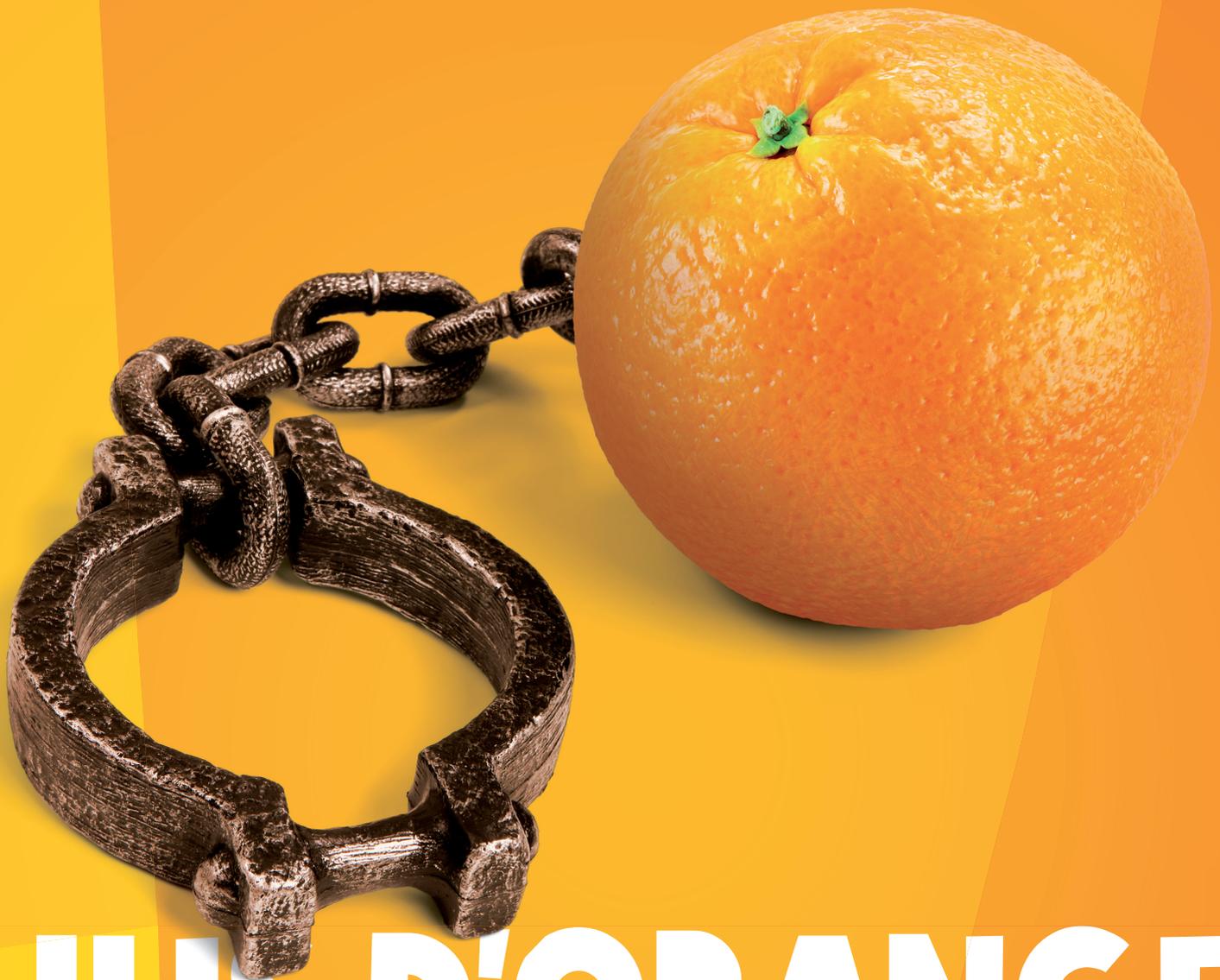


2014-2015

**DOSSIER DE CAMPAGNE
POUR LES JM-OXFAM**



JUS D'ORANGE

**NE LAISSONS PAS UNE POIGNÉE
DE MULTINATIONALES DÉCIDER
DES RÈGLES DU JUS**



OXFAM

Magasins du monde

COMPRENDRE ET EXPLIQUER LA CAMPAGNE JUS D'ORANGE

FICHE
INFO

1



La majorité du jus d'orange que nous buvons en Europe vient du Brésil. Alors que cette industrie génère des milliards de dollars, beaucoup de producteurs d'oranges brésiliens arrêtent la production. **Comment expliquer cela ?**

RÉSUMER LA CAMPAGNE EN 3 MINUTES



SITUATION :

Au Brésil, les cultivateurs d'oranges sont confrontés à des prix qui ne leur permettent plus de vivre décemment. Les conditions de travail des producteurs et des cueilleurs saisonniers sont très mauvaises.



POURQUOI ?

Seules 3 entreprises possèdent presque toutes les usines de transformation des oranges en jus. Elles se sont mises d'accord à 3 pour payer un même prix, très bas, aux producteurs d'oranges. Comme il n'y a plus vraiment d'autres entreprises acheteuses, les producteurs sont obligés d'accepter leurs conditions. Tant pis s'ils s'endettent et doivent finalement revendre leur terre et sous-payer les cueilleurs.



QUE FAIRE ?

- Demander à nos politiques de dénoncer l'entente illégale entre ces 3 entreprises, notamment via la pétition sur www.pressescommedesoranges.be
- Acheter du jus de fruit équitable pour soutenir des producteurs qui cherchent à vendre leur jus à un prix juste et donc sans passer par les 3 géants.

AU NIVEAU ÉCONOMIQUE

Comme la majorité des oranges du monde passe par elles, les 3 multinationales manipulent la formation du prix de l'orange sur les marchés internationaux. Elles le maintiennent artificiellement bas pendant la période de récolte, c'est-à-dire quand les producteurs leur vendent des oranges.

LOBBYING

CONTRÔLE DE LA BOURSE ET FIXATION DES PRIX INTERNATIONAUX

AU NIVEAU POLITIQUE

Des lois existent au Brésil et en Europe pour éviter que des entreprises n'aient un pouvoir trop énorme (cartel). Ces lois ne sont pas utilisées dans le cas du jus. Les multinationales exercent une pression sur les politiques pour éviter cela.

