



MAGASIN DU MONDE

d'Oxfam-Québec

ÇA PASSE PAR NOUS !



 **CLUB 2/3**
Division jeunesse d'Oxfam-Québec

 **Oxfam**
Québec

Cahier de présentation

LES PORTEURS DU PROJET

CLUB 2/3

Le CLUB 2/3, division jeunesse Oxfam-Québec, a été fondé en 1970 par des étudiants du Collège Marie-Victorin sensibilisés à l'appauvrissement et à l'injustice sociale qui pesaient à l'époque sur plus des deux tiers de l'humanité. Cet organisme d'éducation et de coopération internationale œuvre auprès des jeunes d'ici et d'ailleurs dans l'espoir d'un monde plus juste, plus équitable et plus solidaire. Le CLUB 2/3 se donne comme mission d'éveiller la conscience de l'interdépendance des peuples chez les jeunes d'ici et d'ailleurs, de les inciter à vivre la justice, l'équité et la solidarité en citoyens du monde respectueux des richesses de leur diversité culturelle et réaliser avec eux et leur communauté des programmes de coopération correspondant à leurs besoins réciproques et s'inscrivant dans une perspective de développement durable.

OXFAM-QUÉBEC

Fondée en 1973, Oxfam-Québec est une organisation de coopération et de solidarité internationale qui a pour mission d'appuyer les populations défavorisées des pays en développement qui luttent pour leur survie, pour leur progrès, pour la justice sociale et pour le respect des droits humains, de mobiliser la population du Québec et de faciliter l'expression de sa solidarité pour un monde équitable.

RECONNAISSANCE

La conception du contenu de ce cahier fut réalisée grâce aux contributions de ces personnes. Nous leur sommes reconnaissants de leur passion et les remercions pour leur générosité.

**Marie Brodeur Gélinas, Natalie Durocher, François Gervais, Louis Grenier,
Daniel Lebeuf, Mélanie Leblanc, Didier Lestringant, Jacques Noël, Lyne Piché,
Véronique St-Louis, Richard Touchette et Geneviève-Gaël Vanasse**

Note : L'utilisation du masculin est choisie pour des fins de lisibilité, inclut le féminin et n'est pas discriminatoire.

TABLE DES MATIÈRES

CLUB 2/3.....	1
OXFAM-QUÉBEC.....	1
RECONNAISSANCE.....	1
1. MAGASIN DU MONDE EN BREF !.....	3
2. INTRODUCTION.....	3
2.1 LE COMMERCE ÉQUITABLE : UNE CONSOMMATION RESPONSABLE ET ÉTHIQUE.....	3
2.2 ORIGINE.....	4
3. SURVOL DU PROJET.....	5
3.1 OBJECTIFS GÉNÉRAUX.....	5
3.2 CONDITIONS DE RÉUSSITE.....	5
4. IMPACTS POSITIFS DE MAGASIN DU MONDE.....	6
À UN JEUNE.....	6
À L'ÉCOLE.....	6
À LA COMMUNAUTÉ.....	6
AUX COOPÉRATIVES DE PRODUCTEURS DU SUD.....	6
5. LES TROIS DIMENSIONS DE MAGASIN DU MONDE.....	7
5.1 MAGASIN DU MONDE ET LA SOLIDARITÉ INTERNATIONALE.....	8
5.2 MAGASIN DU MONDE ET L'ÉDUCATION.....	8
5.3 MAGASIN DU MONDE ET L'ENTREPRISE D'ÉCONOMIE SOCIALE ET DÉMOCRATIQUE.....	12
6. LES ACTEURS IMPLIQUÉS.....	15
6.1 LA DIRECTION DE L'ÉCOLE.....	15
6.2 LES ÉLÈVES.....	15
6.3 LES INTERVENANTS JEUNESSES.....	15
6.4 CLUB 2/3.....	15
6.5 OXFAM-QUÉBEC.....	16
6.6 LES FOURNISSEURS.....	16
7. L'ENGAGEMENT DES JEUNES.....	17
7.1 LE TEMPS CONSACRÉ AU PROJET.....	17
7.2 L'ENGAGEMENT PAR L'ACTION CITOYENNE.....	18
8. CALENDRIER DES FAITS SAILLANTS DE LA 1 ^{re} ANNÉE DU PROJET MAGASIN DU MONDE.....	19

1. MAGASIN DU MONDE EN BREF !

Dans le cadre d'une activité parascolaire, un groupe d'élèves du niveau secondaire se rassemble pour créer une entreprise d'économie sociale vouée à la promotion et à la vente de produits issus du commerce équitable. Ciblants leurs milieux scolaire et communautaire, ils réalisent une campagne de sensibilisation qui prône les valeurs de solidarité et d'équité du commerce équitable. Les retombées économiques du projet servent à réaliser des activités liées à la mission de leur projet.

