



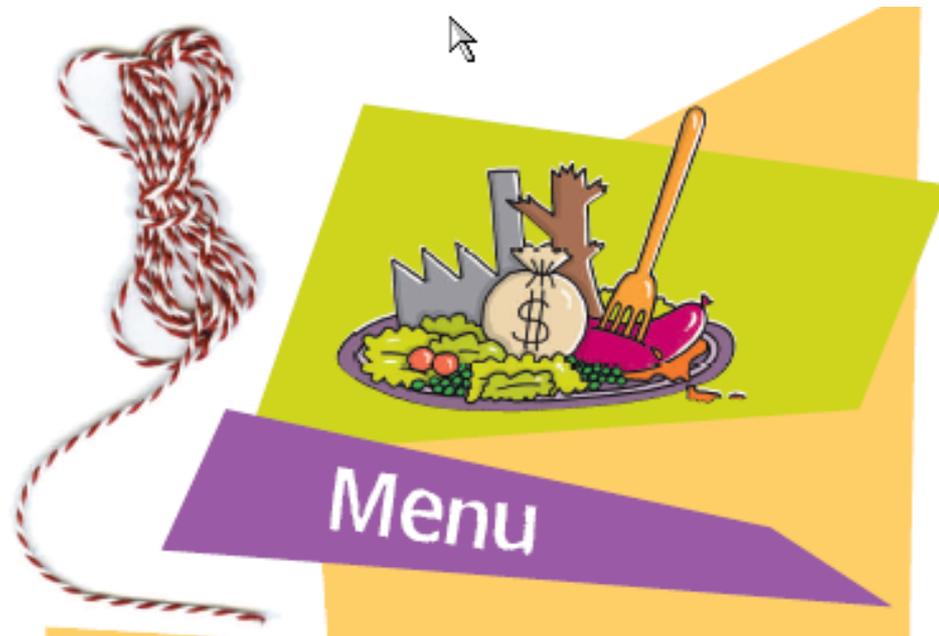
Le jeu de la ficelle

un outil pour déjouer votre assiette !



Le classeur et le
carnet
d'accompagnement

Infos pratiques



p.05 1 ● Avant de passer à table... [préambule]

p.07 2 ● Aux fourneaux ! [mode d'emploi]

p.13 3 ● Autour de la table [cartes d'identité]

p.25 4 ● En savoir plus ! [fiches thématiques]

p.85 5 ● Pour les plus petits [identités enfants]

p.97 6 ● Le panier [ressources]

p.117 7 ● Arrière-cuisine [le réseau]

- Préambule, explication de la démarche et des collaborations
- Informations pédagogiques et pratiques pour l'animation
- Les identités du jeu Adultes
- Plus d'information sur les identités et les thématiques
- Identités pour jouer avec les plus jeunes
- Ressources : sources détaillées, abécédaire, approche systémique, alternatives, liens internet, bibliographie thématique
- Le réseau des associations qui ont collaboré au jeu de la ficelle

Animation du jeu : les étapes

Durée : 2 à 3 h (variable en fonction des étapes 3 et 4)

Nombre de participants : 20 à 35

1. Le jeu (de 45 min à 1h)

- A • L'animateur présente le jeu comme un exercice nous permettant d'explorer le monde dans lequel nous vivons aujourd'hui. Il **explique le déroulement** du jeu et propose aux participants de jouer chacun un rôle, lié de près ou de loin à l'assiette moyenne du Belge. L'aspect "jeu de rôle" peut être plus ou moins accentué en fonction du public et des objectifs.
- B • Les participants sont invités à **s'installer en trois cercles concentriques** (le nombre de personnes par cercle est déterminé par l'animateur en fonction des cartes d'identité qu'il aura choisies au préalable).
- C • L'animateur **distribue une carte d'identité** à chaque participant, selon leur place sur les trois cercles. S'il y a des éléments que les participants ne comprennent pas, l'animateur leur propose de poser de questions sur leur identité.
- D • L'animateur **invite une identité de l'assiette à se présenter**. Puis demande : « *Dans le cercle des organisateurs ou des impacts, qui pense être en lien avec cette identité de l'assiette ? Et pourquoi ?* ».
- E • L'animateur **relie les participants au fur et à mesure avec la ficelle**, chaque fois que l'un d'eux se présente. Ainsi, si le morceau de bœuf débute le jeu, il pourra être relié à De Santos, à l'eau, à la terre argentine... jusqu'à ce que plus aucun participant ne lève la main. Ensuite, une autre identité de l'assiette se présente, par exemple la courgette du Kenya, pour se relier à Wambe, à l'eau, au pétrole... Et ainsi de suite... Lorsque tous les éléments de l'assiette se sont présentés, les identités des cercles impacts et organisateurs peuvent aussi se relier entre-elles.
- F • L'animateur peut **émailler le jeu d'anecdotes ou de données relatives aux identités** (cf. fiches thématiques) et inciter les participants à exprimer pourquoi ils se sentent reliés les uns aux autres.
- G • Lorsque chacun s'est exprimé, pour clôturer l'exercice, l'animateur invite les participants à **tirer sur le fil qui les relie** aux autres afin de sentir toutes les tensions et relations au sein du système.

