

# L'EDUCATION D'AUJOURD'HUI POUR L'HOMME DE DEMAIN

## En quoi l'éducation alimentaire et la connaissance de son environnement, engendrent de meilleures pratiques alimentaires chez les adolescents et les rend moteurs de changements ?

### L'ENVIRONNEMENT ALIMENTAIRE DES ADOLESCENTS

#### ETUDE DE CAS : BUENOS AIRES



©Projet Marguerite

Mémoire de stage présenté par GONZALES Ophélie  
Soutenu le 11 septembre 2018  
Pour l'obtention du Master Gestion des Territoires et Développement Local 2<sup>e</sup> année  
Spécialité Mondes Emergents Mondes En Développement

Préparé sous la direction de Madame  
LE GALL Julie  
ENS Lyon  
Tutrice universitaire

Stage réalisé pour le Cirad  
à Buenos Aire, Argentine  
Sous la direction de Madame YOUNT Chelsie  
Cirad  
Maître de stage

## Remerciements

*Je tiens tout d'abord à remercier tous les adolescents, sans qui cette étude n'aurait jamais existé, pour ces très bons moments partagés, remplis de joie et pour l'apprentissage que j'ai obtenu à leur côté.*

*Un grand merci à Le Gall Julie, ma tutrice universitaire de stage, pour m'avoir offert l'opportunité de découvrir le monde de l'éducation alimentaire. Sans qui cette expérience n'aurait pas existée.*

*Je remercie les professeurs qui auront porté le projet au sein de leur classe.*

*Un grand merci à Gabriela, professeure d'Hurlingham, pour son soutien, ses encouragements et la confiance qu'elle a su m'accorder dans la charge du projet, qui fut très valorisante pour moi. Plus qu'un partage professionnel il en restera une nouvelle amitié.*

*C'est aussi tout le personnel de chaque école, que je remercie, pour leur présence, leurs réponses à mes questions et ces moments partagés.*

*Je remercie également l'IFA, plus particulièrement Bourland Eric et Bruchet Raphaël, pour leur gentillesse, soutien et encouragement.*

*J'adresse mes remerciements à toutes les personnes « ressources » que j'ai eu l'occasion de rencontrer et avec qui j'ai pu échanger sur leur vision de l'éducation.*

*Merci à Ely et Tamara, qui m'ont ouvert leur porte et m'ont reçu telle une enfant de plus au sein de leur maison.*

*Merci à toi maman, merci à toi papa, de m'encourager à atteindre les étoiles.*

*Enfin, je remercie mon compagnon de voyage, Baptiste, qui aura su me reconforter, me valoriser, m'encourager et être à mes côtés dans les moments difficiles.*

## Préambule

*Dans le cadre du stage de deuxième année de Master Gestion Territoriale et Développement Local, spécialité Mondes Emergents Mondes En Développement, nous sommes invités à rendre un mémoire qui relate notre expérience professionnelle ainsi que les résultats obtenus dans le cadre d'une recherche.*

*Afin de mieux adapter ce rendu aux demandes de l'employeur, le mémoire ci-présent, se distinguera des autres par sa forme hybride, puisqu'il est destiné à la production d'articles scientifiques. De plus, certaines parties auront été rédigées directement en espagnol dans l'objectif d'un gain de temps au moment de rédiger l'article dirigé à la revue argentine Salud Colectiva.*



# Sommaire

Remerciements	2
Préambule	3
Sommaire	5
Introduction	9
1. Partie 1 : Cadre théorique	11
1.1. Besoin de précision quant à la définition de ce qu'est l'environnement alimentaire	12
1.1.1. Définition de l'environnement alimentaire	12
1.1.2. Clarifier spatialement quels espaces entrent dans l'environnement alimentaire	13
1.1.3. Clarifier socialement : quels sont les acteurs-influenceurs et de quelle manière ?	14
1.1.4. Clarification politique : contradictions, accords et négociations	15
1.2. Age et environnement : les adolescents comme génération oubliée	16
1.2.1. L'alimentation répond aux besoins du développement de l'enfant	16
1.2.2. Besoin de clarifier les pratiques des adolescents, connaître leur point de vue	17
1.3. L'espace scolaire : une partie intégrante de l'environnement alimentaire des adolescents ainsi qu'un influenceur potentiel ?	18
1.3.1. L'espace scolaire, un espace de transmission de savoirs et développement de soi	18
1.3.2. Qu'est une éducation alimentaire ? Quelles sont ses fonctions et son administration ?	20
1.4. En quoi est-ce important de travailler ces questions en Amérique latine, en Argentine et spécifiquement à Buenos Aires ?	23

1.4.1. Apparition de nouvelles politiques pour vaincre ces taux particulièrement préoccupants	24
1.5. Le cas de l'Argentine	27
2. Partie 2 : Méthodologie	30
2.1. La recherche-action	31
2.2. Terrain d'étude	33
2.2.1. Choix des écoles	33
2.2.2. Description des écoles	33
2.3. La recherche action au sein des écoles	36
2.3.1. Tableau général sur les différentes activités	39
2.3.2. Eléments de cadrage	46
2.4. Divulgateion au grand public	47
2.4.1. L'évènement <i>Urbanotopias</i>	47
2.4.2. L'évènement <i>Alimentación</i>	48
2.4.3. Quels sont les intérêts d'un partage au grand publique ?	49
2.5. Les limites de cette étude	49
2.5.1. Positionnement personnel	49
2.5.2. Contexte d'étude d'une école à l'autre	50
2.5.3. Une faible implication de l'enseignant	51
3. Résultats de l'étude	52
3.1. RESULTAT 1 : Le déploiement d'une éducation alimentaire dans les écoles en Argentine	53
3.1.1. La educación alimentaria en Argentina	53
3.1.2. ¿Cuál es el papel para la escuela?	56
3.1.3. La educación alimentaria, ¿qué integración de las políticas dentro del entorno escolar?	57

3.1.4. ¿Qué poder de transformación para la escuela?	60
3.2. RESULTAT 2 : L'environnement alimentaire des adolescents argentins : standards, structures et pratiques	62
3.2.1. Le regard des adolescents sur les aliments	63
3.2.2. L'influence familiale	69
3.2.3. L'influence de l'espace public	76
3.2.4. L'influence de l'établissement scolaire	81
3.2.5. Conclusion du résultat 2	87
3.3. RESULTAT 3 : Etude de cas sur un produit spécifique : les produits laitiers	88
3.3.1. Consommation des produits laitiers chez les adolescents	90
3.3.2. Illustration de différents consommateurs : portraits familiaux	95
3.3.3. Préférence entre les produits laitiers chez les adolescents	98
3.3.4. Les souvenirs	106
3.3.5. Conclusion du résultat 3	107
Conclusion	109
Annexes	113
Table des matières	131
Bibliographie	135
Table des annexes	139
Tables des figures	140

*L'alimentation n'est pas  
uniquement bonne à manger  
mais aussi « bonne à penser »  
(Lévi-Strauss, 1964).*

# Introduction

Manger. Un acte devenu mécanique pour satisfaire un besoin organique ?

Manger, c'est pourtant s'inscrire dans un registre social, culturel et symbolique. En mangeant, l'individu ne nourrit pas uniquement son organisme mais il incorpore symboliquement un certain nombre de propriétés réelles ou supposées que l'aliment véhicule (Fischler, 1990). La compréhension de cet acte, qui pourrait sembler anodin, est une porte d'entrée idéale pour saisir l'organisation d'une société. Parce que les pratiques alimentaires jouent le rôle de marqueurs identitaires et occupent une place centrale dans les processus de différenciation sociale, elles sont à la fois le reflet et la source de nombreuses inégalités sociales, qu'il s'agisse de ressources économiques, d'apparence ou encore de santé. Se pencher sur l'alimentation nous permettra d'entrevoir les réalités individuelles. Aborder le fait alimentaire, c'est entrevoir des pratiques, des choix, des stratégies, des obligations, des déplacements particuliers à travers le territoire, autant d'enjeux auxquels devra se confronter l'individu à l'heure de l'ingestion alimentaire.

L'environnement alimentaire est à prendre en considération puisqu'il permet de comprendre dans quel contexte s'ancrent les pratiques alimentaires. L'environnement alimentaire comprend non seulement l'ensemble des lieux d'approvisionnement alimentaire présents à proximité du lieu de vie mais également les discours sur l'alimentation auxquels sont exposés les citoyens, les normes et règles qu'implique un espace défini, etc. Il reflète un élément d'étude très vaste à étudier, qui nécessite des éléments de cadrage. Cependant, beaucoup rattaché à la sociologie et à l'anthropologie alimentaire, au sein des *foodstudies*, ce concept est encore peu étudié sous l'angle de la géographie. A nous géographes, d'en préciser ses contours et pratiques. Pour ce faire, ce travail convoquera la notion de système alimentaire, entendu comme l'ensemble des espaces, des acteurs, des interactions impliqués dans l'alimentation depuis la production jusqu'à la consommation des aliments, en passant par leur transformation, commercialisation et distribution. Connaître ses enjeux, c'est également se comprendre en tant que mangeur, prendre conscience de ses pratiques et de leur justification. En travaillant sur les pratiques des individus, on cherchera à comprendre comment ils expérimentent et appréhendent leur environnement alimentaire, pour en dégager leurs pratiques propres. Afin d'engendrer des changements durables dans l'alimentation, il est question de comprendre au préalable les pratiques alimentaires et les représentations des individus.

S'intéresser aux discours sur les systèmes alimentaires en fonction du milieu social est une porte d'entrée pour l'étude des inégalités alimentaires. Pour autant, s'intéresser particulièrement à la tranche d'âge adolescente, c'est comprendre comment les transitions alimentaires peuvent se développer dans l'avenir, à travers cette population. Puisqu'ils sont les acteurs de notre société de demain, il se montre essentiel de travailler les transitions auprès d'eux, pour qu'ils deviennent des éléments moteurs. De cette façon, le travail vient également nourrir les *youth&children studies* en géographie.

On se demandera dans quelle mesure des dispositifs éducatifs à l'alimentation peuvent ou non avoir une influence sur la perception qu'ont les jeunes de leur environnement alimentaire et sur leurs pratiques alimentaires et celles de leur famille.

L'éducation alimentaire offre aux jeunes l'opportunité de s'approprier les connaissances nécessaires pour effectuer des choix de consommation responsables, dans le but de prendre soin d'eux et de leur environnement, tant social qu'environnemental. Elle favorise leur empowerment en renforçant leur rôle d'acteurs du fait alimentaire. Une réflexion sur ces pédagogies permet de mieux saisir les contours du concept d'environnement scolaire. Puisque, le cercle institutionnel scolaire peut lui-même devenir un transmetteur de savoirs et savoir-faire qui permettent d'engendrer des changements au sein de l'environnement. Pour se faire, l'étude combinera différentes échelles afin de mettre en perspective les imbrications entre environnement et pratiques alimentaires chez les adolescents à l'échelle de l'établissement scolaire, du foyer et du territoire où ils s'inscrivent. Elaboré à partir d'un dispositif pédagogique déployé depuis les lieux d'éducation vers les territoires, ce travail interroge comment des pédagogies qui incluent un rapprochement avec l'environnement au sens large, accompagnent les jeunes et leur famille dans la transition.

Le travail s'appuie sur des contextes différenciés, métropolitains (CABA) et périurbain (Hurlingham), pour comprendre la multiplicité des expériences selon les environnements alimentaires et l'inscription au sein de leur territoire. L'Argentine se trouve aujourd'hui à la croisée de problèmes alimentaires graves de malnutrition bien qu'il s'agisse d'un territoire de grande production alimentaire. A travers cette dichotomie, se cachent donc de nombreux enjeux sociaux-économiques et culturels qu'il est essentiel de mettre à découvert. Comprendre la situation à travers la population elle-même est une porte d'entrée pour engendrer des modifications durables au sein de cet environnement.

En interrogeant ce que signifie manger dans son environnement au regard de la globalité du système alimentaire, cette recherche explore in fine avec quelle alimentation et quelle éducation se construisent les transitions vers l'alimentation de demain. Dans un contexte au sein duquel on promeut la diffusion d'habitudes alimentaires saines, où les politiques prétendent développer l'éducation alimentaire ; de quelle manière peut se développer une éducation alimentaire au sein des établissements scolaires argentins pour toucher massivement une génération presque oubliée, les adolescents ?

Afin d'y répondre, il s'agira dans un premier temps d'analyser le contexte dans lequel s'inscrit l'étude. Nous nous attarderons pour cela sur la définition de l'environnement alimentaire. Pour ensuite appuyer l'importance de travailler auprès de cette population, qui pourtant est souvent mise de côté. L'environnement scolaire occupant une place essentielle dans leur développement personnel, nous tâcherons d'analyser ses influences et répercussions ; notamment au sein du contexte argentin.

Le second temps, explicitera travers la méthodologie utilisée le travail d'observation et d'ethnographie alimentaire réalisé auprès des élèves et de leur famille dans les différents lieux d'éducation.

Le troisième et dernier temps, s'accordera à présenter les résultats obtenus lors de cette étude. Le premier résultat retracera la place pour l'éducation alimentaire dans les écoles en Argentine. Le deuxième résultat analysera l'environnement alimentaire des adolescents argentins. Le troisième proposera lui une étude de cas sur la consommation d'un produit spécifique.

# Partie I

## Cadre théorique

## 1.1. Besoin de précision quant à la définition de ce qu'est l'environnement alimentaire

### 1.1.1. Définition de l'environnement alimentaire

Les premières disciplines qui vont porter leur regard sur l'alimentation sont l'anthropologie et la sociologie, considérant l'alimentation comme un « fait social total » (Mauss). Cela donna lieu à un vaste champ de recherche : les *food studies*. A travers l'étude pluridisciplinaire du fait alimentaire, elles ont engagé une réflexion sur la durabilité de l'alimentation et de l'agriculture, notamment en pointant l'assiette du mangeur pour effectuer leur analyse. Or, il paraît nécessaire de prendre en compte la dimension systémique du fait alimentaire afin de comprendre comment les individus peuvent appréhender les impacts globaux de leurs modes de consommation. Etudier le rapport des individus à leur environnement pourrait permettre de mieux comprendre cette articulation.

L'environnement alimentaire au sens large (Glanz et coll., 2005) comprend ce qu'un individu trouve à son domicile, et au-delà, dans l'environnement géographique de sa résidence, dans d'autres lieux de vie majeurs tels que son école ou son lieu de travail, et dans les multiples lieux de mobilité traversés quotidiennement.

Le terme environnement est souvent mis en parallèle ou confondu avec la notion de paysage alimentaire. Cette dernière est récente, utilisée pour la première fois aux États-Unis par Gisèle Yasmmeen en 1996 : « Le paysage alimentaire, issu du paysage, est un terme utilisé pour décrire le procédé d'observation d'un lieu à travers le prisme de la nourriture pour mettre au jour les relations humaines. ». Cette entité est « celle de l'interaction homme-milieu, envisagée dans sa dimension sociale et culturelle. Ainsi définie, la relation paysagère (sensible et symbolique) au cadre de vie est indissociable des rapports sociaux, de la mémoire sociale ou de la connaissance empirique du fonctionnement du milieu » (Luginbühl, 2007). Le terme est aujourd'hui largement repris par les chercheurs et les acteurs institutionnels : devenu synonyme d'environnement alimentaire, il « recouvre ce que connaissent les acteurs de l'offre commerciale et de leur environnement alimentaire et la façon dont ils se le représentent.[...] Il permet d'éclairer les choix des consommateurs, des producteurs, des acteurs publics en matière alimentaire, de même que les connexions ou déconnexions entre espaces urbains et franges agricoles » (Nikolli et al., 2016) ».

La diversité des discours obtenus à travers les différentes disciplines qui s'intéressent aux *food studies* apporte nombre de points de vue mais également une certaine confusion sur les définitions et les termes employés (environnement, paysage, pratiques, styles, etc.). En effet, les évolutions que connaissent aujourd'hui nos pratiques de consommation et les représentations qui leur sont associées, tout comme l'apparition de nouveaux acteurs au sein de la chaîne alimentaire nous amènent à reconsidérer ce que manger veut dire, mais aussi les moyens pour étudier et comprendre ces nouvelles situations. Les phénomènes ne cessant de se complexifier et les échelles d'observation de s'entrelacer. Il y a donc un réel besoin de clarifier la définition de l'environnement alimentaire, réorienter le regard et de faire jouer les échelles d'expression des phénomènes étudiés.

Ces profonds renouvellements de l'alimentation dans le monde aujourd'hui ont conduit les géographes à comprendre les raisons pour lesquelles l'alimentation était redevenue « géographique » (Fumey, 2010). En partant du principe que « la définition d'un terme géographique n'est pas faite pour préciser une essence, mais pour mettre en évidence des processus qui se déroulent dans l'espace »<sup>1</sup>, il sera posé comme définition minimale devant servir de base de la réflexion à suivre, qu'une culture alimentaire est le pendant culinaire d'un groupe s'identifiant le cas échéant à un

---

<sup>1</sup> Nous empruntons à Paul Claval cette formulation, issue d'une discussion au sein du laboratoire « Espace, Nature et Culture », organisée le 22 février 2011.

espace plus ou moins bien délimité. Dans cette perspective, Marion Vicart et Olivier Wathelet analysent, par exemple, le rôle ambivalent des mobilités dans la constitution des pratiques d’approvisionnement, à travers une analyse croisée des spatialités et des choix alimentaires de plusieurs familles françaises.

## **1.2. Clarifier spatialement quels espaces entrent dans l’environnement alimentaire**

Dès lors que pour les géographes, l’alimentation est un système de différenciation identitaire marqué par des interactions de l’individu avec son espace, il s’agit de clarifier spatialement quels espaces font partie de l’environnement alimentaire.

Une partie des recherches géographiques portant sur l’alimentation se centrent sur l’analyse des variations régionales de la consommation alimentaire ; en expliquant, dans la mesure du possible, ces différences en mobilisant facteurs naturels, économiques, politiques et culturels (Grigg, 1995), s’appuyant notamment sur des données quantitatives et leur représentation cartographique pour mettre en évidence des « profils alimentaires », en lien avec des différences régionales significatives dans la consommation de certains produits (Favier et Thouvenot, 1980). Par ailleurs, la mondialisation comme processus de réduction de diversité culturelle et d’uniformisation des pratiques, via la diffusion de normes standardisées et de références partagées (Ripert, 2008 : 187-188) a aujourd’hui d’avantage ouvert nos frontières géographiques.

Cependant, selon Fumey, plutôt qu’un ensemble de traits objectifs caractérisant des groupes et les situant dans l’espace, les composantes d’un régime alimentaire acquièrent une dimension structurante (Fumey, 2007b) : manger – et parler de ce qu’on mange – c’est s’adonner à la « découpe spatiale », i.e. désigner et qualifier des espaces en leur attribuant certaines qualités symboliques et délimiter ces mêmes espaces (Ibid.). La proximité géographique, par exemple, se rapporte à la distance physique entre les acteurs. Elle présente à la fois un caractère objectif (distance parcourue, coûts de transports) (Rallet et Torre, 2005) et subjectif dans le sens où elle dépend « du jugement porté par les individus sur la distance qui les sépare » (Bouba-Olga et Grossetti, 2008), de la perception qu’ils ont de cette proximité liée à la facilité d’accès. L’évaluation de la sensation de proximité est donc difficile à mesurer (Gahinet, 2014). Or, pour Dampérat (2006), la proximité perçue par un consommateur à l’égard du partenaire commercial pourrait engendrer une fidélité accrue. De plus, la proximité est dynamique : ce ne serait pas un état mais un rapport entre plusieurs acteurs ou lieux (Bellet, Kirat et Largeron, 1998). Cette notion est d’ailleurs de plus en plus utilisée pour qualifier la relation entre une marque, une entreprise, un magasin et un consommateur. On parle de « renforcement de la proximité des relations client » (Dampérat, 2006).

On pense à la publicité, qui favorise une proximité accrue de ses consommateurs, tant à travers l’espace matériel (rue, transports publics, façades de magasins, etc.), qu’immatériel (télévision, internet, téléphone mobile, réseaux sociaux, etc.) ; puisque la distance n’est pas toujours pertinente pour penser les rapports spatiaux et les relations entre les espaces. La géographie d’Internet en est une belle illustration : « la dimension spatiale d’Internet va bien au-delà de sa structure » et « le web est un des multiples fabricants de spatialité. Il redéfinit certaines fonctions de l’espace ».

En somme, l’environnement ne serait-il pas l’abris de nombres d’acteurs, de natures diverses, qui influencent et forgent notre identité alimentaire ?

### 1.3. Clarifier socialement : quels sont les acteurs-influenceurs et de quelle manière ?

Dans le cadre de nos pratiques alimentaires, l'on cite communément la pression publicitaire comme influenceur principal, puisqu'omniprésente dans notre environnement. Toutefois, peut-on l'accuser d'être l'unique acteur responsable ? Si l'on s'intéresse aux déterminants du comportement alimentaire, selon Patrick Etiévant ils incluent : « l'approvisionnement, la préparation, les conditions du repas et la manière de manger. Ils s'élaborent et évoluent tout au long de la vie en fonction de nombreux facteurs. Une partie de ces facteurs ou déterminants sont propres à l'individu comme sa physiologie et sa psychologie. D'autres concernent son environnement comme les lieux d'achat, la ressource financière, la pression publicitaire. Enfin une troisième catégorie concerne les interactions entre individus comme les facteurs culturels et le milieu social.»

La construction des choix alimentaires semble être un processus complexe, ne semblant pas se construire qu'à travers la fréquentation de lieux précis, mais qui finalement intègre d'autres cultures alimentaires locales et identitaires. Bergadaà et Del Bucchia (2009) ont, elles, identifié des influences induites directement par le sentiment de proximité au lieu d'achat, qui sont d'ailleurs recherchées par le client si elles sont positives :

- La proximité identitaire (relations qu'entretient le consommateur avec le magasin ou l'enseigne, perçue comme acteur social, et avec les valeurs qu'ils représentent)
- La proximité relationnelle (relations établies entre le consommateur et l'ensemble du personnel de vente du magasin (accueil, échanges, conseils, convivialité))
- La proximité de processus (importance accordée par le consommateur au fonctionnement interne du magasin qui est garant de la qualité des produits ou du service attendus (tenue du magasin et des rayons))

Au sein du lieu d'approvisionnement on perçoit donc qu'au-delà de l'offre alimentaire et de la localisation, les clients attachent une forte importance au personnel même et sa manière de gérer la boutique. Un vendeur agréable aura davantage de chance de convaincre son consommateur de revenir, de même qu'il pourra conseiller l'achat de certains produits. Il exerce donc une influence sur les choix et pratiques alimentaires de ses clients.

Par ailleurs, les demandes sociales en termes d'alimentation, les liens entre alimentation, santé et qualité de vie, suscitent de plus en plus d'interventions de la part des pouvoirs publics et des collectivités territoriales. Ces politiques sont de plusieurs ordres : politiques de santé, économiques (agricoles par exemple), foncières, environnementales, scolaires, culturels dans la mesure où l'alimentation est aussi reconnue comme un élément du patrimoine et de la culture avec la gastronomie.

Les campagnes de santé promues par l'Etat telle que « manger, bouger » du Programme National de Nutrition Santé en France (voir figure1 ci-après), sont un exemple de discours institutionnel qui aura prit beaucoup d'ampleur sur le territoire français. On le voit notamment sur toutes les publicités alimentaires. Ce programme propose une gamme de conseils et bonnes pratiques pour suivre un régime de vie sain.

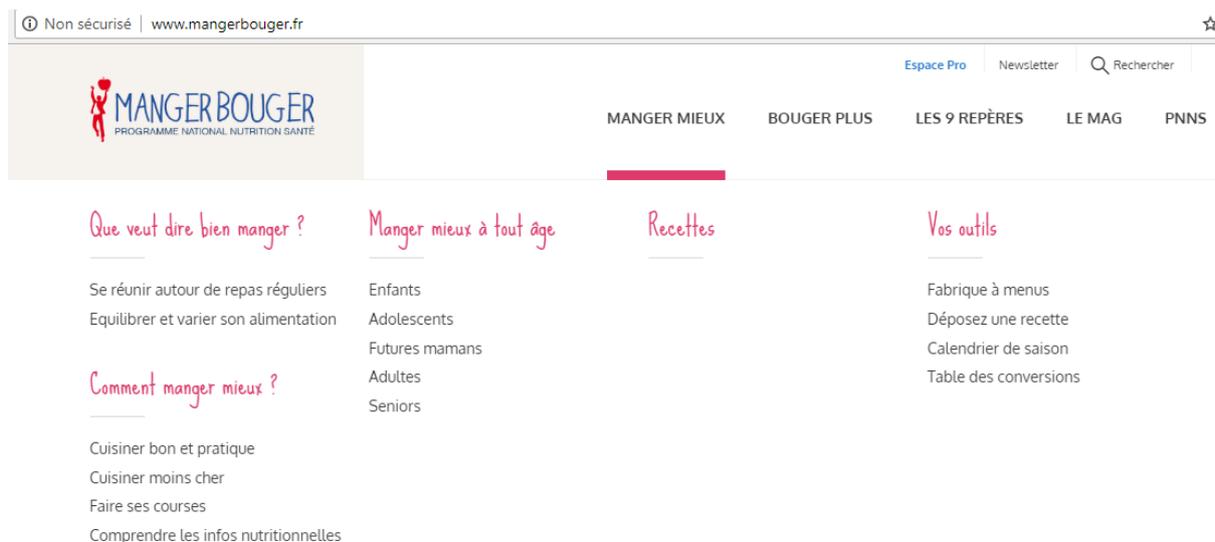


Figure 1 : Illustration du Programme National français « Manger, Bouger »

Selon ce programme, « la mise en place d’une politique nutritionnelle est apparue, au cours des quinze dernières années, comme une priorité de santé publique. Le rôle joué par la nutrition comme facteur de protection ou de risque des pathologies est de mieux en mieux compris ». En effet, « l’amélioration de l’état nutritionnel de la population constitue un enjeu majeur pour les politiques de santé publique menées en France, en Europe et dans le monde. » En accord avec le cadre international et l’agenda 2030 des Nations Unies, les Etats membres inscriront leur plan d’action et les lois qui en découlent dans l’objectif 2 des 17 ODD qui confère « Éliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition et promouvoir l’agriculture durable », en intégrant tous les acteurs concernés par la problématique. Comme le souligne l’OMS, “Las políticas, los entornos, las escuelas y las comunidades son fundamentales, pues condicionan las decisiones de los padres y los niños, ayudando a que los comportamientos alimentarios saludables sean una opción más sencilla (accesible, disponible y asequible)”. Pour autant, à l’heure de promouvoir une alimentation saine pour toutes et tous, les messages controversés font débat. Chaque acteur impliqué dans la chaîne alimentaire participera à la création d’un répertoire de « bons conseils à suivre » qui sont pourtant parfois opposés.

Le concept d’environnement alimentaire s’étend au-delà des lieux d’offre alimentaire, en incluant les normes institutionnelles, mais aussi les espaces sociaux et les discours qui peuvent moduler notre relation avec notre nourriture. Or, de quelle manière cette diversité d’influenceurs va-t-elle atteindre le mangeur ? Comment ce dernier manie-t-il toutes ces informations ?

#### 1.4. Clarification politique : contradictions, accords et négociations

Comme nous l’avons précisé en amont, l’alimentation est un système de différenciation identitaire marqué par des interactions de l’individu avec son espace. Les mangeurs, évoluent quotidiennement dans leur environnement. Cependant, ce même environnement alimentaire sera composé d’une multitude de paysages alimentaires forgés par les perceptions individuelles. Cette notion utilisée pour la première fois par Gisèle Yasmmeen en 1996, renvoie à l’image que les acteurs se forgent de leur environnement en l’appréhendant et permet d’éclairer leurs choix et actions. Pour Fortin, il s’agit

“d’introduire les pratiques territoriales, les souvenirs, les modes de vie, les croyances [qui] interfèrent entre le sujet et l’objet dans la construction, l’appréciation ou la dépréciation du paysage (Fortin, 2014)”. (M. Toublanc ; M ; Poulot, 2018).

Certains auteurs vont dépasser l’aspect individuel du paysage alimentaire, comme Giles Fumay, qui intègre la symbolique dans le paysage alimentaire, étant « toujours le paysage de quelqu’un, d’un groupe, d’une société, voire d’un État. [...] Il renvoie à l’image que les acteurs se forgent d’eux-mêmes et se réfère, donc, au symbolique et à l’idéologique » (Fumey, 2014.). L’environnement alimentaire serait le théâtre de multiples interactions entre les individus et lui-même, participant à notre construction identitaire. Il se montre donc nécessaire d’en appréhender sa complexité pour comprendre son influence sur nos pratiques. Connaître les habitudes alimentaires des mangeurs permettrait d’identifier d’éventuels blocages et leviers aux transitions alimentaires. L’analyse géographique de l’espace devrait, de ce constat, s’attacher d’avantage aux représentations de l’individu sur cet espace, notamment pour mettre en avant les éventuelles dissonances entre offre et pratiques alimentaires.

Il paraît évident qu’il y aura une différence d’environnement alimentaire, de pratiques et de perception sur celui-ci selon les milieux sociaux, les revenus, le niveau d’éducation, des individus. Sur ce principe, l’environnement, les pratiques et la perception ne seraient-ils pas différents selon l’âge des individus ?

## **1.2. Age et environnement : les adolescents comme génération oubliée**

Dans cette étude, nous avons fait le choix de nous focaliser sur l’environnement des adolescents de Buenos Aires. De nombreuses recherches sont faites sur l’alimentation des jeunes enfants, appréhendant d’avantage la cantine scolaire, mais quid de cette tranche d’âge presque oubliée en matière d’alimentation : l’adolescence ? L’enjeu ne serait-il pas justement de nous y intéresser, de rentrer en contact avec les adolescents pour apprendre à les appréhender eux-mêmes ainsi que leur environnement et mieux connaître leurs pratiques ? Comme nous invite à le faire l’OCHA, il faut « dépasser les stéréotypes pour porter un nouveau regard sur ces mangeurs-acteurs ».

### **1.2.1. L’alimentation répond aux besoins du développement de l’enfant**

Toute notre vie, l’alimentation doit être équilibrée et diversifiée. Malgré tout, les besoins en calories diffèrent selon l’âge et le sexe et les pratiques alimentaires évoluent en parallèle. Chez les enfants, les besoins énergétiques et en nutriments sont liés à leur rythme de croissance. Pendant l’adolescence, ils augmentent pour atteindre le taux le plus élevé, puisque l’organisme, en phase de croissance rapide, a besoin de beaucoup d’énergie pour permettre une croissance adéquate. En moyenne, les besoins sont de 1 720 kcal pour une fille de 7 ans et de 2 400 kcal à l’adolescence. Pour les garçons, les besoins sont de 1 865 kcal vers 7 ans et de 3 000 kcal à l’adolescence. Voir le tableau ci-dessus (figure2) :

Âge, état et activité	Besoins énergétiques quotidiens	
	Homme	Femme
Enfants de 1 à 3 ans	5 700 kJ	
Adolescents de 13 à 15 ans	12 100 kJ	10 400 kJ
Adultes		
- activité faible	8 800 kJ	7 500 kJ
- activité moyenne	11 300 kJ	8 400 kJ
- activité intense	12 500 kJ	9 200 kJ
- grossesse		8 300 à 9 000 kJ

Figure 2 : Besoins énergétiques quotidiens

L'adolescence est donc une période caractérisée par des changements importants du comportement alimentaire, « à l'image de la transformation biologique, corporelle, psychologique et sociale propre à cette phase du cycle de vie » (Palmonari, 1993). L'adolescence est souvent décrite comme un âge où les individus vont délaisser les pratiques alimentaires familiales pour se tourner vers des pratiques de pairs, souvent moins saines. « La nourriture, en tant que miroir symbolique d'identité, est vécue, par l'adolescent, non seulement comme un moyen pour régler et contrôler son corps et ses transformations, mais aussi pour définir son identité individuelle et sociale, pour se différencier du contexte familial, pour s'identifier à un groupe d'amis et pour faire face aux différentes fonctions évolutives qui caractérisent son âge » (D'Amore, 2002 ; D'Amore, Tarantino, 2004). L'alimentation nous permet ainsi de comprendre les manières de grandir. Elle est l'expression de la transition de l'enfance vers l'âge adulte.

Or, les comportements alimentaires (pratiques, choix d'aliments, horaires, etc.) chez l'adulte sont le résultat d'automatismes acquis plus jeune et ayant pris un caractère habituel résistant au changement. Effectuer un travail de sensibilisation sur les thématiques alimentaire auprès des enfants et adolescents est donc un enjeu de santé publique à travailler en prévision de leur vie d'adulte.

### 1.2.2. Besoin de clarifier les pratiques des adolescents et connaître leur point de vue

On se focalise le plus souvent sur les besoins nutritionnels, les écarts aux besoins et les conséquences de ces derniers (maladies liées à l'alimentation qui augmentent), mais on ne s'intéresse que rarement aux environnements, qui pourtant jouent un rôle crucial dans la définition de nos pratiques alimentaires comme on a pu le voir précédemment. Les enfants et jeunes sont étudiés dans de nombreuses disciplines mais encore peu en géographie, dans leur rapport à l'espace. Or, les adolescents sont-ils des pratiquants comme les autres ? Ou dessinent-ils de nouvelles pratiques ?

En effet, il s'agit d'une époque où les lieux de restauration se multiplient non seulement à l'intérieur du domicile (par exemple la chambre), mais surtout à l'extérieur : cantines, cafétérias, distributeurs, fast-food, rues, centres commerciaux, dessinant une géographie des espaces de consommation que les adolescents explorent et s'approprient, définissant de nouveaux espaces et temps de consommation. Dans ces alternatives, « se jouent des apprentissages, des compétences tant au niveau de la gestion de son temps, de son argent, des relations avec les autres, que d'une expérience socialisante et socialisatrice » (Meriem Guetat, OCHA, 2009). Nous avons donc besoin de connaître leur jugement quant à leur environnement, d'aller au-delà de l'écart à la norme. Selon Véronique Pardo, Coordinatrice de la recherche AlimAdos, « pour comprendre les comportements alimentaires des adolescents, on ne peut pas regarder seulement l'alimentation, on ne peut pas « saucissonner » les adolescents. Dit autrement, manger est un acte social total et les adolescents ne mangent pas de la même manière, les mêmes produits et dans les mêmes lieux selon qu'ils écoutent plutôt de la tectonic ou plutôt du rap ou du RnB, selon qu'ils fréquentent tel ou tel espace. » (OCHA, 2009). Expliquer les comportements alimentaires des adolescents nécessite de clarifier leur environnement, leur rapport à celui-ci, les pratiques qu'ils en font, les facteurs et nombreux acteurs qui peuvent les influencer ; en supposant que les pratiques alimentaires seront différentes selon l'environnement de chaque adolescent. Très complexe et variable, l'environnement doit être analysé dans sa globalité pour en voir ses spécificités, ainsi que les acteurs qui s'en détachent.

Toutefois, « Ecartelés entre une image de passivité qui en fait des consommateurs sans recul et l'injonction à « être soi » et au mythe de l'individu souverain, ces jeunes sont « inaudibles » si on ne déplace pas le point de vue adulte-centrique pour écouter leur parole, essayer de comprendre leur expérience, observer leurs manières de faire et de contribuer à la création de leur monde. » (OCHA, 2009) En ce sens, il faut donner la parole aux adolescents, qui ont les capacités à leur âge d'exprimer leur positionnement quant à leurs pratiques. Il est essentiel de forger la réflexion en partant d'un questionnement qui leur est directement adressé. Qui sont-ils ? Que pensent-ils ? Comment s'alimentent-ils ? Comment perçoivent-ils leur alimentation ?

Aujourd'hui, comme le stipule Alice Pierard l'école est la « première instance de la modernité et lieu où le jeune passe ses journées en semaine, l'école joue un rôle essentiel durant l'adolescence. ». Avant tout lieu d'apprentissage, les jeunes y développent de nombreuses relations et interactions avec leur environnement, il devient lieu de choix et décisions, où s'exprime le processus d'individualisation de soi à l'adolescence. Mais, occupe-t-il une place particulière dans leur environnement alimentaire ? On peut se demander en quoi cet espace ferait partie de leur environnement alimentaire et comment les acteurs qui le composent, peuvent influencer les pratiques alimentaires de l'adolescent.

### **1.3. L'espace scolaire : une partie intégrante de l'environnement alimentaire des adolescents ainsi qu'un influenceur potentiel ?**

#### **1.3.1. L'espace scolaire, un espace de transmission de savoirs et développement de soi**

L'environnement scolaire est en premier lieu considéré comme espace de transmissions de savoirs, mais par le temps qu'ils y passent, il devient l'un des principaux lieux où les adolescents vont socialiser et construire leur identité. Cette société à taille réduite, est le lieu par excellence où les grandes

questions sur la condition humaine, les enjeux personnels et/ou partagés se vivent, se socialisent, se mettent en forme.

Lieu de rencontre entre pairs, où se créent des groupes d'amis, qui deviendront pour certains « les piliers indispensables qui vont l'aider à traverser cette période de la vie qu'est l'adolescence. C'est grâce à eux qu'il [l'adolescent] va prendre la nécessaire distance avec nous et bâtir son propre monde » (DHOTEL, 2010). Le processus de construction de l'identité passe d'abord par l'envie de faire comme les autres personnes qui nous sont proches. L'intégration dans un groupe apporte sécurité à l'adolescent, puisqu'il se sent intégrer à cette micro-société. Ils auront parfois même tendance à s'imiter, à vouloir se ressembler entre eux pour davantage marquer cette appartenance au groupe de pairs, et valoriser un sentiment de reconnaissance. « Plus ils grandissent, plus les ados vivent avec leurs amis. 84% disent que passer du temps en groupe, c'est la première de leurs activités. L'important, c'est d'être ensemble. L'amitié est la grande richesse de l'adolescence. Au moment où l'ado sent bien que les parents ne peuvent plus tenir le même rôle qu'auparavant et qu'il va falloir trouver d'autres attachements, les amis deviennent une ouverture. Il trouve avec les amis un partage sans limites : on peut se comprendre sans avoir besoin de tout expliquer, on évite les reproches, on échappe aux conseils...» (ibid.) La construction identitaire de l'adolescent est donc avant tout un processus de groupe plus qu'individuel.

Toutefois, c'est aussi à l'école que les adolescents trouveront des adultes pouvant les aider dans leur recherche, leur construction identitaire : le corps enseignant. Comme le disait Philippe Lacroix, l'école devrait être un lieu où un adolescent peut rencontrer quelqu'un qui est animé d'une passion, d'un désir agissant comme un puissant moteur de vie et qui est capable de transmettre cette passion, quelqu'un qui peut donc servir de repère identificatoire et en même temps, à travers ce lien, éveiller cet adolescent à l'envie d'apprendre et de connaître (VAN MEERBEECK, 2007). Gérard Dhôtel appui ses propos en affirmant que « les enseignants ont un rôle à jouer dans l'accompagnement des adolescents, pas seulement en leur dispensant des savoirs mais aussi en les aidant à grandir...» (DHOTEL, 2010). Par ailleurs, l'école, d'autant plus secondaire, est également l'un des lieux où se développent des projets - personnels ou en groupe, à plus ou moins grande échelle et long terme - invitant l'adolescent à faire l'expérience des responsabilités individuelles.

L'école se dégage tel un lieu clé, pouvant influencer les pratiques et comportements des adolescents à travers leur processus d'individualisation. Au vu du temps qu'ils y passent, on ne peut mettre de côté le rôle qu'elle aurait également à jouer sur leurs pratiques alimentaires, tant sur les horaires de repas qu'en dehors (snacks<sup>2</sup>). Le repas ramené de la maison, la cantine scolaire, le kiosco, sont de multiples offres alimentaires éligibles pour l'étudiant. Celui-ci pourra choisir la composition de son repas, l'endroit où le manger et les personnes avec qui le partager, puisque manger à l'école c'est aussi apprendre à manger en collectivité. « En ce sens, le repas dans le cadre scolaire confronte des apprentissages, des normes et des valeurs en matière d'alimentation qui diffèrent selon la source dont ils émanent (famille, institution, personnel encadrant, pairs). » (COMORETTO, 2017)

Ce cadre encouragera l'adolescent à se réapproprier ses choix de consommation et ses pratiques alimentaires, valorisant son processus d'autonomisation.

L'espace scolaire se trouve au cœur de l'environnement alimentaire de l'adolescent. Si l'on suit la logique scolaire explicitée en amont, cet environnement pourrait constituer un espace de conseil et

---

<sup>2</sup> Les élèves profitent souvent de la récréation pour grignoter un encas afin de tenir les longues heures de classe.

promouvoir des bonnes pratiques. En se focalisant sur l'offre alimentaire, le rôle de l'espace scolaire et des acteurs qui le compose serait de proposer des produits dont les aspects nutritionnels répondent aux enjeux de santé publique. Mais serait-ce son unique rôle ?

### **1.3.2. Qu'est une éducation alimentaire ? Quelles sont ses fonctions et son administration ?**

Proposer une offre alimentaire adéquate est l'une des étapes nécessaires pour inviter le jeune à prendre de bonnes habitudes alimentaires. Pourquoi donc éduquer les mangeurs ? Avoir de l'offre, n'entraîne pas implicitement le choix pour un produit sain. Afin d'aider le consommateur à orienter ses choix, il se montre nécessaire de travailler sur des stratégies de consommation qui vont au-delà des messages de nutrition standardisés auxquels nous sommes perpétuellement confrontés et développer un dialogue pour partager des savoirs qui apportent un regard différent sur l'alimentation. C'est ici, qu'intervient l'éducation : en transmettant des connaissances, notamment sur le long terme (durée de la scolarité), il est possible de promouvoir des modes de vies sains et d'engendrer des comportements individuels responsables, de leur bien-être individuel, collectif et de leur environnement. Tel que le rapporte la OMS: *“ La escuela tiene un papel constitutivo en la elaboración de los saberes y habilidades que les permitan tomar decisiones saludables para cuidar de sí mismos y de los demás. Dado que es en la infancia donde se moldean las preferencias, costumbres y estilos personales de cada individuo, se ha postulado que cuanto más integrales y sostenidas sean las intervenciones educativas para promover el desarrollo de pautas de autocuidado y estilos de vida saludables desde la niñez, más positivos y duraderos serán sus efectos”* (OMS, 2004).

Selon la FAO, « l'éducation alimentaire et nutritionnelle est composée d'un ensemble de stratégies éducatives pouvant être mises en œuvre à différents niveaux, visant à aider les populations à atteindre des changements positifs et durables de leurs comportements alimentaires. » Au-delà d'une simple transmission d'informations, l'éducation alimentaire se doit d'atteindre des objectifs bien plus vastes comme le présente le schéma ci-contre (figure 3).



Figure 3 : Pourquoi développer une éducation alimentaire selon la FAO

La FAO considère que les écoles constituent un contexte idéal pour apporter un soutien à la nutrition et au développement des enfants et des jeunes.

Elles se dégagent tel un lieu privilégié puisqu'elles permettent d'appréhender l'éducation alimentaire à travers un large prisme de disciplines et d'acteurs, ouvrant la vision de l'étudiant tant sur des thématiques nutritionnelles, environnementales, géopolitiques ou culturelles. La FAO préconise d'ailleurs une « approche scolaire globale » de l'éducation nutritionnelle, avec la participation de tous les acteurs qui influencent les régimes alimentaires des enfants, y compris leurs familles, les

enseignants, le personnel scolaire, les petits exploitants agricoles, le personnel de restauration, les vendeurs de nourriture ainsi que d'autres personnes.

Grâce aux diverses disciplines enseignées, l'éducation alimentaire pourra se développer à travers l'économie, la géographie, SVT (sciences et vie de la Terre), PSE (prévention santé environnement), langues vivantes, EPS (éducation physique et sportive), etc. ; dont les professeurs attirés peuvent conduire un ou des projet(s) interdisciplinaire(s) d'éducation alimentaire en lien avec les programmes d'enseignement, tant à l'échelle de l'établissement scolaire qu'à plus grande échelle. De plus, de par sa concentration d'activités, il est intéressant de pouvoir impliquer les autres acteurs de l'établissement scolaire qui ont un rôle - direct ou indirect - à jouer dans l'éducation alimentaire des jeunes : chef de cuisine, assistant d'éducation ou infirmier scolaire. A titre d'exemple, dans l'un des établissements étudiés lors de l'enquête d'OCHA, « le chef cuisinier du lycée de Salon de Provence avait réussi à impulser une nouvelle dynamique nourricière en invitant à venir en cuisine tous les demi-pensionnaires qui le souhaitent. Ce faisant, il a fait sortir les mets proposés par le restaurant scolaire de leur dimension purement fonctionnelle et il a su donner à ses jeunes mangeurs une proximité précieuse - mais non prévue - avec les professionnels qui préparent les aliments. » (OCHA, 2009) Notamment quand « environ 368 millions d'enfants dans le monde sont nourris quotidiennement à l'école par les gouvernements nationaux » (FAO). En outre, un travail éducatif qui allie enseignements théoriques et travaux pratiques offrent une occasion aux élèves de faire des expériences et de participer activement à l'apprentissage sur l'alimentation, les régimes alimentaires et la santé. Une approche globale de la thématique alimentaire aide à la création de compétences et aptitudes qui aident les jeunes à acquérir des habitudes saines en dehors de l'école et pour l'âge adulte.

