alimentation en général et des enjeux des circuits courts en particulier. Il s'agit de l'association *Court-Circuit*³ menant des actions économiques, pédagogiques, environnementales et solidaires. Elle a une mission pédagogique et engagée : informer, mobiliser et former producteurs, élus, habitants et intermédiaires autour des multiples enjeux de l'économie alimentaire. L'association réalise notamment des animations et des interventions directement sur le terrain. Par exemple, elle réalise des ateliers dans des écoles primaires. Ce sont des Interventions ponctuelles auprès des enfants du territoire.

Les principales thématiques évoquées sont la saisonnalité, les circuits courts, le gaspillage alimentaire. L'objet de ces animations : informer, sensibiliser, éveiller, inciter chaque citoyen à réfléchir à ses propres habitudes et à l'impact de ses actions. De plus, *Court-Circuit* a créé animations et films pour pouvoir informer et sensibiliser tout public autour des avantages et plaisirs du manger local, avec comme objet d'inciter chaque citoyen à réfléchir à ses propres habitudes et à l'impact de ses actions.

Selon *Bruxelles Environnement*⁴, pour réduire les impacts environnementaux de l'alimentation, il faut agir du champ à la fourchette, autrement dit de la production à la consommation, en passant par la transformation, le transport, la préparation, l'emballage ou le stockage. Le développement d'une production locale et de l'autoproduction permet aussi de réduire les impacts liés au transport, au stockage et à la conservation des aliments.

³ Court-Circuit, " Actions réalisées ", <http://courtcircuit-drome.fr/?page_id=29> [en ligne]
⁴ Bruxelles Environnement, " Outils pédagogiques - Thème alimentation " <<https://environnement.brussels/thematiques/alimentation/lecole/outils-pedagogiques-theme-alimentation>> [en ligne]

Finalement, le changement de nos modes de consommation est aussi en cause. Manger plus de fruits et de légumes, moins de produits d'origine animale, des produits frais, locaux et de saison... Ce sont autant de moyens efficaces d'agir pour limiter les impacts de notre alimentation sur l'environnement. C'est pourquoi, l'institut met à disposition des outils pédagogiques à destination des enseignants, mais aussi à tous ceux qui pourraient être intéressés par le biais de dossiers en téléchargement.

D'autre part, *Intermarché*, en partenariat avec *Les Éco Maires*, propose aux mairies et aux écoles l'animation *À la découverte des fruits de saison*⁵. Ce dispositif a pour but d'inciter les enfants à consommer davantage de fruits et de légumes, en leur expliquant les bienfaits d'une alimentation équilibrée. Les élèves sont invités à découvrir quatre fois par an, un fruit autour d'une leçon pédagogique et d'une dégustation.

Pour aider les professeurs et les écoles à mettre en place un thème éducatif sur les fruits et réaliser ces leçons, *Intermarché* met à leur disposition quatre kits pédagogiques (pomme, clémentine, banane, abricot), composés d'un livret pédagogique dédié à l'enseignant, pour lui permettre de réaliser une leçon et de fiches d'exercices pour les élèves. La dégustation et la distribution des fruits sont assurées par les Intermarché de la collectivité. Elles varient selon les périodes de l'année afin de redonner aux enfants la notion de saison. Pour chaque fruit différent, plusieurs variétés sont offertes aux enfants, de façon à leur faire sentir les différences de goût, de couleur, de texture entre les variétés d'une même catégorie de fruits.

Néanmoins, les adultes aussi ont le droit à leurs ressources pédagogiques. C'est le cas avec *Rutabaga*⁶ qui est la première newsletter verte. En s'inscrivant, on reçoit des conseils pour aider la planète, mais aussi des articles de fond

⁵ Intermarché, "À la découverte des fruits et légumes de saison" <<https://www.intermarche.com/home/tous-unis/pour-la-nutrition/decouverte-des-fruits-legumes.html>> [en ligne]

⁶ Rutabaga, "À propos" <<http://rutabaga.co/a-propos>> [en ligne]

À LA DÉCOUVERTE DES FRUITS DE SAISON ?

animation ayant pour but d'inciter les enfants à consommer davantage de fruits et de légumes.

PUBLIC CIBLE ?

les mairies et les écoles afin d'atteindre un jeune public tout en aidant les professeurs à mettre en place un thème éducatif.

PRODUITS / SERVICES ?

leçons pédagogiques et dégustations assurées par Intermarché afin d'inciter à une consommation plus régulière de fruits et légumes.

ÉLÉMENTS EXPLOITABLE ?

ateliers variant en fonction des saisons. Un fruit et un dépliant explicatif pour le consommateur.

POINT FORT ?

sa notoriété, les multiples campagnes de publicité à la télévision.

POINT FAIBLE ?

polémique sur les grandes surfaces, scandales alimentaires.

⁷ Application "Fruits et légumes de saison", disponible sur le Google Play Store. <sagix.fr>

RUTABAGA ?

newsletter constituée de conseils pour aider la planète, mais aussi d'articles de fond sur l'écologie.

PUBLIC CIBLE ?

des gestes simples et à la portée de tous, la cible est donc tous les consommateurs désirant faire un pas vers l'écologie.

PRODUITS / SERVICES ?

newsletter permettant de recevoir des astuces simples pour préserver l'environnement directement dans sa boîte mail.

