



## Oranges amères – Suco justo

Vidéoclip, des 12 ans

Scénario et réalisation : Rudi Dolezal, Hannes Rossacher

Production : DoRo Produktion, Autriche 1997

Musique : groupe hip-hop autrichien « Der YOO-BAA Trieb »

Langue : allemand

Sous-titres : français, italien

Durée : 5 minutes

Dossier pédagogique : Viviane Glaser, Peter Meier, Dorothee Lanz ; traduction : Martine Besse

Thèmes : commerce équitable, jus d'orange, conditions de production dans les pays en voie de développement, consommation, alimentation

### Contenu

Les membres du groupe hip-hop « YOO-BAA Trieb » flânent dans un supermarché. A son arrivée à la caisse, le rappeur MC Vati-Khan se fait rappeler par le caissier et directeur de la filiale que les oranges doivent être pesées avant d'être payées. Le caissier est si contrarié qu'il se lève de sa chaise pour aller les peser. C'est alors que commence le chant parlé sur le jus d'orange et l'économie mondiale. MC Vati-Khan continue de suivre le fil de ses pensées face à l'orange de sa vie quotidienne : pourquoi et à quel point il apprécie ce fruit ; quant au jus d'orange, c'est pour lui un élixir de vie. Il évoque le Brésil, le pays des orangers et le jeune Pedro qui cueille tous les jours des oranges dans la plantation et rêve d'une vie meilleure. MC Vati Khan envisage la possibilité d'un boycott puis la rejette et parvient finalement à la conclusion que le monde est plein de faits contradictoires et d'injustices qui nous concernent tous – et qui appellent de notre part une action responsable. Pendant la chanson, un garçon de couleur surgit dans le magasin. Le directeur de la filiale, très sceptique et agacé par l'agitation, s'énerve et essaie de reprendre en main son monde tout chamboulé. Le clip s'achève par un appel à acheter du jus d'orange issu du commerce équitable.

### Le film

En raison de son esthétique proche du vidéoclip, « Suco justo » est une production taillée à la mesure du jeune public qui réussit à aborder un thème complexe de manière courte, saisissante et distrayante, par le biais d'une chanson. La relation entre le comportement des consommateurs dans les pays dits industrialisés et les conditions de production dans les pays en développement est illustrée de manière peu conventionnelle. Bien que certains passages du rap soient difficiles à comprendre, le message passe : achetez « Suco justo », du jus équitable. Si on lit le texte plus attentivement (**voir document à photocopier**), on découvre une quantité de thèmes qui offrent des possibilités de discussion : comportement du consommateur, conditions de travail, travail des

enfants, boycott, économie mondiale ou commerce équitable. Le film qui ne fait qu'effleurer les thèmes offre de bonnes occasions de s'y intéresser. Pour approfondir le sujet et mener une réflexion plus poussée, il est toutefois nécessaire de se procurer des informations supplémentaires (cf. ouvrages à consulter).

« Suco justo » est un bon film d'introduction. Il part d'une situation de tous les jours dans un supermarché. L'employé qui est à la caisse s'ennuie (ce rôle est joué par le comédien et humoriste autrichien Josef Hader qui s'est déjà mobilisé à diverses reprises pour des causes de politique sociale) et montre peu d'intérêt ; il n'est pas très aimable avec ses jeunes clients. La suite est donc d'autant plus surprenante : le groupe se met à jouer sa chanson ; les oranges se détachent en raison de leur couleur lumineuse sur le fond noir-blanc. Elles occupent optiquement le centre du film, suscitent de l'intérêt pour leurs conditions de production et leur origine. Le groupe de musiciens se glisse dans le rôle de celui qui explique : il montre les relations qui existent, incite à réfléchir, attaque les conditions existantes et en appelle aux spectateurs et aux spectatrices pour qu'ils améliorent cette situation. Bien que la lumière revienne au supermarché à la fin du film et que la « normalité » semble s'être rétablie, quelque chose a changé – dans les têtes. Le film contient – chose importante – un message clair et un appel concret qui devraient motiver les enfants et les jeunes à agir.

---

## Informations générales

### Jus d'orange : conditions de production et commerce

Le jus d'orange est l'une des boissons les plus appréciées. En Suisse, 159 millions de litres de jus d'orange sont vendus chaque année ; cela représente une consommation moyenne par personne de plus de 20 litres par an.

