

Diagonales : De l'influence du hamburger sur les programmes scolaires

28-07-2014

Au début des années 80, le Quarter Pounder est aux Etats-Unis le hamburger vedette de McDonald's. Comme son nom l'indique, il comporte $\frac{1}{4}$ de livre de viande. La chaîne de fast-food A&W, rivale de McDonald's, décide de lui faire concurrence en lançant au même prix un hamburger offrant $\frac{1}{3}$ de livre de viande. Une campagne de publicité massive souligne que pour le même prix on a $\frac{1}{3}$ de livre de viande chez A&W contre $\frac{1}{4}$ de livre chez McDonald's. Le lancement du nouveau hamburger est un échec. Lorsqu'elles analysent les causes de cet échec, les équipes marketing découvrent que c'est parce que les clients d'A&W sont majoritairement convaincus que $\frac{1}{4}$ est supérieur à $\frac{1}{3}$, puisque 4 est supérieur à 3 !

Quelques années plus tard, le gouvernement américain lance la réforme du "calcul", un programme visant à rapprocher l'enseignement de l'arithmétique des préoccupations de la vie quotidienne. In carne veritas !

Jean-Jacques
Salomon

jjsalomon@oomark.com