



#### **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 décortiquer des crevettes sous la pression de leur entreprise ?*

#### **UN DÉBRIEFING AUTOUR DU DEVOIR DE VIGILANCE AVEC VIDÉO**

*Suite à la visite, les participant·e·s vont se demander comment éviter des abus de la part des entreprises multinationales à l'autre bout du monde. Ils découvriront 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 produisent même si c'est à l'autre bout du monde.*



**OXFAM**

Magasins du monde

# ANIMER L'EXPO-JEU

## « ÇA VA PAS SUPERMARCHÉ ! »

### THÉMATIQUE

Le devoir de vigilance des entreprises

### PUBLIC

Élèves de la 2<sup>ème</sup> à la 7<sup>ème</sup> secondaire

### DURÉE

soit 50 min (version courte), soit  
2 X 50 min selon la formule expo-jeu

### NOMBRE DE PARTICIPANTS

Entre 25 et 50 personnes

### NOMBRE D'ANIMATEURS NÉCESSAIRES

2 animateurs/trices dans la version light (50min), 5 à 10 animateurs/trices dans la formule expo-jeu 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

### MATÉRIEL NÉCESSAIRE

- Les 14 « roll-up » de l'expo
- Une liste de question autour du supermarché
- Les 6 épreuves avec le matériel nécessaire
- Une clé USB qui contient la vidéo à projeter, ainsi que de la musique d'ambiance et des bruitages de supermarché.
- De quoi montrer une courte vidéo avec du son
- Vous pouvez ajouter du décor supplémentaire de supermarché pour l'ambiance (déguisements, caddy, fausses publicités...)
- Prévoir également des bics et des post-it pour le débriefing.

### OBJECTIFS

- 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 les effets négatifs qui en découlent sur les producteurs et productrices.
- Comprendre le principe de « devoir de vigilance » et défendre une loi de ce type en Belgique.



Merci de prendre grand soin des éléments de l'expo que vous empruntez. Assurez-vous bien de remettre toutes les éléments des épreuves au moment de rendre l'expo ! Chaque roll-up et épreuve doit être rangée dans son sac/boite correspondante !



### 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 et animatrices JM-Oxfam un coup de main. En fonction des disponibilités, nous serons ravi.e-s de venir vous aider ! jm@mdmoxfam.be ou 010/420.214.

# ANIMER L'EXPO: FORMULE COURTE

50 minutes

1. Un groupe de participant-e-s (jusqu'à 25 personnes) est accueilli devant l'expo supermarché. L'animateur/trice explique que le groupe va faire ses courses comme d'habitude au supermarché du coin et leur remet une liste de courses. Sauf que cette fois, « *ça ne se passe pas super* ». En effet, le groupe va découvrir l'envers du décor et les innombrables problèmes qui se cachent derrière ce qui nous est vendu chaque jour.
2. Le groupe est divisé en sous-groupe de  $\pm 3$  participants. Chaque sous-groupe reçoit une liste de courses sous forme de questions. Ils vont se balader dans les rayons du supermarché et répondre aux différentes questions. Une fois qu'ils ont des réponses, ils peuvent se rendre vers l'animateur/trice qui est à l'accueil du supermarché, pour vérifier les réponses. Les sous-groupes ont 30 minutes maximum pour découvrir l'expo et tenter de répondre correctement à un maximum de questions.
3. A la fin du temps donné, tous les sous-groupes se rassemblent pour un débriefing, voir ci-après.



Dans cette version courte, on n'utilise pas les épreuves, seulement les questions et l'expo.

# ANIMER L'EXPO: FORMULE « EXPO-JEU »

2 x 50 minutes

1. Un groupe de participant-e-s est accueilli devant l'expo supermarché. L'animateur/trice explique que le groupe va faire ses courses comme d'habitude au supermarché du coin et leur remet une liste de courses. Sauf que cette fois, « *ça ne se passe pas super* ». En effet, le groupe va découvrir l'envers du décor et les innombrables problèmes qui se cachent derrière ce qui nous est vendu chaque jour.
  2. Le groupe est divisé en sous-groupe de  $\pm 3$  participants. Chaque sous-groupe reçoit une liste de courses sous forme de questions. Ils vont se balader dans les rayons du supermarché, répondre aux différentes questions et réaliser les épreuves. Après avoir répondu aux questions d'un rayon, le sous-groupe peut se rendre à l'épreuve lié au rayon pour vérifier ses réponses et participer à l'épreuve.
- Les sous-groupes ont entre 45 et 60 minutes maximum pour découvrir l'expo et tenter de répondre correctement à un maximum de questions et réaliser le plus d'épreuve.
3. A la fin du temps donné, tous les sous-groupes se rassemblent pour un débriefing, voir ci-après.

# DÉBRIEFING

30 à 40 min – possibilité de faire une version plus courte. Vous pouvez diviser le groupe et faire deux débriefing en parallèle si le nombre d'animateurs/trices le permet.

