

Que l'on se trouve en Afrique, en Asie, en Europe ou en Amérique, on boit du Coca-Cola, on mâche des chewing-gums, on consulte Google sur Internet, on connaît Madonna, et des films comme Titanic ou Avatar ont un succès planétaire. Mais si, avec la mondialisation, certaines pratiques culturelles se généralisent, cela ne signifie pas la fin de la diversité. Au contraire, chaque société reçoit et adapte de manière originale cette culture mondiale.

Comment la diversité culturelle évolue-t-elle dans le contexte de la mondialisation ?

### **Séance 1** : Géographie des goûts alimentaires

#### Capacités mises en œuvre :

- Décrire et caractériser une situation géographique
- Produire un raisonnement relatif à la situation étudiée.

FRITES, NEMS, KEBAB, SUSHI, HAMBURGER, PIZZA sont autant de plats que l'on retrouve dans le monde entier. Ils sont produits de manière industrielle par des entreprises telles que MacDonal'd's, Coca-Cola, ou Nestlé, etc. Ils font partie de la culture mondiale au même titre que certains monuments, films ou symboles. Mais si ces produits sont aujourd'hui consommés dans la plupart des pays du globe, leurs goûts ne sont pas pour autant perçus partout de la même manière et la diversité des pratiques alimentaires demeure.

Comment les goûts alimentaires relèvent-ils à la fois de la culture mondiale et des habitudes locales ?

Supports : livre p 146-147 + blog

### **I – Analyse des documents :**

Accroche : Photos de Menzel sur les goûts alimentaires (voir blog)

Peter Menzel est un reporter photo californien. En 2005, il se fait remarquer avec la sortie du livre "Hungry Planet", une introspection culinaire plus ou moins appétissante pour en savoir plus sur nos modes de consommation. 5 ans plus tard, Peter récidive avec un nouvel ouvrage "What I Eat".

- 1) Comment la même pizza s'adapte-t-elle aux spécialités alimentaires de chaque pays ? (doc. 2)
  - La pizza s'adapte aux spécialités alimentaires des pays en faisant varier, à la fois, la composition de la pâte (fourrée ou non, au fromage, à la viande, à la patate douce...) et celle de la garniture (viande ou fruits de mer, salé ou sucré-salé, avec ou sans fromage).
- 2) Peut-on dire que la pizza est un plat « mondial » ? Pourquoi ? (docs 2 et 3)
  - La pizza peut être qualifiée de plat mondial, car elle est fabriquée et consommée partout dans le monde, c'est un des « 5 best-sellers » mondiaux. De plus, ses ingrédients sont adaptés aux goûts des consommateurs et ne ressemblent parfois plus à la pizza italienne.
- 3) À partir de la carte, reportez dans un tableau à double entrée les saveurs préférées suivant les continents. (doc. 1)
  - UMAMI est aujourd'hui la 5<sup>ème</sup> saveur après le salé, le sucré, l'acide et l'amer.

➤ On la retrouve en goûtant notamment les bouillons d’algue, le kombu, les viandes, les fromages, les champignons ou certains thés. Plus généralement, c’est une saveur présente dans l’ensemble des cuisines asiatiques.

Saveurs Continents	Acide	Amer	Sucré	Salé	Umami
<b>Amérique du nord</b>	X		X		
<b>Amérique centrale</b>		X		X	
<b>Europe</b>	X			X	
<b>Afrique</b>			X	X	
<b>Australie</b>			X		
<b>Asie</b>	X	X			X

4) Depuis quand les goûts circulent-ils d’un pays, voire d’un continent à un autre ? (doc. 3)

➤ Les goûts circulent depuis l’Antiquité.

5) Peut-on parler d’une mondialisation totale des saveurs ? Pourquoi ? (docs 1 et 3)

➤ On ne peut pas parler d’une mondialisation totale des saveurs, car toutes ne sont pas présentes sur tous les territoires. L’Umami n’existe, par exemple, qu’en Asie du Sud-Est (doc. 1). Et certains territoires sont exclus de la mondialisation des goûts alimentaires : les lieux en dehors des lieux de brassage, les territoires trop pauvres ou encore les lieux où les interdits alimentaires sont puissants (doc. 3).

6) Décrivez la scène. Quels sont les éléments qui illustrent les habitudes alimentaires locales ? (doc. 4)

➤ Cette photographie représente un marché flottant en Thaïlande. Les deux barques du premier plan sont occupées par des femmes qui vendent de la nourriture à emporter. Il semble que ce soit des bananes (fraîches et frites) ainsi que des plats préparés. La photo illustre ainsi l’habitude d’acheter de la nourriture à emporter ou à manger sur le pouce à l’occasion du marché.

## **II – Synthèse :**

Montrez en quoi ce que l’on mange participe de l’émergence d’une culture mondiale, mais-reste fortement marqué par les pratiques régionales.

Dans presque tous les pays de la planète, on peut manger certains plats comme pizzas, hamburgers ou sushis, et l’on peut les consommer dans des enseignes de restauration rapide. Ces généralisations de certains produits et de certaines pratiques alimentaires participent à la mondialisation culturelle. Cependant, même si l’on a la possibilité de consommer ces plats internationaux, chaque région conserve ses saveurs préférées, ses modalités de faire la cuisine, ses manières de table et ses plats locaux.