Le jus d'orange en vente chez nous se compose en majorité de concentré de fruits ; issu des fruits frais pressés dans les pays producteurs, ce dernier est soumis à un processus de concentration dans une chaudière d'évaporation, puis surgelé. Le concentré surgelé est ensuite transporté et exporté dans les pays acheteurs ; là, il est dégelé dans les installations de remplissage, mélangé à de l'eau pour devenir le jus que nous connaissons.

On produit chaque année dans le monde 5 millions de tonnes de concentré, 55% au Brésil et 35% en Floride/Etats-Unis (à titre comparatif : en Espagne 1.8%, en Italie 1.07%). Alors que les Etats-Unis produisent principalement pour le marché indigène, le Brésil vend pour ainsi dire l'entier de sa production à l'étranger.

La récolte des fruits est un processus qui exige beaucoup de main-d'œuvre. Mais les petits producteurs et les petites productrices sont évincés par la concurrence à bas prix, ce qui les contraint souvent à abandonner leur exploitation. Par ailleurs, les cueilleurs et les cueilleuses (souvent aussi des enfants) qui travaillent dans les immenses plantations fruitières comme journaliers ont des salaires extrêmement bas. Ainsi, le salaire pour une cueillette de 2000 kilos d'oranges par jour atteint quatre à six euros – mais il faut préciser que l'on arrive rarement à cueillir en un jour une telle quantité. Cet argent ne suffit pas à nourrir une famille, d'autant plus que les cueilleurs et les cueilleuses n'ont de revenu fixe que durant la période de la récolte. Les conditions de vie des travailleurs et des travailleuses sont souvent précaires, les conditions de logement mauvaises et les soins médicaux insuffisants.

La valeur de marché des oranges récoltées et livrées directement aux installations de pressage ne représente qu'environ 10% du prix de vente effectif du produit fini. La plus grande partie du coût – près de 80% – concerne la transformation industrielle, le transport et, surtout, la commercialisation en Europe. C'est dans ces secteurs qu'il faut chercher la marge de bénéfice.

L'industrie de transformation est réunie depuis 1994 en association des exportateurs d'agrumes brésiliens (ABECitrus<sup>1</sup>) qui défend les intérêts des installations de pressage. En raison de ce fort lobby, l'industrie de transformation des fruits domine le marché : c'est elle qui dicte les prix aux producteurs, qui contrôle les frais de production et maintient les bénéfices à un haut niveau. En manipulant les prix, en formant des cartels et en refusant d'acheter les fruits cueillis, les fabricants de concentré essaient par ailleurs de ruiner les propriétaires de plantations souvent très endettés pour pouvoir acquérir ensuite leurs terres à bas prix. Une plainte déposée en tribunal par les propriétaires de plantations contre de telles pratiques a permis d'obtenir que les prix soient négociés individuellement entre les producteurs et les installations de pressage. Malgré tout, l'industrie a encore beaucoup de possibilités de convenir des prix de manière informelle. Les producteurs reçoivent encore moins d'argent qu'avant pour leurs oranges.

La concurrence sur le marché européen est rude. La lutte impitoyable autour du prix a donné une impulsion énorme à l'écoulement, faisant du jus d'orange l'une des boissons les plus avantageuses ; par ailleurs, elle a fortement accéléré le processus de concentration parmi les producteurs de jus. Dans l'ensemble de l'Europe, plus de la moitié du chiffre d'affaires résultant des jus d'orange se répartit aujourd'hui entre 20 entreprises seulement ; il faut noter encore que parmi les dix groupes les plus importantes, sept sont allemands.

(Source : [www.maxhavelaar.ch](http://www.maxhavelaar.ch) ; [www.transfair.org](http://www.transfair.org))

### **Commerce équitable : définitions et buts**

On appelle commerce équitable un commerce contrôlé dans lequel les prix accordés aux producteurs pour les produits commercialisés sont supérieurs aux prix en vigueur sur le marché mondial. Ceci devrait permettre aux producteurs d'obtenir un revenu plus élevé et plus fiable que dans le commerce conventionnel. Il s'agit en outre de respecter, dans la production, des standards environnementaux et sociaux reconnus au niveau international.

Le mouvement du commerce équitable se concentre principalement sur des marchandises exportées des pays en développement vers les pays industrialisés. Le commerce équitable comprend des produits agricoles ainsi que des articles issus de l'artisanat traditionnel et de l'industrie ; il s'étend toujours plus à de nouveaux domaines comme le tourisme par exemple. Les produits issus du commerce équitable sont en vente dans les magasins du monde et, de plus en plus, dans les supermarchés et la gastronomie.

