MÉTHODE

Décrypter les packagings alimentaires

Visée Analyser, questionner (une situation, un sujet...).

Le « packaging » (anglicisme pour conditionnement et emballage) est utilisé pour contenir, protéger et conserver un produit mais aussi pour informer et attirer le consommateur. Plusieurs lois et préconisations conditionnent les informations portées sur les étiquettes des produits, notamment alimentaires. Pourtant les consommateurs manquent souvent de connaissances pour se repérer et faire un choix éclairé. Ainsi, sans le vouloir, ils privilégient certains modes de production et de distribution alimentaire et leurs impacts - positifs ou négatifs - sur l'environnement et la santé.

Objectifs

- Apprendre à repérer, comprendre et hiérarchiser les informations portées sur les emballages
- Faire le lien entre les produits achetés et leurs effets sur la santé (physique, plaisirs), l'environnement, la société et l'économie
- Prendre conscience des motivations personnelles et des mécanismes d'influence sur l'acte de consommation
- Développer des compétences psychosociales favorables à une alimentation respectueuse de la santé et de l'environnement

Matériel nécessaire

- Plusieurs emballages d'aliments soit différents soit de mêmes catégories (céréales de différentes marques, jus de fruits, oeufs, etc.), français ou étrangers
- Document présentant un résumé des règles françaises pour l'étiquetage alimentaire à partir des documents fournis dans l'annexe (ou de leurs équivalents mis à jour)
- Grille de lecture

Description

Préparation

- Adapter les items de la grille de lecture à fournir aux participants en choisissant les informations à repérer et à comprendre en fonction de l'âge, du projet pédagogique, etc. ou en en rajoutant suivant le niveau de précision recherché : se repérer dans la multitude de labels et d'informations nutritionnelles, comparer plusieurs présentations et origines d'un même type d'aliment, etc.
- Rassembler des emballages complets d'aliments en fonction des choix réalisés pour la grille de lecture. Il est judicieux de se limiter à 10 emballages afin de permettre de véritables échanges.
- Choisir ou produire des documents de références sur les règlements, les labels correspondant aux aliments choisis.
- Imprimer les grilles de lecture.

Animation

- Distribuer ou faire choisir un emballage par participant ou par groupe de participant suivant leur nombre et l'approche choisie. L'approche individuelle est plus rapide mais requiert plus de matériel ; celle en petit groupe est plus longue mais suscite plus de débat.
- Donner la consigne : pour l'aliment choisi, préparer un argumentaire - de type publicitaire - en utilisant des arguments des différents champs : environnemental, social, économique, santé physique, plaisir.
- La grille de lecture permet de noter ce qui a été repéré, notamment les mentions obligatoires ou facultatives (utiliser un code couleur différencié).
- Les documents sur la réglementation donnent la signification des labels et des

Mise à jour de cette page :
29/01/2026

La durée

- 1 à 2h suivant le public et la précision des informations à analyser

Le public

- Tout public lecteur

Programmes scolaires associés

- Tous niveaux Langues vivantes
- Cycles 2, 3 et 4
- 2nde : PSE ; Ens. d'expl.
- 1ère : SES ; SVT
- Tale : SES

Source

Cette fiche est issue du webdocument « *OSER!* » et réalisée à partir de la fiche « Ce que (ne) nous disent (pas) les « packaging » » .

Auteur (s) GRAINE Occitanie *34000 Montpellier* Réseau d'acteur GRSE Occitanie

Rectorat de Montpellier *34064 MONTPELLIER*

mentions diverses. L'animateur peut répondre aux questions.

- Faire présenter chaque publicité devant l'ensemble des participants puis débattre sur la qualité de l'information fournie par l'emballage, la qualité de l'aliment en termes de santé, d'impact environnemental, etc.
- Discuter de l'influence du packaging sur les comportements d'achats : la façon de choisir les aliments.

Activités complémentaires

Il est possible d'adapter l'animation à un public non lecteur en travaillant à l'oral sur les images, les couleurs, les références aux publicités, aux habitudes familiales, etc. et comment elles influencent le choix des plus jeunes.

Proposer aux participants d'analyser leur parcours au sein d'un supermarché. Identifier les différentes tentations auxquelles ils sont soumis, déconstruire avec eux certains mécanismes de merchandising et construire un savoir collectif qui permet d'y résister ou d'y succomber en toute connaissance de cause.

Visiter l'outil pédagogique « Epidaure Market » à Epidaure, Pôle prévention de l'ICM, Montpellier : http://www.icm.unicancer.fr/ fr/outils-pedagogiques/epidaure-market

Fiches d'animation « stratégie marketing et publicités alimentaires » de l'outil pédagogique MIAM (Marketing Industrie Alimentation Médias), ADES du Rhône :

http://www.miamsante.fr/animation5.htm

Bibliographie / sitographie

- http://alimentation.gouv.fr/label-qualite-origine
- http://draaf.occitanie.agriculture.gouv.fr/En-quete-de-qualites-des-livrets

Grille de lecture d’un packaging