ÉLÉMENTS EXPLOITABLE ?

informations régulières en petite quantité: éviter le bourrage de crâne et le risque de découragement.

POINT FORT ?

présente au quotidien et accessible directement sur smartphone.

POINT FAIBLE ?

les mails sont de moins en moins lus, on les supprime facilement et on privilégie les réseaux sociaux.

FRUITS ET LÉGUMES DE SAISON ?

application proposant une liste intuitive de fruits et légumes de saison, avec un classement par mois.

PUBLIC CIBLE ?

pour toutes les personnes soucieuses de respecter les saisons dans leurs assiettes ou simplement désirant se renseigner sur les fruits et les légumes.

PRODUITS / SERVICES ?

aide au consommateur afin de toujours savoir quels fruits et légumes sont de saison ou non directement depuis leur mobile.

ÉLÉMENTS EXPLOITABLE ?

application simple avec peu de fonctionnalités mais pourtant très complète: didactique et accessible.

POINT FORT ?

accessibilité, les applications sont de plus en plus utilisées car toujours sur nous.

POINT FAIBLE ?

beaucoup de concurrence entre les applications, peu de promotion autour de l'appli.

Finaleme
de nos m
est aussi
de fruits e
de produir
des produ
saison... C
efficaces
impacts d
l'environn
l'institut n
outils péd
des ensei
à tous ceu
être intéré
de dossie

D'autre pa
partenaria
propose a
l'animatio
fruits de s
a pour bu
à consom
et de légu
les bienfa
équilibrée
à découvr
un fruit a
pédagogic

⁵ Intermarché, "À la découverte des fruits et légumes de saison" <<https://www.intermarche.com/home/tous-unis/pour-la-nutrition/decouverte-des-fruits-legumes.html>> [en ligne]

⁶ Rutabaga, "À propos" <<http://rutabaga.co/a-propos>> [en ligne]

⁷ Application "Fruits et légumes de saison", disponible sur le Google Play Store. <sagix.fr>

bonnes
es
tes
tions.
on? en est
pratique
des
sur le
er tous
saison
insable
ommation
ose
mes
ment
nos
lication
et
rapide.
eurs ont
socier
elle,
traux.
d'œil
iels.

Finaleme
de nos mo
est aussi
de fruits e
de produir
des produ
saison... C
efficaces
impacts d
l'environn
l'institut n
outils péd
des ensei
à tous ceu
être intére
de dossie

D'autre pa
partenaria
propose a
l'animatio
fruits de s
a pour bu
à consom
et de légu
les bienfa
équilibrée
à découvr
un fruit a
pédagogic



⁵ Intermarché, "À la découverte des fruits et légumes de saison" <<https://www.intermarche.com/home/tous-unis/pour-la-nutrition/decouverte-des-fruits-legumes.html>> [en ligne]

⁶ Rutabaga, "À propos" <<http://rutabaga.co/a-propos>> [en ligne]

sur l'écologie. L'idée, c'est de pouvoir faire des petits gestes, sans prise de tête, et sans leçon de morale. C'est aussi de se rendre compte que, petit à petit et à notre échelle, on est tout à fait en mesure de faire bouger les choses. Les conseils touchent tous les domaines de la vie quotidienne : de l'alimentation au ménage en passant par l'hygiène, les transports, les courses et les loisirs. Ils permettent d'avoir une vision globale des gestes à mettre en place pour être un consommateur plus responsable et plus écologique. Grâce à ces conseils simples à mettre en place, on peut petit à petit devenir un consommateur responsable. Pour tous ceux qui ont envie de changer un peu leur mode de vie mais qui n'ont pas forcément le temps ou la motivation de faire la démarche de rechercher une information complexe à décrypter, *Rutabaga* est donc l'outil idéal pour s'y mettre, chacun à son rythme.

Enfin, pour toutes les personnes soucieuses de respecter les saisons dans leurs assiettes il existe aussi des applications. *Fruits et légumes de saison*⁷ en est un bon exemple. Simple, pratique et toujours disponible lors des courses, il suffit de cliquer sur le pictogramme pour afficher tous les fruits et légumes de saison à ce jour. Très vite indispensable pour les novices de la consommation durable, l'application propose une liste des fruits et légumes de saison, avec un classement par mois afin de faciliter nos recherches. De plus, l'application est très simple et intuitive et permet une prise en main rapide. Finalement, les développeurs ont également eu l'idée d'associer à chaque fruit et légume sa composition nutritionnelle, ses vitamines et ses minéraux. Cela nous permet d'avoir en même temps un coup d'œil sur nos apports nutritionnels.

⁷ Application "Fruits et légumes de saison", disponible sur le Google Play Store. <sagix.fr>

UNE APPROCHE ÉDUCATIVE GLOBALE DE L'ALIMENTATION

Les consommateurs veulent aujourd'hui savoir d'où viennent leurs aliments et comment ils ont été produits. L'objectif est de sensibiliser à la consommation responsable et durable et d'aider les consommateurs dans cette démarche. La mondialisation ayant affecté notre manière de se nourrir, il est nécessaire de comprendre l'importance d'aller vers une nouvelle alimentation, en particulier locale et de saison. Il s'agit d'apporter une nouvelle éducation alimentaire.

