

Fin gourmet

Thèmes

Sens du goût – sens de l'odorat – génétique – comportement

Disciplines concernées

Sciences naturelles (biologie, chimie) – économie familiale

Objectifs

- Les élèves découvrent le sens du goût et ses liens avec les autres sens.
- Ils apprennent dans quelle mesure le sens du goût est inné et la manière dont il peut être influencé par notre comportement et par les influences extérieures.
- Ils apprennent à tirer les informations essentielles de différents textes et rédigent une synthèse.

Suggestions

Test: Les élèves résolvent les questions du test «fin gourmet» en se référant aux documents de la page 4 du magazine. Ils comparent leurs résultats avec les solutions données en page 14.

Evaluation. Les élèves font le test une seconde fois et marquent pour chaque question la réponse qui correspond au fin gourmet (solution: «PAIN D'ÉPICES»). Les élèves reprennent une troisième fois le test et tracent toutes les mauvaises réponses qui conduisent au mot «ORANGE AMÈRE». Les réponses restantes, qui mènent au mot «HARENG SALÉ», sont des points de vue intermédiaires.

Texte. Les élèves rédigent un texte à l'aide du contenu de la double page 4 et 5 du magazine. Dans une première étape, ils en étudient le contenu pédagogique en collaboration avec le professeur et établissent une liste de mots-clefs. À l'aide de ces mots-clefs, ils préparent un canevas du texte à écrire dans lequel tous les mots-clefs doivent apparaître. Enfin, ils rédigent le texte.

Vous trouvez ici une proposition de texte. (☛ fiche de travail 2).

Contrôle. Les élèves approfondissent le contenu de la double page 4 et 5. Ils complètent les vides dans le texte ci-joint. (☛ fiche de travail 1). Vous trouvez en annexe le texte complet. (☛ solution).

Expédition au royaume de la langue

Compléter le texte suivant. Se référer aux pages 4 et 5.

Comme le dit le proverbe, «les goûts et les couleurs ne se discutent pas». Les recherches les plus récentes arrivent aux mêmes conclusions. Notre sens du goût, notre capacité à différencier les saveurs est une affaire de Les personnes qui ont un sens du goût possèdent sur la langue environ 200 papilles gustatives par cm². Les fins gourmets, qui ont un sens du goût très développé, peuvent en avoir le Les personnes dont le sens du goût est peu développé en ont moitié moins que les autres, soit environ 100 papilles gustatives par cm². Notre capacité à percevoir certains goûts plutôt que d'autres est également génétique. de certains aliments peut provoquer des vomissements chez certaines personnes, alors que d'autres ne la sentiront même pas.

Notre sens du goût n'est pas seulement une question de gènes. L'éducation et les influences culturelles sont au moins aussi importantes. Un petit enfant doit goûter un aliment avant de le trouver bon. Dès lors qu'il est conquis, il ne changera plus d'avis. Pourtant, notre sens du goût constamment. Il est soumis à différentes influences extérieures. Par exemple, plus les aliments sont, moins notre langue peut distinguer le goût sucré, alors que le goût acide reste intact. Les fraises qui sortent directement du frigo semblent acides et paraissent sucrées lorsqu'elles sont tempérées. Notre comportement a également une influence sur le sens du goût. Les fumeurs ont un sens du goût nettement plus que les non-fumeurs. L'âge détermine lui aussi le sens du goût. Les ont un sens du goût plus développé que les personnes

L'être humain peut différencier sur sa langue au moins six sensations gustatives. Les quatre saveurs du sucré, de l'acide, de l'amer et du salé sont connues depuis longtemps. On vient de se rendre compte que et le sont aussi des goûts. L'umami est un goût qui se trouve à l'état naturel dans les produits riches en comme le lait, le fromage, la viande et le soja. Le glutamate est le principal vecteur du goût de l'umami. Pendant longtemps, on a cru à tort que la langue était divisée en zones et que chaque saveur se trouvait sur une zone précise: le sucré sur la pointe de la langue, le salé à gauche, l'acide à droite, l'amer au fond de la bouche. On a finalement pu prouver que, si l'être humain possède effectivement des papilles gustatives uniquement sur de la langue, les zones ne sont pas spécialisées dans un seul goût. Nous sommes capables, par exemple, de sentir le goût sucré d'un aliment sur l'arrière de la langue, même si le goût est moins prononcé que sur la pointe.

Pour nous, êtres humains, il est vital de pouvoir différencier les goûts. Une saveur amère peut, par exemple, nous mettre en garde contre une substance vénéneuse. Certaines plantes développent de telles substances, souvent, pour se protéger de leurs prédateurs. Le goût sucré et le goût gras sont aussi très importants. Pour nos ancêtres, c'était une question vitale: il leur fallait consommer suffisamment de Le goût sucré ou gras les amenait à consommer des aliments calorifiques. C'est pourquoi ces deux goûts réveillent encore une dans notre cerveau. Mais les choses ont changé et, aujourd'hui, nous devons lutter contre la tentation de manger trop de sucreries ou d'aliments gras.