Le groupe de travail informel FINE – composé des quatre structures internationales du commerce équitable FLO, IFAT, News! et EFTA – a adopté en 2001 la définition suivante du commerce équitable :

*Le commerce équitable est un partenariat commercial fondé sur le dialogue, la transparence et le respect dont l'objectif est de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions commerciales et en garantissant les droits sociaux des producteurs et des travailleurs défavorisés – particulièrement dans les pays de l'hémisphère sud. Les organisations du commerce équitable (qui ont l'appui des consommateurs) s'engagent activement à soutenir les producteurs, à sensibiliser l'opinion et à*

<sup>1</sup> Les fabricants groupés au sein de ABECitrus ont introduit nouvellement, entre autres sous la pression des discussions publiques, (avec d'autres organisations comme ABRINQ, l'OIT et l'UNICEF) l'interdiction du travail des enfants durant la cueillette des oranges. Ils s'engagent à respecter systématiquement l'interdiction du travail des enfants et, en même temps, à mettre en place des projets en faveur des enfants au moyen d'un fonds créé spécialement à cet effet.

*mener campagne en faveur de changements dans les règles et pratiques du commerce international conventionnel. Les objectifs stratégiques du commerce équitable sont notamment les suivants :*

- *Collaborer de manière ciblée avec les producteurs et les travailleurs qui ont été marginalisés afin de les aider, à partir de leur situation de faiblesse, à acquérir davantage de sécurité et d'autarcie*
- *Renforcer la position des producteurs et des travailleurs qui endossent un rôle actif au sein de leurs propres organisations*
- *S'engager très activement à jouer un rôle plus important à l'échelle mondiale afin de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial.*

Les défenseurs du commerce équitable soutiennent de manière générale les principes suivants :

- *Créer des opportunités pour les producteurs désavantagés du point de vue économique* : le commerce équitable est une stratégie qui vise à combattre la pauvreté et à promouvoir un développement durable. Son but est de créer des opportunités pour les producteurs désavantagés ou marginalisés par les structures commerciales conventionnelles.
- *Le paiement d'un prix juste* : le prix doit être fixé par les partenaires commerciaux grâce au dialogue ; il doit être indépendant des variations du prix sur le marché mondial et permettre de couvrir les frais de production, assurer la subsistance des producteurs et encourager une production socialement équitable et respectueuse de l'environnement. En outre, une prime supplémentaire est souvent versée aux intéressés : elle offre la possibilité aux paysans ou aux travailleurs de réaliser des projets communautaires pour améliorer leur situation. En cas de besoin on leur octroie un préfinancement.
- *Conditions de travail acceptables socialement* : l'environnement de travail doit être sûr et favorable à la santé des travailleurs. L'exploitation, le travail des enfants et le travail forcé sont interdits. La liberté des syndicats est assurée.
- *Egalité entre les sexes* : les femmes sont toujours rémunérées convenablement pour leur participation au processus de production ; leur statut au sein des organisations est renforcé.
- *Capacités individuelles et savoir-faire* : le commerce équitable contribue à développer l'autonomie des producteurs et les aide à affirmer leur position sur le marché.
- *Transparence et responsabilité* : le commerce équitable signifie que la gestion et les relations commerciales sont transparentes et que les relations avec les partenaires commerciaux sont équitables et respectueuses.
- *Environnement* : l'agriculture écologique n'est pas une obligation mais elle est fortement encouragée. Certains pesticides – en particulier ceux qui sont dangereux – sont interdits dans les cultures.

Le commerce équitable peut aussi être considéré comme une variante du commerce d'articles de « marque » ; mais la valeur ajoutée de la marque réside dans le fait que la différence de prix payée par le consommateur permet d'aider des personnes désavantagées sur le plan économique. A la différence d'actions de bienfaisance, cette aide n'est pas destinée à des tiers non impliqués mais aux producteurs, de manière à ce que la relation entre la prestation fournie et le revenu soit maintenue. (Source : wikipedia.org)

### **Commerce équitable et jus d'orange**

Pour le commerce équitable de jus de fruits comme les oranges ou les mangues, les prix minimaux en vigueur doivent être payés indépendamment des variations de prix sur les marchés. Ces prix couvrent les frais de production moyens occasionnés par des conditions de travail et de vie dignes

et humaines. 25 organisations de producteurs qui cultivent des arbres fruitiers sont enregistrées aujourd'hui auprès de la « Fairtrade Labelling Organization (FLO) ».