Finalement, *"préparer une activité pour sensibiliser les élèves à l'alimentation demande du temps : il faut cadrer les activités, produire des supports pédagogiques, etc. De cette manière, comme nous avons pu le constater, afin d'aider les enseignants dans cette démarche, il existe de nombreux outils : des kits, des idées, des supports multimédias ou encore une mallette pédagogique pour expliquer et faire intégrer les notions de local et circuit court, tout en s'inscrivant dans une approche éducative globale*

de l'alimentation. De quoi sensibiliser les enfants aux bienfaits d'une consommation durable et raisonnée".⁸ Cette éducation inscrite dans la durée de la scolarité permet aux élèves de développer l'acquisition des connaissances dans le but de faire des choix éclairés et responsables en matière de consommation. L'objectif ? L'acquisition dès le plus jeune âge de bonnes habitudes alimentaires.

Tout compte fait, ces outils montrent l'importance de l'éducation des enfants vis-à-vis de leur alimentation afin de les rendre, plus tard, plus responsables et qu'ils aient une alimentation raisonnée et durable. Cependant, il est aussi nécessaire d'améliorer l'alimentation des adultes, et plus particulièrement des étudiants. En effet, c'est au sein de la famille que se transmettent les premières notions d'éducation alimentaire et elles ne sont pas forcément correctes. L'augmentation des produits transformés rend nécessaire l'éducation vis-à-vis de ceux-ci

⁸ Alim'agri, " *Objectif : Transmettre les bonnes habitudes alimentaires* ", 2016 <<http://agriculture.gouv.fr/objectif-transmettre-les-bonnes-habitudes-alimentaires>> [en ligne]

⁹ CESE, L'éducation à l'environnement et au développement durable tout au long de la vie, pour la transition écologique, avis présenté par Allain Bougrain-Dubourg et Antoine Dulin, novembre 2013.

afin de les consommer consciemment. Le consommateur doit savoir lire un étiquetage et le comprendre. Il s'agit alors de s'approprier son panier en créant un rapprochement entre consommateurs producteurs et produit consommé.

Selon le CESE⁹, *"Les enjeux du développement durable croisent souvent ceux de l'éducation non formelle : accès à l'autonomie, participation, mixité et insertion sociale, promotion de l'égalité des chances et des droits, citoyenneté, initiative, diversité culturelle, équité territoriale, accès à des pratiques éducatives et culturelles, éducation à la santé, éducation au développement et à la solidarité internationale..."* En ce sens, l'éducation à l'environnement et au développement durable existe déjà mais il est important de l'améliorer avec de nouveaux objectifs.

Pareillement, cette partie montre que de nombreuses structures existent et sont engagées dans des démarches d'éducation à l'alimentation et qu'il est important

de les valoriser, avec par exemple le mouvement *Slow Food*¹⁰. Leurs actions permettent à des publics très diversifiés de développer leur esprit critique face aux stratégies utilisées par les services marketing. Elles proposent notamment des ateliers destinés à des populations telles que les étudiants tout en mentionnant leur manque de participation, que ce soit par méconnaissance ou simplement à cause d'une connaissance insuffisante des enjeux de leur consommation. Il est alors important de faire connaître ces nombreuses initiatives tout en répondant aux besoins et aux attentes des consommateurs.

Finalement, les pouvoirs publics organisent déjà des campagnes d'information destinées au grand public. Cette communication se veut pédagogique vis-à-vis des consommateurs afin de les sensibiliser sur leurs comportements alimentaires et les faire évoluer vers de nouveaux comportements. Cependant, plusieurs études¹¹ révèlent qu'elles n'ont que peu d'impact sur les comportements

¹⁰ Mouvement né en Italie dans le but de s'opposer au développement de la restauration rapide et préserver les cultures alimentaires locales, et qui vise à défendre une alimentation de qualité et de proximité respectueuse des petits producteurs et de l'environnement.

¹¹ *Les comportements alimentaires. Quels en sont les déterminants ? Quelles actions, pour quels effets ?*, synthèse de l'expertise scientifique collective réalisée par l'INRA, juin 2010 ; Comment mesurer l'impact des campagnes de prévention ?, colloque scientifique, INPES, décembre 2011.

des consommateurs en raison de leur diffusion à court terme. Les individus atteints sont généralement ceux déjà convaincus et intéressés par ces enjeux. De plus, le Conseil économique social et environnemental veut mettre en avant l'importance de penser notre consommation de façon globale car une bonne alimentation va au-delà des produits qui la composent. Il souligne la nécessité de consommer des produits locaux et de saison.

Parlons maintenant des médias : ceux-ci ont avant tout un objectif de rentabilité. De ce fait, leur but n'est pas de diffuser des messages pour l'intérêt général enjeu de santé publique, mais de mettre en avant des produits consommation. De plus, la diffusion d'informations télévisées étant de plus en plus importante, il est nécessaire de réussir à distinguer ce qui révèle de la publicité ou de la véritable information. Le CNA mentionne l'aspect culturel et insiste sur l'importance de le préserver. Il est inévitable de défendre

ces valeurs et cela commence par conserver la confiance des consommateurs envers les produits qu'ils achètent. Cela passe surtout par la communication autour de la sécurité sanitaire alimentaire. Ainsi, dans une société où l'impact de la publicité n'a jamais été aussi fort, il est important d'armer les plus jeunes à analyser de manière critique tous ces messages publicitaires qui nous entourent. C'est notamment le cas avec les interventions du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) qui permet de veiller au contenu des programmes mais aussi à leurs horaires de diffusion et bien plus encore.