Le goût est lié à l'odorat. Pour un fin gourmet, l'odeur d'un plat a une grande importance; notre nez est capable de distinguer plus de cent odeurs, qui se mélangent avec notre sens du goût pour former un tout dans le cerveau. Nous connaissons tous ce phénomène: quand nous sommes enrhumés et que nous avons le nez bouché, les aliments paraissent fades et sans goût.

Expédition au royaume de la langue

Comme le dit le proverbe: «Les goûts et les couleurs ne se discutent pas». Les recherches les plus récentes arrivent aux mêmes conclusions. Notre sens du goût, notre capacité à différencier les saveurs est une affaire de **GÈNES**. Les personnes qui ont un sens du goût **NORMALEMENT DÉVELOPPÉ** possèdent sur la langue environ 200 papilles gustatives par cm². Les fins gourmets, qui ont un sens du goût très développé, peuvent en avoir le **DOUBLE**. Les personnes dont le sens du goût est peu développé en ont moitié moins que les autres, soit environ 100 papilles gustatives par cm². Notre capacité à percevoir certains goûts plutôt que d'autres est également génétique. **L'AMERTUME** de certains aliments peut provoquer des vomissements chez certaines personnes alors que d'autres ne la sentiront même pas.

Notre sens du goût n'est pas seulement une question de gènes. L'éducation et les influences culturelles sont au moins aussi importantes. Un petit enfant doit goûter un aliment **PLUSIEURS FOIS** avant de le trouver bon. Dès lors qu'il est conquis, il ne changera plus d'avis. Pourtant, notre sens du goût **ÉVOLUE** constamment. Il est soumis à différentes influences extérieures. Par exemple, plus les aliments sont **FROIDS**, moins notre langue peut distinguer le goût sucré, alors que le goût acide reste intact. Les fraises qui sortent directement du frigo semblent acides et paraissent sucrées lorsqu'elles sont tempérées. Notre comportement a également une influence sur le sens du goût. Les fumeurs ont un sens du goût nettement plus **FAIBLE** que les non-fumeurs. L'âge détermine lui aussi le sens du goût. Les **JEUNES** ont un sens du goût plus développé que les personnes **ÂGÉES**.

L'être humain peut différencier sur sa langue au moins six sensations gustatives. Les quatre saveurs du sucré, de l'acide, de l'amer et du salé sont connues depuis longtemps. On vient de se rendre compte que **L'UMAMI** et le **GRAS** sont aussi des goûts. L'umami est un goût qui se trouve à l'état naturel dans les produits riches en **PROTÉINES** comme le lait, le fromage, la viande et le soja. Le glutamate est le principal vecteur du goût de l'umami. Pendant longtemps, on a cru à tort que la langue était divisée en zones et que chaque saveur se trouvait sur une zone précise: le sucré sur la pointe de la langue, le salé à gauche, l'acide à droite, l'amer au fond de la bouche. On a finalement pu prouver que, si l'être humain possède effectivement des papilles gustatives uniquement sur **LES BORDS** de la langue, les zones ne sont pas spécialisées dans un seul goût. Nous sommes capables, par exemple, de sentir le goût sucré d'un aliment sur l'arrière de la langue, même si le goût est moins prononcé que sur la pointe.

Pour nous, êtres humains, il est vital de pouvoir différencier les goûts. Une saveur amère peut, par exemple, nous mettre en garde contre une substance vénéneuse. Certaines plantes développent de telles substances, souvent **AMÈRES**, pour se protéger de leurs prédateurs. Le goût sucré et le goût gras sont aussi très importants. Pour nos ancêtres, c'était une question vitale: il leur fallait consommer suffisamment de **CALORIES**. Le goût sucré ou gras les amenait donc à consommer des aliments calorifiques. C'est pourquoi ces deux goûts réveillent encore une **SENSATION D'ENVIE** dans notre cerveau. Mais les choses ont changé et, aujourd'hui, nous devons lutter contre la tentation de manger trop de sucreries ou d'aliments gras.

Le goût est lié à l'odorat. Pour un fin gourmet, l'odeur d'un plat a une grande importance; notre nez est capable de distinguer plus de cent odeurs, qui se mélangent avec notre sens du goût pour former un tout dans le cerveau. Nous connaissons tous ce phénomène : quand nous sommes enrhumés et que nous avons le nez bouché, les aliments paraissent fades et sans goût.

Musique, mode et menu

Thèmes

Tendances - consommation – mode

Disciplines concernées

Environnement – économie familiale – musique

Objectifs

- L'élève prend conscience de ses goûts personnels et de son comportement de consommateur.
- Il comprend que les goûts évoluent avec le temps.
- Les élèves confrontent leurs opinions sur la mode et ses tendances.

Suggestion

Autoportrait. L'élève découvre les portraits décrits dans Pick up Magazine et répond personnellement aux 5 questions posées. Dans un second temps, il réfléchit aux réponses qu'il aurait données trois ans auparavant.

Questions de goût. Des questions figurent dans les pages 6 et 7 du magazine. Les élèves les mettent en discussion:

- Ton goût donne-t-il une indication sur ta personnalité?
- Ton goût évolue-t-il?
- Ton goût est-il influencé par ta famille?
- Ton goût est-il déterminé par tes copains ou tes collègues?
- Ton goût dépend-il de ton environnement?
- Ton goût est-il influencé par la publicité?
- Ton goût est-il affaire d'argent?

