

# Manuel de l'enseignant

## Objectifs du présent numéro

- Donner aux élèves un aperçu de ce qu'est l'Europe, de ses zones climatiques et de son agriculture.
- Fournir des connaissances de base sur l'Union européenne (UE), son histoire, ses structures, sa politique et son importance, de même que le point de vue des paysans de divers pays à ce sujet.
- Donner aux élèves une première idée du marché européen grâce à l'exemple de l'agriculture et de l'industrie alimentaire, ainsi que des principes du marketing et de la publicité, en appliquant ces notions.
- Apprendre aux élèves à utiliser Internet et leur permettre de faire leurs premiers pas en «mind mapping» (mémorisation par schémas) et en création artistique (texte et graphisme).
- Fournir aux enseignants des informations et des idées pour enrichir leurs programmes.

## Ce numéro fournit des idées et des informations sur les matières suivantes:

- Langues: pages 6+7, 11, 12, 14+15
- Langues étrangères: pages 6+7, 8-10
- Géographie: pages 4+5, 8-10, 11, 13, 14+15
- Histoire, instruction civique: pages 6+7, 8-10, 12
- Économie familiale: pages 11, 14+15
- Arts visuels: pages 13, 14+15

**Chaque thème permet de proposer aussi bien des tâches simples que des tâches plus ambitieuses.**

## Diversité européenne

pages

4

5

### Objectifs pédagogiques

- L'élève connaît les pays de l'Union européenne («géographie postale»).
- Il connaît les quatre zones climatiques d'Europe et prend conscience des rapports existant entre le climat, les sols, la topographie et l'agriculture des diverses régions.
- Il fait le lien entre les différences climatiques, la diversité des produits agricoles, les méthodes de production modernes et le commerce international.

### Etapas de l'apprentissage

1. Apprendre les pays de l'UE (situation géographique, nom, sigle).
2. Différencier et décrire les quatre zones climatiques d'Europe en établissant un lien entre ces zones et leurs produits caractéristiques.
3. Reconnaître les liens entre topographie et sol et types de structure agricole (interprétation du graphique).
4. Établir des portraits succincts de l'agriculture de quelques pays de l'UE.
5. Apprendre à connaître les relations entre le climat, la production et le commerce; comprendre pourquoi et par quels moyens les paysans «influencent» ces données.

## Elle est due au climat...

### 1. Les quatre zones climatiques

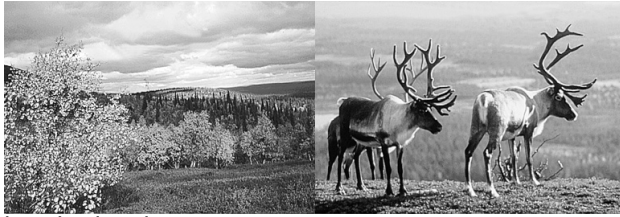
(et les pays de l'UE les plus largement influencés par elles)

- **Le sud méditerranéen** (E, GR, I, P): étés chauds et secs, hivers frais et pluvieux.
- **L'ouest océanique** (B, DK, F, GB, IRL, L, NL): étés et hivers modérés; climat influencé par les grandes masses d'eau, lentes à s'échauffer et à se refroidir.

- **L'est continental** (A, D): étés courts et chauds, hivers longs et froids; les masses continentales se réchauffent et se refroidissent rapidement.
- **Le nord subpolaire** (FIN, S): étés courts et modérément chauds, hivers longs et froids.

(Pages 4 et 5)

**Paires d'images correctes:**



la Finlande et les rennes



la Sicile et les citrons



la Pologne et les céréales



la Bretagne et les artichauts

**2. Les Etats européens et les groupes de produits caractéristiques des pays de l'UE**

(en caractères gras = pays de l'UE)

<b>A Autriche</b>	EE Estonie	<b>IRL Irlande</b>	RO Roumanie
<b>B Belgique</b>	<b>F France</b>	IS Islande	<b>S Suède</b>
BG Bulgarie	<b>FIN Finlande</b>	<b>L Luxembourg</b>	SI Slovaquie
BY Biélorussie	FL Principauté du Liechtenstein	LT Lettonie	SQ Slovaquie
CH Suisse	<b>GB Grande Bretagne, Irlande du Nord</b>	LV Lituanie	TR Turquie
CY Chypre		M Malte	UA Ukraine
CZ République tchèque	<b>GR Grèce</b>	N Norvège	YU Yougoslavie
<b>D Allemagne</b>	H Hongrie	<b>NL Pays-Bas</b>	
<b>DK Danemark</b>	HR Croatie	<b>P Portugal</b>	
<b>E Espagne</b>	<b>I Italie</b>	PL Pologne	