Le prix équitable minimum pour une tonne de concentré de jus d'orange s'élève actuellement à 1700 dollars états-uniens – ce qui est supérieur au prix sur le marché mondial qui a enregistré une hausse ces derniers temps. Un supplément (prime) de 100 dollars états-uniens par tonne de concentré de jus d'orange est versé au profit d'investissements dans l'infrastructure, la formation, la santé, des améliorations d'ordre écologique et le développement de l'organisation. Pour les oranges provenant de culture biologique, le prix équitable minimum s'élève à 2500 dollars états-uniens. Une prime fairtrade de 165 dollars états-uniens est octroyée en outre pour une tonne de concentré de jus d'orange. Si le prix sur le marché mondial pour le commerce conventionnel devait un jour dépasser 1700 dollars états-uniens, la prime serait augmentée pour atteindre le prix actuel sur le marché mondial.

Selon Max Havelaar, 9,7 millions de litres de jus d'orange produit dans des conditions équitables et munis du label Max Havelaar ont été vendus en Suisse en 2007, ce qui représente 9% du commerce de détail, et la tendance est à la hausse.

(Source : [www.transfair.org](http://www.transfair.org), [www.maxhavelaar.ch](http://www.maxhavelaar.ch))

---

### Objectifs d'apprentissage

- Au moyen d'une chanson rap, les élèves abordent le thème du « jus d'orange » et analysent son origine, ses conditions de production et sa commercialisation.
- Ils se familiarisent avec les principes du commerce équitable et les effets pour les producteurs concernés.
- Ils réfléchissent à leur comportement de consommateurs/consommatrices et discutent des choix possibles.
- Au niveau pratique, ils étudient les produits du commerce équitable proposés dans les magasins locaux.
- Dans l'enseignement de l'allemand (langue étrangère, degré sec. II), ils s'exercent à comprendre en écoutant un texte difficile, apprennent un nouveau vocabulaire et s'entraînent à s'exprimer oralement sur un thème complexe.

---

### Suggestions didactiques

#### Suggestion 1

#### Origine et production du jus d'orange (1 leçon)

*Avant de voir le film (10 minutes)*

Les élèves sont invités à remplir individuellement la **fiche pratique 1** sur la consommation et la fabrication du jus d'orange. Ils mettent de côté la feuille et sont informés qu'ils vont voir maintenant une chanson rap en allemand avec des sous-titres français concernant le jus d'orange. Il faudra qu'ils écoutent/lisent très attentivement afin de garder en mémoire le maximum.

*Regarder le film (5 minutes)*

*Après le film (30 minutes)*

Rassembler en plénière toutes les informations recueillies dans le film. Compléter les informations en voyant le film une seconde fois.

Distribuer ensuite le texte complet de la chanson (**document à photocopier no 2**) et le lire.

L'enseignant-e apporte en classe plusieurs emballages différents de jus d'orange ; les élèves examinent la déclaration concernant l'origine, les indications sur le produit et les éventuels labels ; ils comparent les prix et prennent note de leurs observations et de leurs questions. Reprendre alors la fiche pratique 1 et discuter des différents points. Le film et les jus d'orange d'origine diverse ont-ils fourni d'autres informations ? L'enseignant-e complète les différents points (voir **informations générales**).

## Suggestion 2

### Quelle est l'importance du commerce équitable pour moi ? (1 leçon + travail préalable à domicile)

*Avant de voir le film, comme travail à domicile*

Les élèves ont pour tâche, comme travail à domicile, de relever dans un magasin d'alimentation les prix pour 1 kilo de café conventionnel et fairtrade, 1 litre de jus d'orange conventionnel et fairtrade, 1 kilo de bananes conventionnelles et fairtrade, 1 plaque de chocolat conventionnel et fairtrade ainsi que pour deux autres produits au choix, eux aussi conventionnels et fairtrade.

*Regarder le film (5 minutes)*

Les élèves regardent le film en s'aidant du texte imprimé (**document à photocopier no 2**) et mettent en commun en plénière ce qu'ils savent sur le sujet « commerce équitable/produits fairtrade ».

*Après avoir vu le film (40 minutes)*

Les élèves reçoivent la **fiche pratique 2**, inscrivent les comparaisons de prix faites à domicile et discutent de leur comportement personnel en matière de consommation selon les consignes (par petits groupes).

Ils effectuent ensuite les recherches proposées par la fiche pratique 2 : qu'est-ce que le commerce équitable et qu'apporte-t-il aux producteurs/productrices des pays en développement ?

## Suggestion 3

### Produits du commerce équitable dans les magasins locaux (au moins 2 leçons)

*Avant de voir le film (10 minutes)*

En plénière, les élèves mettent en commun ce qu'ils savent concernant le jus d'orange et le commerce équitable.