Les participants du Magasin du Monde sont plongés dans une situation d'apprentissage intense et continue. Ils sont amenés à développer des habiletés dans les domaines des communications, du travail d'équipe, du marketing et de la gestion économique et démocratique d'une entreprise d'économie sociale. Ces apprentissages sont possibles grâce à l'accompagnement d'intervenants jeunesse¹ et au soutien des porteurs du projet.

2. INTRODUCTION

Le commerce équitable s'est développé en réaction à l'injustice du commerce international traditionnel. Les pratiques souvent abusives de celui-ci font en sorte que les travailleurs agricoles reçoivent souvent un salaire de misère pour leur travail. Ceci engendre un cycle d'endettement et de pauvreté extrême.

2.1 LE COMMERCE ÉQUITABLE : UNE CONSOMMATION RESPONSABLE ET ÉTHIQUE

Le commerce équitable est possible grâce à une coopération Nord-Sud entre les consommateurs du Nord et les coopératives de petits producteurs des pays du Sud. Il est fondé sur le dialogue, la transparence et le respect. Le commerce équitable contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions commerciales et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés. De plus, les primes équitables (un pourcentage des profits défini par la coopérative qui est réinvesti dans la communauté) permettent la construction d'écoles, d'hôpitaux, etc.

Les organismes œuvrant dans le commerce équitable s'engagent activement à soutenir les producteurs du Sud, à conscientiser le public au Nord et à organiser des campagnes en faveur d'un changement dans les règles et pratiques du commerce international conventionnel.

1. Nous entendons par intervenants jeunesse les enseignants, les animateurs de vie spirituelle et d'engagement communautaire (AVSEC), les techniciens en loisirs et autres professionnels non enseignants d'écoles secondaires intéressés par le projet.

2.2 ORIGINE

L'expérience belge

Le projet est en partie inspiré par le modèle « Jeunes Magasins du monde » qui existe en Wallonie depuis 1990. Initié par Oxfam-en-Belgique, le Réseau des Jeunes Magasins du monde est aujourd'hui répandu dans plus de 80 établissements scolaires de ce pays.

L'expérience québécoise

À l'origine, quelques organismes québécois, dont le CLUB 2/3, travaillaient déjà chacun de leur côté pour créer un projet sur la promotion du commerce équitable et la vente de produits équitables dans les écoles secondaires. Nés des efforts de tous au sein du CLUB 2/3, division jeunesse Oxfam-Québec, ainsi que de la collaboration d'un des acteurs du commerce équitable au Québec, Equita, les premiers Magasins du Monde voient le jour en 2006 à l'École secondaire d'Oka et au Collège Saint-Louis – Pavillon Lasalle.

« On avait déjà un café étudiant à l'école qui vendait des produits équitables. On a voulu faire une expansion et Magasin du Monde s'inscrivait bien dans le plan de réussite de l'école. »

Citation d'un membre du groupe de la Boutique Map Monde de l'école secondaire d'Oka lors du premier forum annuel de Magasin du Monde (31 mars 2007)

« Pour démarrer le projet, il fallait l'accord du conseil d'établissement. Les gens du conseil d'établissement nous ont invités à les rencontrer ;

ils étaient très réceptifs !

Nous leur avons présenté le projet Magasin du Monde et nos produits équitables. C'est comme ça que

le projet est né ! »

Citation d'un membre du groupe de la Boutique Équi-Libre du Collège Saint-Louis lors du premier forum annuel de Magasin du Monde (31 mars 2007)

3. SURVOL DU PROJET

3.1 OBJECTIFS GÉNÉRAUX

- Favoriser l'engagement citoyen des jeunes en leur offrant un lieu d'apprentissage leur permettant de s'engager concrètement dans leur communauté pour la création d'un monde plus juste et plus équitable ;
- Sensibiliser les élèves et les citoyens aux enjeux du commerce équitable ;
- Outiller les jeunes pour qu'ils deviennent des acteurs de changement et des agents multiplicateurs dans leur école et dans leur communauté ;
- Faire vivre aux jeunes une expérience démocratique liée au démarrage et à la gestion d'une entreprise d'économie sociale ;
- Faire la promotion et la vente de produits équitables.

3.2 CONDITIONS DE RÉUSSITE

La réussite du projet repose sur six conditions :

A) Pré-projet :

- l'inscription et le soutien de la direction de l'école et du conseil d'établissement au projet ;
- le recrutement de jeunes sensibilisés à la solidarité internationale ;
- l'accompagnement des jeunes par un ou deux intervenants jeunesse.

B) Pendant le projet :

- la formation des jeunes ;
- la prise en charge collective du projet par les jeunes ;
- la participation des membres du projet aux activités du Réseau québécois Magasin du Monde.



4. IMPACTS POSITIFS DE MAGASIN DU MONDE

Le projet Magasin du Monde permettra :

À UN JEUNE...