Toutefois, de manière générale les enseignants se rattachent au programme scolaire constitué par le Ministère de l'Éducation, afin que l'ensemble des jeunes d'un territoire acquièrent des connaissances communes préalablement fixées. En ce sens, de quelle manière une éducation alimentaire systémique peut-elle y trouver sa place, en termes de contenu, objets et méthodes de transmission ?

Bien que le contenu et les modalités de ces dispositifs éducatifs restent encore peu définis, l'éducation alimentaire joue un rôle clé pour apprendre aux élèves les règles d'un bon comportement alimentaire et leur faire connaître les effets de l'alimentation sur la santé du corps, de la société et de l'environnement. De même, l'espace scolaire joue un rôle décisif pour apporter les outils nécessaires aux adolescents, qui leur permettront d'être acteur de leur environnement et de leurs pratiques.

Par ailleurs, l'éducation alimentaire se doit d'être pensée à l'image des adolescents, diverse et métissée selon les réalités vécues par chacun. Or, les habitus diffèrent d'un contexte géographique, social, culturel à l'autre. Rappelons-le, comme dit précédemment, il est important de partir de l'adolescent et de ses représentations sur son environnement alimentaire et ses propres pratiques pour construire un discours cohérent qu'il soit en mesure d'appréhender. De plus, étant en phase de changement corporel, il est important de ne pas rentrer dans des discours normatifs qui se réfèrent à des règles diététiques théoriques, pouvant facilement culpabiliser le mangeur selon ses pratiques.

Il convient donc de clarifier comment l'éducation alimentaire pourrait s'intégrer au système éducatif commun et de quelle manière s'acquiert-elle pour développer un travail pédagogique qui mobilise de nouveaux outils pouvant renforcer l'évolution des représentations et favoriser le changement actif des comportements, chez les jeunes, mais aussi pour le reste de la société. Les jeunes ne sont pas seulement destinataires d'une transmission de type verticale, ils sont aussi acteurs dans une circulation

horizontale de l'information et agents de transformation des pratiques au sein de leur famille ou de leur communauté.

Or, promouvoir un régime alimentaire sain et durable pour tous se montre particulièrement important dans les pays où coexistent la dénutrition et une augmentation de la surnutrition et des maladies non transmissibles qui leur sont associées (diabète, les maladies cardiovasculaires, etc).

#### 1.4. En quoi est-ce important de travailler ces questions en Amérique latine, en Argentine et spécifiquement à Buenos Aires ?

La préoccupation pour les questions de santé liées à la malnutrition est aujourd'hui un fait mondial. Les Nations Unies ont créé en 2015 un nouvel agenda pour « Transformer notre monde : le Programme 2030 pour le développement durable », qui présente 17 ODD. Parmi eux, nous comptons quatre objectifs directement liés aux questions d'alimentation saine et durable :



Éliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition et promouvoir l'agriculture durable.



Permettre à tous de vivre en bonne santé et promouvoir le bien-être de tous à tout âge.



Assurer l'accès de tous à une éducation de qualité sur un pied d'égalité et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie.



Établir des modes de consommation et de production durables.

Chaque Etat signataires de la charte s'engage à les respecter ; bien évidemment en prenant en compte les capacités et niveaux de développement de chacun, confirmant le principe 7 de la Déclaration de Rio : « responsabilité commune mais différenciée ». De fait, certaines régions du globe se voit davantage affectées par les problèmes liés à l'alimentation.

En Amérique latine, un continent particulièrement affecté par le surpoids et l'obésité, présente paradoxalement au même temps de fort problème de dénutrition. *La mala alimentación "mata más que el narcotráfico o el crimen organizado" en Latinoamérica, tanto por la desnutrición como el consumo excesivo de productos no saludables*, según el subdirector de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), Julio Berdegué. (El Tiempo, 2017) La FAO mentionne qu'entre 35 et 40 millions de personnes souffrent de la faim en Amérique latine, quand 360 millions présentent du surpoids ou de l'obésité.

En se penchant sur la consommation alimentaire des différents pays d'Amérique latine, l'on note que l'Argentine, le Mexique et le Chili sont les pays qui présentent les ventes annuelles de produits ultra-transformés les plus hautes de la région : Argentina (194,1 kg), México (164,3 kg) y Chile (125,5 kg)<sup>3</sup>. En outre, le Mexique, l'Argentine, le Brésil, les Etats-Unis et l'Australie sont les cinq principaux consommateurs de sucre ajouté au monde, avec près de 150g par jour. Impliquant une consommation trois fois plus élevée que celle qui est recommandée par l'OMS, 50g par jour. México, Argentina, Brasil,

<sup>3</sup> Alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina: tendencias, efecto sobre la obesidad e implicaciones para las políticas públicas, OPS 2015.

USA y Australia son los 5 países con mayor consumo de azúcar agregada del Mundo, con alrededor de 150 gr/día, consumo que triplica lo recomendado por la OMS (50 gr/día)<sup>4</sup>. En 2017, l'Argentine présentait, elle, le chiffres le plus élevé de consommation de sodas, avec 131 litros per cápita anuales<sup>5</sup>. Il est toutefois important de remarquer une chose : les moyens d'accès aux aliments sont aujourd'hui dominés par les supermarchés, les entreprises alimentaires et les marques internationales, notamment d'alimentation rapide de type « fast-food ». En Amérique latine, le total de la vente d'aliments est passé de 15% en 1990 à 60% en 2000 (Popkin, Adair y Ng, 2012). Or la majorité des produits qui sont vendus en supermarché par exemple, sont *ultraprocesados*. En effet, la production agricole est aujourd'hui de plus en plus dirigée par l'industrie alimentaire et laisse de côté la proposition d'aliments frais pour la consommation directe de la population.

#### 1.4.1. Apparition de nouvelles politiques pour vaincre ces taux particulièrement préoccupants

Au vu des taux impressionnants, les différents pays du continent ont développé des nouvelles politiques pour lutter contre la malnutrition en développant de nouveaux outils. En effet, selon le représentant régional de la FAO, ces chiffres doivent mobiliser « l'attention des gouvernements pour introduire des politiques qui abordent toutes les formes de la faim et de la malnutrition, en véhiculant la sécurité alimentaire, la durabilité, l'agriculture, la nutrition et la santé »<sup>6</sup>. Le sous-directeur de la FAO insiste en revendiquant que le droit à l'alimentation est fondamental, mais celui-ci est également un exercice responsable. Ces politiques s'intégreront dans deux thématiques principales : la modification de la demande alimentaire et la modification de l'offre alimentaire. Pour chacun, l'OMS et la FAO définissent les secteurs politiques concernés, les acteurs impliqués et les politiques à mettre en place.

Parmi ces politiques, s'est notamment initié un grand débat sur l'étiquetage des produits. Dans le but de clarifier les étiquettes nutritionnelles de chaque produit, souvent incompréhensibles pour le grand public, certains pays suggèrent l'apposition d'une nouvelle signalisation. Déjà présentes en Equateur et au Chili, leur but est de communiquer clairement et rapidement à l'acheteur les quantités de nutriments associés à un risque majeur de maladies non transmissibles comme l'obésité, l'hypertension, le diabète et le cancer. On compte parmi ces nutriments les sucres, le sodium, les graisses totales, trans et saturées, voir exemple ci-dessous. Pour comprendre leur critère d'affichage : se référer à l'Annexe 1 : Etiquetage codifié des produits.



Figure 4 : Exemple d'étiquettes nutritionnelles

<sup>4</sup> Sugar consumption at a crossroad. Research Institute, Credit Suisse. 2013.

<sup>5</sup> Euromonitor International 2017.

<sup>6</sup> "ser un llamado de atención a los gobiernos de la región para introducir políticas que aborden todas las formas del hambre y malnutrición, vinculando seguridad alimentaria, sostenibilidad, agricultura, nutrición y salud".

## ÁREAS DE POLÍTICA, ACTORES INVOLUCRADOS Y MEDIDAS DE POLÍTICA, EN UN ESQUEMA DE DEMANDA-OFFERTA DE ALIMENTOS, PARA LA PROMOCIÓN DE LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE

	Áreas/sectores de política	Actores involucrados	Políticas públicas**
<b>Modificación de la demanda de alimentos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Salud</li> <li>-Desarrollo social</li> <li>-Educación</li> <li>-Economía/Hacienda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ministerios de Salud, Desarrollo Social, Educación y Economía y/o Hacienda</li> <li>- Servicios de salud</li> <li>- Escuelas y otros establecimientos educacionales</li> <li>- Asociaciones de consumidores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guías alimentarias</li> <li>- Normas de etiquetado</li> <li>- Regulaciones a la publicidad</li> <li>- Política fiscal</li> <li>- Educación nutricional</li> <li>- Alimentación escolar*</li> <li>- Políticas agrícolas para el aumento de la oferta de alimentos saludables</li> </ul>
<b>Modificación de la oferta de alimentos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Agricultura y pesca</li> <li>- Salud</li> <li>- Economía/Hacienda</li> <li>- Industria/Comercio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ministerios de Agricultura, Salud, Economía y/o Hacienda e Industria y/o Comercio</li> <li>- Productores agropecuarios</li> <li>- Industria alimentaria</li> <li>- Comercializadores de alimentos</li> <li>- Escuelas, servicios de salud y otras reparticiones públicas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortificación y enriquecimiento de alimentos</li> <li>- Compras públicas</li> <li>- Alimentación escolar*</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

\* Se considera la alimentación escolar como parte de ambas esferas puesto que, en el caso de América Latina y el Caribe, estos programas han sido tanto proveedores de alimentos saludables a los menores en edad escolar, como también demandantes de alimentos saludables a las cadenas agroalimentarias y en particular a la agricultura familiar.

\*\* Es necesario tener en cuenta la existencia de políticas públicas que influyen en la demanda y oferta de alimentos para la promoción de una alimentación saludable adicionales a las presentadas en el cuadro y desarrolladas a continuación. Ejemplos de ellas se pueden encontrar en los recuadros 13 y 15 sobre los programas de protección social e iniciativas de comercio y publicidad respectivamente.

Figure 5 : Promotion de l'alimentation saine selon l'OPS

En juin 2018, à Buenos Aires, Mercosur prit la décision d'intégrer l'étiquetage nutritionnel au sein de ses pays membres pour améliorer l'information sur les aliments emballés afin de réduire l'augmentation des cas d'obésité et surpoids. En effet, selon l'OPS (Organización Panamericana de la Salud) "los países del Mercosur ocupan los primeros lugares en las Américas en la venta de productos ultraprocesados de bajo valor nutricional y excesiva cantidad de grasas totales, grasas saturadas, grasas trans, sodio y azúcares". Or, la consommation de ces produits est associée au développement de l'obésité et autres maladies non transmissibles.

Au-delà de ces préventions développées à l'échelle du grand public, les pays entendent faire face à la malnutrition en promouvant l'éducation alimentaire, qui fût citée selon la Figure 5 ci-dessus, autant dans la demande que dans l'offre alimentaire.

La directrice de la OPS, Carissa F. Etienne, explique que "la región enfrenta una doble carga de la malnutrición que se combate con una alimentación balanceada que incluya alimentos frescos, sanos,

nutritivos y producidos de manera sostenible, además de abordando los principales factores sociales que determinan la malnutrición, por ejemplo la falta de acceso a alimentos saludables, a agua y saneamiento, a servicios de educación y salud, y programas de protección social, entre otros”<sup>7</sup>.

La OPS précise également que les maladies alimentaires sont en général prévisibles. “Las políticas, los entornos, las escuelas y las comunidades son fundamentales, pues condicionan las decisiones de los padres y los niños, ayudando a que los comportamientos alimentarios saludables sean una opción más sencilla (accesible, disponible y asequible), previniendo así las enfermedades alimentarias”. (UNICEF) L’environnement des jeunes, tant physique que social, apparaît donc comme essentiel pour réduire la malnutrition. De fait, la OMS prône le rôle que peut/doit jouer l’établissement scolaire pour promouvoir des habitudes saines, fondamentales pour lutter contre les épidémies de maladies non transmissibles : “La promoción de las dietas saludables y la actividad física en la escuela es fundamental en la lucha contra la epidemia de obesidad infantil. Como los niños y los adolescentes pasan una parte importante de su vida en la escuela, el entorno escolar es ideal para obtener conocimientos sobre opciones dietéticas saludables y la actividad física. Como ejemplo de conducta positiva, el profesor puede tener un impacto duradero en el modo de vida del alumno”. (UNICEF)

### ***L’exemple du Brésil***

L’expérience au Brésil de son programme national d’alimentation scolaire (PNAE) est reconnue depuis plus de 60 ans, en particulier par les pays en développement, comme point de référence pour sa durabilité, sa qualité, ses progrès et ses défis ; permettant ainsi de fournir l’appui nécessaire aux pays d’Amérique latine et des Caraïbes. (FAO)<sup>8</sup>. La portée de cette mise en œuvre collaborative comprend la participation de 5 570 municipalités et 27 États, aidant 43 millions d’étudiants par jour pendant 200 jours d’école.

Les enseignements tirés de l’alimentation scolaire au Brésil reposaient sur plusieurs éléments essentiels, tels que :

- La couverture du programme
- La systématisation et la continuité de l'approvisionnement
- La qualité de la nourriture offerte dans les écoles
- Des règlements complets du programme
- Des recommandations nutritionnelles
- Une surveillance publique
- L’achat de denrées alimentaires provenant de l'agriculture familiale
- La construction de systèmes de support sur site et virtuels
- Le contrôle et évaluation du programme avec une gestion décentralisée
- Des mécanismes et outils éducatifs pour l'alimentation et la nutrition dans les jardins scolaires

---

<sup>7</sup> *Panorama de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en América Latina y el Caribe 2016*

<sup>8</sup> *Programme FAO in action, Brazil, consultable ici : <http://www.fao.org/in-action/program-brazil-fao/projects/school-feeding/en/>*

## 1.5. Le cas de l'Argentine



Figure 6 : Infographie sur l'obésité et le surpoids en Argentine

En parallèle, et de manière anecdotique, il est intéressant de préciser que deux publicités sur trois portant sur l'alimentation étant diffusées à la télévision promeuvent des aliments qui ne sont pas sains.

Une étude réalisée dans huit pays d'Amérique portait sur la publicité alimentaire destinée aux enfants. Elle a détecté qu'en Argentine, 48% des aliments publicités présente une faible valeur nutritionnelle et que 69% des enquêtés affirment consommer ces produits postérieurement<sup>12</sup>.

Pourtant, l'Argentine abrite une production alimentaire très forte et exporte bien plus qu'elle n'importe (Annexe 2 : Commerce agro-alimentaire en Amérique latine et dans les Caraïbes (2014-15)).

D'après l'un des responsables de l'INTA, Tomas Krusth, si on se concentre sur la zone de Buenos Aires, le périurbain jouie d'une production légumière abondante. Pourtant, les producteurs se voient contraints de jeter leur surplus de production qu'ils ne pourront vendre<sup>13</sup>.

<sup>9</sup> Encuesta Nacional de Factores de Riesgo de 2013

<sup>10</sup> Ministère de la santé

<sup>11</sup> FAO

<sup>12</sup> FAO

<sup>13</sup> Témoignage de Tomas Krusth, représentant de l'INTA Argentine

### Pourquoi se concentrer sur les adolescents de Buenos Aires ?

Concernant les jeunes, d'un point de vu médico-centré, on constate que le taux des maladies non transmissibles est plus élevé dans la région Centre où se trouve Buenos Aires que la moyenne du pays (la Patagonie restant la région la plus affectée) pour les jeunes de 5 à 13 ans. Voir le graphique ci-dessous (figure7) :

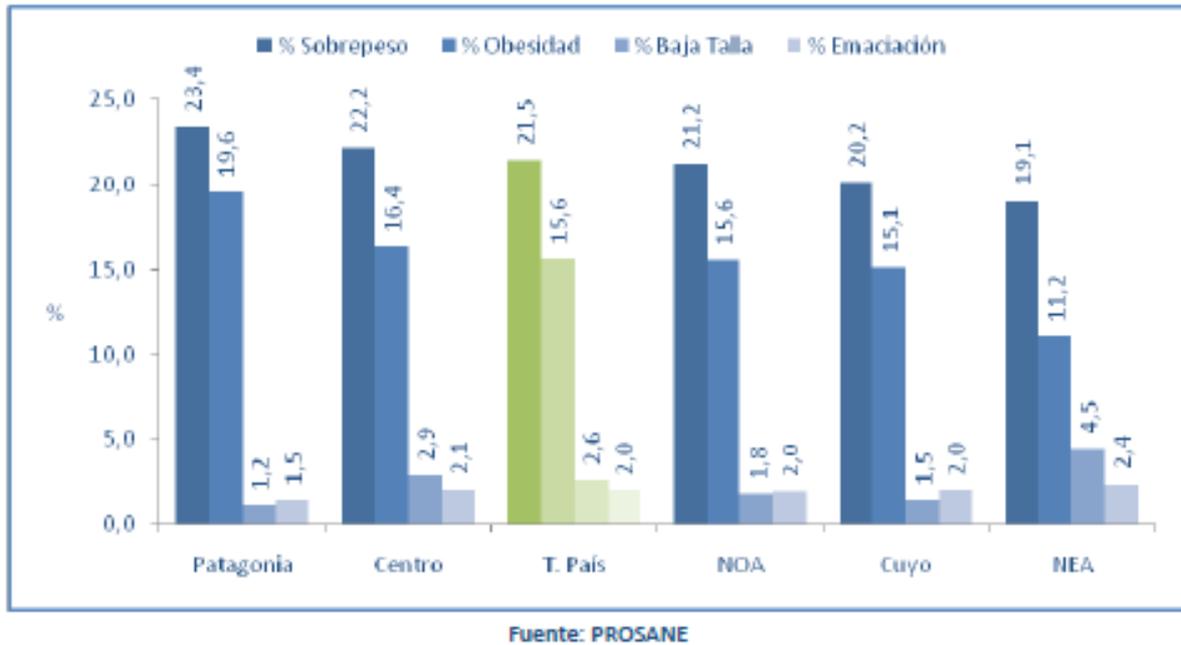


Figure 7 : Distribución porcentual de los hallazgos antropométricos en la población de 5 a 13 años según regiones de Argentina. Año 2013

Or, en réduisant l'intervalle d'âge, on peut se rendre compte que les adolescents de 10 à 13 ans sont les plus touchés par les problèmes de surpoids et d'obésité, comme le montre le tableau ci-contre (figure 8).

Tabla 9. Distribución de los problemas de salud más frecuentes según grupos de edad. Total país. Año 2013

Problemas de salud	5 a 9 años	10 a 13 años
Sobrepeso	1 de cada 5	1 de cada 4
Obesidad	1 de cada 7	1 de cada 6
Patología piezas temporarias	1 de cada 2	1 de cada 5
Patología piezas definitivas	1 de cada 7	1 de cada 2
Maloclusión	1 de cada 7	1 de cada 4
Disminución de la agudeza visual	1 de cada 9	1 de cada 12

Fuente: PROSANE

Figure 8 : Distribución de los problemas de salud mas frecuentes según los grupos de edad. Total país. Año 2013

Selon l'Enquête Mondiale de la Santé Scolaire (EMSE) de 2012<sup>14</sup>, 28,6% des étudiants de 13 à 15 ans vivant en Argentine sont en surpoids et 5,9% en obésité. Entre l'enquête réalisée en 2007 et celle de 2012, on a pu observer une augmentation significative de l'obésité (+ 2,9%) et du surpoids (+9,9%)<sup>15</sup>. De fait, en analysant la consommation des adolescents, seulement 17,6% des enquêtés consommaient des fruits et légumes cinq fois par jours, alors que la moitié affirmaient consommer au minimum deux boissons sucrées par jour<sup>16</sup>.

<sup>14</sup> Encuesta Mundial de Salud Escolar (EMSE) realizada en 2007 y 2012 a estudiantes de 13 a 15 años

<sup>15</sup> Cuadernillo Obesidad 2017

<sup>16</sup> Ibid.

De plus, “Recientemente se conocieron los resultados de un estudio que pone en escena la delicada situación en la que se encuentran los niños en nuestro país. Más de ocho millones sufren algún tipo de violación de sus derechos. De ese total, más de cinco millones pasan hambre o no acceden a los nutrientes necesarios para desarrollarse ... y eso es un eslabón más en la cadena de desigualdades y vulneraciones a las que quedan expuestos. No recibir la adecuada alimentación genera consecuencias negativas y devastadoras en la salud y el desarrollo cognitivo.”<sup>17</sup>

Compter sur des habitudes alimentaires saines et durables, se montre nécessaire pour affronter ces chiffres particulièrement alarmants, notamment sur les adolescents. En ce sens, il résulte très important d’intégrer le problème de la malnutrition sous toutes ses formes pour maintenir une sécurité alimentaire et nutritionnelle efficace. Il s’agira de coordonner des processus concrets entre les divers acteurs impliqués dans l’alimentation, afin d’effectuer un travail global sur la malnutrition.



Figure 9 : Integación de las propuestas metodológicas

La présence centrale de l’environnement alimentaire sur le cadre ci-dessus met en avant l’intérêt de travailler de façon systématique sur cet élément pour en appréhender toute sa complexité. En outre l’accent est notamment mis sur la promotion des changements dans la consommation d’aliments.

Dans un contexte au sein duquel on promeut la diffusion d’habitudes alimentaires saines, où les politiques prétendent développer l’éducation alimentaire ; de quelle manière peut se développer une éducation alimentaire au sein des établissements scolaires argentins pour toucher une génération presque oubliée, les adolescents ?

Dans cette étude, nous proposons de prendre l’exemple de l’Argentine comme laboratoire pour initier un projet d’éducation alimentaire qui se focalisera davantage sur l’environnement alimentaire des adolescents.

<sup>17</sup> Directora nacional de Aldeas Infantiles SOS Argentina. La Nación, número 52.787, Año 149, Lunes 20 de agosto de 2018. [www.lanacion.com.ar](http://www.lanacion.com.ar)

## Partie II

### Méthodologie

Dans le cadre de mon stage de fin d'étude, j'aurai intégré le Cirad (Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement) dans le but d'effectuer une recherche-action sur l'environnement alimentaire des adolescents à Buenos Aires pour mieux connaître leurs habitudes de alimentaires.

Afin de fortifier l'expérience et d'appuyer le travail en école, le stage se sera également inscrit dans le cadre du Projet Marguerite. Ce dernier est un projet de recherche action qui vise à sensibiliser de façon critique les adolescents aux problématiques de l'agriculture et de l'alimentation durable. Du champ à l'assiette, quatre thèmes sont mobilisés - la production, la commercialisation, la nutrition-santé, la solidarité alimentaire- pour comprendre les processus conduisant les territoires vers une plus grande justice alimentaire et sociale. Au fil des séances, des rencontres, les adolescents s'éveillent au lien entre santé des individus et santé des territoires. Initié en 2013, le projet est porté par l'ENS de Lyon, le laboratoire Environnement Ville Société et l'Institut français de l'Éducation et a obtenu en 2016 le soutien du Programme national pour l'Alimentation.

Le travail direct dans ce projet aura facilité l'entrée dans les établissements scolaires et aura apporté un appui incontournable dans le développement des supports pédagogiques utilisés en classe dans le cadre de la recherche-action.

## **2.1. La recherche-action**

### ***Qu'est-ce que la recherche action ?***

Originaire des sciences sociales, le terme de recherche-action est attribué à Lewin (1946), psychologue expérimental allemand, qui a avancé l'idée qu'à travers la recherche-action des avancées théoriques pouvaient être réalisées en même temps que des changements sociaux. Il décrit les phases de la recherche-action comme une spirale de cercles de recherche progressant chacun d'une description de l'existant vers un plan d'action.

Bien que « Je souhaiterais situer le fondement de la recherche-action dans le renversement qui fut opéré par Marx, faisant de la pratique le point de départ d'une connaissance scientifique du monde social, en même temps que le moteur de son histoire. » (Berger, 2003). La recherche-action est une autre manière de chercher, se former, transformer. Pour Rémi Hess la référence à la recherche-action est devenue fréquente à partir de 1977 dans le contexte francophone « on pourrait même dire que la recherche action est devenue une mode. » (HESS, 1983)

Cette méthode met l'accent non seulement sur une meilleure compréhension du fait social étudié, mais essaie de contribuer au même temps à la résolution des problèmes engendrés par ce fait social. Elle est destinée à avoir des retombées autant dans la théorie que dans la pratique.

Une des grandes richesses de la recherche-action est sa flexibilité : il y a autant de variantes de cette forme de pratique que d'acteurs et situations particulières. Le travail de terrain permettant de développer des hypothèses à partir de données collectées sur le terrain pour adapter ces actions futures.

## **Méthode de la recherche action**

Le chercheur qui s'engage dans la recherche-action invente sa propre méthodologie au fur et à mesure de la mise en place d'actions innovantes et opère un retour systématique vers les bases théoriques adéquates. Elle conduit chacun de nous à élaborer et expérimenter des méthodes originales, à contribuer à sa formation continue et à celle des membres du groupe. Elle pousse à élaborer des propositions d'enseignement autour de thématiques particulières et à produire des documents pouvant constituer un apport pour l'enseignant, tant par rapport à la discipline qu'il enseigne que pour sa pratique pédagogique même. La démarche favorise l'utilisation de données plus qualitatives que quantitatives. La plupart du temps, la recherche-action favorise l'utilisation naturelle du langage qui correspond mieux à son caractère participatif et réactif, la communication entre les partenaires étant valorisée. (CATROUX, 2002)

La recherche action suit un schéma cyclique. Chaque cycle débute par une observation sur le terrain. Une analyse et réflexion sur l'observé permet de déterminer un plan d'action, qui sera analysé après avoir été mis en œuvre. Au vu des retombées observées, le cycle reprendra de façon similaire si besoin est. En conséquence, la multiplication de cycles courts permet d'accélérer les changements apportés et d'affiner les actions envisagées.

La représentation (fig.1) d'un protocole de recherche-action établi par Kemmis et McTaggart en 1988 et cité par Maclsaac (1996) montre bien la nature répétitive de la recherche-action ainsi que les phases principales de planification, action, observation et réflexion avant une révision du plan.

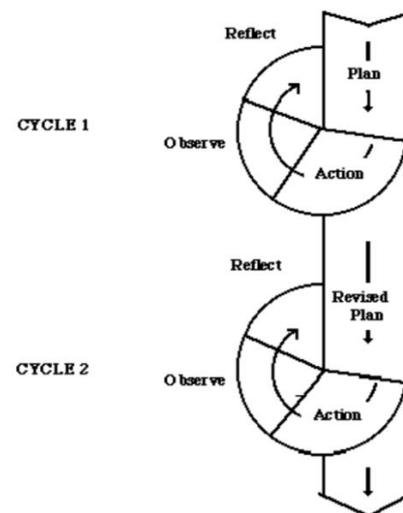


Figure 10 : Processus de la recherche-action  
d'après Kemmis et McTaggart (repris par Maclsaac, 1996)

## **Intérêts de la recherche action**

Guy Berger va dans ce sens, établissant la dimension sociale et collective de la recherche-action : «... à travers tous ces projets de recherche-action, se joue la manière dont un certain nombre de groupes sociaux vont à la fois se construire des fonctions propres, essayer d'élaborer ce qu'ils vont appeler quelquefois des « savoirs propres » ou des « savoirs sur soi » et aboutir à la capacité de se former. » (Berger, 2003).

Jacques Ardoïno signale, lui, clairement les effets de co-formation de la recherche-action ; « Engager une démarche de recherche-action : c'est provoquer une co-formation. » Cette co-formation entraîne des transformations. « La recherche-action opère un changement, elle suppose, exige, et requiert dans nos modes de connaissance et nos modes de lecture, une approche de la réalité à des fins de changement. » (Ardoïno, 2003). C'est aussi « un des moyens dont dispose le système éducatif pour augmenter son efficacité vers l'atteinte des objectifs qui lui sont confiés » (Hugon, Seibel, 1988).

Le rôle du chercheur, qu'il soit extérieur ou qu'il se confonde avec l'enseignant lui-même, est de mettre en place et de lancer le processus de recherche-action de manière à emporter l'adhésion des participants, et de faire émerger des solutions favorables à chacun afin que la démarche puisse être maintenue par la suite.

## **2.2. Terrain d'étude**

### **2.2.1 Choix des écoles**

Afin de mener cette étude, nous avons prît la décision de travailler auprès de la population adolescente au sein de leur environnement scolaire, intervenant dans leur classe.

Afin d'avoir une vision la plus panoramique possible sur l'environnement alimentaire des adolescents, nous avons ciblé des écoles aux contextes géographique et socio-économique différents. Si le contexte des écoles est différent, les adolescents qui les fréquentent, ainsi que leurs environnements et pratiques alimentaires, s'annoncent d'emblée différent.

Proposé dans quatre établissements de Buenos Aires, il fût apprécié par tous. Néanmoins, pour des questions d'organisation, seulement deux d'entre eux auront pris part à la recherche-action : EESA Hurlingham et Normal1 CABA. Chaque école reflète une possibilité de coopération différente.

L'école *agropecuaria* d'Hurlingham se trouve dans un milieu vulnérable, en périphérie de la ville de Buenos Aires. Les enseignants ainsi que la direction ont très vite adhéré au projet, conscients de l'opportunité qu'ils offraient à leurs élèves d'aborder ces thèmes clefs en développant leur regard critique. Ici, la coopération franco-argentine aura eu lieu en espagnol, sur la base d'une transmission et d'un échange de connaissances. La Normal1 offrant des cours de français, les professeurs ont tant profité de la venue du projet pour sa thématique que pour permettre à ses élèves de partager la francophonie avec une native française.

Au final, ce seront donc plus de 100 adolescents qui auront pris part à l'étude, offrant de par leur lieu d'étude, leur lieu de vie, leur trajet habituel et leur condition sociale, des environnements alimentaires très diversifiés. Chacun étant invité à participer, par l'intermédiaire de cette recherche-action, pour appréhender son quotidien, ses habitudes alimentaires, ses croyances et sa vision quant à l'alimentation.

Il est important de mentionner que l'échantillonnage ne se sera pas appuyé sur des données nutritionnelles et de l'état de santé des enfants (malnutrition, obésité, etc.).

### **2.2.2. Description des écoles**

Les établissements scolaires, bien qu'ils se situent à Buenos Aires, présentent des caractéristiques bien différentes. Géographiquement, la première se trouve au centre de CABA dans un quartier de classe moyenne-supérieure et l'autre dans la Province de Buenos Aires à Hurlingham, ville périurbaine au contexte économique d'avantage fragile et vulnérable, à la frontière avec le monde rural (voir cartographie ci-contre). L'offre alimentaire autour de l'école sera donc d'emblée différente, avec une offre particulièrement abondante au centre-ville et infime dans le second cas.

N.B. : Notons que dans cette étude, la classe sociale de l'individu sera définie selon le lieu de vie, le travail et l'intrant économique des parents.

## LOCALISATION DES ÉCOLES



Source: Gonzales Ophélie (Bing MCEG2018)

### Légende

- ENS 1 CABA
- EESA Hurlingham

Figure 11 : Localisation des écoles

### **Ecole ENS1, Normal1**

La Normal1 est une école publique primaire, secondaire et tertiaire d'enseignement général spécialisée en renforcement des langues étrangères, qui compte environ 500 élèves dans le secondaire. O

Fondée en 1874 comme Ecole Normal de Maestras de la Provincia de Buenos Aires, elle s'est ensuite dédiée à la formation des plus jeunes. Le niveau secondaire est devenu mixte en 1987.

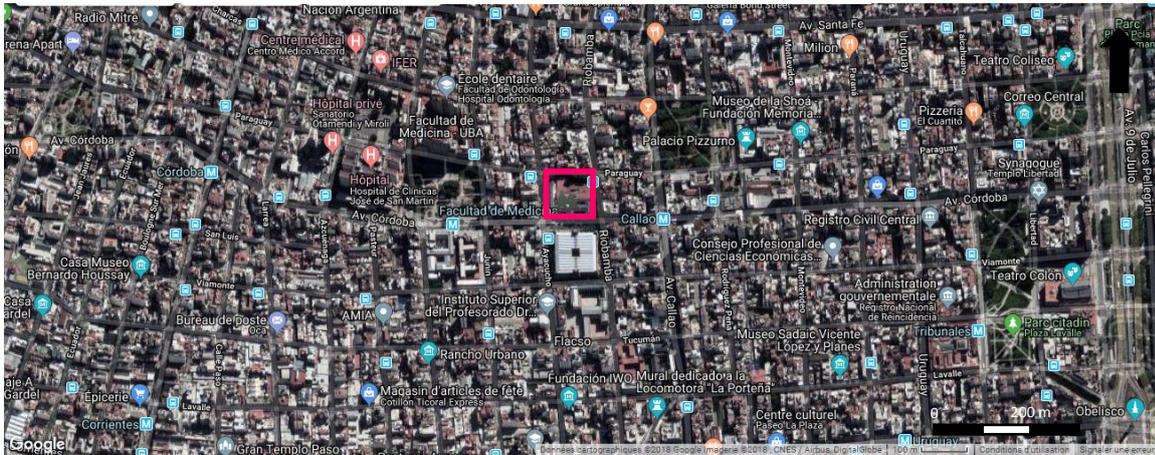


Figure 12 : Emblème ENS1

En 1999, l'école réalisa son tout premier échange avec un institut français de Champigny-sur-mer.

Cet établissement n'a cessé de se développer et de s'agrandir, occupant aujourd'hui toute une manzana du quartier. L'école se trouve dans un bâtiment historique rénové (où l'on trouve un musée) et un autre bâtiment des années 1950. Cela lui confère une très grande surface, donc de nombreuses salles de classes. On y trouve même une salle informatique très bien approvisionnée, avec différents ordinateurs accessibles aux élèves.

## VUE AERIENNE DE L'ENS, CABA



Source : GONZALES O. (Google Maps)

### Ecole

Figure 13 : Vue aérienne de l'ENS1



Figure 14 : Façade avant de l'ENS1



Figure 15 : Cours de l'ENS1

© Projet Marguerite - CIRAD 2018 – Photo : Ophélie Gonzalès

Les élèves de cet établissement sont issus de quartiers très divers, parfois très éloignés de l'école. On trouve donc parmi eux un panel très large de profils géographiques et socio-économiques. Certains élèves viennent de quartiers proches de l'école, situés en plein centre-ville qui présentent un cadre de vie économique de classe haute. D'autres seront eux issus des « villas », quartiers considérés comme vulnérables et économiquement bas.

### Ecole EESA d'Hurlingham



Figure 16 : Emblème EESA

L'EESA d'Hurlingham est une école secondaire publique d'enseignement technologique agropecuario depuis seulement 2 ans et accueille environ 200 élèves. L'école occupe les anciens locaux de la fondation « Felices los niños » tenue par un prêtre qui a dû fermer en 2008. La surface du bâtiment est petite, l'établissement manque d'ailleurs de salles de classes afin de pouvoir accueillir toutes les personnes venant étudier de manière décante. Des cours sont souvent dispensés dans la cantine pour manque de place. De plus, elle partage ses locaux avec une école d'art, une école

spécialisée et des formations tertiaires le soir. Le site se trouve à l'extrémité de l'INTA (organisme ...) qui jouit de nombreux hectares de terre non urbanisées. L'école en occupe une petite partie (environ 4 hectares). L'on y trouve différents potagers, des parcelles pour les animaux, etc. Les élèves de l'école s'abonnent très régulièrement aux activités en extérieur. Située dans la Provincia de Buenos Aires, proche d'un accès direct avec l'autoroute, ces terrains sont très convoités. L'Etat a d'ailleurs quitté des parcelles à l'école au mois d'août 2018

Les élèves sont d'avantage issus de quartiers proches de l'écoles, accessibles à pieds ou rapidement en transport. Beaucoup sont voisins entre eux. L'on retrouve une très forte identification à son quartier. Ils sont pour la majorité de la classe moyenne-inférieure, basse et pour beaucoup nés de parents immigrés originaires des pays limitrophes tel que le Paraguay, une population reconnue comme appartenant aux classes les plus pauvres et vulnérables

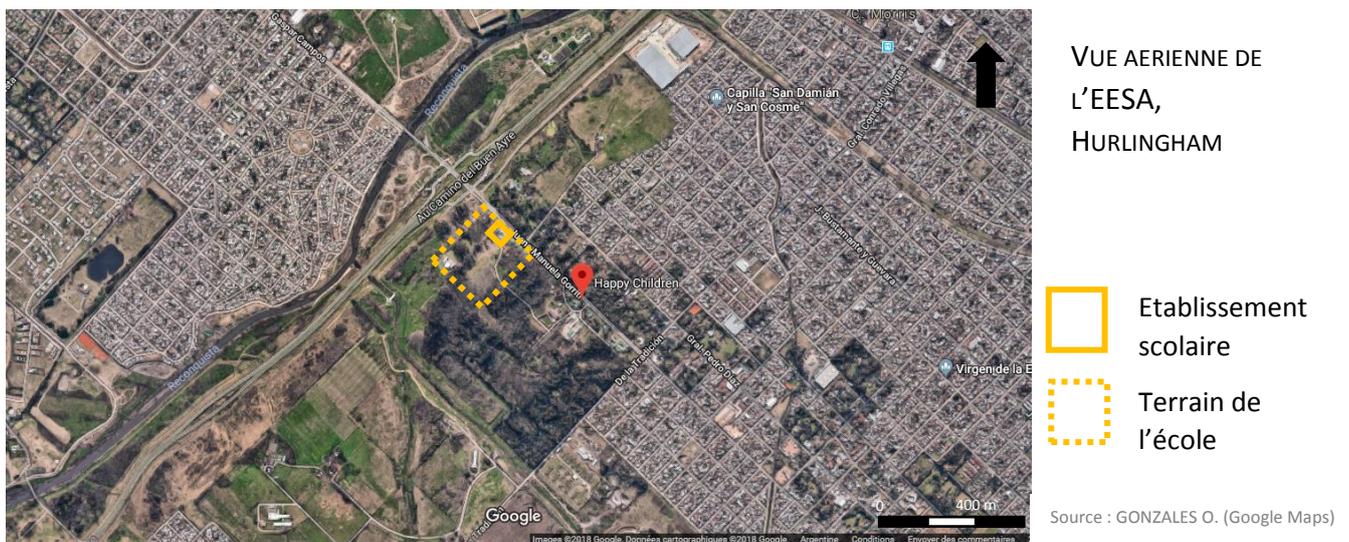


Figure 17 : Vue aérienne de l'EESA



Figure 18 : Façade avant de l'EESA

: Façade avant

Cour intérieure :



Figure 19 : Cours de l'EESA

### 2.3. La recherche action au sein des écoles

L'environnement alimentaire représente un sujet vaste et complexe. D'un côté il s'agit d'analyser quelles sont ses composantes, quels acteurs, quels éléments socio-culturels, économiques ou géographiques ont un rôle à jouer dans les habitus alimentaires des jeunes aujourd'hui. De l'autre, il est d'autant plus intéressant d'en saisir la perception de l'individu lui-même. De quelle façon le jeune se sent, ou non, influencer par son environnement ? Afin de cerner la vision qu'ont les jeunes de leur environnement et des possibles influenceurs, des données quantitatives furent produites grâce à la récolte de données par questionnaires. Cependant, étant une thématique qui s'attache davantage à la

subjectivité de la personne, la récolte de données qualitatives fût priorisée (focus groupe, d'observation participative, entretiens).

### ***Recherche qualitative fondée sur l'observation participante***

Les séances en classe constituaient d'elles-mêmes un terrain d'observation participative idéal. Définie par Platt (1983) comme une technique de recherche dans laquelle le chercheur observe une collectivité sociale dont il fait lui-même partie, l'observation participante implique de la part du chercheur une immersion active dans son terrain. Elle lui permet d'avoir accès à des informations peu accessibles et mieux comprendre certains fonctionnements difficilement appréhendables par quiconque est extérieur au terrain. Pour Pfadenhauer (2005), ce type de méthode vise notamment la production de données d'observation et de données expérientielles. Ici, l'implication dans un terrain peu connu justifie le recours à l'observation participative en partageant les séances en classe pour comprendre de l'intérieur le phénomène. Dans le cas présent ce fût une observation externe, l'étude étant issue d'un projet étranger aux écoles et mené en un court laps de temps. La présence sur le terrain aura elle-même été partielle. Le travail d'observation aura lui commencé après en avoir informé la population étudiée et obtenu leur accord. Bien que le risque de ce type d'observation participative ouverte soit de générer des changements artificiels de comportements, le travail au sein de l'école impliqué obligatoirement une demande d'autorisation des supérieurs (direction et corps enseignants) et des élèves eux-mêmes.

Une présence hebdomadaire dans les classes aura permis d'être en immersion dans leur quotidien scolaire, offrant une observation privilégiée de leurs pratiques, en se confrontant aux enjeux qu'ils rencontrent dans cet espace ainsi qu'aux enjeux qui les rodent de manière générale. Être présent dans l'enceinte scolaire permet également d'en apprécier son fonctionnement. Nous ne pouvons pas non plus négliger l'augmentation des liens avec les jeunes participants à l'étude, qui l'aura rendu d'autant plus riche grâce aux diverses confessions lors de conversations occasionnelles de terrain.

### ***Récolte de données***

L'analyse de l'offre alimentaire et de l'accès qu'ont les jeunes à celle-ci se sera effectuée deux de manières. L'environnement alimentaire des adolescents étant très vaste, le travail de terrain ne nous permettait d'en analyser qu'une infime partie.

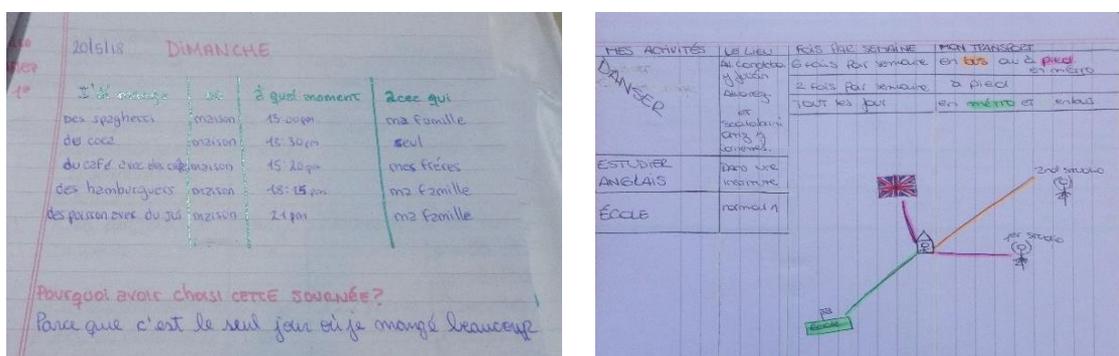
Afin d'accéder à l'environnement davantage personnel des adolescents (cercle familial, lieux de commensalité ou d'approvisionnement, etc.), divers supports à destination de l'élève ont été créés pour les encourager à analyser leur environnement alimentaire. Néanmoins, pour nous permettre de mieux situer les enjeux auxquels les élèves sont confrontés selon le contexte social du quartier, une carte regroupant les lieux de vie de tous les élèves fût créée pour chaque école. En cas de non réponse de l'élève, nous pouvions au moins avoir une idée de son exposition à l'offre alimentaire.

Par ailleurs, cet environnement alimentaire s'étend jusqu'au cercle intime du jeune, sphère qui nous est plus difficilement accessible.

Une présence en classe ne permettant pas de traiter des informations individuelles directement, la production de documents personnels fût encouragée. Désignant les matériaux dans lesquels les individus révèlent avec leur propre langage leur point de vue sur le terrain observé, les élèves auront

par exemple réalisé des cartes mentales sur l'offre alimentaire autour de chez eux, un registre de leur consommation sur une journée, des photos commentées de leurs courses et de leurs repas. D'autres matériaux ont, eux, été réalisés en groupe, le dynamisme des jeunes en groupe étant plus importants, ils s'investissent davantage dans le travail demandé. Dans ces cas-là un environnement commun à tous devait être analysé, tels que l'offre alimentaire autour du collège ou encore la proposition alimentaire dans l'établissement scolaire. Ces diverses réalisations étaient quant à elles discutées en classe afin de créer un débat entre élèves. Obligeant les élèves à prendre du recul sur les différentes situations personnelles de chacun et d'y apporter son regard critique, nous obtenions ainsi de la donnée supplémentaire.

Les données qualitatives furent croisées avec les caractéristiques des individus, les concepts théoriques furent exploités pour décrire, interpréter et expliquer les phénomènes observés



© Projet Marguerite - CIRAD 2018 – Photo : Ophélie Gonzalès

Figure 20 : Exemples de données qualitatives

### Etude de l'environnement scolaire des élèves

Le terrain le plus facilement abordable dans notre cadre d'étude était celui de l'école. Il était question d'analyser l'offre alimentaire à laquelle les élèves sont susceptiblement exposés aussi bien à l'extérieur qu'à l'intérieur de l'école. Dans les deux cas, il fût réalisé une cartographie des espaces. Dans l'école, l'enjeu était de relever tous les espaces liés à l'alimentation présents dans l'école. Il pouvait aussi bien s'agir de la cantine, que du kiosco ou encore des lieux investis par les élèves pour grignoter. Autour de l'école le choix du périmètre d'analyse était lié à l'accès aux transports les plus proches de l'école, donnant un périmètre de 200m<sup>2</sup> autour de l'école. Dans les deux cas, l'on utilisé le support numérique Epicollect afin de récolter les informations nécessaires sur les points d'offre alimentaire. Afin de pouvoir traiter plus aisément cette information, nous avons catégorisé ces différents lieux selon la nature de l'offre alimentaire, autrement dit le type de produits vendus et l'aspect de l'espace de vente.