*Regarder le film (5 minutes)*

Les élèves regardent le film avec la feuille du texte de la chanson (**document à photocopier no 2**) et vérifient/complètent l'état de leurs connaissances.

*Après avoir vu le film (au min. 75 minutes)*

Les élèves effectuent par petits groupes une étude empirique dans différents commerces d'alimentation (supermarché, grand distributeur, magasin de quartier, magasin bio, magasin du monde, etc.). En s'aidant de la **fiche pratique 3**, ils effectuent des sondages et posent un certain nombre de question concernant l'offre des produits du commerce équitable proposée par divers magasins.

Les groupes se présentent mutuellement leurs résultats et les comparent.

**Suggestion 4****Enseignement de l'allemand comme langue étrangère (degré sec. II, 1 – 2 leçons)**

En raison des paroles de rap en allemand relativement difficiles, ce film convient très bien pour être intégré à une leçon d'allemand (langue étrangère) : il permet d'exercer la compréhension orale, d'élargir le vocabulaire des élèves et d'entraîner l'expression orale. Comme le film est très court, il est possible de le projeter aisément plusieurs fois.

*Avant de voir le film (5 minutes)*

On informe les élèves qu'ils vont voir du rap en allemand assez difficile à comprendre. On leur demande d'essayer de comprendre le maximum et de prendre des notes (mots, segments de phrases ou phrases entières).

*Regarder le film (5 minutes)*

Le film est projeté en version originale en allemand, sans les sous-titres.

*Après avoir vu le film (35 – 80 minutes)*

Les élèves mettent en commun ce qu'ils ont compris et de quoi il pourrait être question dans ce film.

Le film est ensuite projeté une seconde fois sans les sous-titres et les élèves essaient de comprendre davantage que la première fois. L'enseignant-e peut éventuellement noter certains mots importants au tableau noir ainsi que leur signification.

Les élèves lisent ensuite le texte de la chanson en allemand sur le **document à photocopier no 1** en essayant de comprendre. Les termes inconnus sont expliqués par l'enseignant-e. Les élèves essaient de traduire le texte dans leur langue puis de rédiger avec leurs mots un court résumé du contenu.

Les élèves regardent alors le film une troisième fois sans sous-titres mais en ayant à disposition le texte de la chanson en allemand. Les élèves le lisent et peuvent prononcer le texte à voix basse. En dernier lieu, le film est projeté avec les sous-titres en français ; le **document à photocopier no 2** avec le texte en français leur est distribué et les élèves comparent la traduction qui leur est remise à la leur.

Pour conclure, le nouveau vocabulaire est utilisé dans le cadre d'une discussion et les élèves exercent leur expression orale en allemand. Les questions ci-dessous permettront de lancer la discussion :

- Achetons-nous des produits issus du commerce équitable ? Pourquoi/pourquoi pas ? Quels sont les produits que nous achetons ? Combien sommes-nous prêts à payer ?
- Qu'apporte le commerce équitable aux producteurs/productrices ?
- Quels sont les obstacles du commerce équitable ?
- Quelles possibilités d'action avons-nous concrètement pour améliorer les conditions de vie et de travail des producteurs et des productrices dans les pays en développement ?