2. Expression du ressenti (10 min)

L'animateur invite les participants à exprimer ce qu'ils ont ressenti pendant le jeu : impuissance, injustice, déni, incompréhension, culpabilité, surprise...

3. Analyse : décodage politique et éthique (20-30 min)

Voir aussi le carnet d'accompagnement.

L'animateur invite les participants à identifier et décoder :

- leurs idées concernant le fonctionnement de ce système
- les « gagnants » et les « perdants » du système
- les relations de pouvoir au sein du système
- les liens avec la réalité vécue par les participants et leur place au sein du système, en tant qu'acteur de celui-ci.

→ Une fiche A4 avec toutes les étapes minutées pour l'animateur

→ Des variantes

→ Des conseils

Les fiches identité avec lesquelles on joue comportent des indications pour l'animateur → place dans le cercle et fiche indispensable



Je suis un beau morceau de bœuf

Entier, haché, reconstitué ou ce que vous voulez. J'ai été produit dans des élevages industriels qui créent quelques petits problèmes environnementaux : on ne sait que faire de mes flatulences et déjections. Je consomme beaucoup d'eau (25.000 litres pour produire 100 g de bœuf). Aujourd'hui, je ne mange plus que des protéines végétales (soja, manioc, céréales) produites intensivement par les pays du Sud. Je mange aussi un peu de poisson mais il ne faut pas le dire. Si je suis un bœuf, il me faut 7 à 10 kg de céréales et de légumineuses pour produire 1 kg de viande, pour le porc ce rapport est de 4 kg pour 1 kg. Le bétail des pays du Nord mange autant de céréales que tous les habitants de l'Inde et la Chine réunis.

2



Je suis la publicité

*Je suis Valérie**Je suis Augusta*

Je m'insinue partout chez vous, en vous, au plus profond de votre être, je vous transforme en consommateur pur, purifié, dirais-je. Purifié de tout déchet encombrant, d'esprit critique. Je construis ce monde prospère de l'abondance.

Le rêve est accessible, il suffit de l'acheter.

J'aide les multinationales à vendre leurs produits. Au fond, je vous éduque, vous apprends que faire dans les situations difficiles de votre vie.

Avec moi, vous prenez les bonnes résolutions : je devrais m'appeler « information », « communication », « éducation permanente » !

« La publicité n'est pas seulement parole commerciale, mais aussi parole politique, parole sociale, parole morale, discours idéologique toujours. Elle est le langage dominant de la culture, sans doute le système d'information le plus important de l'histoire »⁵⁰.

La publicité influence nos comportements

La publicité est **omniprésente** dans nos vies quotidiennes : chaque jour nous subissons le **matraquage** publicitaire à **tout moment et en tout lieu** : à la radio, à la télévision, via affichages publicitaires sur les aubettes de tram, les bus, dans les gares, dans les métros (plus de 600 panneaux de 2 m² dans les métros bruxellois), en rue, au cinéma, par le web, par téléphone, par courrier, dans la presse écrite, sur les emballages des produits, lors des manifestations culturelles et sportives, échantillons pour bébé dans les colis de la maternité, les pack de rentrée scolaire, les distributeurs de produits dans les écoles, etc. Toutes les voies sont bonnes pour attirer le client.

La publicité est le **fer de lance de la société de consommation** dans laquelle nous vivons car le système économique capitaliste repose sur la recherche de profit par la production de biens et leur consommation. Au cours du XX^{ème} siècle, la production de biens manufacturés n'a cessé d'augmenter : l'offre s'est diversifiée, et aux biens matériels sont venues s'ajouter des prestations de services toujours plus variées. Notre système économique repose sur la **création de nouveaux désirs** (appelés « besoins ») **qui seront satisfaits par de nouveaux produits ou de nouveaux services**. La publicité permet de nous persuader que nous avons besoin de ces nouveautés. Elle nous incite à surconsommer.