PEU D'ALTERNATIVES

LES CONSOMMATEURS

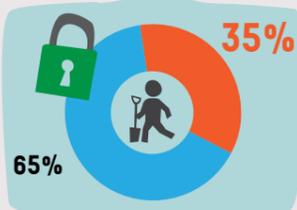
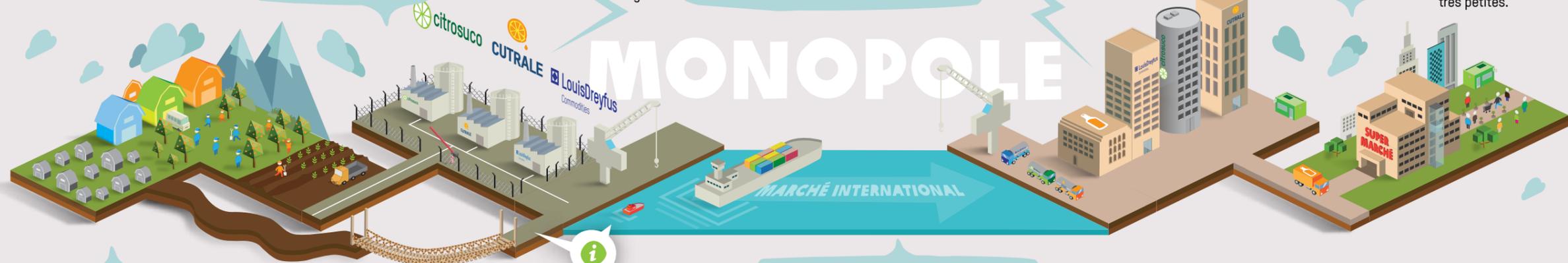
Malgré le nombre de marques en magasin, la provenance du jus d'orange est généralement la même. Les alternatives telles que le Commerce Équitable représentent des quantités très petites.

LE PRESSAGE

Les 3 multinationales possèdent 80% des usines qui transforment les oranges en jus dans le monde.

CONTRÔLE DE LA TRANSFORMATION

MONOPOLE



LA PRODUCTION

35% des orangeries sont directement contrôlée par 3 multinationales : Citrusuco, Cutrale et Louis Dreyfus. Les cueilleurs d'oranges ont souvent de très mauvaises conditions de travail. On parle même de travail forcé.

Dans les autres orangeries, les propriétaires/producteurs d'oranges luttent pour continuer malgré le faible prix payé par les 3 multinationales pour acheter leur récolte. Avec des prix si bas, beaucoup ont dû s'endetter puis finalement revendre leurs terres et chercher un autre travail. Ceux qui continuent ont des difficultés et n'arrivent pas à payer un salaire décent aux cueilleurs qu'ils engagent.

L'ALTERNATIVE DU COMMERCE ÉQUITABLE

Outre la garantie d'un prix réellement rémunérateur pour les producteurs, le Commerce Équitable veille au renforcement des méthodes de production et du pouvoir de négociation vis-à-vis des autres acteurs de la filière du jus.

CONTRÔLE DU TRANSPORT ET CONTRÔLE DU CONDITIONNEMENT

LE TRANSPORT ET LA MISE EN BOUTEILLE

Les 3 multinationales possèdent elles-mêmes les bateaux adaptés, les lieux de stockage dans les ports et les usines de mise en bouteille. Elles ont même racheté certaines usines d'embouteillage de Coca-Cola, Pepsico, etc à qui elles revendaient leur jus. Bref, elles sont incontournables pour vendre ou acheter du jus.

LA SITUATION DES PRODUCTEURS ET CUEILLEURS D'ORANGES BRÉSILIENS

Porter des sacs de 20 à 40 kilos, 12 à 14h/jour, dans la chaleur. Cueillir minimum 2 tonnes d'oranges par jour pour arriver à gagner 9€ (260€/mois) alors que, dans la région, il faut 14€/jour pour espérer vivre de son travail. Escalader des échelles branlantes rendant les chutes fréquentes. Se faire intoxiquer par des pesticides interdits en Europe. Loin des publicités, c'est la réalité des travailleurs brésiliens qui récoltent les oranges de jus bus partout dans le monde.

La majorité des cueilleurs sont des travailleurs migrants, habitant à plus de 2000km des plantations. Un logement souvent insa-

lubre et des repas fournis par l'employeur sont donc encore déduits du maigre salaire. Certains travailleurs se retrouvent alors à devoir rembourser leur patron au lieu de recevoir de l'argent à la fin de leur mois de travail. Au Brésil, de plus en plus de voix s'élèvent pour dénoncer ce qui est qualifié de travail forcé, voire d'esclavage.

De leur côté, les propriétaires des petites plantations d'orange abandonnent leur culture par milliers. Soit ils ont l'occasion de retirer les oranges pour produire autre chose soit, trop endettés, ils se retrouvent obligés de vendre leurs terres et de chercher du travail sur d'autres plantations.



« La récolte des oranges se fait souvent en même temps que la pulvérisation des pesticides. Les allergies et malaises sont courants chez les cueilleurs »

Extrait d'une étude de l'Instituto Observatório Social.

« Autour de Sao Paulo, la moitié des orangeries ont disparu en 10 ans et seules les plus productives ont survécu »

Marco do Santos, président d'un syndicat de producteurs.



« Je suis sûr que les consommateurs en Europe ne veulent pas soutenir de l'esclavage ».

Márcio Bortolucci, défenseur des travailleurs dans les orangeries brésiliennes.

« Nous ne savons jamais ce que nous allons gagner pour chaque caisse d'oranges récoltée. »

Témoignage d'un cueilleur d'oranges brésilien.

POURQUOI CETTE SITUATION ?

Une grande partie des plantations d'orange appartiennent à 3 entreprises : Cutrale, Citrusuco et Louis Dreyfus. Ces 3 multinationales produisent 70% du jus d'orange vendu dans le monde. Elles cherchent à gagner un maximum d'argent en payant un minimum. Les conditions de travail dans leurs plantations du Brésil s'en ressentent donc !

Mais ces entreprises possèdent également presque toutes les usines de jus d'orange et les bateaux spéciaux pour transporter ce jus depuis le Brésil. Bref, elles sont incontournables ! Impossible pour les producteurs d'oranges indépendants de vendre leur récolte sans passer par un de ces 3 géants.

Dès lors, ces 3 entreprises peuvent facilement imposer leurs conditions, notamment le prix auquel elles achètent les oranges. Pour être sûres que ce prix reste très bas, ces 3 entreprises se mettent d'accord entre elles sur le prix d'achat des oranges. Cela s'appelle un cartel et c'est illégal.

De manière générale, au moment de la récolte, elles vont proposer un prix très bas. Le producteur n'a d'autre choix que de l'accepter car les oranges ne



se conservent pas longtemps et il est impossible de vendre toute la production uniquement sur le marché local.

Du coup, les producteurs d'oranges ne peuvent plus vivre de leur plantation. Ils ne peuvent pas non plus payer un salaire décent aux cueilleurs qu'ils engagent au moment de la récolte sur leur propre plantation. Les conditions de travail des cueilleurs ne sont donc pas toujours meilleures dans les plus petites plantations que dans celles appartenant directement à Cutrale, Citrusuco ou Louis Dreyfus.

« Si les 3 grandes industries continuent à se mettre d'accord entre elles, elles continuent à massacrer les producteurs qui continueront à massacrer les cueilleurs »
Un représentant des cueilleurs d'oranges au Brésil.



COMMENT CHANGER ÇA ?

Au Brésil, des producteurs se battent pour vendre leurs oranges sans passer par Cutrale, Citrusuco et Louis Dreyfus, par exemple par la filière du commerce équitable. Ils peuvent ainsi avoir un prix décent et garantir le respect des conditions de travail.

Des Brésiliens luttent également pour que les 3 géants soient condamnés par les tribunaux pour leurs ententes illégales sur les prix et pour les conditions de travail dans leurs plantations. Ils ont d'ailleurs déjà reçus des condamnations.

