

GUIDE D'ANIMATION JUNKFOODBADTRIP



Ce petit guide vous est proposé pour faciliter l'animation d'un échange autour du film [Junkfoodbadtrip](#), d'une discussion sur les dérives de l'industrie agroalimentaire et de l'industrie marketing. L'objectif de cet outil pédagogique est de susciter le débat entre jeunes, le partage d'opinion sans jugement, afin de développer leur esprit critique. Cette animation peut être un point de départ pour lancer des projets engagés dans votre MJ et/ou créer du lien entre des jeunes et des acteurs-trices locaux de la transition alimentaire. Ce guide et le film sont disponibles gratuitement pour le secteur jeunesse, sur demande de diffusion à Skatoria asbl.

PUBLIC CIBLE

L'outil s'adresse à des jeunes de 13 à 35 ans, spécifiquement à des jeunes qui ont un intérêt pour la culture skateboard. Le sujet du film et sa thématique sont néanmoins «tout public» et peuvent toucher des jeunes ne pratiquant pas le skateboard. Le thème du film est sombre mais sa forme restant légère, il demeure accessible à des publics plus jeunes.

ANIMER UN DÉBAT - BONNES PRATIQUES

L'animateur-trice pose le cadre bienveillant, distribue la parole équitablement, veille au respect de chacun-e et aide à construire une compréhension collective de la thématique. Il-elle n'a pas un rôle de 'professeur-e' et n'amène pas son opinion mais guide le débat, fait émerger le débat à partir des contributions des participant-es. Il-elle peut cependant questionner des affirmations, se référer à des faits pour affirmer ou déconstruire certaines idées reçues et rebondir sur certains éléments pour développer la discussion. Pour cela de la documentation est disponible dans la section ressources. Reconnaître son ignorance sur certaines questions posées est tout à fait bienvenu et même recommandé pour construire une relation de confiance et d'égal à égal avec le groupe. L'animateur-trice recadre gentiment une personne qui prendrait trop de place ou manquerait de respect à d'autres, sollicite les distrait-es dans une dynamique inclusive. Il-elle redirige le débat quand celui-ci sort du cadre. Pendant le débat il-elle veille au timing et prend quelques notes pour resumer la réflexion et clôturer la discussion. Tout au long du débat il-elle veille au bien être de chacun-e en faisant attention aux signaux non verbaux.

Pour aller plus loin, découvrez des ressources sur la posture de l'animateur sur www.et-toi.be

POSER UN CADRE BIENVEILLANT

Quelques règles à communiquer et valider avec les participant-es:

- J'écoute de manière bienveillante et respecte les autres.
- Je ne monopolise pas trop la parole.
- Je laisse chacun-e exprimer son opinion, ce n'est pas grave et même plus riche si tout le monde n'est pas d'accord.
- Je développe mes arguments pour ou contre.
- Si je n'ai pas envie de participer, je ne distrais pas les autres en parlant.
- Ce qui est dit dans le débat n'est pas public et reste dans le groupe.
- Si quelque chose qui est dit me dérange, c'est important de l'exprimer de manière bienveillante.

DÉBAT CLASSIQUE

DURÉE IDÉALE

Projection : 21min - Débat : 40 min

QUESTIONS OUVERTES

→ Comment vous sentez vous après le film? Quelles émotions avez-vous vécues ? À quels moments du film ?

Permet d'accueillir les émotions suscitées par le film, d'accepter le malaise, d'être conscient·e de ses émotions

→ À quoi le film vous a-t-il fait penser ? Avez-vous vu des liens avec votre vie quotidienne ?

Privilégier le tour de table ou la méthode «popcorn» pour que tout le monde prenne la parole.

→ Est-ce que vous avez des incompréhensions par rapport au film ?

Proposer à d'autres de réagir pour construire une compréhension collective du film en croisant les points de vue.

→ Quelles sont les problématiques soulevées par le film?

- Pourquoi cette problématique existe? (sélectionner)
- Connaissez-vous des solutions à celle-ci?

Prendre le temps de développer l'une ou l'autre thématique et accepter qu'elles ne seront pas toutes abordées

QUESTIONS THÉMATIQUES

Pour alimenter ou relancer le débat si les participant·es ne sont pas très bavard·es

Alimentation et santé

→ Qui sait ce que ça veut dire «junk food»?