### Suggestions pour approfondir le sujet

- *Palette des thèmes abordés* : à partir des paroles de rap, les élèves dressent la liste de tous les thèmes abordés (par ex. commerce équitable, travail des enfants, boycott, conditions de production, pauvreté, etc.) ; ils choisissent l'un des thèmes et l'étudient plus en détail en faisant des recherches sur Internet et en consultant des ouvrages spécialisés.
- *Achat et consommation* : mettre en commun ses préférences personnelles concernant la consommation de fruits ; selon quels critères (s'il y en a) faisons-nous nos courses ; par ex. en fonction du prix, de la couleur, de la qualité, de la provenance, etc.  
Se renseigner d'où proviennent les fruits dans nos centres d'achat ; reconstituer le transport effectué à l'aide d'un atlas.  
Organiser une expédition dans les magasins et acheter différents agrumes ; organiser une dégustation à l'école avec les enseignants concernés. Tester ensuite une recette de jus d'orange.
- *Travail des enfants et conditions de production* : Pedro (12 ans) apparaît dans la chanson ; rédiger un texte se rapportant à sa vie quotidienne. Chercher des informations sur le thème du travail des enfants et les comparer au texte écrit.  
Dresser un tableau indiquant qui gagne combien sur les oranges cueillies et commenter la répartition du prix.
- *Boycott- oui ou non ?* Réfléchir à ce que dit la chanson, à savoir que le boycott ne punit que ceux qui ne devraient pas l'être.
- *Coopération au développement* : mettre en commun les points de vue et mener une réflexion critique sur la question suivante : qu'est-ce qui est le plus utile aux pays de l'hémisphère sud, le fait d'acheter des produits issus du commerce équitable ou de faire un don à une organisation de développement ? Comparer les avantages et les inconvénients des deux modèles.
- *Développement durable* : dans quelle mesure le commerce équitable soutient-il le développement durable à trois niveaux (social, économique, écologique) ?
- *Obstacles* : quels sont les obstacles qui entravent le commerce équitable ?
- *Options concrètes* : réfléchir à ce que nous pourrions faire pour que la situation des travailleurs et des travailleuses s'améliore dans les plantations. Dresser une liste de toutes les idées puis présenter et justifier son point de vue personnel sur les mesures proposées.
- *Contact des entreprises de production* : trouver des entreprises qui importent ou fabriquent du jus d'orange et prendre éventuellement contact avec elles.
- *Sondage auprès de la clientèle* : dans un magasin, demander aux clientes et aux clients comment ils se positionnent face aux produits du commerce équitable. Réfléchir auparavant aux informations que l'on souhaiterait obtenir et établir une liste de questions.
- *Test personnel* : durant une semaine, acheter et consommer si possible uniquement des produits issus du commerce équitable et documenter l'opération : combien d'argent a-t-on dépensé en plus ? Ces produits étaient-ils savoureux ? Comment s'est-on senti durant ce test ?
- *Commerce équitable dans le domaine du textile* : dans le secteur de l'habillement aussi, on propose des produits issus du commerce équitable. Chercher des exemples.
- *Examiner ses propres vêtements* : trouve-t-on des indications sur le lieu, le mode de production et les conditions de fabrication des vêtements ?
- *Labels* : répertorier les différents labels utilisés et s'informer de leur signification.
- *Lignes de conduite pour effectuer ses courses* : établir une liste des critères qui facilitera par la suite l'achat de produits issus du commerce équitable.
- *Inventer une chanson rap* : essayer de composer le texte d'une chanson rap sur un produit issu du commerce équitable.

---

**Documents permettant d'approfondir le sujet**

- *Guide du shopping éthique – 200 adresses en Suisse romande*. Barbara Steudler, Nicefutur, 2008. Brochure, dès 14 ans
- *Jeu de la banane*. Hermann Hartmann, é3m, AdC, 1985. Jeu, de simulation, dès 14 ans
- *Le monde à l'envers*. Jean-Claude Huot, Françoise Jeannotat, Julien Reinhard, ... [et al.], DB, 2005. Brochure, enseignant
- *Comprendre pour agir – Une consommation responsable et un commerce équitable*. Yaël Clech, Arturo Palma Torres, Fabiola Marono Zerbini, ... [et al.], Fédération Artisans du Monde, 2005. Document pédagogique, dès 8 ans
- *Le commerce équitable*. BT, Pemf, Max Havelaar, 2004. Brochure, dès 11 ans
- *Le négocio*. Le jeu de société sur le commerce équitable. Oddes, 2007, dès 8 ans
- *Petit déjeuner solidaire*. Le commerce équitable expliqué aux enfants. Yaël Clech, Fédération Artisans du Monde, 2004. Document pédagogique, Jeu, Photos, dès 8 ans
- *Des bulles dans le commerce*. 5 histoires sur le commerce équitable. BD. Gilles Calza, François Maret, Christophe Vadon, Valérie Bouloudani GRAD, 2004
- *Les pieds dans le plat*. La face cachée de notre alimentation. Livre. Karine Sabatier-Maccagno, Loïc Hamon, Elka, 2007, 8 – 14 ans

---

**Sites Internet**

[www.transfair.org](http://www.transfair.org)  
[www.maxhavelaar.ch](http://www.maxhavelaar.ch)  
[www.commerceequitable.org](http://www.commerceequitable.org)  
[www.evb.ch/fr/p15193.html](http://www.evb.ch/fr/p15193.html)  
[www.labelinfo.ch](http://www.labelinfo.ch) (en allemand)

---

**Adresses**

Films pour *un seul monde*  
Monbijoustrasse 31, CP, 3001 Berne. Tél. 031 398 20 88  
mail@filmeeinewelt.ch, www.filmeeinewelt.ch

Fondation Education et Développement  
Avenue de Cour 1, 1007 Lausanne, Tél. 021 612 00 81  
www.globaleducation.ch, fed@globaleducation.ch

Fondation Max Havelaar (Suisse)  
Malzgasse 25, 4052 Bâle, Tél. 061 271 75 00,  
info@maxhavelaar.ch, www.maxhavelaar.ch

## Habitudes de consommation et provenance du jus d'orange

Combien de jus d'orange bois-tu (par semaine/par an) ?