- de participer localement à un projet concret de solidarité internationale ;
- d'être initié au démarrage et à la gestion d'une entreprise démocratique ;
- de vivre une expérience positive et valorisante qui correspond à ses valeurs ;
- d'établir des liens avec un réseau formé de gens engagés et solidaires ;
- d'établir un rapport significatif avec des adultes de sa communauté ;
- d'enrichir l'apprentissage qu'il fait à l'école.

À L'ÉCOLE...

- d'ajouter une perspective internationale à l'univers éducatif de l'école ;
- d'appliquer concrètement l'approche et les principes de base du renouveau pédagogique ;
- d'établir un partenariat avec un groupe d'élèves ;
- de poser un geste concret de solidarité internationale.



À LA COMMUNAUTÉ...

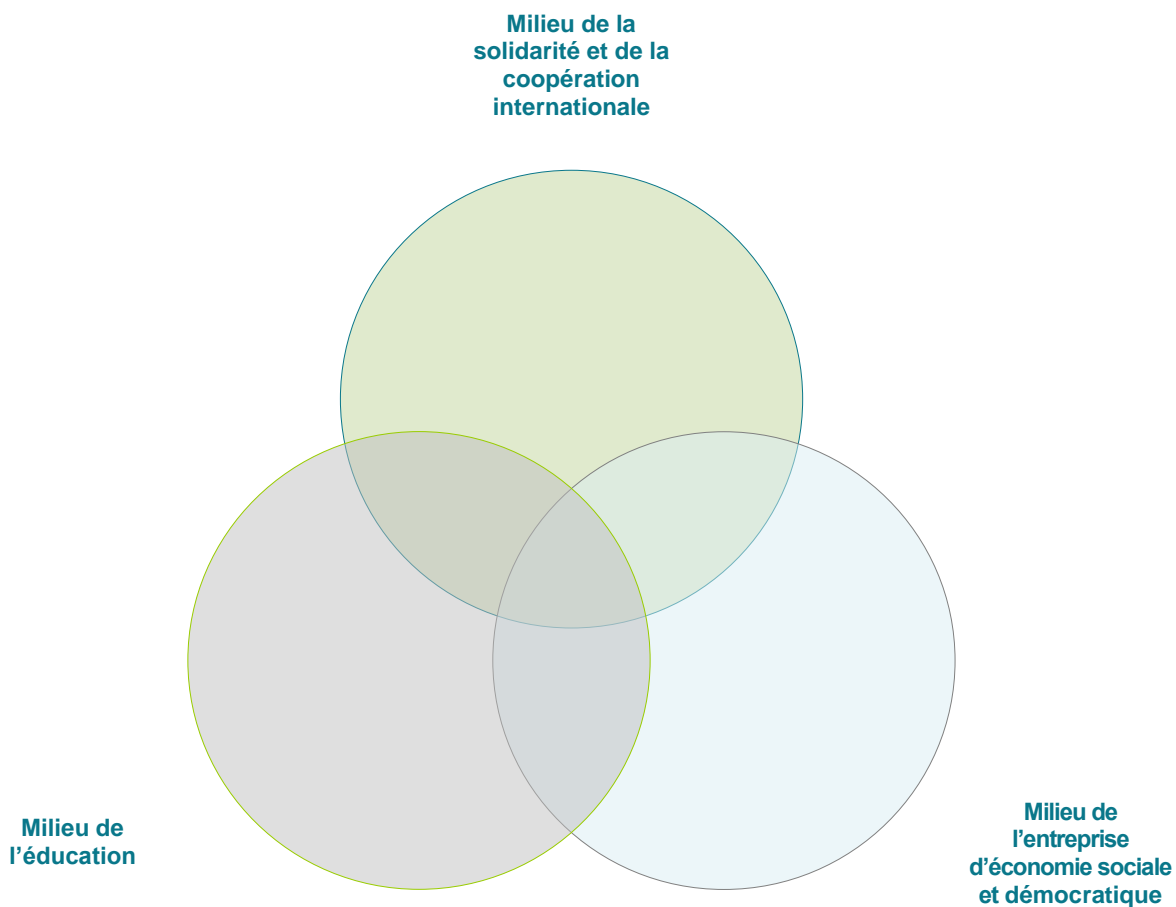
- de développer une perception positive à l'égard des jeunes et de la solidarité internationale ;
- de susciter une relève entrepreneuriale au sein de leur communauté ;
- d'avoir accès à des produits équitables et à de l'information sur le développement durable ;
- d'avoir l'occasion d'établir une relation significative avec des jeunes engagés.

AUX COOPÉRATIVES DE PRODUCTEURS DU SUD...

- d'offrir un salaire équitable à ses membres grâce à la vente de produits issus du commerce équitable ;
- d'investir dans les soins de santé pour leur famille, dans l'éducation et dans des projets communautaires ;
- d'offrir des perspectives plus prometteuses et viables.

5. LES TROIS DIMENSIONS DE MAGASIN DU MONDE

Magasin du Monde s'inscrit dans trois différentes dimensions : 1) le milieu de la solidarité et de la coopération internationale ; 2) le milieu de l'éducation ; 3) et le milieu de l'entreprise d'économie sociale et démocratique.



