DOSSIER

BALANCE TES MARQUES !

LES ENTREPRISES SUR LE BANC DES ACCUSÉS

OXFAM

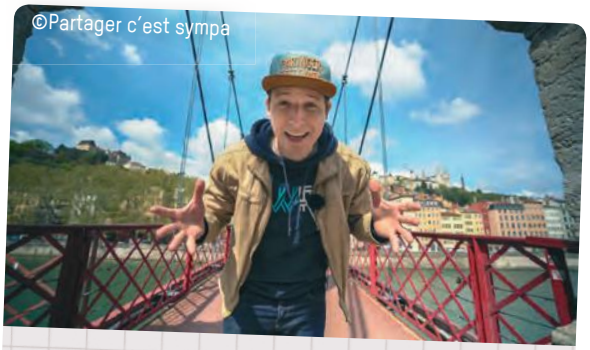
Magasins du monde

BALANCE TES MARQUES !

LES ENTREPRISES SUR LE BANC DES ACCUSÉS

On commence par une petite devinette ?
« *Qui peut engranger de gigantesques profits tout en détruisant l'environnement et en violant les droits humains aux quatre coins du monde, tout en restant impunis ?* »
(Réponse : les entreprises multinationales)

Malgré tout ce que tu fais avec ton JM-Oxfam et dans ta vie quotidienne, tu t'es déjà senti·e impuissant.e face à elles ?
Voici de quoi te redonner espoir...



Cette devinette vient de la vidéo « 5 trucs pour punir une multinationale » de la chaine Youtube « **Partager c'est sympa** » On vous la recommande ! **https://bit.ly/2XSsBsX**

LE DEVOIR DE VIGILANCE !

C'est un nom un peu barbare mais derrière lequel se cache un trésor inestimable : la possibilité de **forcer les multinationales à rendre des comptes, devant la justice et la société** ! C'est-à-dire assumer la responsabilité des produits qu'elles vendent et de comment elles les produisent.

EN QUOI ÇA CONSISTE ?

Si on rend cette idée obligatoire à respecter grâce à une loi, cela permettrait de **forcer les entreprises à publier des plans de vigilance annuels.** Dans ceux-ci, elles devraient évaluer les risques d'atteintes graves aux personnes et à l'environnement dans le cadre de leurs activités, depuis la production des matières premières à la vente du produit fini. **En cas de non-respect de leurs plans, il deviendrait possible de les attaquer en justice, afin qu'elles rendent des comptes devant un juge !**

UN EXEMPLE ?

Ce dossier te montre ce que donnerait « le devoir de vigilance » pour les producteurs de cacao. En effet, pour produire du chocolat sans surexploiter les gens et l'environnement, les entreprises ont encore beaucoup de progrès à faire !

D'AUTRES EXEMPLES

Le 24 avril 2013, au Bangladesh, **s'effondrait le RANA PLAZA**. Il s'agit d'un immeuble dans lequel étaient confectionnés des vêtements de grand marque comme Zara, H&M, etc. Les ouvrières travaillaient dans un bâtiment dont les normes de sécurité n'étaient pas remplies. Au lendemain de la catastrophe, les grandes marques se sont défilées en disant qu'il s'agissait de la responsabilité de leurs fournisseurs...

Depuis cinquante ans, **des marées noires se déversent dans la région du delta du Niger** suite à des négligences techniques sur les installations des compagnies Shell et BP. Les terres sont incultivables, la mer polluée, l'eau potable inaccessible, ... sans que ces deux géants pétroliers ne prennent leurs responsabilités. Si une loi sur le devoir de vigilance existait aux Pays-Bas (où se trouve le siège social de Shell), les victimes et les organisations environnementales pourraient les attaquer en justice !

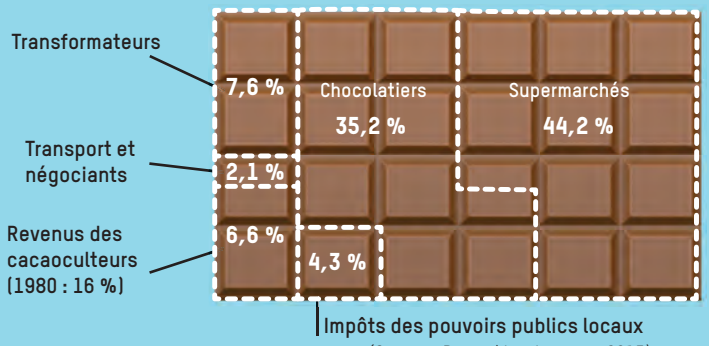
LE CHOCOLAT EST UN PRODUIT CONSOMMÉ MONDIALEMENT. D'AILLEURS, LA PRODUCTION ET LA VENTE DE CE PRODUIT AUGMENTENT CHAQUE ANNÉE ! POURTANT LES PRODUCTEURS/TRICES N'ARRIVENT PAS À EN TIRER UN SALAIRE VITAL ET LA DÉFORESTATION ET L'ESCLAVAGISME DES ENFANTS CONTINUENT... DU COUP, SI ON ARRIVE À FAIRE PLIER LES MULTINATIONALES, CELA POURRAIT AVOIR UN IMPACT ÉNORME !

C'EST QUOI LE PROBLÈME ?

La culture du cacao n'est pas rose...

POUR LES PRODUCTEURS ET PRODUCTRICES

Ils/Elles vivent dans l'extrême pauvreté. En effet, sur le prix d'une barre de chocolat, seulement 6% leur reviennent. Ce qui fait qu'en Côte d'Ivoire, ils survivent avec environ un tiers du salaire nécessaire pour vivre.



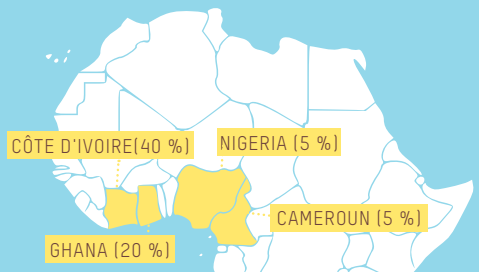
(Source : Baromètre du cacao 2015)

POUR LES ENFANTS

En Côte d'Ivoire et au Ghana, on compte environ 2 millions d'enfants qui travaillent dans des plantations de cacao. Dans certains cas, on peut même parler d'esclavage ! Si les multinationales achetaient le cacao à un prix décent, ce genre de situation n'existerait pas !

POUR L'ENVIRONNEMENT

La côte d'Ivoire est l'un des principaux pays producteurs de fèves de cacao. Là-bas, 30% de la déforestation est due à cette culture. Supprimant ainsi l'habitat de plusieurs espèces comme les chimpanzés ou les éléphants.