En définitive, l'un des problèmes majeurs qui touche à la consommation alimentaire et que nous avons pu relever réside dans l'organisation et dans le développement de l'éducation. Certes, celle-ci existe, mais elle est compliquée et difficile à trouver : de multiples sources éclatées, des campagnes médiatiques diffusant de mauvaises ou fausses informations, des familles peu

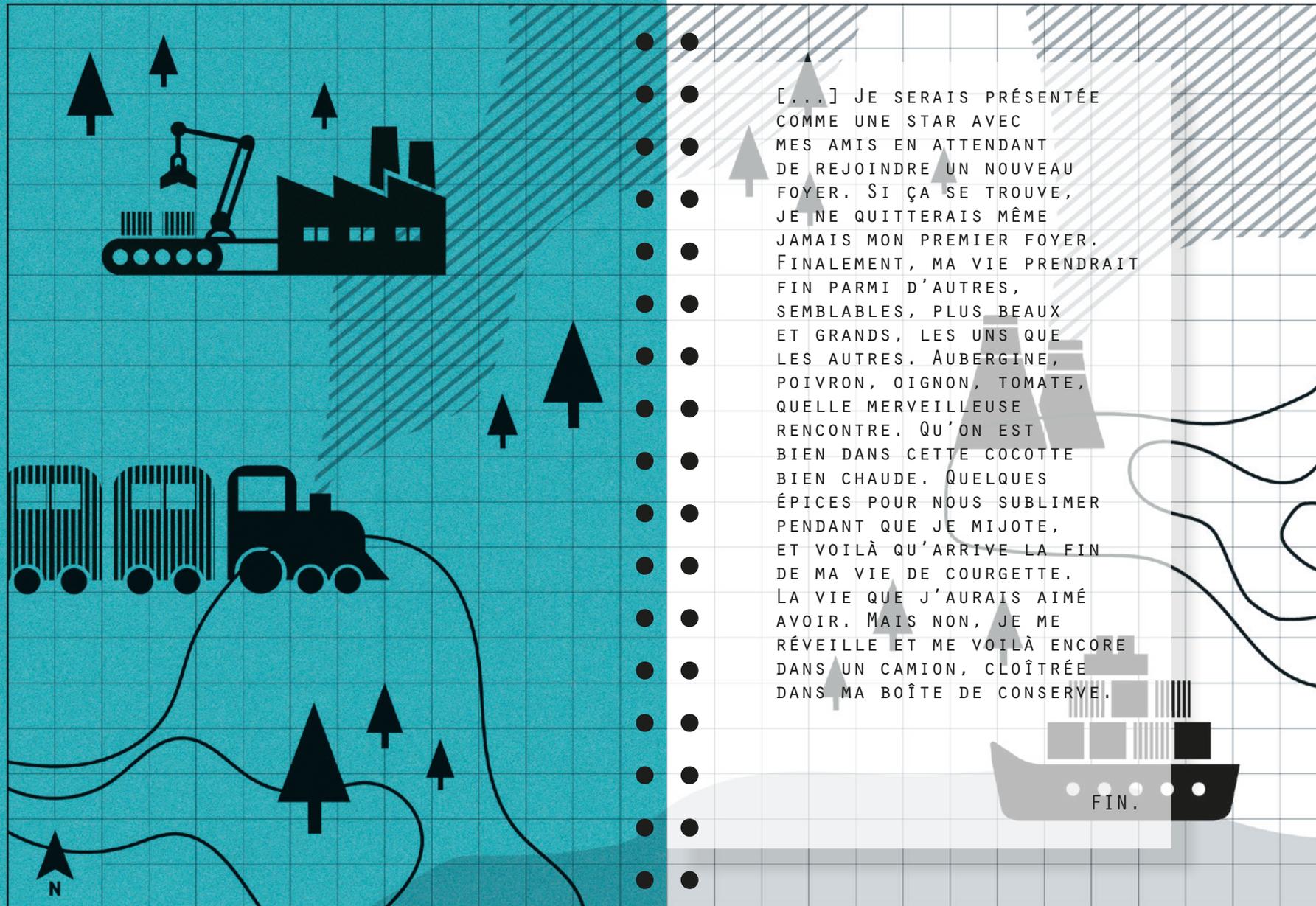
renseignées, etc. La qualité des enseignements comme leur provenance sont trop hétérogènes pour proposer des messages cohérents et bien visibles du consommateur. Il semble que la principale attente de ces derniers se situe à ce niveau. Un très fort souhait de voir cette éducation entrer dans un cadre légal et organisé. C'est pourquoi il est nécessaire de pouvoir donner une éducation alimentaire dès le plus jeune âge et jusqu'à la fin de notre vie. Ce point semble être le point de départ de toute action en la matière. Il est probablement dangereux d'autoriser les industriels de l'agroalimentaire et les distributeurs à communiquer sur les bienfaits explicites que peuvent apporter certains produits à la santé sans qu'une validation du message par un organisme qui saura trouver la confiance des particuliers ne s'opère : il faut cadrer ces informations, les filtrer et fournir une éducation adaptée afin de comprendre ces informations et de bien les interpréter. Pendant trop longtemps,

