

Prendre position

Objectifs pédagogiques

- Sensibiliser à la question du changement climatique
- S'interroger sur ses pratiques de consommation

Durée

35 à 45 min

Matériel

- un panneau « d'accord »
- un panneau « pas d'accord »

Nombre de participants

15 à 20

Lieu

Espace dégagé intérieur ou extérieur

Mots clés

Gaz à effet de serre, changement climatique, consommation, responsabilité, débat, valeurs, environnement, citoyenneté, commerce équitable

Si besoin, définir ensemble les termes qui pourraient ne pas être compris (changement climatique, commerce équitable...)

Prendre position

- Mettre un panneau « d'accord » dans un coin de la pièce et un panneau « pas d'accord » dans l'autre.
- L'animateur choisit 5 ou 6 affirmations adaptées à l'âge du groupe. Pour chaque affirmation, il demande aux participants de se placer du côté « d'accord », ou du côté « pas d'accord ».
- Après chaque phrase, demander aux participants pourquoi ils se sont positionnés ainsi et engager un court débat.

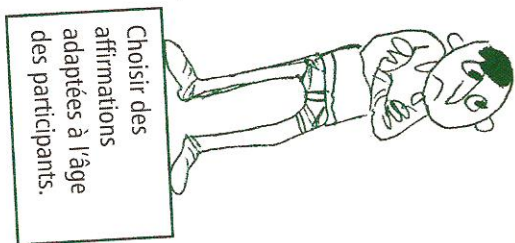
Affirmations

- Il n'y a rien que nous puissions faire pour enrayer les changements climatiques, c'est irréversible donc autant continuer à vivre comme nous l'avons toujours fait.
- Nous devons tous radicalement changer nos modes de vie pour inverser les changements climatiques.
- Les consommateurs ne peuvent pas changer la manière dont les objets sont fabriqués.
- Si on ne dépense pas notre argent d'une manière, on le fera d'une autre.
- Vivons simplement pour que d'autres puissent simplement vivre.
- Souvent je fais comme tout le monde plutôt que d'agir selon mes convictions parce que c'est plus facile.
- C'est facile de vivre en accord avec ses convictions.
- Je ne porte pas de vêtements du commerce équitable parce que je n'aime pas les vêtements qu'ils proposent.
- L'argent placé à la banque doit rapporter, ce n'est pas la responsabilité du client de savoir comment la banque investit cet argent.
- C'est normal de prendre l'argent des riches pour le donner aux pauvres.

Lire les clés de compréhension pages 126 à 128.



- Ceux qui ont le choix doivent prendre leurs responsabilités par rapport à la planète en consommant moins.
- Si je recycle plus, si j'éteins les lumières et que je ne prends pas l'avion, j'ai fait ma part en ce qui concerne le changement climatique.
- Ce n'est pas à notre âge que l'on peut agir contre le changement climatique.
- Je ferai des efforts quand les adultes montreront l'exemple.
- Le changement climatique ne sera pas forcément une mauvaise chose pour l'Europe...
- Ce n'est pas la peine de changer nos habitudes, on trouvera toujours les technologies qui nous permettront de continuer à vivre comme nous le faisons actuellement.
- Les pays riches doivent davantage participer au respect de l'environnement que les pays plus pauvres.



2
10 min

Débriefing

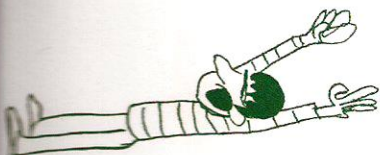
Réfléchir ensemble autour des questions suivantes :

- Quelles sont les questions qui mettent tout le monde d'accord ? Pourquoi ?
- Quelles sont celles qui divisent ? Pourquoi ?

Prolongements

- Pour un groupe qui se voit régulièrement ou qui est amené à se revoir, des suites sont imaginables, notamment en approfondissant le débat autour d'un thème plus précis.
- Pour changer le regard des uns et des autres et mieux se comprendre, on peut imaginer que les « d'accord » chercheront des arguments contre et inversement avec les « pas d'accord ».
- On peut également chercher de solutions, applicables personnellement et/ou collectivement, à un problème identifié de façon consensuelle.

Lire
le débriefing,
une étape
essentielle
page 125.



Le débriefing, une étape essentielle

Le débriefing est une étape de relecture sur ce qui a été vécu lors d'un jeu ou d'une activité. Il consiste à mettre des mots sur des ressentis, puis à partager des réactions. Le débriefing n'est pas seulement un temps d'analyse, mais il est utile aux participants pour extérioriser leurs sentiments qui réveillent alors attention et mémorisation.

