

RESUME Depuis 2018, des associations d'éducation au commerce équitable (Fédération Artisans du Monde, Ingénieurs Sans Frontières, Fairness, Nord-Sud Pour un Commerce Equitable) se sont associées pour expérimenter une méthode d'animation de la campagne « Label Ecoles de commerce équitable » qui vise à engager des établissements scolaires en faveur du commerce équitable.

AUTEUR	PROGRAMME ou EXPERIMENTATION	ORGANISME
Nom* : TREGLOZE Prénom* : Lise Fonction* : Responsable éducation Adresse email* : l.tregloze@artisansdumonde.org	Date de démarrage* : mars 2018 Lieu de réalisation* : France Budget : indéfini Origine et spécificités du financement : Fonds propres des associations engagées, cofinancés par l'Agence Française de Développement et l'Union Européenne	Nom* : Fédération Artisans du Monde Adresse postale* : 14, rue de la Beaune 93100 Montreuil Logo de l'organisme* : FADM Site internet : www.artisansdumonde.org www.label-ecoles-equitable.fr Médias sociaux de l'organisme : Artisans du Monde Nombre de salariés : 10 (national) – 20 (local) Nombre de bénévoles : 12 (national) – 5000 (local) Nombre d'adhérents : 135 associations locales

1) ORIGINES ET CONTEXTE DU PROGRAMME ou de l'EXPERIMENTATION*

Le commerce équitable est un outil concret de lutte contre les inégalités et contribue à la mise en place des objectifs de développement durable. C'est par les changements de comportements des citoyen.nes mais aussi de leurs lieux d'activités (comme les établissements scolaires), que le commerce équitable peut espérer se développer.

Une campagne internationale de mobilisation des villes, écoles et universités existe depuis plusieurs années (<http://www.fairtradetowns.org/>). En France, cette campagne s'est déclinée dans deux programmes : Territoires de Commerce Equitable pour les collectivités territoriales (www.territoires-ce.fr) et Label Ecoles de Commerce Equitable pour les établissements scolaires (www.label-ecoles-equitable.fr).

Plusieurs associations membres de Commerce Equitable France, le collectif français des organisations du commerce équitable, mènent des actions d'éducation au commerce équitable auprès du public jeune. De nombreuses initiatives existent au sein des écoles, collèges, lycées, universités..., mais manquent d'identification, de capitalisation et d'évaluation de leurs impacts. Afin de mieux structurer leurs accompagnements et de valoriser les établissements scolaires engagés, ces associations ont souhaité créer un label spécifique en 2016 et ont testé différentes méthodes pour l'animer. Depuis mars 2018, nous sommes entrés dans une 2^{ème} phase d'expérimentation autour d'une méthode d'animation adaptée aux spécificités de chaque organisation et établissement scolaire, en vue d'une gestion souple d'un label accessible mais exigeant.

2) OBJECTIFS DU PROGRAMME ou de l'EXPERIMENTATION*

Pour obtenir le label « Ecole de commerce équitable », il faut justifier d'actions dans 5 domaines : 1) le vote d'une délibération et la mise en place d'un comité de pilotage – 2) L'achat de produits issus du commerce équitable – 3) Des actions d'éducation au commerce équitable – 4) Des actions de communication sur les engagements de l'établissement en faveur du commerce équitable – 5) Une ouverture vers l'extérieur, le territoire, le monde associatif, des jumelages... favorisant les projets menés autour du commerce équitable.

3) ACTIONS MISES EN ŒUVRE*

Nous avons conçus des dossiers de candidatures adaptés aux spécificités de chaque établissement : écoles maternelles et primaires / collèges-lycées / universités-grandes écoles. Ces dossiers sont aussi des guides pour l'action. Nous avons conçu un site internet www.label-ecoles-equitable.fr pour rendre accessible ce projet à tout établissement ou association qui souhaite s'y engager, afin qu'il trouve toutes les informations utiles et ressources pratiques. Nous avons imaginé un nouveau processus d'évaluation qui se fait en 4 étapes : 1) l'autoévaluation des pratiques par l'établissement candidat – 2) Une évaluation par les pairs (entre deux établissements par exemple) pour favoriser les échanges de pratiques – 3) Un jury externe de personnalités de l'éducation ou de l'économie solidaire - 4) Le comité de pilotage rend son avis sur la base des avis communiqués par les 3 étapes précédentes. Nous organisons deux sessions de remise de label par an.

