

Shoppers leaving unwanted plastic packaging

Ce reportage aborde la question de l'utilisation d'emballages plastiques parfois inutiles dans les supermarchés. Une association irlandaise, *Sick of Plastic*, a organisé une journée d'action dans les supermarchés afin d'inciter les clients et les supermarchés à réduire l'utilisation des emballages plastiques. Cette initiative a reçu un certain succès puisque certains supermarchés ont décidé de poursuivre l'action.

Transcript

TV Host: Shoppers round the country have been leaving unwanted plastic packaging at their local supermarkets. The "Shop and drop" day of action was organized by a campaign called *Sick of Plastic*.

Voice-over (journalist): Taking a stand against plastic.

Volunteer, Sick of Plastic Campaign: We're trying to encourage people to ditch the plastic and sort plastic today.

Shopper: Oh yes!

Voice-over (journalist): Today shoppers were being asked to leave unwanted plastic packaging behind the checkout.

Mindy O'Brien (Volunteer, Sick of Plastic Campaign): In my view we don't need a lot of this plastic packaging. We want to send the message up to the manufacturers up to the people who actually put this stuff together, ask them to reduce this amount of plastic packaging and also lots of this plastic packaging is not recyclable.

Voice-over (journalist): It's an idea many shoppers took to straight away.

Shopper #1: I think it's fantastic. We don't need it. We're just taking it from one bag into the other and throwing it into the bin again. So, I think it's great!

Shopper #2: I've always tried to avoid plastic as much as possible. It's practically impossible to do so. So I'm more than happy to support anybody who will do away with it.

Shopper #3: I totally agree with it because I think there's far too much plastic.

Voice-over (journalist): Over 300 million tons of plastics produced globally each year, only about 10% of that is recycled. *Repak* says its members welcome anything that improves awareness of recycling plastic.

Séamus Clancy (CEO, Repak): We're recycling 34% of plastic today against an EU target of 22.5%. Since *Repak* was founded in 1997, we've already recycled a million tons of plastic.

Journalist: *Supervalu* says many of its stores are accepting plastic packaging for today's protest. But this store has decided to continue on the initiative and says it will be keeping these bins here from now on.

Voice-over (journalist): It's also now using biodegradable bags for fruit and veg.

Helen Donohue, RTÉ News.

Objectifs et démarche pédagogique

Liens avec les programmes

- Seconde
 - Visions d'avenir : créations et adaptations.
- Cycle terminal
 - L'idée de progrès

- Post-bac
 - *How can we all contribute to the reduction of the use of plastic?*

Contenu lexical

- L'environnement : *unwanted plastic packaging, sort plastic, reduce this plastic packaging, recyclable, recycled, recycling, excepting plastic packaging, biodegradable.*
- L'économie et la consommation : *shoppers, supermarkets, shop, manufacturers, store.*
- La contestation : *unwanted, day of action, a campaign, taking a stand, send the message, improve awareness, initiative, protest.*
- Les données chiffrées : *10%, 34%, 22.5% (pourcentages), 1997 (date), 300 million (cardinaux).*

Étude de la langue

➤ Lexique et stratégies de compréhension

- Les mots transparents : *plastic, recycle, campaign, message, manufacturers, action, initiative, protest.*
- L'accentuation des mots porteurs de sens : *unwanted, packaging, campaign, plastic, behind, reduce, fantastic, more than happy, support, recycled, improves.*
- L'accentuation des données chiffrées.

➤ Phonologie

- L'accentuation des mots de deux syllabes : *plastic, action, shoppers, message, protest, MAIS campaign, reduce.*

➤ Grammaire/Structures

- La forme en *BE + V-ing* et ses valeurs : *we're trying, we're recycling, its stores are excepting, we're just taking, it's now using, have been leaving, will be keeping.*

Démarche proposée

A. ANTICIPATION

- Objectif : Émettre des hypothèses sur le contenu de la vidéo à partir de l'image figée.
 - On proposera aux élèves d'anticiper le contenu du reportage à partir de l'image figée proposée. Cette partie permettra également de rebrasser et/ou de mettre en place du vocabulaire autour du thème du document. On insistera sur l'observation de l'environnement (*supermarket, shopping, shoppers*) mais aussi sur la poubelle au premier plan qui semble orienter le sens du document vers le tri sélectif. On s'interrogera alors sur le lien entre environnement, tri sélectif et supermarché.