Le débriefing est proposé à la fin du jeu ou après une courte pause s'il est nécessaire de faire tomber la pression.

Pourquoi débriefier ?

Dans les jeux et les activités à visée éducative, le débriefing est une étape incontournable car il en révèle le sens. Avec cette étape, les participants passent du vécu et de l'action à la réflexion et à la compréhension d'un phénomène plus large.

Sans débriefing, on peut, certes, avoir vécu un moment intéressant - ou pas ! -, mais on n'aura pas d'aide pour comprendre, réfléchir et se forger une pensée. De plus, en cas d'implication émotionnelle forte, aider les participants à évacuer leurs sensations pour prendre de la distance est indispensable.

Le rôle de l'animateur

L'animateur permet à chacun d'exprimer ses ressentis qui peuvent, dans certaines jeux, être violents (sentiments d'injustice, de rejet...) et renvoyer à l'histoire de la personne.

Il se doit d'être attentif à ce qu'aucun participant ne parte perturbé. Une discussion individuelle est parfois nécessaire pour aider à prendre du recul (attention à ne pas outrepasser son rôle, on n'est pas dans l'accompagnement psychologique !).

L'animateur n'a pas vocation à être expert sur tous les sujets « habiter autrement la planète ». Il met en place un jeu ou une activité pour que des questions émergent et faire réfléchir à un sujet. Il pousse les participants à partager leurs savoirs et leurs expériences, mais aussi à chercher des réponses ailleurs.

En pratique

La durée du débriefing varie en fonction de l'âge des participants, de la taille du groupe et de son implication.

La durée proposée dans cet ouvrage est en général de 20 minutes, mais c'est à l'animateur d'évaluer la réceptivité du groupe et de choisir d'aller rapidement à l'essentiel (les participants sont fatigués, ont faim...) ou de prendre le temps en approfondissant. Quelle que soit la longueur du débriefing, il est important d'aborder les quatre étapes symbolisées ci-dessous. Le débriefing part du ventre vers les bras :

- ventre : ce que j'ai ressenti dans mes tripes, ce que cela a produit en moi
- cœur : mes émotions, mes sentiments, en quoi cela me touche
- tête : analyser ce qui s'est passé et élargir aux questions que cela pose
- bras : en quoi cela m'incite à l'action, quelles suites donner à l'activité.

Si besoin, lire Les clés de compréhension pages 126 à 137.

Commerce équitable versus commerce mondial

Prends position p. 26

Les valeurs et pratiques du commerce équitable	Les règles du commerce international
<p>Un prix décent est versé aux agriculteurs, ce prix est fixé par avance.</p> <p>Celui-ci est déterminé par le travail nécessaire pour produire le bien et par l'adéquation du salaire aux besoins fondamentaux des familles : alimentation, santé, éducation, logement, travail décent.</p>	<p>Les prix sont fixés en fonction des cours mondiaux qui sont très fluctuants. Le salaire du producteur varie donc en fonction de ces cours mondiaux. Parfois, un produit est vendu moins cher que ce qu'il a coûté à produire et le producteur perd de l'argent.</p>
<p>Favoriser des conditions de travail respectueuses de l'être humain en ce qui concerne les salaires, les horaires, les risques, les rythmes, les droits syndicaux...</p>	<p>Certaines grandes entreprises ne respectent pas les droits du travail : beaucoup d'heures de travail imposées, salaires ne permettant pas de vivre, licenciement des ouvriers syndiqués, travail des enfants, harcèlement sexuel ou moral... Impact sanitaire des pesticides.</p>
<p>Encourager la préservation de l'environnement. Dans le domaine agricole, de plus en plus de producteurs suivent des démarches biologiques.</p>	<p>Nombreuses pratiques destructrices de l'environnement : empoisonnement des eaux et des sols par les pesticides, destructions des forêts qui entraînent l'érosion des sols, destruction des écosystèmes...</p>
<p>Les organisations locales et de petites tailles sont favorisées : les regroupements de travailleurs et les coopératives sont les formes d'entreprise les plus courantes. Les modes de décision sont participatifs et les décisions prises visent d'abord au développement des communautés.</p>	<p>Prédominance de multinationales avec comme préoccupation première de rémunérer au maximum les actionnaires.</p>
<p>Les débouchés sont garantis. Le petit producteur a l'assurance de vendre ses produits dans le long terme.</p>	<p>Pas d'engagement de la part des acheteurs des multinationales qui s'approvisionnent en fonction des opportunités de marché, en mettant les producteurs en concurrence.</p>
<p>Favoriser les produits de qualité dans le respect du consommateur.</p>	<p>La qualité est avant tout une opportunité de marché.</p>