Nous avons créé une identité visuelle et un label en 3 niveaux qui permet de visualiser le niveau d'engagement de l'établissement (de faible à excellent). Les types d'activités mis en place sur chaque objectif permettent d'apprécier le niveau d'engagement qui est adossé au logo du label.

Depuis mars 2018, les 4 porteurs dégagent du temps de travail à raison de 1 journée/mois pour le portage de ce dispositif. Chaque organisation dédie ensuite du temps RH à l'animation de cette campagne au sein de son réseau et avec ses propres partenaires.

De 2016 à juin 2019, ce dispositif est autofinancé par les porteurs de projets sur leurs fonds propres. La FADM co-finance ce projet via des subventions acquises de l'Agence Française de Développement et de l'Union Européenne sur des projets d'éducation au commerce équitable.

Une bourse « ECSINOV » a été attribuée par EDUCASOL en 2018 pour appuyer l'expérimentation menée et un partenariat a été encouragé entre les porteurs et EDUCASOL.

Un financement européen du programme « BRIDGE 47 » a permis à la FADM de soutenir une association locale dans son accompagnement à la labellisation de 3 établissements scolaires et à la diffusion de cette expérience dans des rencontres nationales.

En janvier 2019, un important projet d'éducation au commerce équitable monté en consortium de 8 organisations (dont les 4 porteurs actuels), piloté par Commerce Equitable France a été soumis à l'Agence Française de Développement qui prévoit des moyens humains et financiers conséquent pour le déploiement de cette campagne.

4) RESULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS, DES ACTIONS MISES EN ŒUVRE*

Dans le monde, plusieurs milliers d'établissements sont labélisés « Fair Trade School », on en compte des centaines en Allemagne ou Angleterre.

Depuis le lancement de ce projet en France début 2017, 6 établissements ont été labélisés (voir liste sur <https://www.label-ecoles-equitable.fr/les-etablissements-labellises>). Un prochain jury est prévu en mai 2019 avec une dizaine de nouvelles candidatures.

Bien entendu, au-delà des quelques établissements déjà labélisés en France on peut estimer à plusieurs centaines d'établissements scolaires français qui ont un engagement sur le commerce équitable, souvent en partenariat avec une association locale, pour des interventions ponctuelles auprès d'une classe, comme pour des projets impliquant tout l'établissement dans la durée.

Afin de mesurer l'impact de cette campagne sur les jeunes, des outils d'évaluation inspirés de la théorie du comportement planifié ont été conçus par FAIRNESS : des baromètres pour mesurer l'engagement des jeunes sur le commerce équitable et la consommation responsable. Ils sont administrés auprès de jeunes dans des établissements ayant différents niveaux d'engagement.

5) ORIGINALITE DU PROGRAMME ou de l'EXPERIMENTATION*

Le commerce équitable s'appuie sur des modalités d'actions complémentaires : l'éducation, le plaidoyer, l'ouverture de débouchés (la vente de produits), le partenariat. Ainsi le label a été pensé comme un dispositif de mise en mouvement des établissements autour de ces diverses modalités d'action ; mais également de valorisation, de communication autour de leur engagement dans le but de le pérenniser, de l'amplifier et d'en susciter de nouveaux.

Le « pair à pair » est encouragé via le système d'évaluation et dans les types d'activités proposées. La place des élèves en tant qu'acteur et non juste « bénéficiaire » est une condition essentielle pour obtenir le label. Le partenariat et l'ouverture de l'établissement vers son territoire sont également encouragés.

L'animation du dispositif au national est horizontale, s'adapte aux moyens et possibilités de chaque organisation, privilégie l'expérimentation, le « droit à l'erreur » et repose sur une responsabilité des membres par rapport à leur engagement. Les temps de pilotage national est réduit et efficace.

La diversité des compétences et expériences des organisations porteuses de par leur statut (réseau national, association de chercheurs, association d'étudiants...) et leur ancrage au local grâce à leurs membres, permet un fonctionnement dynamique et enrichissant.

6) PARTENARIAT(S) DEVELOPPE(S) DANS LE CADRE DU PROGRAMME

Un partenariat fort est tissé entre les 4 organisations engagées (FADM – ISF – FAIRNESS –NAPCE) et Commerce Equitable France qui reprendra le pilotage du projet dès la fin 2019 et qui a été à l'origine de cette dynamique nationale de fin 2016 à début 2018.