COMMENT AGIR EN BELGIQUE :



En interpellant nos politiques. Par exemple en signant la pétition de Solidarité Mondiale pour que l'Europe prenne en compte les conditions de travail des cueilleurs d'oranges au Brésil dans la signature d'accord commerciaux. www.pressescomedesoranges.be



En achetant équitable. Au-delà du soutien à des cultivateurs d'oranges, c'est aussi une manière de dire que vous refusez un système commercial injuste.



En en parlant autour de nous. Plus on sera nombreux à être informé et à faire savoir qu'on n'est pas d'accord, plus on sera écouté.

ZOOM SUR LES PRODUCTEURS DES JUS OXFAM

FICHE
INFO

2

D'où viennent les oranges qui se retrouvent dans les jus Oxfam ? Cette fiche te présente deux coopératives brésiliennes (Coopéalnor et Coagrosol) qui sont partenaires d'Oxfam depuis plusieurs années et qui vendent pour un prix équitable du jus concentré. Mais elles font bien d'autres choses aussi... **Direction l'état de Bahia, au Brésil !**



LA COOPÉRATIVE COOPEALNOR



Née en 1993, elle compte aujourd'hui 75 membres qui cultivent de nombreuses espèces : oranges, noix de coco, fruits de la passion, le manioc, les haricots et le maïs. Environ la moitié de la production est vendue dans le marché local, tandis que l'autre moitié est transformée en jus et vendue à l'étranger. Cette diversification du marché et des cultures est une sécurité financière pour les membres de Coopealnor : quand un fruit se vend moins bien ou a moins bien poussé, on peut compenser avec le revenu des autres productions.



La coopérative veut soutenir une agriculture familiale de qualité en prônant l'agriculture biologique, plus respectueuse de l'environnement et de la santé des travailleurs. Un défi quotidien dans un pays où l'agriculture industrielle polluante règne en maître et où énormément de paysans perdent leur terres.

ÇA CONTINUE
AU DOS



« Les avantages du commerce équitable pour les agriculteurs sont nombreux. Il y a d'abord la possibilité d'avoir un accès au marché d'exportation, en garantissant un prix juste. Il y a aussi la prime qui est distribuée pour des projets communautaires. Notre coopérative fonctionne de manière démocratique, chaque membre peut donner son avis et prendre part aux décisions. »

Josete da Silva,
directrice de Coopéalnor

« J'étais allergique aux produits chimiques que je pulvérisais. C'est l'association qui m'a donné l'idée de passer au biologique, en utilisant par exemple de la décoction de manioc comme herbicide »

Nelson Borges da Cruz,
producteur d'orangers
associés à du manioc,
du maïs et des haricots

**AFFICHE A4 À COMMANDER
GRATUITEMENT AU SERVICE
CLIENTÈLE D'OXFAM.
CODE PRODUIT : 81393**



ET COARGOSOL ?



En 1999, le prix du jus d'orange sur le marché mondial s'est effondré brutalement, pour atteindre un seuil en dessous du coût de production. Beaucoup d'agriculteurs ont alors fait faillite et leurs terres ont été rachetées par de grands propriétaires ou des multinationales. Dans ce contexte, où tous les pouvoirs sont aux mains de quelques grands groupes de production et de transformation, le commerce équitable a du sens car il permet de montrer qu'une agriculture familiale et indépendante peut être viable.



En 2000 la coopérative COAGROSOL est née d'une alliance entre petits producteurs qui ont souhaité obtenir un prix équitable pour leurs produits. La coopérative voulait aussi favoriser une agriculture plus durable. Elle veut en finir avec les énormes plantations d'orange qui freinent la biodiversité et l'utilisation de produits chimiques polluants et coûteux.

UNE COOPÉRATIVE, C'EST QUOI ?



Une coopérative, une asbl, une sprl, une société anonyme... Ce sont toutes des formes différentes prévues par la loi pour créer une association entre plusieurs personnes. **La coopérative est « une association de personnes réunies pour satisfaire leurs buts et besoins communs au moyen d'une entreprise dont la propriété est collective et où le pouvoir est exercé démocratiquement. »** A la différence des multinationales où seuls les actionnaires les plus puissants prennent des décisions, les coopératives permettent à chaque travailleur de voter des décisions qui concernent l'association.



UN TABLEAU VIVANT

FICHE
ACTION

1

Il s'agit d'illustrer une scène (le fonctionnement injuste du marché du jus d'orange) avec des vraies personnes, quelques éléments de décor et des panneaux d'infos. Des guides sont là pour donner des explications aux visiteurs.



PRÉPARATION DE L'ANIMATION



1

CHOISISSEZ LE OU LES MESSAGES QUE VOUS VOULEZ FAIRE PASSER :

Prenez le temps avec votre équipe JM de bien comprendre la campagne (voir fiche d'info et brochure dans ce dossier).

2

RÉPARTISSEZ-VOUS LES RÔLES :

- 3 à 7 cultivateurs
- 1 ou 2 patrons de multinationales
- 2 à 4 vendeurs
- Les guides

- Facultatif : 2 à 3 employés de l'usine de jus.

! ATTENTION : il est important de bien jouer son rôle comme au théâtre !

SUIVEZ
LE GUIDE



3 LE DÉCOR :

Délimitez un espace dans la cour de récré. Dans celui-ci, créez 3 zones : le Brésil, l'Europe et l'océan au milieu. Le mieux est qu'on puisse marcher tout autour de la zone délimitée pour bien voir ce qui se passe partout.

DÉROULEMENT DE L'ANIMATION



1 **LES CULTIVATEURS** sont dans la partie « Brésil ». Ils sont au travail dans une orangerie. Ils portent de lourds sacs en bandoulière et ont chaud. Vous pouvez prévoir un déguisement (chapeau pour se protéger du soleil, sandales, sacoche pour récolter les oranges, pulvérisateur). Ils dessinent à la craie au sol, leur maison, leurs champs et des orangers. Après quelques minutes, une orange réelle est posée par terre sur chaque oranger dessiné par le cultivateur. Puis, après quelques minutes, le paysan peut récolter son orange et aller jusque au bord de la mer pour vendre sa récolte.



2 **LES PATRONS DES MULTINATIONALES** sont les seuls qui ont le droit de marcher sur la mer. Vous pouvez prévoir un déguisement (costume cravate, belles chaussures, lunettes noires). Comme ils sont les seuls à acheter les oranges, ils ont du pouvoir : ils peuvent imposer leur prix aux cultivateurs. Ils ont beaucoup d'argent et négocient l'achat des oranges bruyamment avec les cultivateurs. Ils mettent les cultivateurs sous pression, leur demandent d'aller plus vite, d'être plus efficace, etc.



Ensuite, s'il y a assez d'acteurs, ils font presser les oranges par des **employés dans leur usine**. Puis, ils le revendent dans la partie « Europe » beaucoup plus cher aux distributeurs.