5.1 MAGASIN DU MONDE ET LA SOLIDARITÉ INTERNATIONALE

Magasin du Monde s'imbrique dans un contexte d'éducation à la solidarité et la coopération internationale puisqu'il fait le pont entre les efforts des participants et les communautés du Sud pour la réalisation d'un objectif commun : contribuer à l'amélioration du mieux-être et des conditions de vie des populations du Sud par la sensibilisation aux enjeux du commerce équitable.

Magasin du Monde propose un cheminement solidaire aux participants afin qu'ils prennent connaissance des dimensions fondamentales telles que la consommation responsable, les droits de la personne, la démocratie, de même que la protection de l'environnement.

Face aux iniquités du monde dans lequel nous vivons (malnutrition, analphabétisme, guerre, pauvreté, etc.), des gestes de solidarité deviennent incontournables pour redonner la dignité à tous les habitants de la Terre et répondre à leurs besoins fondamentaux. Magasin du Monde est une façon innovatrice d'améliorer les conditions des pays en développement puisqu'il contribue à réduire la pauvreté et à rendre le monde plus juste et plus équitable.

5.2 MAGASIN DU MONDE ET L'ÉDUCATION

Magasin du Monde est un projet éducatif qui s'inscrit dans le renouveau pédagogique.² Tout le contenu des formations est structuré de façon à contextualiser le savoir, le savoir-faire et le savoir-être des participants à travers les domaines généraux de formation, les compétences transversales et certains domaines d'apprentissage.

Les formations sont teintées de l'approche pédagogique interactive qui emprunte plusieurs stratégies d'enseignement (enseignement stratégique, enseignement coopératif, pédagogie par projets, gestion participative, approche expérientielle), ainsi que quelques approches plus individualisées (enseignement différencié, tutorat, intelligences multiples, etc.) et les adapte à diverses activités d'apprentissage.

Voici quelques principes fondamentaux qui déterminent la dynamique entre les participants, l'intervenant jeunesse et le contenu de formation qu'offre Magasin du Monde :

- a. Le participant au projet Magasin du Monde est l'artisan principal de ses apprentissages, qu'il travaille seul, en sous-groupe ou en grand groupe ;
- b. L'intervenant jeunesse accompagne les participants dans leur expérience de prise en charge du projet ; il guide le groupe et coopère avec lui ; il choisit d'aider les élèves au début du projet en s'adressant au grand groupe auquel il appartient, en organisant des sous-groupes ou de façon individuelle ;
- c. Le contenu de formation, par la démarche d'apprentissage et pédagogique qu'il propose, suscite la motivation, favorise l'intégration des savoirs interdisciplinaires et multidisciplinaires et s'assure de créer des conditions favorables à l'interaction entre les participants.

2. : Gouvernement du Québec, 2004. *Programme de formation de l'école québécoise*.
http://www.mels.gouv.qc.ca/DFGJ/dp/programme_de_formation/secondaire/prformsec1ercycle.htm

5.2.1 Le nouveau pédagogique

Magasin du Monde met en relief, de façon pédagogique, les liens entre les domaines généraux de formation retrouvés dans le nouveau pédagogique et les activités vécues par les jeunes au sein du projet. Quatre domaines de formation seront particulièrement touchés :

- **Vivre-ensemble et citoyenneté** : Amener l'élève à participer à la vie démocratique de la classe ou de l'école et à développer une attitude d'ouverture sur le monde et le respect de la diversité.

Axes de développement : engagement ; coopération et solidarité ; contribution à la culture de la paix.

- **Environnement et consommation** : Amener l'élève à entretenir un rapport dynamique avec son milieu, tout en gardant une distance critique à l'égard de la consommation et de l'exploitation de l'environnement.

Axes de développement : consommation et utilisation responsables de biens et de services ; conscience des aspects sociaux, économiques et éthiques du monde de la consommation.

- **Orientation et entrepreneuriat** : Amener l'élève à entreprendre et à mener à terme des projets orientés vers la réalisation de soi et l'insertion dans la société adulte.

Axes de développement : conscience de soi, de son potentiel et de ses modes d'actualisation ; appropriation des stratégies liées à un projet.

- **Médias** : Amener l'élève à faire preuve de sens critique, éthique et esthétique à l'égard des médias et à produire des documents médiatiques respectant les droits individuels et collectifs.

Axes de développement : constats de l'influence des médias dans la vie quotidienne et dans la société ; appropriation des méthodes de communication.

De plus, le projet propose des stratégies d'apprentissage renforçant le développement de compétences transversales. Voici les principales compétences identifiées :

- **Les compétences d'ordre personnel et social** : actualiser son potentiel en mettant à profit ses ressources personnelles ; contribuer au travail coopératif et en tirer profit.
- **Les compétences d'ordre intellectuel** : exercer son jugement critique ; mettre en œuvre sa pensée créatrice.
- **Les compétences d'ordre méthodologique** : se donner des méthodes de travail efficaces.