La publicité en chiffres

Les **dépenses publicitaires des entreprises** représentent un **marché économique de taille gigantesque**. Ainsi, en France en 2005, les entreprises françaises ont déboursé 31,8 milliards d'euros pour leurs campagnes publicitaires et leurs opérations de mécénat ou de relations publiques. En 2006, ces dépenses ont encore progressé de 3%⁵¹. Ces **dépenses** illustrent souvent le choix des firmes qui investissent dans le marketing et la publicité, plutôt que dans l'amélioration des conditions de travail des employés, pour le bien-être social, la réduction du temps de travail, les valorisations salariales, etc.

LE SAVIEZ-VOUS ?

- Patrick Le Lay, PDG de TF1 en 2004 a déclaré : « A la base, le métier de TF1, c'est d'aider Coca-Cola, par exemple, à vendre son produit (...) pour qu'un message publicitaire soit perçu, il faut que le **cerveau du téléspectateur soit disponible**. Nos émissions ont pour **vocation de le rendre disponible**, c'est à dire le **divertir**, de le **détendre** pour le préparer entre deux messages... **Ce que nous vendons à Coca-Cola c'est du cerveau humain disponible**. Rien n'est plus difficile que d'obtenir cette disponibilité...⁶⁰ »

Les fiches identité sont argumentées et détaillées pour approfondir certaines thématiques

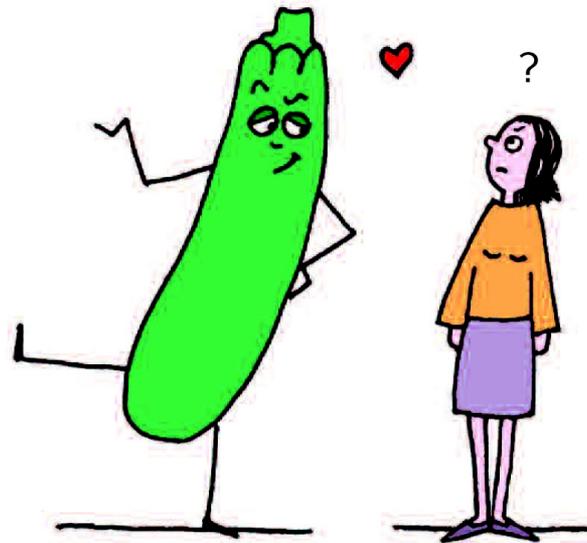
Des encadrés « Le saviez-vous ? » pour émailler d'anecdotes et enrichir le contenu pendant l'animation

⁵⁰ Bernard Cathelat, *Publicité et Société*, Ed. Payot, in Besset, p 252.

⁵¹ *Le Monde*, 9 mars 2006.

Thématiques à approfondir ?

- Lait
- Climat
- Cultures
- Jeans, gsm
- Etat
- Finance
- ...

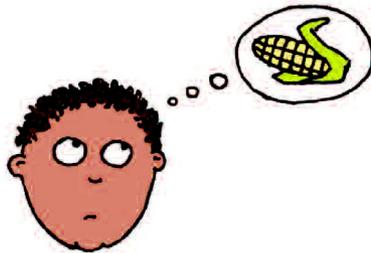


- Les fiches enfants : identités différentes, plus illustrées, texte simplifié
- Pas de méthodologie appropriée dans le classeur : en projet

Je suis De Santos, du Brésil



3



J'ai 12 ans, et je n'ai pas assez à manger.
Pourtant, il y a beaucoup de terres cultivables dans mon pays.
On y fait pousser du soja et des céréales.

Mais ce n'est pas pour nous nourrir.

Ces céréales sont transportées vers les pays d'Europe et les Etats-Unis pour donner à manger au bétail (vaches, porcs, etc.).

Si toutes ces céréales étaient destinées à l'alimentation des humains, on pourrait donner à manger à la population entière de la terre.

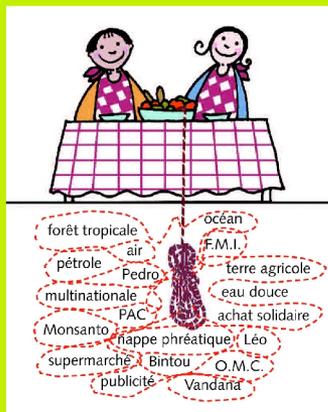
Pourtant, chaque jour, dans le monde entier, 12.000 enfants de moins de 5 ans meurent de faim.