Fossé des générations. Les élèves interrogent leurs parents et grands-parents sur leurs goûts en matière d'alimentation, de musique et de mode durant leur jeunesse. Ils apportent en classe des photos et des morceaux de musique de l'époque.

Tendances de la mode. La classe termine par une discussion sur les tendances de la mode. Pourquoi les goûts se modifient-ils en permanence?

Pleins feux sur tes goûts !

Thèmes

Marketing – Etude de marché – Production alimentaire – Commerce des denrées alimentaires – Consommation

Disciplines concernées

Environnement – Economie familiale

Objectifs

- Les élèves prennent conscience des efforts des producteurs (agriculteurs, industrie alimentaire) pour produire des denrées alimentaires correspondant aux goûts des consommateurs.
- Ils découvrent les besoins des consommateurs visés par les fabricants de denrées alimentaires et les agences de publicité.
- Ils notent les différences entre les denrées alimentaires transformées et non transformées.
- Ils apprennent la structure et le fonctionnement du marché des denrées alimentaires.

Suggestions

Marché des denrées alimentaires. Au moyen des textes du magazine, définir les acteurs du marché des denrées alimentaires: fabricants de chips, consommateurs, transformateurs de lait, spécialistes de l'emballage et de supports publicitaires, producteurs de baies, grossistes, acheteurs de fraises. Une lecture plus précise permet d'en découvrir d'autres: agriculteurs, employés d'usine, spécialistes en marketing, transporteurs, employés du commerce de détail. En existe-t-il d'autres?

Objectifs des producteurs. Les élèves lisent les textes concernant soit les chips, l'Energy Milk, les fraises. Ils travaillent ensuite avec la fiche de travail 1 et découvrent la manière dont les producteurs de denrées alimentaires atteignent leurs objectifs sur le marché (☛ fiche de travail 1).

Souhaits des consommateurs. Les élèves relisent le texte qu'ils ont choisi et travaillent avec la fiche 2. Ils la complètent en fonction de leurs propres souhaits (☛ fiche de travail 2).

Différencier les denrées alimentaires: Les élèves lisent les textes concernant les chips ou l'Energy Milk et le texte sur les fraises («il faut du sucre et de l'acidité»). Il trie les denrées alimentaires selon leur provenance: industrielle (comme les chips, l'Energy Milk, le chocolat) ou issues de cultures en milieu naturel (comme les pommes de terre, le lait, les fraises) (☛ fiche de travail 3). (☛ solutions)

Exercice de dégustation. Les élèves prennent connaissance du compte-rendu de la dégustation des fraises (page 11). Avec l'aide de l'enseignant, ils préparent pour une autre classe une dégustation avec des denrées alimentaires telles que: diverses variétés de pommes, de pommes de terre à durée de cuisson égale, de laits, jus de fruits, fromages, saucisses etc. Ils préparent une feuille d'évaluation à l'intention des dégustateurs en leur donnant à titre d'exemple celle sur la dégustation des fraises (☛ fiche de travail 4).

Jeu de rôles «Marché de la pomme de terre». Au moyen d'un jeu de rôles, les élèves se familiarisent avec le marché actuel de la pomme de terre et apprennent à connaître les objectifs et les activités des ses acteurs: producteurs, grands distributeurs, jeunes consommateurs ainsi que leurs parents. (☛ jeu de rôles)

Comment les producteurs de denrées alimentaires atteignent-ils leurs objectifs sur le marché?

Relier les points afin de déterminer comment l'industrie des denrées alimentaires et les familles paysannes atteignent leurs objectifs sur le marché. Plusieurs possibilités pour chaque objectif.

Objectifs de l'industrie alimentaire	Moyens pour atteindre les objectifs
Transformer les pommes de terre, le lait et autres produits de base en des denrées alimentaires qui donnent envie d'acheter	<input type="radio"/> Acheter des matières premières bon marché chez les agriculteurs <input type="radio"/> Fixer des critères de qualité pour les matières premières <input type="radio"/> Contrôler la qualité des matières premières à la livraison
Produire à bas prix	<input type="radio"/> Rationaliser la fabrication <input type="radio"/> Etre prêt à livrer à tout moment
Développer des produits qui peuvent se vendre pendant des années en grandes quantités	<input type="radio"/> Imaginer et lancer de nouveaux produits <input type="radio"/> Adapter constamment la palette des produits
Produire selon les goûts du consommateur	<input type="radio"/> Réaliser des études de marché <input type="radio"/> Présenter des produits conformes aux tendances et aux divers styles de vie
Fidéliser le consommateur	<input type="radio"/> Exiger des prix réalistes <input type="radio"/> Faire de la publicité pour les produits
Trouver un nom – créer une marque	<input type="radio"/> Maintenir des coûts minimum <input type="radio"/> Garantir la qualité des produits
Gagner de nouveaux clients	<input type="radio"/> Cibler les groupes de consommateurs <input type="radio"/> Stimuler la vente avec des cadeaux, des concours, des actions, etc.
Satisfaire les besoins des clients	
Réaliser de bons bénéfices	
Devancer les concurrents	