Une nourriture à faible qualité nutritive produite industriellement. En anglais «junk» signifie «poubelle» ou «camelotte». Food signifiant «nourriture»

→ Qui ici aime bien aller au fast-food ? (Levez-vous si c'est le cas)

Préciser qu'il n'y a pas de jugement, que tout le monde aime bien de temps en temps manger de la junk food, ce n'est pas «mal». L'idée étant de mettre à l'aise et libérer la parole.

→ Quels aliments connaissez-vous qui ne sont pas bon pour la santé? Pourquoi?

→ Connaissez vous des additifs ? Quelles sont leurs utilisations? Leurs impacts sur la santé ?

→ Que savez-vous sur les crises alimentaires passées ou en cours?

Pratiques marketings

→ Quelles pratiques marketing ont été évoquées dans le film?

→ Comment la publicité nous influence?

→ Est-ce que quelqu'un connaît le marketing d'influence ?

Parler des influenceurs et influenceuses sur insta, tiktok, youtube. On achète des produits pour s'associer à nos idoles.

→ **Qui sait comment les magasins font pour nous pousser à la consommation ?**

Parler des promos qui poussent à acheter plus, du placement de sucreries à la caisse, des packagings attractifs et des cadeaux offerts pour pousser à l'achat.

→ **Quels sont les publicités qui vous plaisent?**

→ **Quelles questions pensez-vous qu'il faut se poser si on est face à une publicité, une promotion, un produit ?**

Séparer la publicité du produit permet d'avoir un regard critique, on peut aimer une publicité sans forcément consommer. On peut s'entraîner à repérer les publicités et comprendre les stratégies marketings derrière. Quelles sont les associations d'idées proposées? Avec Redbull ® par exemple c'est « les riders extrêmes boivent de l'energy drink ».

→ **Qui sait ce qu'est le greenwashing et peut l'expliquer?**

Lire le guide sur le greenwashing

→ **Avez-vous déjà repéré du greenwashing ? Expliquez.**

→ **Pourquoi le greenwashing est un problème ?**

Parler des labels bio, l'utilisation du mot «bio» n'étant pas protégée, de la confusion générée par la désinformation, l'utilisation d'affirmations floues ou incomplètes.

Maltraitance animale

→ **Savez-vous comment les animaux sont traités dans l'industrie agroalimentaire?**

→ **Pourquoi pensez-vous qu'il y a de la maltraitance?**

Parler du capitalisme, de la course aux prix bas, à «l'économie», à la productivité sans questionnement éthique. Parler des pressions des grandes surfaces pour faire baisser les prix aux producteurs. Les animaux deviennent des «marchandises» quand élevés à grande échelle et les employés des «machines».

→ **Comment peut-on lutter contre la maltraitance animale ?**

Aller vers des producteurs locaux qui ont un lien avec leur bêtes, éviter la viande industrielle, élever soi-même des animaux quand on peut ou soutenir ceux et celles qui le font éthiquement... Ou opter pour un régime végétarien ou végétalien (vegan).

Alternatives à la nourriture industrielle

→ **Après toutes ces discussions, est-ce que vous pensez que notre industrie alimentaire va bien ?**
(Levez-vous si vous pensez que non)

→ **Qu'est-ce qu'il existe comme alternatives?**

Parler du bio, du local, du fait-maison, de prendre le temps pour préparer sa nourriture et ne pas acheter de la nourriture transformée pleine d'additifs, de sucres, de graisses, de sel.

→ **Est-ce que quelqu'un sait comment faire une mayonnaise maison?**

→ **Est-ce que vous pensez que ces solutions sont accessibles à tout le monde? Que peut-on faire?**

CONCLUSION

→ **Comment vous sentez-vous après le débat ?**
(Tour de table)

→ **Est-ce que quelqu'un veut résumer un peu les problématiques abordées ?**

→ **Est-ce que quelqu'un veut résumer les solutions et alternatives proposées ?**

Peut être complété ou fait par l'animateur·trice

DÉBAT MOUVANT

DURÉE IDÉALE

Projection : 21min - Débat : 40 à 60 min

METHODOLOGIE

Note: ceci est une adaptation libre du débat mouvant, n'hésitez pas à consulter d'autres ressources.