Pour chacun de ces espaces que nous aurons nous-mêmes répertoriés, il fût demandé aux élèves, au cours d'activités, de répertorier d'eux-mêmes l'offre alimentaire présente à l'extérieur et à l'intérieur de l'école, ce qui nous permettait notamment d'obtenir des informations sur la perception qu'ils ont des lieux.

### **2.3.1. Tableau général sur les différentes activités**

L'un des questionnements essentiels à la mise en place de cette étude au sein des classes, fût de réussir à appréhender la complexité de l'environnement alimentaire avec un langage simple et des activités ludiques qui mobilisent la curiosité des adolescents et leur investissement. Il fallait à la fois obtenir de la donnée, tout en réussissant à les sensibiliser, leur apporter des connaissances et un regard critique sur les thématiques. De nombreux supports méthodologiques furent créés pour répondre à cet enjeu.

Ci-après, un registre de toutes les activités proposées aux adolescents. Pour chaque activité, sera indiqué le(s) lieu(x) où chacune d'entre-elles se sera effectuée, l'apport théorique de l'activité en précisant le type de données récoltées ainsi que l'apport pratique en explicitant les compétences apportées aux élèves.

Activité	EESA	ENS	Mermo	C3	Type de données récoltées	Compétences acquises pour les enfants
<b>Introducción sobre el tema de alimentación</b>					Quantitatif + qualitatif	Cette séance introductive aura permis aux élèves de réfléchir pour à leur alimentation et quels en sont les enjeux. Travailler le débat d'idée en groupe.
<b>Alimentación diaria</b> « Carnet de route de ta consommation quotidienne »					Quantitatif + qualitatif	Effectuer un travail de synthèse en créant un court rapport de la consommation alimentaire sur une journée pour ensuite procéder à son analyse critique selon divers critères : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Quantité de nourriture consommée en une journée</li> <li>- Type d'aliments consommés</li> <li>- Qu'est-ce qui nécessaire et qu'est-ce qui ne l'est pas</li> <li>- Introduire la notion d'accès à l'alimentation</li> </ul>
<b>El acceso a puntos de venta</b> Carte mentale + Travail mathématique					Qualitatif	Concevoir un schéma synthétique pour analyser son propre environnement et pouvoir le comparer avec ceux de leurs camarades. (L'offre est-elle la même sur tous les espaces ?) Utiliser le langage cartographique et concevoir une légende. Utiliser les mathématiques (pourcentage) dans un cas concret.
<b>Carte participative</b> sur l'environnement autour de chez sois					Qualitatif	Analyser son environnement et effectuer de la récolte de données sur le terrain. Savoir se repérer dans l'espace. Utiliser le langage cartographique et concevoir une légende. (La carte ayant été volée, nous avons perdu toutes les données)
L'environnement autour de l'école					Qualitatif	Savoir se repérer dans l'espace : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconnaître les éléments de son environnement à partir de photos prises en amont</li> <li>- Situer des éléments de notre environnement quotidien sur un fond de carte.</li> </ul> Analyser l'offre alimentaire autour de leur école d'après leur point de vu de consommateur Décrire les facteurs qui influencent leur choix et jouent un rôle dans leur prise de décision. Être capable d'exprimer son opinion en français.

<b>Balance de los temas anteriores</b>					Quantitatif + qualitatif	Compréhension et expression écrite en français.
<b>Vers une alimentation saine et durable</b> Kiosco saludable					Qualitatif	<p>Analyser l'offre alimentaire actuelle de son école. Définir ce qu'est l'alimentation saine. Imaginer, en groupe, un projet de « kiosco saludable » proposant une nouvelle offre alimentaire plus saine :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proposer une offre alimentaire adéquate (pour cela, les élèves s'appuient sur divers facteurs : alimentation saine, prix accessible, etc.)</li> <li>- Imaginer un point de vente adapté à cette alimentation (conservation et préparation des aliments)</li> <li>- Penser à la promotion de son travail : comment y faire venir les personnes ?</li> </ul> <p>Travailler la création d'un projet en groupe Être capable de présenter son projet et expliciter sa démarche en groupe. Savoir expliquer ses choix et défendre ses idées.</p>
<b>Quels facteurs influent sur notre consommation ? – Notre origine</b> Les produits laitiers					Quantitatif + qualitatif	Connaître d'autres modes de consommation et habitudes alimentaires à travers le monde.
<b>Taller de yogurt</b> Production de yaourts Les produits laitiers					Qualitatif	Savoir produire des yaourts naturels. Développer sa dextérité en cuisine et son esprit créatif.
<b>« Palette du goût »</b> Activité sensorielle : Dégustation de produits					Qualitatif	Développer ses papilles gustatives et amplifier sa gamme de saveur. Analyser les aliments d'une autre manière. Travail sur le vocabulaire des sensations et des goûts.
<b>Selfood</b>					Quantitatif + qualitatif	Découvrir une autre forme d'expression : la photographie Se familiariser à la technique « selfood ». Analyser son alimentation et ses habitudes alimentaires. Analyser ses plats d'un point de vue nutritionnel (intervention d'un nutritionniste) Définir ce qu'est l'alimentation saine. Aborder les thèmes d'alimentation saine, origine des aliments, diversité des plats selon les individus (contexte socio-économique, origine, etc.)

<b>Alimentación en casa</b> Travail photo					Qualitatif	Découvrir une autre forme d'expression : la photographie Analyser son alimentation et ses habitudes alimentaires sous différents angles : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prix</li> <li>- Lieu d'approvisionnement et fréquence d'achat</li> <li>- Perception des aliments selon chaque individu (ici, cercle familial)</li> </ul>
<b>Vidéo</b>					Qualitatif	Apprendre à s'exprimer, devant une caméra et sélectionner les informations intéressantes à mobiliser.
<b>Echange avec la France</b>					Qualitatif	Apprendre à s'exprimer avec un étranger. Compréhension et expression orales et écrites. Découvrir une autre culture.
<b>Taller de Huertas Urbanas</b> au Centro Cultural de la Ciencia					Quantitatif + qualitatif	Analyser la ville dans son contexte actuel et imaginer la ville de demain. Définir ce qu'est une ville verte et durable. Être capable de présenter son travail et l'explicitier en public. Connaître le processus de croissance d'une plante et ses besoins. Savoir ce qu'est le compost et comment en créer un. Apprendre à planter. Apprendre à construire un potager vertical en bouteilles plastiques. Connaître différentes initiatives de potager urbain dans sa ville et dans le monde entier.

NB: Dans le cas de l'ENS1, les élèves auront chaque fois acquis du vocabulaire en français, pu s'exprimer à l'écrit comme à l'oral et travailler leur compréhension écrite et orale, en français avec une native française.

## Description de chaque activité

Activité	Description de l'activité
<b>Introducción sobre el tema de alimentación</b>	Discussion à partir des questions suivantes : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pourquoi s'alimenter ?</li> <li>- D'où provient notre nourriture ?</li> <li>- Où trouve-t-on nos aliments ?</li> </ul>
<b>Alimentación diaria</b> « Carnet de route de ta consommation quotidienne »	A remplir sur une journée de la semaine. Sur une journée, choisie par l'élève, noter : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Chaque moment où tu auras consommé quelque chose</li> <li>- Ce que tu auras consommé</li> <li>- L'endroit d'où il provient (si possible prendre une photo)</li> <li>- Si tu étais avec d'autres personnes (qui ?)</li> </ul> Indiquer de quelle journée il s'agissait et pourquoi tu l'auras choisi.  A partir de ce support, les élèves pourront écrire un court texte pour décrire leur quotidien : « Toi, ici à Buenos Aires, quelles sont tes habitudes alimentaires ? » (aliments que tu consommes, horaires des repas, lieux où tu manges, etc.)
<b>El acceso a puntos de venta</b> Carte mentale	<b>Quels facteurs influent sur notre consommation ? - Lieux de vente</b> Analyser ce qu'est l'accès alimentaire en comparant différentes répartitions des points d'alimentation à travers des calculs mathématiques. Concevoir des cartes mentales individuelles : « Quelles sont tes activités dans la semaine ? » Légende : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lieu</li> <li>- Symbole le représentant</li> <li>- Fréquence où l'on s'y rend</li> <li>- Distance du lieu d'habitation</li> </ul> Si les lieux de vente alimentaire ne ressortent pas, les ajouter d'une autre couleur. Et par curiosité, l'agriculture, où se trouve-t-elle ?

<b>Mapa participativo</b>	<p>A partir del análisis anticipada de su barrio:          Los/las alumnos/as tendrán que realizar un mapa participativo según los grupos de la oferta alimentaria en su barrio. Se propondrá tomar fotos de los lugares identificados para ilustrar el mapa.          Identificar cuales tiendas les da ganas de comer en su barrio, y porque (tentación visual, olor, el vendedor, lugar habitual, lugar atractivo, publicidad, producto particular, etc.          Para cada uno de estos lugares, redactar un comentario para explicar porque nos parece llamativo el lugar.  <i>“Este lugar me da ganas por...”</i>          El ejercicio se propondrá de manera individual sobre el trayecto casa/escuela.</p>
<b>L’environnement autour de l’école</b> Travail photo sur l’environnement de l’école	<p>Travail sur le quartier à partir de photos prises en amont          Les élèves seront amenés à identifier s’ils éprouvent l’envie de manger en voyant les photos de leur quartier et si oui, pourquoi : tentation visuelle, odeur, vendeur, lieu habituel, devanture attrayante, marketing, publicité en ce moment, quel produit, etc.          Les lieux seront à replacer sur un fond de carte (si l’élève éprouve l’envie d’ajouter des lieux non mentionnés il est libre de le faire) et un commentaire sera rédigé pour chacun d’entre eux : « <i>Ce lieu m’attire car...</i> ».   <i>(selon leur avancement : à terminer à la maison ou bien l’on prendra la séance suivante et on décalera les autres séances d’une semaine, supprimant la séance des exposés sur la gastronomie française</i></p>
<b>Balance de los temas anteriores</b>	<p>Carnet bilan qui reprend les thématiques travaillées antérieurement.</p>
<b>Vers une alimentation saine et durable</b> Kiosco saludable	<p>Analyser l’offre alimentaire actuelle que propose le kiosco :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Qu’est-ce que l’on y trouve ?</li> <li>- Y a-t-il des éléments à supprimer ? Modifier ? Ajouter ?</li> </ul> <p>Définir ce qu’est l’alimentation saine.          Imaginer, en groupe, un projet de « kiosco saludable » proposant une nouvelle offre alimentaire plus saine :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proposer une offre alimentaire adéquate (pour cela, les élèves s’appuient sur divers facteurs : alimentation saine, prix accessible, etc.)</li> <li>- Imaginer un point de vente adapté à cette alimentation (conservation et préparation des aliments)</li> <li>- Penser à la promotion de son travail : comment y faire venir les personnes ?</li> </ul>
<b>Quels facteurs influent sur notre consommation ? – Notre origine</b>	<p>Analyser la consommation de produits laitiers en Argentine et faire la comparaison avec la France (pour la Normal1).</p>

<b>Taller de yogurt</b> Production de yaourts Les produits laitiers	Produire des yaourts naturels dans la cuisine de l'établissement scolaire et dégustation de la production.
<b>« Palette du goût »</b> Activité sensorielle : Dégustation de produits	Analyser la perception qu'ils ont des aliments (bruts, préparés, quantité, qualité, nature de l'aliment, etc.) Hacer probar, los ojos escondidos algunos productos (algunos franceses) para que los alumnos intentan adivinar lo que es.
<b>Selfood</b>	Réaliser une série photo de tous ses repas du soir durant une semaine et remplir le questionnaire accompagnant.
<b>Alimentación en casa</b> Travail photo	Réaliser une série de photos pour connaître votre consommation familiale. Nous nous intéresserons aux produits consommés et aux déchets produits.  Voici les différentes photos produites : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ensemble des aliments présents chez toi, avec indiqué combien de personnes vivent avec toi</li> <li>- Prix des produits</li> <li>- Proximité du lieu de vente</li> <li>- Fréquence d'achat des produits</li> <li>- Qu'est-ce qui est sain ?</li> <li>- Les goûts de chacun</li> <li>- Accumulation des déchets en une semaine</li> </ul>
<b>Vidéo</b>	Préparation d'une vidéo pour présenter leur école et travaux réalisés avec le projet Marguerite
<b>Echange avec la France</b>	Production de textes et supports vidéo à destination des élèves français sur les thèmes suivants : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les plats typiques en Argentine</li> <li>- Présentation de mon école</li> <li>- Présentation de notre offre alimentaire à l'école</li> </ul>
<b>Taller de Huertas Urbanas</b> au Centro Cultural de la Ciencia	Trois activités pfares furent proposées durant chaque atelier : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dessiner la ville de demain (plus verte, accès alimentation, où, quoi ? comment ?)</li> <li>- Pour les adultes : débat sur l'intégration du potager en milieu urbain</li> <li>- Pour les enfants : apprendre à planter</li> </ul>

### 2.3.2. Éléments de cadrage

De plus, différents entretiens semi directifs furent menés. S'appuyant sur des questions clés, il permit d'orienter en partie le discours du répondant autour de différents thèmes définis au préalable dans le guide d'entretien, tout en laissant à l'enquêteur la liberté de rebondir sur le discours de la personne interrogée plus facilement et d'adapter ses questions. Cela permet de creuser certains sujets pour chercher des informations précises et permet au répondant de s'exprimer librement, apportant plus d'informations. (Blanchet, A., & Gotman, A., 2010). En effet, l'entretien révèle l'existence de représentations profondément inscrites dans l'esprit des personnes interrogées qui ne peuvent s'exprimer au travers d'un questionnaire quantitatif. Comme le signale Quivy et L. Van Campenhoudt, cela permet « *l'analyse du sens que les acteurs donnent à leurs pratiques et aux événements auxquels ils sont confrontés : leurs systèmes de valeurs, leurs repères normatifs, leurs interprétations de situations conflictuelles ou non, leurs lectures de leurs propres expériences* » (Van Campenhoudt, L., & Quivy, R., 2011). Cette méthode permet d'obtenir des informations sur les représentations de l'environnement alimentaire et les comportements qu'il engendre chez les jeunes. Ayant déjà récolté des résultats sur leur environnement alimentaire, nous avons opéré une sélection des individus pour en ressortir les sujets les plus représentatifs de chaque catégorie et mener un entretien avec eux pour approfondir leur discours sur leur environnement alimentaire.

L'environnement alimentaire des jeunes étant très vaste, il est fort probable qu'eux-mêmes ne puissent en cerner toutes ses composantes. Nous avons donc ouvert le champ de recherche aux acteurs qui pourraient effectivement exercer une influence sur eux. La principale influence semblant de prime abord être une affaire marketing (publicités, packaging, slogans, etc.), il sembla important d'interroger des responsables d'IAA qui orientent l'offre alimentaire en jouant directement sur la sensibilité du jeune pour développer leur campagne marketing. Ensuite, des entretiens furent menés avec le corps enseignant et accompagnant (assistantes sociales, directeurs, recteurs). La présence au sein des établissements aura elle aussi permis d'obtenir des informations sur son fonctionnement et la réalité des phénomènes. Afin d'en savoir plus sur les grandes lignes des politiques en matière d'éducation alimentaire, nous sommes allées à la rencontre des acteurs du cadre institutionnel, des ministères de l'éducation, de la santé, du développement social. En outre, de nombreuses initiatives qui ne s'inscrivent pas directement dans ce cadre ont également investies l'environnement des jeunes de manière directe ou indirecte, proposant des formations aux enseignants, des ateliers de sensibilisation aux parents ou des activités auprès des groupes de jeunes directement, nous en avons donc connu certaines. Enfin, il est un acteur que l'on ne pouvait laisser de côté dans ce cercle : le corps médical.

## 2.4. Divulgateion au grand public

### 2.4.1. L'évènement *Urbanotopias*

Dans le cadre de l'évènement *Urbanotopias* du *Centro Cultural de la Ciencia de CABA* (el C3), s'est présentée l'occasion d'organiser un atelier à destination du grand public les 26-27 mai et 23-24 juin 2018. *Urbanotopias* invite le public à réfléchir sur la ville d'aujourd'hui afin de repenser la ville de demain. Le sujet traité fût les potagers urbains.

Les potagers urbains sont un des symboles les plus utilisés aujourd'hui pour dessiner nos villes de demain. Que ce soit pour des raisons d'apport alimentaire, économiques, écologiques ou sociales, les mouvements sociaux qui encouragent leur développement en ville sont nombreux. Ces initiatives sont tant le résultat d'associations civiles que des stratégies politiques qui dessinent la nouvelle planification territoriale. Dans un monde toujours plus urbain, les potagers se sont convertis en une alternative durable pour produire des aliments frais, réduisant la chaîne de transport, permettant aux citoyens une meilleure connexion avec le monde agricole et l'environnement.

Cultiver ses propres aliments est une tendance maintenant placée au-devant de la scène puisqu'elle valorise le lien entre le consommateur et la production, lui permettant d'être acteur de ce qu'il mange et de connaître ses produits. Toucher la terre, planter et prendre soin des plantes, sont notamment autant d'outils pédagogiques pour sensibiliser les jeunes au rôle qui peut être le leur dans la construction du monde de demain, proposant plus de connexion entre individus eux-mêmes et leur environnement. Plusieurs activités furent proposées.

#### Activité 1 : A quoi ressemblerait ta ville de demain ?

Aujourd'hui, les espaces urbains ne cessent de prendre de l'importance et de s'accroître, mais le citoyen interroge-t-il son espace de vie ? Dans cette activité nous invitons le public à penser et repenser sa ville aux instars des nouveaux enjeux socio-économiques et environnementaux à partir de la question suivante : Si tu devais réhabiliter la place centrale de ton quartier<sup>18</sup>, pour offrir un accès vers une alimentation de qualité pour tous : que ferais-tu ?

Par l'intermédiaire du dessin, les participants étaient d'abord invités à penser la place de leur quartier telle qu'elle est aujourd'hui, son agencement, les éléments qui en font partie, ce qui nous pousse à la fréquenter et les loisirs qu'on y développe. Cette première analyse de l'environnement, apportait une base essentielle pour l'interroger, le remettre en question, l'analyser. Tout en discutant, nous analysions dans les groupes les enjeux emprunts à cet espace et de quelle manière l'alimentation y était représentée. Beaucoup citaient la dimension récréative qu'offrent les espaces de jeux pour enfants et les équipements de sport, ou la définissaient davantage comme un lieu de passage, finalement peu investi par les gens du quartier. Concernant l'aspect alimentaire, l'on nous cite les divers vendeurs de maïs ambulants, trouvant difficilement une dimension alimentaire pour cet espace.

---

<sup>18</sup> La place du quartier étant un espace valorisé et fréquenté par la majorité des argentins, qui est présente dans tous les quartiers. Cela permettait aux participants de s'identifier facilement à son territoire tout en proposant un espace facilement comparable entre tous.

A partir de ces constats, les participants furent invités à repenser cet espace comme un espace favorisant l'accès à une alimentation de qualité. Cette proposition permettait d'aborder plusieurs thématiques clefs :

- Quelle signification donne le public au terme « alimentation de qualité » ?
- Quelle importance donnent les citoyens à leur alimentation ?
- Quelle vision ont les citoyens de la production alimentaire ?
- Quels outils utilisent les citoyens pour favoriser l'accès alimentaire en ville ?
- Quel est le rôle tant écologique qu'alimentaire des potagers urbains ?
- Quel est le degré d'implication des citoyens au sein de leur propre espace de vie ?

Il ne s'agira pas de répondre à ces questions dans ce dossier, elles resteront en suspens pour être approfondi dans un autre travail. Cependant quelques conclusions intéressantes ont pu être tirées du travail effectué par le public

### Activité 2 : "Inicia tu huerta"

Dans un second temps, l'on proposait aux adultes une discussion plus approfondie sur les potagers urbains avec une professionnelle, à partir de leurs questionnements.

Pour les enfants, l'on propose une activité plantation. Cela leur donnait l'opportunité de toucher la terre, chose non commune pour des jeunes du monde urbain, d'avoir plus de proximité avec les éléments naturels, créant un lien plus fort avec l'environnement. De plus, en plantant eux-mêmes, ils pouvaient ainsi se rendre compte de la facilité du geste et de l'importance de prendre soin du monde végétal et de l'environnement, puisqu'il nous nourrit.

No hace falta tener espacio en su casa, ya que se pueden construir huertas pequeñas en el balcón o hasta en la ventana, como unos comunitarios en el barrio.

### **2.4.2. L'évènement Alimentación**

Dans le cadre de l'évènement *Alimentación* du *Centro Cultural de la Ciencia de CABA* (el C3), se présente l'occasion d'organiser une exposition photo à destination du grand public les mois d'octobre, novembre et décembre 2018. Cet évènement invite le public à réfléchir sur son alimentation à travers différents enjeux : production, logistique de commercialisation, accès et nutrition.

A travers l'exposition, nous cherchions à tisser du lien entre le public et son alimentation, qu'il s'interroge, l'analyse. Pour la réaliser, on s'est appuyé sur le travail réalisé dans les diverses écoles et plus particulièrement sur la méthode *Selffood*, qui invite les individus à photographier ce qu'il mange durant une semaine (pour un même repas).

Cet exercice permet au photographe de jeter un œil sur ce qu'il mange à travers l'objectif, de s'y intéresser. En réalisant cette série de sept photos, il se dégage un portrait alimentaire de chaque individu. L'on en apprend davantage sur ces habitudes alimentaires, ces rythmes de repas, ces goûts, ces apports nutritifs, etc. L'on peut donc réaliser une analyse très fine de ce matériel si l'on s'attache à les regarder individuellement, dans le détail.

Leur regroupement en masse prend-elle une toute autre dimension. Ici, l'on ne se permet pas de se focaliser sur les cas individuels, on analyse d'avantage le reflet d'une consommation de masse très diversifiée. Cette présentation reste à disposition du public, qui peut se l'approprier et en analyser les

thématiques qu'il souhaite : apports nutritionnels des différents plats, différences culturelles ou socio-économiques des photographes, etc.

Cependant, confronter le public du C3 à un mur de photographies, permet de le confronter lui-même à sa réalité : « et toi, qu'est qu'il y a dans ton assiette ? ». Cette question, fort impactante et presque provocante, invite le public à s'introspecter, s'interroger lui-même sur son alimentation. L'on a pour habitude de beaucoup regarder dans l'assiette du voisin, mais qu'en est-il de notre propre alimentation. Les visiteurs sont d'ailleurs invités à participer en ayant la possibilité de partager leurs propres photos en les communiquant au C3.

### **2.4.3. Quels sont les intérêts d'un partage au grand public ?**

Proposer des activités au grand public sur les thèmes de l'alimentation dans le cadre de cette étude présente plusieurs avantages.

- Rendre une partie du travail de l'étude visible à grande échelle, promeut la recherche scientifique et ses diverses méthodes de récolte de données et d'analyse dans le domaine foodstyle.  
De même le projet Marguerite se fait ainsi connaître sur le territoire Argentin, gagne en légitimité et des partenariats futurs peuvent y prendre naissance.
- Utiliser ces supports pédagogiques offre une autre manière aux visiteurs du C3 d'appréhender la thématique de l'alimentation. Le public, pourra lui-même apprécier la réalité alimentaire des jeunes de Buenos Aires.
- Créer des ateliers sur nos thématiques de travail dans le cadre d'évènement permet d'atteindre un panel de profils très vaste et d'enrichir la donnée.

## **2.5. Les limites de cette étude**

### **2.5.1. Positionnement personnel**

Avant toute chose, il est une information importante à prendre en compte, n'étant pas issue d'une formation se dirigeant vers l'enseignement, intervenir devant une classe et créer du matériel pédagogique fût une première pour moi ; de plus à l'étranger.

Néanmoins ayant réalisé un stage en 2017 sur l'éducation alternative j'ai pu mobiliser certains concepts et les mettre en application lors de mes interventions auprès des adolescents. En animant les activités, j'ai laissé beaucoup de place aux enfants pour s'exprimer, leur permettant de débattre entre les différents points de vue de chacun. Evitant le contact vertical professeur qui a toute la connaissance infuse et enfants qui ne font qu'apprendre.

En effet, au sein de cette forme d'éducation, la place de l'adulte et sa relation avec l'enfant occupent une place centrale. Dans les espaces d'apprentissage, il n'y a pas de rapport de supériorité, on ne trouve que des accompagnateurs, qui tachent d'accompagner l'enfant dans son apprentissage en les amenant à se développer en autonomie. Ce sont la curiosité, leur instinct et l'envie naturelle d'apprendre, de s'améliorer sans cesse, qui les poussera à s'enrichir individuellement. L'Homme est naturellement doté de capacités pour raisonner, imaginer, créer, innover sans cesse (Alvarez,2016).

Par ailleurs la majorité d'entre-eux se confrontaient pour la première fois à un étranger et furent quelque peu surpris à mon arrivée « *nunca nos pasó que alguien de afuera nos venga a hablar* » « *muy divertido* » (Elèves X de Hurlingham) Mais ils l'ont vu tel une belle opportunité et se sont intéressés. De mon côté, il m'a fallu m'adapter, prendre en compte l'importante différence culturelle entre les deux pays, qui se reflète dans la pédagogie et mettre de côté les normes d'éducation auxquelles j'aurais été habituée depuis mon plus jeune âge et qui restent ma référence principale. Dans le milieu scolaire argentin les élèves ont plus de liberté, les règles et professeurs sont moins strictes et la distance élève-professeur est moindre. Ici, la relation professeurs et élèves est plus amicale. Ils se saluent en se faisant la bise, les élèves tutoient et appellent leur professeur par leur prénom, ils peuvent manger en classe, utiliser le téléphone, etc. Ayant le droit de s'exprimer continuellement sans forcément demander la permission au préalable, les élèves n'hésitent pas à poser beaucoup de questions sur le contenu de la classe, ou hors propos, ils interviennent de façon désorganisée, parlant tous en même temps et ne s'écoutant pas. Les classes sont donc très bruyantes et il est parfois difficile de se faire entendre.

Néanmoins, ce mode de fonctionnement confère plus de liberté dans le choix des activités, le contenu du cours étant plus malléable. Ce paramètre ne fût pas négligeable à l'heure d'introduire le projet d'étude dans les diverses écoles. Etant davantage flexible, sa mise en place en fût facilitée.

Enfin, s'il est un avantage qu'il est important de citer pour cette étude, ce fût mon jeune âge. Il m'a permis d'être plus proche du public étudié, permettant à ce dernier de se sentir davantage en confiance avec moi, de se confier, etc. Chose essentielle pour obtenir des données plus personnelles.

### **2.5.2. Contexte d'étude d'une école à l'autre**

Chacune des écoles, offre des caractéristiques propres, se reflétant dans son mode de fonctionnement, sa pédagogie et le travail des élèves.

Au vu de la différence même des enseignements (langue et agraire), du contexte socio-économique et de l'environnement scolaire, nous devons aborder l'étude de manière différente.

A l'ENS1, le travail devait s'effectuer en français, ce qui engendra une perte de donnée très forte au vu de l'incompréhension des élèves qui rendaient leurs réponses inexploitable ou insuffisantes, ne poussant pas assez leur réflexion à cause d'un manque de vocabulaire. Bien que trois classes pratiquent le français depuis 6ans, des expressions simples et basiques, telles que « boire », « avoir envie de », « car », etc. ne sont pas du tout maîtrisées par les élèves. Ici se pose la question de la motivation des élèves mêmes pour apprendre cette langue mais aussi du niveau de formation offert par l'école et ses professeurs.

A l'EESA, les cours donnés en demi-classe pour la majorité et le travail dans les champs ne permettait pas toujours d'avoir la classe entière. Certains élèves perdaient donc une partie des activités, arrivés au cours d'une autre, ce qui fit perdre du temps et s'allonger les activités. De plus, étant une école située dans un quartier de faible ressource économique, elle était souvent victime de vols. Certains des travaux réalisés dans le cadre de l'étude furent donc volés.

Dans les deux écoles, nous pouvons toutefois noter des similitudes quant au travail même des élèves. Chaque fois, nous nous serons confrontés à des adolescents qui n'ont pas l'habitude d'avoir des devoirs à la maison ou des travaux à rendre, ce qui se traduit par un manque notable de motivation pour

faire le travail ; compliquant particulièrement l'obtention de certaines données si tout le travail n'était pas réalisé durant les 40mins de classe octroyée, sans compter les innombrables bavardages. Nous essayons donc de créer des supports pédagogiques apportant de la donnée qui puissent être traités en peu de temps et favorisaient l'expression orale.

D'autres part, nous avons pu remarquer que la grande majorité (si ce n'est tous) travaille pour l'obtention d'une note et non pour l'envie d'enrichir ses connaissances. La motivation est le résultat d'une récompense à la clé. Comme l'a précisé une élève de Hurlingham : « la société nous demande des chiffres, pas des connaissances ». Le système éducatif actuel reste ancré au sein de valeurs des années passées : promouvoir un accès de masse à l'éducation pour satisfaire les enjeux sociaux et économiques de la société. L'enfant étudie pour obtenir un diplôme qui lui donnera un travail.

### **2.5.3. Une faible implication de l'enseignant**

Pour mener l'étude au sein des classes, les différents professeurs nous ont accueillis bras ouverts pour intervenir dans leur cours. Néanmoins, l'implication de chacun dans ce travail resta très variable. Certains professeurs s'approprièrent directement la thématique, pour beaucoup déjà chère à leur cœur, et furent moteur dans le développement du projet au sein de l'école, invitant d'autres professeurs à participer, apportant idées et conseils pour développer du matériel pédagogique en co-construction.

Néanmoins, ce ne fût pas le cas de toutes les professeures et tous les professeurs. Si l'on prend le cas de l'ENS1, notre biais d'entrée au sein de fût le français. Ma présence offrant aux élèves l'opportunité d'être en contact direct avec une native, non négligeable dans l'apprentissage d'une langue. Toutefois ce facteur s'est aussi montré tel un frein. Profitant d'avantage de cette présence pour déléguer l'animation du cours afin que les élèves pratiquent leur français, les professeures ne se sont pas approprié la thématique. Il y eu donc un manque important de coopération dans la préparation du contenu pédagogique. (Une mauvaise communication de ma part peut en être la cause, ayant peu demandé d'aide pour la création des supports, les professeurs ont pu le ressentir tel un manque d'inclusion et attendaient peut-être plus de sollicitation pour prendre part à la réflexion et s'approprier d'avantage le projet.) Une classe fût également choisie pour entreprendre un échange (vidéos et textes) avec une classe française d'Oullins qui travaille sur le projet Marguerite, provoquant beaucoup de joie chez les enseignants comme les élèves. Celui-ci devrait officiellement commencer à la rentrée française en septembre, date de mon départ. Or le manque d'appropriation du sujet laisse des doutes quant au bon suivi de cette coopération et son développement. Une question reste en suspens : pour quelle(s) raison(s) ne pas profiter pleinement de cette mise en lien directe avec un établissement français ? Est-ce par manque de temps ou de motivation ?

Concernant la formation même des professeurs, celle-ci reste difficile à évaluer, puisqu'en Argentine il n'existe aucune évaluation des professeurs une fois le diplôme académique obtenu. Ils ne se trouvent ni confronter à des examens, ni au jugement d'un inspecteur. L'offre de formation annuelle pour actualiser leurs connaissances reste quant à elle sur la base du volontariat et globalement faible, tous sujets confondus. Or, les professeurs sont demandeurs de formation. Il est vrai que cet individu se doit d'avoir toutes les connaissances requises sur les matières qu'il va enseigner. Mais prend-on le temps de les former sur le fonctionnement d'un enfant et ses réels besoins personnels en matière d'apprentissage, sur la pédagogie en elle-même ?

# Partie III

## Résultats

### 3.1. RESULTAT 1 : Le déploiement d'une éducation alimentaire dans les écoles en Argentine

#### 3.1.1. La educación alimentaria en Argentina

##### *Historia*

Las primeras acciones para asegurar la seguridad alimentaria dentro del entorno escolar empezaron dentro de los comedores escolares durante el siglo 19. El año 1926 es temoño del primer servicio "Copa de leche" en la escuela 14 del District Escolar N.1. En 1985, se realiza la primera evaluación de los comedores escolares por el Ministerio de la Salud y Acción social, el CIDES Centro Interamericano de Desarrollo Social y OEA Organización de Estados Americanos, con el objetivo de evaluar los impactos nutricionales y educativos. Los resultados fueron negativos. Los menús no ofrecían el mínimo de aporte nutricional necesarios al niño y se notó la falta de asistencia teórica y técnica del Estado para ayudar las escuelas. El Programa Social Nutricional (PROSONU), creado en 1972, financió comedores escolares en instituciones educativas primarias. Su objetivo era mejorar el rendimiento escolar mediante el mejoramiento nutricional y su gestión fue descentralizada

La seguridad alimentaria se enfoca en el aporte alimentario que beneficia la población, dando al comedor, al nivel comunitario como escolar, el papel más importante: lugar definido del tema alimentario, responsable de la oferta alimentaria, sensibilización nutricional, etc.

##### *Ruptura*

El año 2000, a través de la Ley 25.724, se desarrolla el Programa Nacional de Educación Alimentaria Nutricional, en el marco del Ministerio de Desarrollo Social. Este programa busca "promover el desarrollo de hábitos saludables permanentes [...] mediante la educación alimentaria nutricional como herramienta imprescindible para el ejercicio de la autonomía, el autocuidado y la responsabilidad." utilizando modalidades de taller para incentivar la participación de la comunidad y articula con el Ministerio de Salud de la Nación, que, a través las "Guías Alimentarias para la Población Argentina", promueve la formación de agentes comunitarios y educadores.

Desde allí se destaca un nuevo eje de acción para asegurar la seguridad alimentaria: la educación de la población. Tener una buena alimentación no depende exclusivamente de la oferta alimentaria, sino también se analizó la necesidad que la población sepa de qué manera alimentarse para estar en buen estado de salud. En base a eso, se desarrollan varios programas los años que siguieron para sensibilizar y educar. Nosotros nos enfocaremos en las acciones que implican a los jóvenes y más específicamente que tienen influencia en el entorno escolar. Además, nos enfocaremos en las líneas de acción nacionales.

2003: Ley 25.724/03 integra el Programa Educación Alimentaria y Nutricional promueve el desarrollo de hábitos saludables permanentes para la producción, selección, compra, manipulación y utilización biológica de los alimentos mediante la **educación alimentaria nutricional**.

2005: . Ley Nacional de Seguridad Alimentaria Alimentacion escolar (transferencia de dinero a las escuelas públicas más vulnerables para el desayuno y la comida

. El Ministerio de Salud de la Nación realizó la primera Encuesta Nacional de Nutrición y Salud (ENNyS) en cual se destacó: desnutrición aguda del 1,2 %, acortamiento del 4,2 % y obesidad del 6,6 %.

. **Programa Nacional de Salud Escolar**, tiene como objetivo general propiciar y fortalecer Políticas Integradas de Cuidado Salud-Educación, dentro del marco de la Ley 26.061 de Protección Integral de Derechos de Niños, Niñas y Adolescentes (PROSANE), entre los Ministerios de Salud y Educación que busca promover las acciones de prevención de enfermedades y promoción de la salud.

2007: Plan Argentina Saludable (Minis. Salud), con guías alimentarias destinadas a los niños

2008: Ley 26.396/08 (Minis. Educación): Focalizada en la conducta alimentaria, EAN en el sistema educativo, fomento de la actividad física, promoción ambiente escolar saludable (Kioscos saludables), desarrollo de estándares alimentarios en los comedores escolares

2009: Comidaventuras Minis. Educ, con apoyo de la FAO Y consulta de los Ministerios de Salud, Desarrollo Social y Agricultura

Si nos enfocamos en CABA y la Provincia de Buenos Aire, cuales fueron los dos campos para esta investigación:

CABA:

2007	Decreto 2075: promoción de la alimentación saludable variada y segura de los niños, niñas y adolescentes en edad escolar a través de políticas de promoción y prevención.	Minis. Educ.
2010	Ley 3704 de alimentación saludable: tiene por objeto promover la alimentación saludable variada y segura de los niños, niñas y adolescentes en edad escolar a través de políticas de promoción y prevención. <sup>19</sup>	Minis. Educ con la colaboración de la Secretaría de Desarrollo Ciudadano de la Vicejefatura de Gobierno

<sup>19</sup> NOTA: Ejes de acción:

a. Elaborar Pautas de Alimentación Saludable (PAS) específicas para los establecimientos educativos teniendo en cuenta los estándares difundidos por la OMS, organizaciones y profesionales especializados. En las instituciones educativas de gestión estatal tal como en las de gestión privada, los servicios de comedores escolares adecuarán sus menús a las PAS y deberán ser homologados por la autoridad de aplicación.

b. Diseñar una Guía de Alimentos y Bebidas Saludables (GABS) - kioscos, cantinas, bufetes y cualquier otro punto de comercialización, maquinas

c. Garantizar la educación en materia de alimentación y educación física.

d. Coordinar políticas multisectoriales para promover la actividad física.

Elabora y suministra material de difusión e implementa campañas permanentes de concientización con criterio pedagógico acorde a cada nivel educativo, con las pautas y guías de alimentación saludable.

Provincia:

2009	Disposicion conjunta : establece la incorporación de alimentos saludables en los kioscos escolares de la provincia. No prohíbe la venta de ningún alimento.	Minis. Educ.
Desde 2014	Proyecto de ley expediente D-971-14-15 : Creacion de kioscos saludables en escuelas publicas y privadas de la provincia y elaboraci3n de una guía de alimentos saludables	Minis. Educ.
2015	Ley 14556: Objectifs sont de promouvoir l'accès aux services de sant3 et offrir des environnements sains à l'école, qui inclut l'expansion d'aliments sains et l'éducation alimentaire dans les établissements scolaires.	Minis. Educ.

2017: Gobierno Argentino ha establecido que la Obesidad Infantil es un problema priorizado por el Estado. En esa línea en mayo 2017 el Presidente ha firmado una disposici3n que establece el Día Nacional de Lucha contra la Obesidad para impulsar el tema en la agenda pública y fortalecer las políti cas.

### ***La educaci3n alimentaria y nutricional***

En abril 2018, Funcionarios de los ministerios de Salud y Agroindustria se comprometieron a avanzar en políti cas para promover la alimentaci3n saludable y detener la creciente epidemia de sobrepeso y obesidad, durante una reuni3n desarrollada en Buenos Aires con el apoyo de la Organizaci3n Panamericana de la Salud/Organizaci3n Mundial de la Salud (OPS/OMS) y la Organizaci3n de las Naciones Unidas para la Alimentaci3n y la Agricultura (FAO), adem3s de la participaci3n de referentes de varias carteras, entre otras instituciones. Los participantes del encuentro llamaron a trabajar de manera transversal desde los ministerios nacionales -integrando a carteras como Educaci3n, Desarrollo Social y Producci3n- para frenar la obesidad infantil, crear entornos escolares saludables, facilitar la distribuci3n de agua en los colegios y promover la ingesta de frutas y verduras, en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) fijados para 2030.

A trav3s Tambi3n desde OPS se inst3 a trabajar en políti cas de regulaci3n integradas en m3ltiples niveles del sistema alimentario para detener la obesidad. En cuales es clave promover la alimentaci3n saludable y la educaci3n alimentaria, regular la publicidad dirigida a ni os de productos no saludables, proteger los entornos alimentarios escolares y avanzar con políti cas fiscales en relaci3n con las bebidas azucaradas”.

Nos damos cuenta que existe una evoluci3n de la educaci3n alimentaria a trav3s de los a os. A un, ya que es difi cil armonizar entre todos los territorios del pa is, involucrar a tantos actores diferentes, vuelve complejo el proceso de cambio e implantaci3n de una educaci3n alimentaria adecuada en las diferentes escuelas con el objetivo que lo disfruten todos los estudiantes de este pa is. Entonces, viendo que la educaci3n se desarrolla dentro del c3rculo familiar y escolar, ¿que papel podrían tener estas dos entidades, en la educaci3n alimentaria?

### 3.1.2. ¿Cuál es el papel para la escuela?

Cómo esas directivas institucionales se repercutieron dentro del ambiente escolar: lugar de mayor aprendizaje y en cuales espacios

#### ***La curricula***

Si nos enfocamos en la currícula de secundaria general, el término “alimentación” está mencionado solamente dos veces (p. 257 y 593). La presencia de esta temática es mínima en cuestión de aprendizaje dentro del programa escolar de las secundarias. En tal, los estudiantes aprenden la importancia de comer variado y el rol de los nutrientes sobre nuestro cuerpo. Es un aprendizaje biológico sobre el funcionamiento y reacciones del cuerpo humano al comer, que aún, fortalece la imagen medical de la alimentación e invita a tratar de los temas de trastornos alimentarios, aunque no da las herramientas al estudiante para entender la razón de porque come de tal o tal manera, como podría cambiar sus hábitos si es necesario y tal. Se desprende una falta de inclusión de programas amplios, trabajados de manera interdisciplinaria para abordar el tema de la alimentación en todas sus formas y su complejidad.

#### ***Gestión de la alimentación escolar***

Para analizar la gestión alimentaria dentro de las escuelas, nos apoyaremos del ambiente escolar que encontremos en las dos escuelas donde se hizo el trabajo de campo.

La primera, escuela pública de CABA, ajusta sus menús a los requerimientos establecidos según el Programa de alimentación escolar (bajo la Ley 3704). Ofrece la posibilidad a los alumnos de primaria de comer al comedor. Los jóvenes de secundaria, que tienen turno de mañana o de tarde disfrutan no más de la vianda enviada por el estado. La composición de esta deja sus consumidores insatisfechos, quejándose del bajo nivel gustativo y nutricional que tienen. *“Si hasta el alfajor está malo... ni te hablo del cuadro de jamón plastificado que ponen en las migas” (alumna de 2nd)*. Podemos notificar que, en abril 2018, en CABA se cambiaron los menús escolares, quitando por ejemplo el pan, la salchicha, incluyendo más frutas y productos lácteos. Se mejoraron muchos productos optimizando el perfil nutricional de los mismos, asegurando siempre la calidad sanitaria y se incrementó la variedad de platos, lo que evita la monotonía y el cansancio ante la reiteración de preparaciones, procurando más placer en la comida.

La segunda, escuela técnica agropecuaria en Provincia dentro de un barrio vulnerable, ofrece a los jóvenes un desayuno, una comida y una merienda dentro del comedor escolar. Esa opción permite aportar tres de las cuatro comidas necesarias a su edad para su salud, sabiendo que en sus hogares, no todos tendrán la oportunidad de cenar regresando de la escuela o comer suficientemente todos los días. De esta manera viene apoyar a las familias de bajo recursos, más vulnerables, reduciendo las desigualdades de acceso alimentario dentro del espacio escolar. Papel social. El ministro de Desarrollo Social, Santiago López Medrano, señaló que en 2017 “todos los días desayunan, almuerzan y meriendan 1.6 millones de niños y adolescentes en las escuelas públicas bonaerenses” a través del Servicio Alimentario Escolar. Afirmando que “un buen servicio brinda igualdad de oportunidades para todos los niños, aumentando la permanencia, el rendimiento escolar y evitando enfermedades”, “convencido que la adecuada nutrición es una parte importante del capital mental de los niños de la

provincia”, se aumentó el monto destinado a la alimentación escolar de 1.800 millones en 2015 a 4.200 millones en 2017. Los menús se elaboran en conjunto con instituciones especializadas para respetar las netas nutricionales obligatorias para los menús escolares. En cuanto a la oferta alimentaria, encontramos también el kiosco dentro de las dos escuelas. En los dos casos, no respeten las normas del kiosco saludable. Encontramos una proporción importante de alimentos procesados, golosinas, galletas dulces, bebidas azucaradas, papas fritas, etc., sin ninguna fruta o verdura.

Como lo vimos, la educación alimentaria se enfoca sobre el entorno escolar para promocionar buenos hábitos alimentarios. Se focaliza más sobre el espacio físico y el aporte nutricional de los productos para concientizar a los adolescentes. Es decir la oferta alimentaria tanto en los puntos de venta que los comedores, promocionando la actividad física, aumentando los puntos de distribución de agua, pero todavía poco dentro de la programación escolar en sí. Cuando sabemos que los niños pasan alrededor 7h por día durante cinco días de la semana en la escuela, no podemos dejar de lado el papel que tiene este lugar en el desarrollo de niños y niñas. Es un espacio clave en la transmisión de saberes y elaboración de las habilidades que les permitan tomar decisiones saludables para cuidar de sí mismos y de los demás. Dado que es en la infancia donde se moldean las preferencias, costumbres y estilos personales de cada individuo, se ha postulado que cuanto más integrales y sostenidas sean las intervenciones educativas para promover el desarrollo de pautas de autocuidado y estilos de vida saludables desde la niñez, más positivos y duraderos serán sus efectos. La escuela tiene papel pleno como actor del cambio.