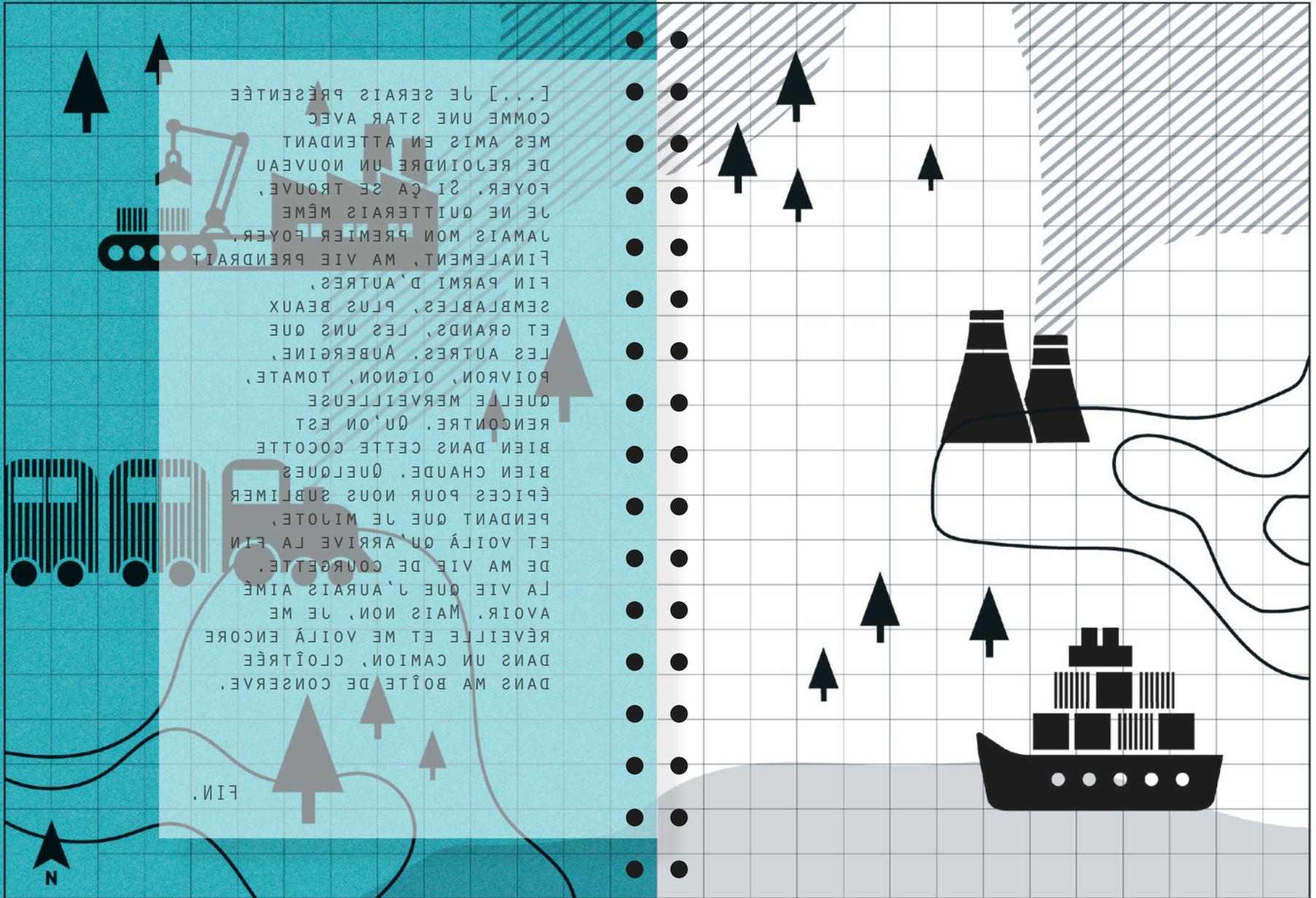
l'éducation à l'alimentation a été établie sur la diffusion d'un seul et unique message, identique pour tous et à contenu négatif, voire culpabilisant. Il est donc important de modifier le message afin d'atteindre les consommateurs sans être moralisateur. Comme nous l'avons vu, on a beaucoup pensé qu'il suffisait simplement de fournir aux consommateurs des connaissances nutritionnelles pour qu'ils modifient leurs comportements inappropriés. Alors qu'au contraire, il est essentiel de fournir une éducation adaptée en fonction de chaque consommateur, tout au long de sa vie. C'est l'objectif de mon projet que de proposer cette pédagogie de la consommation.

The image shows the cover of a teal spiral-bound notebook. The cover is a solid teal color with a fine, pebbled texture. A silver spiral binding is visible along the left edge. The word "SAMEDI" is printed in a large, bold, black, sans-serif font, underlined with a thick black horizontal line. Below this, the words "OUVERTURE" and "VERS LE PROJET" are printed in a smaller, black, sans-serif font, stacked on two lines. In the bottom right corner, the word "SAMEDI" is printed vertically in a small, black, sans-serif font.