Un partenariat étroit existe entre cette campagne pour les établissements scolaires, et les porteurs de la campagne « Territoires de commerce équitable » (CEF, FADM, FAIRE, Max Havelaar), ainsi que dans sa dimension internationale. Les porteurs du projet ont participé à des rencontres nationales et internationales de cette campagne pour y présenter l'initiative française du label écoles de commerce équitable.

Un partenariat se renforce avec EDUCASOL la plateforme de l'éducation à la citoyenneté et à la solidarité internationale qui a soutenu ce projet via une bourse « ECSINOV » et qui a permis aux porteurs de cette campagne de participer aux travaux du Laboratoire d'EDUCASOL sur l'innovation en ECSI.

Les membres du jury extérieur sont des personnalités du monde de l'éducation, de la jeunesse, des collectivités... qui permettent également un déploiement de ce projet vers leurs réseaux et apportent de la légitimité au label.

Les établissements scolaires sont bien entendu des partenaires importants de ce programme.

Le projet est soutenu par l'Agence Française de Développement et l'Union Européenne (programme DEAR et projet BRIDGE 47).

7) RETOUR D'EXPERIENCE –

Difficultés et/ou obstacles rencontrés durant la mise en œuvre du programme ou de l'expérimentation* :

Plusieurs freins sont identifiés :

- Au niveau des ressources humaines disponibles, que ce soit dans les associations de commerce équitable ou dans les établissements scolaires : manque de postes salariés ou de bénévoles ; manque de disponibilité des équipes.
- Au niveau des achats de produits en milieu scolaire et notamment en restauration scolaire, contraint par les règles des achats publics, par des contraintes budgétaires fortes, par une rigidité des procédures d'achat...

Un débat a lieu entre différents « types » de labels et sa légitimité:

- Un label simple, accessible, facile à obtenir... dont le risque est que certains établissements fassent du « fair washing » en communiquant sur des engagements finalement faibles qui ne permettent pas les changements attendus ;
- Un label très exigeant, mais trop difficile à obtenir du fait d'une lourdeur administrative (dossiers de candidatures et processus d'évaluation complexes....) et de la difficulté pour les établissements à mettre en place les activités suggérées.

Il existe encore un manque de visibilité et de connaissance de cette campagne, de la part des établissements scolaires en général et de la part des acteurs de l'éducation populaire, de l'économie solidaire.... Le plaidoyer pour un portage politique fort (Education nationale ?) et la mise en place d'un réseau de public-relais (associations locales, établissements engagés) nécessitent des moyens importants.

Enfin, la capacité que les porteurs auront à évaluer l'impact de cette campagne et de son animation sur les changements de comportement attendus, en s'appuyant sur des méthodologie et des supports adaptés et efficaces, est un défi à relever.

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

Afin de se doter de moyens humains et financiers supplémentaires, les porteurs du projet et Commerce Equitable France ont monté un important projet en consortium qu'ils ont déposé auprès de l'Agence Française de Développement qui permettra dès juillet 2019 et pour 3 ans d'animer et de déployer cette campagne avec des moyens dédiés, notamment un poste salarié.

Afin de trouver le système de label le plus efficient, plusieurs expérimentations sont menées, comme par exemple depuis mars 2018 avec un label à 3 niveaux et une méthode d'évaluation en 4 étapes.

Les chercheurs impliqués dans cette campagne ont créé un support adapté à l'évaluation de l'impact de cette campagne auprès des jeunes des établissements concernés, qui est administré et dont l'analyse pourra contribuer à une plus grande adhésion/adaptation de la campagne.

Améliorations futures possibles :

Une meilleure visibilité de la campagne et son portage par des acteurs institutionnels du milieu scolaire (Education nationale, Enseignement agricole) permettrait de le déployer. Un rapprochement avec d'autres labels de qualité équivalents (Eco-Ecoles – E3D – Campus responsable – CIRCES) est envisagé.

Des moyens financiers directement disponibles pour les établissements scolaires pour permettre la mise en place des actions suggérées par le label, notamment un budget permettant d'intégrer des produits issus du commerce équitable dans la restauration scolaire, faciliterait l'engagement des établissements scolaires.

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou transposition du programme ou de l'expérimentation* :

Si nous parvenons à démontrer l'impact de cette campagne, que ce soit sur le développement du commerce équitable, sur une citoyenneté active et solidaire, sur les enjeux éducatifs (ex lutte contre le décrochage scolaire...) nous pourrions associer plus d'acteurs à cette campagne et justifier l'attribution de moyens (privés et publics) à son développement.

