

Guide Pratique

Enabel   
Coopération internationale  
pour le développement durable

# Semaine du Commerce Équitable



# ORGANISER UN DÉBAT

# ORGANISER UN DÉBAT,

## Faire bouger les idées, pas les ego



Un débat bien mené, c'est un moment de réflexion collective, de dialogue et d'ouverture. Autour du commerce équitable, il permet de sensibiliser, d'informer et parfois même de faire naître des engagements.

Mais attention, un débat réussi se prépare avec rigueur. Il ne s'agit pas seulement de faire parler des intervenants : il faut créer un véritable espace d'échange, structuré et vivant.

## 01 DÉFINIR UN THÈME PRÉCIS ET PERCUTANT

Un bon débat commence par une bonne question. Le sujet doit être clair, actuel et adapté au public visé. Trop vaste, il risque de perdre tout le monde ; trop technique, il exclura une partie du public.

Choisissez un angle précis, qui interpelle et suscite la curiosité. Par exemple :

- Le commerce équitable est-il une réponse à la crise climatique ?
- Les multinationales peuvent-elles être équitables ?
- Faut-il consommer local ou équitable ?
- Commerce équitable et numérique : vers une traçabilité réelle ou un nouveau greenwashing ?

Avant de trancher, testez vos idées autour de vous ou sur vos réseaux sociaux. Un sondage en ligne ou une simple publication peut vous aider à identifier le sujet qui suscite le plus d'intérêt.

# ORGANISER UN DÉBAT,

## Faire bouger les idées, pas les ego

### 02 ADAPTER LE DÉBAT À SON PUBLIC

Un débat n'a de sens que s'il parle à son audience. Selon que vous vous adressez à des étudiants, à des professionnels ou au grand public, le ton, la forme et le niveau d'expertise devront varier.

Devant des spécialistes, approfondissez les enjeux économiques, les statistiques, les politiques publiques. Pour un public plus large, partez d'exemples concrets : le café que l'on boit chaque matin, la paire de baskets produite à bas coût, ou les labels que l'on retrouve sur les produits du quotidien.

L'important, c'est de rendre le sujet accessible, sans le simplifier à l'excès.

### 03 TROUVER LE BON LIEU (OU LE BON FORMAT)

Le lieu donne le ton de l'événement. Une salle communale, un espace de coworking, un café associatif ou une bibliothèque peuvent suffire. Les universités et écoles sont souvent prêtes à prêter une salle pour une initiative citoyenne.

Si vous souhaitez élargir votre audience, pensez au format hybride : un public sur place et une diffusion en direct sur Internet. Avec un smartphone, un micro et une bonne connexion, il est facile de retransmettre le débat sur YouTube, Facebook ou Instagram. C'est une façon moderne d'inclure ceux qui ne peuvent pas se déplacer.



# ORGANISER UN DÉBAT,

## Faire bouger les idées, pas les ego

### 04 INVITER DES INTERVENANTS VARIÉS ET COMPLÉMENTAIRES

Un débat de qualité repose sur la richesse de ses intervenants. Croiser les points de vue rend la discussion vivante et crédible.

Cherchez à rassembler :

- un représentant du Trade for Development Centre d'Enabel
- un représentant d'une organisation de commerce équitable (Fairtrade Belgium, Oxfam, Ethiquable, Fairtrade Belgium, etc.),
- un chercheur, un enseignant ou un expert en économie ou en développement durable,
- un entrepreneur ou un acteur local engagé,
- une voix plus jeune ou un communicant qui relie les enjeux à la consommation moderne.

Veillez à la diversité des profils et à la parité. Si un intervenant ne peut pas venir, proposez une participation à distance : les visioconférences sont désormais simples à intégrer et souvent très appréciées.



# ORGANISER UN DÉBAT,

## Faire bouger les idées, pas les ego

### 05 FAIRE CONNAÎTRE L'ÉVÉNEMENT

Une fois le cadre défini, il faut informer et attirer. Utilisez les outils d'aujourd'hui : créez un événement sur les réseaux sociaux, diffusez un visuel attractif, contactez la presse locale ou les associations partenaires.

Le message doit être simple et clair : un titre qui accroche, une phrase qui invite à réfléchir, et la promesse d'un échange ouvert.

Quelques exemples :

- « Commerce équitable : des mots aux actes »
- « Peut-on consommer sans exploiter ? »
- « Le prix juste, une utopie ? »

Un visuel bien conçu et une communication régulière dans les jours précédant le débat sont les clés d'une belle affluence.

### 06 DONNER DE LA MATIÈRE AU DÉBAT

Un support visuel ou audiovisuel peut aider à introduire ou nourrir la discussion. Un court reportage, un extrait de film ou un témoignage en vidéo permettent de poser le contexte.

Des documentaires comme *Black Gold*, *We Feed the World* ou *The True Cost* offrent des points de départ pertinents. Les sites du Trade for Development Centre et de Fairtrade International proposent également de nombreuses vidéos et ressources gratuites.

Ces supports permettent de sortir du discours abstrait et d'ancrer la réflexion dans le réel.



# ORGANISER UN DÉBAT,

## Faire bouger les idées, pas les ego

### 07 ANIMER AVEC TACT ET ÉNERGIE

Le rôle de l'animateur est central. Il doit connaître le sujet, distribuer la parole équitablement, reformuler les propos pour éviter les malentendus et maintenir une ambiance constructive.

Un bon animateur sait poser des questions claires, relancer avec bienveillance et éviter que le débat ne se transforme en confrontation. Il fait circuler la parole, veille au respect de chacun et garde le fil conducteur.

Pour dynamiser la séance, il peut intégrer quelques interactions : poser une question au public, lancer un sondage en ligne ou recueillir des réactions via une application comme Slido ou Mentimeter. Cela rend le débat plus participatif et engageant.

### 08 FAIRE VIVRE LE DÉBAT APRÈS LA SOIRÉE

Un bon débat ne s'arrête pas à la dernière question. Prolongez-le en ligne : partagez un résumé, des extraits vidéo, des citations marquantes, ou encore une sélection de ressources à lire. Invitez les participants à continuer la discussion sur vos réseaux ou via un article de blog.

Ce prolongement numérique permet de toucher un public plus large et de transformer une soirée d'échange en mouvement de réflexion collective.