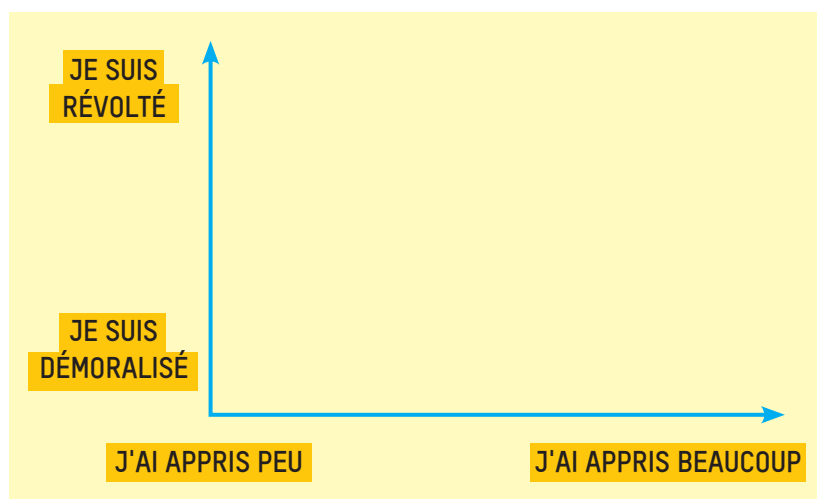
## OBJECTIFS

- Exprimer son ressenti et ses impressions sur la visite de l'expo-jeu
- Découvrir le concept de « Devoir de vigilance »
- Se positionner par rapport à une loi sur le devoir de vigilance

## ANIMER LE DÉBRIEFING

**Exprimer son ressenti :** chacun-e écrit sur un post-it un élément qui l'a marqué ou qu'il veut retenir de la visite de l'expo. Ensuite, on vient le coller sur un tableau où est dessiné un axe qui permet d'exprimer : « *j'ai appris des choses ou peu* » et « *je suis démoralisé / fataliste* » ou « *révolté* ».

Dessinez ce schéma au tableau et demandez aux participants.e.s de se positionner dessus



Pour une version plus courte du débriefing (10 min), ne faire que les points 3 à 5.

1. L'animateur/trice explique que chaque panneau abordait un sujet, un problème dénoncé derrière un produit. Mais en fait, on retrouve souvent les différents problèmes derrière chaque produit vendu en magasin. Il prend pour cela l'exemple du cacao et demande aux participants d'en retrouver un maximum :
  - a. Bas salaires vs Salaire vital
  - b. Horaires de travail excessifs/travail des enfants
  - c. Problèmes environnementaux (déforestation dans le cas du cacao)
  - d. Inégalités homme-femme
  - e. Concentration du marché
  - f. Richesse des grandes entreprises
  - g. Multiplication des labels (labels faibles et forts).
2. L'animateur/trice présente l'affiche de campagne montrant la concentration du marché et la chaîne de production. Il/elle explique ensuite ce qu'est une chaîne de production pour que les participants aient bien en tête le principe de sous-traitance. Il/elle précise qu'on pourrait aussi ajouter l'état dans ce schéma car il pourrait jouer un rôle par rapport à la chaîne : faire respecter des lois.
3. L'animateur introduit le principe de la loi sur le devoir de vigilance (en s'aidant des deux panneaux de l'expo qui expliquent le devoir de vigilance).
4. L'animateur/trice montre la vidéo de « Partagez, c'est sympa ». La vidéo se trouve sur la clé USB et sur internet : mots-clés sur youtube « *partager c'est sympa 5 trucs pour punir une multinationale* ». Une fiche d'analyse de la vidéo se trouve en annexe.
5. L'animateur/trice explique qu'une telle loi est déjà passée en France et qu'il y a des discussions dans d'autres pays par rapport à celle-ci. La Belgique est pour le moment plus frileuse pour demander aux entreprises de respecter les droits humains et l'environnement.

# POUR ALLER PLUS LOIN

Au premier semestre 2019, Oxfam-Magasins du monde a mené une campagne autour de la transparence des supermarchés.

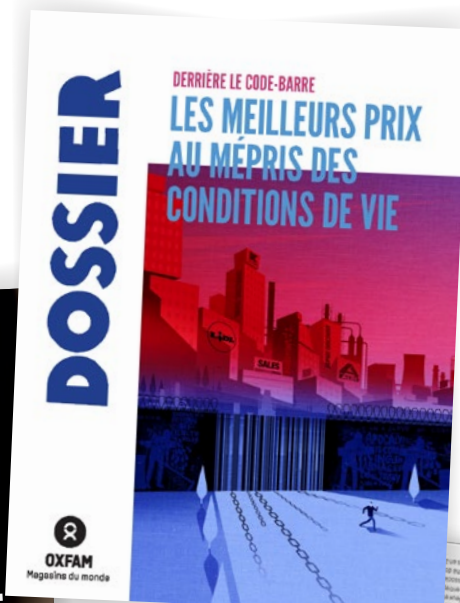
Sur le site de la campagne

[omdm.be/derriere-le-code-barre](http://omdm.be/derriere-le-code-barre)

vous pourrez lire :



Le rapport d'Oxfam International  
« Derrière le code-barres, des inégalités en chaîne » 32 pages - 2019

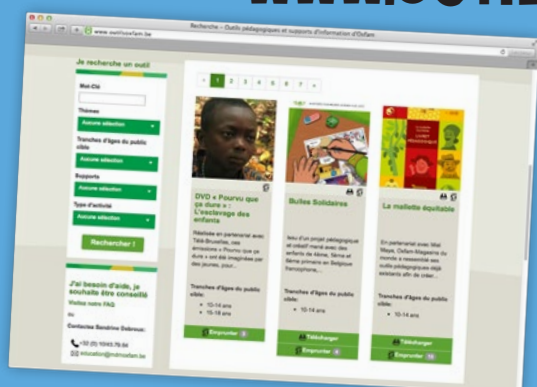


Le dossier de campagne  
« les meilleurs prix au mépris des conditions de vie » 36 pages - 2019



Le dépliant de campagne  
« les meilleurs prix au mépris des conditions de vie ». 8 pages - 2019

Pour emprunter un outil,  
une seule adresse:  
**WWW.OUTILSOXFAM.BE**



POUR TOUTE AUTRE  
QUESTION RELATIVE  
À CET OUTIL :  
SERVICE ÉDUCATION  
D'OXFAM-MAGASINS DU MONDE  
010/43 79 64  
education@mdmoxfam.be



**OXFAM**  
Magasins du monde