### **3.1.3. La educación alimentaria, ¿qué integración de las políticas dentro del entorno escolar?**

Detrás de las iniciativas políticas a los diferentes niveles (estado, provincia, ciudad), principalmente orientadas sobre el espacio geográfico escolar y la oferta alimentaria, ¿cuál integración encontramos en los ambientes escolares? Proponemos analizar las iniciativas que existen dentro de las escuelas.

#### ***“Kioscos saludables”***

Según diferentes leyes que fueron votadas, se propone promover *la alimentación saludable y segura en niños y niñas en edad escolar, de escuelas primarias y secundarias públicas y privadas a nivel nacional. Para poder implementarlo, el titular del kiosco (el equipo administrativo de la escuela o un independiente) podrá apoyarse sobre las diferentes Guías de Alimentación que existen y sobre Manual para los Encargados de los Kioscos Saludables diseñado en el marco de la Ley 3704 en CABA. Se muestra “muy importante la participación y el compromiso de los responsables de los kioscos en las escuelas, ya que forman parte del cambio necesario para mejorar la alimentación de los niños, niñas y adolescentes”.*

Sin embargo, si nos fijamos, la mayoría de las escuelas no cuentan con un kiosco saludable, y siguen proponiendo una cantidad masiva de comida chatarra pobre en calidad nutricional, gaseosas y golosinas que sobrepasan la cantidad de azúcar adecuado. Aunque unos pueden exponer “kiosco saludable” en su vitrina, les dejamos el placer de buscar las frutas tal un juego de pista.



Figure 21 : Exemples de « kiosco saludable »

Con esta imagen, nos damos cuenta de la falta de regulación que existe para asegurar el buen seguimiento de las leyes en vigor. La escuela de CABA contó con su primera visita checking de una nutricionista del estado durante el mes de mayo de 2018, sabiendo que la ley está en vigor desde 2013.

Diversas razones se exponen para explicar el no cumplimiento y seguir proponiendo comida que no está considerada como apta para vender dentro del entorno escolar.

Primero, el precio. La comida que pretendemos como saludable sigue siendo vista inaccesible en termino económico. Aunque precio fruta VS precio golosinas.

Segundamente, la conservación. Para poder ofrecer alimentos frescos, se deben mantener en una heladera. En tal caso, todas las escuelas no benefician de una y no tienen los fondos adecuados para conseguir.

Luego, unos evocan la distribución gratis de frutas y verduras en el menú escolar y no quieren proponer el mismo producto a la venta, ya que los jóvenes le pueden conseguir gratuitamente.

Por fin, por cuestión de costumbre y gusto de los chicos. El kiosco representa la comida chatarra, dulce y casi prohibida que le da más sabor en las papillas. Como lo notificó muy bien un alumno “Proponen papas fritas, golosinas porque saben que eso lo vamos a comprar, si sería fruta... no creo que iría a comprar fruta”.

### ***Mi escuela saludable***

Después de las cifras alarmantes de la encuesta de salud realizada en 2011, cual revelaba que más del 40% de niños y niñas presentan obesidad, se creó el programa Mi Escuela Saludable. “Busca mejorar los hábitos alimentarios y de actividad física con el fin de frenar el avance y disminuir la prevalencia de sobrepeso y obesidad; y contribuir a mejorar la calidad de vida de la comunidad educativa. El principal

objetivo del programa es generar en las instituciones educativas donde trabaja un ambiente escolar más saludable que facilite y fomente la adquisición de hábitos saludables. Nuestra propuesta incluye y beneficia a todos los actores de la comunidad educativa: niños y niñas, docentes, equipo de conducción y familias. Para llevarlo a cabo, se trabaja en conjunto con el Ministerio de Educación.” El programa se inició en 2012, trabajando en inicial y primaria. Desde 2018, empezaron a incluir el proyecto en las secundarias gracias a las clases de tutora. Esas escuelas están seleccionadas por el Ministerio de Educación y se les proponen el proyecto. Si lo aceptan, el equipo del programa realiza un diagnóstico dentro del ambiente escolar para analizar las apuestas. A partir de eso, se trabaja en conjunto con el equipo pedagógico, quien será también capacitado a lo largo del programa, para proponer diferentes talleres en las aulas aptos a las necesidades analizadas. El primer tema será sobre alimentación saludable. El segundo año, la escuela decide lo que prefiere trabajar entre: actividad física, hidratación e higiene, frutas y verduras, alimentación y cultura. Para proponer un trabajo lo más divertido posible para los niños y las niñas, se constituye en cada clase un desafío que tendrán que cumplir para ganarse el título de clase saludable. Al final del programa, que tiene una duración de 2 años, se realiza una evaluación del impacto acerca de los jóvenes y de los docentes. A continuación, se arma un grupo encargado para seguir el trabajo iniciado. Hoy en día, se desarrolló en unas 400 escuelas primarias y 7 secundarias. Además, proponen Moodle para capacitar a profes contra oferta de puntos y se proponen talleres a los padres en la escuela.

### ***Escuela verde***

Desde el año 2010, el programa Escuela Verde trabaja con escuelas de gestión estatal y privada de la Ciudad diseñando sus acciones específicamente para cada nivel educativo. Está destinado a toda la comunidad educativa: supervisores, directivos, docentes, personal no docente y alumnos. Se desarrollan recursos pedagógicos para docentes y alumnos teniendo en cuenta su vinculación con el diseño curricular vigente, brindan seminarios y capacitaciones, llevan a cabo acciones de gestión ambiental, que posibilitan el uso eficiente de sus recursos y el desarrollo de prácticas sustentables integrándolas al proceso de aprendizaje. Gracias a sus acciones, las escuelas pueden obtener el reconocimiento de Escuela Verde con el objetivo de afianzar el compromiso de las escuelas con la Educación y Gestión Ambiental. Enfocándonos sobre el tema de la alimentación, el programa promueve el consumo responsable e “incentiva la creación y revalorización de los espacios verdes escolares y su utilización como herramienta didáctica”. Más de 2.249 docentes se capacitaron para construir una huerta en su escuela, 542 escuelas poseen huerta y 2 huertas de modelo agroecológicas, promoviendo el desarrollo de una producción alimentaria cercana, saludable y sustentable.

### ***Frutea tu escuela***

Frutea tu escuela es un concurso para escuelas públicas y privadas de primaria y secundaria de todo el país, promocionado por la empresa Tropical desde 2018 a nivel nacional. Invita los jóvenes a formar equipos entre 6 y 10 alumnos, con un profe a cargo, para responder la pregunta “¿Por qué comer frutas en la escuela?”. En primaria se propone crear un afiche y en secundaria un video que promueva el consumo de fruta en su escuela. El interés: dar conciencia colectiva del beneficio de comer saludable y crear hábitos saludables dentro del entorno escolar, incentivando el consumo de frutas de los jóvenes. Aparte, ellos mismos podrán ser actores de la concientización, compartiendo su

experiencia en casa. Como lo presentó Jorge Pazos, para crear el hábito de consumo, se necesita cumplir con tres ejes:

1. “Conozco”: Se necesita conocer la oferta que existe y saber de qué forme se puede consumir.
2. “Me gusta”: El joven tiene que haber probado el producto.
3. “Puedo”: El producto tiene que estar al alcance, económicamente y geográficamente.

Los programas presentados no tienen la misma escala de acción ni la misma duración. Sin embargo, vemos una multiplicación de iniciativas, prueba del deseo de llevar en práctica la temática alimentaria dentro de los entornos escolares. Esas iniciativas demuestran que el espacio escolar es un actor principal para lograr cambios. Hace plenamente parte del ambiente alimentario. Sale que es importante actuar sobre estos, también para incentivar cambios en la currícula, ya que vemos una demanda de material pedagógicos para tratar el tema.

#### **3.1.4. ¿Qué poder de transformación para la escuela?**

Desarrollar un entorno saludable y hábitos de vida saludables dentro del ambiente escolar implica ponerse de acuerdo sobre lo que significa saludable. Con eso nos encontramos con un primer problema. Dentro de las entrevistas realizadas con los diferentes actores relacionados al entorno escolar, dirección, docentes, titulares de kioscos, responsable del comedor o alumnx, nos dimos cuenta que todos le dan una interpretación diferente al termino saludable.

¿Cuál sería la explicación? Aún que estamos en una sociedad que promueve un estilo de vida saludable, se nos hace difícil ponernos de acuerdo sobre una definición exacta del término. Muchos actores que influyen nuestra alimentación defienden una visión propia de lo saludable, participando en confundir la población sobre lo que implica realmente, y hasta puede provocar desconfianza o rechazo frente al concepto. De la misma manera, las líneas de acción definidas dentro del marco institucional y el pensamiento que implica la educación alimentaria no se aprecian de la misma manera de una escuela a la otra. Lo que provoca una difusión y adhesión más difícil.

De las iniciativas que existen, se nota una dificultad para lograr una implementación de largo tiempo. Muchos proyectos se quedan poco tiempo dentro del ambiente escolar. Los profesores por la mayoría trabajan en diferentes escuelas y no tienen el tiempo suficiente para involucrarse y encargarse de llevar por adelante el proyecto. Aparte, la currícula en si, ofrece poco espacio al tema, lo que no motiva a los docentes en integrarlo en su programa y una gran parte de ellos no reciben capacitaciones adecuadas para llevar adelante la temática. De manera general, nos enfrentamos a una falta de evaluación de las propuestas pedagógicas con una casi inexistencia de la regulación y de capacitación de los docentes. Las iniciativas sufren el mismo problema, con falta de análisis post-proyecto y de las repercusiones que tuvo frente a los jóvenes y el cuerpo pedagógico de la escuela.

Además, no existe un registro de las iniciativas desarrolladas en el país, que sean de un movimiento institucional o no gubernamental. En cuanto a las escuelas que benefician de un programa institucional, están elegidas de manera aleatoria para participar del proyecto en vigor, creando una injusticia en cuanto al acceso al conocimiento, el material y capacitaciones por profesionales del tema alimentario. En cuanto a las iniciativas independientes, muchas no promocionan su trabajo a grande escala y los conocimientos que lleva no se comparten. Esa falta refleja la poca difusión del tema al nivel

nacional, creando poca visibilidad del movimiento. Un límite al poder transformativo queda importante: el estallido de las iniciativas. Tan bien habíamos notado el estallido de las políticas entre las diferentes escalas (nación, provincia, ciudad) y también los ministerios y las entidades educativas en cuanto a la aplicación dentro del ambiente escolar. No es tan sorprendente encontrar un tal estallido generalizado. Pero una cuestión quedará pendiente, por qué tal selectividad espacial y social para aplicar a esas iniciativas. Sin embargo, sin registro y con tal estallido de las iniciativas, es más difícil regular la oferta pedagógica y promover el desarrollo de la educación alimentaria como esencial dentro de cualquier espacio escolar. El estallido es todavía más fuerte debido a la creación cada vez más importante de distintas iniciativas. Les propondremos diferentes ejemplos que desarrollan y promueven la educación alimentaria a diferentes niveles.

- La escuela primaria del barrio de San Martín creó un kiosco saludable donde venden smoothies hechos con las frutas que quedan del menú y con el dinero que ganan, compran otros ingredientes para cocinar alimentos saludables. Esa iniciativa, dentro de un barrio vulnerable, permitió a los alumns involucrarse en la gestión de su entorno escolar, aprender a cocinar y desarrollar conciencia alimentaria más saludable.
- El CESNI, Centro de Estudios Sobre Nutrición Infantil, inició en 2017 un Moodle “Mejor nutrición, mejor futuro” abierto a los docentes. También iniciaron un proyecto en Villa Langostura en Bariloche: “Por una escuela saludable” donde se capacitan a los docentes en semi-presencial sobre alimentación y hábitos saludables.

El desarrollo de numerosas iniciativas aisladas demuestra el gran interés para el tema alimentario, que sea de los profes, los padres o los alumns. Algunas se desarrollan fuera del entorno escolar, la formación de capacitadores, por ejemplo, que se realiza en otros lugares de formación. Muchas no dependen del gobierno y/o no obtienen apoyo institucional, desarrollándose por sí mismas.

Hoy en día, asistimos a un cambio de paradigma en cuestión de la educación alimentaria. Por la situación que lleva Argentina sobre los problemas de salud y el acceso a una alimentación saludable, usar la educación alimentaria como herramienta pedagógica, permitiría favorecer la transmisión de conocimientos que contribuyan a generar comportamientos alimentarios más equitativos y saludables. Sin embargo, se nota una gran falta de educación alimentaria dentro del programa escolar en secundaria, tanto como material pedagógico y formación de los docentes sobre estos temas.

### 3.2. RESULTAT 2 : L'environnement alimentaire des adolescents argentins : standards, structures et pratiques

Pour analyser l'environnement alimentaire des adolescents, nous nous sommes appuyés sur un suivi longue durée de plusieurs écoles, l'EESA d'Hurlingham et l'ENS1 de CABA. Durant cinq mois de présence dans les classes, nous avons développé avec les enseignants des supports pédagogiques pour permettre aux adolescents d'apporter un regard critique sur leurs pratiques alimentaires. Quelles sont leurs pratiques et pourquoi ? Sur quels critères se basent-ils pour effectuer leurs choix alimentaires ? Comment appréhendent-ils leur environnement ?

Afin d'appréhender toute sa complexité, nous avons travaillé de façon systématique sur l'environnement alimentaire des adolescents et leurs pratiques, en partant de la perception individuelle que chacun d'eux s'en fait. En ce sens, nous cherchions à mettre en avant les influenceurs, perçus ou non par les adolescents qui ont un rôle à jouer dans leur alimentation. Nous leur avons donc demandé quels étaient, selon eux, les composantes qui les influencent.

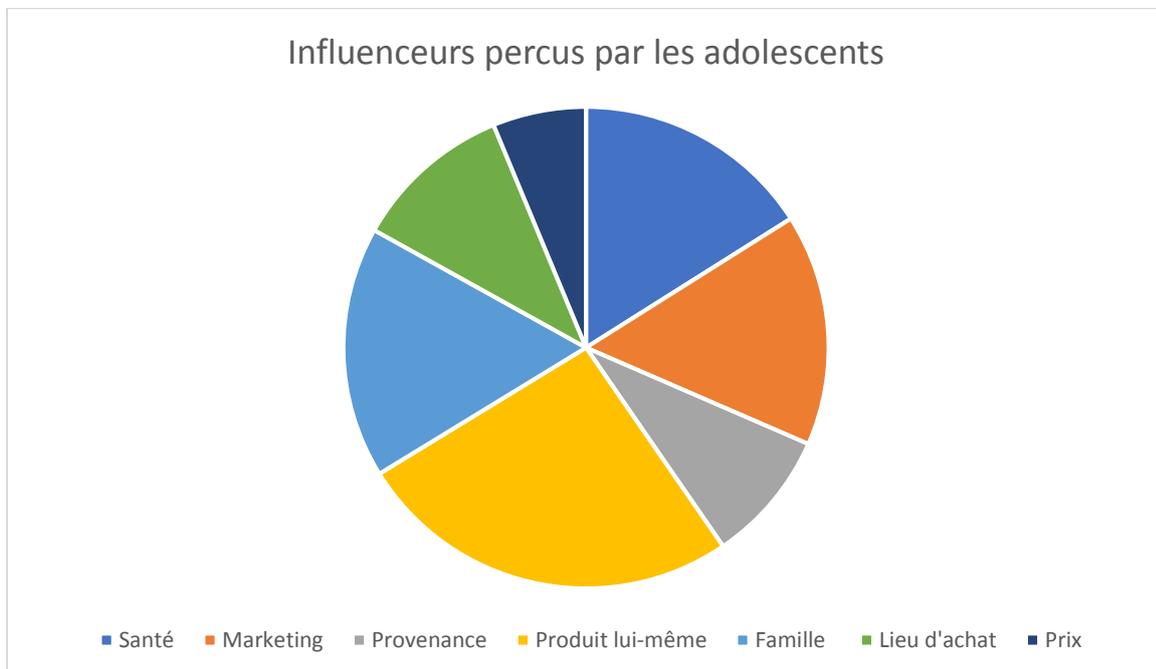


Figure 22 : Influenceurs perçus par les adolescents

D'après le graphique, les adolescents attachent en premier lieu de l'importance au produit lui-même dans leurs choix alimentaires. En deuxième position, nous retrouvons à égalité les influences de la famille et les normes santé. En regardant les réponses dans le détail, sans les regrouper (voir Annexe3 : Les influenceurs vus par les adolescents), l'influenceur le plus important reste la famille, cité 30 fois, suivi du goût (cité 23 fois) et du terme sain (cité 18 fois). En ce sens, les adolescents ne perçoivent donc aucunes grandes influences extérieures, si ce n'est la famille. Ils se focalisent sur leur pensée, vision, et choix personnel avant toute chose.

### 3.2.1. Le regard des adolescents sur les aliments

#### Les goûts des adolescents pour l'aliment en lui-même

Comme vu précédemment, les adolescents accordent une place essentielle aux produits en lui-même dans leur choix alimentaire.

Chaque produit pouvant lui-même s'inscrire dans un espace défini et permettre de mieux appréhender leur environnement alimentaire, il est apparu crucial de s'intéresser aux produits qu'ils consomment et pour quelles raisons. Afin de rendre la lecture des prochains documents plus agréable, nous nous serons appuyés sur la nouvelle pyramide alimentaire proposée en Argentine (voir figure 23 ci-contre), pour classer<sup>20</sup> les aliments par catégorie.

Chaque catégorie intégrant divers aliments :

- Vert : fruits et légumes
- Jaune : Légumineuses, céréales, pomme de terre, pain et pâtes
- Vert clair (qui sera remplacé par du bleu pour la suite de l'analyse) : Produits laitiers
- Rose : Viandes et œufs
- Orange : Huiles, fruits secs et graines
- Rouge foncé : Optionnels, sucrés et gras
- Rouge clair : Inclassables (dépend du type de préparation, on ne peut les classer : empanadas, milanesa, etc.)



Figure 23. : Pyramide alimentaire

Dans un premier temps nous leur avons demandé quels produits ils aiment consommer. Ainsi, 46 élèves ont classé différents produits (1 : j'aime le plus, 12 : j'aime le moins). Une fois les résultats comptabilisés, on obtient le résultat ci-contre (figure 24).

Les stéréotypes des friandises et des céréales supposément fortement appréciés des adolescents tombent au bas de la pyramide pour laisser place aux fruits en première position. Sans surprise en Argentine, pays reconnu pour sa forte consommation, nous retrouvons la viande en deuxième position. Le poisson est lui délaissé, mais notons que nous ne sommes pas sur un territoire côtier et la consommation de poisson y est faible de manière générale.

Ils aiment consommés des farines et aliments supposément simple à cuisiner comme les pâtes et le riz. On note une préférence des fruits aux légumes. Les produits laitiers restent, eux, des produits plus neutres dans l'affinité qu'ils leur portent.

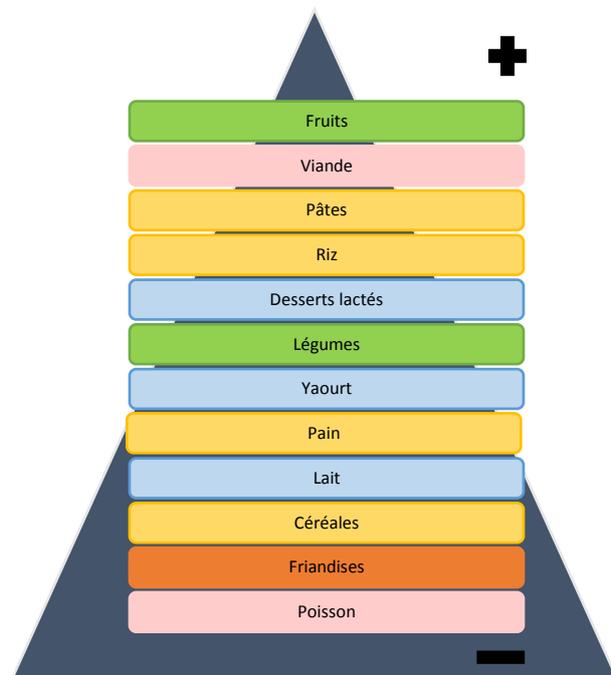


Figure 24. : Préférences alimentaires des adolescents

<sup>20</sup> Cette classification se sera effectuée avec l'aide de Paula Gomez, nutritionniste au CESNI et enseignante à l'université ISalud.

Afin d'affiner ces résultats, il leur fût demandé de citer réciproquement trois de leurs aliments préférés et de leurs aliments détestés.

Visuellement, l'on peut voir sur la figure ci-contre (figure 25) que les adolescents font récurremment apparaître la viande (en rose, citée 35 fois), comme aliments fortement apprécié, bien qu'ils apparaissent aussi dans les détestés, mais ils font ici davantage allusion aux produits de la mer (en rose, cités 21 fois). Parmi les produits appréciés on retrouve des aliments de tous les groupes. Cependant on y trouvera davantage de produits appartenant à la catégorie des aliments optionnels (rouge foncé) qu'au sein des produits détestés. Ces produits seront principalement de la glace pour les filles et des hamburgers chez les garçons.

Quant aux fruits et légumes, bien qu'on les retrouve au sein des deux colonnes, on note qu'ils préfèrent les fruits et détestent certains légumes, pas tous. Ils citent : « brocoli », « aubergine », « betterave » à plusieurs reprises. Cela ne signifie pas qu'ils n'apprécient pas les légumes en général, en détestent certains en particulier.

Au vu de ces résultats, on se rend compte que les adolescents, avec chacun ces goûts individuels, apprécient la variété au sein de leur alimentation. On ne peut donc se contenter du stéréotype de l'adolescent qui n'aime manger que gras et sucré.

Pour autant, nous leur avons demandé quels étaient les aliments qui leur donnaient du plaisir en les mangeant. Le résultat : les produits optionnels sont la majorité. (figure 26)

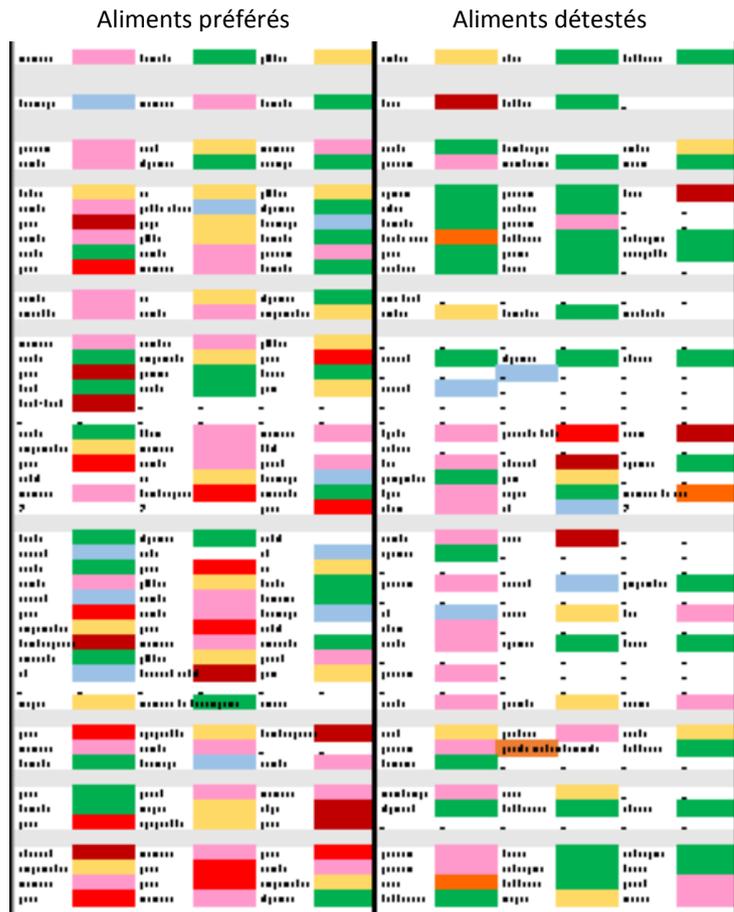


Figure 25 : Goûts alimentaires des adolescents

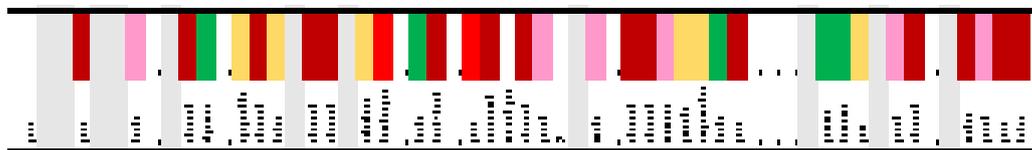


Figure 26 : Aliments qui apportent du plaisir aux adolescents

Le principal fût le chocolat<sup>21</sup> (cité 9 fois).

Ils font donc pour la plupart une différence entre les aliments qu'ils préfèrent manger et ceux qui leur donnent du plaisir gustatif. Cet aliment, sûrement moins consommé, car « le chocolat c'est cher » (Elève 3M, Normal 1) par exemple, acquiert une autre dimension, d'avantage sentimentale, puisqu'on

<sup>21</sup> N'oublions pas, le chocolat est connu pour être un aliment apportant du plaisir : « le chocolat est un antidépresseur et un euphorisant » (Doctissimo.fr)

ne le consomme pas si régulièrement. La fréquence de consommation jouerait donc un rôle sur leur appréciation et l'usage des aliments.

Le chocolat (cité 14 fois) auprès de la glace (citée 10 fois) est fortement mit en avant au sein des « aliments doudou » qui les réconfortent en cas de stress ou de tristesse. Pour ces cas de figures, les adolescents auront principalement cité des aliments optionnels. Bien que deux d'entre eux auront, étonnement, citer des fruits (fraises et framboises), qui sont notamment des fruits plus difficilement accessibles (saison de production et prix). (figure 27)

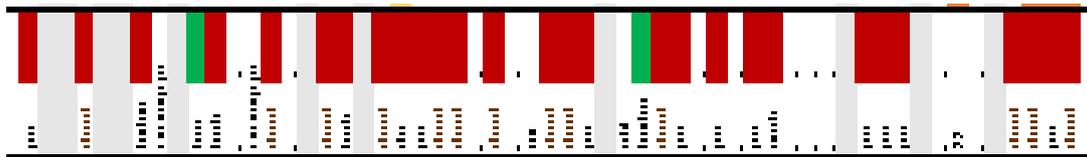


Figure 27 : Aliments qui apportent du plaisir aux adolescents

On peut donc supposer que les adolescents ne choisiront pas les mêmes produits selon leur humeur, et ne fréquenteront donc pas les mêmes lieux. Ce critère sera-t-il pour autant le maître mot dans leur pratiques alimentaires et leur déplacement qui définira leur environnement alimentaire ? Les adolescents vont-ils choisir certains lieux de consommation pour les produits qui s'y vendent, ou d'autres critères vont-ils rentrer en jeu ?

### ***D'où proviennent nos aliments ?***

Le choix d'un aliment en particulier, pourra s'opérer par le goût, comme l'on vient de le voir, mais son mode de production a-t-il un rôle à jouer ? Est-ce un critère que les adolescents prendront en compte de leur choix et leurs pratiques ? Comme le montrait la figure 22, l'importance accordée à la provenance reste faible.

De fait, dans leurs discours, les étudiants de l'ENS1, au centre de CABA, montrent une faible connaissance du monde agricole et de la production alimentaire. La plupart n'ayant d'ailleurs jamais rencontré d'agriculteur et ne savent expliquer ses fonctions exactes (figure 28 ci-dessous).

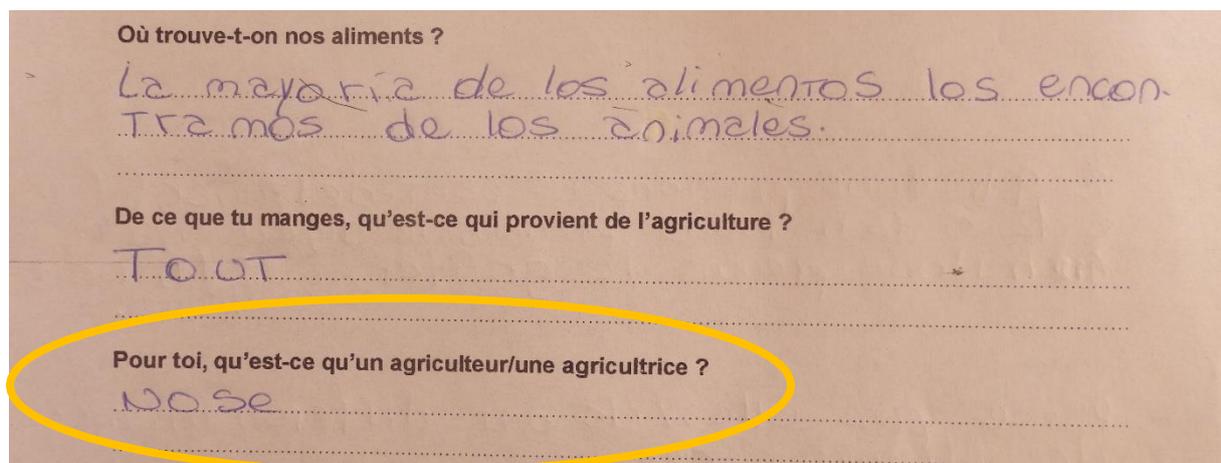


Figure 28 : Photo témoignage n°1 « d'où proviennent nos aliments ? »

**De ce que tu manges, qu'est-ce qui provient de l'agriculture ?**  
 Je mange de la viande et des fruits je ne sais pas qu'est-ce qui provient de l'agriculture.

**Pour toi, qu'est-ce qu'un agriculteur/une agricultrice ?**  
 Une personne qui se charge de superviser la terre et les aliments.

**À combien de temps, depuis chez toi, penses-tu qu'il y a un espace agricole ?**

Moins de 10 minutes                       Entre 10 et 30 minutes  
 Entre 30 minutes et une heure                       Plus d'une heure

**Pour toi, quels sont les cultures qu'il y a autour de chez toi ? Quels sont les animaux qui s'élevaient près de chez toi ?**  
 Je ne sais pas d'habiter.

Figure 29 : Photo témoignage n°2 « d'où proviennent nos aliments ? »

D'autres connaissent mieux le monde agricole mais ne savent pas pour autant le situer par rapport à leur lieu d'habitation. C'est un environnement très éloigné de leur quotidien, qui a donc peu d'influences directes sur les pratiques des adolescents du centre de CABA.

Cependant, les étudiants d'Hurlingham, qui travaillent eux-mêmes la terre et connaissent le monde et les représentants du monde agricole ne l'ont pas cité dans les acteurs influençant leur alimentation. De fait, ils n'auront pas cité leur propre production agricole comme source alimentaire de l'espace scolaire, n'ayant pas fait le lien entre leurs pratiques alimentaires et leurs pratiques dans les champs. On assiste donc à une réelle perte de liens entre leur consommation alimentaire et la production même des aliments qu'ils consomment. L'espace productif ne fait donc pas parti de leur appréciation personnelle quant à leur environnement alimentaire. Ils ne se concentrent que peu sur la provenance de leurs produits, favorisant davantage la proximité du lieu d'achat et non celui de la production.

En outre, on remarque notamment qu'ils apportent parfois un regard critique sur la production alimentaire. Citant ci-dessous "*que se hace en un laboratorio*", ce qui met ici en évidence une remise en question des différents modes de production et les connaissances qu'ils peuvent en avoir, malgré le faible rapport avec les agriculteurs. Les adolescents sont conscients qu'il y a des aliments plus « naturels » que d'autres. Les non ou moins « naturels » provenant des laboratoires de production au sein des industries agroalimentaires.

**De ce que tu manges, qu'est-ce qui provient de l'agriculture ?**  
 toutes/ todas las verduras. Nada que se hecho en un laboratorio

**Pour toi, qu'est-ce qu'un agriculteur/une agricultrice ?**  
 Alguien que trabaja en el campo y cosecha de la tierra

Figure 30 : Photo témoignage n° 3 « d'où proviennent nos aliments ? »

Les adolescents ne vont donc pas directement s'attacher au lieu de production de la matière première, cet espace étant trop éloigné de leur quotidien (vrai pour beaucoup des étudiants citadins, à mitiger pour les étudiants de la Province), mais s'attacheront davantage à la manière de produire le produit fini qu'ils consommeront. Un élève (non végétarien) a par exemple cité la production de la viande comme étant aujourd'hui une réelle boucherie "Matamos por matar, en cantidad muy importante. Antes matabamos para comer. Hoy la carne se expone en las gondolas" (Eleve X 2nd3, Normal1). Il n'est pas végétarien car il aime la viande (son goût) mais remet malgré tout sa production en cause, et peut-être à l'avenir, sa consommation. Quand d'autres élèves attachent eux, une importance à la marque pour déterminer la qualité d'un aliment. Ils ont par exemple cité les marques "Mono azul" et "La Serenisima" comme vectrices de qualité des produits.

De manière générale, ce sont d'avantage les fruits et légumes qui sont mis en avant (figure 31 ci-contre). Font-ils pour autant le lien entre produit de qualité et sain ?

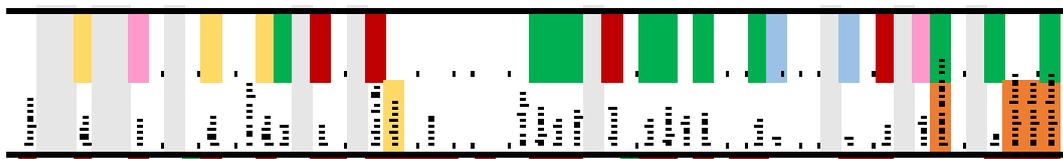


Figure 31 : Aliments qui apportent du plaisir aux adolescents

### Qu'est-ce qu'une alimentation saine pour les adolescents ? Et pourquoi manger sain ?

Selon la figure suivante (figure 32 ci-contre), les aliments que les adolescents qualifient de sain sont les fruits et légumes (cités 32 fois), ainsi que des produits laitiers (cités 3 fois)

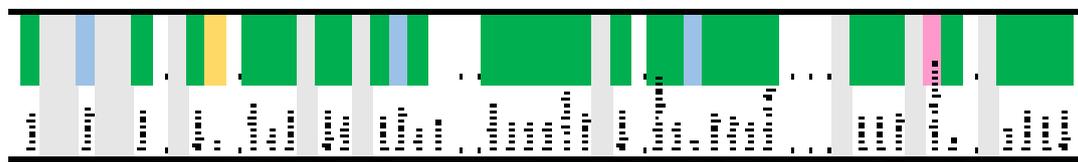


Figure 32 : Aliments doudous des adolescents

Pour la majorité d'entre eux, une nourriture saine se doit d'apporter une quantité appropriée de nutriments, comporter beaucoup de fruits et légumes, être variée et éviter toutes friandises ou "comida chatarra" (« malbouffe » en français).

Ci-après voici quelques mots cités en classe par les étudiants dans les différentes écoles pour décrire ce qui, pour eux, qualifie une alimentation saine. (voir figure 33-34-35)

Les étudiants d'Hurlingham, seront les seuls qui est inclus une notion d'accessibilité au « manger sain ». Ils ont précisé que tous n'avaient pas les ressources économiques pour payer des produits qualifiés comme sains car ils « sont chers » et c'est « difficile de pouvoir se procurer des aliments frais ».

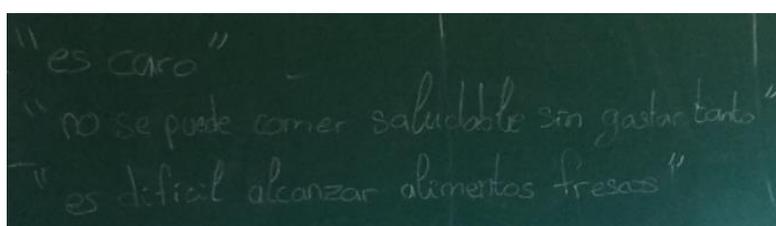


Figure 33 : Qu'est-ce que manger sain pour Hurlingham  
Copyright : Gonzalès Ophélie

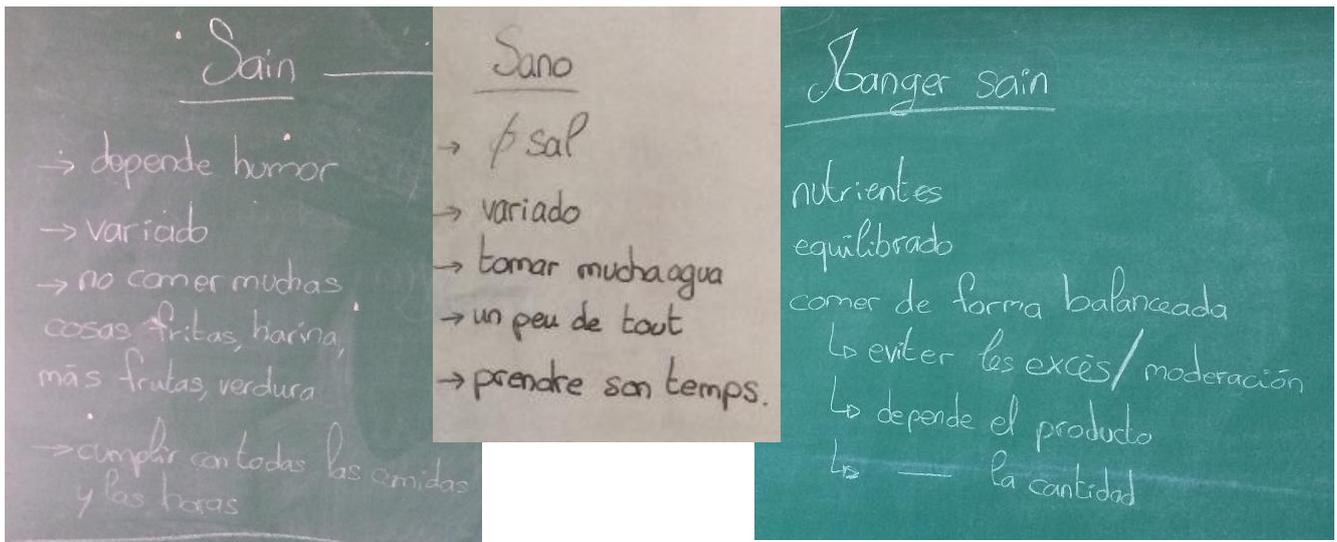


Figure 34 : Qu'est-ce que manger sain pour l'ENS1.  
Copyright : Gonzalès Ophélie

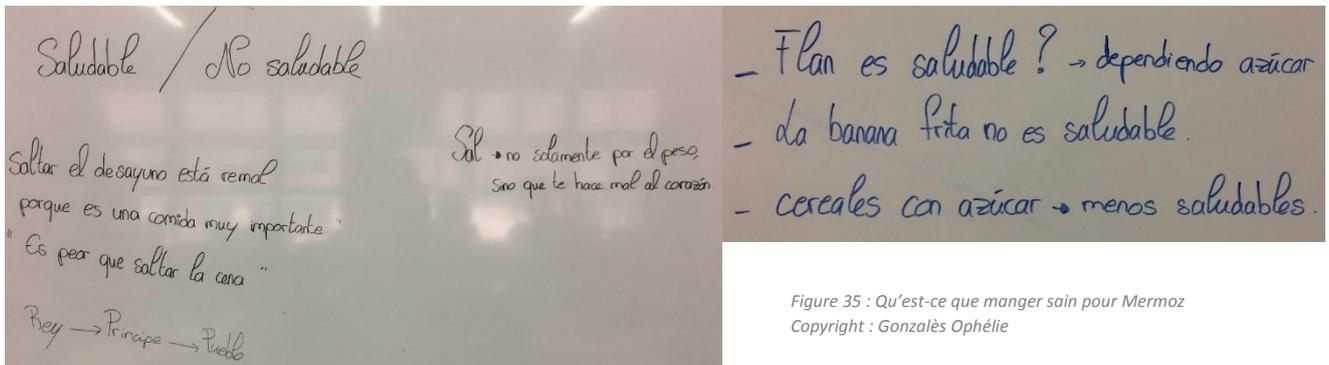


Figure 35 : Qu'est-ce que manger sain pour Mermoz  
Copyright : Gonzalès Ophélie

A travers ces deux cas, plus que des aliments, nous voyons ressortir différentes habitudes alimentaires et modes de vie qui participent à notre bonne santé par l'intermédiaire de bons réflexes alimentaires ; Ne pas sauter de repas, éviter le gras, le sel et le sucre, manger équilibré, prendre tous ses repas à des heures régulières, etc. De manière générale, les étudiants sont conscients des effets de l'alimentation sur notre corps, donc de la nécessité de manger sain pour être en bonne santé.

Pourtant, le corps médical (pédiatre, nutritionniste et médecin) n'est que très peu rattaché aux choix et habitudes alimentaires des adolescents. Ils ne les citent que 15 fois en tant qu'influenceurs directs. De fait, un pédiatre, médecin proche des adolescents, nous précisa que lui et ses pairs se focalisent davantage sur la nutrition infantile et manquent de formation quant à la nutrition adolescente. Ils préfèrent donc les orienter vers des nutritionnistes. En outre, le psychologue Guille a notamment pointé du doigt le chemin qu'il y a à parcourir avant d'arriver chez le médecin. Bien qu'il y ait des praticiens prêts à les recevoir, finalement peu d'entre eux passent la porte du cabinet. Consulter un professionnel de santé, c'est tout d'abord prendre conscience que l'on a un problème de santé et que l'on a besoin d'aide pour le régler. Cet influenceur n'est donc pas forcément très sollicité par les adolescents, du moins quand il s'agit d'aborder des questions liées directement au régime et habitudes alimentaires ; mis à part si l'adolescent souffre d'une maladie non transmissible.

Quels pourraient donc être les autres influenceurs qui ont un rôle à jouer sur leurs pratiques alimentaires ?

### 3.2.2. L'influence familiale

Pour les adolescents, qui pour la majorité vivent dans leur foyer familial, la référence principale est la norme alimentaire familiale, puisque « Pour les plus jeunes, entre 11 et 14 ans, la référence principale est la norme alimentaire familiale. » Marie-Pierre Julien (OCHA). Pourtant, celle-ci est très variée d'une famille à une autre : lieu du repas, choix du menu, règles de convivialité... Et les règles sont constamment renégociées en situation (moment de la prise alimentaire, présence de convives, période de l'année...). (Marie-Pierre Julien, Rapport OCHA, p.20). La littérature scientifique montre que l'alimentation familiale est au carrefour d'un ensemble d'enjeux importants. Selon les angles choisis, se nourrir est abordé par la question du contrôle du budget (Chauvel, 1999), par des préoccupations pour la santé ou le poids (Lhuissier, 2006), mais aussi par la recherche du plaisir (Dupuy, 2013). « Le repas, par exemple, est un moment de la vie familiale qui génère de multiples négociations depuis l'approvisionnement des denrées jusqu'aux plats servis à table en passant par leur confection en cuisine. Le moment du choix des plats que l'on va cuisiner pour le repas est souvent un moment difficile pour la personne en charge de la cuisine. Il faut trouver l'idée. » (Kaufmann, 2005).

Cette personne en charge sera d'ailleurs différente selon les contextes socio-économiques. D'après les adolescents, les parents sont ceux qui font les courses et cuisinent. Bien-sûr on trouve quelques exceptions. La mère serait *a priori* perçue comme responsable de l'alimentation de la famille, notamment celle des enfants (Brousse, 1999 ; Champagne, Pailhé et Solaz, 2014).

De fait, dans l'école d'Hurlingham la majorité des étudiants ont affirmé que la mère est la responsable de la cuisine, tant dans la préparation des plats que dans les courses effectuées. En cas d'absence, se seront les jeunes filles de la famille qui prendront sa place. Le père et les jeunes hommes sont quant à eux chargés de préparer *la parilla*, puisque « c'est une affaire d'hommes ». La culture machiste y reste-t-elle plus forte ? En effet, dans les deux écoles de CABA, autant la mère que le père étaient cités comme responsables de l'alimentation familiale et quand ils ne sont pas là, les enfants issus des familles les plus aisés sont gardés par une nounou qui leur préparera leur repas.

La catégorie socio-économique et les origines culturelles influence donc le répertoire culinaire des adolescents mais aussi leur symbolique alimentaire. Il ressort de la recherche AlimAdos effectuée en France que les adolescents de familles sans histoire migratoire, de classes moyennes ou supérieures, ont un répertoire culinaire plus grand. Ils seraient d'avantage exposés à la fréquentation de restaurants, la présence de livres de cuisine à la maison et des achats alimentaires diversifiés qui favorisent la découverte de nouveaux saveurs et la consommation de divers mets. La seule présence de tel ou tel produit aura des conséquences sur ses pratiques alimentaires. D'autant plus que peu d'adolescents s'achètent de la nourriture. Par exemple, même le grignotage, parmi les 21 étudiants (sur 46 réponses) qui assument de grignoter entre les repas, se fait majoritairement chez eux (19 d'entre eux). Les produits consommés lors des phases de grignotage dépendent donc entièrement de ce qui est présent dans les placards et le frigo.