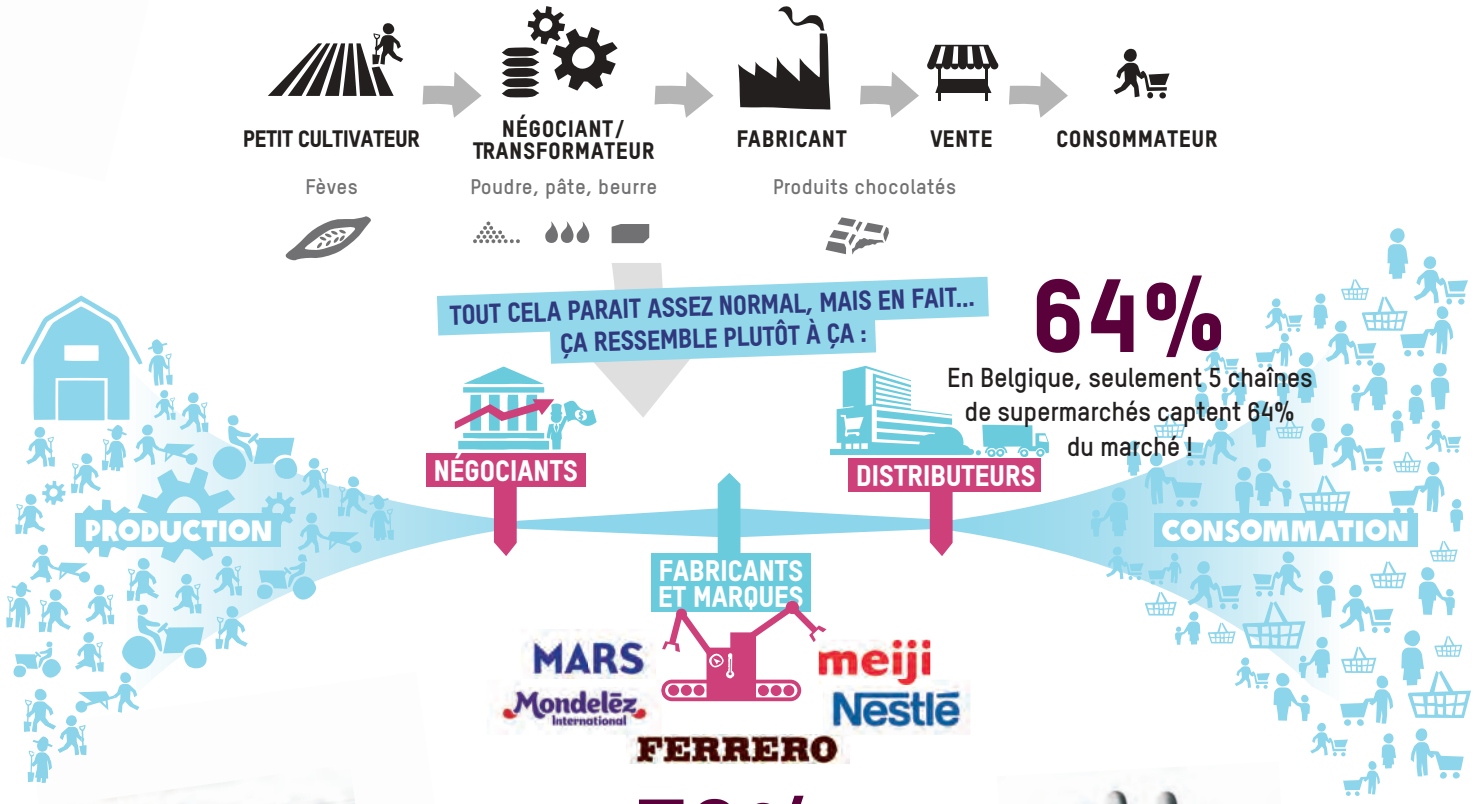


60%

DE LA PRODUCTION MONDIALE DE CACAO VIENT DU GHANA ET DE LA CÔTE D'IVOIRE

MAIS COMMENT S'ATTAQUER À DES PROBLÈMES AUSSI GRANDS ?

Le problème dans ce genre de combat, c'est que c'est un peu « David contre Goliath ». Comment des producteurs/trices ou des organisations comme Oxfam-Magasins du monde peuvent-elles se mesurer à des multinationales très riches qui, en plus, ne sont souvent que quelques-unes à se partager le marché mondial ? Le combat est déséquilibré !
Pour bien comprendre, il faut décortiquer la chaîne commerciale du cacao :



70%

7 puissantes entreprises chocolatières représentent ensemble 70% du chiffre d'affaires mondial du secteur du chocolat

« C'EST PAS MOI, C'EST LUI »...

On le voit sur le schéma, les supermarchés et les entreprises chocolatières remportent les plus grandes parts du gâteau. Et en plus, ils/elles ne sont que quelques un.e.s à faire la loi sur les prix, ce qui leur donne du pouvoir. Des marques peuvent donc faire pression sur leurs fournisseurs, qui à leur tour font pression sur leurs négociants, qui à leur tour font pression sur les producteurs/trices, ... Au mépris des conditions de travail et du respect de l'environnement.

Mais quand on demande à Carrefour ou Nestlé de rendre des comptes, ils pointent chacun du doigt le maillon suivant de la chaîne commerciale... On finit par jouer au chat et à la souris !

... MAIS AUJOURD'HUI, C'EST FINI !

Avec le devoir de vigilance, il deviendrait possible de :

- demander aux supermarchés ou aux multinationales du cacao de publier un plan dans lequel ils évaluent les risques pour les humains et leur environnement, ainsi que la manière dont ils comptent s'en occuper.
- les attaquer en justice en cas de non-respect de ce plan !

ET POUR OBTENIR UNE TELLE LOI...

NOUS DEVONS FAIRE PRESSION SUR LES ÉLU·E·S. ILS/ELLES SONT À MÊME DE CHANGER LES RÈGLES DU MARCHÉ !

- **Depuis le 12 juin 2019**, les exportations de cacao sont suspendues en Côte d'Ivoire et au Ghana. Les deux États lancent un ultimatum sans précédent aux marchés : à moins de 2.600 dollars la tonne, on ne vend plus. Cette décision inimaginable jusqu'il y a peu vise à mieux rémunérer les producteurs/trices qui vivent dans une extrême pauvreté.
- **En décembre 2018**, le ministre de la coopération au développement Alexander De Croo présentait le programme 'Beyond Chocolate', qui vise à rendre le chocolat belge durable et à garantir un revenu vital aux producteurs d'ici 2030. Dans la foulée, le label Fairtrade annonce une augmentation de son prix minimum payé aux producteurs/trices ainsi que de la prime Fairtrade pour le cacao.

EN FRANCE

Cocoricooooo, **la France a déjà une loi** ! Elle a été votée en 2017 et en 2018, les entreprises ont été contraintes de publier un plan annuel de vigilance. Les procès peuvent commencer ! En juin 2019, plusieurs acteurs publics mettent Total en demeure pour « manquement au devoir de vigilance en matière de changement climatique ». C'est une première étape qui vise à rappeler ses obligations à **Total**, avant de les poursuivre en justice !

Cette loi n'est cependant pas parfaite car elle ne permet de s'attaquer qu'à un certain nombre de multinationales.

EN SUISSE

Initiative pour des multinationales responsables : il s'agit d'une grande initiative lancée en 2015 par une large alliance d'ONG et d'organisations de défense des droits humains et de l'environnement. Le but est de pouvoir mettre un terme aux pratiques peu scrupuleuses des entreprises ayant un siège en Suisse. Par exemple, **Syngenta** qui exporte en masse en Inde des pesticides interdits en Europe.