3 **LES VENDEURS** achètent le jus à la multinationale. Ils s'installent ensuite chacun dans leur magasin (table, chaise et gobelets) pour remplir des petits verres de jus qu'ils vendent aux visiteurs à l'extérieur de la zone.



4 **TOUT CELA SE PASSE EN CONTINU** : les cultivateurs dessinent des orangers dans leurs champs, les oranges poussent, chaque cultivateur négocie avec la multinationale, la multinationale transporte les oranges, l'usine de jus presse les fruits, les distributeurs remplissent des verres et revendent leur jus d'orange. Dans ce système, c'est la multinationale qui s'impose et fait le plus d'argent !

LA VISITE



LES GUIDES ont pour mission d'accompagner les élèves autour de la zone et d'expliquer aux élèves ce qui se passe. Ils peuvent interviewer l'un ou l'autre acteur pour lui demander ce qu'il fait :

« Je m'appelle Antonio et je cultive des oranges près de Sao Paulo, mais je n'arrive pas à les vendre assez cher pour vivre de mon travail. Je crois que je vais bientôt devoir vendre ma terre. Mais comment vais-je gagner ma vie ? ».

Au début de la visite, les élèves reçoivent quelques faux billets pour pouvoir acheter un jus d'orange. Ce sont eux les consommateurs, ils peuvent comparer le prix qu'ils payent et le prix que les cultivateurs reçoivent ! Ils peuvent proposer des solutions.

POUR AIDER LES GUIDES :

Voici quelques propositions de panneaux à afficher et d'info pour aider les guides à présenter le tableau vivant.

Dans le monde,
4 JUS D'ORANGE SUR 5
sont vendus par seulement
TROIS GRANDES
MULTINATIONALES :
Cutrale, Citrusuco
et Louis Dreyfus Commodities.

Les trois multinationales possèdent
presque **TOUTES LES USINES**
DE JUS DU BRÉSIL. Ils ont aussi
leurs bateaux, camions et entrepôts
dans les ports du monde. Ils sont
donc **INCONTOURNABLES** si
on veut vendre des oranges ou
acheter du jus.

Dans les plantations d'orange au Brésil,
les cueilleurs qui parviennent à récolter
2 TONNES D'ORANGE/JOUR
GAGNENT 9€/JOUR alors qu'il en
faudrait **14€** pour pouvoir vivre de son
travail dans cette région.

SUIVEZ
LE GUIDE





OÙ ?

Dans la cour de récré ou dans une grande salle.

QUI ?

Une dizaine d'élèves ou de profs pour animer.

MATÉRIEL ?

- craies
- déguisements
- oranges et/ou balles orange
- gobelets
- chaises et tables
- de quoi délimiter un espace
- des faux billets
- un chariot/bateau
- des panneaux d'infos



PLEIN D'IDÉES POUR ALLER PLUS LOIN



- **Le scénario peut évoluer** : la multinationale finit par **racheter des terres des producteurs** (dessiner des frontières à la craie, des nouvelles usines et mettre un t-shirt ou logo de la multinationale sur les cultivateurs qui travaillent pour eux). La multinationale payera encore moins cher ses travailleurs et exigera plus de productivité.
- **Un cultivateur peut décider d'essayer de faire du commerce équitable**. Il va interpellé les visiteurs et leur demander de prendre contact avec un vendeur de l'autre côté de la mer pour pouvoir discuter d'un prix juste ensemble, sans passer par les multinationales.

DÉFIS ORANGÉS ET ACTIONS « CHOC »

FICHE
ACTION

2

Etonnez votre école avec une action choc ! Rien de tel qu'un grand défi pour faire parler de la campagne Orange et du commerce équitable : c'est motivant et ça permet de faire participer toute l'école à l'action.



DÉROULEMENT

1

Lors d'une réunion d'équipe, lancez toutes les idées d'actions et de défis les plus fous autour de l'industrie du jus d'orange et du commerce équitable. Ce peut être des défis à réaliser en une récré, une journée ou un mois.

Le but : créer une occasion d'expliquer et faire connaître la campagne jus d'orange. Quelques idées vous sont proposées à la fin de cette fiche.

2

Sélectionnez une idée : Choisissez un défi ambitieux mais réaliste, quitte à dépasser les objectifs ! Rien n'est plus démotivant qu'un défi dont on se rend compte qu'il sera impossible à atteindre.

QUELQUES EXEMPLES

- **Orange nomination :** habillé avec des vêtements orange (dans un décor orange...), explique dans une vidéo de 30 secondes pourquoi tu soutiens la campagne jus d'orange. En fin de vidéo, tu nommes 3 personnes. Le défi est lancé : à eux de faire pareil en étant encore plus orange et original pour montrer leur soutien aux producteurs d'oranges !
- Organiser un **concours de Top chef** de cocktails équitables (sans alcool bien sûr!).
- **Vendre un maximum de jus d'orange équitables** en une récré.
- Organiser une **journée « Orange » ou « Brésil »** : tout le monde de l'école est invité à se vêtir au maximum dans la couleur orange ou les couleurs du drapeau brésilien.
- Faire jouer par les profs et la direction une partie de **foot inéquitable** (voir fiche 4).
- Servir un **repas à l'orange** à au moins 1 personne sur 5 dans votre école (voir fiche 5 - recettes).
- Réaliser une **fresque collective** en une journée. Par exemple : réfléchissez à un **dessin** qui pourrait symboliser la campagne Jus d'Orange. Dessinez-le en grand en ne traçant que les contours avec un gros marqueur noir. Demandez aux élèves de la compléter avec vous, à l'aide de dessin, collages, emballages de produits équitables.

ÇA CONTINUE
AU DOS





- Ecrire un **slogan géant** sur la campagne Jus au moyen de produits de commerce équitable, et en prendre une photo aérienne.
- Transformer les distributeurs de boissons de votre école en **distributeurs équitables** avec des infos sur la campagne orange. Demandez l'autorisation à la direction de couper pendant quelques temps les distributeurs (en lui présentant la campagne) et construisez une cabane/distributeur en carton dans lequel vous pourrez facilement vous glisser pour vendre du jus équitable.
- **Expliquer à un maximum d'élèves et de profs la campagne** et leur faire **signer la pétition** pour les droits des cueilleurs d'oranges au Brésil (www.pressescommedesoranges.be). Si la pétition a déjà été remise (fin octobre), faire envoyer des mails/lettres par le maximum d'élèves et profs au nouveau commissaire européen au commerce en reprenant le texte de la pétition.
- Convaincre l'école de **remplacer le jus d'orange vendu à la cantine par du jus équitable**.
- Créer des **déguisements ou des panneaux d'hommes sandwichs** avec des infos sur la campagne et circuler dans la cour de récré pour en parler au plus d'élèves possible.
- **Réaliser une flashmob** : rassemblez un groupe de personnes dans un lieu public pour y effectuer une action interpellante, avant de se disperser rapidement. Il peut s'agir d'actions très différentes comme un « freezing » (les personnes s'immobilisent à un signal donné, en même temps; comme s'ils étaient gelés), un mime, une danse collective, une fausse manifestation ou encore une cup-song! A vous d'être originaux! Suite à votre flashmob, les élèves seront intrigués et tous les regards seront braqués sur vous! Ce sera donc le moment idéal pour expliquer le sens de l'action et inviter les élèves à participer à la campagne.
- **Ecrire une info clé de la campagne** (un chiffre, un témoignage de producteur d'orange,...) sur le tableau de chaque classe de l'école.