B. COMPRÉHENSION GLOBALE

- Objectif : confirmer ou infirmer les hypothèses. Comprendre l'essentiel du document.
 - On proposera aux élèves pour le premier visionnage de découvrir la vidéo sans le son. Ce visionnage permettra donc aux élèves de vérifier les hypothèses émises lors de la phase d'anticipation, d'émettre de nouvelles hypothèses et surtout d'apprendre à faire des liens logiques et essentiels entre des éléments repérés afin de donner du sens aux relevés qu'ils font. On leur précisera de concentrer leur attention sur les lieux, les objets et enfin les personnes (en particulier leurs faits et gestes) qui apparaissent à l'écran.
 - Pour que l'activité prenne tout son sens, on pourrait ici préciser aux élèves de ne pas prendre de notes lors du visionnage (car les noms et statuts des personnes apparaissent). Il est également important de ne passer la vidéo qu'une seule fois.
 - On laissera ensuite quelques minutes aux élèves pour qu'ils notent les éléments repérés puis on fera faire des liens parmi les mots et idées notés au tableau, certains marqués d'un point d'interrogation s'ils font encore l'objet d'incertitude ou de désaccord dans la classe.

CECRL

Peut identifier l'élément principal de nouvelles télévisées sur un événement, un accident, etc., si le commentaire est accompagné d'un support visuel. – **Écouter, A2**

C. COMPRÉHENSION DÉTAILLÉE

- 1. a. Repérer et traiter les informations correspondant à l'initiative décrite dans le reportage ainsi que les personnes concernées par cette action.
 - On demandera aux élèves de se concentrer sur les termes en rapport avec les hypothèses émises à l'étape précédente, soit le recyclage, le plastique, les supermarchés, la protestation.
- 1. b. Construire du sens à partir des repérages.
 - À partir des éléments relevés, on demandera aux élèves de formuler des phrases qui exprimeront avec plus de précision que dans la première phase de repérage l'initiative mise en place dans les supermarchés irlandais.
- 2. a. Repérer l'accueil reçu par cette initiative et son objectif.
 - On demandera aux élèves de se concentrer sur les témoignages et réactions des trois clientes et du PDG de Repak : les réactions des clientes et leur accueil de l'action ; les chiffres et pourcentages donnés par le PDG à associer à un événement. On incitera aussi les élèves à prendre en note les commentaires de la journaliste.
- 2. b. Construire du sens à partir des repérages.
 - On utilisera les relevés effectués pour faire exprimer aux élèves l'engouement suscité par cette action à tous les niveaux (tant chez les consommateurs que chez les acteurs de la protection de l'environnement).
- 3. a. Repérer l'impact à long terme de cette initiative.
 - On demandera aux élèves de se concentrer sur toute la fin du reportage et de relever deux éléments spécifiques à *Supervalu*.
- 3. b. Construire du sens à partir des repérages.
 - On attendra des élèves qu'ils fassent le lien avec les remarques précédentes sur la réussite du projet. La volonté du supermarché de prolonger l'action et d'utiliser des emballages biodégradables sont la preuve d'une sensibilisation réussie auprès de certains acteurs de l'économie.

Peut comprendre les points principaux des programmes télévisés sur des sujets familiers si la langue est assez clairement articulée. – **Écouter, B1**



Peut comprendre la plupart des journaux et des magazines télévisés en langue standard. Peut repérer les points principaux d'une argumentation ou d'un débat sur l'actualité ou les affaires en cours. – **Écouter, B2**

D. RÉACTION ET INTERPRÉTATION


- On incitera les élèves à réagir sur l'utilisation du plastique dans la vie de tous les jours. On pourra leur demander de réfléchir à leurs propres habitudes de consommation et faire un bilan ou un portrait de leur classe.
- On pourra également leur demander s'ils seraient prêts à s'investir dans une action ponctuelle de ce type dans leur supermarché local. Pourquoi ou pourquoi pas ?

E. SUGGESTION DE TÂCHES COMMUNICATIVES OU PROJETS

- Seconde

	Créez au sein de votre classe une campagne pour <i>Sick of Plastic</i> pour une future opération. Cette campagne sera composée de posters différents destinés à promouvoir l'action.
	Vous interviewez le gérant de <i>Supervalu</i> qui a décidé de poursuivre l'opération de réduction de l'utilisation des emballages plastiques. Dans cette interview, il explique ses motivations et les raisons qui l'ont poussé à poursuivre l'opération.