L'initiative a déjà recueilli 120.000 signatures. Une votation (sorte de référendum) est organisée à ce sujet en janvier 2020. On croise les doigts !

ET CHEZ NOUS ?

En 2013, les Nations Unies ont approuvé les « Principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme ». Chaque pays doit traduire ces principes directeurs en un plan d'action concret. Mais le plan d'action national belge, adopté en juillet 2017, est très faible et ne prévoit aucune mesure contraignante ! Il ne contient ni stratégie à long terme, ni approche concrète. Il n'y a pas non plus de budget pour sa mise en œuvre.

À nous de faire pression sur notre gouvernement pour changer ça !

BALANCE TES MARQUES !

En 3 minutes

Les multinationales ont trop de pouvoir

Au sein de la chaîne commerciale d'un produit, on observe une concentration de pouvoir aux mains de quelques multinationales/supermarchés qui peuvent ainsi s'accorder sur les prix et faire pression sur les petit·e·s producteurs/trices

Se renvoyer la balle, c'est fini !

Les multinationales et supermarchés ont pour habitude de renvoyer la balle à leurs fournisseurs ou sous-traitants en cas de violation des droits humains et de l'environnement. Nous exigeons qu'ils soient transparents sur leur chaîne de production et qu'ils soient garants du respect de ces droits tout au long de la chaîne.

Et pour ça... il nous faut une loi !

Faisons pression sur le gouvernement pour qu'une loi soit votée, exigeant ainsi que les multinationales ayant leur siège en Belgique rendent des comptes pour ces violations !

QUIZ

ES-TU UN·E EXPERT·E SUR LE DEVOIR DE VIGILANCE ?

1 Où produit-on le plus de cacao ?

- A En Amérique du Sud
- B Dans les usines européennes de Côte d'Or
- C En Afrique de l'Ouest
- D En Asie du Sud-Est

2 Comment les multinationales doivent-elles appliquer « le devoir de vigilance » ?

- A En publiant un plan qui évalue les risques environnementaux et humains de leur activité (= plan de vigilance)
- B En installant des caméras qui surveillent leurs employé·e·s, pour leur sécurité
- C En publiant un plan de vigilance et en agissant sur les risques évalués
- D En rédigeant un code de conduite en concertation avec les employé·e·s

3 Un sous-traitant c'est

- A Une entreprise qui fabrique un produit fini (ou une partie de celui-ci) pour une autre entreprise
- B Une entreprise qui vend les produits d'une autre entreprise
- C Une entreprise qui traite ses employé·e·s moins bien que les autres
- D Une entreprise souterraine

4 Sur le prix d'une tablette de chocolat, combien touche le cultivateur/trice de cacao ?

- A 44.2%
- B 7.6%
- C 35.2%
- D 6.6%

5 Qu'ont Nestlé, Mars, Lindt et Ferrero en commun ?

- A Ils ont été engagés par Saint-Nicolas pour fabriquer du chocolat
- B Ils font parties des 7 grandes entreprises qui se partagent 70% du chiffre d'affaire mondial du secteur du cacao
- C Ils ont chacun publié un code de conduite sur les conditions de travail dans les plantations de cacao
- D Ils militent pour la loi sur le devoir de vigilance

6 Qu'est-ce que le Binding Treaty ? (Littéralement : « le traité reliant »)

- A Un traité européen concernant la reliure des livres vendus en supermarchés
- B Un traité américain qui obligerait les multinationales à donner leurs revenus à Donald Trump
- C Un traité de l'ONU qui obligerait toutes les entreprises à respecter les Droits Humains
- D Un traité américain contraignant sur le respect de l'environnement pour Coca-Cola

7 Quel acteur à le plus de pouvoir (car peu nombreux) dans la chaine de fabrication/vente d'un produit ?

- A Les consommateurs
- B Les producteurs/trices
- C Les États
- D Les supermarchés

8 8. Qu'est-ce qu'un audit ?

- A Un processus de contrôle des pratiques d'une entreprise
- B Un code de conduite
- C Une voiture Audi avec un T sur la plaque d'immatriculation
- D Le contrôle financier d'un État

9 Combien de pays européens possèdent une loi sur le devoir de vigilance ?

- A 2
- B 3
- C 7
- D 27

10 Pour quel motif l'entreprise Samsung est-elle sur le banc des accusés en France ?

- A Leur nom rime avec Kim Jong Un
- B Pour la vente de GSM défectueux
- C Pour des violations des Droits de l'Homme dans ses entreprises chinoises
- D A cause du versement de produits chimiques dans des cours d'eau

11 En Belgique, il existe le programme « Beyond Chocolate » (Au-delà du chocolat). Mais qu'est-ce que c'est exactement ?

- A Un voyage organisé par la coopération belge au développement dans les plantations de cacao d'Afrique de l'Ouest
- B Un programme qui vise à rendre durable le chocolat belge et à garantir un revenu vital aux producteurs d'ici 2030
- C Un programme télévisé sur le devoir de vigilance dans le domaine du cacao
- D Du chocolat gratuit pour tous les écoliers et écolières!

12 Que pourrais-tu changer dans ton école pour qu'elle aussi soit plus « vigilante » ?

- A Retirer les distributeurs de Coca
- B Passer à un fournisseur d'électricité verte
- C Trouver un fournisseur éthique pour les pulls de rhéto et t-shirts de gym
- D Changer les règles dans le « projet d'établissement »

RÉPONSES

1) C
70% de la production mondiale de cacao vient de l'Afrique de l'Ouest : les plus gros volumes viennent de Côte d'Ivoire (40%) et du Ghana (20%). Cela représente une grande partie des revenus de ces pays qui en sont donc fort dépendants. Ce sont principalement de petits producteurs/trices qui produisent le cacao sur des petites surfaces, dans une agriculture peu mécanisée. N'hésite pas à te plonger dans notre dossier d'infos pour voir en quoi le devoir de vigilance permettrait de mieux réguler le secteur du cacao.

2) C
Si les multinationales ne font rien pour réduire les risques décrits dans le plan annuel, les victimes (ou des associations qui défendent leurs droits) ont le droit de leur demander des comptes. Leur responsabilité peut même être engagée devant un juge ! Mais pour cela, il faut une loi. Pour en savoir plus, plonge-toi dans le dossier d'infos !

3) A
Les multinationales cherchent à s'implanter ou à se fournir dans des pays qui ne sont pas très regardants sur leur impact environnemental et qui ne protègent pas les droits des travailleurs (c'est ce que l'on appelle le dumping social et environnemental). C'est pourquoi elles font souvent appel à des sous-traitants pour faire fabriquer leurs produits.

4) D
6,6%... contre 16% en 1980 ! Depuis, le prix du chocolat a augmenté, alors que la part qui revient au producteur/à la productrice a diminué... Pendant ce temps-là, les supermarchés empochent 44.2% du prix d'une tablette, tandis que les entreprises chocolatières récoltent, 35.2%.

5) B
Chaque année, les agriculteurs et agricultrices produisent plus de 4 millions de tonnes de fèves de cacao. Un petit groupe de multinationales achètent presque toutes ces fèves et les transforment en chocolat. Le fait d'être très peu sur le marché donne un pouvoir considérable à ces multinationales car ce sont elles qui fixent les prix, et comme d'habitude les producteurs/trices trinquent.