**Produits caractéristiques de certains pays de l'UE**

**Climat méditerranéen**

Riz, agrumes, légumes  
Fruits, légumes, olives, vin

**I**  
**GR et E**

**Climat océanique**

Lait, légumes, fleurs  
Légumes, céréales, fruits, vin  
Porcs, betteraves sucrières

**NL**  
**F**  
**B**

**Climat continental**

Lait, porcs, pommes de terre  
Lait, porcs

**D**  
**A**

**Climat subpolaire**

Lait, céréales

**FIN et S**

**Questions complémentaires**

Demandez aux élèves munis de leur atlas et de leur livre de géographie:

- d'associer climats et produits caractéristiques (voir liste)
- d'indiquer les pays appartenant entièrement à une seule zone climatique et ceux appartenant à plusieurs. Qu'en est-il de la Suisse?
- Les élèves peuvent aussi colorier le tableau en fonction des quatre climats.

► (Pages 4 et 5)

## ...le sol

### 1. Etudier le graphique

Les élèves peuvent travailler à divers niveaux:

- ils peuvent soit formuler leurs observations relatives au graphique («En GB, les exploitations sont grandes», «les exploitations CH sont plus grandes que celles de la GR»),
- soit raconter ce qu'ils ont appris durant leurs vacances à

## ...les paysans

### 1. Les avantages des cultures sous abri

- Les films plastiques, les tunnels ou les serres protègent cultures et ouvriers des intempéries et permettent d'écouler la production à des prix plus avantageux.
- Ces méthodes de culture permettent en effet de diversifier la production des pays à climat relativement frais.
- En rendant les cultures plus ou moins indépendantes du climat, ces méthodes accroissent la sécurité de la production et assurent des récoltes plus régulières.
- La qualité de la production se trouve en outre améliorée grâce à la protection des cultures contre les précipitations.

l'étranger,

- soit interpréter le graphique en puisant dans leur savoir (zones climatiques, sols, topographie, produits principaux, rendements par unité de surface)

### 2. Portrait de l'agriculture d'un pays

**Source d'information possible:** un manuel de géographie

- Leur protection contre le froid permet des récoltes précoces ou tardives et donc de meilleurs prix de vente, ainsi que plusieurs récoltes par saison.
- De plus, en augmentant le volume des récoltes, on parvient à abaisser les coûts de production à l'unité.

Les cultures sous abri ont cependant aussi rendu plus vive la concurrence sur les marchés internationaux de fruits et de légumes et, par conséquent, renforcé la pression sur les prix. Par opposition à cette évolution vers le «tout toujours disponible partout», les produits de haute qualité cultivés en tant qu'exclusivités régionales gagnent en importance, en Suisse surtout.

INTERNET

**L'Europe en chiffres**

[www.europa.eu.int/comm/eurostat](http://www.europa.eu.int/comm/eurostat)

# Unité et Europe

pages

6

7

### Objectifs pédagogiques

- Les élèves ont une idée des traités politiques et économiques européens ainsi que du rôle qu'y joue la Suisse.
- Ils peuvent évaluer le devenir et les structures de l'UE.
- Ils savent dessiner un schéma de mémorisation (mind map).
- Ils prennent conscience de certains comportements relationnels au niveau individuel.

### Étapes de l'apprentissage

1. Comprendre l'importance des traités et des frontières par l'expérience personnelle.
2. Initiation au «mind mapping» (création de schémas de mémorisation)
3. Faire l'apprentissage de l'histoire et du fonctionnement de l'UE; apprendre à structurer et à saisir un texte à l'aide d'un schéma de mémorisation.

### Les schémas de mémorisation

Nous recommandons d'initier les élèves au «mind mapping» à partir d'un exemple simple tiré de leur quotidien (exemple: «fête», dans ce Pickup). Les élèves peuvent composer leur schéma de mémorisation individuellement, sur des feuilles, ou en groupe, sous forme de poster.

### Comment dessiner un schéma de mémorisation

Inscrire le thème au centre d'une feuille A3, p.ex. «L'Europe sur le chemin de l'unité» et l'entourer d'un trait. Dessiner la première branche avec le mot-clé correspondant, p.ex. «Chronique». A partir de cette branche, faire pousser d'autres branches et des rameaux, chacun avec son mot clé. (Au début, il est parfois difficile de trouver des mots-clés précis et concis). Utiliser autant de crayons de couleur que possible, absolument librement. N'utiliser si possible que des substantifs comme mots-clés. Écrire en MAJUSCULES. Éviter les dessins à la règle, les croisements de branches ou de rameaux; éviter aussi qu'il faille tourner la feuille pour pouvoir la lire entièrement.