Finalement, les questions abordées et les tâches effectuées par les participants de Magasin du Monde permettent de développer les compétences disciplinaires de plusieurs domaines d'apprentissage, que ce soit dans le cadre du projet mais aussi en réinvestissement concret en classe. Voici quelques compétences disciplinaires touchées :

- **Langues** : Lire et écrire des textes variés, communiquer oralement selon des modalités variées.
- **Mathématique, science et technologie** : Résoudre une situation-problème, mettre à profit ses connaissances technologiques.



- **Univers social** : Construire sa conscience citoyenne à l'échelle planétaire, interpréter un enjeu du monde contemporain, prendre position sur un enjeu du monde contemporain.
- **Arts** : Créer des images médiatiques.
- **Développement de la personne** : Réfléchir sur des questions éthiques, adopter une position réfléchie sur des enjeux tirés de la vie courante, faire une expérience de participation sociale dans son milieu.
- **Les compétences de l'ordre de la communication** : communiquer de façon appropriée.

5.2.2 Plan stratégique d'enseignement

Un plan stratégique d'enseignement a été spécialement conçu à l'intention des intervenants jeunes qui accompagnent les jeunes dans la réalisation du projet Magasin du Monde. Il permettra aux participants de s'approprier toute une gamme de compétences transversales et donnera l'occasion d'introduire quelques notions reliées aux domaines d'apprentissage retrouvés dans le curriculum scolaire. Cinq outils ont été conçus à cet effet :

- a. le présent cahier de présentation
- b. le guide d'implantation
- c. le guide pédagogique des formations
- d. le cahier du participant
- e. la trousse d'outils

5.2.3 La prise en charge du projet par les jeunes

Ce projet se réalise hors de la classe, mais est inclus dans l'univers éducatif de l'école. Il offre aux élèves et aux intervenants jeunes un espace pédagogique privilégié. Toutes les activités (réunions, promotion, gestion) réalisées durant cette période sont considérées comme des occasions d'apprentissage.

Les principes pédagogiques appliqués développent chez les jeunes la responsabilisation personnelle et réciproque, la solidarité, la motivation ainsi que la compréhension réelle de l'utilité des apprentissages. Ainsi, les jeunes en viennent graduellement à prendre en charge leur projet. Cette prise en charge se fait en fonction du rythme, de l'intérêt et de la capacité d'apprentissage de chacun des jeunes et du groupe de jeunes. La pédagogie coopérative est au centre des activités retrouvées dans le guide pédagogique conçu à l'intention des intervenants jeunes.

En effet, la qualité des apprentissages est grandement influencée par l'approche pédagogique coopérative mise en place au sein du projet par l'intervenant jeune. Le succès du projet repose sur les principes suivants :

- a. Les jeunes sont appelés à mettre en commun leurs connaissances, leur expérience et leurs forces, afin que celles-ci profitent aux autres et par le fait même au projet collectif ;
- b. La formation est liée à un besoin réel qui doit être comblé ;
- c. Les apprentissages se font à partir des intérêts, des connaissances et des habiletés de départ des jeunes ;
- d. Les apprentissages se font par l'expérimentation concrète.

5.2.4 Comment intégrer Magasin du Monde aux activités scolaires ?

Quelques liens sont faits avec le curriculum scolaire, mais il est à noter que Magasin du Monde demeure un projet éducatif qui se situe, pour le moment du moins, dans un cadre parascolaire. Toutefois, nous espérons éventuellement faire un lien plus approfondi avec les curriculums scolaires et le plan de réussite des écoles. Certaines écoles offrant un « Programme d'études internationales » ont crédité des heures de bénévolat réalisées au sein de Magasin du Monde. De plus, certaines écoles acceptent que le projet personnel ou communautaire soit lié à Magasin du Monde.

« Dans un de nos cours, nous avons fait une recherche sur l'histoire du commerce équitable. Nous aurions pu aussi jumeler le projet Magasin du Monde avec notre projet personnel, car nous avons le droit de le faire si nous le voulons. »

Citation d'un membre du groupe de la Boutique Équi-Libre du Collège Saint-Louis lors du premier forum annuel de Magasin du Monde (31 mars 2007)

« Dans notre projet communautaire en secondaire III, on a fait valoir les valeurs du commerce équitable... »

Citation d'un membre du groupe de la Boutique Map Monde de l'École secondaire d'Oka lors du premier forum annuel de Magasin du Monde (31 mars 2007)



5.3 MAGASIN DU MONDE ET L'ENTREPRISE D'ÉCONOMIE SOCIALE ET DÉMOCRATIQUE

5.3.1 De quoi a-t-on besoin pour démarrer le projet ?

Pour qu'un Magasin du Monde prenne vie, les participants ont besoin d'avoir accès à :

- un lieu stratégique pour faire la vente au comptoir des produits équitables ;
- un local assez grand pour y tenir des réunions de douze personnes ;
- un lieu pour entreposer leurs produits en toute sécurité ;
- un ordinateur avec accès à Internet.