Le cadre familial serait donc un réel modèle d'éducation alimentaire qui influence les pratiques alimentaires des adolescents. Afin de préciser ce modèle, nous proposons d'analyser le cas de diverses familles de la ville de Buenos Aires.

## **Portraits de famille**

Afin d'approfondir le rôle que peut jouer le cercle familial de l'adolescent sur ses pratiques alimentaires, nous avons sélectionné sept profils d'élèves aux caractéristiques différentes. Parmi ce panel, on compte cinq filles et un garçon. Nous nous sommes fondés sur plusieurs facteurs : classe socio-économique au vu de la profession des parents et du lieu de vie, composition du foyer et origine ethnique de l'élève. Tous habitent dans un quartier différent (cf. Annexe 4 : Carte des quartier de la ville de Buenos Aires). Le tableau (Annexe 5 : Tableau des profils familiaux) et les tables photos (Annexe 6 : Consommation familiale) présentent la diversité des profils de cet échantillon.

Selon le lieu de vie, la classe socio-économique ou le nombre de personnes vivant avec l'adoslescent, on peut établir les conclusions suivantes :

- La grande majorité se disent influencés par le cercle proche, qu'il s'agisse du cadre familial ou des amis.

On confirme ici que le cercle proche reste l'un des influenceurs le plus important chez les adolescents. Le cercle proche rasure, il représenterait celui qui connaît l'adolescent, ce qui lui attribue les qualités nécessaires pour le conseiller et le guider dans ces choix.

- Peu d'entre eux utilisent leur argent de poche pour s'acheter à manger

On peut supposer que les individus s'attachent davantage à utiliser cet argent pour leurs loisirs, relayant l'alimentation au second plan.

- Toutefois certains influenceurs varient selon le contexte sociaux économiques. L'adolescent issu d'une famille de classe moyenne-inférieure se focalisera sur la marque et le prix, il ne se focalisera pas sur le goût bienqu'il attachera de l'importance à la qualité du produit. Il accèdera à une moins grande variété de produits. Tous ceux de classe moyenne et moyenne supérieure s'attacheront eux au goût et à la qualité tant nutritive que saine qu'offre le produit.

Les classes les plus basses cherchent en premier lieu à répondre à la nécessité de s'alimenter et d'acquérir les besoins énergétiques journaliers nécessaires. De fait, les produits les moins chers, qu'ils achètent tout le temps, sont également ce qu'ils aiment le moins (3O). Le principal étant que l'alimentation nous coupe la faim.

Les autres classes s'offrent, elles davanatage du plaisir gustatif et prennent plus soin de leur santé corporelle au-delà de la nécessité de s'alimenter en incorporant une diète variée et riche en nutriments, puisqu'ils ont d'avantage de choix. En outre, on note que deux d'entre eux ont un contact avec le monde médical, l'étudiant 2D allant voir une nutritionniste et l'étudiant 2V ayant sa mère médecin. Les classes moyennes feront néanmoins plus attention à leur budget en réalisant les courses, n'achetant pas des produits de marques à répétition (2M-3Q), profitant sûrement des offres promotionnelles, privilégiant des marques non reconnues pour leur qualité mais davantage pour leurs prix très bas, mais aussi des types de produits (2D) plus accessibles financièrement pour malgré tout profiter d'une diversité de produits plus importante (incluant produits plus luxueux comme les yaourt, le café ou les produits Bio). La classe la plus haute étant celle qui interrogera le plus l'aliment, privilégiant des aliments plus sains (2L-2V), voir non transformés (2V) et en s'intéressant également à sa provenance et son mode de production (fraicheur et produit plus naturel). Elle prendra d'ailleurs soin de commander des fruits et légumes organiques par internet (2V), ouvrant leur environnement alimentaire au-delà de ses limites géographiques à proprement dites, réduisant ici la distance entre le producteur et leur lieu de vie grâce à l'accès privilégié à un mode de consommation alternatif qui impide le déplacement et offre un gain de temps considérable.

Cependant, il est une chose importante à prendre en compte, la différence d'appréciation des produits entre les parents et les adolescents ne tient pas compte des conditions socio-économiques des familles. La famille joue donc un rôle dans l'offre alimentaire mais pas entièrement dans l'appréciation gustative qui reste individuelle, comme le montre l'exemple ci-contre (Figure 36 : Différence entre les goûts des parents et ceux des enfants).

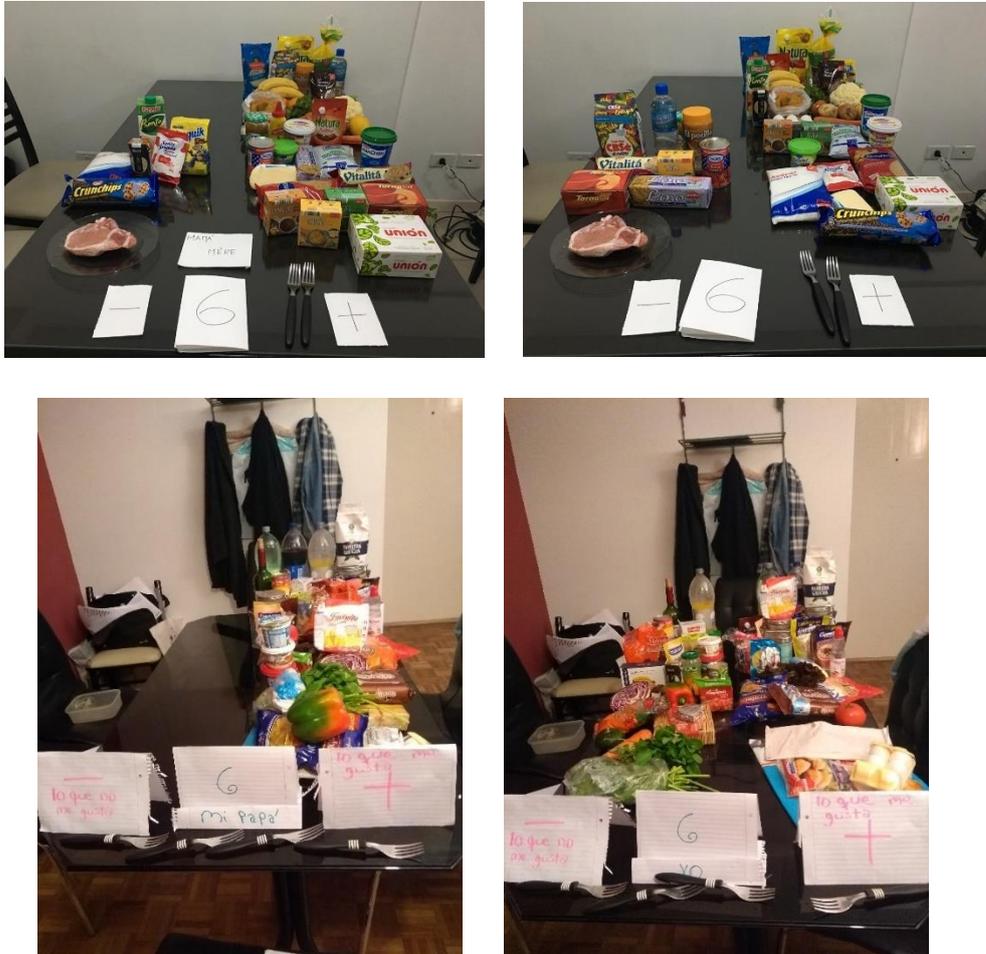


Figure36 : Différence entre les goûts des parents et ceux des enfants  
Copyright : Gonzalès Ophélie

A travers ces portraits, de différents quartiers de CABA, nous observons certaines différences, tant parmi les produits consommés au sein du foyer, tant que pour certaines pratiques alimentaires. Les habitudes alimentaire seront propres à chaque foyer, chacun ayant développé des stratégies pour s'approvisionner et consommer de acuerdo a sus modos de vida y creencias.

Pour autant, nous avons pu voir qu'au sein même de ce foyer, les goûts et humeurs alimentaires tendaient à varier. Peut-on supposer que cela impliquerait des pratiques alimentaires différentes au sein de cet espace partagé ?

## De quelle manière mange-t-on chez soi ?

Manger en famille, c'est aussi le partage d'un moment convivial (Fischler et Masson, 2006). Comme l'ont précisé les adolescents en classe, ce sont de « bons moments », où l'on « partage le quotidien et les souvenirs », mais ce sont aussi des instants qui peuvent être « embêtants car trop de questions » ou encore trop « règles » à respecter (Elèves X, Normal1).

Ces diverses normes familiales vont notamment influencer l'alimentation des jeunes. Qu'ils surveillent la santé de leurs enfants, cherchent à leur inclure des valeurs familiales, en exerçant leur pouvoir de supériorité, les parents vont finalement créer des *habitus* alimentaires (Voir photo de la figure 37 ci-contre et cf. Partie1, 2.2) qui détermineront les pratiques alimentaires de ces futurs adultes.

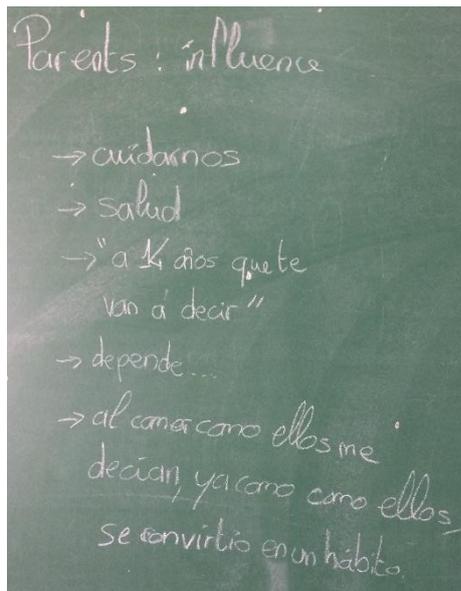


Figure 37 : L'influence parentale pour la 2<sup>nd</sup>3 de l'ENS1.  
Copyright : Gonzalès Ophélie

Cependant, les préceptes des parents ne sont pas toujours en accord avec la pensée du jeune. Une étudiante végétarienne nous a commenté qu'elle n'avait pu être végétarienne que cette année, « j'en avais envie depuis petite mais mes parents ne voulaient pas » (élève X, Normal1), l'obligeant donc à manger de la viande quand il lui en était proposé. Cet exemple illustre parfaitement le pouvoir de l'autorité parentale sur les adolescents et leur choix de consommation, « il y a des règles », on n'est « pas en paix » (élève X, Normal1). Finalement, « du fait de manger comme eux me le disaient, aujourd'hui je mange comme eux, c'est devenu une habitude »<sup>22</sup> (Elève X, Normal1) (voir figure 37), puisque « les relations que les parents ont avec leurs enfants transforment vraiment leur comportement » (Catherine Gueguen, 2015). A cet âge ils semblent se montrer pour la plupart encore dépendants de leur cercle familial et calquent leurs pratiques alimentaires, appréciant ce cadre connu et réconfortant ; « *en familia charlamos más* » (Elèves X, Hurlingham), « *nos reimos* » (Elève X, Normal1) et « *es más confiable el plato de mi mamá* » (Elèves X, Hurlingham).

Ils aiment aussi se retrouver entre amis pour discuter et sortir de ce cadre routinier. Entre amis, c'est de suite « plus informel », « on peut parler d'autre chose » et « rire », « c'est drôle » (Elèves X, Normal1, voir figure 38). Avec les amis, on va manger « n'importe où », bien que ce soit pratique de se retrouver à la maison « car il y a toujours de la nourriture et on peut écouter de la musique » tranquillement (Elèves X, Normal1, voir figure 38).

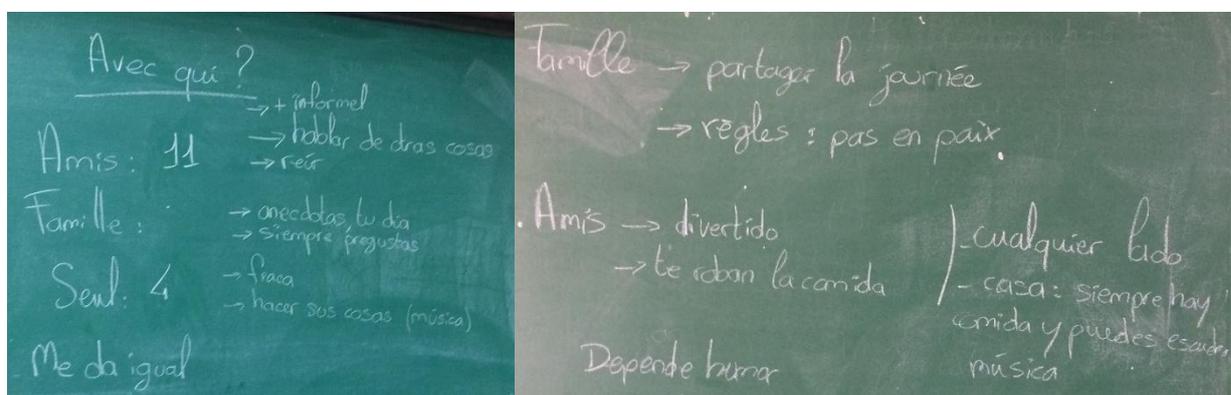


Figure 38 : Avec qui manger et pourquoi selon les 2<sup>nd</sup>3 et 2<sup>nd</sup>2 de l'ENS1.  
Copyright : Gonzalès Ophélie

22 Traduction personnelle.

D'autres adolescents préfèrent être seuls car ils ont la paix "me da paz" (Elève X, Normal1) et "tranquilidad" (Elèves X, Hurlingham). Ils évitent les normes familiales et se sentent libres de manger ce qu'ils souhaitent, quand et où ils le décideront, sans aucunes contraintes pour également réaliser leurs activités en même temps. Ils vont manger « avec le téléphone », « devant la télé », avec de la « musique » pour avoir du « bruit » (Elèves X, Normal1) qui apporte un côté rassurant et les accompagne dans leur solitude. Certains se retrouvent à manger seul sans l'avoir décidé car « ma mère travaille », « ce n'est pas un choix » de leur part et il préférerait être accompagné pour pouvoir discuter car en mangeant seuls ils ne mangent pas aussi bien et mangent plus vite. (Elèves X, Hurlingham) Ils apprécient donc plus ou moins le fait de manger seul. En effet, tous les adolescents n'aiment pas forcément s'isoler et s'éloigner de leur famille lors de leur croissance. Elle représente un appui essentiel à leur développement. (voir figure 39)

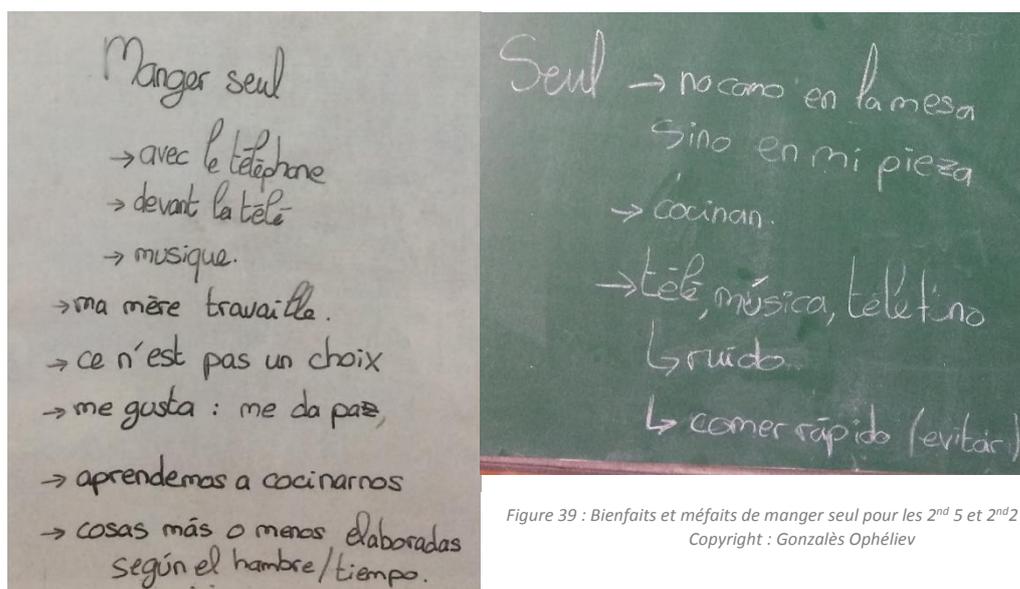


Figure 39 : Bienfaits et méfaits de manger seul pour les 2<sup>nd</sup> 5 et 2<sup>nd</sup> 2 de l'ENS1.  
Copyright : Gonzalès Ophélie

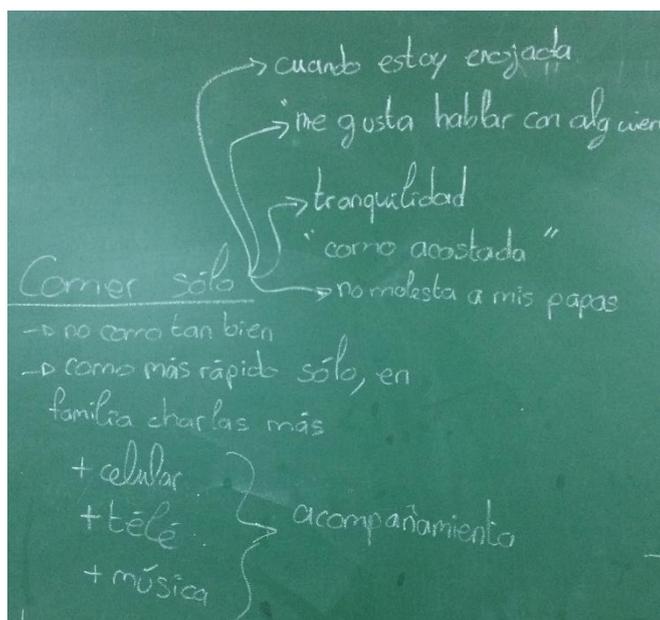


Figure 40 : Bienfaits et méfaits de manger seul pour les élèves d'Hurlingham  
Copyright : Gonzalès Ophélie

Communément, les repas en famille se font sur la table à manger, tous les mangeurs du foyer réunis. Pour autant, les adolescents semblent pour certains privilégiés des lieux plus intimes et commodes tel que le canapé du salon ou leur chambre, profitant du lieu pour manger allongé par exemple. Certains parents l’accepteront sans problème « ma mère me l’emmène [la nourriture] au lit » (Elève X, Normal1), “No les [papas] molesta” (Elève X, Hurlingham) ou bien rejeteront cette pratique qui enfreint les diverses règles de la maison “Ensucio, así que no les gusta a mis pas [papas]” (Elève X, Normal 1).

En investissant ces lieux, les adolescents transgressent les normes de la commensalité familiale et s’en détachent alégrement. Ils indépendantisent leurs pratiques alimentaires en créant les leurs, développant de nouvelles formes de consommation au sein même du foyer (figure 41 ci-dessous).

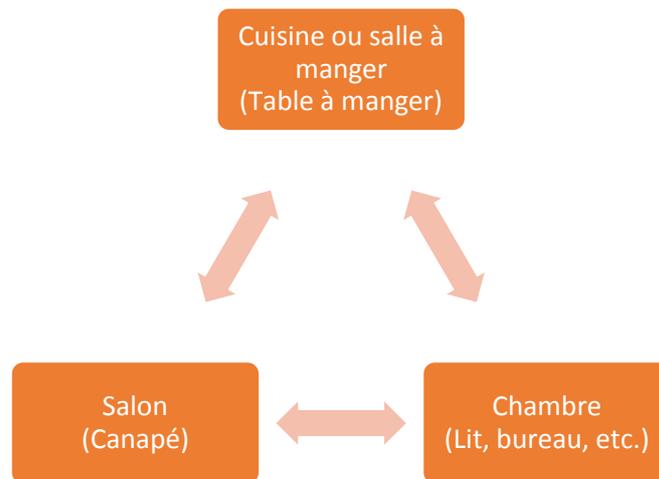


Figure 41 : Lieux investis par les adolescents au sein de leur foyer familial

### *Lien entre pratiques alimentaires et mobilité adolescente*

Bien qu’ils apprécient passer du temps chez eux, les adolescents passent beaucoup de temps en dehors du foyer familial, que ce soit pour leur propres activités personnelles ou pour se rendre à l’école quotidiennement.

A travers l’exercice des cartes mentales, réalisées à l’ENS1, nous avons souhaité identifier de possibles relations entre leur déplacement personnel et leur pratiques alimentaires. Sans leur préciser d’inclure l’alimentation dans ces cartes, quasiment aucun d’eux n’aura inclus un élément lié à l’alimentation dans ses activités ou ses déplacements, bien que manger est une activité très répétitive et quotidienne. Parmi les cartes mentales suivantes (figure 42) deux élèves inscrivent des activités alimentaires au sein de leurs activités hebdomadaires : « manger en famille », « aller au restaurant de mon père » et « supermarché Veolia » (Elèves X, Normal1).



Figure 42 : Activités de X élèves de la 2<sup>nd</sup>2 de l'ENS1.  
Copyright : Gonzalès Ophélie

Les adolescents ne mettent pas en avant leurs activités alimentaires, pour eux, manger est un automatisme plus qu'une activité. Seule l'élève de la quatrième photo (sur 72) aura fait référence à l'achat alimentaire direct réalisé une fois par semaine pour le foyer familial. Les adolescents mettront davantage en avant une commensalité partagée entre amis ou en famille, plus que des prises alimentaires jugées comme simplement naturelles. De fait, quand on leur demande s'ils n'emmènent jamais un encas lorsqu'ils se rendent au sport : « siiii », *“una bara de cereal”, “traemos algo o compramos”* (Elèves X de 2<sup>nd</sup>2 y 2<sup>nd</sup>5, Normal1). Leurs déplacements et lieux fréquentés lors des loisirs ou hors loisirs (école) ne sont pas considérés comme de potentiels lieux de prise alimentaire, alors que chacun représente une opportunité de consommer. Manger, est un acte assimilé, auquel on porte moins d'attention, bien que l'on mange partout, à nombre d'occasions.

Pour se rendre à leurs lieux d'activités, en général les élèves doivent prendre un ou plusieurs transports. Or, la distance et le temps de transport, sont autant de possibilité d'être confronté à des publicités sur le chemin qui peuvent les inciter à consommer.

### 3.2.3. L'influence de l'espace public

#### Espace public, un environnement publicitaire ?

De quelle façon les adolescents perçoivent-ils le pouvoir publicitaire ? Si l'on se réfère aux différentes influences dont les adolescents se disent directement influencés (Annexe 3: Les influenceurs vus par les adolescents), les campagnes marketing semblent avoir très peu d'impact. Les affiches publicitaires n'étant citées que quatre fois, et les emballages qu'une fois. Ces campagnes ne les affectent donc elles que très, ou n'en prennent-t-ils que peu conscience. Pour éclaircir la question, nous leur avons donc demandé de penser à une publicité qu'ils apprécient et d'expliquer pourquoi, dans le but de déterminer quelles sont les éléments publicitaires qui les affectent le plus.

D'après leurs souvenirs publicitaires les adolescents se souviendront, sans grande surprise, des publicités qui attirent l'attention grâce à leurs couleurs (photo1), originalité (photo2), chanson et slogan (photos 4,5, 6, 7) qui resteront en tête. Une publicité rigolote aura de succès, de même qu'une publicité qui fait appel à l'imagination des spectateurs. D'autre apprécieront des publicités plus terre à terre, qui s'attachent à défendre des valeurs, tant sur l'apport nutritif de son produit (photo 3) qu'humaines, relatant les faits du passé (photo2) ou mettant en avant des instants partagés (photo1) (voir figure 43).

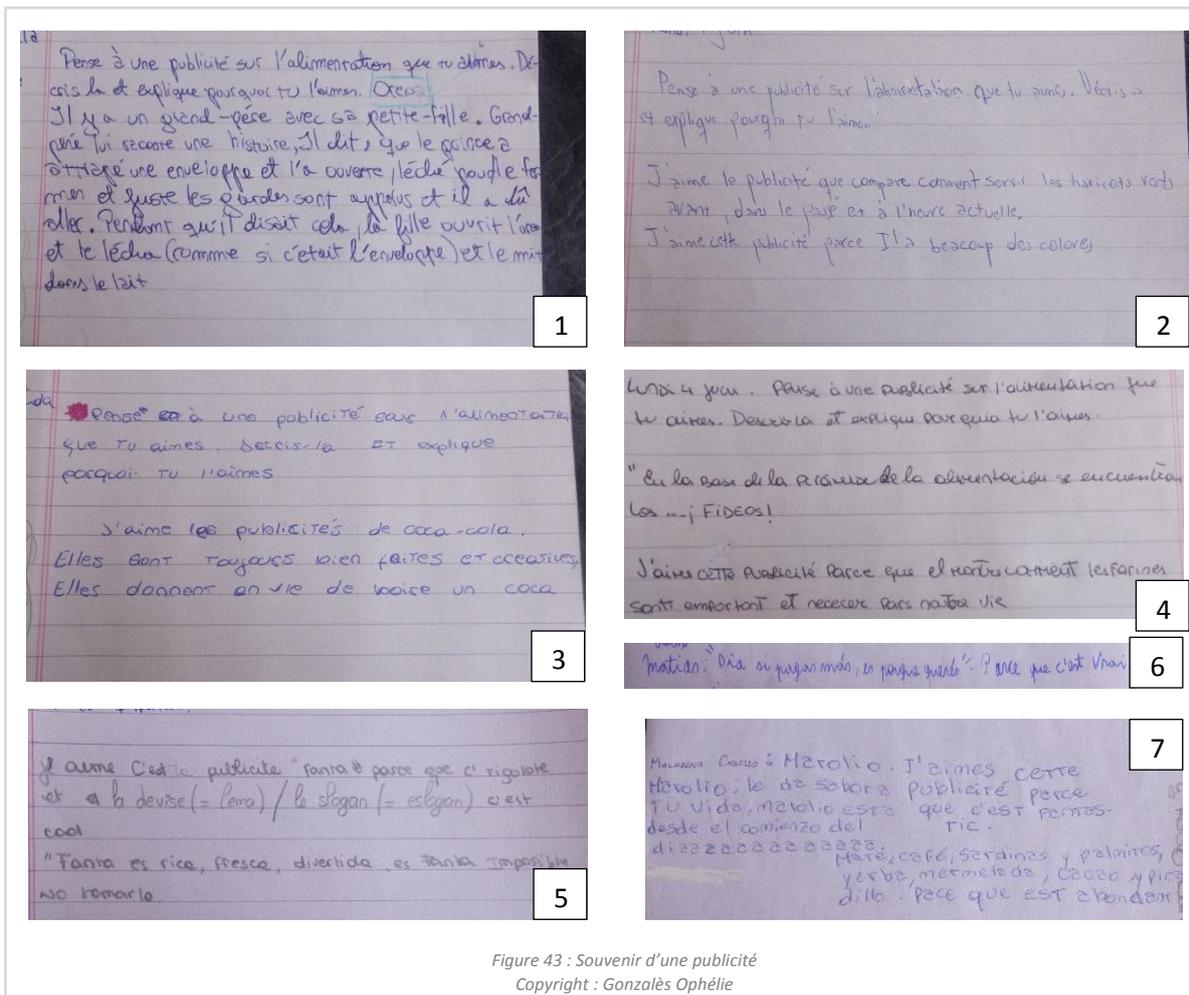


Figure 43 : Souvenir d'une publicité  
Copyright : Gonzalès Ophélie

Notons, qu'ils auront principalement cité des publicités télévisées et non papiers. En effet, les adolescents, au vu de l'usage intensif qu'ils font de la technologie, sont davantage confrontés aux publicités virtuelles<sup>23</sup> : est-ce d'ailleurs pour cela qu'ils ne se rendent même plus compte de l'importance publicitaire qui nous rodent dans les rues lorsque l'on vit en ville ? Ne prêtent-ils plus attention aux publicités papiers, puisqu'ils sont essentiellement focalisés sur leurs écrans lorsqu'ils se déplacent (seuls ou en groupe) ? Tous affirment notamment passer du temps sur internet comme un passe-temps. On pense notamment aux réseaux sociaux qui occupent beaucoup d'espace-temps dans la vie adolescente. Seraient-ils donc fortement influencer par ce média dans leurs pratiques alimentaires ?

Entre les adolescents interrogés qui vivent à CABA (31 répondants), dix affirment ne pas voir de publicités sur le chemin de l'école, sûrement qu'ils n'y font pas attention comme le précise le commentaire d'un élève : « je ne regarde pas » (Elève 2R, Normal1). Vingt et un d'entre eux au contraire voient beaucoup de publicités. Parmi elles, ils citent le plus communément les publicités de « fast-food » (citées 15 fois), mais on trouve également des publicités sur les produits laitiers (La "Serenísima" ou "Yogurísimo" (Elèves 5D, 2K, 2L, Normal1)). De même certains étudiants citeront les devantures de différents magasins comme faisant parties de la stratégie publicitaire du lieu. Ils citent : "Coto", "Mostaza", "Dia" (Elèves X, Normal1), mais également des magasins qui ne sont pas des chaînes comme les "frutería" ou "panadería" (Elèves 3K, 2K, 2M, Normal1), prenant conscience que les publicités sont omniprésentes dans notre environnement. Le lieu de vie peut notamment influencer le type de publicités présentées. Les élèves vivant aux abords de la ville, plus proche du périurbain, citeront par exemple les publicités des "mayorista" (vente de gros) (Elève 2M, Normal1) présents dans cette aire urbaine et non au centre-ville. Les publicités participent à l'identification et la délimitation des lieux dans l'espace géographiques. Les élèves d'Hurlingham, qui viennent à pieds ou en transports en communs, sont d'ailleurs peu confrontés à la publicité si ce n'est les devantures des magasins. On trouve en général peu d'affiches publicitaires dans leur zone géographique.

Par ailleurs, on notera que les élèves utilisant les transports publics (autobus, métro et train) seront les plus touchés par la publicité puisque onze étudiants venant par l'intermédiaire des transports publics à l'école disent voir des publicités quand ils sont sept en marchant et seulement trois en voiture. En effet, les publicitaires ciblent leur affichages (ou autres modes de communication) dans les lieux où le passage est important mais également là où les personnes peuvent trouver le temps de les observer. Or dans les transports publics offrent à la fois un public très nombreux et des pauses obligatoires dans ces stations.

Les publicités n'auront pas la même présence, en nombre et en nature du support utilisé selon les lieux fréquentés par les adolescents et leur accès aux médias. Un adolescent qui vit en ville sera confronté à une masse très importante de publicités papiers et numériques, quand en milieu plus rural les publicités seront moindres et les médias parfois moins accessibles ou mal connectés. On s'accorde que l'offre publicitaire se développe en concordance avec l'offre alimentaire que présente l'espace géographique, plus il y a d'offre, plus la publicité sera riche en nombre et variée. Or les deux écoles étant dans des contextes différents et les élèves issus de contextes géographiques et socio-économiques divers, l'offre alimentaire autour du lieu d'habitation des élèves sera-t-elle la même ?

---

<sup>23</sup> Rappelons qu'en Argentine deux publicités sur trois portant sur l'alimentation étant diffusée à la télévision promeut des aliments qui ne sont pas sains et sont pour beaucoup destinées au jeune public. (cf. Partie1, 4.2).

### ***Autours de chez eux***

Pour chaque école, les lieux de vie des adolescents seront plus ou moins éloignés de l'école et très différents.

Les élèves de Hurlingham, comme précisé dans la Partie II, vivent dans le cercle périurbain de Buenos Aires, dans un zone qui souffre de faible de ressources économiques. Malgré cela, aucun élève ne vit dans ce que l'on appelle une « villa » (équivalent d'un bidonville) et vivent pour la grande majorité dans les environs de l'établissement scolaire, beaucoup sont d'ailleurs voisins entre eux, dans une maison avec jardin, parfois même avec un potager. En regardant leurs cartes (Annexe 7: L'environnement alimentaire autours de chez moi, nous pouvons nous rendre compte que leur quartier est dépourvu d'une grande offre alimentaire. La majorité dispose de peu de local alimentaire et le peu qu'il y a sont le plus souvent du même type : kiosco et supermercados chinos (carte 1-2-3). La quatrième carte présente, elle, une offre plus importante et plus variée, qui reste toutefois une offre alimentaire basique : maraiché, boulangerie, boucherie, supermercado chino et kioco, ne disposant que d'un café et une pizzeria comme offre plus exotique. Etant dans le cone urbain, plus proche des champs, l'on retrouve davantage de vente direct des producteurs, notamment en vente de gros, ce qui permet aux foyers de la zone d'acheter des produits en grande quantité à moindre prix. Pour voir les différents types d'offres alimentaires que l'on peut retrouver dans la zone se référer à l'annexe 8 : Offre alimentaire dans la zone périurbaine de Buenos Aires

Les élèves de l'ENS1 vivent, eux, plus ou moins loin de l'école, dans des quartiers très différents ce qui offre un panel d'environnements alimentaires diversifiés mais pour le moins semblables. En ce sens, tous vivant en zone urbaine, les étudiants profitent d'espaces géographiques jouissant d'une grande offre alimentaire, en nombre et diversité. L'une des principales différences que l'on y rencontrera sera la nature de l'offre alimentaire en terme de diversité et de qualité, certaines zones abritant plus de richesses que d'autres. Dans les zones les plus riches, nous retrouverons communément une offre alimentaire internationale variée de très bonne qualité à un prix plus haut (restaurant japonais, français, italiens, végétariens, *dietética*, traiteur, etc.), ce qui atteint une clientèle de classe haute. Les établissements plus « communs », du type maraiché, boucherie, boulangerie, se différencieront de par leur design et agencement intérieure de la boutique, cherchant à se différencier des autres grâce à une image plus raffinée qui fait référence au luxe, s'inspirant notamment des courant décoration internationaux. Dans les quartiers urbains de classe plus basse, nous trouverons davantage une offre d'alimentaire commune (boulangerie, boucherie, supermarché, *kiosco*, maraiché, etc.) qui soigneront moins leur présentation des produits et le local. Nous y trouverons également davantage une offre alimentaire informelle par la présence de vendeurs de rues. L'implantation des hyper-marché dépendra de même de la zone géographique. Les franchises alimentaires internationales (Fast-food : Burger King, Mc Donalds - Hyper-marché : Coto, Disco, etc.) sont, elles, présentes dans toutes les zones géographiques, il ne semble pas y avoir une sélection de sa clientèle, cherchant d'avantage à toucher un public de masse. Les Dicount « *Dia* » s'implantent également au sein de quartiers aux profils socio-économiques très divers puisqu'ils cherchent à élargir sa clientèle. En outre, le contexte économique argentin étant des plus variables, toutes les strates socio-économiques se retrouvent confrontés à l'inflation (très importante au courant de l'hiver 2018) et se voient obligés de constamment adapter – à la baisse d'achat – leurs habitudes de consommation alimentaire. Pour voir les différents types d'offres alimentaires que l'on peut retrouver dans toutes les zones de la ville de CABA se référer à l'annexe 9 : Offre alimentaire dans la zone centrale de CABA

Dans les cas présents, la "*comida chatara*" (Elèves X, Hurlingham), reste la plus accessible en termes de prix et sera également la plus présente en Province en termes d'offre alimentaire dans cet espace géographique. Les habitants de cette zone sont donc plus susceptibles d'être amenés à les consommer.

Au contraire, l'ENS1 qui se trouve en plein centre-ville de CABA, où l'offre alimentaire est extrêmement variée et abondante, permettra un accès facilité à une alimentation riche et variée. Au-delà du facteur économique, le manque de diversité dans l'offre alimentaire réduira les choix des consommateurs et donc leur possibilités de diversifier leurs pratiques alimentaires, les restreignant à un régime alimentaire plus limité défini par leur territoire. Le transport et sa qualité joue également un rôle crucial dans la délimitation de l'environnement alimentaire de l'adolescent. Une facilitée de transport permettra de parcourir de grandes distances rapidement et donc d'augmenter le rayonnement de l'environnement alimentaire de l'individu, alors qu'une proposition de transports sporadique, dans de mauvaises conditions (routes et état des véhicules) limitera grandement l'élargissement de l'environnement alimentaire des jeunes. En outre, en capitale, beaucoup de vendeurs informels profitent des transports publics pour y vendre leurs produits.

Les schémas ci-dessous (Figures : Environnement alimentaire des adolescents EESA Hurlingham et ENS Normal1 CABA) illustrent les deux cas.

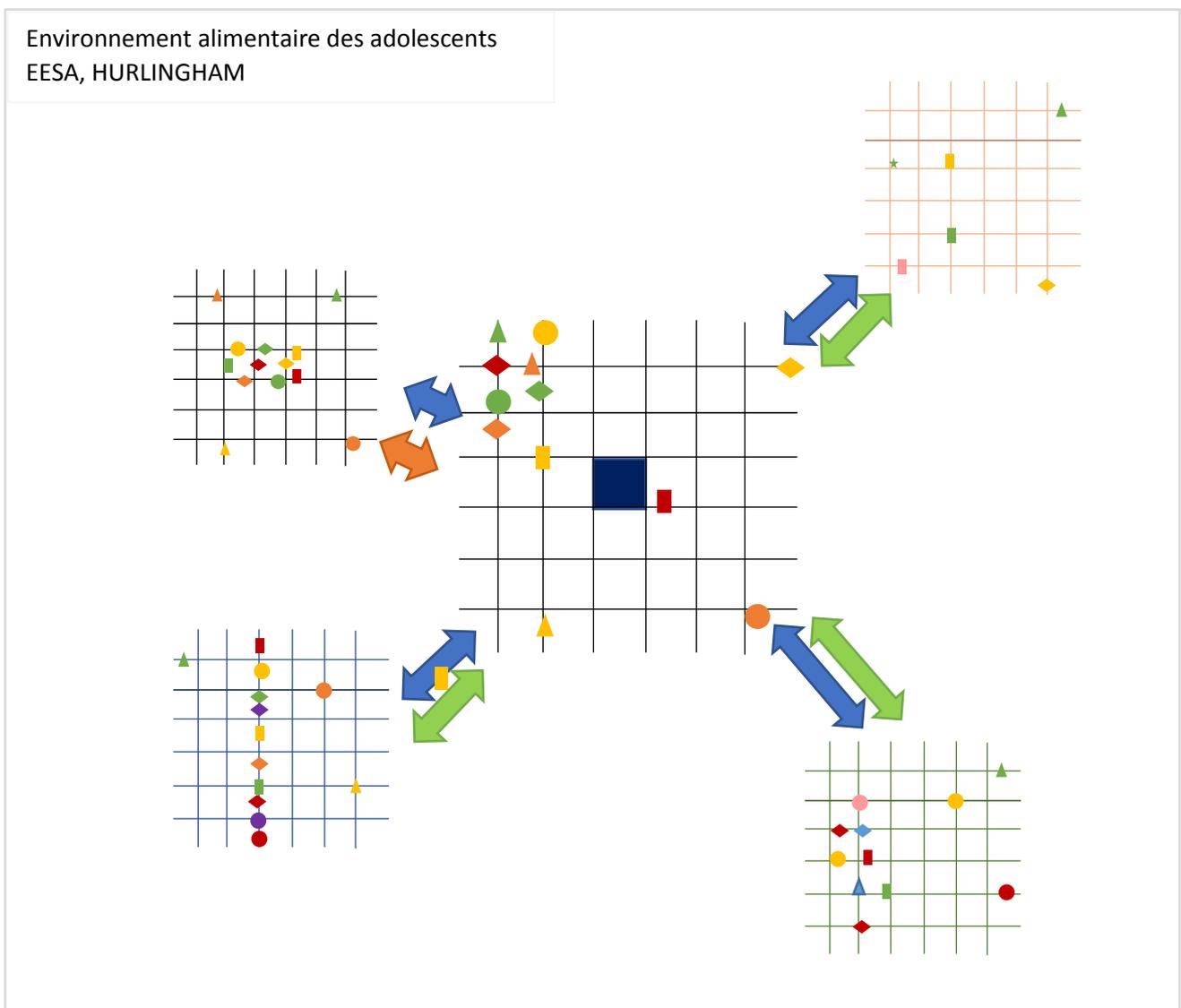
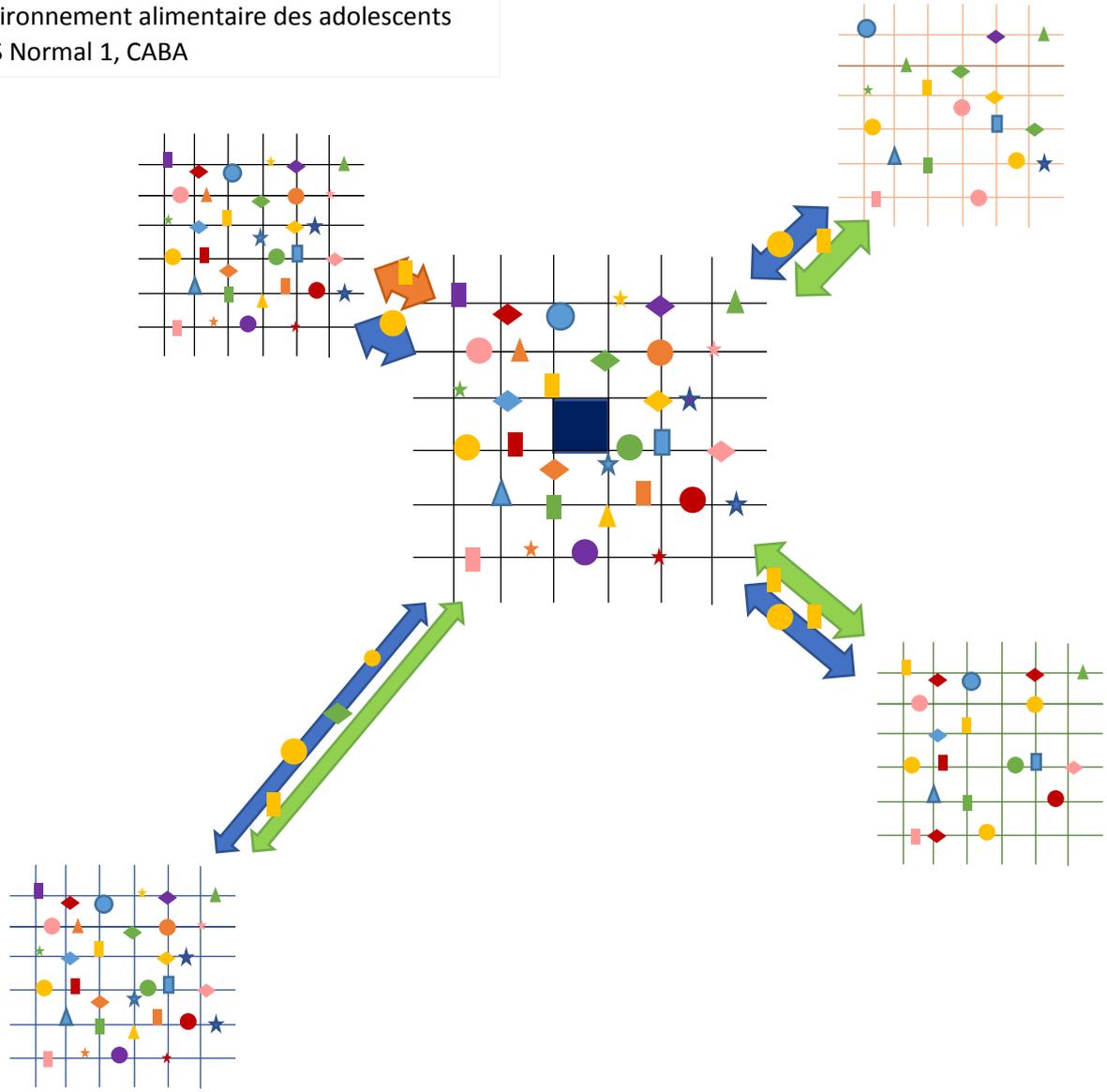


Figure 44 : Environnement alimentaire des adolescents, EESA Hurlingham

Environnement alimentaire des adolescents  
ENS Normal 1, CABA



Légende :

-  Ecole
-  Diversité des quartiers
-  Distance entre l'école et le lieu de vie de l'élève
-  Diversité d'offre alimentaire

- Diversité des moyens de transport
-  Transports publics
  -  Transport personnel/privé
  -  A pieds

Figure 45 : Environnement alimentaire des adolescents, ENS1 Normal 1, CABA

### 3.2.4. L'influence de l'établissement scolaire

#### Autours du collège

Au vu de cette diversité importante des lieux de vie, il devient intéressant de voir de quelle manière l'école peut elle-même leur proposer un nouvel environnement alimentaire commun à tous et voir si celui-ci exerce une influence similaire et/ou importante sur leurs pratiques alimentaires.

Concernant l'EESA d'Hurlingham, la situation géographique même de l'école l'isole d'une grande offre alimentaire. On ne trouve autours de l'école que deux vendeurs ambulants de "comida chatara" situés à la sortie de l'autoroute et ouverts le midi uniquement. Ils sont principalement visités par les professeurs sur le temps du midi et non par les adolescents qui n'ont pas l'autorisation de sortir de l'enceinte du collège et qui mangent tous à la cantine scolaire où le menu leur est offert par l'Etat. De plus, les élèves disent ne pas profiter de l'environnement autours du collège où l'on ne trouve pas de lieux où ils peuvent se regrouper. Ils se regroupent davantage en groupe dans leurs quartiers de résidence ou bien choisissent le domicile de l'un d'eux. Ils exploitent donc peu l'environnement autours du collège. Celui-ci étant, de toute façon, pauvre en offre alimentaire.