SAMEDI

OUVERTURE
VERS LE PROJET





[...] JE SERAIS PRÉSENTÉE
COMME UNE STAR AVEC
MES AMIS EN ATTENDANT
DE REJOINDRE UN NOUVEAU
FOYER. SI ÇA SE TROUVE,
JE NE QUITTERAIS MÊME
JAMAIS MON PREMIER FOYER.
FINALEMENT, MA VIE PRENDRAIT
FIN PARMI D'AUTRES,
SEMBLABLES, PLUS BEAUX
ET GRANDS, LES UNS QUE
LES AUTRES. AUBERGINE,
POIVRON, OIGNON, TOMATE,
QUELLE MERVEILLEUSE
RENCONTRE. QU'ON EST
BIEN DANS CETTE COCOTTE
BIEN CHAUDE. QUELQUES
ÉPICES POUR NOUS SUBLIMER
PENDANT QUE JE MÛTE,
ET VOILÀ QU'ARRIVE LA FIN
DE MA VIE DE COURGETTE.
LA VIE QUE J'AURAIS AIMÉ
AVOIR. MAIS NON, JE ME
RÉVEILLE ET ME VOILÀ ENCORE
DANS UN CAMION, CLOÎTRÉE
DANS MA BOÎTE DE CONSERVE.

FIN.

N

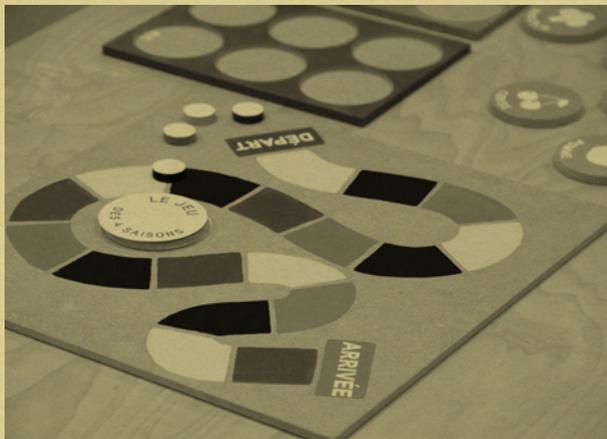
OUVERTURE VERS LE PROJET

Tout au long de ce mémoire, nous avons pu voir l'importance d'une éducation alimentaire afin de créer une prise de conscience pour aller vers de nouvelles habitudes de consommation alimentaire. De plus, l'éducation telle que nous l'entendons aujourd'hui a toujours utilisé différents types de médias et de supports variés afin de transmettre des connaissances de manière plus concrète et concernée. C'est pourquoi nous nous dirigeons vers des outils plus pratiques et plus pré-

Tout d'abord, nous avons travaillé sur le design didactique. Le premier défi a été de rendre l'enseignement des connaissances de manière plus concrète et fonctionnelle. Il s'agit de rendre compréhensible d'une information complexe à l'aide de supports visuels. Enfin, nous avons travaillé sur la médiation culturelle et la médiation visuelle et numérique.

J'ai notamment pu mettre ces outils en pratique lors d'ateliers, que je mène avec le Labo des Apprenants¹ en partenariat

avec Le Vaisseau² de Strasbourg. J'ai pu y élaborer des ateliers didactiques pour les enfants et accompagnants sur des thèmes tels que les fruits et légumes de saison ou encore la dimension



Atelier "Y'a plus d'saisons" testé lors d'un après-midi au Vaisseau

pour permettre aux enfants de choisir parmi les fruits et légumes proposés celui qu'il pense être de cette saison. Une fois sélectionné, il suffisait à l'enfant

¹ Un des quatre laboratoires de recherche de l'In Situ Lab pour l'année 2017-2018. Afin de mener au mieux ses recherches, le labo collabore avec Le Vaisseau pour tester et expérimenter des hypothèses / intuitions de projet.

² Le Vaisseau est un centre de découverte des sciences et des techniques pour enfants. C'est dans ce terrain de tous les possibles que nous avons pu nourrir réflexions et productions autour de nos questionnements respectifs.

de retourner le jeton pour savoir de quelle saison il était vraiment. Si la couleur correspondait, il remportait un point et pouvait mettre le jeton dans le panier de la saison correspondante. En cas de mauvaise réponse, il le reposait et c'était au tour de la personne suivante. Finalement, un plateau de jeu et des pions agrémentaient l'ensemble afin de donner un objectif aux enfants. Chaque bonne réponse leur a permis d'avancer leurs pions sur le plateau et le but était d'arriver

le plus loin possible pour gagner. De cette manière, cela fonctionne comme un jeu de société afin de les inciter à réfléchir et à mémoriser les bonnes réponses pour avancer et gagner. L'objectif de cet atelier est alors de fournir des informations et d'augmenter les connaissances des enfants et des parents sur la saisonnalité des fruits et légumes. C'était un moyen de leur faire comprendre la notion de saison dans l'alimentation tout en testant un élément de projet.

PAR CONSÉQUENT, L'ENJEU EST DE RENDRE L'ÉTUDIANT ACTEUR DE SON ÉDUCATION ALIMENTAIRE EN PASSANT PAR LE JEU, EN COMPLÉMENT D'OUTILS PLUS VARIÉS, QUI VONT ENTRER EN INTERACTION AVEC LUI TOUT AU LONG DE SA VIE ÉTUDIANTE, QUE CE SOIT PAR DES INTERVENTIONS DIRECTES OU INDIRECTES (AU SEIN DES CAMPUS).

DIMANCHE

BIBLIOGRAPHIE GLOSSAIRE

Je remercie mes directeurs de mémoire, Bruno et Jean-Claude ainsi que toutes les personnes qui m'ont aidé dans la réalisation de ce mémoire. Je remercie également le Vaisseau et ses médiateurs, mais aussi mes camarades de cantine pour leur bonne humeur et Mélissa pour sa relecture.

