



Propositions d'actions au sein des universités

pour le label Université de commerce équitable.

Par les réseaux FAIRNESS/Ingénieurs sans frontières

Objectif 2 : Acheter des produits issus du commerce équitable.

- Organisation de dégustations/ventes de produits équitables
- Inciter à la consommation de café équitable et/ou de chocolat équitable dans les salles des profs (semaine du café équitable).
- Inciter à l'achat de produits équitables par l'établissement (points de restauration, distributeurs) et dans la restauration collective (resto U).
- Vente de produits équitables en-dehors de l'établissement.
- mettre en place des opérations commerciales en magasins telles que « pâques équitable », la « fête des mères équitable », l'opération « coton équitable » (durant la semaine du « blanc »), événement chocolat équitable lors de la journée mondiale du cacao le 01 octobre de chaque année (site ICCO).

Objectif 3 : Sensibiliser / former au commerce équitable

- campagne d'engagement des enseignants pour l'intégration de la thématique du commerce équitable dans les cours ; des externalités négatives du commerce international ; des mouvements de boycott
- Participer à la construction des ressources pédagogiques sur le commerce équitable (étude de cas, synthèses bibliographiques, par exemple) et sur les externalités négatives du commerce conventionnel (national ou international)
- mettre à disposition des ressources au sein du CDI : guide des labels, ouvrages sur le commerce international et ses effets négatifs, ouvrages sur le commerce équitable, études d'impacts
- participer à la diffusion du label : engagement d'autres établissements (écoles, lycées, universités),
- campagne de buzz marketing et/ou de crowdsourcing sur les réseaux sociaux
- campagne d'affichage sur les labels du commerce équitable, les lieux d'achat, les impacts
- participer à la diffusion du label Territoire pour le Commerce équitable : sensibilisation et engagement de collectivités territoriales ;
- création de « fair nudge » et d'outils de communication engageante,
- organisation d'une journée et/ou d'un colloque sur le commerce équitable

Objectif 4 : Communiquer (en interne et externe) sur les évènements et engagements de l'établissement, en faveur du commerce équitable.

- communication par affichage au sein de l'établissement, ainsi que sur le site web
- article dans la presse
- création d'un site web
- réalisation d'œuvres d'art, expos d'art, vidéos, animations, BD, etc.
- organisation d'une remise de label au niveau départemental et/ou régionale
- participer à l'évaluation du label : inciter les jeunes à remplir un baromètre sur la consommation responsable

Objectif 5 : Favoriser des partenariats extérieurs et des jumelages autour du commerce équitable

- mettre en place un partenariat avec une association locale de commerce équitable ou un magasin de commerce équitable
- mettre en place un partenariat avec une « Fair Trade School » au Nord et/ou au Sud pour créer des liens interculturels et des actions communes
- mettre en place un partenariat avec un territoire de commerce équitable
- favoriser les projets de jumelage entre des territoires
- mettre en place un partenariat avec des organisations de producteur pour développer leurs activités
- introduire la thématique du commerce équitable dans les partenariats existants
- mettre en place de la recherche participative avec des acteurs du commerce équitable

Autre

- participer à l'évaluation du label en évaluant un établissement au titre de l'évaluation par les pairs
- participer au développement de nouvelles filières de commerce équitable notamment sur des enjeux prioritaires : artisanat provenant de produits forestiers non ligneux, produits issus de la biodiversité (noix du Brésil par exemple), produits issus de zones périphériques à des aires naturelles protégées, etc.
- dépasser les limites du commerce équitable et entrer dans la sphère des relations équitables au profit de la co-viabilité entre l'Homme et la Nature : mettre en place des opérations de paiement pour services environnementaux (via des campagnes de crowdfunding, entre autres) au profit des stratégies de co-viabilité mises en place par des agriculteurs situés en périphérie d'espaces naturels protégés au « Sud ». Voir, par exemple, le site du Fond Français pour l'Environnement Mondial et son « Programme de Petites Initiatives » pour identifier les espaces naturels protégés concernés et les besoins de valorisation des stratégies de co-viabilité. (Exemple : financement de la production de piments rouges plantés en lisière de champ pour éloigner les éléphants).
- Visite d'exploitations agricoles qui, sur le territoire de l'établissement, peuvent prétendre au label « commerce équitable origine France »