3

POUR RENDRE VOTRE ACTION ENCORE PLUS PERCUTANTE :

- Construire un compteur géant et bien visible permet de rappeler le défi. Voir le chiffre avancer, permet aussi de se motiver.
- Si vous faites un défi extraordinaire, médiatisez-le. Appelez une TV locale qui pourrait venir filmer vos exploits (avec l'accord de votre direction).

4

N'oubliez pas que quel que soit le défi choisi, l'objectif c'est de sensibiliser à la situation des producteurs d'orange au Brésil. Prévoyez un temps d'information sur le sujet avant ou pendant le défi (voir fiche d'info : expliquez la campagne en 3 minutes)! Et à vous les records !



UN DÉFI POUR FAIRTRADE@SCHOOL

le vendredi 8 mai 2015, pour la Journée Mondiale du Commerce équitable, mobilisez-vous en organisant une action au choix en même temps que des dizaines d'autres écoles en Belgique! Plus d'info sur www.fairtradeday.be

SENSIBILISER SUR LE LIEU DE VENTE

FICHE
ACTION

3



Votre petit magasin est sans doute ce qui donne le plus de visibilité à votre équipe JM-Oxfam et ses messages. N'oubliez donc pas de profiter des ventes pour également expliquer la situation du marché de l'orange ! Cela permet de rapprocher vente équitable et sensibilisation.

DÉROULEMENT

1

ORGANISEZ UN BRAINSTORMING en équipe pour imaginer ensemble comment faire vivre la Campagne Jus d'orange dans le magasin.

QUELQUES IDÉES :

- Faire une **belle vitrine** ou une présentation des produits qui mettent en valeur les jus équitables. Ajoutez des éléments qui rappellent le Brésil ou les orangeries, une nappe orange et verte, des chapeaux de paille, des faux arbres,... Vous pouvez également organiser une **inauguration animée** autour de votre magasin « réaménagé » et mettre de la **musique brésilienne** dans le magasin.
- Organiser une petite **opération marketing** sur le thème : « C'est la semaine du jus d'orange ». Les produits habituels de votre magasin seront complétés par quelques **cocktails et recettes réalisés par vous à base de jus d'orange** (voir Fiche 5 – Recettes orangées).
- Organiser une **vente ambulante** dans la cour de récréation : vous décorez un petit chariot aux couleurs de la Campagne jus d'orange et passez vendre des produits aux élèves dans la cour de récré et dans la salle des profs. N'oubliez pas de coller les autocollants avec le message de campagne sur les bouteilles de jus.



ÇA CONTINUE
AU DOS



- **Faire passer le message** de la campagne au moment de la vente à la récré
 - Soit à travers un **petit quiz** sur le thème du jus d'orange distribué autour du stand de vente (voir Fiche 6). Les réponses peuvent être trouvées sur les panneaux affichés autour du magasin ou auprès des membres du JM. Le gagnant de la journée reçoit un jus d'orange en cadeau.
 - Soit en jouant des **petites saynètes** à côté de la file des clients (voir Fiche 1 – réaliser un tableau vivant).
 - Soit en présentant une **expo** que vous avez réalisé sur l'orange.
 - Soit à travers des **affiches** portant un message. Vous pouvez utiliser celles fournies par Oxfam mais pourquoi pas aussi d'autres panneaux réalisés par vous (voir Fiches d'info sur la campagne et brochure « Cartel orange »).
 - Soit **en engageant la discussion avec les élèves/clients**. (Voir les Fiche d'info, paragraphe « résumer la campagne en 3 minutes ».)
- Faire des **montages avec les casiers et bouteilles de jus**.

2

N'HÉSITEZ PAS À UTILISER LE MATÉRIEL FOURNI PAR OXFAM POUR DÉCORER VOTRE MAGASIN :

Commandez-en en plus gratuitement auprès du service clientèle d'Oxfam : 010/420.272. ou clients.exterieurs@mdmoxfam.be (Précisez votre numéro de client JM et le magasin Oxfam de livraison)

- Les 3 **affiches** de la Campagne Jus d'orange
- Les **autocollants** « Jus équitable », à coller sur les jus Oxfam
- Les **masques** d'orange, un dans ce dossier et d'autres gratuitement sur commande
- Le **DVD** avec différents reportages sur le sujet, dans ce dossier.



3

FIXEZ-VOUS DES OBJECTIFS SUR UNE JOURNÉE OU UNE SEMAINE.

En termes de :

- Nombre de produits vendus (voir la Fiche 2 – Défis orangés)
- Nombre d'élèves sensibilisés (à vous de voir comment mesurer cela)

Affichez ensuite vos résultats dans l'école. Exemple : « Cette semaine, l'équipe JM-Oxfam a vendu 100 bouteilles de jus et a expliqué la Campagne Jus d'orange à 50 élèves ».

4

RÉPARTISSEZ-VOUS LES RÔLES

Si lors d'une récréation vous faites de la sensibilisation au stand de vente, répartissez-vous bien les tâches dans l'équipe : que **certain s'occupent plutôt de la sensibilisation et d'autres de la vente**, afin de ne pas créer d'embouteillage devant le magasin. De plus, cela permet aux membres du JM de faire ce qui les met le plus à l'aise, vente ou sensibilisation.

MATCH DE FOOT INÉQUITABLE

FICHE
ACTION

4

Et si le marché de l'orange était un match de foot, à quoi ressemblerait-il ? A la récré, organisez un match de foot inéquitable où de nombreux petits producteurs font face à une petite équipe de multinationales qui a beaucoup d'avantages pour contrôler le terrain.



DÉROULEMENT

1

En début de match, **les commentateurs (membres du JM-Oxfam) présentent les joueurs et l'arbitre** et leur distribuent leur éventuel déguisement. L'équipe des producteurs doit être 2x plus nombreuse que celle des multinationales.

« A ma gauche, l'équipe des producteurs d'oranges brésiliens. Ils représentent plusieurs millions d'agriculteurs possédant des petites et moyennes plantations d'oranges dont ils essayent de vivre. »

« A ma droite, 3 entreprises multinationales : Messieurs Cutrale, Citrosuco et Louis Dreyfus ainsi que leurs actionnaires. De leurs usines sortent 7 jus d'orange sur 10 vendus dans le monde. Les patrons des jus de fruits, ce sont eux ! »

« Au centre, Monsieur commerce international qui joue l'arbitre, pas toujours impartial. »

2

Les commentateurs ou l'arbitre expliquent les **règles inéquitables de base** et leur rapport avec la situation des producteurs d'oranges. Ces règles rendent le match difficile mais pas impossible pour l'équipe des producteurs. (voir plus bas)

3

Durant le match, l'arbitre ajoute d'autres règles (voir plus bas) qui modifient le score et rendent impossible la victoire des producteurs. Ces règles sont expliquées par les commentateurs.