Objectifs des familles paysannes	Moyens pour atteindre les objectifs
Produire des matières premières alimentaires de qualité	<input type="radio"/> Planifier la production <input type="radio"/> Consulter des conseillers <input type="radio"/> Produire de manière rationnelle
Satisfaire les besoins des acheteurs	<input type="radio"/> Maintenir des coûts minimum <input type="radio"/> Détenir des animaux de rente de qualité, cultiver des plantes rentables
Livrer selon les contrats	<input type="radio"/> Garder la qualité sous contrôle <input type="radio"/> Surveiller l'offre et la demande sur le marché
Fidéliser les acheteurs ou en gagner d'autres	<input type="radio"/> Adapter constamment l'assortiment des produits <input type="radio"/> Bien vendre tous les produits
Travailler de manière à couvrir les coûts	<input type="radio"/> Régler contractuellement les ventes et les livraisons
Gérer sa propre entreprise	

Les souhaits du consommateur

Les consommateurs de denrées alimentaires ont des souhaits multiples et divers. En vois-tu d'autres? Sais-tu comment travaillent les fournisseurs de denrées alimentaires? – Complète la liste ci-dessous.

Nos souhaits de consommateur	Réactions des fournisseurs et des producteurs de denrées alimentaires
Le produit doit plaire à notre palais	<ul style="list-style-type: none"> • Offrir des produits convenant à une majorité de consommateurs • Promouvoir le goût des produits
Il doit être bon marché	<ul style="list-style-type: none"> • Fixer les prix
Il doit rassasier notre faim et satisfaire notre gourmandise	<ul style="list-style-type: none"> • Fabriquer des produits sucrés, gras, épicés
Il doit être à la mode et attrayant	<ul style="list-style-type: none"> • Réaliser une étude de marché • Concevoir le dessin (= image) du produit et de l'emballage
Il doit être toujours disponible en rayon	<ul style="list-style-type: none"> • Produire sous serre • Produits importés • Conserver et développer de nouvelles méthodes de conservation
Il doit être sain et naturel	<ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir des méthodes de production naturelle
Nous voulons être minces et en forme	<ul style="list-style-type: none"> • Développer des aliments fonctionnels • Offrir des produits pauvres en graisse
Nous voulons manger vite et bien	<ul style="list-style-type: none"> • Développer continuellement de nouveaux produits tout prêts ou semi-préparés (convenience food)
Nous voulons savoir quels sont les produits disponibles, où, quand, à quel prix et quels sont leurs avantages	<ul style="list-style-type: none"> • Faire de la publicité
	<ul style="list-style-type: none"> •
	<ul style="list-style-type: none"> •
	<ul style="list-style-type: none"> •

Remarque: Quels souhaits de consommateurs estimes-tu judicieux ☺?, lesquels ne le sont pas ☹? Quelles réactions des fournisseurs de denrées alimentaires trouves-tu appropriées ☺? lesquelles ne le sont pas ☹? Pourquoi?

Différences entre les denrées alimentaires

Il y a des différences entre les denrées alimentaires produites par l'industrie (chips, Energy Milk, chocolat) et celles issues de cultures en milieu naturel (pommes de terre, lait, fraises). Remplis les cases vides du tableau ci-dessous.

Denrées alimentaires produites par l'industrie	Denrées alimentaires issues de cultures en milieu naturel
<ul style="list-style-type: none"> Le goût d'un produit est en général toujours le même 	<ul style="list-style-type: none"> Le goût d'un produit est chaque fois différent. Les différences peuvent être plus ou moins marquées
<ul style="list-style-type: none"> 	<ul style="list-style-type: none"> La qualité dépend des conditions météo et du type de production Les prescriptions du transformateur, du commerce et de l'Etat fixent des normes minimales de qualité
<ul style="list-style-type: none"> Les denrées alimentaires produites par l'industrie ont une valeur alimentaire douteuse, surtout consommées avec excès 	<ul style="list-style-type: none">
<ul style="list-style-type: none"> 	<ul style="list-style-type: none"> Le temps et les coût liés au développement de nouvelles variétés ou cultures sont élevés
<ul style="list-style-type: none"> La plupart des produits sont disponibles toute l'année 	<ul style="list-style-type: none">
<ul style="list-style-type: none"> Les risques de l'industrie alimentaire: 	<p>Les risques des producteurs:</p> <ul style="list-style-type: none"> Le mauvais temps ou les maladies peuvent détruire les récoltes ou réduire le rendement Les paysans ne peuvent réagir aux changements rapides de la demande, car la production agricole prend beaucoup de temps Ils produisent en petites quantités et sont contraints dès lors de subir les ordres des gros distributeurs, faute de quoi ils sont évincés du marché
<ul style="list-style-type: none"> Les frais publicitaires sont élevés et influencent considérablement le bénéfice 	<ul style="list-style-type: none">
<ul style="list-style-type: none"> Le style de vie des consommateurs est important pour la stratégie de vente 	<ul style="list-style-type: none">
<ul style="list-style-type: none"> 	<ul style="list-style-type: none"> Les produits se conservent peu de temps et se prêtent mal au stockage
<ul style="list-style-type: none"> Les attentes en matière de bénéfice sont relativement élevées 	<ul style="list-style-type: none">
<ul style="list-style-type: none"> 	<ul style="list-style-type: none"> L'apparence du produit a peu d'importance pour le client
<ul style="list-style-type: none"> les grossistes sont souvent importants et peu nombreux et la concurrence est faible. 	<ul style="list-style-type: none"> Les petits acheteurs sont nombreux et la concurrence est forte

