

CONSOMMATION RESPONSABLE

Date du cours : ... / ... /

JE DÉCOUVRE

→ **Activité 1 : choisis ton camp ! Es-tu plutôt...**



ou



?



Pour t'aider : être économe, économiser, épargner ≠ être dépensier, faire des folies, jeter l'argent par les fenêtres (expression imagée)

JE COMPRENDS

→ **Activité 2 : regarde le début de la vidéo et complète les bulles.**

Je m'appelle Alex,
j'____ ans.
Aujourd'hui, je
vais _____



Mais j'ai un petit problème :

- Je déteste faire du shopping.
- Rien ne me plaît dans le magasin.
- Je n'ai pas assez d'argent pour tout acheter.

Je vais devoir faire des choix !

→ **Activité 3 :**

a. Regarde la suite de la vidéo et remets les lettres dans l'ordre pour retrouver les 3 grands critères qui influencent les choix d'Alex.

XIRP

RAMQUES

BLALES

SSE VENISE

Le

Les

Les

et

b. Associe chaque affirmation à un critère de l'activité a.



Alex aime porter des vêtements qui lui donnent le sentiment d'être cool.

Alex a du mal à choisir entre deux sweats et voudrait acheter les deux.

Alex est tenté par les promotions.

→ **Activité 4 : écoutez à nouveau la vidéo et aidez Alex à séparer le vrai du faux.**

	✓	✗
En général, un produit plus cher est de meilleure qualité.		
Une promotion n'est pas toujours une bonne affaire.		
Un vêtement de marque est toujours de bonne qualité.		
Les labels nous informent sur les qualités d'un produit.		
Si on achète sans réfléchir, on peut rapidement ne plus avoir d'argent.		

JE RÉVISE

→ **Activité 5 : en t'aidant des mots proposés, note sur le pense-bête les conseils donnés dans la vidéo.**



Pour t'aider : dans la vidéo, différents moyens sont utilisés pour donner des conseils ou des directives : Il faut + *infinitif* / Il doit + *infinitif* / Il vaut mieux + *infinitif* / Ne laissez pas...



À vous !

→ **Activité 6 : quel(le) consommateur/consommatrice êtes-vous ? Cigale ou fourmi ? Êtes-vous influencés par la publicité ? Attendez-vous les soldes pour faire vos achats ?**

- En petits groupes, imaginez un questionnaire pour tester et définir des profils de consommateurs.
- Rédigez les portraits-types des consommateurs « Cigale » (dépensier) et « fourmi » (économe).
- Dressez une liste de conseils pour chaque profil.