4

Au bout du match (10-15 minutes max), les entreprises multinationales l'emportent haut la main. **Les commentateurs du JM-Oxfam expliquent que ce match symbolise ce qui se passe au Brésil** et proposent de passer à l'action (consommer équitable, signer une pétition, en parler autour de soi, s'engager dans le JM,...)

ÇA CONTINUE
AU DOS





RÈGLES INÉQUITABLES DE BASE :

🍊 **Les cueilleurs d'oranges au Brésil ont des conditions de travail difficiles :** pas de temps pour une pause de midi, salaire insuffisant et travail très physique (porter des sacs jusqu'à 40 kilos et réussir à cueillir au moins 2 tonnes d'oranges pour gagner 9€/jour), renvoi en cas de protestation,...

👉 Pour symboliser cela, **l'équipe des petits producteurs joue avec des sacs à dos lourdement chargés** (d'oranges imaginaires)

🍊 **Trois grandes entreprises contrôlent presque toutes les usines** de transformation des oranges et les moyens de transport pour vendre partout dans le monde. Elles ont donc un pouvoir d'influence énorme sur le marché. Elles décident à 3, avant la récolte du prix de vente des oranges, qui sera imposé aux producteurs.

👉 **Un but marqué par les multinationales vaut 4.**



RÈGLES À AJOUTER EN COURS DE PARTIE (APRÈS UN BUT PAR EXEMPLE) :

🍊 **Contrairement aux petits producteurs, les 3 grandes entreprises peuvent facilement vendre partout dans le monde :** elles possèdent des entrepôts dans des ports étrangers, des bateaux équipés pour transporter du jus pressé/congelé, ont conclu des accords politiques et commerciaux,...

👉 **L'équipe des petits producteurs ne peut jouer que dans sa moitié de terrain et devra shooter de là.** (Si grand terrain, la contrainte est réduite : l'équipe des producteurs ne peut pas entrer dans le rectangle de l'équipe adverse).

🍊 **Le prix décidé par les multinationales a encore baissé.** Les cueilleurs et producteurs doivent donc récolter encore plus d'oranges pour gagner le même salaire.

👉 **En plus du sac à dos, les producteurs doivent tenir un sac ou une caisse d'orange en main.**

🍊 **Lobby/pression des multinationales** auprès des politiques pour ne pas devoir respecter trop de règles.

👉 **L'arbitre permet à l'équipe des multinationales de jouer aussi avec les mains sans être pénalisée.**

🍊 **Domination du marché par les multinationales.**

👉 **Les petits producteurs se figent pendant 20 secondes.** Les multinationales ont le terrain libre.

MATÉRIEL

- Un **ballon** (orange ?)
- Des **sacs à dos** lourdement chargés
- Un **sifflet** pour l'arbitre
- Une **sono** et un **micro** pour les commentateurs (pour être bien entendu de tous)
- Des **déguisements** pour les joueurs (costumes/cravates pour les multinationales, vêtements de travail et chapeau de soleil pour les petits producteurs)
- Eventuellement des **panneaux** avec les infos sur le marché de l'orange données par les commentateurs. On en affiche un lorsqu'une règle est donnée pour que tous voient bien le rapport avec la réalité dans le marché des oranges (salaire bas, contrôle des usines par 3 multinationales,...).
- Eventuellement un **tableau des scores**.

EN PLUS

- Faites jouer les profs et/ou la direction.
- Inventez d'autres règles en lien avec la situation des producteurs d'orange (création d'un syndicat, d'une coopérative, pétition des supporters à l'arbitre pour modifier des règles...)
- N'hésitez pas à mettre un prof de gym dans le coup pour l'organisation et le matériel.
- Dans le cadre d'un atelier, on peut revenir avec les joueurs sur leur ressenti durant le match. Comment se sont-ils sentis, pourquoi ? Aborder ainsi la notion d'injustice. Ensuite réfléchir avec eux à ce qui pourrait être changé pour avoir un match plus égalitaire et par prolongement une situation plus équitable pour les producteurs brésiliens.

RECETTES À L'ORANGE ÉQUITABLE !

FICHE
ACTION

5

Parler des enjeux du jus d'orange en commençant par en boire !
Voici quelques idées de recettes équitables pour organiser
un concours cuisine, offrir des dégustations... et faire réfléchir
au type de jus d'orange qu'on boit !

« À table ! » (ou « Santé ! » au bar à cocktails)



GÂTEAU AU JUS D'ORANGE

Temps de préparation : 20 minutes
Temps de cuisson : 45 minutes

INGRÉDIENTS (POUR 8 PERSONNES)

- 4 œufs bio locaux
- 250 g de sucre bio équitable
- 1 sachet de sucre vanillé
- 150 g de beurre bio local
- 15 cl de jus d'orange équitable
- 250 g de farine bio locale
- 1 sachet de levure

PRÉPARATION

Séparez les blancs des jaunes d'œufs.
Dans un saladier, battez les jaunes avec les sucres.
Ajoutez le beurre fondu, le jus d'orange, mélangez.
Versez la farine en pluie en mélangeant bien, puis le sachet de levure.
Battez les blancs d'œufs en neige. Intégrez-les délicatement au mélange.
Placez dans un moule. Cuisez à four moyen (thermostat 6/180°C) pendant 45 min environ.
Une fois démoulé, saupoudrez le gâteau de sucre glace.

MUFFINS BANANES-ORANGES

Temps de préparation : 10 minutes
Temps de cuisson : 15 minutes

INGRÉDIENTS (POUR 20 PIÈCES)

- 1 banane équitable
- 10 cl de jus d'orange équitable
- 1 œuf bio local
- 1 sachet de sucre vanillé
- 40 gr de sucre équitable
- 150 gr de farine bio locale
- 1/2 sachet de levure
- raisins secs équitables (facultatif)

PRÉPARATION

Écrasez la banane dans un saladier.
Ajoutez le jus d'orange.
Battez l'œuf et ajoutez-le au mélange banane/orange.
Ajoutez les sucres.
Ajoutez farine et levure puis mélangez.
Terminez par les raisins secs.
Remplissez des moules en silicone de petite taille (mini muffin, madeleine...).Enfournez pour environ 15 minutes à 200°C.
Dégustez froid ou tiède (encore meilleur selon moi).

ÇA CONTINUE
AU DOS



COCKTAIL « BRASIL »

INGRÉDIENTS

- 5 cl de jus d'orange équitable
- 5 cl de jus de pamplemousse équitable
- 4 cl jus de mangue équitable
- 3 cl de jus de citron
- 1 c. sucre de canne bio équitable
- Glaçons
- Une orange bio
- Une feuille de menthe

PRÉPARATION

Mélangez tous les ingrédients. Ajoutez les glaçons et décorez avec un morceau d'orange et une feuille de menthe.