Où achète-tu/où tes parents achètent-ils le jus d'orange ? Peux-tu indiquer la marque ?

Combien coûte un litre de jus d'orange ?

- Ce que je suppose :
- La réalité :

Cela te semble-t-il un prix élevé ou bas ? Justifie ta réponse !

Dans quel pays poussent les oranges qui ont servi à la fabrication de ton jus d'orange ?

- Ce que je suppose :
- La réalité :

Combien de kilomètres le déplacement d'ici à chez nous représente-t-il ?

- Ce que je suppose :
- La réalité :

Comment et où le jus d'orange que tu bois a-t-il été fabriqué ?

- Ce que je suppose :
- La réalité :

Dans quel pays poussent les oranges que nous mangeons ?

- Ce que je suppose :
- La réalité :

## Le commerce équitable

### 1. Quelle est l'importance du commerce équitable (fairtrade) pour moi ?

Compare les prix pour les produits conventionnels et les produits fairtrade.

Ajoute d'autres produits sur les lignes laissées en blanc :

	Prix conventionnel	Prix fairtrade
1 litre de jus d'orange		
1 kilo de bananes		
1 kilo de café		
1 plaque de chocolat		

Examine les différences de prix et explique pourquoi et dans quelles circonstances tu es disposé-e/tu n'es pas disposé-e à payer un prix plus élevé.

### 2. Quel rapport y a-t-il entre mon comportement de consommateur/consommatrice et les producteurs/productrices dans les pays en développement?

Cherche sur Internet (par ex. [www.maxhavelaar.ch](http://www.maxhavelaar.ch)) la signification concrète du commerce équitable et ses répercussions sur les producteurs et productrices des pays en développement :

Commerce équitable signifie :

---

---

---

Ce que le commerce équitable apporte aux producteurs et productrices :

---

---

---

## Les produits du commerce équitable en vente dans les magasins

Rends-toi dans un magasin d'alimentation et examine l'assortiment des fruits et des jus de fruits. Remplis le tableau ci-dessous.

Magasin examiné : .....

Personne interrogée (Nom et fonction dans le magasin) : .....

Fruits/jus de fruits	Provenance	Produits bio oui/non	Fairtrade oui/non
Ananas			
Pommes			
Avocat			
Bananes			
Poires			
Dattes			
Fraises			
Cacahuètes			
Kiwis			
Litchis			
Mandarines			
Mangues			
Oranges			
Pruneaux			
Jus de pomme			
Jus d'orange			

Peux-tu trouver la proportion (en pour cent) des produits fairtrade suivants dans le magasin que tu as sélectionné (questionner la personne chargée de la vente ou le responsable de la filiale) :

Bananes : .....

Oranges : .....

Jus d'orange : .....

Inscris ici le nom d'autres produits fairtrade que l'on trouve également dans le magasin que tu as sélectionné :

.....

## Paroles de la chanson rap « Suco justo » en version originale allemande

(Texte & musique de « DER YOO-BAA TRIEB »)

Ich liebe die Orangen, ob grosse oder kleine,  
denn von allen Früchten, die ich kenne, sind keine  
so fein anzuseh'n – so fruchtig im Geschmack,  
doch am allerliebsten sind sie mir im Tetrapack.

Ich mag die Dinger auch, ich steh nicht auf die Kerne,  
doch als Saft aus der Bottle hab auch ich sie sehr gerne :

Orangensaft ist mein Lebenselixier,  
nicht Dosenenergie oder Flaschenbier.

Was ja die Hauptsache ist – die Sache um die's geht,  
ist doch hauptsächlich die, dass es allen besser geht.

Uns Menschen erster Klasse damit die Kasse stimmt,  
und der O-Saftsack weiterhin in Dollars schwimmt.

*Refrain :*

Und Pedro träumt ihn weiter – den unmöglichen Traum,  
und Pedro träumt ihn weiter – den unmöglichen Traum.

(2)

Brasilien ist als Land weltbekannt für schöne Frau'n,  
den Karneval in Rio und für den Orangenbaum, doch wohl kaum,  
denn das will der Tourist ja gar nicht wissen,  
für die Orangenpflücker, deren Lage echt beschissen ist.