(Pages 6 et 7)

### Bibliographie

- Le volet agricole des Accords bilatéraux, dépliant de 8 pages à commander auprès de l'Agence AGIR, case postale 128, 1000 Lausanne 6
- Les Accords bilatéraux en bref, mars 2000, brochure de 24 pages à commander à la même adresse

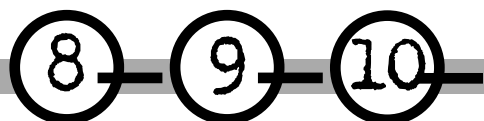
- Accords bilatéraux CH-UE, CD-ROM comprenant tous les textes au complet, s'adresser au Bureau de l'intégration DFAE/DFE, Section Information, tél. 031 322 22 22, fax 031 312 53 17

INTERNET

Informations concernant l'UE: [www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int)  
 Bureau fédéral de l'intégration:  
[www.europa.admin.ch](http://www.europa.admin.ch)

## S'agrandir ou disparaître

pages



### Objectifs pédagogiques

- Donner à l'élève une idée de l'UE et de sa politique agricole à partir de la réalité des exploitations agricoles.
- L'élève apprend à s'entretenir avec des familles paysannes suisses et étrangères dans sa langue maternelle (oralement) et dans une langue étrangère (par écrit) et à réaliser une interview simple.

### Étapes de l'apprentissage

- 1. Lire des interviews réalisés dans trois pays différents et les commenter (oralement ou par écrit) en se référant aux questions posées.
- 2. Réaliser des interviews analogues (oralement) avec des familles paysannes de la région.
- 3. Préparer des interviews analogues (par écrit) en langue étrangère et contacter une famille paysanne d'un autre pays.

### Adresses de familles paysannes pour les interviews

- European Committee for Young Farmers and 4h Clubs, Ernst-Reuter-Platz 3-5, D-10587 Berlin, Germany, tél. +49 -(0)-30-31 80 93 93, fax +49-(0)-30-31 90 42 06, e-mail: [ECYF4HC@t-online.de](mailto:ECYF4HC@t-online.de)

- Schweizerische Landjugendvereinigung, 8315 Lindau, tél. 052 354 97 58, e-mail: [landjugend@ibl.agri.ch](mailto:landjugend@ibl.agri.ch)
- Agence d'information agricole romande, Jordils 3, 1000 Lausanne 6, e-mail: [agir@worldcom.ch](mailto:agir@worldcom.ch)

## Hibernatus 2000 au paradis du yogourt

page



### Objectifs pédagogiques

- L'élève prend conscience de son comportement de consommateur.
- Il apprend les avantages et les inconvénients de la protection aux frontières et de la libre circulation des marchandises.
- Il a un aperçu des achats en ligne et se fait une opinion à leur sujet.

### Étapes de l'apprentissage

- 1. Lire «Hibernatus au paradis du yogourt»; en discuter en classe ou en groupes à partir des questions posées.
- 2. Extension possible: exercice de composition sur le thème de la première question ou composer une variante de l'histoire d'Hibernatus.
- 3. Tester et discuter des achats en ligne.

## ► **Avantages du marché unique**

Sur un plan purement économique, le marché unique de l'UE (= marché sans frontières au sein de l'UE) présente les avantages suivants:

- On estime que le nombre d'emplois créés oscille entre 300 000 et 900 000.
- Les différences de salaire et de prix ont diminué.
- La concurrence accrue a permis une offre plus large et des prix plus bas pour les marchandises et les services.
- Les petites et moyennes entreprises ont appris à défendre leur position dans un grand marché et donc à se préparer à la globalisation des marchés.