POULET À L'ORANGE

INGRÉDIENTS (POUR 3 PERSONNES)

- 30cl de jus d'orange équitable
- 2 filets de poulet bio locaux
- 2 oignons ou 4 échalottes bio locaux
- 2 carottes bio locales
- 1 gousse d'ail.
- 1 cube de bouillon de poulet
- 2 c. à café de maïzena (ou farine)
- 1 c. à café de zeste d'orange
- De l'huile ou du beurre
- Sel, poivre selon le goût
- Du riz équitable (en accompagnement)

PRÉPARATION

Faites fondre le cube de bouillon dans un verre d'eau chaude. Mélangez le bouillon au jus et à la maïzena. Mettre de côté.

Coupez le poulet, les oignons, l'ail et les carottes en petits morceaux. Faites chauffer l'huile dans une poêle, faites-y colorer le poulet. Mettre de côté.

Chauffez de l'huile dans une poêle et ajoutez les oignons coupés et l'ail jusqu'à ce que les oignons deviennent transparents. Ajoutez le mélange de jus d'orange, les carottes, le zeste et le poulet. Couvrez et laissez mijoter au moins 20 minutes (les carottes doivent être cuites). Salez, poivrez.
Servir avec du riz.



COCKTAILS ÉQUITABLES (ET SANS ALCOOL 😊)

COCKTAIL « MADE IN DIGNITY »

INGRÉDIENTS

- Jus d'orange équitable
- Jus de citron vert équitable
- Lait de coco équitable
- Glaçons
- Une orange bio
- Une feuille de menthe

PRÉPARATION

Mélangez un grand verre de jus d'orange dans un shaker avec un trait de jus de citron vert, deux cubes de glace et un peu de lait de coco au goût. Décorez avec un morceau d'orange et une feuille de menthe

COCKTAIL « PÉTHIK'ABL' »

INGRÉDIENTS

- Jus d'orange
- 4 cl. de jus de pamplemousse
- Limonade équitable
- Glaçons
- Une orange bio
- Une feuille de menthe

PRÉPARATION

Mélangez tous les ingrédients. Ajoutez les glaçons et décorez avec un morceau d'orange et une feuille de menthe.

MATÉRIEL

- Les ingrédients (si si !)
- Ustensiles de cuisines (plats, cuillères, balances, moules, cruches ...)
- Pour certaines recettes : four ou frigo
- De quoi emballer votre préparation quand elle sera prête
- Des serviettes pour servir gâteaux et muffins
- Des gobelets réutilisables pour servir les cocktails

EN PLUS

Utilisez vos préparations pour renforcer vos actions de sensibilisation. Par exemple, pour mieux achalander votre magasin durant une semaine d'action (fiche 3 – sensibiliser sur le lieu de vente), pour vendre à l'entracte d'un match de foot inéquitable (fiche 4 – foot inéquitable), pour réaliser un défi fou (fiche 2 – défis orangés), pour étoffer l'offre lors d'un petit déjeuner équitable,...

QUIZZ A VOLÉ L'ORANGE ?

FICHE ACTION

6

Mettre de l'ambiance dans l'école tout en informant les élèves ? Avec un quizz, bien sûr ! Voici une série de questions, leurs réponses et parfois quelques mots d'explication. Surtout, n'hésitez pas à sélectionner, ajouter vos propres questions et à « mettre en scène » le quizz à l'aide d'un(e) bon(ne) animateur(-trice), d'un décor, de musique, d'une imitation d'un jeu télévisé...

Plusieurs réponses sont parfois possibles !



LE QUIZZ

1 Combien sont payés les travailleurs qui récoltent les oranges au Brésil ?

- A. 9 euros par jour
- B. 29 euros par jour
- C. 99 euros par jour

SOLUTION : a. Mais pour vivre dignement, pour couvrir les besoins de base, il faudrait au moins 14 euros par jour dans la région où ils vivent.

2 Pour gagner le salaire moyen, les cueilleurs d'orange brésiliens doivent récolter minimum

- A. 50 kilos d'oranges par jour
- B. 400 kilos d'oranges par jour
- C. 2 tonnes d'oranges par jour.

SOLUTION : c. Ils remplissent puis transportent des caisses de 40 kilos (= 40 briques de lait, c'est lourd à porter !) et doivent au moins en récolter 50 pour avoir les 9€ de la journée.

3 Qui a dit : «Un semaine de travail, c'est théoriquement 44h, mais dans la réalité, la pression est telle que les travailleurs ne prennent pas même le temps de manger et vont parfois jusqu'à 80h.»

- A. Un cueilleur d'orange brésilien
- B. Un professeur de math belge
- C. Un élève de secondaire bruxellois

SOLUTION : a. Bien sûr, les réponses b. et c. prêtent à rire. Mais pourquoi fermer les yeux sur des conditions de travail inhumaines que nous ne pourrions en aucun cas accepter pour nous-mêmes ?

4 Quel est le plus grand pays producteur d'orange dans le monde ?

- A. La Floride
- B. Le Brésil
- C. L'Espagne

RÉPONSE : b. Environ un tiers des oranges produites dans le monde provient du Brésil. Dans le monde, près de 4 jus d'orange en bouteille sur 5 viennent du Brésil.

5 Qu'est-ce que la «Tristeza» ?

- A. Un mot pour dire tristesse en portugais
- B. Une variété d'orange qui fait pleurer quand on la coupe
- C. Le nom donné à un virus qui attaque notamment les orangers.

RÉPONSE : a. et c. A la fin des années 30, le virus «Tristeza» a presque détruit l'entièreté de la récolte d'oranges au Brésil. Depuis, de nouvelles variétés plus résistantes ont été créées, mais la culture de l'orange sur des plantations industrielles reste très sensible et beaucoup de produits chimiques sont utilisés pour contrer les maladies (sauf dans les cultures d'oranges bio !).

6 La production du jus d'orange est contrôlée par seulement quelques entreprises multinationales. Combien sont-elles à se partager 90% de la production de jus d'orange concentré du Brésil ?

- A. 3 entreprises : Citrusuco, Cutrale, et Louis Dreyfus Commodities.
- B. 5 entreprises : Minute Maid, Coca-Cola, Tropicana, Fruido et Granini.
- C. 1 seule entreprise coopérative : Le mouvement des paysans sans terre.

ÇA CONTINUE AU DOS



RÉPONSE : a. Comme elles ne sont que 3 à produire presque tout le jus d'orange vendu dans le monde, ces trois multinationales ont un pouvoir énorme. Elles peuvent par exemple imposer leurs conditions et prix d'achat des oranges à des milliers de producteurs. Minute Maid, Tropicana et bien d'autres leur achètent d'ailleurs le jus vendu qu'ils vendent.

7 En 10 ans, plus de 20.000 petits producteurs d'orange ont été poussés à :

- A. revendre leurs terres en raison du prix trop bas offert pour leurs oranges.
- B. cultiver des citrons pour se diversifier
- C. faire un don d'une partie de leur récolte aux Gilles de Binche.

RÉPONSE : a. Ces terres sont régulièrement rachetées par l'une des trois grandes multinationales Citrusco, Cutrale, et Louis Dreyfus Commodities qui en profitent pour étendre encore un peu plus leur contrôle sur le marché. Beaucoup de producteurs ont également arrêté de produire des oranges pour produire autre chose (cane à sucre souvent) quand ils en avaient les moyens.