- Commencer par les 2 ou 3 premières questions ouvertes du débat classique avant d'aller vers un débat mouvant plus dynamique.
- Délimiter une zone au centre de la pièce que l'on nomme la rivière du doute. D'une part de la rivière on définit la zone « d'accord » et de l'autre côté la zone « pas d'accord »
- Une personne est désignée pour choisir une phrase à débattre. Les phrases peuvent être imprimées sur des papiers séparés ou fournies sous forme de liste. La personne lit la phrase et chacun·e à 10 sec pour se positionner dans l'une des 3 zones.
- Ensuite chaque personne ont 2 min pour réfléchir à des arguments à présenter pour convaincre des gens de rejoindre leur camp. Chacun·e à son tour, une personne de chaque zone peut présenter un argument. Chaque personne peut alors rester ou changer de zone si il·elle a été convaincue.
- Quand le débat s'épuise, on peut changer de phrase.

Il est également possible que chaque zone fonctionne plus comme des équipes avec des moments de concertation en groupe.

PHRASES À DÉBATTRE

N'hésitez pas à créer vos propres phrases et aussi à vérifier que les termes sont bien compris par tout le monde.

- La publicité est utile car elle permet de mieux choisir les produits qui correspondent à nos attentes
- Chacun et chacune est libre de ses choix de consommation
- Acheter bio ça ne sert à rien, c'est juste du greenwashing
- Manger végétarien ça ne change rien si tout le monde continue à manger de la viande
- Manger végétalien (vegan) est toujours plus écologique et meilleur pour le bien être animal
- La nourriture est bien contrôlée et on ne risque rien pour notre santé en mangeant de la nourriture industrielle
- Le sucre, le sel et le gras sont importants pour satisfaire le consommateur
- Quand on mange bio, il y a toujours plus d'argent pour le producteur
- Manger bio c'est seulement un luxe de bobo
- En tant que jeune on n'a pas vraiment d'influence sur la manière dont la nourriture est produite
- C'est la responsabilité du consommateur d'être critique envers les publicités
- C'est au consommateur de choisir si il veut manger sain ou non
- C'est impossible de sortir du modèle d'alimentation industriel

RESSOURCES

SUGGESTION

Inviter un intervenant·e local qui propose une alternative alimentaire pour créer du lien avec les jeunes et enrichir les débats. Veillez à ce que la discussion reste ouverte aux jeunes et que l'opinion et l'expérience de l'intervenant·e soit posée d'égal à égal. Solliciter l'intervenant·e sur des questionnements soulevés par les jeunes. Inviter les jeunes à venir découvrir le lieu de travail de l'intervenant·e local pour décroquer la transition alimentaire.

RESSOURCES

- Plus de 20 animations thématiques sur les boissons énergisantes, la consommation durable, les eaux et boissons sucrées, les médias et pleins d'autres sur www.et-toi.be/les-thematiques/
- [Interview pointculture](#) sur le film Junkfoodbadtrip
- [Thinkerview de Christophe Brusset](#) sur l'agro-alimentaire vue de l'intérieur
- Le [magazine Tchak](#) qui parlent du green-washing, des enjeux de l'agriculture paysanne, de la crise alimentaire du sésame, etc.
- Guide de l'[Anti-greenwashing](#) de l'ademe
- #Investigation : [la face cachée du bio](#)
- [Le scandale alimentaire, scénario à répétition \(...\)](#) Lemonde.fr

ANIMATIONS SKATORIA

Pour une projection en présence du réalisateur ou pour une projection accompagnée d'un live musical (ciné concert), contactez-nous.

Nous disposons aussi de poster-magazines à l'effigie du film qui renvoie vers des contenus additionnels. Ceux-ci sont distribués gratuitement ou à prix libre de soutien aux prochaines éditions.

CONTACT

Kevin Dupont - réalisateur
Skatoria.diffusion@gmail.com
+32 475 44 31 79

NOUS SUIVRE

Pour être tenu·e au courant du développement de l'outil pédagogique, de nos prochaines animations, visiter notre site web et abonnez-vous à nos réseaux sociaux. N'hésitez pas à nous transmettre vos retours pour nous aider à développer l'outil et nos animations!

Skatoria.be/Junkfoodbadtrip
Facebook: [Junkfoodbadtrip](#)
Instagram: [Skatoria.project](#)

REMERCIEMENTS

Film réalisé et diffusé entre autres avec le soutien de :

La Région Wallonne
MJ Verte
Fédération Wallonie Bruxelles
La Fondation Roi Baudouin
Promo Jeunes ASBL
Centre Culturel du Brabant Wallon
Bruxelles Laïque