**INTERNET**

La place de marché et d'information de l'agriculture: [www.agrigate.ch](http://www.agrigate.ch)

## **Le tourisme commercial Suisse-UE**

Depuis 1990, COOP Suisse étudie le tourisme commercial des Suisses dans les régions frontalières par le biais d'enquêtes menées auprès des ménages. Résultats de l'enquête 1999:

- Les prix sont nettement plus bas dans les pays de l'UE. En 1998, le prix des marchandises suivantes étaient inférieurs aux prix suisses: lait 35 %, viande 44 %, fromage 42 %, beurre 58 %, huiles comestibles 56 %, spiritueux 42 %. Depuis 1996, ces différences ont diminué.
- Près de 47 % des ménages suisses (44 % en 1997) font des achats à l'étranger, 11 % (9 %) au moins une fois par mois et 5 % (5 %) au moins une fois par semaine.
- La valeur totale des importations directes de denrées alimentaires a atteint un sommet l'an dernier avec 1,6 milliard de francs (1990: 0,6 milliard de francs).

# **Les pièges du grojan diquijure**

page

12

### **Objectifs pédagogiques**

- Donner à l'élève un aperçu des textes juridiques.
- Il comprend les particularismes du langage juridique et a un aperçu des domaines d'utilisation et des effets de ce langage.
- Il étudie des textes difficiles sur le mode ludique et apprend à les lire et à les évaluer sans respect exagéré et selon un mode critique.

### **Étapes de l'apprentissage**

- 1 Lire un court texte juridique et en comprendre le sens.
- 2 Décortiquer les textes juridiques sur les plans grammatical et stylistique.
- 3 Débattre de la nécessité et des effets du langage juridique.
- 4 Jouer avec la langue.

## **Tâches supplémentaires concernant «Ne te laisse pas impressionner!»**

**La chasse au lion.** Choisis un des textes et transcris-le en faisant disparaître tous les mots se terminant par «ion»!

**Faire du petit bois.** Prends un texte et réécrit-le en un maximum de phrases contenant un minimum de mots!

**Le grand nettoyage.** Formez des groupes de trois! Armez-vous de courage, choisissez un texte et tracez tous les mots qui vous semblent inutiles! Transcrivez ensuite le résultat! Echangez vos textes et enlevez à nouveau autant de ballast que possible

une seconde et une troisième fois! A la fin, chacun a participé à l'élaboration des trois textes. Le résultat final doit néanmoins conserver un sens.

**Traduire.** Mettez-vous à deux et traduisez un passage en allemand ou en anglais! Sans dictionnaire!

# Un pays sans paysans?

page

13

## Objectif pédagogique

- Les élèves connaissent le terme «agriculture multifonctionnelle» et sa signification.

## Étapes de l'apprentissage

1. Discuter du collage «L'agriculture multifonctionnelle en Suisse»
2. Créer soi-même un collage, chercher et sélectionner des images liées au thème.
3. Discuter des collages.

# Comment vendriez-vous du fromage suisse en Europe?

pages

14

15

## Objectifs pédagogiques

- L'élève connaît la notion de «marché d'exportation» et sa signification.
- Il apprend les règles de base et les opérations de marketing ou de publicité; il est capable de les illustrer à l'aide de ses propres exemples.
- L'exemple du fromage lui fait connaître ce que signifie la qualité d'un produit agricole suisse et quelles sont les habitudes de consommation des habitants d'autres pays.

## Étapes de l'apprentissage

1. Jeter un coup d'œil dans les coulisses du marché des fromages.
2. Acquérir le savoir de base pour pouvoir formuler une offre.
3. S'initier aux habitudes de consommation d'autres pays.
4. Chercher et trouver des idées originales pour atteindre un groupe-cible.
5. Créer une affiche (projet, graphisme, texte, réalisation).

### INTERNET

La CMA a d'excellents résultats dans le domaine de la vente; CMA = Centrale Marketing-Organisation de l'économie agricole allemande. [www.cma.de](http://www.cma.de)

## Adresses

- Agriadress est le répertoire d'adresses importantes de l'agriculture suisse. 42 pages. A commander à l'Agence d'information agricole romande, Jordils 3, 1000 Lausanne 6 tél. 021 613 11 31, fax 021 613 11 30. Prix 10 francs.
- Sur Internet: [www.agri-info.ch](http://www.agri-info.ch) et [www.agriculture.ch](http://www.agriculture.ch) sont des moteurs de recherche de sites et de listes d'adresses agricoles.

## Bibliographie Internet

- «Internet: Que sais-je?» Arnaud Dufour, Presses universitaires de France
- «Internet: Comment faire quand on n'y connaît rien et qu'on veut y arriver tout seul...», Campus Press France-Paris
- «Recherche d'informations sur l'Internet – Outils et méthodes», ADBS Editions, Paris
- L'agriculture suisse sur Internet: vue d'ensemble des sites, brochure à commander au Service romand de vulgarisation agricole (SRVA), case postale 128, 1000 Lausanne 6