6) C
Il est encore en cours d'élaboration mais les Nations Unies avaient déjà approuvé les « Principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme » en 2013. Chaque pays doit normalement traduire ces principes directeurs en un plan d'action concret. Mais en Belgique, ça traîne...

7) D
Les entreprises de la grande distribution ont du pouvoir. Elles ne sont que quelques unes à se partager un marché qui regroupe des milliards de producteurs·trices d'une part, et des milliards de consommateurs·trices, d'autre part. De plus, c'est le dernier maillon de la chaine, elles ont donc une grande responsabilité car elles peuvent exiger le respect des droits humains et de l'environnement de tous les maillons précédents.

8) A
Aujourd'hui, beaucoup d'entreprises écrivent leur code de conduite et affirment être auditées par d'autres entreprises spécialisées. Cependant, les audits sont comme des « photos » prises à un moment donné et sont sujets à des erreurs et des tricheries. On ne peut donc pas toujours leur faire confiance. La réalité montre que les atteintes aux droits humains et à l'environnement ne sont pas évités. Il faut une loi sur le devoir de vigilance pour forcer ces entreprises à respecter leurs codes de conduite et ces audits.

9) B
Il s'agit des Pays-Bas, de la France et de l'Allemagne. Il est important que chaque pays européen (puis du monde) adopte une telle loi afin de pouvoir poursuivre les multinationales installées chez lui. Ainsi, plus moyen de se dérober et de partir dans un autre pays par peur d'une plainte par exemple !

10) C
Plusieurs ONG françaises ont déposé en janvier 2018 une plainte pour «pratiques commerciales trompeuses » contre l'entreprise. Elles l'accusent de déclarer respecter les droits de ses travailleurs via son « code éthique » sur son site internet alors que plusieurs rapports d'ONG chinoises prouvent le contraire : travail d'enfants, utilisation de produits dangereux pour la santé, horaires abusifs, etc.

11) B
L'objectif est notamment de lutter contre le travail des enfants et le déboisement et à assurer aux producteurs de cacao locaux un revenu leur permettant de vivre décemment, d'ici 2030. Il a été signé en décembre 2018 par de nombreuses marques de chocolat, supermarchés, ONG, etc. Il faut continuer à maintenir la pression pour obtenir des avancées concrètes !

12) A, B, C ET D !
Tous les changements sont importants. Aussi bien ceux qui sont concrets, que ceux qui sont destinés à changer les règles. Mais le fait d'inscrire le devoir de vigilance dans le projet d'établissement de ton école permettrait que le changement soit à très long terme et global. Cela veut dire que pour chaque décision/achat, l'école devrait appliquer un « devoir de vigilance ». Tu découvriras plein de conseils pour y arriver dans la fiche n°3 « Ton école peut devenir vigilante ! »

UN MAGASIN QUI FAIT PASSER LE MESSAGE !

Tous les élèves qui viennent acheter des produits dans ton JM-Oxfam à la récré sont autant d'occasions de parler de la campagne « **Balance ta marque !** » et de faire passer des messages. Plus c'est original... plus ce sera percutant : alors voici quelques idées !

DÉCOREZ VOTRE MAGASIN

Transforme ton JM-Oxfam en vrai lieu de militance !
Nous organisons un grand concours pour balancer les marques. Comment faire ? Tu peux inventer des slogans par rapport à la campagne et les mettre bien en avant dans le présentoir de ton magasin. Tu peux aussi proposer aux autres élèves de faire du logobusting. Il s'agit de détourner des logos de marques bien connues pour faire passer un message (ex : « On fait la nique à Nike »). N'hésite pas à les afficher dans le local JM-Oxfam.

ALORS, ENVIE DE PARTICIPER AU CONCOURS ?
Envoie sur l'adresse **jm@mdmoxfam.be** une photo de ton JM transformé avant le 31 janvier 2020 : **le prix du magasin le plus militant sera remis lors de la journée Oxfamnesty.**

UN QUIZ

Lors de tes ventes, propose aux élèves de jouer au quiz proposé dans la ***fiche 1***. Une manière amusante de les brancher sur la campagne. Tu peux conserver les réponses dans une urne et organiser un concours au sein de ton école. Est-ce qu'il y aura des sans faute ?

DES PHOTOS POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Tu as peut-être un groupe Facebook pour le JM-Oxfam de ton école ? Si non, ce n'est pas grave, l'action est tout de même possible. Fabrique des sortes de phylactères (il existe du recouvrement de type « tableau blanc » en magasin de bricolage, mais tu peux aussi le faire sur du simple carton) dans lesquels les élèves de ton école pourront se prendre en photo avec le slogan #balancetamarque ! Tu peux aussi faire débuter une phrase et demander de la compléter, par ex : « Pour faire changer les multinationales, il faudrait... »

RENDS TON ÉCOLE VIGILANTE

Tu le liras dans la ***fiche 3*** (« Ton école peut devenir vigilante ») ou dans la ***fiche 6*** (« Action d'interpellation : fais bouger ton réseau »), ton JM-Oxfam aussi peut rentrer dans la peau de David contre le Goliath des multinationales. Pourquoi ne pas profiter de votre magasin pour sensibiliser les autres élèves au changement que vous voudriez amener au niveau du projet pédagogique de l'établissement (bannir les distributeurs Coca par exemple ou encore changer de fournisseur à la cantine).

LE PORTEUR DE PAROLES

Le « **porteur de paroles** » va vous permettre de créer le débat dans la cour de récré, par exemple à côté de votre magasin Oxfam. Une question est affichée sur un grand panneau et invite les élèves à se positionner, à venir en discuter avec des élèves du JM-Oxfam. Il est alors possible d'écrire une réponse ou un témoignage et de l'afficher sur d'autres panneaux.

BIEN CHOISIR LE LIEU

Repérer le meilleur endroit où il y a toujours du monde et le partager en trois zones distinctes mais pas trop éloignées.

- Une zone de lecture (pour lire la question et les panneaux écrits par les élèves au fur et à mesure).
- Une zone d'écriture (pour écrire des commentaires des élèves par rapport à la question)
- Une zone conviviale où on discute (autour d'un verre de jus Oxfam pourquoi pas ?).

BIEN CHOISIR LA QUESTION

Il faut prendre le temps de réfléchir à **une bonne question qui fait débat**. Pas une qui met tout le monde d'accord ou qui est moralisatrice. Il faut une question dont on attend réellement des réponses. Et dont il n'y en a pas déjà une toute faite. Testez votre question avec les élèves du JM avant !

IDÉES DE QUESTIONS

Les éco-gestes individuels ou le changement collectif pour sauver la planète ?

Sauver la planète, avec, sans ou malgré les multinationales ?

Pour sauver la planète, il faut une loi ?

Avez-vous peur pour l'avenir ?

ANIMER LE PORTEUR DE PAROLES

La règle principale est d'oser aller vers les autres. Pas besoin de se présenter, demandez-leur leur réaction face à la question « ça vous fait marrer ? ça vous révolte ? vous en pensez quoi ? »

Offrir un verre, mettre un peu de musique, demander un coup de main pour afficher les panneaux : tous les prétextes sont bons pour attirer les élèves ! Ceux qui le souhaitent peuvent écrire leurs « pépites » (une phrase, une opinion) et ajouter leur panneau aux autres.