Les élèves de l'ENS1 de CABA, sont eux confrontés à une offre alimentaire très importantes autours de leur établissement scolaire. Si l'on se base simplement sur les rues proches autours de l'enceinte du collège et sur les axes principaux où se trouvent tous les transports utilisés par les élèves, on peut apprécier une grande offre alimentaire variée (se référer à la figure 46 : Carte de l'offre alimentaire autour de l'ENS1, ci-dessous et à l'annexe 10 : Photos des enseignes présentent autour de l'ENS1).

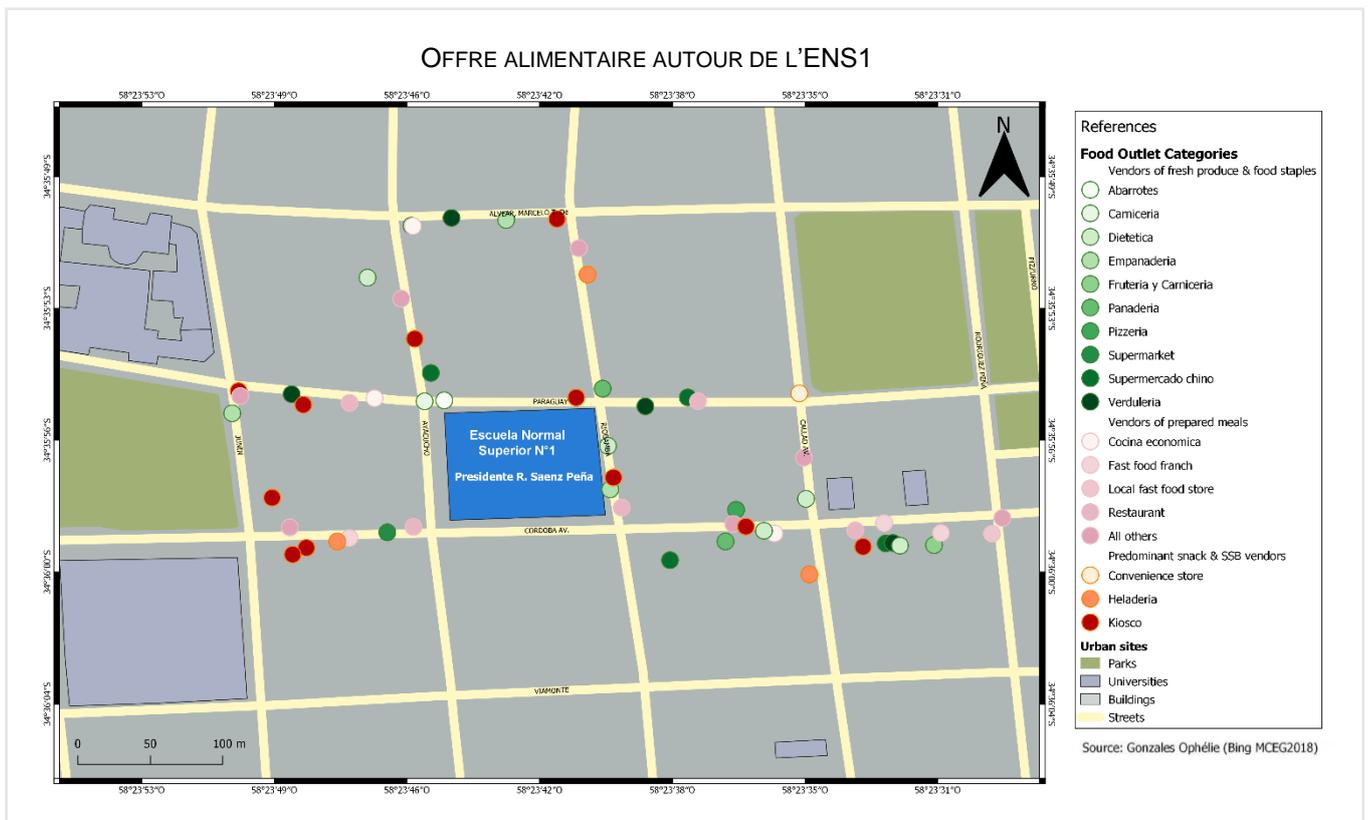


Figure 46 : Carte de l'offre alimentaire autour de l'ENS1, CABA

Pour autant, la présence d'une importante offre alimentaire signifie-t-il que les adolescents vont l'apprécier et la fréquenter ? A l'aide d'une carte de l'environnement du collège, les élèves de l'ENS1 furent invités à repérer l'offre alimentaire présente aux alentours de leur école et préciser lesquels ils connaissent, fréquentent, apprécient. Nous avons pu constater dans un premier temps que les adolescents ont eu du mal à se repérer sur la carte de manière générale, car c'est un support qu'ils utilisent peu. Néanmoins, les élèves du quartier se sont montrés plus rapides et ont ensuite plus facilement pu replacer les diverses offres. Ils ont une meilleure connaissance de l'environnement autour du collège et fréquentent davantage les lieux d'offre alimentaire. Au contraire, les élèves qui habitent dans d'autres quartiers ont une faible connaissance et fréquentation de cet environnement, puisqu'ils n'y viennent que dans le cadre de leurs études et ne profitent pas de cet environnement citoyen additionnel en dehors des heures de classes. Ils ne prennent pas le temps de le parcourir avant ou après leurs heures de classes, ils rentrent chez eux ou se rendent à leurs activités directement. De plus les adolescents ont mis en avant une proximité agréable et pratique en faisant les courses autour de chez eux, ils ne vont pas à la *fruteria* proche de l'école « car on en a une au bas de chez nous » (Elève X, Normal1).

Par ailleurs, on remarque que lors de la venue à l'école, ceux qui vivent dans le quartier et viennent à pieds (qui sont également de classe moyenne-supérieure \_ cf. profils familiaux des élèves 2L et 2V) sont les seuls qui s'achètent un encas. Deux hypothèses se dégagent, les pouvoirs d'achat étant plus importants, les adolescents s'offrent plus facilement des plaisirs extras et/ou venir à pieds plutôt qu'en transport motorisé faciliterait l'achat d'aliments sur le trajet. Pourtant, on a vu précédemment que les transports représentent des lieux d'influence potentielle assez forte au vu de l'offre alimentaire et de la pression publicitaire qui s'y trouve. Cela vient appuyer l'hypothèse que la publicité papier ne serait pas un influenceur important dans la consommation adolescente. Ils vont s'appuyer sur d'autres critères pour juger l'offre alimentaire de l'espace, tels que l'attractivité visuelle du lieu de vente et l'aspect de la nourriture présentée « ça a l'air mauvais et la nourriture est sale », *“el kiosco porque me gusta mas el dulce y los colores”* (Elève X, Normal1), la variété de l'offre *“no me gusta porque no hay mucha elección”* (Elève X, Normal1).

Finalement, les élèves fréquentent peu l'environnement alimentaire autour de l'établissement et s'attachent davantage à l'environnement autour de leur domicile. Quand ils viennent étudier, profitent-ils malgré tout de l'offre alimentaire proposée dans l'enceinte de l'école ?

### ***Dans le collège***

Chaque établissement scolaire s'inscrit dans un contexte alimentaire différent adapté au profil socio-économique de chaque école et propose une offre alimentaire qui s'étend au-delà du réfectoire : un kiosco, une production alimentaire directe dans les champs ou dans une serre (se référer aux figures 47 et 48 ci-après).

ENS 1 CABA :

- Kiosco d'appoint
- Kiosco avec produits frais
- Jardin potager sous serre
- Réfectoire (réservé au primaire)
- C : Salle de classe

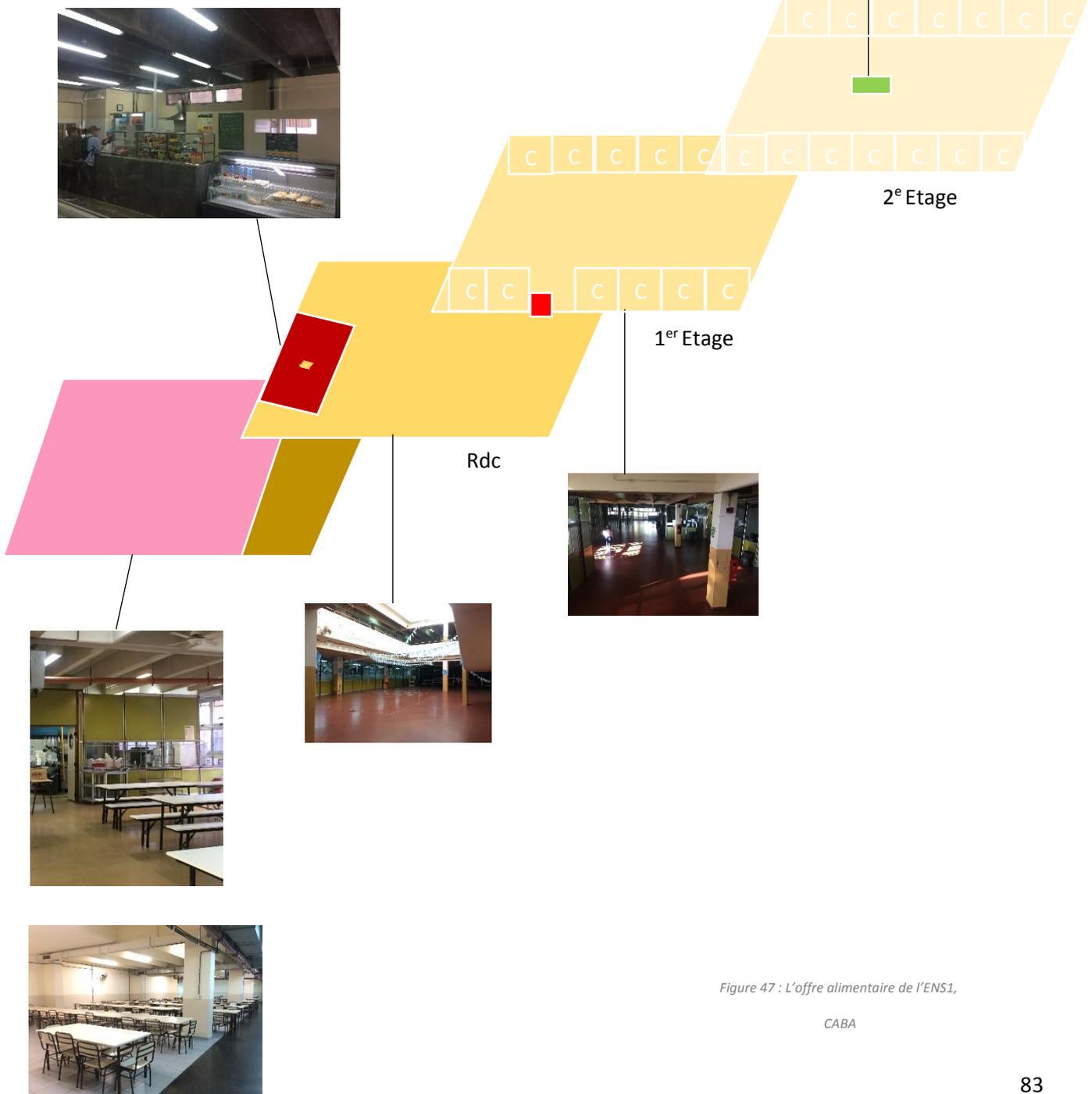


Figure 47 : L'offre alimentaire de l'ENS1,

CABA

EESA Hurlingham



Kiosco



Réfectoire



Hectars agricoles de l'école

C : Salle de classe

B : Bibliothèque

S/D : Salle des professeurs et direction

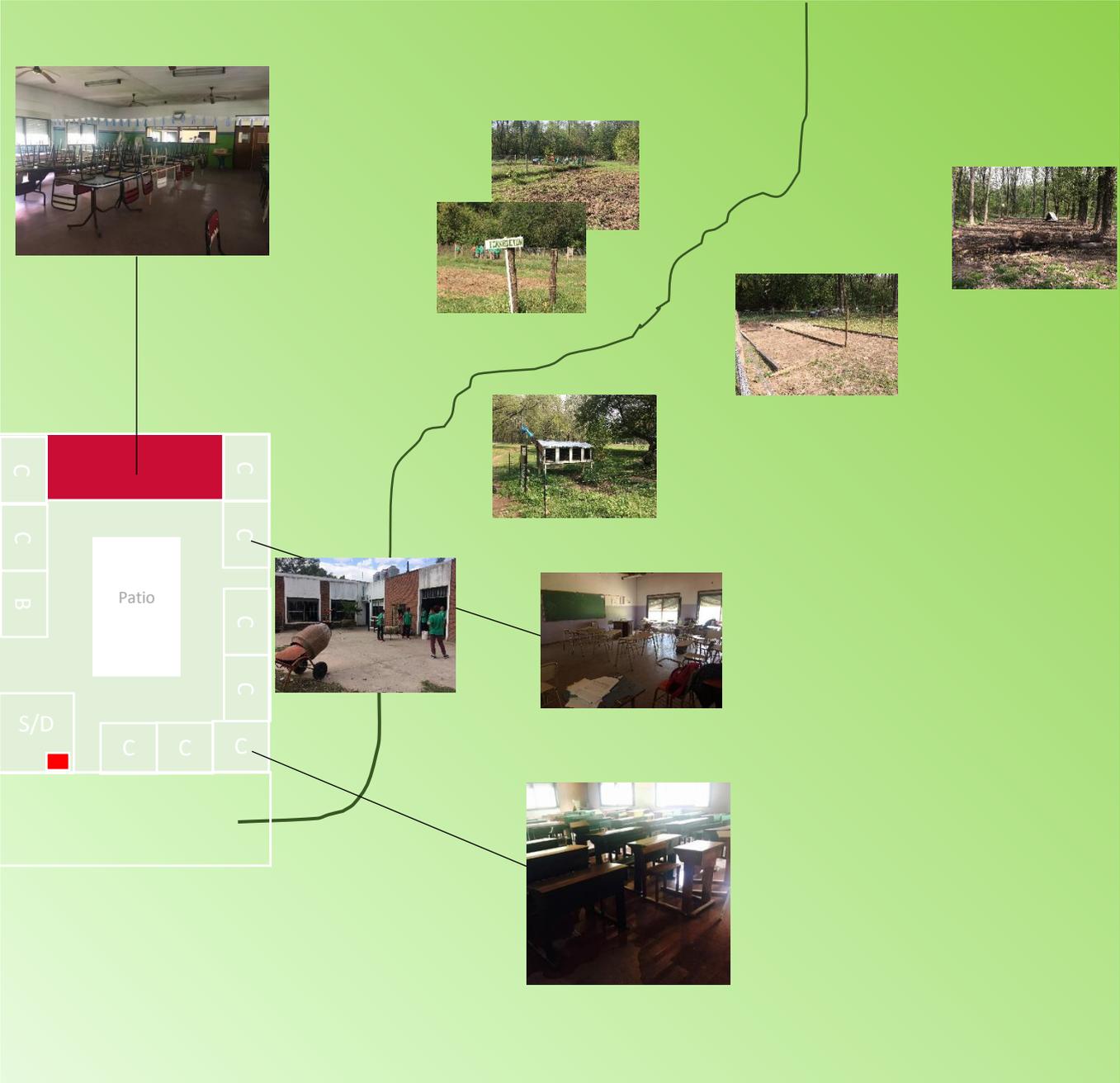


Figure 48 : L'offre alimentaire de l'EESA, Hurlingham

Quand on demande aux adolescents d'identifier les points alimentaires au sein de leur établissement, ils ne mettent en avant que la cantine et les kiosco, donc l'offre alimentaire par la vente de produits directement consommables. Ils n'établissent aucun rapport direct entre la production et l'alimentation, puisqu'ils ne citent aucunement les espaces de production. Pour eux, parler d'alimentation se réfère d'avantage à ce qui est mangeable dans l'imédiateté. Sur ce dernier point, chaque école proposera une offre alimentaire adaptée au contexte socio-économique des élèves, avec l'appuis financier du gouvernement. L'EESA, avec l'appui financier de la Provincia de Buenos Aires, propose le petit-déjeuner, le déjeuner ainsi qu'un goûter à tous les élèves du collège, ce qui assure aux élèves de bénéficier de trois repas dans la journée. Selon les assistantes sociales de l'établissement, c'est d'ailleurs l'une des raisons principales pour laquelle les parents envoient leur enfants à l'école, puisque les foyers n'ont pas tous les moyens d'assurer une alimentation de qualité et en quantité suffisante à ses enfants. L'ENS1, quant à elle, reçoit les viandas de la part de l'Etat (encas distribué le matin ou l'après-midi selon les plannings horaires de chacun) et offre le repas du midi aux élèves qui font la journée complète. Par ailleurs, il est intéressant de noter qu'aucunes des écoles ne disposent d'un coin repas, où les élèves peuvent s'installer tranquillement et réchauffer leur plat, pour faciliter la consommation des *viandas* rapportées de chez soi. Les élèves se restreignent donc principalement à cette offre alimentaire, dont la qualité dépend entièrement du gouvernement, puisque l'école reçoit les rations préparées pour le nombre d'élèves inscrits.

Toutefois, les élèves ont à leur disposition les aliments vendus dans les kioscos présents dans l'enceinte du collège. Ils sont à la charge directe de la direction scolaire ou gérés par une instance privée. Comme nous avons pu le voir dans le résultat 1 (p...), malgré les lois mises en vigueur, beaucoup de kioscos n'offrent pas une alimentation saine et variée comme il est préconisé par le gouvernement.



Figure 49 : Le kiosco « saludable » de l'ENS1  
Copyright : Gonzalès Ophélie

La figure 49 ci-dessus montre que les kioscos situés dans les établissements scolaires de CABA mettent en avant la loi des « kiosco saludable » mise en place comme expliqué dans la partie 2. Pour autant, si l'on se fixe sur l'offre alimentaire, les produits sont principalement des aliments non sains, gras, salés et sucrés de type sandwichs, chips, confiseries et gateaux. Les boissons elle-mêmes sont en majorité des sodas.



Figure 50 : Offre alimentaire du kiosco de l'ENS1  
Copyright : Gonzalès Ophélie

Les élèves eux-mêmes se plaignent du peu de variété que l'on y trouve et décrivent négativement l'offre alimentaire : “es solo harina”, “no hay fruta”, “falta opciones para los vegetarianos” (Elève X, Normal 1). Certains d'entre-eux le fréquentent d'ailleurs car ils n'ont « pas le choix » (Elève X, Normal 1), simplement car ils ont « faim » (Elève X, Normal 1) mais qu'ils n'ont rien amené de chez eux et qu'ils ne peuvent sortir de l'enceinte du bâtiment.



Concernant le kiosco de l'EESA d'Hurlingham géré par la direction, il en est de même. On y trouve principalement de la “comida chatara” (Elève X, Hurlingham). Cependant, les élèves affirment acheter ces produits puisque “es lo que hay” (Elève X, Hurlingham) quand ils ont faim.

Figure 51 : Offre alimentaire du kiosco de l'EESA  
Copyright : Gonzalès Ophélie

D'autre part, on ne note aucunes différences quand à la consommation dans l'environnement scolaire selon les différents profils des élèves. Tous ont tendance à fréquenter le kiosco, plus ou moins régulièrement, mais leurs différences socio-économiques se traduiront davantage dans le choix des produits en eux-mêmes. Ma présence dans les établissements m'a confirmé que les adolescents fréquentent très souvent le kiosco de leur école durant les récréations et, comme on a pu le voir dans la Partie 2, grignotent beaucoup en classe puisqu'ils ont le droit. Il est donc un acteur principal dans les pratiques alimentaires des adolescents, d'autant plus qu'ils peuvent aussi le fréquenter en groupe de pairs, sphère proche de forte influence. Proposer une offre adéquate et saine au sein de l'école se montre essentiel, tant dans la visée directe d'offrir l'accès à une alimentation saine que dans l'optique d'une éducation alimentaire adéquate

### 3.2.5. Conclusion du résultat 2

Finalement, l'on se rend compte que les adolescents, de par leurs pratiques alimentaires, dessinent une géographie des espaces de consommation qu'ils explorent et s'approprient. Chaque espace, proposera une alimentation différenciée au vu de plusieurs facteurs et influenceurs (voir figure 52). Ce sont autant d'endroits occupés que de manières de s'inscrire dans l'espace, de le marquer, de s'en démarquer par des styles, par des aliments et des modes spécifiques de consommation.



Figure 52 : Environnement alimentaire et pratiques des adolescents

Pour autant, à travers ce travail développé avec les adolescents, l'on se rend compte qu'ils ne sont pas entièrement maîtres de leurs pratiques alimentaires, bien qu'ils estiment le contraire. En effet, de nombreux facteurs externes interviennent dans leurs pratiques à diverses échelles selon l'espace pratiqué. Ces derniers seront plus ou moins connus des adolescents et donc pris en compte, notamment à cause d'une influence plus ou moins directe qui joue sur sa visibilité.

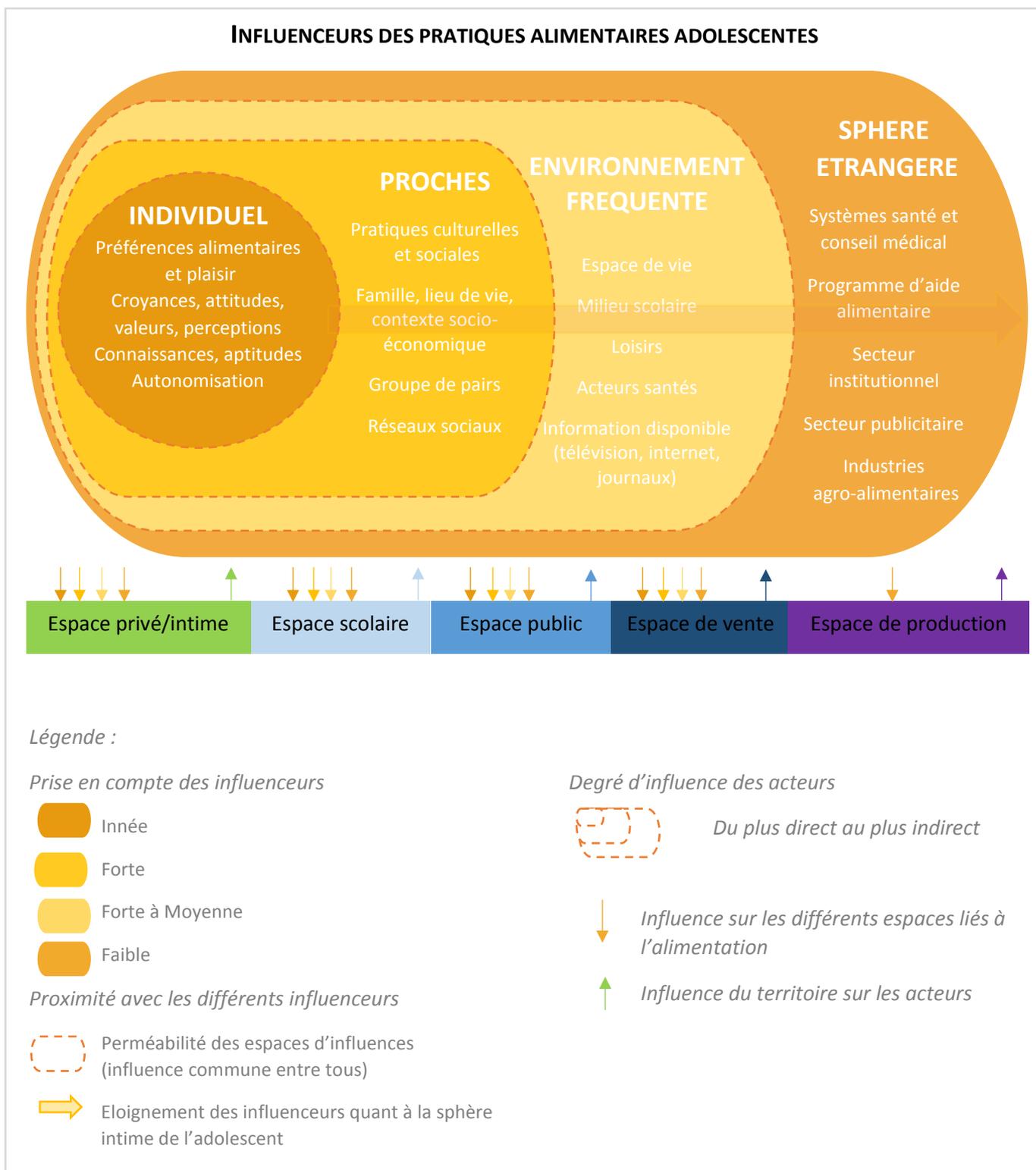


Figure 53 : Influenceurs des pratiques alimentaires adolescentes

### 3.3. RESULTAT 3 : Etude de cas sur un produit spécifique : les produits laitiers

Afin d'affiner nos recherches sur la consommation et les pratiques adolescentes, nous avons décidé de focaliser une partie de la recherche sur un groupe de produit consommé. Il est commun de travailler avec le groupe des aliments optionnels ou encore les fruits et légumes. Pour autant, étant en pleine phase de croissance, nous avons fait le choix de nous intéresser à la consommation laitière des adolescents en Argentine sous le prisme de plusieurs questions principales :

Quelle est la consommation de produits laitiers chez les adolescents ? Est-ce un aliment qui n'a d'importance que chez les jeunes enfants et nourrissons et placé sous le prisme de l'aide à la croissance ? Quelle vision l'adolescent porte-t-il sur les produits laitiers ? Quel est son attachement à ces produits laitiers et quels usages en font-ils ? Puisque pour nous, les adolescents continuent de consommer des produits laitiers après l'enfance mais adaptent leur consommation à leur mode de vie.

De plus, ces produits étant souvent considérés comme « sains », mais aussi de « luxes », ils représentent un bon exemple pour analyser les différences de consommation et d'accès entre les deux territoires étudiés à une alimentation « saine ».



Figure 54 : Atelier « produits laitiers »

© Projet Marguerite - CIRAD 2018 –

Copyright : GONZALES O.

Nous avons travaillé cette thématique dans les deux écoles, à travers divers ateliers :

- Notre origine tel un facteur qui influence notre consommation, vu à travers les produits laitiers.
- Production de yaourts
- Dégustation de produits

### 3.3.1. Consommation des produits laitiers chez les adolescents.

Quand l'on s'intéresse à la consommation des produits laitiers chez les adolescents, il s'agit dans un premier temps de savoir si tous en consomment réellement et s'ils n'en consomment pas pour quelles raisons.

Se basant sur un échantillon de 100 adolescents (nombre de questionnaires rendus entre les deux écoles), l'on constate que la grande majorité en consomment. Ceux qui n'en consomment pas étaient véganes, ce qui représente davantage une conviction personnelle que le goût même pour le produit (voir figure 55 ci-contre).

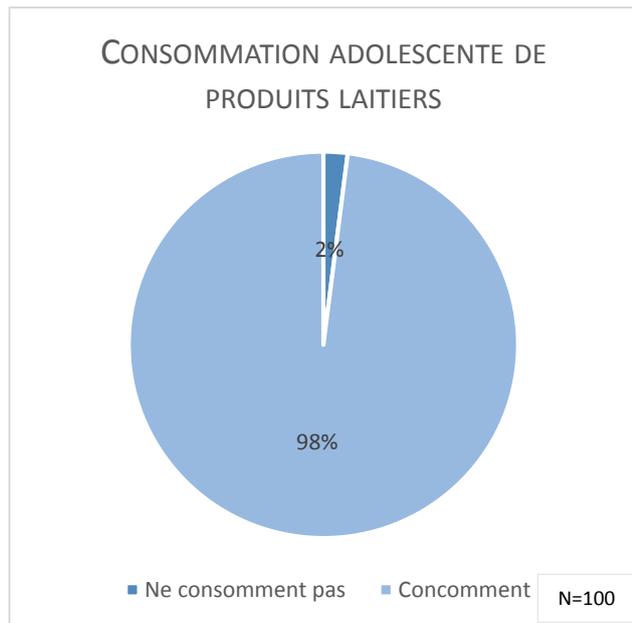


Figure 55 : Graphique sur la consommation adolescente de produits laitiers

### Produits consommés

Dans un deuxième temps, nous nous sommes intéressés aux produits qu'ils consomment le plus, parmi les produits qu'ils citaient.

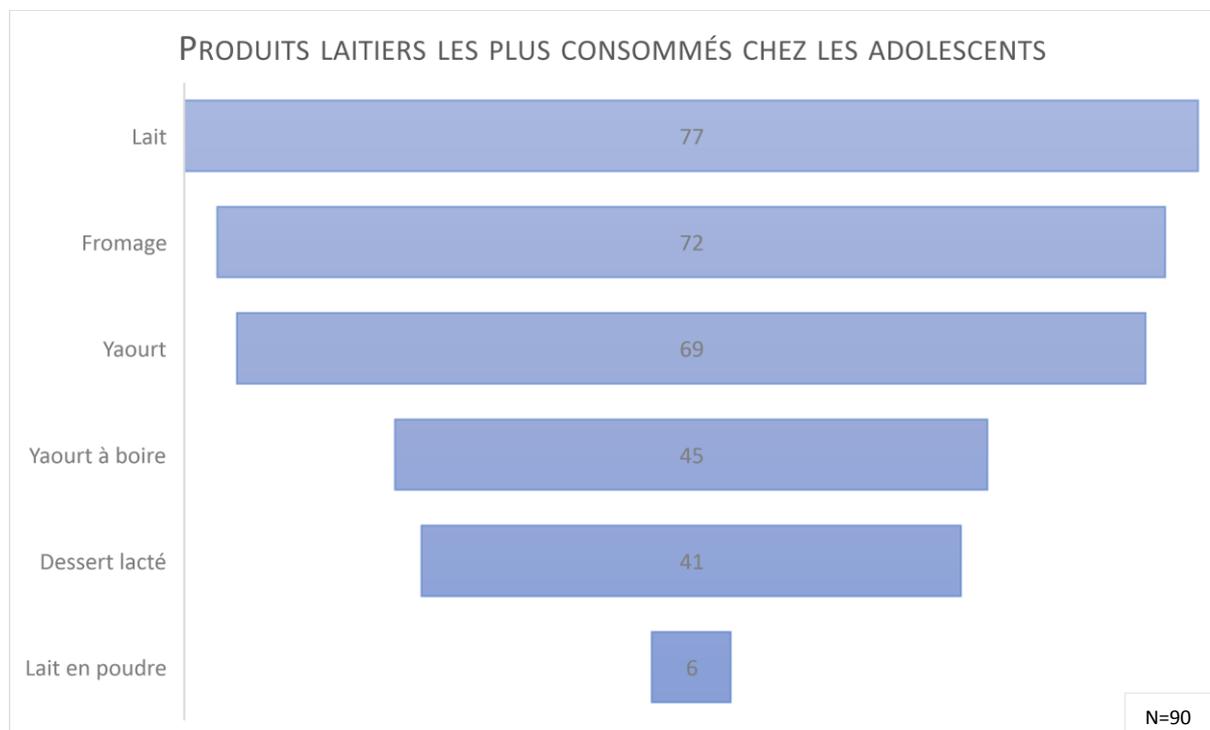


Figure 56 : Graphique sur les produits laitiers les plus consommés chez les adolescents

Le lait, prend la première place. Cependant, il est très important de notifier que dans le contexte argentin, la consommation de lait est très régulière. C'est un fait culturel (observé), l'on met du lait dans son café ou son thé pour le boire, principalement au petit-déjeuner ou au goûter.

Le fromage, qui apparaît en deuxième position, fait lui référence dans la majorité des cas au fromage à tartiner ("*queso crema*", élève X Normal1), très consommé au petit déjeuner ou au goûter sur les tartines ou encore au fromage « *ajouté dans les plats pour leur donner du goût* » (élève X Hurlingham).

Les yaourts, produits qui nous intéressent particulièrement dans cette étude, apparaissent eux en troisième et quatrième position, avec une prédominance pour la consommation de yaourt en pot *firme*. Ils se consomment principalement au petit-déjeuner et au goûter (voir figure 56 ci-dessus).

### Lieu de consommation

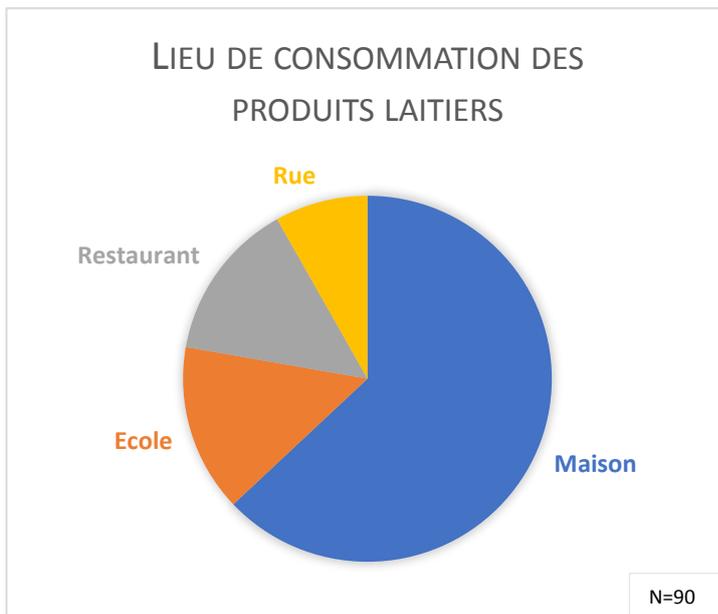


Figure 57 : Graphique sur les lieux de consommation des produits laitiers

On note une faible consommation dans la rue, ce qui traduirait donc certainement une faible consommation de yaourt en bouteille plus facile à consommer en se déplaçant.

L'école offre une très faible quantité, si ce n'est quasi nulle, de produits laitiers parmi son offre alimentaire. Pour la majorité "*el comedor da café o mate cocido con leche al desayuno o la merienda*" (preceptor de la escuela Hurlingham). Quand aux kioscos, eux n'offrent ni yaourt ni boisson lactées, simplement du fromage dans les sandwiches. On comprend que l'école ne soit que peu citée comme lieu de consommation. Cela signifie également que les enfants n'apportent pas de

yaourt pour manger entre les repas ou à la pause ou qu'ils ne pensent pas à le citer. Ces résultats peuvent varier fortement d'une école à l'autre en fonction de l'offre – de la disponibilité de produits laitiers dans les kioscos, qui elle-même dépend sans aucun doute du niveau social des élèves de l'école. En effet, le kiosco est géré en gestion propre, indépendamment des autorités scolaires ; le gérant adapte son offre à la demande et donc aux possibilités économiques des élèves. L'offre des kioscos est donc clairement dépendante des catégories socio-économiques des enfants qui fréquentent l'établissement scolaire. Dans d'autres écoles visitées (Instituto Fahy, Moreno, par exemple), on constate ainsi que les enfants reviennent à la pause avec des yaourts en pot ou à la cuillère.

Les produits laitiers sont principalement consommés à la maison, davantage achetés par les parents que par les adolescents eux-mêmes, qui ne font que très peu les courses au vu de leur âge (voir figure 57 ci-dessus).

Quand ils s'achètent à manger, c'est davantage pour partager des repas entre amis dans des lieux de comensalité spécifiques, manger entre deux activités (bien que beaucoup spécifient ramener des viande de la maison « car c'est meilleur, au kiosco de l'école on ne trouve que des pâtes – au sens d'aliments contenant de la farine blanche - (élève X Normal1), grignoter « un alfajor », « des fruits »,

« papas fritas » (citations de divers élèves). Les produits laitiers ne sont pas présents dans leur discours, si ce n'est la glace qu'ils aiment s'acheter "en freddo está riquísima" (élève X Normal1) ou « le chocolat » (élève X Normal1).

Qu'en est-il au sein du foyer familial ? Quel sens donnent les parents à l'achat des produits laitiers pour leurs adolescents et quel sens donnent les adolescents à la présence de yaourts ou de produits laitiers dans le réfrigérateur ? Au point de vue géographique et de l'usage de l'espace, il est intéressant de noter une différence du lieu de consommation au sein même du foyer selon la nature du produit. Le lieu de commensalité principal étant la table de la salle à manger, ils y consomment la majorité des produits, exceptés les yaourts. Ces derniers sont, eux, consommés de façon plus informelle que les autres, privilégiant des espaces plus commodes et privatisés pour les consommer : la chambre, le canapé du salon, en regardant la télévision.

### Opinion des adolescents sur les produits laitiers

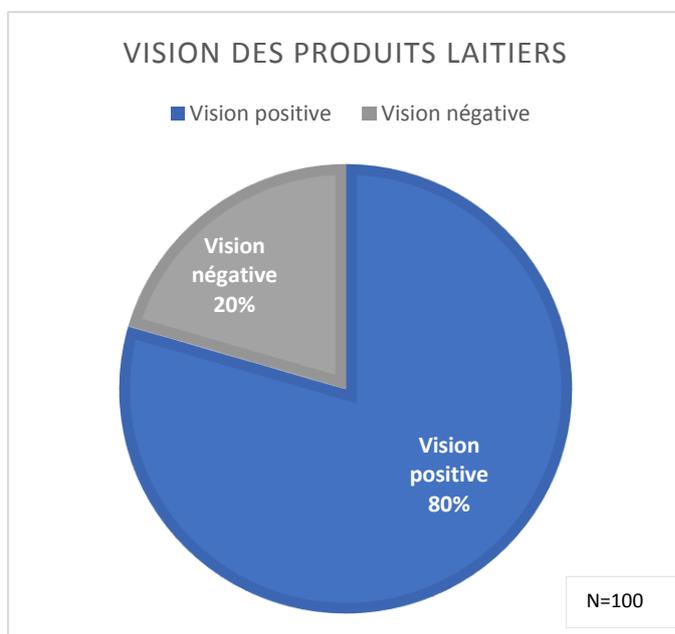


Figure 58 : Graphique sur la vision des produits laitiers

Si l'on pose la question aux adolescents, la majorité d'entre-eux ont une vision positive des produits laitiers. Cependant, quasiment un quart d'entre-eux portent un regard sur ces produits (graphique 58 ci contre). La qualification des produits laitiers comme « bons » n'a d'ailleurs été citée que 42 fois parmi tous les questionnaires.

Quelles sont donc les raisons qui poussent l'adolescents à consommer ou non ces produits ? Pour quelles raisons les présenter tels que positifs ou négatifs ?

D'après l'enquête, la grande majorité des adolescents pensent que la consommation de produits laitiers est « nécessaire et importante », « c'est bon pour la santé », "bueno para el cuerpo". Les produits laitiers engendrent de grands « apports nutritifs », "te nutre", c'est une "fuente de nutrientes" et ils aident à la « croissance ». (Citation de plusieurs élèves Normal1 et Hurlingham confondu, puisque ces mots ont très souvent été répétés dans leurs réponses).

Les produits laitiers, avec le lait en première place, ont une image d'aliments nutritifs, apportant des vitamines et aidant à la croissance. Ils sont d'ailleurs beaucoup associés aux enfants et aux bébés. A la question « qui consomme des produits laitiers ? » ils les ont cités 72 fois, commentant à voix haute "los bebés y los niños" (réactions des élèves dans les deux écoles). Les adolescents ne s'incluent donc pas dans ses individus. Ils ne se voient plus comme des enfants, manifestant leur souhait de se détacher de cette tranche d'âge et devenir adulte. Toutefois, ils considèrent également les produits laitiers comme bons pour les os et les articulations. Les sportifs (cités 6fois) et personnes âgées (citées 8fois)

ont donc été cités plusieurs fois comme public ayant besoin de les consommer, alors que les adultes n'ont pas été cités une seule fois.

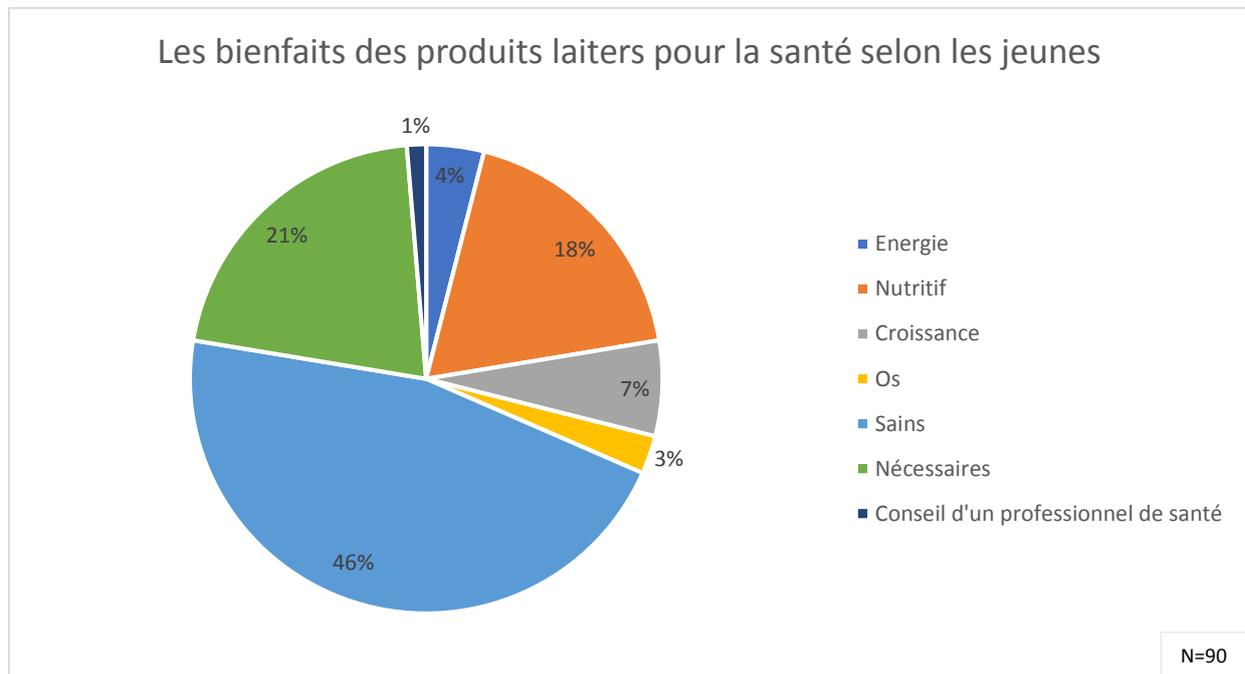


Figure 58 : Graphique sur les bienfaits des produits laitiers pour la santé selon les jeunes

Le vocabulaire que les adolescents emploient pour définir les produits laitiers : apport d'énergie, croissance, os, nutritif, « très important pour être en bonne santé et nécessaires pour la vie » (élève 2K Normal1), appartient en réalité au discours médical. Pour autant, le conseil médical direct d'un professionnel de santé n'est que peu représentatif de leur discours (cité 1 fois, voir graphique ci-dessus). Pourquoi le mettre l'intervention de ce professionnel si peu en avant ? Quelle serait leur relation et l'image qu'ils ont de ce corps de métier ? Comme nous l'a notifié un pédiatre « peu d'entre eux vont voir un médecin pour aborder ces questions ». Les adolescents s'en montrent-ils distants, existe-t-il une méfiance ? Nous n'aurons pas de réponses à apporter mais il serait intéressant de creuser cette thématique. De même, ils qualifient les produits laitiers comme « sains » pour notre corps, mais quelle est leur vision d'alimentation saine ? Quelles sont leurs sources d'informations au vu de leur détachement du corps médical ?

Au même temps qu'ils les complimentent, les adolescents montrent une perte de confiance envers ces produits, ou plutôt envers les messages qui les accompagnent et les acteurs qui en sont la source. Dans plusieurs classes ils auront cité négativement la publicité Danonino, produit « censé faire grandir » (élève X Normal1), comme mensongère : « ça ne marche pas, on l'a bien vu nous-mêmes » (élève X Normal1), « on l'a consommé mais, regarde, on n'a pas vraiment grandi » (élève X Normal1). On observe jusqu'à une remise en cause des produits ou, au moins, une prise de recul sur les messages en grandissant : « nos venden mentiras para que compremos » (élève X Hurlingham). Ils citent notamment les campagnes politiques de sensibilisation qui « ne sortent que lors des élections présidentielles » (élève X Normal1), renforçant la perte de crédibilité. La multiplicité des discours et des acteurs, rendent plus complexe l'information, qui perd de sa clarté et brouille les consommateurs, semant de nombreux doutes.

Dans un âge de transition qui le pousse à se questionner, sur lui-même et son environnement, ces discordances conduisent l'adolescent à penser les produits laitiers autrement. Avec un accès

aujourd'hui facilité à l'information, ils élargissent leur vision pour aller au-delà du discours presque « médical » mis en avant toutes ces années antérieures. Quid de leurs conclusions, d'avantage négatives, sur les produits laitiers ?

