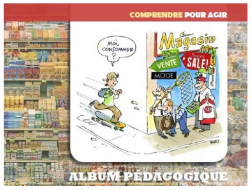
- 10e

Géographie 10e (final) - RN 10bF Références des Infos-sources

Ressources numériques

RN10bF – COMPRENDRE POUR AGIR : LA CONSOMMATION RESPONSABLE



Type documentaire : 🌐
Source : Réseau In-Terre-Actif
Liens PER : SHS 31
Utilisateur final : Enseignants
Mots clé : Géographie, production, consommation, produit industriel, consommateur, société de consommation, agir

Le réseau In-Terre-Actif se définit comme une ressource pédagogique au service d'une citoyenneté et d'une solidarité mondiales. Le lien renvoie vers l'album : « Comprendre pour agir : la consommation responsable », accompagné d'un guide de l'enseignant. « Avec cet album, les élèves se familiariseront avec différentes facettes de la consommation : raisons pour lesquelles nous consommons, marche à suivre pour faire des choix plus éclairés, provenance de la marchandise et conditions dans lesquelles elle est fabriquée, cycle de vie des objets,… » (Tiré du site)

RN10bF – NOËL: LES TECHNIQUES DU MARKETING POUR NOUS FAIRE ACHETER



Type documentaire : 🌐
Source : Fémina
Liens PER : SHS 31
Utilisateur final : Enseignants
Mots clé : Géographie, production, consommation, produit industriel, consommateur, société de consommation, marketing

Noël: les techniques du marketing pour nous faire acheter, article de 2017 sur Fémina, qui décrypte « Comment et par quelles techniques la publicité nous donne-t-elle envie d'acquérir le nouvel iPhone, une paire de Levi's 501 ou une machine à thé pour les fêtes de fin d'année ». (Tiré du site).

RN10bF – LA FOLIE DU BLACK FRIDAY GAGNE DÉSORMAIS LA SUISSE



Type documentaire : 🌐
Source : Tribune de Genève / Le Temps
Liens PER : SHS 31
Utilisateur final : Enseignants
Mots clé : Géographie, production, consommation, produit industriel, consommateur, société de consommation, soldes
Ressource liée : article présentant les dépenses lors du « single day »

La folie du Black Friday gagne désormais la Suisse, article de 2016 sur la Tribune de Genève qui indique que de nombreuses enseignes en Suisse se lancent dans les grandes soldes à l'américaine qui suivent Thanksgiving.

La ressource liée présente un article du Temps de 2019 : Les Chinois ont dépensé 1 milliard en 68 secondes sur Alibaba. Il présente les affaires réalisées par Alibaba et les autres groupes chinois de commerce électronique lors des soldes proposées pour la « fête des célibataires ».

Sommaire

RN10bF – LA CAMPAGNE ANTI-CONTREFAÇON DU COMITÉ COLBERT



Type documentaire : 🌐
Source : l'Express
Liens PER : SHS 31
Utilisateur final : Enseignants
Mots clé : Géographie, production, consommation, produit industriel, consommateur, société de consommation, contrefaçon, campagne

La campagne anti-contrefaçon du *Comité Colbert*, article de 2010 sur l'Express, qui présente les visuels de la campagne du Comité Colbert (porte-parole de 75 maisons de luxe françaises) pour lutter contre ce qu'il estime être une "barbarie".

RN10bF – ALERTE AUX FAUX MÉDICAMENTS



Type documentaire : 🌐
Source : Le Parisien
Liens PER : SHS 31
Utilisateur final : Enseignants
Mots clé : Géographie, production, consommation, produit industriel, consommateur, société de consommation, contrefaçon, médicaments

Alerte aux faux médicaments, article de 2016 du Parisien, qui contient notamment la carte originale sur la contrefaçon de faux médicaments, tirée d'une enquête menée par le média

RN10bF – LE COTON



Type documentaire : 🌐
Source : Le Parisien
Liens PER : SHS 31
Utilisateur final : Enseignants
Mots clé : Géographie, production, consommation, produit industriel, consommateur, société de consommation, impact

Informations générales sur la culture de coton. Il est à noter que certaines données chiffrées (statistiques) varient en fonction de la source retenue et des données prises en compte.

RN10bF – L'EFFONDREMENT DU RANA PLAZA, SYMBOLE DES ABUS DE LA FAST FASHION



Type documentaire : 🌐
Source : L'Express
Liens PER : SHS 31
Utilisateur final : Enseignants
Mots clé : Géographie, production, consommation, produit industriel, consommateur, société de consommation

L'effondrement du Rana Plaza, symbole des abus de la fast fashion, article de l'Express, qui indique que ce drame a aidé à « la prise de conscience des consommateurs occidentaux des limites de la fast fashion (produire loin à bas coût des vêtements si bon marché et parfois de si piètre qualité qu'ils sont perçus comme "jetables"). » (Tiré du site).