Une vidéo tuto pour bien comprendre le porteur de paroles :
www.lecontrepied.org/IMG/mp4/porteur_de_paroles-web.mp4

TON ÉCOLE PEUT DEVENIR VIGILANTE !

Rien de tel que la loi pour rappeler aux grandes multinationales qu'**elles ne peuvent pas faire tout ce qu'elles veulent**. Les travailleurs/euses, les producteurs/trices et l'environnement ne peuvent plus être exploité·e·s. Assez de bonnes paroles : les codes de conduite, les déclarations d'intention ne suffisent plus et n'ont pas porté leurs fruits ces dernières années. **Il est temps qu'une loi soit signée!**

Vous avez lu le dossier d'infos de la campagne. Donc, vous savez qu'il n'existe pas encore une loi de vigilance en Belgique. Autant dire qu'il n'y a rien ? Au niveau national, visant directement les grandes entreprises, en effet. Mais au niveau plus local ? Les communes qui deviennent des « Communes du Commerce équitable » peuvent décider de faire des achats éthiques, par exemple lorsqu'elles doivent fournir des vêtements de travail pour les fonctionnaires.

ET LES ÉCOLES ALORS ?

Pourquoi ne pourraient-elles pas intégrer une règle de vigilance qui les obligerait à être plus éthiques au quotidien, notamment dans leurs achats ! Embarque ton JM dans l'aventure « école vigilante » !

PLUS CONCRÈTEMENT ?

Essaye de convaincre l'école d'écrire noir sur blanc dans un document officiel qu'elle s'engage à s'inscrire dans une démarche de vigilance afin d'avoir une consommation plus responsable.

Etape 1
LE PROJET D'ÉTABLISSEMENT

Lors d'une réunion JM, ouvrez et lisez rapidement le « projet d'établissement » de votre école. C'est un texte que toute école doit avoir écrit et qui explique comment l'école met en œuvre ses missions, ses choix pédagogiques, ses projets spécifiques. Regardez si certaines phrases dans le document peuvent être utilisées comme argument pour soutenir l'insertion d'un nouveau paragraphe de vigilance.

«Chaque année, l'Institut Saint-Laurent participe à une action de solidarité importante. Au sein de l'école, les actions visant à la qualité de l'environnement sont encouragées.»
Extrait du projet d'établissement de l'Institut Saint-Laurent de Marche

«Notre école fait le choix de maintenir une cellule permanente de quelques professeurs et élèves sur les questions de solidarité, citoyenneté mondiale, pauvreté, inégalités. rapports Nord-Sud afin de mener au sein de la communauté scolaire une dynamique d'information et d 'action sur ces dimensions de l'éducation.»
Extrait du projet d'établissement de l'Athénée royal de Bastogne

Etape 2
S'ALLIER AVEC LES ÉLÈVES ET LES DÉLÉGUÉ·E·S

Parlez de votre projet autour de vous. Les délégué·e·s de l'école pourraient présenter l'idée au Conseil de participation (organe qui est en charge de débattre du projet pédagogique de l'établissement). Les élèves pourraient signer une pétition pour soutenir votre initiative. Faites des animations autour de la campagne de cette année pour que tou·te·s **comprennent bien le parallèle avec le devoir de vigilance des multinationales**.

Etape 3
RÉDIGER UN PETIT DOSSIER

Pour bien présenter votre idée, **créez un document qui reprendra votre proposition** de modification du « projet d'établissement » et les arguments qui soutiennent celle-ci. On vous propose un canevas prérempli au dos de cette fiche. Vous pouvez donner des exemples de changement qu'il pourrait y avoir dans l'école mais **attention à ne pas effrayer en proposant trop de choses** à la fois.

Etape 4

MODIFIER LE PROJET D'ETABLISSEMENT

Le projet d'établissement peut être modifié par une demande du Conseil de participation au pouvoir organisateur de l'école à condition de réunir une majorité des deux tiers (c'est un peu plus compliqué que ça et cela dépend du réseau d'enseignement mais retenez simplement qu'il faut tenter de convaincre un max de monde). **Le projet d'établissement est revu** en principe **tous les trois ans, mais ça ne veut pas dire qu'on ne peut pas le faire à un autre moment** si on le souhaite, via le Conseil de participation.

Etape 5

FÊTER ET ÉVALUER !

Si vous êtes parvenus sans encombre jusqu'ici, **c'est le moment de fêter ça** et de **faire savoir à toute l'école** (et aux animateurs/trices Oxfam aussi) que le projet d'établissement a été modifié. Ensuite, il faudra penser à évaluer les changements réalisés dans l'école et à **interpeller régulièrement le Conseil de participation.**

DU CHANGEMENT !

C'est un beau mais ambitieux projet de changer les habitudes d'une école. Cependant, les grèves climat nous ont bien rappelé qu'**il est temps de passer à la vitesse supérieure** et d'initier partout des changements collectifs de plus grande envergure. **Prenez patience**, si les étapes prennent du temps, **aidez-vous de profs qui croient dans le projet** et vous soutiennent dans vos démarches. Il n'est pas toujours facile d'oser prendre la parole pour réclamer un changement dans l'école alors **il faut se motiver ensemble** !

POURQUOI NE PAS CITER QUELQUES EXEMPLES À REMETTRE EN QUESTION (ET DES ALTERNATIVES) POUR MIEUX FAIRE COMPRENDRE CE QUI POURRAIT CHANGER ?

- Les distributeurs de Coca-Cola
- Le fournisseur d'énergie de votre école – voyez le classement fait par Greenpeace : **monelectriciteverte.be**
- Les produits d'entretien : **ecoconso.be**
- Les t-shirts de sport ou de rhéto – Trouvez des entreprises plus éthiques :

EXEMPLE DE LETTRE DE REVENDICATION

Chers membres du Conseil de participation,

A l'initiative du Jeune Magasin Oxfam de l'école (JM-Oxfam), les élèves de l'établissement souhaitent amender le projet d'établissement. Notre projet d'établissement insiste déjà sur diverses valeurs telles que .....
.....
.....

Le décret missions rappelle que chaque établissement peut compléter l'éducation à la citoyenneté qu'elle assure par des activités éducatives citoyennes solidaires et culturelles développées au sein ou à l'extérieur de l'établissement scolaire autre que les cours proprement dits. Le décret rappelle que l'éducation se fait aussi « *dans l'organisation de la vie quotidienne à l'école* ».

Les mouvements autour des grèves climatiques depuis début 2019 ont montré toute l'urgence ressentie par la jeunesse du monde entier de changer de modèle de société pour un monde plus juste, solidaire et résilient quant aux crises environnementales qui l'affectent.

Les JM-Oxfam dans 120 écoles secondaires de la fédération Wallonie-Bxl mènent cette année une campagne visant à mieux faire connaitre des initiatives légales, comme en France, où une loi oblige les grandes entreprises à un devoir de vigilance envers les risques encourus à cause de l'activité de celles-ci (ou de leurs sous-traitants) sur les droits humains et l'environnement. C'est une avancée que l'on souhaite voir également éclore en Belgique.

