

Discipline : Français

Classe :

Auteurs : Olivia Frentiu, C.N.Mircea cel Batran, Constanta | Doina Grapa, C.N.Mircea cel Batran, Constanta

Niveau : B1

Thème du programme roumain :

Titre de la fiche : Le commerce équitable

Ressources documentaires (et références) :

Clip vidéo : « Mange ta banane » | <http://fr.youtube.com/watch?v=8qInQNIjJrA>

Texte : Commerce éthique ou équitable (en annexe)

Objectifs :

- Exprimer son opinion
- Faire des hypothèses
- Raconter la suite d'une histoire

Tâches :

Identifier des informations dans un document vidéo

Donner la suite d'une séquence vidéo

Chercher des informations dans un document écrit

Termes à expliquer :

Équitable, éthique	Développement durable
Pays d'importation	Débouché
Acquérir	Label/labelliser

Mots clés : français, commerce, équitable, éthique

Découpage en séquences

1. 00 – 1'16 : La mère explique à sa fille pourquoi celle-ci doit manger sa banane ; toutes ses raisons décrivent, en fait, le concept de commerce équitable ; la séquence finit par le syntagme « commerce équitable »

1'16 – 3'01 : La petite fille explique à ses copains pourquoi ils doivent manger des bananes, en leur donnant les mêmes explications que celles de sa mère ; tous les enfants comprennent l'idée de commerce équitable.

Parcours

1- Mise en route

Question de groupe : « Pourquoi manger des bananes ? » A deux, trouvez des raisons pour manger des bananes. (2 minutes)

Mise en commun.

2- Découverte du document

Activité 1 : on passe la première partie du document vidéo, on demande aux élèves de dire ce qu'ils comprennent par « commerce équitable ».

3- Expression orale

Activité 2 : on demande aux élèves d'imaginer la suite du clip. Travail à deux. Présentation des productions. On passe la deuxième partie du document vidéo. Remue-méninges sur les produits alimentaires et non-alimentaires du commerce équitable.

Activité 3 : document écrit. Tâche : « Cherchez dans le texte 5 nouvelles informations sur le commerce équitable ». Mise en commun.

4- Pour aller plus loin.

Activité 4. Tâche : « Cherchez d'autres publicités pour des produits de commerce équitable et présentez-les. » Vous pouvez trouver des informations supplémentaires sur le commerce équitable en utilisant les sites :

www.plateformecommerceequitable.com.

http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/293_Commerce_Equitable.pdf

<http://www.actualitesolidarite.com/achat/rubriques/com.htm/>

<http://www.commerceequitable.org/commerceequitable/>

<http://www.commerceequitable.org/tourisme/>

Annexe : Commerce éthique ou équitable ?

Le consommateur européen est de plus en plus sensible à la qualité des produits qu'il achète, que ce soit sur le plan sanitaire, environnemental ou social. Peu à peu son comportement face à l'acte d'achat se rationalise et se responsabilise. Il devient attentif en particulier aux conditions de production et de commercialisation des biens qu'il décide d'acquiescer en connaissance de cause.

Il est donc important de comprendre la signification exacte et de bien faire la distinction entre ces deux expressions.

- 1) **Le commerce éthique**: il vise à favoriser et à développer de bonnes conditions de travail chez les producteurs.
- 2) **Le commerce équitable**: Le Commerce Equitable, mouvement créé au Pays-Bas depuis le début des années 1960, connaît actuellement un phénomène d'accélération de ses ventes sur l'ensemble du marché Européen et Nord-Américain.

Le commerce équitable est un commerce social qui vise à établir un rapport d'échanges satisfaisants pour tous et qui a pour principe d'aider des coopératives d'artisans dans les pays en développement à se développer de manière durable. Du producteur au consommateur, il vise à assurer une juste rémunération du travail des producteurs de pays en voie de développement qui s'engagent en retour à garantir les droits fondamentaux du respect des Droits de l'Homme parmi lesquels: Interdiction du travail des enfants, santé et sécurité au travail, interdiction du travail forcé (esclavage), la non-discrimination entre hommes et femmes, entre personnes de races, de religions différentes, le contrôle des heures de travail, la liberté syndicale etc.

- 3) **Le commerce équitable en chiffres**: Avec 60 à 70% des volumes commercialisés, l'Europe offre ses principaux débouchés au commerce équitable. Le chiffre d'affaires net global des produits bénéficiant d'un label équitable y a quintuplé en quatre ans pour atteindre près de 1,25 milliards d'euros en 2006.

Les ventes ont en moyenne progressé de 20% par an depuis 2000, ce qui fait du commerce équitable l'un des secteurs économiques les plus dynamiques d'Europe. On trouve des produits équitables dans plus de 55 000 supermarchés et plus de 2800 boutiques spécialisées. En France à ce jour 81% des Français ont entendu parler du commerce équitable et savent la démarche que ce type de commerce représente même si chaque Français ne débourse en moyenne que 2 € par an sur des produits labellisés, là où les Suisses en dépensent 20. Aujourd'hui, environ 200 organisations importent des produits équitables en Europe et l'ensemble de ces filières bénéficie à plus de 5 millions de producteurs dans les pays en voie de développement. Les organisations importatrices s'approvisionnent pour 26% en Afrique, 40% en Asie et 34% en Amérique Latine. (Sources: Rapport "Fairtrade in Europe 2005" de la plate-forme FINE et la Tribune du 5/10/06).

Le Commerce Équitable en France

Produits Alimentaires/ Montant des Ventes 2004 en € /Parts de marché

Café 41586 59%

Thé 5308 7%

Cacao/Chocolat 9663 14%

Banane 4952 7%

Fruits secs 1880 3%

Sucre 1962 3%
Miel 787 1%
Jus de fruit 2297 3%
Riz et céréales 1572 2%
Autres produits alimentaires 877 1%
Total 7082 100%

Ventes de produits et services non alimentaires/ Total en € /Parts de marché

Produits non spécifiés 12274 70%
Tapis 2092 12%
Tourisme 887 5%
Vêtements 1977 11%
Décoration 212 1%
Bijoux 118 1%
Maroquinerie 30 0%
Tissus 27 0%

Total 17617 100%

Les principales ventes des produits non alimentaires du commerce équitable sont celles des tapis faits main (41% du total), des vêtements (11%) et des «produits non spécifiés» (40%) que l'on peut supposer être d'autres produits artisanaux. Le tourisme solidaire commence aussi à être commercialiser.

(Sources: Rapport "Fairtrade in Europe 2005" de la plate-forme FINE et la Tribune du 5/10/06)