

Comprendre et mettre en œuvre les principes du Commerce Equitable

Date et durée
Code formation : RSE02FR Durée : 2 jours Nombre d'heures : 14 heures
Description
<p>Devant la richesse de l'Afrique dans le domaine des matières premières agricoles et des matières extractives, se pose la question de leur valorisation auprès des clients et de leur plus-value économique, sociale et environnementale pour les communautés et leur territoire.</p> <p>Depuis plusieurs décennies a émergée la notion de Commerce Equitable qui constitue une réponse possible à la valorisation d'un sourcing responsable en Afrique de l'Ouest.</p> <p>La formation permet de comprendre les grands principes du Commerce Equitable, d'en appréhender les exigences mais aussi les différents courants, de connaître les différents systèmes de labellisations existants et leur contenu pour s'approprier le sujet.</p> <p>.</p>
Objectifs
<p>Les entreprises peuvent intégrer le Commerce Equitable à 2 niveaux :</p> <ul style="list-style-type: none">• en tant qu'acheteur de matière première afin de répondre à des exigences externes ou du fait de leur système de valeur ;• en tant que vendeur afin de capitaliser sur un marché de niche en développement. <p>Les ONG et les communautés rurales peuvent être intéressées à intégrer les principes du Commerce Equitable ainsi qu'à une labellisation des productions.</p> <p>De ce fait, les objectifs de la formation se focalise sur :</p> <ul style="list-style-type: none">• la compréhension de l'histoire du Commerce Equitable et des différents mouvements qui le compose ;• la connaissance des principes clés du Commerce Equitable ;• la connaissance des acteurs clés du Commerce Equitable ;• la connaissance des différents labels et la compréhension de chacun d'entre eux (ce qu'ils couvrent, leur philosophie, etc.)• Des exemples de mise en pratique sur le terrain ;• Une vision des marchés et débouchés commerciaux.
Pré-requis
Aucun pré-requis spécifique mais la connaissance des notions liées à la RSE / Développement Durable, aux principes du commerce des matières premières sur le plan international sont un avantage dans la compréhension du sujet.
Public

Toute personne ayant des projets ou intéressée par le Commerce Equitable.

Plus particulièrement :

- Directions Générales et entrepreneurs ;
- Directions Achats et acheteurs ;
- Directions et responsables marketing/commerciaux ;
- Directions et managers RSE/Développement Durable ;
- Directions Qualité ;
- Représentant d'ONG et/ou de communautés rurales intéressé par le sujet.

Cette formation s'adresse aux profils suivants

Responsable / Directeur des ressources humaines (RH)

Responsable / Directeur RSE et DD

Responsable QSE

Programme

Introduction :

- Accueil et présentation autour des enjeux macro-économiques et locaux des filières de matières premières,
- Notions clés liés à la notion d'Achats Responsables et place du Commerce Equitable dans cette notion,
- Chiffres clés.

Partie 1: Acteurs et principes clés du Commerce Equitable

- Histoire du Commerce Equitable, des mouvements qui le composent et approche polémique.
- Les organisations du Commerce Equitable avec un focus Afrique de l'Ouest, rôle de chacun,
- Définitions des principes clés du Commerce Equitable,
- Etat des lieux du Commerce Equitable en Afrique de l'Ouest.

Partie 2: Labels du Commerce Equitable et contenus clés

- Tour du Monde des labels sur l'approvisionnement responsable de matières premières,
- Descriptif des labels clés, de leur philosophie, de la gouvernance et des champs couverts,
- Détails thématiques de la mise en pratiques des critères des principaux labels.

Partie 3: Application sur le terrain des principes du Commerce Equitable

- Etudes de cas en Afrique de l'Ouest et ailleurs : mise en place de projets et filières du Commerce Equitable,
- Focus sur la structuration des organisations de producteur,
- Appui technique et financement.

Partie 4: Approche commerciale des marchés du Commerce Equitable

- Chiffres clés sur les marchés cibles du Commerce Equitable,
- Etat des lieux des marchés des produits équitables et de leur développement (par matière première, secteur, lieu de vente, etc.),
- Acteurs clés de la vente de produits équitables,
- Marketing et image des produits du Commerce Equitable.