Une campagne visible, animée, dynamique permet de susciter de l'intérêt de la part des établissements scolaires qui seront plus nombreux à s'engager. La mise en réseaux des établissements et des équipes qui portent cette campagne permettra de créer des liens, d'améliorer les pratiques, de mieux les faire connaître.

Le site internet est un outil pour rendre le label accessible mais aussi pour accompagner les acteurs dans leurs activités autour du commerce équitable.

Idée de sujet(s) de recherche fondamentale ou appliquée, utile(s) pour le présent programme ou l'expérimentation :

Associer les laboratoires de recherches universitaires, les étudiants, et notamment le corps enseignant, est essentiel pour démontrer l'utilité sociale de cette campagne et en quoi elle permet les changements visés, notamment la réalisation des objectifs de développement durable.

FACULTATIF (non inclus dans la limite des deux pages)

8) REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Article paru dans bulletin Equité n°21 : <https://www.label-ecoles-equitable.fr/actualites/38-bulletin-equite-education-au-commerce-equitable-et-odd>

9) POUR EN SAVOIR PLUS : www.label-ecoles-equitable.fr

10) MOTS-CLES (5 minimum à cocher dans la liste ci-dessous)

- | | | | |
|---|---|--|--|
| <p>1. OPERATEUR(S) :
 X Association, ONG
 <input type="checkbox"/> Coopérative
 <input type="checkbox"/> Collectivités territoriales
 X Etablissement Public
 X Académique, Institut de recherche
 <input type="checkbox"/> Organisation internationale
 X Mouvement citoyen
 <input type="checkbox"/> Particulier(s)
 <input type="checkbox"/> Entreprise
 <input type="checkbox"/> Fondation
 Autre (à préciser) :
 Etablissements scolaires : écoles maternelles-primaires ; collèges-lycées ; universités-grandes écoles</p> | <p>2. BENEFICIAIRES :
 <input type="checkbox"/> Agriculteurs
 x Adolescents
 <input type="checkbox"/> Bottom Of the Pyramid (BOP)
 <input type="checkbox"/> Chômeurs
 <input type="checkbox"/> Détenus
 X Enfants de moins de 5 ans
 <input type="checkbox"/> Entreprises
 X Elèves, étudiants
 <input type="checkbox"/> Femmes
 <input type="checkbox"/> Immigrés
 <input type="checkbox"/> Minorités
 <input type="checkbox"/> Personnes en situation de handicap
 <input type="checkbox"/> Populations bidonvilles
 <input type="checkbox"/> Populations indigènes
 <input type="checkbox"/> Populations nomades
 X Population rurale
 X Population urbaine
 <input type="checkbox"/> Professionnels
 <input type="checkbox"/> Sans abris
 <input type="checkbox"/> Seniors
 <input type="checkbox"/> Universel
 x Autre (à préciser) :
 Enseignant.es et personnel des établissements scolaires (gestionnaires...)</p> | <p>3. DOMAINE(S) :
 <input type="checkbox"/> Aide alimentaire
 X Alimentation
 <input type="checkbox"/> Agriculture
 <input type="checkbox"/> Biens essentiels
 <input type="checkbox"/> Budget
 <input type="checkbox"/> Changement climatique
 X Coopération
 <input type="checkbox"/> Culture
 X Droits fondamentaux
 X Economie
 <input type="checkbox"/> Emploi, Travail
 <input type="checkbox"/> Finance
 X Education, Formation
 <input type="checkbox"/> Energie
 <input type="checkbox"/> Environnement
 <input type="checkbox"/> Gouvernance
 <input type="checkbox"/> Logement
 <input type="checkbox"/> Loisirs, Sports
 <input type="checkbox"/> Migrations
 <input type="checkbox"/> Moyens de communication
 <input type="checkbox"/> Participation citoyenne
 <input type="checkbox"/> Philosophie, Sociologie
 <input type="checkbox"/> Protection sociale
 <input type="checkbox"/> Psychologie
 <input type="checkbox"/> Religion
 <input type="checkbox"/> Santé
 <input type="checkbox"/> Science
 <input type="checkbox"/> Urbanisme
 <input type="checkbox"/> Tourisme
 <input type="checkbox"/> Transports</p> | <p>4. ENVERGURE DU PROGRAMME :
 X Locale
 X Nationale
 X Internationale</p> <p>5. AUTRE(S) (Libre et facultatif) :</p> |
|---|---|--|--|