Pedro ist noch klein – zwölf Jahre alt,  
der statt fröhlich zu spiel'n seine Familie miterhält,

sein Geld mit dem Pflücken von Orangen verdient,  
wie der Rest der Familie, obwohl er selbst noch ein Kind ist.

Zeit für die Schule bleibt da keine mehr, doch er,  
träumt immer noch, von einem Job in einer Bank ;  
einem sauberen Zuhause' weit weg von dem Gestank  
und dem Elend der Stadt, die er so satt hat wie  
die Bienen, die ihn jagen, Vorarbeiter, die ihn schlagen,  
seinem immerleeren Magen und den Schlangen im Gras der Plantagen.

*Refrain :*

Und Pedro träumt ihn weiter – den unmöglichen Traum,  
und Pedro träumt ihn weiter – den unmöglichen Traum,  
Suco justo, Suco justo, Suco justo ;  
Gerechter Saft!

(3)

Weil das Scheisse ist, boykottierten wir – den O-Saft,  
doch dann hab ich gerafft, dass diese Aktion bloss die Opfer bestraft ;

nicht den Täter, dessen wohlgenährte family ja eh genug zu fressen, 'nen Haufen Kohle hat,  
Pedro ja schon froh ist, wenn sein kleiner Bruder satt und was zum Anzieh'n hat ;

und dann kam ich drauf, dass ein Boykott gar nicht geht,  
weil auf meinem Lieblings-T-Shirt «made in Taiwan» steht.

Kinderarbeit geht uns alle an,  
wie man auf tausenden Dingen, die man kauft, erkennen kann.

Nun gut – hab' zwar die Lösung nicht parat und wart' –  
auf den gerechten Saft, auf eine bessere Welt,  
in der das Leben jedes einzelnen mehr zählt als Geld.

*Refrain :*

Und Pedro träumt ihn weiter – den unmöglichen Traum,  
und Pedro träumt ihn weiter – den unmöglichen Traum,  
Suco justo, Suco justo, Suco justo ;  
Gerechter Saft!

## Paroles de la chanson rap « Suco justo » traduites en français

(Texte & musique de « DER YOO-BAA TRIEB »)

J'aime les oranges, petites ou charnues,  
car de tous les fruits que je connais,  
ce sont les plus gais, les plus fruités.  
Je craque pour celles en tétra pack.

Moi je les aime bien, sauf les pépins,  
et en bouteille, c'est une merveille.

Le jus d'orange c'est ma potion magique,  
pas la bière, ni les sodas énergétiques.

Mais ce qui est important,  
c'est que tout le monde soit content.

Nous la première classe et notre budget,  
Et l'autre enfoiré qui nage dans le blé.

Refrain :  
Et Pedro le rêve encore, son rêve impossible.  
Et Pedro le rêve encore, son rêve impossible.

(2)

Le Brésil est réputé pour ses beautés,  
les femmes, le Carnaval, les orangers.  
Ce qu'on ne voit pas, ce qui dérange,  
ce sont les pauvres cueilleurs d'oranges.

Pedro a 12 ans, il ne joue que rarement.  
Il doit nourrir sa famille,

Gagner sa vie en cueillant des fruits,  
comme ses frangins, pourtant c'est un gamin.

Il n'a pas le temps pour l'école,  
mais il rêve d'un job à la banque,  
d'une maison élégante, loin de la puanteur et de la misère,  
loin de la ville qui l'exaspère,  
comme ses chefs violents,  
son ventre vide et les serpents.

Refrain :

Et Pedro le rêve encore, son rêve impossible.  
Et Pedro le rêve encore, son rêve impossible.  
Suco justo, suco justo, suco justo,  
le jus équitable !

(3)

Trouvant que c'est nul à chier, le jus d'orange, on l'a boycotté.  
Puis j'ai compris que les victimes étaient punies,

pas le coupable, dont la famille bien nourrie ne manque de rien,  
tandis que Pedro et son frère ont faim.

Un boycott n'a aucun sens puisque  
même mon t-shirt est made in Taiwan.

Le travail des enfants nous concerne,  
ça se voit sur tout ce qu'on se paye.

Certes, je n'ai pas encore la solution, mais nous l'attendons ...  
le jus équitable dans un monde loyal,  
où une vie compte plus que le capital.

Refrain :

Et Pedro le rêve encore, son rêve impossible.  
Et Pedro le rêve encore, son rêve impossible.  
Suco justo, suco justo, suco justo,  
le jus équitable !