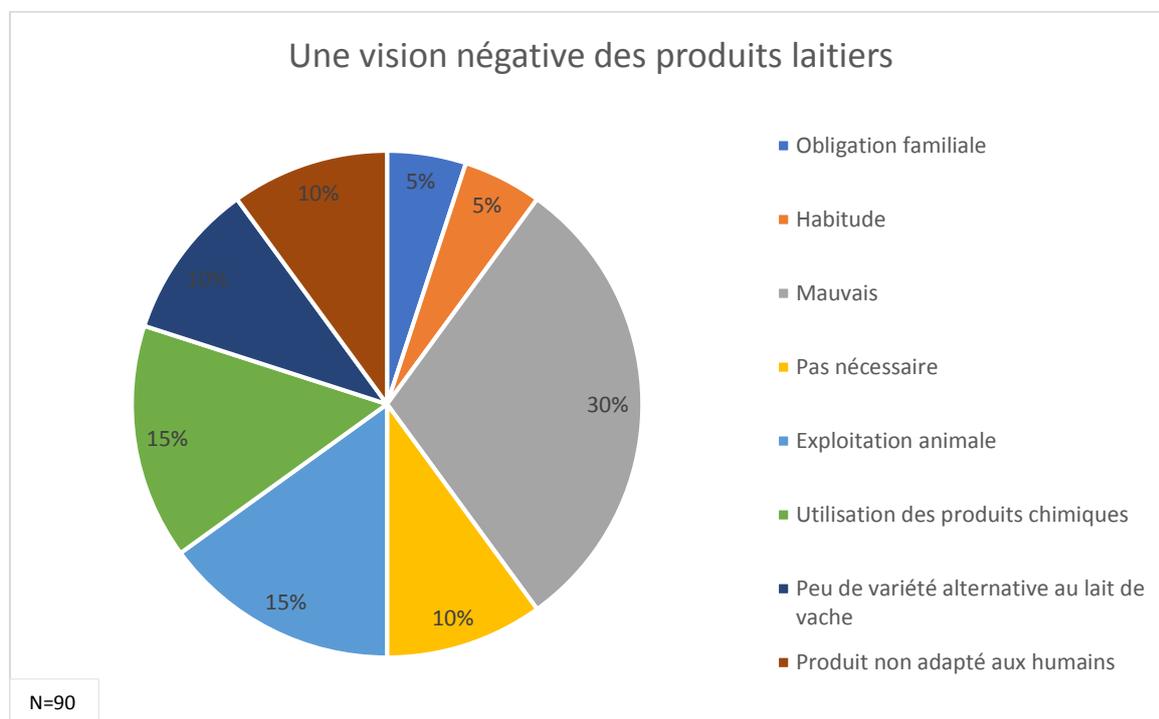


Figure 59 : Graphique sur la vision négative des produits laitiers

Le graphique montre que de nombreuses remises en questions s'opèrent (voir figure 59 ci-dessus).

Aujourd'hui on sensibilise davantage les jeunes à la protection de notre planète, encourageant la remise en cause de nos pratiques et prônant un changement de paradigme. Ils portent donc un regard davantage critique sur les pratiques anthropiques et leurs conséquences, tant sur l'environnement que sur l'Homme en lui-même.

De ce constat, il semble pertinent que les adolescents mettent en avant l'exploitation animale quand on aborde le thème de la production laitière. De plus en plus de jeunes s'interrogent sur la prise en compte du bien-être animal lors de la production alimentaire et l'industrialisation agroalimentaire reste souvent pointée du doigt. Notons pour autant qu'ils ne s'attachent que très peu à la provenance des produits et font peu de lien avec les différents lieux de productions. Certains, si le prix le leur permettait, préféreraient « *consommer du lait végétal et non animal, mais c'est trop cher* » (élève 2L Normal1). Certains ont également une mauvaise image de la consommation du lait animal qui serait « *mauvais car le lait de vache est pas adapté à l'homme* » (élève 2J Normal1).

De plus, d'autres voient les produits laitiers comme des produits chimiques, nocifs car non naturels, « *ils ont beaucoup de produits chimiques ajoutés* » (élève 1A Normal1) au vu des modifications opérées sur le produit initial. « *C'est mauvais car on ne boit pas directement le lait de la vache mais transformé avec des produits chimiques* » (élève 3A Normal1). Une élève, fille de médecin, les a d'ailleurs qualifiés de produits « *positifs s'ils ne sont pas consommés en excès* » (élève 2V Normal1).

Malgré ces remises en question, les adolescents continuent de consommer des produits laitiers. Certains les qualifient comme « *pas nécessaires* » mais les consomment « *par habitude* » (élève 5N

Normal1) « *depuis qu'on est petits* » (élève 4G Normal1). A cet âge ils en sont encore très dépendants du cercle familial et de ce qu'achète les adultes du foyer. Certains adolescents subissent la décision de leurs parents : « on me dit de faire cela » (élèves 5B Normal1), « j'aime plus ou moins mais ma mère en achète beaucoup » (élève 1M Normal1), ou encore leur autorité : « *ma mère m'oblige* » (élèves 5B Normal1). De fait, il ressort dans l'étude générale que la famille représente le plus grand influenceur dans la consommation alimentaire des adolescents (cf. Partie 3, Résultat 2, 3.2.2).

Rappelons que les produits laitiers sont avant tout consommés à la maison.

En effet, l'environnement humain de l'élève peut avoir une forte influence sur leur consommation « *ils me disent de les consommer* » (élève 4N Normal1), « une nutritionniste me l'a dit » (élève 1I Normal1), montrant l'impact que l'extérieur exerce sur leur avis propre. Toutefois, on note une influence beaucoup plus forte du cercle familial que du cercle médical (médecin, nutritionniste). Le gouvernement et l'école auraient, eux, peu d'influence puisque jamais cités comme influenceurs potentiels par les adolescents.

### **3.3.2. Illustration de différents consommateurs : portraits familiaux**

Afin d'approfondir le rôle que peut jouer le cercle proche de l'adolescent sur sa consommation de produits lactés, nous avons sélectionné sept profils d'élèves aux caractéristiques différentes.

Nous nous sommes fondés sur plusieurs facteurs : classe socio-économique au vu de la profession des parents et du lieu de vie, composition du foyer et origine ethnique de l'élève. Dans cet échantillon, nous avons également essayé de représenter un nombre équitable de filles et de garçons.

Le tableau de la figure 60 ci-après présente la diversité des profils de cet échantillon.

#### ***Consommation de produits laitiers au sein des foyers***

Selon le lieu de vie, la classe socio-économique ou le nombre de personnes vivant avec l'adoslescent, on peut établir les conclusions suivantes :

- Tous consomment des produits laitiers.
- La grande majorité les consomment chez eux, dans le cadre familial.
- Le produit le plus consommé et par tous, reste conforme aux statistiques établies au préalable. Il s'agit du lait. La consommation de ce produit ne dépend donc pas du contexte socio-économique des familles. On trouvera néanmoins peut-être des différences dans la marque du lait acheté.
- Les yaourts occupent, eux, la deuxième place, suivis par les yaourts à boire et le fromage. Les adolescents issus de la classe socio-économique la plus basse ne consomment pas de yaourts.

Le pouvoir d'achat des familles ne joue donc pas un rôle crucial dans la consommation de produits laitiers (tout type confondu). Cependant, l'on notera des différences dans la nature (lait, fromage, yaourt, etc.) et la marque du produit consommé, avec les différences de prix impliquées : *La Serenissima* est par exemple très appréciée et beaucoup d'élèves l'ont citée comme étant très bonne, voire la meilleure marque. A la question « quel est ton produit laitier préféré ? » certains élèves ont pris soin de citer cette marque « yaourt *La Serenissima* » (élève 2U Normal1) « lait *La Serenissima* » (élève 2O Normal1), mais notifiaient que « selon la marque les prix sont différents, par exemple *Serenissima* c'est cher, les meilleurs sont chers » (élève 3D Normal1), ce qui la rend peu accessible. Il y a donc un accès différencié à la qualité du produit.

	A	B	C	D	E	F	G
<b>Age</b>	14 ans	14 ans	15 ans	14 ans	14 ans	14 ans	14 ans
<b>Genre</b>	Femme	Femme	Homme	Femme	Homme	Homme	Femme
<b>Personne du foyer</b>	Parents + soeurs	Mère + frère	Mère + frère	Mère +frères et soeurs	Parents	Parents + soeurs	Mère
<b>Profession des parents</b>	Construction Ménage	Supervisor	Infirmière Père professeur	Professeur et journaliste	Professeurs universitaire	Gastronomes	Médecin
<b>Origine</b>	Bolivie	Bolivie	Argentine	Français	Argentine	Argentine	Argentine
<b>Lieu de vie</b>	Villa 31	Retiro	Floresta	Recoleta	Nuñez	Recoleta	Balvanera
<b>Classe socio-économique</b>	Basse	Moyenne inférieure	Moyenne	Moyenne supérieure	Moyenne supérieure	Moyenne supérieure	Moyenne supérieure
<b>Produits consommés</b>	Lait + Fromage	Lait + Yaourt + Yaourt à boire + Fromage+Dessert	Lait + Yaourt + Yaourt à boire + Fromage+Dessert	Lait + Yaourt + Yaourt à boire	Lait + Yaourt + Yaourt à boire	Lait + Yaourt + Fromage	Lait + Yaourt + Yaourt à boire + Fromage
<b>Lieu de consommation</b>	Domicile + rue + restaurant	Domicile	Domicile	Domicile	Domicile	Domicile	Domicile + école
<b>Fréquence</b>	4 fois/semaine	Sans réponse	Tous les jours 2fois/jour	5 fois/semaine	1 fois/semaine	Tous les jours 2fois/jour	Tous les jours 3fois/jour
<b>Présence dans le réfrigérateur</b>	Toujours	Toujours (lait)	Toujours	Sans réponse	Toujours	Toujours	Toujours
<b>Opinion sur les produits laitiers</b>	Bons, nutritifs et sains.	Très importants. Pour autant, tous n'ont pas les ressources économiques suffisante pour y accéder.	Très importants pour vivre, ils nous apportent des vitames. Les enfants doivent en consommer. Mais les meilleures marques sont très cheres.	[profil végétarien] Bons pour la santé et nécessaire. Mauvais, car favorisent l'exploitation animale. Les bébés doivent en consommer.	Bons pour le corps. Les bébés, les personnes âgées et les sportifs doivent en consommer (articulations)	Bons pour les os et donnent de la force. Les enfants doivent en consommer.	Positifs, s'ils ne sont pas consommer en excès.

NB : tous les profils présentés dans ce tableau consomment des produits laitiers.

Figure 60 : Tableau de portraits familiaux

- On remarque que les individus ayant plusieurs frères et sœurs citent moins de produits (A :2, D :3, F :3) alors que les individus vivant seuls avec leur mère sont ceux qui citent le plus de produits (B :5, C :5, G :4).

Les foyers composés de plusieurs enfants ont plus de frais et les adultes du foyer doivent redoubler de tactiques d'achats pour limiter les frais et satisfaire tout le monde. Ils se permettent donc sûrement moins/de manière plus irrégulière d'offrir des produits laitiers variés pour tous, obligeant un retranchement sur des produits plus ciblés. *“Para una familia siempre es mejor el bebible, porque con un sachet de 1 Litro podés hacer 5-6 porciones, y te sale mucho más barato que el yogurt firme”* (élève X Hurlingham).

- Si l'on se base sur la fréquence de consommation, on remarque que les consommateurs les plus importants sont les adolescents de classe moyenne et supérieure (excepté le E, mais il n'est pas à exclure que cet individu n'aime pas particulièrement les produits laitiers et donc en consomme très peu). Les classes inférieures ont eux une consommation plus sporadique, ou non précisée.
- Les profils présentés ont toujours des produits laitiers dans leur réfrigérateur (excepté un sans réponse). Toutefois, l'on note que les deux profils de classe basse et moyenne-inférieure ont « toujours du lait » pour l'individu B qui dit aussi consommer d'autres produits et « toujours du lait et du fromage » chez l'individu A. Les yaourts n'entrent donc pas dans leur consommation journalière, contrairement aux autres adolescents.

Les familles ayant moins de ressources économiques montrent un accès plus difficile, ainsi qu'une consommation plus irrégulière des produits laitiers, notamment pour les yaourts qui sont des produits plus chers, voir des produits de luxe. Ils se replieront donc plus facilement sur l'achat d'un yaourt à boire vendu en sachet d'un litre qui permet d'avoir une quantité plus importante à répartir entre les membres de la famille pour moins cher, comme dit précédemment.

Nous avons également souhaité nous focaliser sur l'influence du père ou de la mère si l'adolescent vit seul avec l'un des deux. Pour cela, on se sera appuyé sur deux profils n'apparaissant pas dans le tableau. Entre tous les élèves, nous trouvons une multitude de mères seules, avec un père présent ou non pour les enfants. Contrairement à un seul cas où l'adolescent vit seul avec son père et ses frères, sans mention d'une présence maternelle. En regardant leur consommation de produits laitiers, on ne trouve pas de différence flagrante, si ce n'est sur les goûts personnels de chacun. Les deux adolescents ont la même connaissance des produits laitiers, les deux en consomment et mettent en avant leurs bienfaits pour la santé. Le facteur genre de l'autorité familial n'est donc pas vectoriel de changement dans la consommation et les habitudes alimentaires des jeunes dans cette étude.

### ***Vision portée sur les produits laitiers selon le contexte familial.***

Dans les 7 cas présentés, bien que tous mettent en avant l'apport bénéfique qu'ont les produits laitiers sur notre santé, on note malgré tout quelques aspects négatifs.

- Les individus avec moins de ressources économiques sont les deux seuls à mettre en avant le rôle du facteur économique dans l'accès aux produits laitiers B : « Tous n'ont pas les ressources économiques suffisantes pour y accéder », C : « Les meilleures marques sont très chères ».

Ce qui vient appuyer le constat fait précédemment : l'accès aux produits laitiers n'est pas aisé. Il s'agit d'un produit de luxe et non de première nécessité, malgré tous les bienfaits et l'importance pour la santé qu'on leur accorde.

- L'individu G, enfant d'un médecin, est lui le seul qui inclut la notion d'abus de consommation « Ils sont positifs s'ils ne sont pas consommés en excès ».

La vision médicalisée d'un parent médecin a pu avoir une influence sur la consommation et la vision personnelle de l'adolescent sur les produits laitiers, pouvant notamment lui apporter un discours clair et précis sur leurs bienfaits et méfaits de ces produits.

- L'individu D, végétarien, donne un avis d'avantage critique sur la consommation des produits laitiers et met en avant l'exploitation animale qu'engendre notre consommation laitière aujourd'hui.

Ces deux derniers adolescents montrent une connaissance plus approfondie des produits laitiers, tant sur leur composition que leur mode de production. L'on suppose donc qu'ils auront eu accès à davantage d'informations. Or les deux profils appartiennent à la classe moyenne-supérieure, y aurait-il donc corrélation entre le niveau de vie et la facilité d'accès aux diverses informations qui permettent d'orienter un regard critique sur le produit lui-même ?

En conclusion, on note une différence importante entre les strates socio-économique quand à leur vision sur les produits laitiers. Les adolescents issus de ressources économiques plus faibles pensent davantage à pouvoir accéder à ces produits, tandis que ceux dont les ressources économiques leur permettent d'avoir déjà ces produits sous la main, plus habitués à les consommer, les remettent davantage en question.

### **3.3.3. Préférence entre les produits laitiers chez les adolescents**

Pouvoir acquérir et consommer un produit aisément signifie-t-il qu'on l'apprécie particulièrement ? La consommation importante d'un produit inclue-t-elle qu'il soit notre préféré ?

#### ***Les goûts et pratiques des adolescents***

Dans les premières parties de ce rapport nous avons pu constater que le produit le plus consommé, et consommé par tous, est le lait. Cette réalité traduirait-elle un goût prononcé pour ce produit chez la majorité des individus ? Nous avons décidé de demander aux adolescents quel est leur produit laitier préféré, sans prendre en compte sa condition d'achat.

Le lait n'arrivera qu'en deuxième place. Comme le font remarquer les adolescents, ce produit est principalement consommé avec les boissons chaudes telles que le café ou le thé ou mélangé à un produit cacaoté (chocolat chaud ou lait froid aromatisé). Il est donc plus considéré tel un accompagnement qu'un produit consommé seul. De plus, il représente un produit laitier plus accessible économiquement, puisqu'un litre de lait pourra facilement se partager, permettant d'apporter une ressource laitière à diverses personnes du foyer. En cela il revient donc moins cher: *"Yo no me acostumbro a merendar o desayunar con yogurt. "Porque es más caro y 1L de leche te sale lo mismo y es para toda la familia!"* "da lo mismo" (élève X de Hurlingham).

Malgré tout, en première marche du podium des produits préférés par les adolescents, nous trouvons le yaourt (voir graphique ci-après). Produit pourtant considéré comme délaissé par cette tranche d'âge. Le yaourt, bien qu'il soit peu consommé reste le produit phare et désiré. Il n'est pas décrié par les adolescents, bien au contraire, la grande majorité d'entre eux adorent le yaourt et le considère comme le meilleur produit laitier *"está riquísimo el yogurt"* (Citation de plusieurs élèves : mot répété de nombreuse fois en classe). De plus, comme l'a vu précédemment, il représente un produit plus attaché à l'informalité (cf. lieu de consommation), et serait donc davantage apprécié par cette population pour ses caractéristiques même du produits, plus adaptées à la vie du jeune. En cas de faim, si l'adolescent se trouve seul, ils représentent un aliment qui ne demande aucune préparation, rapide à manger, "te nutre" (élève X de Hurlingham) et offre une grande variété en saveurs et aliments qu'il est facile d'y incorporer.

La consommation de ce produit prend donc une autre dimension, il partage un moment de solitude privilégié avec l'adolescent et rentre dans son intimité. Le yaourt ne serait donc sûrement pas mis de côté par les adolescents pour les caractéristiques propre du produit.

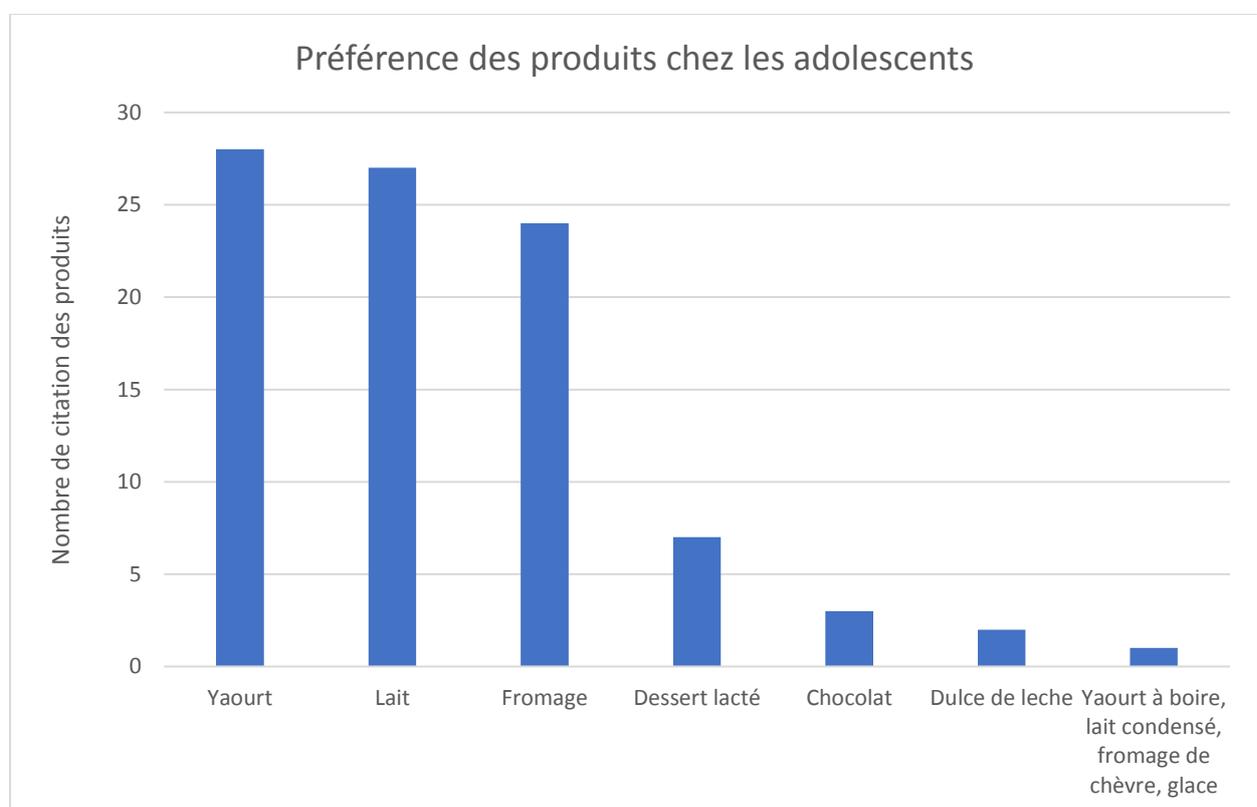


Figure 61 : Graphique sur les préférences des produits laitiers chez les adolescents

En effet, consommer un produit de manière régulière n'inclut pas obligatoirement un goût prononcé pour celui-ci, mais peut davantage traduire d'autres réalités de consommation : un accès au produit facilité (économique et/ou géographique), l'orientation de la consommation familiale, etc.

## « Taller de yogurt »

Afin de rendre plus concrète cette analyse et confirmer ce goût pour les yaourts chez les adolescents, nous avons décidé de monter un atelier dédié à ce produit. L'objectif de celui-ci était de nous focaliser sur l'attrait même du produit pour les adolescents : qu'est-ce qu'ils aiment, ou n'aiment pas, dans un yaourt ?

L'atelier s'est organisé à l'école d'Hurlingham et fût réalisé sur deux créneaux de 2h, avec une classe de seconde (voir schéma ci-après).

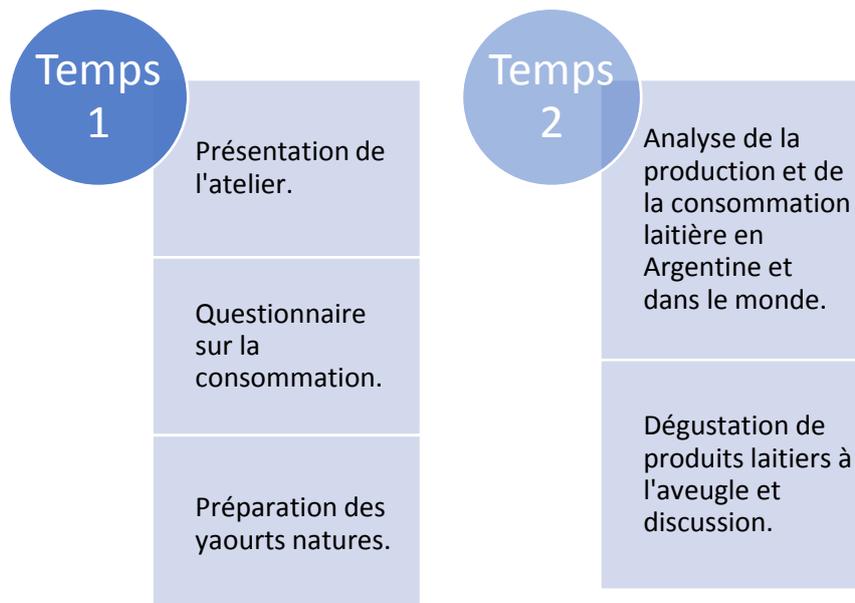


Figure 62 : Organisation du « taller de yogurt »

### Temps 1 : Production

(10 élèves)

#### A- Présentation de l'atelier

Nous avons profité du statut d'école agraire pour y proposer un atelier de cuisine pour produire des yaourts naturels et réaliser une dégustation deux jours plus tard (le temps de préparation des yaourts étant d'une nuit).

#### B- Questionnaire sur la consommation (réponses traitées en amont dans le rapport)

- Que sont les produits laitiers ?
- Compléter le tableau suivant.

Produit	Consommé ? Oui/Non	Pourquoi ?	Quand ?	Où ?
Yaourt				
Yaourt à boire				
Lait				
Lait en poudre				
Lait végétal				
Dessert lacté				
Fromage				
Beurre				

Figure 63 : Tableau de consommation des produits laitiers à Hurlingham

- c. D'après toi, pourquoi manger des produits laitiers ?  
 d. Selon toi, qui mange le plus souvent des produits laitiers et pourquoi ?

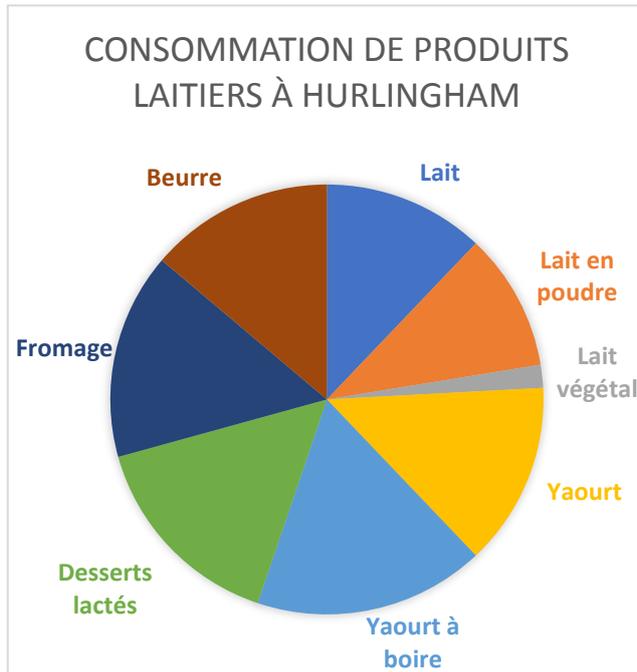


Figure 64 : Graphique de consommation des produits laitiers à Hurlingham

Nous détaillerons ici rapidement leurs réponses.

Dans cette enquête, le terme "rico" est apparu pour tous les produits excepté le lait en poudre, qui n'est pas un produit directement consommé en soi mais d'avantage utilisé pour la préparation des desserts ou faisant écho à la petite enfance.

Le Lait végétal est peu connu puisqu'une seule élève l'avait déjà goûté.

Le beurre et le fromage sont d'avantage considérés comme des produits apportant de la saveur aux autres aliments avec lesquels ils seront consommés. Ce seront d'ailleurs les seuls aliments que les adolescents n'auront pas qualifiés de « salubre ».

### C- Préparation des yaourts naturels

Afin de procéder à la préparation des yaourts, l'équipe du comedor nous aura gentiment accueilli au sein de leur espace de travail dès la fin du service de midi, mettant à disposition les installations, le matériel de cuisine et leur aide.

Les adolescents ont rapidement investi les lieux, à la fois pressés de commencer cette activité pratique et ludique, mais aussi intrigués par le procédé pour faire du yaourt.



Figure 65 : Photo de la confection de yaourts lors du taller  
 Copyright LE GALL Julie

#### **Recette des yaourts naturels :**

*Ingrédients (28 yaourts) : 4L de lait et 4 yaourts naturels*

*Faire bouillir le lait et le laisser refroidir.*

*Mettre le yaourt dans un récipient. Touiller pour le rendre liquide. Une fois refroidit à 50° environ, verser le lait sur le yaourt. Mélanger.*

*Mettre la préparation dans des pots en verre.*

*Placer les pots en verre dans un plat à bords hauts.*

*Verser de l'eau chaude dans ce plat (système du bain marie).*

*Placer le plat dans un four chauffé auparavant à 50°.*

*Eteindre le four et laisser toute la nuit.*

*Le lendemain matin, placer les yaourts au réfrigérateur*

## Temps 2 : Dégustation

(13 élèves)

A- Analyse de la situation laitière en Argentine et comparaison avec des exemples mondiaux.

Etant dans une école agraria, nous avons profité du cours de ganaderia pour que le professeur intervienne et donne un cours sur la production laitière. Il aura été présenté aux élèves la production laitière en Argentine, explicitant les différents modes de production utilisés dans le pays et les chiffres correspondant à la production, la consommation interne et l'exportation.

De plus, afin de leur apporter une vision plus globale, on leur aura présenter la production et la consommation laitière mondiale en chiffres, ainsi que divers modes de production et de consommation de produits laitiers à travers le monde.

B- Dégustation à l'aveugle de produits laitiers

Après avoir vu les différents facteurs pouvant influencer la consommation de produits laitiers chez les adolescents, il en est un qui resta en suspens : le produit en lui-même.

En effet, nous nous sommes beaucoup interrogés sur les acteurs ou faits extérieurs qui guident le choix de consommation des adolescents, sans jamais observer les sensations mêmes que leur donne un produit laitier. Afin de rentrer dans le vif du sujet et de pouvoir observer par nous-mêmes leurs réactions et écouter leurs commentaires sur les produits, nous avons donc organiser un test sensoriel avec pour dégustation : le yaourt.

Les adolescents furent placés en position de professionnels du goût, avec devant eux quatre produits à déguster pour en donner ses impressions.



© Projet Marguerite - CIRAD 2018 – Photo : Ophélie Gonzalès



Figure 66 : Photo de la phase de dégustation des yaourts  
Copyright LE GALL Julie

Les adolescents furent invités à déguster quatre yaourts différents :

Produit 1	Produit 2	Produit 3	Produit 4
Yaourt à boire de la marque Ser, aromatisé à la vanille	Yaourt produit par les élèves	Yaourt commun à la vanille de la marque Sancor	Yaourt végétal de soja aromatisé aux fruits rouges

Figure 67 : Registre des produits de dégustation

Afin de guider leurs commentaires sur chaque produits, une grille sensorielle accompagna la dégustation (voir ci-dessous).

## Prueba sensorial

Apunta a calificativos que describen tu impresión sobre cada producto después de tus pruebas.

	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4
Textura				
Consistencia				
Olor				
Apariencia				
Sabor				
Impresión sobre el producto				
Escala				

Figure 68 : Tableau de prueba sensorial

Observations : En arrivant dans la salle, nous avons pu observer le déploiement des sourires sur le visage des adolescents, étonnés et intrigués par les échantillons placés sur leur table. Ils se sont très vite pris au jeu. Interrogations sur le vocabulaire exacte à employer, mimiques et tâtonnement du crayon, beaucoup d'indices montraient leur intérêt à bien réaliser l'activité. Ils se sont mis dans la peau de professionnels du goût.

Dans un deuxième temps, nous auront fait un bilan commun de leurs impressions sur l'activité et sur les produits.

### 1- Yaourt à boire Ser :

Premier constat général fait par tous : il s'agissait d'un yaourt acheté dans le commerce. Cependant, seuls certains l'ont reconnu et ont pu citer le nom du produit.

Il leur parût doux, non acide, mais pour le moins très artificiel. Par ailleurs, ils ne sont pas rendus compte que le produit contenait de l'édulcorant (on suppose également qu'ils n'ont peut-être pas l'habitude de le consommer), ni qu'il était écrémé. Ce dernier détail provoqua une interrogation "la grasa, ¿es lo que le da sabor ?" (élève X de Hurlingham).

*No tan dulce* Agrio  
*Aguado* Común  
**Medicamento** Aroma  
*artificial* *Colorantes* **No**  
**tiene sabor** Nos gusta  
 más o menos *Suave*

*Sin olor* Denso **Cremoso**  
 Común **Feo** **Horriiiiiiiiible**  
*Agrio* *Incomible* Blanda **No**  
**tiene sabor** No es apetecible  
*Amargo* Quizás no es algo cual  
 estoy acostumbrado

### 2- Yaourt nature produit par les élèves :

Les adolescents n'ont pas apprécié le yaourt nature. "un asco" "horriiiiiiiiible" "no quería más" "tenia sabor a ricota" (élèves X de Hurlingham). Trop amer, trop acide, le yaourt nature n'est pas du tout apprécié. Pour la grande majorité, ils n'y sont pas habitués, ne le connaissaient pas et le goûtaient pour la première fois. Beaucoup ne savent pas où les trouver. Ce produit est peu mis en avant et peu présent sur le marché. Une seule marque de yaourts naturels fût mise en avant : Dahy.

### 3- Yaourt commun à la vanille Sancor:

Pour les adolescents, ce fût le meilleur produit entre tous. Son aspect plus crémeux et lisse, doux dans le palais leur plait. Ils ont néanmoins eu du mal à noter la saveur vanille. Ils ne l'ont pas noté comme artificielle non plus (bien que le 1 et le 3 soient artificiels, le 1 parût plus artificiel, car il laisse un goût particulier, une sensation particulière dans la bouche, comme aspero).

Quand ils ont su qu'il s'agissait de la marque Sancor, ils ont exprimé une certaine joie car c'est le produit qu'ils consomment chez eux. On a donc pu remarquer une attache sentimentale à ce produit, qui augmente d'autant plus son appréciation "Además esta barato" "Dentro de los yogures es barato" (élève X de Hurlingham).

*Suave* Cremoso **Blando**  
 Clásico **Muy Rico** **Sin**  
**imperfecciones** *Dulce*  
**Me encanto** Agradable a  
 la vista *Apreciable* Es el  
 que más se consume

#### 4- Yaourt de soja Soyasu:

La moitié des adolescents l'ont apprécié, l'autre non (notons que sa saveur fruits rouges a pu influencer son appréciation).

Ceux qui ne l'ont pas aimé ont trouvé qu'il contenait trop de grumeaux, qu'il avait un "sabor especial", "sabor químico" (élève X de Hurlingham).

Ceux qui ont aimé mirent en avant le peu de sucre, sa texture épaisse très ferme.

Entre tous, personnes n'avait reconnu le lait de soja. (Cf. Faible connaissance des produits d'origines végétale). Enfin, dans l'étonnement, ce produit aura aussi bien été qualifié de naturel que de chimique et artificiel. Il ne fait donc en aucun cas l'unanimité.

Cette activité aura permis de dégager de nombreuses réactions sur les différents produits, tant au niveau gustatif, visuel, que sentimental.

*Grumoso* Denso **Espeso**  
Muy Feo **Muy Rico**  
**Sin imperfecciones**  
Opaco *Buen sabor* No  
**es tan dulce** El color lo  
**hace ver raro** Tiene cosas  
raras *Se siente la fruta*

#### **Redécouvrir des saveurs**

A la fin, dans le but de clore d'une belle manière l'activité, nous aurons déguster tous ensemble leur création culinaire : les yaourts naturels. Sachant que ce produit est loin d'être leur préféré, nous leur avons demandé quels agréments ils souhaitaient avoir pour l'accompagner. Ils avaient à disposition : coco râpée, sucre, cacao en poudre, dulce de leche et confiture de framboise.

Certains avaient proposer d'incorporer des colorants, non naturel, dans les préparations, "No sirve para darle sabor?" (élève X de Hurlingham). On note ici le peu de connaissances que peuvent avoir les consommateurs sur la fabrication du produit et ses ingrédients. Cela reflète-t-il un manque de clarté ?



© Projet Marguerite - CIRAD 2018 – Photo : Ophélie Gonzalès

Figure 69 : Photo 1 de la dégustation des yaourts naturels  
Copyright LE GALL Julie

Bien qu'ils ne les eussent pas du tout appréciés lors de la dégustation auparavant, les yaourts naturels auront rencontrés un franc succès. Une fois mélangés à d'autres produits, touillés et partagés, ces yaourts prirent tout de suite une grande valeur ajoutée. Ils ont donné une dimension plus gourmande au yaourt une fois marié à d'autres saveurs, "Dulce de leche? ¿En tal caso no sería como un postre y ya no un yogurt? Porque es comer un danette si le agregamos dulce de leche..." (élève X de Hurlingham). Les adolescents surent l'accommoder et l'apprécier. Malgré cette petite aigreur qui reste présente sur

la fin, ils ont répondu à l'unanimité avoir apprécié ce produit une fois mélangé à d'autres saveurs plus sucrées.



© Projet Marguerite - CIRAD 2018 – Photo : Ophélie Gonzalès

Figure 70 : Photo 2 de la dégustation des yaourts  
Copyright LE GALL Julie

### **Retours d'expérience sur l'atelier**

#### *Retour des adolescents :*

Dans un premier temps, les jeunes ont adorés confectionner des yaourts. Lors de ce moment de partage, notamment culturel puisque nous sommes françaises, ils auront pu déployer de nombreux savoirs et savoir-faire. Ils ont qualifié l'activité telle une expérience inédite "*algo que nunca hicimos*" (élève X de Hurlingham) et enrichissante "*muy buena experiencia*" (élève X de Hurlingham). Certains ont d'ailleurs émis l'envie de reproduire la recette chez eux pour la faire partager à leur famille.

#### *Retour des professeurs :*

Les professeurs présents lors de l'activité ont apprécié l'interdisciplinarité et le caractère ludique de l'atelier. L'une des professeurs s'appuiera sur l'activité pour organiser un cours sur le sensoriel. Les autres professeurs ou personnels de la vie étudiante qui n'étaient pas directement présents ont, eux, eu l'occasion de déguster les yaourts des élèves le deuxième jour. Ils ont fortement apprécié le produit fini, mais surtout l'enthousiasme dégagé par les élèves qui faisaient le tour de l'école pour faire déguster leur création culinaire.

#### *Retour du personnel de cantine :*

L'expérience fût qualifiée comme très bonne, intéressante et enrichissante. Ils ont exprimé l'envie de réitérer l'activité. Le personnel a d'ailleurs sollicité la recette afin de pouvoir confectionner eux-mêmes des yaourts.

### **3.3.4. Les souvenirs**

En plus de travailler leurs papilles gustatives, nous souhaitons savoir ce qu'évoquait pour eux les produits laitiers en termes de souvenirs.

Pour les aider à réveiller en eux des souvenirs d'enfance, nous leur avons présenté un yaourt Danonino<sup>24</sup>, logiquement d'avantage destiné aux enfants. De fait leur réaction première fût celle-ci,

---

<sup>24</sup> Non inclus dans la dégustation pour éviter de proposer trop de produits et perturber leur palais.

*“eso ya paso” “eso lo consumíamos de chiquitos”* (élève X de Hurlingham). Ce produit représente leur enfance et ils assurent avoir encore du plaisir à le manger *“cuando lo encuentro en el refri me lo como”* (élève X de Hurlingham). Selon eux, il n’y a aucun mal à le consommer encore aujourd’hui à leur âge, c’est un yaourt comme les autres. *“Tiene algo de malo consumirlo ahora? No, no tiene nada de malo!”* (élève X de Hurlingham). Bien que les réflexions *“no crecio todavia, hay que disculparle”* (élève X de Hurlingham) pour charrier l’un des élèves le consommant régulièrement se furent entendre dans la classe. Pour eux c’est un jeu.

Cependant, dans leurs souvenirs, plus qu’un produit en particulier, apparaissent davantage des publicités, des slogans de différentes marques, des chansons, auxquelles ils ont dû être confrontés fréquemment. (manelusa, actimel, danonino). Ils pensent également au packaging : *“los potes”, “el sobre de leche que venía cuadrado”* (élève X de Hurlingham).

L’importance des stratégies marketing employées par les différentes entreprises pour donner envie à l’enfant de consommer ces produits restent donc parfaitement en tête des adolescents : discours, musique, emballages. Ils s’en amusent et n’hésitent pas à mettre une nouvelle fois en avant le caractère mensonger de ces messages et des publicités.

### **3.3.5. Conclusion du résultat 3**

De manière générale, les adolescents aiment et consomment les produits laitiers. Pour beaucoup ce sont des produits sains, utiles à notre développement et notre bien-être.

Cependant, cette génération apporte un regard davantage critique sur ces produits et n’hésite pas à pointer du doigts leurs méfaits ; tant leur composition qui ressemblerait davantage à un cocktail de produits chimiques, la production laitière irrespectueuse du bien-être animal ou encore des publicités mensongères auxquelles ils furent confrontés toute leur enfance.

Au vu de leur jeune âge, la famille reste un acteur clé dans leur alimentation, qui se réalise essentiellement à la maison. L’adolescent devra se confronter aux normes qu’elle impose mais aussi à l’offre alimentaire dont elle dispose (qui dépendra du contexte socio-économique propre à chaque famille). Or le contexte économique du pays très variable ces derniers mois, peut conduire les familles à consommer d’avantage des produits de premières nécessités avant tout. Les produits laitiers étant majoritairement vu comme bénéfiques et bons pour la santé, gardent leur place dans les courses, mais nombre de famille se limiteront à la consommation du lait, moins cher.

Néanmoins, en interrogeant les adolescents, l’on se rend facilement compte que leur produit préféré n’est pas celui qu’ils sont le plus amené à consommer. Eux préfèrent d’ailleurs le yaourt, dont la consommation est en déclin pour cette tranche d’âge. Ils en apprécient la texture, les saveurs, sa densité, sa praticité. Ils le convertissent en un produit qui partagera leur moment d’isolement ou de solitude, dans leur chambre ou devant la télé, tel un aliment doudou et réconfortant qui ne se trouvent pas toujours dans le frigo, du moins pas de tous, mais que l’on garde plaisir à retrouver.

De plus, cet atelier fût l’exemple même de l’éducation par projet. Autours du yaourt, diverses disciplines furent mobilisées :

- La physique/chimie pour expliquer le processus de fermentation
- Les maths : division et notion des prix + ingrédients
- La cuisine
- Les langues : vocabulaire sensoriel et français, partage culturel
- Le marketing : vente du produit
- Arts : préparation d’étiquettes pour les pots

- Géographie : origine des produits, cercle de production, provenance, circuits logistiques, etc., accès aux produits selon le lieu de vie et contexte socio-économique
- SVT : origine du lait, sensoriel et neurotransmetteurs
- Développement durable : usage des emballages, fabrication de emballages durables, traçabilité, futur des déchets, comment créer un produit sain pour notre planète ?
- Citoyenneté : rencontre de producteur de lait et de yaourt, visite de terrain possible, connaissance du monde du travail et de parcours professionnels.

# Conclusion

Dans le cadre de ce stage, nous aurons mené une recherche-action dans ce domaine d'étude à travers un travail au sein de plusieurs établissements scolaires secondaires de Buenos Aires, en Argentine. Notre but, appréhender de quelle manière, l'éducation, qui apporte les connaissances nécessaires à un individu pour se développer, représente un acteur clé dans le déploiement des foodstudies. Or pourquoi travailler sur le thème de l'alimentation à travers l'éducation ?

## **L'alimentation : sujet d'étude ou réelle préoccupation mondiale ?**

Les foodstudies apportent un éclairage scientifique sur la définition de l'environnement alimentaire, la spatialité dans laquelle il s'inscrit et les acteurs qui aident à sa définition. Ces éléments, outre enrichir ce champ de recherche, apportent nombres d'informations essentielles pour (re)penser le monde de demain. En effet, nous nous retrouvons aujourd'hui confronté à des taux de malnutrition croissants, au côté d'une surproduction alimentaire à l'échelle mondiale et l'accroissement des taux de maladies non transmissibles. Thématique incluse dans les enjeux mondiaux, tous les pays sont invités à renforcer leurs efforts pour améliorer les conditions alimentaires de leur territoire. Mais de quelle manière ? Alors que l'alimentation est aujourd'hui placée sous le signe de l'automatisme, on laisse parfois de côté son importance dans le développement individuel, tant corporel que mental. Il nous faut réapprendre ce qu'est l'alimentation dans sa globalité, depuis la production alimentaire, sa distribution, aux effets de son ingestion pour notre santé, mais aussi pour notre environnement. On trouve ici une nécessité de déployer l'éducation alimentaire à travers les sociétés qui nous apportera les outils et connaissances nécessaires pour permettre à chaque acteur social d'être vecteur de changement sociaux sur le long terme.

## **Une éducation alimentaire, pour quelle alimentation et comment ?**

L'éducation alimentaire se forge en réalité depuis notre plus jeune âge. Ce sont nos premiers aliments consommés, leur manière d'être cuisiner, le cadre dans lequel se dérouleront nos ingestions alimentaires, les personnes qui nous accompagneront dans ces prises alimentaires, les remarques émises, etc., notamment dans la sphère familiale, à travers ces pratiques et ces normes. Dès l'enfance, l'individu se retrouve confronté à un panel sensoriel alimentaire d'une très grande envergure. L'abondance de discours et de choix alimentaires peuvent facilement perdre le consommateur. Après tout, qu'est-ce qui est bon pour moi et pour quelles raisons ? Or dès le plus jeune âge il est question de se poser ces questions afin de développer une conscience de ce que l'on mange.

Pour cela, il s'agit tout d'abord d'interroger son alimentation et ses enjeux. En effet, manger, ne se restreint pas seulement à l'ingestion d'aliments, c'est tout un ensemble de normes qui s'en dégagent. Le statut de chaque personne, sa situation socio-économiques, son lieu de vie, ses origines, etc., sont autant de facteurs qui définissent son alimentation. Penser l'éducation alimentaire impliquerait d'aller au-delà d'une simple éducation au « bien manger » qui ne met en avant que les aspects nutritifs de l'alimentation et ses bienfaits sur le corps, catégorisant l'alimentation comme un vecteur de bonne santé, alors qu'il est également un vecteur de plaisir, de partage (entre pairs, intergénérationnel et culturel).