Fidèle au slogan des JM-Oxfam, « *Changer le monde, ça commence à l'école* », les élèves du JM-Oxfam souhaitent intégrer un paragraphe dans le projet d'établissement afin que notre école devienne une « *école vigilante* » en s'inspirant quelque peu du devoir de vigilance.

Cette action n'est cependant pas que symbolique, elle engage l'école pour l'avenir à faire preuve d'éthique dans ses achats, le choix de ses fournisseurs ou encore ses collaborations avec les entreprises qui rendent des services à l'école.

Le paragraphe à insérer dans le projet d'établissement pourrait être rédigé comme suit :

« L'établissement scolaire se veut "école vigilante". Elle porte une attention toute particulière à mener ses missions et à s'organiser concrètement en respectant les droits humains fondamentaux et l'environnement dans tous ses aspects (air, eau, sols, biodiversité, climat...). Dans ses différents achats et ses contrats de fourniture d'énergie, elle fait le choix des fournisseurs les plus éthiques et durables possibles. Elle met en place des actions concrètes pour diminuer son impact négatif sur l'environnement et augmenter sa résilience au changement climatique.

Chaque année, via le Conseil de participation, l'école évalue son degré de vigilance et rend compte des changements, choix et actions mis en place auprès de toutes les parties prenantes à la vie scolaire (élèves, parents, enseignants, pouvoir organisateur) ».

ANIMER LE JEU « COURT-CIRCUIT »

Ton JM-Oxfam a envie de sensibiliser les autres élèves de l'école ? Voici une animation ludique et facile à organiser pour découvrir la face cachée du commerce mondial et ce que recouvre le devoir de vigilance.

15+

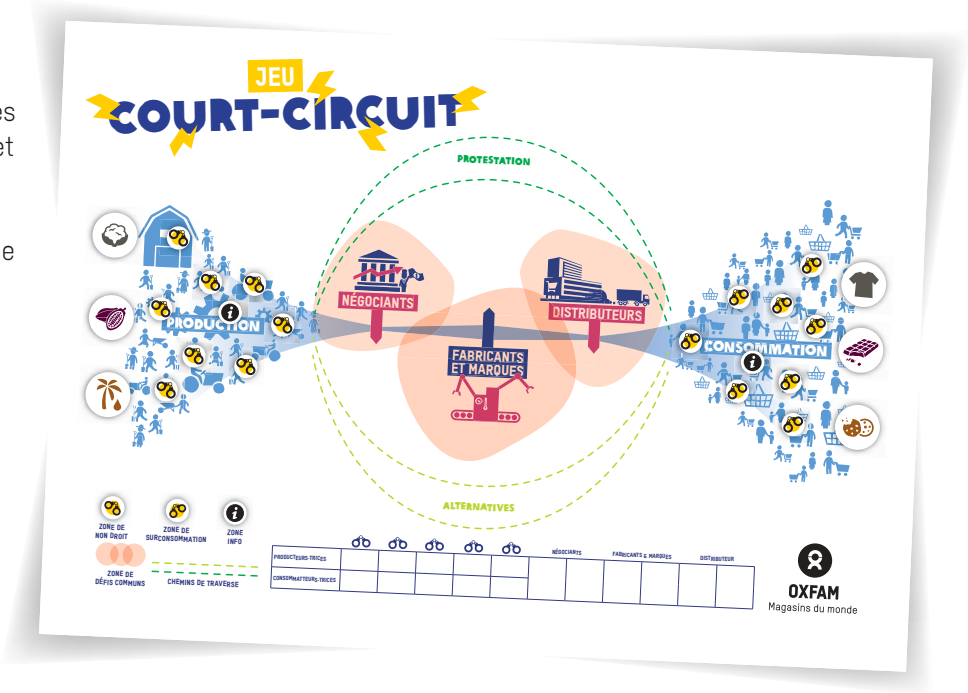
2 x 50 Min

6 - 25
2 - 8 EN ÉQUIPE

TOUT EST TÉLÉCHARGEABLE
SUR **OUTILSOXFAM.BE**
TU Y TROUVERAS LE GUIDE DE L'ANIMATION AINSI QUE
TOUS LES SUPPORTS À IMPRIMER AFIN D'ANIMER LE JEU TOI-MÊME.

OBJECTIFS

- Comprendre le problème de la toute-puissance des intermédiaires (négociants, fabricants/marques et distributeurs) dans le commerce mondial.
- Comprendre le problème du manque de transparence de la chaîne de production et de ce que cela a comme effets négatifs sur les producteurs et productrices.
- Comprendre le principe de « devoir de vigilance ».



DESCRIPTION DU JEU

Les participant·e·s seront réparti·e·s en 3 groupes, afin de découvrir 3 filières différentes. Certain.e.s seront des producteurs/trices (de coton, de cacao ou d'huile de palme) et d'autres des consommateurs/trices (de t-shirt, de chocolat ou de biscuit).

La première partie du jeu dure 50 minutes et est consacrée à la découverte du système. Il faudra être adroit de ses mains et réfléchir vite !

Il y aura des zones de non-droit et de surconsommation dans lesquelles les participant·e·s devront essayer de se faufiler grâce à leur dextérité, en faisant glisser un marqueur sur le plateau de jeu.

Il y aura aussi des questions de rapidité et des petits défis pour en apprendre plus sur la concentration du marché grâce à des cartes négociants, fabricants, marques et distributeurs. Le but du jeu est simple : chaque producteur et productrice va tenter de rejoindre les consommateurs et consommatrices de leur produit, et inversement, tout en découvrant des infos sur les matières premières, le produit et la façon dont il est fabriqué.

La 2ème partie du jeu dure aussi 50 minutes et s'intéresse au devoir de vigilance. Le super-pouvoir à acquérir pour déjouer la concentration du marché !

Grâce à une vidéo de « Partager c'est sympa » sur le devoir de vigilance, les participant·e·s auront l'occasion de découvrir et échanger sur cette proposition de loi. Peut-elle être un moyen efficace de contrer toutes les injustices observées dans la première partie du jeu ?
A vous de jouer !

ELECTION DU PRODUIT LE PLUS POURRI

Ton JM-Oxfam a la bougeotte ? Envie de triturer les produits pour mieux les comparer, tout en organisant une petite escapade dans le magasin le plus proche ? Cette animation est faite pour toi ! Direction le supermarché pour élire le produit le plus pourri !

Si il est compliqué d'organiser une sortie hors de l'école, l'animation peut aussi se faire en classe sur base d'une sélection de produits.