- Cycle terminal / Post-bac

	Séjournant en Irlande dans une famille d'accueil, vous décidez de prendre part à la campagne <i>Sick of Plastic</i> . Vous participez à une réflexion qui a pour but de mettre en place une nouvelle action. En groupes de trois, discutez d'une action possible et détaillez-la : à quel endroit ? Quel type de plastique ? Quelles personnes sont ciblées ? (adultes ? familles ? adolescents ? enfants ?) Vous présenterez ensuite ces actions à la classe qui votera pour les trois meilleures actions (selon des critères fixés par la classe et le professeur : la plus réaliste/réalisable / la plus originale / la plus efficace...).
---	---

Peut résumer avec une certaine assurance une source d'informations factuelles sur des sujets familiers courants et non courants dans son domaine, en faire le rapport et donner son opinion. – **Écrire, B1**

Peut intégrer des illustrations, des photos ainsi que des textes courts à un rapport ou une affiche de présentation. – **Écrire, B1**

Peut utiliser un questionnaire préparé pour conduire un entretien structuré, avec quelques questions spontanées complémentaires. – **Interviewer et être interviewé, B1**

Peut s'impliquer dans une conversation d'une certaine longueur sur la plupart des sujets d'intérêt général en y participant réellement. – **Prendre part à une conversation, B2**

Peut transmettre différents degrés d'émotion et souligner ce qui est important pour lui/elle dans un événement ou une expérience. – **Prendre part à une conversation, B2**

Corrigé des activités

B. Overall comprehension

1. Watch the report with no sound, focus on the images and fill in the chart.

Places	Objects	People	Actions
a supermarket / a store the checkout a sorting centre / a recycling plant	packaging plastic bags a bin millions of plastic bottles (recycling centre) fruit and vegetables	young girls a woman (volunteer) shoppers / 3 women a man (in the recycling plant) the journalist	taking a stand / taking pictures leafleting throwing plastic away / unpacking getting rid of plastic packaging recycling

2. Using the elements you have reported, explain briefly what you think the report is about. Make connections between the different elements to give meaning to what you watched.

The report takes place in a supermarket. It is about protesting, raising awareness because there were two girls outside, one was disguised with plastic bags and plastic bottles. It deals with plastic and packaging. I could see people unpacking their shopping at the check out. A man was also interviewed. He is probably the head of a recycling plant. He probably says that people should recycle their plastic bottles.

C. Detailed comprehension

1. a. Now watch the report with the sound. Focus on the actions that are described, the terms in relation with the idea of recycling and the people concerned.

Actions	People
shop and drop unwanted plastic packaging behind campaign "Sick of plastic" take a stand against plastic recycling plastic excepting plastic packaging protest	shoppers at local supermarkets manufacturers people

b. Using the elements you have reported, complete your description of the report and give a more accurate overview of it.

The report deals with a campaign in supermarkets against plastic packaging. This campaign is called *Sick of Plastic*. The action is called *Shop and Drop*: people have to unpack their purchases at the checkout and put the plastic packaging in a special bin. People want to raise awareness and encourage people that is to say shoppers but also manufacturers to reduce the use of plastic packaging.

COMPREHENSION DE L'ORAL LV1

“Shoppers leaving unwanted plastic bags”

Remarque : La grille ci-dessous n'est pas un corrigé exhaustif. Il s'agit de mettre en avant les éléments clés attendus. Cette grille sera ensuite mise en relation avec les comptes-rendus des élèves pour y repérer lesdits éléments clés et permettra de placer l'élève dans un palier de la grille.