Travailler la thématique de l'alimentation c'est donc avant tout travailler en intersectorialité, avec tous les acteurs et territoires concernés par le fait alimentaire. Les influenceurs, plus ou moins visibles mais très nombreux, doivent être connus et analysés afin de comprendre les processus de consommation. Manger, c'est aussi inscrire nos pratiques dans un espace que définira notre condition personnelle et/ou nos choix. Devenir conscient de son alimentation et engendrer des changements de comportements, c'est procéder à une analyse globale du fait alimentaire et dégager les enjeux qui lui sont liés. Pour atteindre ces objectifs, diverses entités peuvent, et doivent, être sollicitées pour aider les jeunes à apporter un regard critique sur leur condition de mangeur. Les événements grands publics, le cercle familial et l'école, sont autant d'acteurs relais qui peuvent guider les jeunes dans leur analyse. Par ailleurs, il se montre plus courant de focaliser ce travail sur les jeunes enfants et de délaisser les adolescents quant à ses questions, bien qu'ils représentent des mangeurs en voie d'indépendantisation, puisqu'ils sortiront dans quelques années du cadre familial.

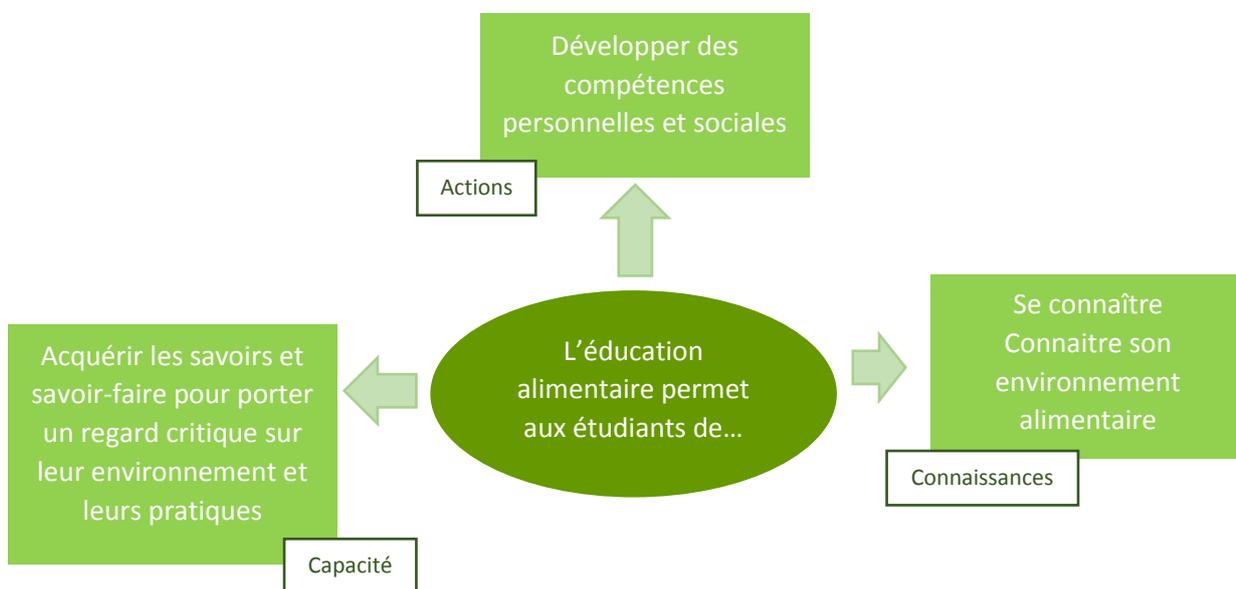


Figure 71 : L'apport de l'éducation alimentaire aux étudiants

### L'école comme vecteur de changement ?

Travailler depuis l'école, permet tout d'abord un suivi de longue durée auprès des jeunes, puisqu'ils y passent une grande partie de leur temps pendant plusieurs années. D'autre part, le cadre scolaire propose un travail en interdisciplinarité qui permet d'aborder le fait alimentaire dans sa globalité et traiter les diverses thématiques impliquées, pour déployer un regard analytique de grande envergure. En premier lieu, l'école est un vecteur d'exemple et de bonnes pratiques à suivre pour l'ensemble de ses élèves. Proposer une offre alimentaire adéquate et saine au sein de l'école se montre donc essentiel pour favoriser le développement d'une alimentation saine. L'espace de l'école deviendrait un espace de décision. Toutefois, limiter l'offre à des produits sains ne suffit pas à déployer des choix réfléchis chez un consommateur. Pour instaurer des changements, il est essentiel de comprendre les raisons d'un tel changement, pour que ces choix ne soient pas seulement contraints ou automatiques, mais pensés, partagés et incorporés. L'école se doit donc d'offrir une éducation alimentaire adéquate pour apporter les outils nécessaires à la décision. La pédagogie par projet permet, par exemple, de

partir de notre quotidien pour apprendre, comme l'a montré le *Taller de yogurt*. En développant un projet scolaire autour de l'alimentation, nous mobilisons diverses connaissances et outils pour rendre le jeune acteur de ses pratiques alimentaires. De plus, un tel travail tisse du lien entre différents acteurs, tels que : personnel et professeurs de l'école, élèves, professionnels intervenants et la famille de l'étudiant. On partage des lieux, des savoirs et savoir-faire, des compétences, des expériences, des anecdotes, des souvenirs, qui ne viendront qu'enrichir le regard de l'étudiant sur ses pratiques au sein de son environnement alimentaire.

De plus, l'éducation alimentaire c'est aussi créer un lien jusqu'aux familles et pouvoir générer des changements de plus grande envergure au sein de la société, puisque les jeunes mangent principalement au sein du cercle scolaire et familial. On peut citer l'action Selfood et les commentaires qu'elle aura suscités de la part du cercle familial, tant chez les parents que les plus jeunes (frères et sœurs), amenant jusqu'au débat et à la remise en cause de la consommation alimentaire et pratiques familiales ou individuelles. Une élève aura par exemple découvert qu'elle souffrait de carences alimentaires, suite à l'effroi de ses parents en voyant ses photos en fin d'activité, qui l'ont directement envoyé chez une nutritionniste au vu des faibles portions qu'elle incorporait chaque soir. De même, certains parents se sont rendu compte de comportements alimentaires, qui sont les leurs, non adaptés au développement de leur enfant : « J'ai mangé qu'un pamplemousse, maman ne voulait pas montrer ça donc on n'a pas pris de photo » « Ma mère a changé sa façon de cuisiner, alors que je lui ai dit de ne pas changer ! mais elle l'a fait quand même » pour montrer des plats plus sains (Elèves X de Mermoz). Le cercle familial, est en réalité une sphère difficile à atteindre, puisque refermée sur elle-même et des pratiques parfois héritées ou encore définies par des conditions socio-économiques qu'ils subissent. Par l'effet Bottom-up, les jeunes pourraient devenir vecteurs de changement au niveau des pratiques et du territoire, au sein de leur famille dans un premier temps, puis au sein de la société.

### **De quelle façon peut se développer une éducation alimentaire en milieu scolaire ? Et en Argentine ?**

Implanter une éducation alimentaire au sein des écoles, c'est avant tout interroger son contenu et sa forme pour qu'elle soit adaptée à son public. On entend par là s'adapter aux contextes géographique et ses enjeux socio-économiques, ainsi que ceux de la population concernée par le programme d'alimentation. Traiter de l'alimentation, c'est en analyser les pratiques alimentaires des individus et l'environnement alimentaire dans lequel l'individu se développe, pour lui permettre d'en devenir acteur et non le subir. Il est important de travailler avec les étudiants sur « connaître-faire-être » à partir d'une co-construction. Les adultes concernés par le déploiement de l'éducation alimentaire doivent permettre une éducation horizontale et non seulement verticale, qui considère les adolescents comme des acteurs de changement et non seulement comme des étudiants qui reçoivent une simple information. Travailler avec les adolescents c'est avant tout apprendre à les connaître, leur donner la parole et la prendre en considération. Car les adultes ne pourront en donner qu'une interprétation personnelle.

En Argentine, pays où les problèmes liés à l'alimentation sont constamment mis en avant, le gouvernement et des organismes tels que l'OMS ou la FAO entendent développer l'éducation alimentaire. Bien que le mouvement reste assez jeune, on trouve facilement des initiatives d'éducation alimentaire dans le pays. La majorité ne sont pas reconnues (initiatives individuelles, de recherche-action ou d'ONG) et certaines développées par l'Etat n'ont pas été implantées de manière permanentes (cf. Comidaventuras), quand d'autres doivent encore faire leurs preuves (cf. Mi Escuela Saludable).

En effet, mettre en place un programme d'éducation alimentaire implique de trouver des écoles motivées pour développer de tel programmes, tant à l'échelle de la direction que des professeurs. Or, afin de faciliter cette mise en place, il est apparu crucial d'inclure un tel projet d'éducation alimentaire au sein du programme scolaire pour faciliter la participation des professeurs et ne pas les placer dans une situation délicate (possible accusation de non-respect du programme). L'intervention des plateformes scolaires, telles que ABC ou l'INFOD, pourraient être envisageable, tant pour la création pédagogique que de la formation des professeurs.

*L'expérience conduite en Argentine aura permis de réaliser un diagnostic de terrain en vue d'y développer l'éducation alimentaire, notamment à travers le projet Marguerite. Afin de relater cette intervention de six mois, un court documentaire fût produit. A travers le site Graine d'Explorateur, vous trouverez les diverses activités réalisées en classe ainsi que leurs fiches méthodologiques.*

*Pour assurer une continuité du projet sur ce territoire, un partenariat s'est mis en place avec l'université ISalud afin de permettre à l'une de leur étudiante de réaliser son stage sur cette thématique. De même, un partenariat avec l'IFA (Institut Français en Argentine) est en train de se mettre en place afin d'assurer une continuité sur le long terme dans diverses écoles argentines, notamment par l'intermédiaire de la diffusion de la culture française.*

*Les écoles ont quant à elles, des projets en cours suite à notre intervention au sein de leur établissement.*

*L'EESA d'Hurlingham travaille en coopération entre divers professeurs pour assurer le maintien des activités au sein de l'établissement. Le professeur de mathématique s'est par exemple approprié le matériel « El acceso a puntos de venta » et il semble que d'autres classes vont réaliser des Selffoods. D'autre part, ils travaillent sur la mise en place d'un « kiosco saludable », qui proposerait tous les vendredis des produits frais, directement élaborés par les élèves la veille.*

*L'ENS1 de CABA, a commencé un échange interculturel entre la classe de 2<sup>nd</sup>2 et une classe d'espagnol de 5<sup>e</sup> du collège La Clavelière à Oullins. Une autre classe est, elle, en train de produire de courtes vidéos sur les enjeux familiaux lors des repas, en français.*

*L'établissement de Mermoz, prévoit lui de réaliser une exposition photos avec les Selffoods produits par les élèves lors de l'évènements des Jeux Olympiques de la jeunesse en Octobre.*

*Il sera possible d'admirer le travail réalisé par les différents étudiants lors de l'exposition*

*Il est d'ailleurs déjà possible de profiter des photos et articles rédigés sur l'évènement Huerta en casa, réalisé en mai et juin 2018, à travers le site internet de l'IFA.*

# Annexes

Annexe 1 : Etiquetage codifié des produits.



**CUADRO 5**

**COMERCIO AGROALIMENTARIO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (2014-15).  
EN MILLONES DE DÓLARES**

País/región	Exportaciones		Importaciones	
	2014	2015	2014	2015
Argentina	37 387	34 368	1 786	1 783
Bolivia (Estado Plurinacional de)	1 914	1 486	820	698
Brasil	81 250	73 078	11 953	9 513
Chile	16 498	15 087	6 394	5 934
Colombia	7 309	6 918	6 180	5 752
Costa Rica	4 349	4 146	2 237	1 858
Ecuador	9 676	9 348	2 208	1 944
El Salvador	1 041	1 110	1 739	1 794
Guatemala	4 881	4 882	2 585	2 591
Honduras	2 428	2 553	1 472	1 552
México	25 820	26 767	26 815	24 584
Nicaragua	2 395	2 257	968	1 010
Panamá	552	492	1 645	1 676
Paraguay	6 437	5 298	956	867
Perú	8 043	7 521	4 598	4 465
Uruguay	6 038	4 793	1 356	1 262
Venezuela (República Bolivariana de)	43	83	8 645	3 848
<b>América Latina y el Caribe</b>	<b>219 453</b>	<b>203 491</b>	<b>88 536</b>	<b>76 965</b>
El Caribe	3 391	3 304	6 181	5 835
Mesoamérica	41 467	42 207	37 461	35 064
Sudamérica	174 595	157 979	44 895	36 066

Fuente: GTA (en línea). Global Trade Atlas.

Annexe3 : Les influenceurs vus par les adolescents

Annexe... : Les influenceurs vus par les adolescents	Influenceurs	Nombre de citation
	Famille	30
	Goût	13
	Produit sain	18
	Qualité	16
	Amis	15
	Prix	14
	Aspect	14
	Marque	13
	Rapidité	10
	Conseil d'une nutritionniste	10
	Proximité du lieu de vente	9
	Internet	8
	« Fait maison »	8
	Produit naturel	8
	Provenance	7
	Télévision	6
	Médecin	5
	Vendeur	5
	Fraicheur du produit	5
	Praticité du produit	5
	Affiches publicitaires	4
	Taux de sucre/gras/sel des aliments	3
	Produit innovant/original	3
	Gouvernement	2
	Emballages	1

Annexe 4 : Carte des quartier de la ville de Buenos Aires



<http://mapoteca.educ.ar/>

	3O	2m	3Q	2D	2L	2V
<b>Age</b>	14 ans	14 ans	15 ans	14 ans	14 ans	14 ans
<b>Genre</b>	Femme	Femme	Homme	Femme	Femme	Femme
<b>Personne du foyer</b>	Mère + frère	Parents + sœurs (5)	Mère + frère	Parents + sœurs	Parents + frères	Mère
<b>Profession des parents</b>	Supervisora	Vendeur Opticienne	Infirmière Père professeur	Serurier et Administration	Psychologue et Ingénieur	Médecin
<b>Origine</b>	Bolivie	Italie et Espagne	Argentine	Argentine		Argentine
<b>Lieu de vie</b>	Retiro	Flores	Floresta	Colegiales	Recoleta	Balvanera
<b>Transport (pour aller au collège)</b>	Bus	Bus ou voiture		Train + Bus	Marche à pieds	Marche à pieds
<b>Classe socio-économique</b>	Moyenne inférieure	Moyenne	Moyenne	Moyenne	Moyenne supérieure	Moyenne supérieure
<b>Activités</b>	Internet, Sport, Télévision, Jeux vidéos, Famille, Amis	Internet, Télévision Famille, Amis	Internet, Télévision, Amis	Internet Famille, Amis	Internet Famille, Amis	Internet, Sport, Télévision, Art Famille, Amis
<b>Budget</b>	50<...<100\$ARS	Pas précisé	100<...<200\$ARS	100<...<200\$ARS		100<...<200\$ARS
<b>Dépense alimentaire</b>	2 fois/semaine	3 fois/semaine	2 fois/semaine	1 fois/semaine	Non	1 fois/semaine
<b>Influenceurs</b>	Qualité Aspect Prix Marque Famille	Goût Produit sain Le «fait-maison» Rapidité Famille	Goût Apports nutritifs	Goût Famille Nutritionniste	Goût Produit sain	Goût Qualité Produit sain Produit naturel Fraicheur Prix Famille
<b>Lieux fréquentés par l'adolescent autours du domicile</b>	Kiosco Restaurant Fruteria	Supérette Fruteria Supermarché		Fast-food Restaurant	Glacier Café Fast-food	Internet : achat de produits organiques Supermarché Fast-food
<b>Achats en allant au collège</b>	N'achète rien (manque de temps)	N'achète rien		N'achète rien	Biscuits et fruits	Starbucks
<b>Lieux connus et fréquentés autours du collège</b>	Peu connus	Peu connus	Pas connus du tout		Connus mais peu fréquentés	Connus et fréquentés
<b>Lieux fréquentés au collège</b>	Aucuns	Cantine et kiosco (quand j'ai faim)	Aucuns	Cantine (quand j'ai faim)	Cantine (car c'est bon)	

Annexe 5 : Tableau des profils familiaux

Bilan de l'Si l'on s'intéresse aux courses qu'ils réalisent

	3O	2M	3Q	2D	2L	2V
Produits consommés	Peu de variété de produits	Beaucoup de variété	Premier prix Peu de fruits et légumes	Beaucoup de variété	Variété et présence de produits végétariens	Beaucoup de variété
Pouvoir d'achat	Produits laitiers chers (bien que ce soit du lait en poudre)	Achètent davantage des produits moins chers	Achète autant de produits chers que pas chers	Achète autant de produits chers que pas chers	Achète autant de produits chers que pas chers	Achète autant de produits chers que pas chers
Proximité d'achat	Achète tout près de chez elle	Achètent la grande majorité des produits loin de chez eux... achat de gros ??	Achète tout près de chez lui	Achète tout près de chez elle	Achète des particuliers près de chez elle (lien avec la boutique/proximité?)	Achète tout près de chez elle
Fréquence d'achat	Les produits de marques sont achetés occasionnellement	La viande et certaines marques sont achetées moins souvent (café Nestlé ou Ketchup Heinz) = promo ?	Yaourt en pot et Nesquik achetés occasionnellement : promo ? VS le lait et yaourt à boire toujours	Beaucoup de produits achetés occasionnellement Yaourt, confiture Bio : prix ?	Les produits les moins sains sont ceux achetés occasionnellement : attention à sa nourriture	Peu de produits achetés occasionnellement
Sain ou non	Produits sucrés placés dans la catégorie non sain, bien que jus de fruit Ades = sain « fruit=sain..»	Différences de perception entre les trois sœurs	Produits laitiers + fruits et légumes sains	Peu de différences de perception entre le père et la fille	Peu de différences de perception entre la mère et la fille	Produits transformés considérés comme non sains
Goût	Les produits les moins chers sont ceux qu'ils aiment le moins	Aime de tout	Aime les produits laitiers, sodas, farine	Le père aime tout et l'adolescent seulement la moitié !	Peu de différences entre la mère et la fille	La mère aime tout et l'adolescent non

Annexe 6 : Consommation familiale - Planche Photos

2M



3Q



2D



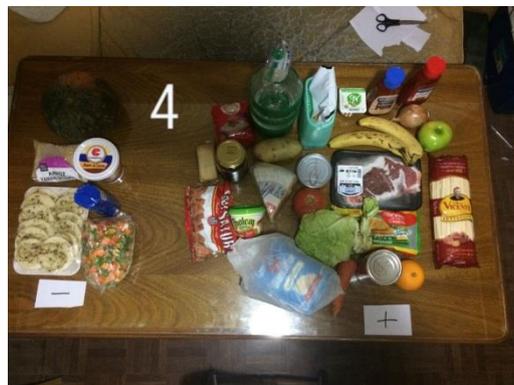
2L



2L



2V





5F



# Annexe 7 : L'environnement alimentaire autour de chez moi

### Mis hábitos alimentarios

◆ Cerca mi casa

Cita tres lugares que tienen que ver con la alimentación a cuáles sueles ir cerca tu casa.

Kiosco Supermercado Pizzería y Empanadería

Construye el mapa de los lugares que se encuentren cerca de tu casa:

- Cada cuadro es una cuadra
- Ubica tu casa al medio de la planilla
- Ubica la oferta alimentaria que se ubica alrededor

Venta de alimentos y otros productos	Venta de alimentos frescos	Venta de alimentos cocinados
● Mayorista	▲ Carnicería y Polería	■ (1) Cafés
●● Supermercado	⌘ Verdulería	■ (2) Heladería
●●● Almacén	⊕ Panadería - Pastelería	■ (3) Fast-food
★ Kiosco		■ (4) Pizzería y Empanadería

(Si no tienes colores, ponés los números adentro del rectángulo)

### Mis hábitos alimentarios

◆ Cerca mi casa

Cita tres lugares que tienen que ver con la alimentación a cuáles sueles ir cerca tu casa.

Construye el mapa de los lugares que se encuentren cerca de tu casa:

- Cada cuadro es una cuadra
- Ubica tu casa al medio de la planilla
- Ubica la oferta alimentaria que se ubica alrededor

Venta de alimentos y otros productos	Venta de alimentos frescos	Venta de alimentos cocinados
● Mayorista	▲ Carnicería y Polería	■ (1) Cafés
●● Supermercado	⌘ Verdulería	■ (2) Heladería
●●● Almacén	⊕ Panadería - Pastelería	■ (3) Fast-food
★ Kiosco		■ (4) Pizzería y Empanadería

(Si no tienes colores, ponés los números adentro del rectángulo)

### Mis hábitos alimentarios

◆ Cerca mi casa

Cita tres lugares que tienen que ver con la alimentación a cuáles sueles ir cerca tu casa.

Construye el mapa de los lugares que se encuentren cerca de tu casa:

- Cada cuadro es una cuadra
- Ubica tu casa al medio de la planilla
- Ubica la oferta alimentaria que se ubica alrededor

Venta de alimentos y otros productos	Venta de alimentos frescos	Venta de alimentos cocinados
● Mayorista	▲ Carnicería y Polería	■ (1) Cafés
●● Supermercado	⌘ Verdulería	■ (2) Heladería
●●● Almacén	⊕ Panadería - Pastelería	■ (3) Fast-food
★ Kiosco		■ (4) Pizzería y Empanadería

(Si no tienes colores, ponés los números adentro del rectángulo)

### Mis hábitos alimentarios

◆ Cerca mi casa Magali Ovallé

Cita tres lugares que tienen que ver con la alimentación a cuáles sueles ir cerca tu casa.

Construye el mapa de los lugares que se encuentren cerca de tu casa:

- Cada cuadro es una cuadra
- Ubica tu casa al medio de la planilla
- Ubica la oferta alimentaria que se ubica alrededor

Venta de alimentos y otros productos	Venta de alimentos frescos	Venta de alimentos cocinados
● Mayorista	▲ Carnicería y Polería	■ (1) Cafés
●● Supermercado	⌘ Verdulería	■ (2) Heladería
●●● Almacén	⊕ Panadería - Pastelería	■ (3) Fast-food
★ Kiosco		■ (4) Pizzería y Empanadería

(Si no tienes colores, ponés los números adentro del rectángulo)

Annexe 8 : Offre alimentaire dans la zone périurbaine de Buenos Aires



Mayorista



Kiosco



Almacen



Almacen



Frutería



Almacen

Annexe 9 : Offre alimentaire dans la zone centrale de CABA



Supermarché



Kiosco



Ensemble de tiendas



Fruteria



Magasin Discount



Heladeria

Annexe 10 : Photos des enseignes présent autour de l'ENS1



# Sommaire

Remerciements	2
Préambule	3
Sommaire	5
Introduction	9
1. Partie 1 : Cadre théorique	11
1.1. Besoin de précision quant à la définition de ce qu'est l'environnement alimentaire	12
1.1.1. Définition de l'environnement alimentaire	12
1.1.2. Clarifier spatialement quels espaces entrent dans l'environnement alimentaire	13
1.1.3. Clarifier socialement : quels sont les acteurs-influenceurs et de quelle manière ?	14
1.1.4. Clarification politique : contradictions, accords et négociations	15
1.2. Age et environnement : les adolescents comme génération oubliée	16
1.2.1. L'alimentation répond aux besoins du développement de l'enfant	16
1.2.2. Besoin de clarifier les pratiques des adolescents, connaître leur point de vue	17
1.3. L'espace scolaire : une partie intégrante de l'environnement alimentaire des adolescents ainsi qu'un influenceur potentiel ?	18
1.3.1. L'espace scolaire, un espace de transmission de savoirs et développement de soi	18
1.3.2. Qu'est une éducation alimentaire ? Quelles sont ses fonctions et son administration ?	20
1.4. En quoi est-ce important de travailler ces questions en Amérique latine, en Argentine et spécifiquement à Buenos Aires ?	21
1.4.1. Apparition de nouvelles politiques pour vaincre ces taux particulièrement préoccupants	22
<i>L'exemple du Brésil</i>	24
1.5. Le cas de l'Argentine	27
<i>Pourquoi se concentrer sur les adolescents de Buenos Aires ?</i>	
2. Partie 2 : Méthodologie	30

2.1. La recherche-action	31
<i>Qu'est-ce que la recherche action ?</i>	31
<i>Méthode de la recherche action</i>	32
<i>Intérêts de la recherche action</i>	32
2.2. Terrain d'étude	33
2.2.1. Choix des écoles	33
2.2.2. Description des écoles	33
<i>Ecole ENS1, Nomal1</i>	34
<i>Ecole EESA, Hurlingham</i>	35
2.3. La recherche action au sein des écoles	36
<i>Recherche qualitative fondée sur l'observation participante</i>	37
<i>Récolte de données</i>	37
<i>Etude de l'environnement scolaire des élèves</i>	38
2.3.1. Tableau général sur les différentes activités	39
2.3.2. Eléments de cadrage	46
2.4. Divulgateion au grand public	46
2.4.1. L'évènement <i>Urbanotopias</i>	47
2.4.2. L'évènement <i>Alimentación</i>	48
2.4.3. Quels sont les intérêts d'un partage au grand publique ?	49
2.5. Les limites de cette étude	49
2.5.1. Positionnement personnel	49
2.5.2. Contexte d'étude d'une école à l'autre	50
2.5.3. Une faible implication de l'enseignant	51
3. Résultats de l'étude	52
3.1. RESULTAT 1 : Le déploiement d'une éducation alimentaire dans les écoles en Argentine	53
3.1.1. La educación alimentaria en Argentina	53
Historia	53
Ruptura	53
La educación alimentaria y nutricional	55
3.1.2. ¿Cuál es el papel para la escuela?	56
<i>La curricula</i>	56
<i>Gestión de la alimentación escolar</i>	56

3.1.3. La educación alimentaria, ¿qué integración de las políticas dentro del entorno escolar?	57
<i>“Kioscos saludables”</i>	57
<i>Mi escuela saludable</i>	58
<i>Escuela verde</i>	59
<i>Frutea tu escuela</i>	59
3.1.4. ¿Qué poder de transformación para la escuela?	60
3.2. RESULTAT 2 : L’environnement alimentaire des adolescents argentins : standards, structures et pratiques	62
3.2.3. Le regard des adolescents sur les aliments	63
<i>Les goûts des adolescents pour l’aliment en lui-même</i>	63
<i>D’où proviennent nos aliments ?</i>	65
<i>Qu’est-ce qu’une alimentation saine pour les adolescents ? Et pourquoi manger sain ?</i>	67
3.2.4. L’influence familiale	69
<i>Portraits de famille</i>	70
<i>De quelle manière mange-t-on chez soi ?</i>	72
<i>Lien entre pratiques alimentaires et mobilité adolescente</i>	74
3.2.3. L’influence de l’espace public	76
<i>Espace public, un environnement publicitaire ?</i>	76
<i>Autours de chez eux</i>	78
3.2.4. L’influence de l’établissement scolaire	81
<i>Autours du collègue</i>	81
<i>Dans le collège</i>	82
3.2.5. Conclusion du résultat 2	87
3.3. RESULTAT 3 : Etude de cas sur un produit spécifique : les produits laitiers	89
3.3.1. Consommation des produits laitiers chez les adolescents	90
<i>Produits consommés</i>	90
<i>Lieu de consommation</i>	91
<i>Opinion des adolescents sur les produits laitiers</i>	92
3.3.2. Illustration de différents consommateurs : portraits familiaux	95
<i>Consommation de produits laitiers au sein des foyers</i>	95

<i>Vision portée sur les produits laitiers selon le contexte familial</i>	97
3.3.3. Préférence entre les produits laitiers chez les adolescents	98
<i>Les goûts et pratiques des adolescents</i>	98
<i>« Taller de yogurt »</i>	100
<i>Redécouvrir des saveurs</i>	105
<i>Retours d'expérience sur l'atelier</i>	106
3.3.4. Les souvenirs	106
3.3.5. Conclusion du résultat 3	107
Conclusion	109
Annexes	113
Table des matières	131
Bibliographie	135
Table des annexes	139
Tables des figures	140

# Bibliographie

## PARTIE I

- BELLET, M., KIRAT, T. et LATGERON, C. , *Approches multiformes de la proximité*, Hermès Sciences Publication 1998.
- BERGADAA, M. et DEL BUCCHIA, C., « La recherche de proximité par le client dans le secteur de la grande consommation alimentaire », *Management & Avenir*, 2009, Vol. 21, p.121-135.
- BEAUDE Boris et VILACA Olivier et MONOT Alexandra , « Le réseau Internet abolit-il la géographie ? », *Cafés géographiques*, rubrique Des Cafés, compte-rendu du café géographique de Paris du 27 septembre 2005.
- BOETSCH, Gilles. CORBEAU, Jean-Pierre. DIASO, Nicoletta et al. "Alimentations Adolescentes, un Colloque organisé par l'Ocha (observatoire cniel des habitudes alimentaires)", 2009.
- BORZAKIAN, Manouk, FUMEY Gilles et RAFFARD Pierre, « Approche culturelle et géographie de l'alimentation francophone : un rendez-vous manqué? », *Anthropology of food*, Consultable ici : <http://journals.openedition.org/aof/8052>
- COMORETTO Géraldine , « 9. Le repas à la cantine : une expérience forcément négative ? », dans DUBET François, *Que manger ?*, La Découverte « Recherches », 2017, p. 151-163.
- D'AMORE, Salvatore, « Les contextes alimentaires vus, commentés et dessinés par les adolescents. Recherche sur les représentations et les pratiques socio-alimentaires, selon une démarche multi-méthodologique », *Bulletin de psychologie* 2007/6 (Numéro 492), p. 527-544.
- D'AMORE Salvatore. – Il mangiare visto, parlato e disegnato dagli adolescenti. Una ricerca sulle rappresentazioni e pratiche alimentari secondo un approccio multimetodologico, thèse européenne de doctorant en philosophie sur les représentations et la communication sociales, Faculté de psychologie, Université La Sapienza, Rome, 2002.
- D'AMORE (Salvatore), Tarantino (Franca). – Il significato del cibo : aspetti sociali e culturali, dans Onnis (L.), *Il tempo sospeso. Anoressia e bulimia tra individuo, famiglia e società*, Milan, Franco Angeli, 2004, p. 29-37.
- DAMPÉRAT M., « Vers un renforcement de la proximité des relations client », *Revue Française de Gestion*, 2006 Vol. 162, p. 115-125.
- DHOTEL Gérard, "Ados. Crise ? Quelle crise ? 20 idées reçues sur les ados", Editions Thierry Magnier, 2010.
- FAVIER A. & THOUVENOT C. . « Éléments de cartographie alimentaire », *Annales de géographie*, 89(493) : 273-289, 1980.
- FUMEY G. « Penser la géographie de l'alimentation aujourd'hui », *Bulletin de l'association des géographes français*, 2007, 1 : p. 35-44.
- FUMEY. G , « Le ouèb @ il 1 GO grafi ? » (Le Web a-t-il une géographie ?), *Cafés géographiques*, rubrique Brèves de comptoir, 25 novembre 2007.

- FUMEY, G. Manger local, manger global. L'alimentation géographique. Paris : CNRS Éditions, 2010
- GAHINET M.-C. , « Les nouveaux formats alimentaires de proximité : regards croisés des distributeurs et des consommateurs », *Revue Management & Avenir*, 2014, Vol. 71, p. 153-168.
- GRIGG D. « The Geography of Food Consumption: A Review », *Progress in Human Geography*, 1995, 19(3) p. 338-354.
- HERAULT-FOURNIER Catherine *et al.*, « Comment les consommateurs perçoivent-ils la proximité à l'égard d'un circuit court alimentaire ? », *Management & Avenir* 2012/3 (n° 53), p. 16-33.
- LABBE-PINLON, Blandine *et al.*, « Impact de la proximité perçue d'un magasin sur la fidélité des clients : le cas des magasins d'enseignes alimentaires de proximité », *Management & Avenir* 2016/2 (N° 84), p. 73-94.
- LUSSAULT M. 2007. *L'Homme spatial. La construction sociale de l'espace humain*. Paris : Seuil, p. 66.
- PALMONARI, Augusto, *Psicologia dell'adolescenza*, Bologne, Il Mulino, 1993.
- POPKIN, Barry M. ADAIR, Linda S. et NG, Shu Wen, "*NOW AND THEN: The Global Nutrition Transition: The Pandemic of Obesity in Developing Countries*", 2012
- TOUBLANC Monique et POULOT Monique , Les territoires agriurbains en Île-de-France : entre paysage ordinaire, paysage agricole et paysage alimentaire ? publié dans Projets de paysage le 15/01/2018, consultable [ici](http://www.projetsdepaysage.fr/fr/les_territoires_agriurbains_en_le_de_france_entre_paysage_ordinaire_paysage_agricole_et_paysage_alimentaire_) : [http://www.projetsdepaysage.fr/fr/les\\_territoires\\_agriurbains\\_en\\_le\\_de\\_france\\_entre\\_paysage\\_ordinaire\\_paysage\\_agricole\\_et\\_paysage\\_alimentaire\\_](http://www.projetsdepaysage.fr/fr/les_territoires_agriurbains_en_le_de_france_entre_paysage_ordinaire_paysage_agricole_et_paysage_alimentaire_)
- RIPERT B. « Monde(s). Les "cultures" entre uniformisation et fragmentation », , dans LEVY, J. *L'invention du monde. Une géographie de la mondialisation*, 2008 p. 187-201
- « Alimentation et territoires », *Pour*, vol. 215-216, no. 3, 2012, pp. 57-60.
- VAN MEERBEECK Philippe, *Ainsi soient-ils ! A l'école de l'adolescence*, Collection Comprendre, Editions de Boeck, Bruxelles, 2007, p 87
- SCRUZZI, G., CEBREIRO, C. Pou, S. et RODRIGUEZ JUNYENT, C. Salud escolar: una intervención educativa en nutrición desde un enfoque integral. *Cuadernos*. 2014, info, 35, 39-53.
- LUNGINBÜHL. Y. "*La place de l'ordinaire dans la question du paysage*", *Cosmopolitiques*, 15, 2017 p 173-177

### Sitographie :

- <http://www.adosen-sante.com/outils-pedagogique/les-differents-besoins-selon-lage/>
- <https://www.assistancescolaire.com/eleve/5e/svt/reviser-une-notion/equilibrer-les-apports-energetiques-en-fonction-des-besoins-5sfo02>
- <http://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/cifras-de-la-fao-sobre-la-mala-nutricion-en-america-latina-104776>
- <http://www.fao.org/3/a-c0064f.pdf>
- <http://www.fao.org/school-food/fr/>

- <http://www.lanacion.com.ar>

-[http://www.msal.gob.ar/images/stories/ryc/graficos/0000001137cnt-2017-09\\_cuadernillo-obesidad.pdf](http://www.msal.gob.ar/images/stories/ryc/graficos/0000001137cnt-2017-09_cuadernillo-obesidad.pdf)

- <http://www.msal.gob.ar/images/stories/bes/graficos/0000000929cnt-situacion-ninos-adolescentes-agosto-2015.pdf>

-[https://www.paho.org/arg/index.php?option=com\\_content&view=article&id=10238:ops-celebra-la-decision-del-mercosur-de-implementar-el-etiquetado-frontal-en-los-alimentos&Itemid=234](https://www.paho.org/arg/index.php?option=com_content&view=article&id=10238:ops-celebra-la-decision-del-mercosur-de-implementar-el-etiquetado-frontal-en-los-alimentos&Itemid=234)

-<http://www.who.int/end-childhood-obesity/facts/es/>

-[http://www.who.int/dietphysicalactivity/childhood\\_schools/es/](http://www.who.int/dietphysicalactivity/childhood_schools/es/)

## PARTIE II

- ARDOINO J., « La recherche-action, une alternative épistémologique, une révolution copernicienne », in *Missote P. Mesnier P-M, La recherche-action Une autre manière de chercher, se former, transformer*, Paris : L'Harmattan, 2003, p.41-67

-BERGER, G., « Recherche-action Epistémologie historique » in *Missote P. Mesnier P-M La recherche-action Une autre manière de chercher, se former, transformer*, Paris : L'Harmattan, 2003, p.11-26

- BLANCHET, Alain., GOTMAN, Anne : "*L'entretien : L'enquête et ses méthodes*" 128 - Sociologie - Anthropologie 2010 (2e édition)

- CATROUX Michèle, « Introduction à la recherche-action : modalités d'une démarche théorique centrée sur la pratique », *Recherche et pratiques pédagogiques en langues de spécialité* Vol. XXI N° 3 , 2002 Consultable ici URL : <http://journals.openedition.org/apliut/4276>

- CARR, W. et Kemmis.S (repris par Maclsaac, 1996). *Becoming Critical : Education, Knowledge and Action Research*. Londres : Falmer Press, 1983.

- HUGON, Marie-Anne. SEIBEL, Claude. éd. — Recherches impliquées. Recherche action: le cas de l'éducation. In: *Revue française de pédagogie*, volume 92, 1990. pp. 113-114.

- PFADENHAUER, M. "*Ethnography of Scenes. Towards a Sociological Lifeworld Analysis of (Post-traditional) Community-building*", 2005

-PLATT, J. "The Development of the « Participant Observation » Method in Sociology : Origin Myth and History". *Journal of the History of the Behavioral Sciences*, 19, 1983, p379-393.

-QUIVY R., VAN CAMPENHOUDT L., "*Manuel de Recherche en Sciences Sociales*", Bordas, Paris, 1988, p. 186.

## PARTIE III

- BOETSCH, Gilles. CORBEAU, Jean-Pierre. DIASO, Nicoletta et al. "*Alimentations Adolescentes, un Colloque organisé par l'Ocha* (observatoire cniel des habitudes alimentaires)", 2009.

- MAURICE Aurélie, « Manger à la maison sous le poids des normes. Les négociations familiales autour de l'alimentation », *La revue internationale de l'éducation familiale* n° 37, 2015 p. 115-136.

-Fischler et Masson, 2006

- Catherine Gueguen, 2015

PAGE 60

### *Sitographie :*

- <http://www.buenosaires.gob.ar/educacion/familias/alimentacion-saludable/programa-de-alimentacion-escolar>

-<http://www.buenosaires.gob.ar/educacion/familias/alimentacion-saludable/kioscos-saludables>

- <http://www.buenosaires.gob.ar/escuelasverdes>

- <http://www.buenosaires.gob.ar/noticias/como-es-el-nuevo-menu-escolar-pensado-para-mejorar-la-nutricion-de-los-chicos>

- <http://www.buenosaires.gob.ar/vicejefatura/desarrollosaludable/mi-escuela-saludable>

- <http://www.fruteatuescuela.com.ar/>

- <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/informations-scientifiques/dossiers-thematiques/de-villes-en-metropoles/articles-scientifiques/microfinance-buenos-aires>

- <http://mapoteca.educ.ar/>

-[https://www.paho.org/arg/index.php?option=com\\_content&view=article&id=10222:buscan-avanzar-en-politicas-para-promover-la-alimentacion-saludable-y-detener-la-obesidad&Itemid=294](https://www.paho.org/arg/index.php?option=com_content&view=article&id=10222:buscan-avanzar-en-politicas-para-promover-la-alimentacion-saludable-y-detener-la-obesidad&Itemid=294)

<http://www.telam.com.ar/notas/201705/187531-gobierno-buenos-aires-recursos-comedores-escolares.html>

# Table des annexes

Annexe 1 : Etiquetage codifié des produits.	113
Annexe 2 : Commerce agro-alimentaire en Amérique latine et dans les Caraïbes (2014-15)	114
Annexe3 : Les influenceurs vus par les adolescents	115
Annexe 4 : Carte des quartier de la ville de Buenos Aires	116
Annexe 5 : Tableau des profils familiaux	117
Annexe 6 : Consommation familiale - Planche Photos	119
Annexe 7 : L'environnement alimentaire autours de chez moi	127
Annexe 8 : Offre alimentaire dans la zone périurbaine de Buenos Aires	128
Annexe 9 : Offre alimentaire dans la zone centrale de CABA	129
Annexe 10 : Photos des enseignes présentent autour de l'ENS1	130

# Table des illustrations

## PARTIE I

Figure 1 : Illustration du Programme National français « Manger, Bouger »	15
Figure 2 : Besoins énergétiques quotidiens	17
Figure 3 : Pourquoi développer une éducation alimentaire selon la FAO	21
Figure 4 : Exemple d'étiquettes nutritionnelles	24
Figure 5 : Promotion de l'alimentation saine selon l'OPS	25
Figure 6 : Infographie sur l'obésité et le surpoids en Argentine	27
Figure 7 : Distribución porcentual de los hallazgos antropométricos en la población de 5 a 13 años según regiones de Argentina. Año 2013	28
Figure 8 : Distribución de los problemas de salud mas frecuentes según los grupos de edad. Total país. Año 2013	28
Figure 9 : Intégration de las propuestas metodológicas	29

## PARTIE II

Figure 10 : Processus de la recherche-action	32
Figure 11 : Localisation des écoles	34
Figure 12 : Emblème ENS1	34
Figure 13 : Vue aérienne de l'ENS1	35
Figure 14 : Façade avant de l'ENS1	35
Figure 15 : Cours de l'ENS1	35
Figure 16 : Emblème EESA	35
Figure 17 : Vue aérienne de l'EESA	36
Figure 18 : Façade avant de l'EESA	36
Figure 19 : Cours de l'EESA	36
Figure 20 : Exemples de données qualitatives	38

## PARTIE III

Figure 21 : Exemples de « kiosco saludable »	58
Figure 22 : Influenceurs perçus par les adolescents	62
Figure 23 : Pyramide alimentaire	63
Figure 24 : Préférences alimentaires des adolescents	63
Figure 25 : Goûts alimentaires des adolescents	64
Figure 26 : Aliments qui apportent du plaisir aux adolescents	64
Figure 27 : Aliments qui apportent du plaisir aux adolescents	65
Figure 28 : Photo témoignage n°1 « d'où proviennent nos aliments ? »	65
Figure 29 : Photo témoignage n°2 « d'où proviennent nos aliments ? »	66
Figure 30 : Photo témoignage n°3 « d'où proviennent nos aliments ? »	66
Figure 31 : Aliments qui apportent du plaisir aux adolescents	67
Figure 32 : Aliments doudous des adolescents	67
Figure 33 : Qu'est-ce que manger sain pour Hurlingham	67
Figure 34 : Qu'est-ce que manger sain pour l'ENS1.	68
Figure 35 : Qu'est-ce que manger sain pour Mermoz	68
Figure 36 : Différence entre les goûts des parents et ceux des enfants	71
Figure 37 : L'influence parentale pour la 2 <sup>nd</sup> 3 de l'ENS1	72

Figure 38 : Avec qui manger et pourquoi selon les 2 <sup>nd</sup> 3 et 2 <sup>nd</sup> 2 de l'ENS1	72
Figure 39 : Bienfaits et méfaits de manger seul pour les 2 <sup>nd</sup> 5 et 2 <sup>nd</sup> 2 de l'ENS1.	73
Figure 40 : Bienfaits et méfaits de manger seul pour les élèves d'Hurlingham	73
Figure 41 : Lieux investis par les adolescents au sein de leur foyer familial	74
Figure 42 : Activités de X élèves de la 2 <sup>nd</sup> 2 de l'ENS1.	75
Figure 43 : Souvenir d'une publicité	76
Figure 44 : Environnement alimentaire des adolescents, EESA Hurlingham	79
Figure 45 : Environnement alimentaire des adolescents, ENS1 Normal 1, CABA	80
Figure 46 : Carte de l'offre alimentaire autour de l'ENS1, CABA	81
Figure 47 : L'offre alimentaire de l'ENS1, CABA	83
Figure 48 : L'offre alimentaire de l'EESA, Hurlingham	84
Figure 49 : Le kiosco « saldable » de l'ENS1	85
Figure 50 : Offre alimentaire du kiosco de l'ENS1	86
Figure 51 : Offre alimentaire du kiosco de l'EESA	86
Figure 52 : Environnement alimentaire et pratiques des adolescents	87
Figure 53 : Influenceurs des pratiques alimentaires adolescentes	88
Figure 54 : Atelier « produits laitiers »	89
Figure 55 : Graphique sur la consommation adolescente de produits laitiers	90
Figure 56 : Graphique sur les produits laitiers les plus consommés chez les adolescents	90
Figure 57 : Graphique sur les lieux de consommation des produits laitiers	91
Figure 58 : Graphique sur la vision des produits laitiers	92
Figure 58 : Graphique sur les bienfaits des produits laitiers pour la santé selon les jeunes	93
Figure 59 : Graphique sur la vision négative des produits laitiers	94
Figure 60 : Tableau de portraits familiaux	96
Figure 61 : Graphique sur les préférences des produits laitiers chez les adolescents	99
Figure 62 : Organisation du « taller de yogurt »	100
Figure 63 : Tableau de consommation des produits laitiers à Hurlingham	100
Figure 64 : Graphique de consommation des produits laitiers à Hurlingham	101
Figure 65 : Photo de la préparation de yaourts lors du taller	101
Figure 66 : Photo de la phase de dégustation des yaourts	102
Figure 67 : Registre des produits de dégustation	102
Figure 68 : Tableau de prueba sensorial	103
Figure 69 : Photo 1 de la dégustation des yaourts naturels	105
Figure 70 : Photo 2 de la dégustation des yaourts	106
Figure 71 : L'apport de l'éducation alimentaire aux étudiants	110