14+

2H

10 - 25

OBJECTIFS DE L'ANIMATION ?
- Réfléchir à l'absurdité du système de production/commercialisation/distribution
- Débattre de notre consommation

ANIMATION EN 3 PHASES

PHASE 1
LE CHOIX DES CRITÈRES

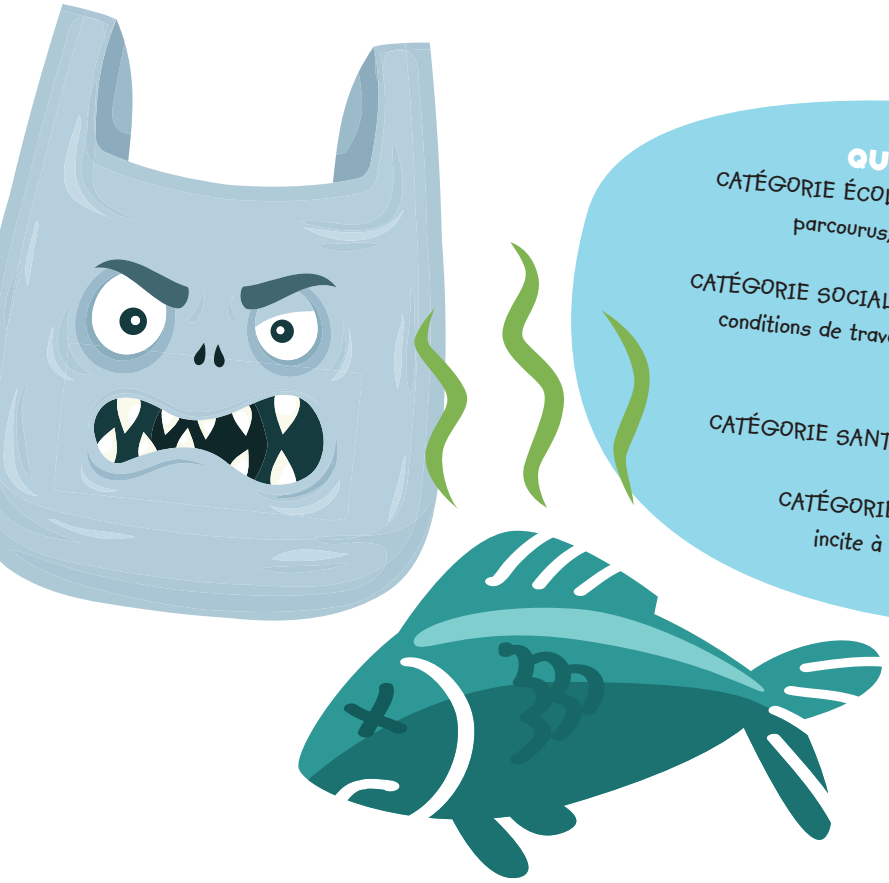
Objectif de cette phase : retenir entre 3 et 5 critères de « pourritude ».

1. Qu'est-ce qui fait qu'un produit puisse être considéré comme « pourri » ? Chaque participant.e peut proposer plusieurs critères, l'animateur/trice les note tous sur un tableau ou une grande feuille. Ensuite, l'animateur/trice peut les classer par catégories.

2. L'animateur/trice propose de venir faire une croix à côté de 3 critères que chacun·e aimerait garder. L'animateur/trice calcule quels sont les 3 (ou 5) critères retenus.

Attention, il faut que chaque critère soit très précis, pas de termes flous comme « écologiquement incorrect » par exemple.

Précise qu'il s'agit de critères liés au fait que ça soit mauvais pour la planète et/ou les humains (on ne parle pas du goût).



QUELQUES IDÉES DE CRITÈRES

CATÉGORIE ÉCOLOGIE: emballage à usage unique, nombre de km parcourus, modèle agricole, recyclage impossible...

CATÉGORIE SOCIALE : rémunération des travailleurs et travailleuses, conditions de travail, travail des enfants, produit sur des terres accaparées, ...

CATÉGORIE SANTÉ : toxicité/malbouffe/produits chimiques, ...

CATÉGORIE PUBLICITÉ : mensongère, sexiste, incite à la surconsommation, inutilité, ...

PHASE 2
DIRECTION LE SUPERMARCHÉ POUR L'ÉLECTION DU PRODUIT LE PLUS POURRI

Le groupe va avec l'animateur/trice dans un supermarché ou une superette.

Déroulé de l'animation dans le supermarché :

1. Par groupe de 3, les participant.e.s se baladent dans le supermarché et choisissent un produit qui selon eux correspond le mieux aux 3 critères retenus dans la phase 1.
2. Après 15 min, tou·te·s les participant·e·s se retrouvent au rayon fruits et légumes pour l'élection.
3. Chaque trinôme présente le produit qu'il a choisi et explique en quoi il correspond aux différents critères. Il essaye de convaincre l'assemblée que ce produit est vraiment le plus pourri.
4. Une fois toutes les présentations faites, l'animateur/trice organise un vote à main levée pour élire parmi les produits choisis lequel est le plus pourri. N'hésitez pas à laisser les participant.e.s débattre, pourquoi pas en sous-groupe pour échanger des arguments.
5. Chaque trinôme va ranger le produit qu'il a pris et sort du magasin.

Pour que tout se passe bien :

- Allez voir les responsables du supermarché pour leur expliquer que vous faites une analyse des filières commerciales et rassurer sur la démarche pédagogique de l'animation. Vous précisez bien que tout sera remis en ordre et qu'il n'y aura aucune dégradation.
  Précisez également la durée : 45 min devraient suffire.
- Interdisez aux élèves de choisir un produit congelé pour ne pas dégrader le produit.
- N'hésitez pas à inviter les responsables du magasin à suivre votre animation.

PHASE 3
DÉBRIEFING

1. L'animateur/trice rappelle très rapidement les produits choisis dans le supermarché et celui qui a été élu le plus pourri et pourquoi.
2. L'animateur/trice propose aux participant.e.s de s'exprimer sur leur ressenti : comment avez-vous vécu la séance dans le supermarché en un mot/une phrase/...
3. Si l'animateur/trice s'en sent capable, il peut rajouter des infos et rebondir sur ce qui a été dit au supermarché par les participant·e·s. Il est bien sûr impossible de connaitre à l'avance les produits qui seront choisis par les participants, mais l'animateur/trice peut décrypter de manière générale les modes de production / commercialisation et de distribution de ces produits, en abordant les modèles agricoles, le nombre de kilomètres parcourus, quelle partie de la chaine gagne le plus d'argent, la rémunération des actionnaires, ...
4. Pour aller plus loin dans la réflexion et apporter de la complexité, l'animateur/trice peut proposer un débat, avec par exemple les questions suivantes :
   - Est-ce qu'on trouve aussi des produits différents dans le supermarché ? Est-ce que les participant.e.s ont trouvé des produits qui répondent positivement aux critères ?
   - Les produits bio et équitables par exemple, sont-ils satisfaisants pour tous les critères ? Est-ce que consommer un produit bio qui vient de très loin a du sens ? Est-ce que consommer un produit équitable sur-emballé a du sens ? Sachant que ces produits sont distribués dans un supermarché, ne favorisent-ils pas un modèle que l'on dénonce ?
   - Peut-on se passer des supermarchés ? Comment consommer autrement ?

Pour vous aider au debriefing, n'hésitez pas à aller consulter d'anciennes campagnes disponibles sur jmoxfam.be

LES DÉBATS SONT LANCÉS !

ACTION D'INTERPELLATION

FAIS BOUGER TON RÉSEAU !

En décembre 2018, des entreprises chocolatières, des syndicats, des supermarchés, des hommes et des femmes politiques et des ONG ont signé pour la mise en place du programme « ***Beyond Chocolate*** ».Le but est de rendre le chocolat belge durable et de rémunérer correctement les producteurs et productrices d'ici 2030. C'est un engagement ambitieux et nécessaire.