Différences entre les denrées alimentaires

Il y a des différences entre les denrées alimentaires produites par l'industrie (chips, Energy Milk, chocolat) et celles issues de cultures en milieu naturel (pommes de terre, lait, fraises).

Denrées alimentaires produites par l'industrie	Denrées alimentaires issues de cultures en milieu naturel
<ul style="list-style-type: none"> En règle générale, le goût d'un produit n'est pas toujours le même 	<ul style="list-style-type: none"> Le goût d'un produit est chaque fois différent. Les différences peuvent être plus ou moins marquées
<ul style="list-style-type: none"> La qualité peut être fixée de manière très précise 	<ul style="list-style-type: none"> La qualité dépend des conditions météo et du type de production Les prescriptions du transformateur, du commerce et de l'Etat fixent des normes minimales de qualité
<ul style="list-style-type: none"> Les denrées alimentaires industrielles ont une valeur alimentaire douteuse, surtout consommées avec excès 	<ul style="list-style-type: none"> Les denrées alimentaires naturelles sont consommées avec moins d'excès. Beaucoup ont en outre une grande valeur alimentaire.
<ul style="list-style-type: none"> Les coûts de développement se situent dans une fourchette contrôlée 	<ul style="list-style-type: none"> Le temps et les coûts liés au développement de nouvelles variétés ou cultures sont élevés
<ul style="list-style-type: none"> La plupart des produits sont disponibles toute l'année 	<ul style="list-style-type: none"> De nombreux produits ne sont disponibles qu'à certaines saisons.
<ul style="list-style-type: none"> Les risques de l'industrie alimentaire: un produit a peu de succès auprès des consommateurs 	<p>Les risques des producteurs:</p> <ul style="list-style-type: none"> Le mauvais temps ou les maladies peuvent détruire les récoltes ou réduire le rendement Les paysans ne peuvent réagir aux changements rapides de la demande, car la production agricole prend beaucoup de temps Ils produisent en petites quantités et sont contraints dès lors de subir les ordres des gros distributeurs, faute de quoi ils sont évincés du marché
<ul style="list-style-type: none"> Les frais publicitaires sont élevés et influencent considérablement le bénéfice 	<ul style="list-style-type: none"> Les acheteurs de matières premières sont peu nombreux (pommes chips, colza, betteraves à sucre) et la concurrence est faible
<ul style="list-style-type: none"> Le style de vie des consommateurs est important pour la stratégie de vente 	<ul style="list-style-type: none"> Le style de vie des consommateurs ne joue pas de rôle dans la vente des produits
<ul style="list-style-type: none"> Les produits se conservent bien et peuvent être stockés longtemps 	<ul style="list-style-type: none"> Les produits se conservent peu de temps et se prêtent mal au stockage
<ul style="list-style-type: none"> Les attentes en matière de bénéfice sont relativement élevées 	<ul style="list-style-type: none"> Les attentes en matière de bénéfices sont relativement faibles
<ul style="list-style-type: none"> L'apparence du produit est importante pour le consommateur 	<ul style="list-style-type: none"> L'apparence du produit a peu d'importance pour le client
<ul style="list-style-type: none"> les grossistes sont souvent importants et peu nombreux et la concurrence est faible. 	<ul style="list-style-type: none"> Les petits acheteurs sont nombreux et la concurrence est forte

Exemple d'une dégustation de denrées alimentaires

Nous évaluons notre dégustation selon la même méthode que celle appliquée à la Station fédérale de recherches de Wädenswil.

Tu peux procéder de la façon suivante:

- Additionne pour chaque case les valeurs allant de 1 à 5 que les dégustateurs ont soulignées. Exemple: la couleur de la variété EM 502 de première catégorie a reçu 4 x 5, 3 x 4, 2 x 3 et 1 x 2. Cela donne un total de 40.
- Divise le total par le nombre de dégustateurs et établis la valeur moyenne.
Exemple: diviser 40 par 10 dégustateurs, cela donne une moyenne de 4.0. Compare le tableau original ci-dessous.
- Calcule pour chaque variété dégustée la note moyenne pour chaque critère étudié tel que type de saveur, couleur, etc.
- Additionne les notes moyennes et divise-les par le nombre de critères évalués (5 dans l'exemple ci-dessous). Tu obtiens alors la note moyenne par variété qui te permet d'établir la liste des produits dégustés. La moyenne la plus élevée obtient le rang 1.