5.3.2 Comment se vit la démocratie au sein de Magasin du Monde ?

Tous les jeunes participent à la gestion démocratique de leur entreprise en siégeant au conseil d'administration. Ils assument collectivement le pouvoir décisionnel qui influence la direction de leur projet. Autant que possible, ils tentent d'arriver à s'entendre par consensus.

5.3.3 Comment gère-t-on l'entreprise d'économie sociale ?

Les secteurs d'activités

Magasin du Monde requiert la mise en œuvre de trois secteurs d'activités : les ressources humaines, l'administration et le marketing social. Chaque jeune s'investit dans les activités qui correspondent le plus à ses domaines d'intérêts. Les mandats retrouvés dans chacun des secteurs deviennent des objectifs d'apprentissage.

a) Ressources humaines

Ce secteur permet aux jeunes intéressés aux relations humaines d'approfondir leur leadership. Le but de ce secteur d'activités est de veiller à la santé de la vie associative du groupe.

Mandats :

- motiver les membres ;
- identifier les besoins de formation des membres ;
- coordonner le calendrier d'activités ;
- accueillir et intégrer les nouveaux membres.

b) Administration

Ce secteur attire les jeunes passionnés par l'administration et la gestion d'activités économiques. On vise dans ce secteur d'activités à assurer la santé économique du projet.

Mandats :

- effectuer l'inventaire des produits et faire les commandes ;
- réaliser la comptabilité du projet et assurer l'acquittement des factures ;
- présenter des prévisions budgétaires et des rapports financiers au C.A.

c) Marketing social

Ce secteur intéresse les jeunes entrepreneurs voulant développer leur talent de communicateurs. Le but de ce secteur d'activités est de comprendre l'impact positif du commerce équitable dans les communautés du Sud, afin d'éveiller le plus de personnes possible à l'importance de l'achat de produits équitables.

Mandats :

- sensibiliser les gens au commerce équitable ;
- faire la promotion des produits équitables ;
- réaliser des études de marché ;
- élaborer et réaliser des plans de mise en marché ;
- organiser des activités de relations publiques ;
- assurer un bon service à la clientèle (suivi, satisfaction).

5.3.4 Qu'est-ce que l'activité commerciale ?

Le service

Magasin du Monde offre à ses clients un produit de première qualité à un prix avantageux. En offrant un service local de distribution des produits équitables dans l'école et dans leur communauté, les membres du Magasin du Monde sont en mesure d'offrir à chaque client un service personnalisé et adapté à ses besoins.

Les produits équitables

Les produits certifiés équitables offerts pour les Magasins du Monde sont tous de première qualité et sont issus de pratiques agricoles respectueuses des petits producteurs du Sud, de l'environnement et de notre santé.



5.3.5 Quelques exemples de lieux de distribution et de clients d'un Magasin du Monde

À l'école :

- **Comptoir scolaire** : lieu principal de sensibilisation et de commercialisation des produits équitables à l'école pour les élèves, leur famille et les membres du personnel scolaire ;
- **Activité de financement** : promouvoir auprès des comités d'école en campagne de financement la vente de produits équitables ;
- **Groupe d'achat** : offrir au personnel de l'école la chance de se procurer des produits équitables à meilleur marché en effectuant des achats collectifs.

Dans la communauté :

- **Travailleurs des secteurs public, privé et communautaire** : groupe d'achat pour leur pause-café ou pour leur consommation personnelle ;
- **Événements spéciaux** : un kiosque qui fait la promotion de la consommation responsable et qui vend des produits équitables lors de conférences, de colloques, de vernissages, etc.



6. LES ACTEURS IMPLIQUÉS

6.1 LA DIRECTION DE L'ÉCOLE

La direction de l'école est un acteur très important pour la création d'un Magasin du Monde dans son établissement. Elle libère un ou deux intervenants jeunes pour assurer l'accompagnement des élèves, ouvre un compte Magasin du Monde et accepte de mettre un lieu de rencontre, d'entreposage et de vente à la disposition du projet. Sur demande, une personne-ressource du CLUB 2/3 peut se déplacer pour rencontrer la direction de l'école afin de l'informer des visées éducatives, des retombées et des exigences du projet.