Je tiens tout particulièrement à remercier Cécile, Clémence et mon frère, Benjamin, pour leur précieux soutien, leur aide et leur présence bienveillante. Enfin, mes remerciements ne vont pas à mon chat, Luffy, et à Netflix, qui m'ont fait perdre beaucoup de temps malgré tout l'amour que je leur porte.

DIMANCHE

SOURCES
GLOSSAIRE

Je remercie mes directeurs de mémoire, Bruno et Jean-Claude ainsi que toutes les personnes qui m'ont aidé dans la réalisation de ce mémoire. Je remercie également le Vaisseau et ses médiateurs, mais aussi mes camarades de cantine pour leur bonne humeur et Mélissa pour sa relecture.

Je tiens tout particulièrement à remercier Cécile, Clémence et mon frère, Benjamin, pour leur précieux soutien, leur aide et leur présence bienveillante. Enfin, mes remerciements ne vont pas à mon chat, Luffy, et à Netflix, qui m'ont fait perdre beaucoup de temps malgré tout l'amour que je leur porte.

BIBLIOGRAPHIE

Alim'agri, " *Objectif : Transmettre les bonnes habitudes alimentaires* ", 2016 <<http://agriculture.gouv.fr/objectif-transmettre-les-bonnes-habitudes-alimentaires>> [en ligne]

Association Court-Circuit, " *Actions réalisées* ", <http://courtcircuit-drome.fr/?page_id=29> [en ligne]

AUDITORE Dante, " *Wall-E, la poésie contre l'hédonisme de masse* ", 2015. <<https://accattone.net/2015/12/03/wall-e-la-poesie-contre-lhedonisme-de-masse/>>, [en ligne]

BARTHES Roland, *Mythologies*, éditions du Seuil, 1957, 256 pages, col. Points

BOVÉ Josée et LUNEAU Gilles, *L'Alimentation en otage*, Paris, Éditions Autrement, 2015, 155 pages, Collection Angles & Reliefs.

Bruxelles Environnement, " *Outils pédagogiques - Thème alimentation* " <<https://environnement.brussels/thematiques/alimentation/lecole/outils-pedagogiques-theme-alimentation>> [en ligne]

CESE, " *Favoriser l'accès pour tous à une alimentation de qualité, saine et équilibrée* ", Avis présenté par Thierry Damien, janvier 2014.

COUTELLE Léo, et Jean-Philippe PIERRON. " *Penser une éthique alimentaire Dossier thématique. Se nourrir : Un enjeu éthique* ", Revue française d'éthique appliquée, vol. 4, no. 2, 2017, pp. 19-24.

DORTIER Jean-François, " *Barbara KRUGER* ", Archive. <<https://www.dortier.fr/la-publicite-nous-manipule-t-elle/>>, [en ligne]

Éduscol, " *L'importance d'une éducation à l'alimentation précoce et durable* " [en ligne] <<http://eduscol.education.fr/cid47664/une-education-alimentation-precoce-durable.html>>

ETCHEGOYEN Alain et Jean-Jacques GOLDMAN, " *Les pères ont des enfants* ", Éditions du Seuil, 1999, 286 pages, Collection Biographie.

FAO, définition des régimes alimentaires durables, <<http://www.fao.org/ag/humannutrition/biodiversity/fr/>>, [en ligne]

FÉLIX Virginie, MARX Thierry " *Se nourrir en 2050, ce sera manger moins mais manger mieux* ", 2016. <<http://www.telerama.fr/sortir/thierry-marx-se-nourrir-en-2050-ce-sera-manger-moins-mais-manger-mieux,150902.php>>, [en ligne]

FLOC'H Clémence, " *Du déséquilibre alimentaire des étudiants* ". <<http://www.studyrama.com/vie-etudiante/cuisine-etudiante/manger-equilibre/du-desequilibre-alimentaire-des-etudiants-40235>>, [en ligne]

FONTAINE Philippe, " *Les circuits courts rapprochent les producteurs des consommateurs* ", 2016. <<http://www.inra.fr/Grand-public/Economie-et-societe/Tous-les-dossiers/Circuits-courts-du-producteur-au-consommateur/>>, [en ligne]

FOUGIER Eddy, " *Les circuits courts sont-ils vraiment la solution à la crise agricole ?* ", 2016. <<http://wikiagri.fr/articles/les-circuits-courts-sont-ils-vraiment-la-solution-a-la-crise-agricole-78832>>, [en ligne]

GALBRAITH John Kenneth, *L'Ère de l'opulence et le libéralisme*, Éditions de L'harmattan, 2006.

GRANDJEAN Emmanuel, " *La publicité nous manipule-t-elle ?* ", 2011. <http://archives.mamco.ch/artistes_fichiers/K/kruger.html>, [en ligne]

BIBLIOGRAPHIE

Harris Interactive, enquête pour Allo Resto, "*Les étudiants et l'alimentation*", 2017. <http://harris-interactive.fr/opinion_polls/les-etudiants-et-l'alimentation/>, [en ligne]

ILLICH Ivan, *Œuvres complètes, Volume 1, Une Société sans école*, 1971, Éditions Fayard, 2004, 792 pages.

Intermarché, "*À la découverte des fruits et légumes de saison*" <<https://www.intermarche.com/home/tous-unis/pour-la-nutrition/decouverte-des-fruits-legumes.html>> [en ligne]

LABBÉ Christophe, PORQUET Jean-Luc, RECASENS Olivia, *Vive la malbouffe, à bas le bio !*, Paris, Éditions Hoëbeke, 2013, 186 pages, Collection Documents/Essai.