UNE SIGNATURE, C'EST BIEN. DES ACTES, C'EST MIEUX.

Oxfam-Wereldwinkels et Oxfam-Magasins du monde lancent une action à la rentrée pour encourager tou(te)s les acteurs et actrices du secteur à aller plus loin que la signature. C'est la campagne « Bite to fight » ! **Et c'est là que toi et ton JM-Oxfam entrez en jeu !**

ORGANISE UNE ACTION « CARTE POSTALE » DANS TON ÉCOLE

Commande/télécharge ces cartes postales et lors d'une vente ou d'un petit-déjeuner, invite les élèves à en signer une. Il te suffit ensuite de toutes les rassembler et de les déposer au magasins Oxfam le plus proche.

Cette action permettra de démontrer aux marques et aux supermarchés que les consommateurs et consommatrices sont nombreux à vouloir un vrai changement. Plus il y en a, et plus nous aurons d'impact !

AGIS AVEC TON SMARTPHONE !

Tu fais souvent des selfies que tu postes sur les réseaux sociaux? C'est bon, tu peux devenir activiste ! Prends-toi en photo avec ton chocolat équitable et poste-la sur ton réseau social favori avec les hashtags **#bitetofight** et **#fairchocolate**. Invite tes ami·e·s à le faire aussi lorsqu'ils/elles viennent acheter leur chocolat au stand du JM-Oxfam.

TU AS D'AUTRES IDÉES POUR ENCOURAGER LES SIGNATAIRES À RESPECTER LEURS ENGAGEMENTS ? FONCE ! L'IMPORTANT, POUR AVOIR DE L'IMPACT, C'EST D'ÊTRE NOMBREUSES ET NOMBREUX À LE FAIRE.

ANIMER L'EXPO-JEU « CA VA PAS SUPERMARCHÉ »

Comment expliquer qu'il faut pouvoir interpeller les multinationales sur le respect de l'environnement et des droits humains ? Comment aborder la loi sur « le devoir de vigilance » sans s'ennuyer ? Voici une animation jeu gratuite que tu peux emprunter chez Oxfam pour parler de tout cela dans ton école avec des classes !

de la 2ème à la 7ème secondaire

50 min (version light) ou 2 x 50 min selon la formule

Jusqu'à 25 personnes

OBJECTIFS DE L'ANIMATION ?

- Comprendre les abus partout dans le monde d'entreprises multinationales qui ne respectent pas l'environnement et les populations.
- Comprendre ce qui se cache derrière certains produits qu'on consomme (le chocolat, les smartphones, les vêtements, les fruits et légumes ou même les crevettes...).
- Comprendre le problème du manque de transparence de la chaîne de production et de ce que cela a comme effets négatifs sur les producteurs et productrices.
- Comprendre le principe de « devoir de vigilance» et défendre une loi de ce type en Belgique.

MATÉRIEL NÉCESSAIRE :

Du matériel pour montrer une courte vidéo avec son, des photocopies du questionnaire et de quoi écrire ainsi que le matériel du module. Vous pouvez réserver le module d'expo-jeu sur **www.outilsoxfam.be**

N'oubliez pas de vous y prendre à l'avance pour le réserver. Il sera livré au magasin Oxfam de votre choix.

NOMBRE D'ANIMATEURS NÉCESSAIRES :

- 2 animateurs/trices dans la version light (50min)
- 5 à 10 animateurs dans la version plus ludique avec les stands/épreuves.

Les animateurs/trices doivent prévoir le temps de se former et de tester le jeu pour être prêt.e.s à l'animer. Un guide des animateurs détaillé est fourni avec le module pour préparer ton équipe à animer.

BESOIN D'UN COUP DE POUCE ?

Pour vous aider à vous former au jeu ou pour co-animer une séance avec vous, n'hésitez pas à demander aux animateurs JM-Oxfam un coup de main. En fonction des disponibilités, nous serons ravis de venir vous aider ! jm@mdmoxfam.be ou 010/420.214.

DESCRIPTION DU JEU

UNE EXPO À VISITER AVEC UN QUIZZ ET DES PETITES ÉPREUVES

14 panneaux présentant chaque fois un produit vendu dans un supermarché fictif et une réalité cachée derrière ce produit (conditions de travail, impact sur l'environnement, puissance des multinationales,...). Grâce à un questionnaire les participant.e.s peuvent découvrir l'exposition et également participer à des stands/épreuves organisées dans ce supermarché. Arriveront-ils à deviner quel est le trajet pour fabriquer un smartphone, à estimer les revenus d'une entreprise connue par rapport à ceux d'un pays ou à bien viser les paniers lors d'une récolte de fruits et légumes particulière ?

UN DÉBRIEFING AUTOUR DU DEVOIR DE VIGILANCE AVEC VIDÉO

Suite à la première partie, les participant.e.s vont s'interroger sur comment éviter des abus de la part des entreprises multinationales à l'autre bout du monde. Après une discussion, les animateurs/trices montrent une vidéo expliquant le fonctionnement d'une loi sur le devoir de vigilance. Celle-ci permettrait d'obliger les entreprises à être responsables de ce qu'elles vendent même si c'est à l'autre bout du monde que ça pollue ou que ça blesse des travailleurs.

ASTUCES :

N'hésitez pas à ajouter un peu de décor, à déguiser les animateurs en travailleurs de supermarchés ou de compagnies qui y tiennent des stands.

Vous pouvez organiser ce jeu lors d'une journée spéciale à l'école (jours blancs, journée citoyenne, après un petit déjeuner Oxfam,...) ou dans le cadre d'un cours ou sur base volontaire sur un temps de midi.

Cette farde contient des infos et des propositions d'actions pour mettre en lumière les pratiques des entreprises qui ne respectent pas les droits humains et environnementaux.
Elle est destinée aux JM-Oxfam en écoles secondaires.

Oxfam-Magasins du monde est un mouvement de citoyennes et de citoyens qui défend une économie sociale et solidaire. Pour lutter contre les injustices socio-économiques, l'organisation mène des campagnes de sensibilisation et développe la vente de produits du commerce équitable et de seconde main. D'autre part, Oxfam-Magasins du monde conduit, au sein de la confédération internationale d'Oxfam, des actions de plaidoyer et d'interpellation auprès des hommes et femmes politiques et des entreprises pour promouvoir un commerce international plus juste.

Le projet des JM-Oxfam

Les JM-Oxfam (Jeunes Magasins Oxfam) sont des équipes, composées d'élèves et de professeurs, actives dans les écoles secondaires pour défendre un monde plus équitable et solidaire. Les JM-Oxfam vendent des produits issus du commerce équitable à la récré et mènent des actions de sensibilisation, tout en apprenant la démocratie et le travail d'équipe. Plus de 120 écoles en Belgique francophone accueillent un JM-Oxfam.

A contacter pour plus d'infos

Service mobilisation jeunes
Oxfam-Magasins du monde
010 420 214
jm@mdmoxfam.be

Rue Provinciale, 285
1301 Wavre (Bierges)
Belgique

JM OXFAM

Belgique
partenaire du développement
Éditeur responsable : Pierre Santacatterina - rue Provinciale, 285 - 1301 Wavre