8 En économie, que veut-on dire par « concentration du marché » ?

- A. Que les vendeurs réfléchissent beaucoup

- B. Qu'il y a trop d'entreprises qui vendent un même produit
- C. Qu'il y a un petit nombre d'entreprises qui contrôlent le marché d'un produit

SOLUTION : c. C'est le cas du marché de l'orange aujourd'hui ! Conséquence: 3 multinationales ont un pouvoir énorme sur le marché des oranges. Par exemple, elles peuvent facilement influencer le prix d'achat mondial de l'orange aux producteurs, le plus bas possible.

9 Qu'est-ce que « Coopealnor » ?

- A. Une petite coopérative brésilienne qui vend différents fruits et légumes.
- B. Un groupement de producteurs qui vend notamment des oranges à un prix juste.
- C. Un partenaire d'Oxfam qui fournit le jus d'orange qu'on retrouve dans les magasins Oxfam.

SOLUTION : a. b. et c ! La coopérative Coopealnor compte 75 membres dont 32 ont reçu le label bio. Chaque membre cultive différentes espèces : oranges, noix de coco, manioc, etc. Cette diversification du marché et des cultures assure une plus grande stabilité de revenus aux membres de Coopealnor. Depuis peu, Coopealnor, avec les bénéfices de la coopérative, a pu faire acquérir ses propres installations pour pouvoir conserver les fruits plus longtemps.

10 Au fur et à mesure, les paysans brésiliens disparaissent, mais que deviennent-ils ?

- A. Ils deviennent des travailleurs sans terre et essaient de se faire engager pour un bas salaire auprès de grandes entreprises.
- B. Ils se font engager comme joueurs de foot.
- C. Ils migrent vers les villes et les favelas (bidonvilles) dans l'espoir d'y trouver du travail.

SOLUTION : a. et c.

11 Question bonus : Si vous pouviez réécrire les « règles du jus », que proposeriez-vous ?

- A. Favoriser un prix équitable payé aux producteurs d'oranges afin qu'ils puissent vivre décemment de leur métier.
- B. Favoriser une agriculture écologique en interdisant les pesticides et engrais chimiques dans les plantations.
- C. Imposer aux multinationales de respecter des conditions décentes pour les travailleurs.
- D. Condamner l'entente illégale entre les 3 grandes entreprises qui contrôlent le marché pour qu'elles ne puissent plus imposer toutes les trois le même prix, trop bas, aux producteurs.
- E. Autre... (à préciser).



ASTUCES

- Le quizz peut-être adapté à l'âge des participants en choisissant des questions plus ou moins faciles, mais pourquoi ne pas aussi mélanger les âges et les classes pour permettre de nouvelles rencontres ?
- N'hésitez pas à inclure des équipes de profs pour tenter de répondre au quizz, ça motivera les élèves à se surpasser !
- Vous pouvez aussi utiliser les questions pour organiser un concours via le journal ou la radio de l'école. Les questions peuvent aussi être affichées dans les couloirs, dans les toilettes, ou dans le magasin.
- Lors d'un atelier en grand groupe, n'hésitez pas à mettre les questions sur un diaporama que vous projetez, en lisant les questions. Chaque équipe répond simultanément sur un panneau. Ça permet une meilleure visibilité et ça garde l'attention car vous pouvez compter les points directement et donner la réponse et l'explication juste après la question.



ORGANISER UN CINÉ-DÉBAT

FICHE ACTION

7

Envie de prendre la parole et d'organiser un événement ? Pourquoi ne pas mettre en place une projection vidéo et/ou un débat à destination des élèves de l'école ? Un moyen de sensibiliser et d'aborder des questions importantes tout en passant un moment convivial.



DÉROULEMENT

1

CHOISISSEZ LA FORMULE AVEC LAQUELLE VOUS ÊTES LE PLUS À L'AISE :

- Une **simple projection de reportage** avec une courte intro par vous : dans ce dossier de campagne, vous trouverez un DVD avec différents reportages de courte durée pour aborder la thématique du jus d'orange.
- Une projection suivie d'une **information/conférence** : vous trouverez pas mal d'information dans les fiches d'intro et dans la brochure « orange cartel » disponible dans ce dossier. Attention, c'est un exercice difficile, ne pensez pas parler plus de 10 minutes et prévoyez un support visuel pour le public.
- Une projection suivie d'un **débat/discussion** avec le public : le public réagit à des questions ou affirmations que vous leur proposez suite au reportage.



QUELQUES CONSEILS :

- ↳ En grand groupe, on n'ose souvent pas prendre la parole. Faites soit des petits groupes de discussion, avec un animateur, soit un débat en grand groupe avec une technique adaptée. Pour les grands groupes, on peut par exemple organiser un débat où les participants montrent physiquement leur avis. Ils se placent à gauche ou à droite de la salle selon qu'ils sont d'accord ou non avec l'affirmation que vous proposez. Ensuite vous enchaînez en posant des sous-questions.
- ↳ Ne choisissez pas des phrases/thèmes trop complexes. Posez-vous toujours la question de savoir ce que vous-mêmes vous répondriez et si d'autres auraient un avis différent du vôtre.
- ↳ Il faut que les élèves soient déjà un minimum informés sur le sujet pour que le débat soit de qualité.

ÇA CONTINUE AU DOS



- **Une rencontre avec une personne ressource :**

un animateur d'Oxfam, un consommateur engagé bien renseigné sur le commerce équitable, une personne connaissant la situation des agriculteurs du Brésil (membre d'une association de solidarité internationale ,...),...

- Une **projection suivie d'un jeu/quizz** ou d'une expo à créer. Inspirez-vous des autres fiches.

- Une **semaine de ciné-débat** avec différentes projections à chaque temps de midi.

Un midi sur le jus d'orange avec le DVD de ce dossier, d'autres avec d'autres courts reportages disponibles en prêt gratuit auprès d'Oxfam. Voir la liste sur www.omdm.be/outils

- Une projection suivie d'un **drink**, cocktails à base de jus d'orange équitable bien sûr !



2 CHOISISSEZ LE PUBLIC ET LE MOMENT :

Activité ouverte à tous pendant un temps de midi ou activité par classe lors d'une journée spéciale, par exemple.

En fonction de la difficulté du contenu, vous choisirez plutôt de la réaliser avec des classes jeunes ou plus âgées. Choisissez une période de l'année pas trop chargée pour avoir du public et du temps pour la préparation.

3 DEMANDEZ À LA DIRECTION son accord et organisez-vous pour avoir un local adéquat.

4 ANNONCER L'ACTION :

Une fois que votre activité est définie, n'oubliez pas de **faire de la pub** ! Plein de moyens existent pour faire connaître un événement : passez dans les classes, réalisez des affiches, inscrire l'invitation dans le coin des tableaux,...

ASTUCE



- Clôturez la séance en proposant de signer la pétition (si elle est toujours en cours lors de votre événement) sur www.pressescommedesoranges.be

- Profitez-en pour expliquer ce qu'est le Jeune Magasin Oxfam (JM-Oxfam), ses buts et son fonctionnement. Si vous cherchez de nouveaux participants pour l'an prochain, c'est le moment !