Exemple d'évaluation pour l'exercice de dégustation

Dégustation de variétés de fraises – souligner ce qui convient					
Variété N°.	Présentation dans la barquette	Couleur	Fermeté	Goût	Saveur
1	1 Mauvaise 2 Peu attrayante 3 Moyenne 4 Attrayante 5 Parfaite	1 Affreuse 2 Médiocre 3 Acceptable 4 Belle 5 Magnifique	1 Très molle 2 Molle 3 Moyenne 4 Ferme 5 Dure	1 Fade 2 Peu marqué 3 Moyen 4 Parfumé 5 Très parfumé	1 Très acide 2 Acide 3 Equilibrée 4 Sucrée 5 Très sucrée
2	1 Mauvaise 2 Peu attrayante 3 Moyenne 4 Attrayante 5 Parfaite	1 Affreuse 2 Médiocre 3 Acceptable 4 Belle 5 Magnifique	1 Très molle 2 Molle 3 Moyenne 4 Ferme 5 Dure	1 Fade 2 Peu marqué 3 Moyen 4 Parfumé 5 Très parfumé	1 Très acide 2 Acide 3 Equilibrée 4 Sucrée 5 Très sucrée
3	1 Mauvaise 2 Peu attrayante 3 Moyenne 4 Attrayante 5 Parfaite	1 Affreuse 2 Médiocre 3 Acceptable 4 Belle 5 Magnifique	1 Très molle 2 Molle 3 Moyenne 4 Ferme 5 Dure	1 Fade 2 Peu marqué 3 Moyen 4 Parfumé 5 Très parfumé	1 Très acide 2 Acide 3 Equilibrée 4 Sucrée 5 Très sucrée

Classement des plantations de fraises d'après la qualité des fruits

Dégustation de fraises à la station fédérale de recherche de Wädenswil – Evaluation globale					
Rang Note moyenne Variété	Présentation dans la barquette Note Classement	Couleur	Fermeté	Intensité du goût	Type de saveur
1 3.46 EM 502	Moyenne - Attrayante 3.6	Attrayante 4.0	Moyenne - Ferme 3.6	Moyenne - Parfumée 3.4	Acide équilibrée 2.7
2 3.44 Clery	Moyenne Attrayante 3.3	Attrayante 3.8	Moyenne 3.2	Parfumée 4.1	Équilibrée 2.8
3 3.3 LE C4-4	Moyenne - Attrayante 3.6	Acceptable Attrayante 3.7	Moyenne 3.2	Moyenne 2.9	Équilibrée 3.1
4 3.28 Saint Pierre	Moyenne 3.0	Acceptable 3.2	Ferme 4.1	Parfumée 3.7	Acide équilibrée 2.4
5 3.24 Hä 94-21-7	Moyenne - Attrayante 3.4	Attrayante 4.3	Moyenne 2.7	Moyenne 2.8	Équilibrée 3.0
6 3.14 PexSy	Moyenne 3.1	Attrayante 3.8	Moyennement ferme 2.2	Moyenne 2.9	Sucrée 3.7
7 3.06 Hä 94-21-8	Moyenne 3.3	Attrayante 4.0	Moyennement ferme, Moyenne 2.6	Moyenne 2.8	Acide équilibrée 2.6
8 3.0 Hau 114	Moyenne 3.1	Acceptable 2.8	Moyenne 2.7	Moyenne 3.3	Équilibrée 3.1
9 3.0 Yamaska	Moyen - Attrayante 3.6	Acceptable Attrayante 3.5	Moyennement ferme 2.1	Moyenne 3.3	Acide équilibrée 2.5
10 2.88 Sym 53	Moyenne 3.0	Acceptable Attrayante 3.5	Trop molle 2.1	Moyenne 3.3	Acide équilibrée 2.5

Jeu de rôles

Objectif:

Les élèves apprennent à connaître les buts et les types de comportement des acteurs sur le marché de la pomme de terre.

Thème:

Cinq groupes d'acteurs de ce marché (producteurs, fabricants de chips, gros distributeurs, jeunes consommateurs, parents) s'efforcent d'atteindre leurs objectifs (production, transformation, commerce, consommation). Les acteurs achètent et vendent des pommes de terre et/ou des produits à base de pommes de terre. La monnaie utilisée est le « picker » – on utilise par exemple en guise de picker des haricots, des galets, etc.

L'argent est distribué de la façon suivante:

A chaque paysan:	0 picker
A chaque collaborateur de l'usine de chips:	20 picker
A chaque collaborateur du gros distributeur:	100 picker
A chaque jeune:	0 picker
A chaque parent:	200 picker

Déroulement:

1. Les élèves lisent l'article sur les pommes chips en page 8.
2. L'enseignant décrit la situation de départ et attribue les rôles aux élèves. Il distribue les places de travail: les parents, les jeunes et les gros distributeurs se placent dans la salle de classe, chaque groupe dans un coin. Les paysans travaillent sur le sol dans le corridor de l'école. L'usine de chips se trouve dans une salle séparée.
3. Les élèves reçoivent leurs cartes de rôles, les lisent et commencent à jouer leur rôle.
4. Chaque jeu de rôles dure environ 45 minutes.