6.2 LES ÉLÈVES

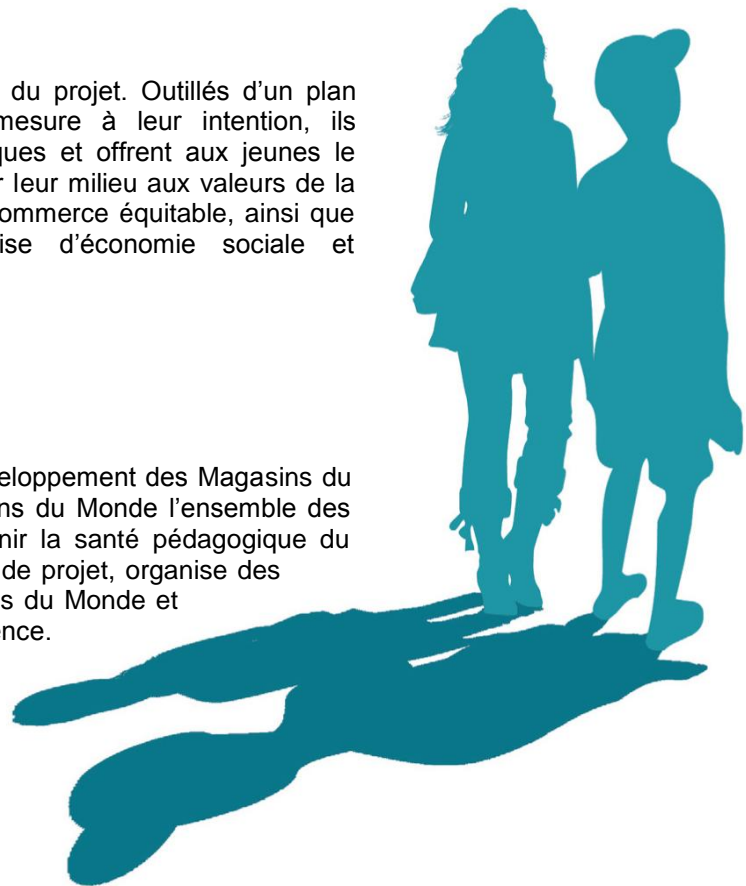
Au nombre de dix à douze par projet, les jeunes sont âgés de 14 à 17 ans, partagent au départ des valeurs de solidarité et de justice sociale et sont disponibles trois à cinq heures par semaine. La participation des jeunes au projet est bénévole.

6.3 LES INTERVENANTS JEUNESSES

Ils accompagnent les jeunes tout au long du projet. Outillés d'un plan stratégique d'enseignement conçu sur mesure à leur intention, ils assurent l'atteinte des objectifs pédagogiques et offrent aux jeunes le soutien dont ils ont besoin pour sensibiliser leur milieu aux valeurs de la solidarité internationale et aux enjeux du commerce équitable, ainsi que pour s'approprier leur projet d'entreprise d'économie sociale et démocratique.

6.4 CLUB 2/3

Le CLUB 2/3 est le maître d'œuvre du développement des Magasins du Monde. Il met à la disposition des Magasins du Monde l'ensemble des activités requises pour amorcer et maintenir la santé pédagogique du projet. Il assure aussi un soutien en cours de projet, organise des activités de concertation entre les Magasins du Monde et voit à l'évaluation de l'ensemble de l'expérience.



6.5 OXFAM-QUÉBEC

Oxfam-Québec assure l'alliance de chaque Magasin du Monde avec son réseau international de coopération. En plus de mettre à la disposition des Magasins du Monde les ressources développées par ce réseau, elle offrira à chaque jeune la chance d'établir un lien entre son action locale et les grandes campagnes d'Oxfam International.

6.6 LES FOURNISSEURS

Les fournisseurs officiels procurent aux Magasins du Monde des produits certifiés équitables à un prix préférentiel. Ils offrent également des ateliers ou des conférences éducatives sur leurs produits et les artisans/producteurs ayant fabriqué ces produits. Au cours du projet, les élèves sont amenés à travailler étroitement avec eux.

Equita

Fournisseur officiel depuis le tout début, Equita est une entreprise d'économie sociale entièrement dédiée à la sensibilisation et à la vente de produits équitables. Leurs produits sont importés directement de coopératives du Sud avec lesquelles Equita travaille sur une base quotidienne, souvent depuis plusieurs années. Leur mission est double : ouvrir, créer et développer des marchés pour des produits de qualité qui respectent les principes du commerce équitable et du développement durable ainsi que promouvoir, par ses mêmes produits, la consommation responsable et la solidarité avec les communautés et les petits producteurs du Sud. Equita offre aujourd'hui la plus large gamme de produits alimentaires certifiés équitables au Canada.

FibrEthik

Née d'une initiative 100 % québécoise, FibrEthik est une coopérative sans but lucratif d'importation directe et de promotion du coton équitable et biologique. Sa mission est d'éduquer et de sensibiliser le public québécois à la consommation responsable, au commerce équitable et à la solidarité. Ses produits sont fabriqués par des entreprises d'insertion sociale en Inde qui emploient une majorité de femmes dépourvues d'autres sources de revenu. T-shirts, polos, uniformes scolaires, serviettes, draps de lit et sacs à dos, tous personnalisables, sont autant de produits offerts par FibrEthik.