	LV1	LV2
<p><i>Le candidat n'a pas compris le document. Il n'en a repéré que des mots isolés, sans parvenir à établir de liens entre eux. Il n'a pas identifié le sujet ou thème du document.</i></p> <p>Compte-rendu basé essentiellement sur l'invention et l'extrapolation sans cohérence malgré quelques mots correctement relevés.</p>	02 / 20	04 / 20
<p>A1 - <i>Le candidat est parvenu à relever des mots isolés, des expressions courantes, et à les mettre en relation pour construire une amorce de compréhension du document. Le candidat a compris seulement les phrases/les idées les plus simples.</i></p> <p>Mots transparents relevés mais des contre-sens nombreux (relevé essentiellement composé de termes transparents mais sans construction de sens ou surinterprétation ou trop nombreuses mises en relation erronées).</p>	06 / 20	08 / 20
<p>A2 - <i>Certaines informations ont été comprises mais le relevé est incomplet, conduisant à une compréhension encore lacunaire ou partielle.</i></p> <p>Repérage du contexte (repérage de <i>action, Sick of Plastic, reduce</i>) Repérage du lieu erroné (action dans un supermarché spécifique) Repérage du public concerné (les gens au supermarché) La notion de protection de l'environnement, la réduction de l'utilisation de sacs plastique et l'utilisation de sacs biodégradables sont explicitées. Les témoignages ne sont pas toujours correctement identifiés (notamment celui de la deuxième femme ; <i>practically impossible, anybody</i> ainsi que le ton qu'elle emploie ont mis le candidat sur une mauvaise piste). Les données chiffrées relevées ne sont pas toujours exactes. La conclusion du reportage est mal interprétée (confusion <i>excepting/accepting</i> qui donne lieu à un contresens).</p>	10 / 20	14 / 20
<p>B1 - <i>Les informations principales ont été relevées. L'essentiel a été compris. Compréhension satisfaisante.</i></p> <p>Le contexte général est compris plus finement (<i>around the country</i> ou <i>supermarkets</i> au pluriel relevés). L'action menée est explicitée plus précisément (enlever le plastique autour des aliments). Les opinions des trois femmes sont comprises (toutes en faveur de l'action). Les données chiffrées sont généralement bien relevées mais certaines sont encore mal comprises / mal interprétées (mise en relation erronée de 22,5 % et 34 % par exemple).</p>	16 / 20	20 / 20
<p>B2 - <i>Des détails significatifs du document ont été relevés et restitués conformément à sa logique interne. Le contenu informatif a été compris, ainsi que l'attitude du locuteur (ton, humour, points de vue, etc.). Compréhension fine.</i></p> <p>Les mêmes repérages et mises en relation qu'en B1 + au moins 2 éléments de la liste :</p> <p>Les données chiffrées sont bien relevées et généralement bien interprétées même si quelques précisions sont encore non perçues (<i>EU target</i> encore peu précis). Les opinions des trois femmes sont comprises et les arguments sont suffisamment explicités. Le candidat a compris le recentrage sur un supermarché plus spécifique à la fin du reportage : au moins une des spécificités du supermarché est perçue (<i>biodegradable bags</i> ou <i>continue the initiative</i>).</p>	20 / 20	

Séquence 10 Shoppers leaving unwanted plastic packaging

Nom :	Classe :	Date :
--------------	-----------------	---------------

A. Anticipation

Using the screen capture from the video, guess what the video might deal with. Focus on the place you can see in the background, the people you see and the object in the foreground.

B. Overall comprehension

1. Watch the report with no sound, focus on the images and fill in the chart.

Places	Objects	People	Actions

2. Using the elements you have reported, explain briefly what you think the report is about. Make connections between the different elements to give meaning to what you watched.

.....

.....

.....

.....

C. Detailed comprehension

1. a. Now watch the report with the sound. Focus on the actions that are described, the terms in relation with the idea of recycling and the people concerned.

Actions	People

b. Using the elements you have reported, complete your description of the report and give a more accurate overview of it.

.....

.....

.....

.....

2. a. Focus on the shoppers who are interviewed and say if they are supporting the initiative. Pick out words and expressions they use to show their opinion and focus on figures and statistics given by the man.

	Shoppers	Repak
Information from the journalist		
Information / reactions from the shoppers and from Repak		

Nom :

Classe :

Date :

b. Using the information you have reported, comment on people's reactions to the initiative.

.....

.....

.....

.....

3. a. Find two specific elements about the supermarket in which the report was filmed.

.....

.....

.....

.....

b. Explain what this shows about the action led by Sick of Plastic.

.....

.....

.....

.....

D. Reactions

Do you pay particular attention to your use of plastic in your everyday life? Question your classmates and draw a portrait of your class as plastic consumers. Then draw conclusions.

Would you be ready to get involved in any action aimed at protecting the environment on a local level? Why or why not?

E. Projects

► *Seconde*



With your class, create a campaign for *Sick of Plastic* for one of their future initiatives (that you may find on their website). This campaign will be made of different posters the aim of which is to promote and explain the initiative.



You are interviewing the manager of the *Supervalu* chain who has decided to continue the action to reduce the use of plastic packaging in his store. In this interview, he explains his motivation and the reasons which encouraged him to continue the action.

► *Cycle terminal / Post-bac*



You are staying in an Irish family involved in protecting the environment and you decide to take part in the *Sick of Plastic* campaign with them. Attending a meeting, you take part in a reflection the aim of which is to set up a new action. In groups (three students), discuss a possible new initiative and give some precise details about it: where will it take place? What type of plastic will be targeted? What kind of people will be concerned by the action? (Adults? Parents? Families? Teenagers? Children?)

You will then present your action to the class and they will vote for the three best suggestions (criteria will be set up with the teacher: the most realistic, the easiest to set up, the most original, the most effective).