Les élèves échangent ensuite leurs expériences en classe:

- **Impression:** les élèves décrivent brièvement comment ils se sont sentis en tant que paysans, jeunes, etc.: mal à l'aide, sous pression, détendu etc.
- **Objectifs:** chaque groupe décrit brièvement ses objectifs en indiquant s'ils ont été atteints ou non, et pourquoi.
- **Communication:** Quelles pommes de terre les parents préfèrent-ils (goût, valeur nutritive, prix)? Les paysans le savaient-ils? A partir de quand? Quelles pommes de terre les jeunes ont-ils demandées? Les paysans le savaient-ils?

Le chef de jeu...

- ... peut donner aux parents – selon le déroulement du jeu – des picker supplémentaires.
- ... peut prolonger ou raccourcir la durée du jeu de rôle.
- ... peut détruire chez un paysan la récolte d'une variété de pommes de terre (mauvais temps).
- ... peut simuler d'autres influences possibles.

Cartes de rôles

Chaque élève reçoit une carte de rôle (☛ cartes de rôles).

L'exploitation agricole: 2 à 3 paysans

Objectif: chacun de vous veut gagner de l'argent – au moins 50 picker

Mandat:

- Produire, seul ou en groupe, trois variétés de pommes de terre: dessine et découpe les pommes de terre
Variété R, pommes de terre à raclette: ovale, exactement 2x3 cm (papier rouge);
Variété M, pommes de terre farineuses: ovale, exactement 2x4 cm (papier rouge);
Variété C, pommes de terre chips: ovale, exactement 3x4 cm (papier jaune), avec motif à carreaux (1x1 cm).
- Vendez les pommes de terre aux grands distributeurs ou aux producteurs de chips; ils viennent régulièrement chez vous. Pour la variété de pommes de terres M vous avez un contrat de vente avec le grand distributeur.
 Prix de référence:
10 pommes de terre = au minimum 1 picker

Le grand distributeur: 1 à 2 participants

But: chacun de vous a envie de gagner de l'argent – au moins 500 picker de plus que ce que vous dépensez.

Mandat: Vendre des chips et des pommes de terre. Inscrivez le nom des produits et fixez un prix bien visible. Pensez que vous pouvez réaliser un plus grand bénéfice en vendant des chips. Si vous désirez introduire une nouvelle variété, il vous faudra assumer les frais publicitaires. En outre: vous avez un contrat avec les paysans pour la variété de pommes de terre M. Achetez uniquement des pommes de terre blanches et ovales et d'un calibre précis de 2x4 cm. Contrôler. **Prix de référence:**

Achat chez le producteur de chips: 1 paquet de chips = env. 6 picker

Nouvelle variété de chips dans l'assortiment (frais publicitaires) = 100 picker à remettre au chef de jeu.

Vente de chips aux clients: 1 paquet de chips = selon la variété environ 12 à 20 picker

Vente de pommes de terre aux clients: 10 pommes de terre = environ 5 picker

Fabrique de chips: 3 à 6 participants

Objectif: chacun de vous a envie de gagner de l'argent – au moins 200 picker de plus que ce que vous dépensez.

Mandat: Acheter des pommes de terre chez les paysans, produire des chips au goût du client. La production se déroule comme suit: pour la production de chips seule la variété C convient. Elle doit être jaune, ovale et avoir un calibre précis de 3x4 cm. La variété contrôlée qui présente une qualité insuffisante est renvoyée. Découpez les pommes de terre selon le motif à carreau en fines bandes et collez-les sur une feuille A4. Pour un paquet (feuille A4) vous avez besoin de 10 pommes de terre. Marquez les chips épicés avec de petites croix vertes, les chips au paprika avec des points rouges, les chips nature sans additif et les nouvelles chips selon vos idées.

Prix de référence:

Achat: Paysans: 10 pommes de terre = maximum 1 picker.

Vente au commerce de gros:

10 pommes de terre = 1 paquet de chips = au minimum 6 picker

Si vous produisez de nouvelles variétés de chips, cela entraîne des frais: de recherche (non négligeables) et d'autre part frais pour une enquête de marché (vous ne devez rien faire, mais vous pouvez aussi prendre des risques).

Prix de référence:

Frais de recherche pour les nouvelles chips = 10 picker à payer dans chaque cas au chef de jeu.

Etude de marché pour les nouvelles chips = 30 picker – le chef de jeu communique les besoins des clients.

Jeunes consommateurs: 3 à 6 jeunes

Objectif: si vous recevez de l'argent, vous achetez vos chips préférées. Vous achetez aussi de temps en temps des pommes de terre parce que vos parents vous le demandent, mais certainement pas trop (3 paquets de chips épicées ou 2 paquets de chips au paprika ou 1 paquet de chips nature pour 10 pommes de terre au maximum).

Mandat:

Essayez d'obtenir de l'argent de vos parents pour acheter vos chips préférées. Vous n'avez aucun goût pour les pommes de terre crues. Vous préférez les chips épicées (reconnaissables aux petites croix vertes), vous aimez un peu moins les chips au paprika moins épicées (avec des points rouges), ceux que vous aimez le moins sont les chips nature trop fades (sans désignation). Mais si vous trouvez sur le marché des chips qui ont un autre goût (ici: apparence différente), vous n'en n'achetez pas ou rarement.