Karité Delapointe

Karité Delapointe est une entreprise québécoise qui importe, transforme et distribue du beurre de karité certifié équitable et biologique, provenant de la région de Léo au Burkina Faso. Leur mission est de faire connaître le karité et de le rendre accessible à un plus grand nombre de consommateurs. Leurs produits sont fabriqués de manière artisanale à partir d'ingrédients choisis avec soin, dans le respect de la nature et des producteurs. Savons, baumes pour les lèvres et le corps, lait corporel et plus encore, sont offerts par Karité Delapointe.

7. L'ENGAGEMENT DES JEUNES

7.1 LE TEMPS CONSACRÉ AU PROJET

Magasin du Monde est un projet d'apprentissage exigeant, et ce, à plusieurs niveaux. Il demande, entre autres, un engagement considérable de la part des participants en ce qui a trait au temps consacré. Les élèves qui y participent doivent donner priorité à ce projet dans leur engagement parascolaire.

« Magasin du Monde,
c'est beaucoup de temps et d'énergie,
mais ça vaut vraiment la peine ! »

Nancy Therrien, animatrice de vie spirituelle et d'engagement
communautaire au Collège Saint-Louis – Pavillon LaSalle.

Le projet demande d'assurer un équilibre entre les différentes facettes suivantes : les activités de formation, de gestion, d'organisation et d'évaluation doivent se réaliser de façon complémentaire les unes avec les autres. Voici un aperçu de l'engagement requis :

PREMIÈRE ANNÉE DU PROJET MAGASIN DU MONDE		
Période	Faits saillants	Temps approximatif*
septembre – octobre (6 semaines)	formations 1-2-3	1-2 h /sem.
novembre – décembre (4-6 semaines)	formation 4, cérémonie d'ouverture, début des opérations du magasin, premier conseil d'administration	3 h /sem.
janvier (4 semaines)	plans de mise en marché	2-3 h /sem.
février à avril (12 semaines)	opérations régulières, évaluation de mi-parcours, forum	2 h /sem.
mai (3 semaines)	évaluation finale, cérémonie de fermeture et Marche 2/3 !	2 h /sem.

(*selon l'expérience des jeunes du Collège Saint-Louis, Pavillon Lasalle, 2006-2007)

7.2 L'ENGAGEMENT PAR L'ACTION CITOYENNE

Magasin du Monde forme des acteurs de changement qui cherchent à favoriser l'adhésion individuelle et institutionnelle aux principes et aux pratiques du commerce équitable.

L'adhésion individuelle

Magasin du Monde participe à la création d'un monde plus juste et équitable, une personne à la fois :

- en l'informant de l'exploitation et des conditions de vie déplorables des travailleurs et des producteurs du Sud causées par des pratiques commerciales conventionnelles ;
- en la sensibilisant à la différence que ses choix de consommation font dans la vie des communautés du Sud ;
- en l'invitant à poser un geste conscient de consommation qui établit un rapport commercial juste et équitable avec les coopératives de producteurs du Sud.

**Polyvalente Chanoine-Armand-Racicot,
St-Jean-sur-Richelieu**

Grâce à un groupe de jeunes, les Équiterriens, et leurs enseignants engagés en solidarité internationale, une résolution a été adoptée à l'hiver 2006 par le conseil d'établissement de l'école précisant que toute campagne de financement menée par les élèves devra dorénavant être équitable !

L'adhésion institutionnelle

Pour changer le monde, il faut d'abord comprendre ses règles. C'est à partir de la compréhension de ces règles que Magasin du Monde cherche à avoir une influence positive dans les écoles. Par exemple, les participants pourraient mettre de l'avant des stratégies qui ont pour but de faire en sorte que l'école se dote d'une politique qui favorise l'achat de produits provenant du commerce équitable !



8. CALENDRIER DES FAITS SAILLANTS DE LA 1^{RE} ANNÉE DU PROJET MAGASIN DU MONDE

	AOÛT	SEPT	OCT.	NOV.	DEC.	JAN.	FÉVR	MAR S	AVRI L	MAI	JUIN
Formation des accompagnateurs											
Sélection des participants et formation du comité Amis du Magasin											
Formations 1, 2, 3 et 4 (dynamique de groupe, commerce équitable, orientations commerciales, marketing social et plans de mise en marché)											
Formation du conseil d'administration et élection du conseil exécutif											
Cérémonie d'ouverture et début des opérations (vente au comptoir)											
Promotion de Noël des produits équitables											
Amorce des plans de mise en marché par secteur d'activités											
Formations spécifiques (Grand livre, charte, motivation, inventaire, etc.)											
Évaluation de mi-parcours et évaluation des plans de mise en marché											
Forum Magasin du Monde											
Inscription au CLUB 2/3 pour l'année suivante											
Évaluation finale et activité de fermeture											
Demande d'accréditation											
Évaluation des accompagnateurs											
Opérations régulières (Vente de produits équitables, comptabilité, rencontres hebdomadaires, etc.)											
Conseils d'administration (1-2 fois par mois)											
Activités de sensibilisation et de marketing social (auprès de la population étudiante, enseignante et locale)											