Penser autrement ?

Le jeu de la ficelle

Une proposition écosystémique

Rédigé par Daniel Cauchy et Michel Luntumbue



Le carnet

→ Aller plus loin dans la réflexion...

→ Trouver des pistes de recadrage pour l'animation

Le carnet

« Penser autrement ? Une proposition écosystémique »

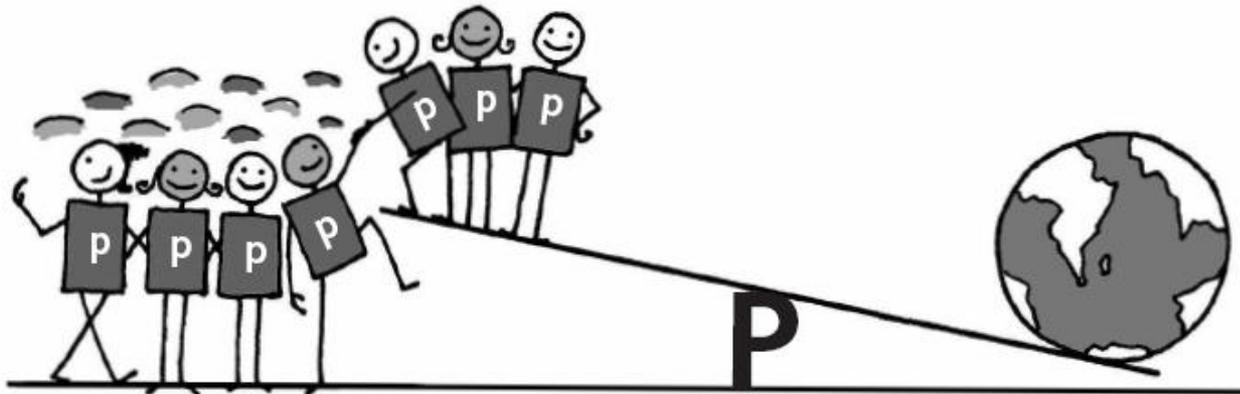
- Pour aller plus loin dans l'approche systémique.
- Pour questionner les fondements de notre modèle de société.
- Pour se positionner en termes éthiques et politiques.
- Pour explorer et construire des alternatives.

Le carnet en bref...

- Approche de la complexité : mettre en liens les informations
- Comprendre les origines, la hiérarchisation, les règles et les logiques de fonctionnement de la mondialisation néolibérale
- Construire une lecture éthique et politique: en termes de responsabilité, d'intentions, de projets, de choix, de valeurs...
- Questionner le modèle de société agro-industriel et les fondements de la société de marché

Le carnet en bref...

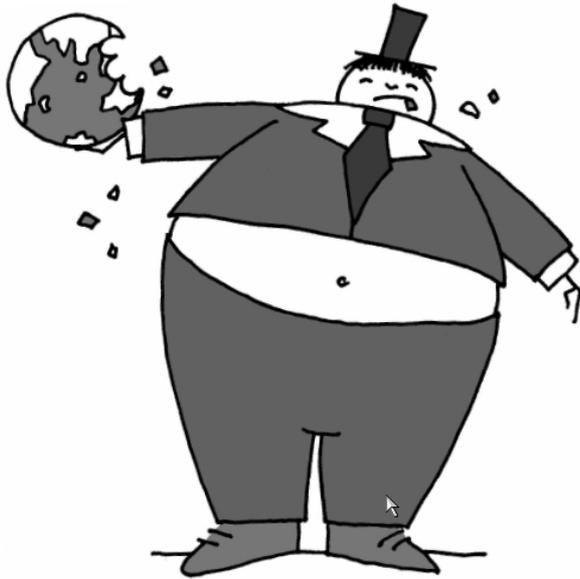
- Revisiter nos mythes fondateurs, nos croyances, nos illusions : questionner le modèle social sous l'angle de son « aval », de ses conséquences
- Plaidoyer et pistes pour un nouvel imaginaire social



Le jeu est en ligne sur

www.quinoa.be

www.rencontredescontinents.be



" plus = mieux ? "

*"Toutes choses sont liées
Tout ce qui survient à la Terre
Survient aux fils de la Terre
L'Homme n'a pas tissé la toile de la vie
Il en est à peine un fil
Tout ce qu'il fait à la toile
Il le fait à lui-même"*

Chef Seattle

Merci ! Des questions ?