Parents: 2 à 4 parents

Objectif: les enfants doivent manger le plus possible de pommes de terre fraîches de la variété R et peu de chips (pour 1 paquet de chips au moins 30 pommes de terre fraîches). L'argent doit suffire pour un maximum d'aliments. Il peut arriver que vous touchiez à un moment ou un autre un salaire, et donc de l'argent.

Mandat: Envoyez les jeunes acheter toutes les 5 à 10 minutes des pommes de terre et des chips chez les grands distributeurs. Expliquez à vos enfants qu'il est malsain de ne consommer que du fast food (trop de graisse, trop de sel, trop peu de vitamines). Expliquez leur aussi que les chips coûtent trop cher, comparées aux pommes de terre fraîches. Quand vous achetez des pommes de terre, vous satisfaites le besoin suivant: vous préférez les pommes de terre à raclette (variété R, petit goût marqué), la variété farineuse M pour la purée de pommes de terre vous plaît moins. Veillez à ce que vos enfants n'achètent que des pommes de terre de bonne qualité: la variété R doit être rouge et ovale et avoir un calibre précis de 2x3 cm; la variété M doit être blanche et ovale et avoir un calibre précis de 2x4 cm.

Le journal de voyage du goût

Thèmes

Produits agricoles suisses – gastronomie

Disciplines concernées

Français – économie familiale – géographie.

Objectifs

1. Les élèves découvrent quelques spécialités culinaires du monde et de la Suisse.
2. Ils mènent une recherche sur les goûts et l'art culinaire d'ici et d'ailleurs.
3. Ils se donnent pour objectif la découverte d'autres saveurs pendant leurs vacances.
4. Ils partent à la recherche de produits d'autres régions.

Suggestions

Journal de voyage du goût: Concevoir son propre journal de voyage du goût selon les propositions du journal.

Carte des goûts: Etablir en classe une carte des goûts venant de différents pays ou régions. La carte peut correspondre aux pays d'origine des élèves ou aux pays dans lesquels ils sont allés en vacances. Dans lesquels mange-t-on épicé? Dans lesquels ne mange-t-on jamais de porc? Cela a-t-il quelque chose à voir avec la religion ou plutôt avec l'hygiène? Pourquoi, en Allemagne du Nord et en Hollande, mange-t-on du poisson conservé dans du sel?

(👉 document complémentaire)

Bibliographie et liens:

www.das-leer.ch

page d'information de Greenpeace concernant l'état des océans.

700 aliments typiques suisses

Des spécialistes ont analysé quelques 700 produits alimentaires typiquement suisses. Réunis dans une première banque de données, ces résultats doivent servir notamment à mieux comprendre certaines maladies liées à l'alimentation. Cette banque de donnée corrige certaines lacunes des tables internationales où manquent par exemple la composition des röstis.

Pour l'ensemble des produits, sans exception, ces tables donnent la composition en 36 constituants alimentaires. Il s'agit de la teneur énergétique ainsi qu'en eau, protéines, graisses, cholestérol, glucides, fibres alimentaires, alcool, vitamines, sels minéraux et oligo-éléments.

La banque de données suisse trouvera aussi sa place dans l'industrie alimentaire. Jusqu'à présent, la composition des aliment figurant sur les emballages étaient établies à partir des données de pays voisins lorsque des analyses de laboratoire n'étaient pas disponibles.

Ce projet a été réalisé grâce à l'appui des Offices fédéraux de la santé publique (OFSP) et de l'agriculture (OFAG), de l'Ecole polytechnique fédérale (EPF) et de l'industrie alimentaire.

Cette banque de données suisse existera sur CD-rom et en version imprimée. Elle sera disponible auprès de l'ASA vers la fin de l'année.

Contact : 031 385 00 00 ou infp@sve.org

amer & umami

Thèmes

Transformation de la viande

Disciplines concernées

Sciences naturelles

Objectifs

- Les élèves reçoivent des informations sur le goût et sont invités à se familiariser avec le contenu du cahier.
- Ils apprennent à lire de manière sélective.
- Ils apprennent à transformer une bande dessinée en nouvelle.

Suggestions

Faire un concours:

Les élèves lisent l'énigme policière.

- Formuler le problème: devant quelle énigme le commissaire A.RICOT est-il placé? Noter et discuter les idées des élèves.
- Cerner le problème: où pourrait se trouver la solution? Quels thèmes et quelles pages du magazine doivent être pris en considération?
- Lire les pages concernées. Qui trouve la bonne réponse?

(La solution de l'énigme policière se trouve dans le magazine Pick up no. 13 sur la double page 14/15.)

Ecrire une nouvelle:

Les élèves écrivent un texte sur la base de l'énigme policière.

- Ils lisent la bande dessinée et examinent les images.
- Ils notent à l'aide de mots-clefs, ce qui se passe et à quel moment.
- Ils retranscrivent la bande dessinée en une courte nouvelle.