Lexique Novethic, "*La consom'action*" <<https://www.novethic.fr/lexique/detail/consom-action.html>> [en ligne]

MALAUURIE Guillaume, édité par BILLARD Sébastien, "*Vive la malbouffe, à bas le bio, ou comment être écoeuré par les supermarchés*", 2013. <<http://leplus.nouvelobs.com/contribution/826335-vive-la-malbouffe-a-bas-le-bio-ou-comment-etre-ecoeure-par-les-supermarches.html>>, [en ligne]

MEIGNAN Géraldine, *Les réseaux de la malbouffe*, Paris, Éditions Jean Claude Lattès, 2015, 250 pages, Collection Essais et documents.

Mes choix environnement, "*L'impact de l'alimentation sur l'environnement*". <<https://www.meschoixenvironnement.ch/mes-choix-alimentation/>>, [en ligne]

MonChamp.fr, "*Le projet pédagogique MonChamp.fr*", <<https://www.monchamp.fr/le-projet.html>> [en ligne]

Rédaction Atabula, "*Pour Emmanuel FABER, PDG de Danone, l'agroalimentaire doit se recentrer sur le local*", 2017. <<http://sumo.ly/5j8u>>, [en ligne]

Rutabaga, "*À propos*" <<http://rutabaga.co/a-propos>> [en ligne]

VERNAY Laurence, interview pour etumag n°70, "*Études & nutrition*", 2015. <<https://www.etudiants.ch/cms/etumag/070/etudes-et-nutrition>>, [en ligne]

"*Les comportements alimentaires. Quels en sont les déterminants ? Quelles actions, pour quels effets ?*", synthèse de l'expertise scientifique collective réalisée par l'INRA, juin 2010 ; *Comment mesurer l'impact des campagnes de prévention ?*, colloque scientifique, INPES, décembre 2011.

Wikipédia "*Altermondialisme*" <<http://fr.wikipedia.org/wiki/Altermondialisme>>

GLOSSAIRE RÉCAPITULATIF

Altermondialisme / 17

Courant de pensée qui s'oppose au libéralisme économique et à la mondialisation des pratiques financières dans le but de favoriser une économie plus sociale.

Américanisation / 06

Terme employé depuis le 20ème siècle pour décrire l'influence exercée par les Etats-Unis sur la vie des citoyens des autres pays du monde, propageant des caractéristiques de la culture Américaine que l'on peut qualifier de société de consommation.

Campus / 33

Espace rassemblant les bâtiments et l'infrastructure d'une université ou d'une école. Cela inclut les restaurants et résidences universitaires.

Circuit Court / 25

Mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par la vente directe du producteur au consommateur, soit par la vente indirecte, à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire entre l'exploitant et le consommateur. La majorité des circuits courts revêtent une dimension locale, au plus régionale.

Consom'acteur / 22

Mot-valise constitué à partir des mots " consommateur " et " acteur " pour désigner un consommateur qui n'accepte plus passivement les biens et les services qu'on lui propose. Consommériste averti, il n'hésite plus à contester le pouvoir des marques.

Écologie / 16

Moyen mis en œuvre pour maintenir et sauvegarder un environnement naturel sain. Cela implique notamment un contrôle des pollutions et l'utilisation de matière et de matériaux spécifiques (produits conçus de manière naturelle, non-utilisation de produit chimique, etc).

Enjeu de santé publique / 35

Sujet, thème, préoccupation, objectif ou priorité concernant l'ensemble du champ d'action de la santé à l'échelle d'une communauté, d'un pays, etc.

Hédonisme / 15

Motivation de l'activité économique par la recherche du maximum de satisfaction par le minimum d'efforts.

Industrie agroalimentaire / 07

Ensemble des activités industrielles qui transforment des productions alimentaires issues de l'agriculture ou de la pêche en aliments industriels destinés essentiellement à la consommation humaine.

Lobby / 31

Réseau ou groupe de personnes créé pour promouvoir et défendre les intérêts privés d'un groupe donné en exerçant des pressions ou influences sur des personnes ou institutions publiques détentrices de pouvoir.

Locavorisme / 23

Mouvement et habitude de vie basée sur la consommation de denrées produites dans un rayon de 100 à 250 kilomètres maximum autour de son domicile.

Mondialisation / 17

Élargissement du champ d'activité des industries du cadre national à la dimension mondiale. Soit le passage du local au global.

Saisonnalité / 21

À chaque fruit et chaque légume sa saison. Il faut être attentif à l'origine géographique, et si possible au mode de culture, des produits proposés sur les étals des marchés et supermarchés. Pour aider notre assiette à respecter la planète, il est très important de respecter le cycle naturel et de consommer de préférence des fruits et légumes locaux et de saison.

Slow Food / 46

Mouvement né en Italie dans le but de s'opposer au développement de la restauration rapide et préserver les cultures alimentaires locales, et qui vise à défendre une alimentation de qualité et de proximité respectueuse des petits producteurs et de l'environnement.

Société de consommation / 05

Le concept de société de consommation renvoie à l'idée d'un ordre économique et social fondé sur la création et la stimulation systématique d'un désir de profiter de biens de consommation et de services dans des proportions toujours plus importantes.

