

2004/2005

Commerce éthique et équitable



un commerce plus juste
une solidarité Nord/Sud
un achat citoyen

Vous informer
clairement, simplement.

E.LECLERC 

Développement durable, commerce éthique, commerce équitable... de quoi s'agit-il exactement ? Comment le fait d'acheter un paquet de café plutôt qu'un autre peut-il être un acte citoyen ? Ce guide vous aidera à faire le point sur la question. Acheter éthique ou équitable, c'est donner un sens et une utilité sociale à son acte d'achat. Lors du sommet de Rio en 1992, 182 pays se sont mis d'accord pour prendre les mesures indispensables à la préservation de notre planète. Parmi les solutions proposées pour éviter le gaspillage de nos ressources naturelles et favoriser le développement des économies locales des pays du Sud figure le développement durable, un commerce solidaire économiquement efficace, écologiquement tolérable et socialement équitable.

Le développement durable

p. 4-5

- POUR UNE AUTRE MONDIALISATION
- PENSER À NOS ENFANTS
- SATISFAIRE LES BESOINS HUMAINS
- LE SAVIEZ-VOUS ?

Le commerce éthique

p. 6-7

- REMETTRE L'HOMME AU CŒUR DES ÉCHANGES
- L'EXEMPLE DE LA FILIÈRE BOIS
- LES EXIGENCES MAJEURES D'UNE CHARTE ÉTHIQUE
- LA TRANSPARENCE DES CIRCUITS DE PRODUCTION
- LE TRAVAIL DES ENFANTS

Le commerce équitable

p. 8-9

- UN COMMERCE ENGAGÉ
- UN CAFÉ POUR DORMIR TRANQUILLE
- QUI EST MAX HAVELAAR ?
- QUAND LES PETITS SE FONT GRANDS

Un juste prix

p. 10-11

- UN CAFÉ QUI RETROUVE LA COTE
- LES PRODUITS BIO
- UNE LISTE QUI S'ALLONGE
- DES BANANES ÉCOLOGIQUEMENT CORRECTES
- LE PRIX D'UN PAQUET DE CAFÉ
- UN PRODUIT ÉQUITABLE C'EST...
- LE TÉMOIGNAGE

Les labels

p. 12-13

- LE PEFC
- LE FSC
- LE LABEL MAX HAVELAAR
- LE LABEL MSC
- LE LABEL OEKO-TEX
- LA NORME ISO 14001
- L'ÉCOLABEL EUROPÉEN
- LA NORME SA 8000
- NF ENVIRONNEMENT

Adresses et lectures utiles

p. 14

Vrai/faux

p. 15

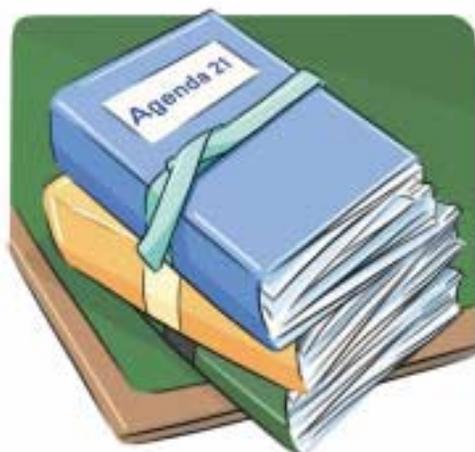
Respecter l'homme et l'environnement



Pour répondre à nos besoins d'aujourd'hui, sans compromettre la capacité de nos enfants à répondre aux leurs dans le futur, il est urgent de préserver nos ressources naturelles et de replacer l'homme au cœur des échanges commerciaux.

POUR UNE AUTRE MONDIALISATION

C'est en 1987 qu'apparaît pour la première fois une définition du développement durable dans le rapport *Notre avenir à tous* de Gro Harlem Brundtland, Premier ministre de Norvège et présidente de la Commission mondiale sur l'environnement et le développement. C'est « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs. » Quelques années plus tard, en 1992, 182 États participent au Sommet de la Terre à Rio. Ils s'engagent à lier les enjeux économiques et sociaux à ceux de l'environnement et à élaborer une stratégie nationale de développement durable appelée Agenda 21. Ils ne renoncent pas à la croissance économique mais s'engagent à la réconcilier avec la protection de l'environnement et l'équité sociale.



PENSER À NOS ENFANTS



Lorsque, le 20 juillet 1969, l'homme s'est posé sur la Lune, l'humanité a pris conscience que la Terre était minuscule et fragile. À l'époque, nous étions 3,5 milliards. Aujourd'hui, nous sommes plus de 6 milliards.

Nos ressources naturelles sont épuisables et les clignotants sont au rouge : pollution de l'eau et de l'air, disparition des

espèces animales et végétales, déforestation massive, désertification...

La prospérité du Nord s'est édiflée sur la destruction ou la pollution de nombreux écosystèmes. Au Sud, 800 millions de personnes souffrent toujours de faim, un milliard et demi n'a pas accès à l'eau potable et deux milliards ne sont pas raccordés à un réseau

d'électricité. Une nouvelle gestion économique de la planète est nécessaire pour mieux répartir les richesses et éviter un prélèvement excessif des ressources naturelles. Lutter contre la déforestation, diminuer la pollution et promouvoir les énergies renouvelables sont nécessaires pour léguer une Terre en bonne santé à nos enfants.

LA CITATION

«Quand le dernier arbre sera abattu, la dernière rivière empoisonnée, le dernier poisson capturé, tu t'apercevras que l'argent ne se mange pas.» Proverbe indien.

SATISFAIRE LES BESOINS HUMAINS

LE DÉVELOPPEMENT DURABLE IMPOSE DES CHANGEMENTS EN PROFONDEUR. LES ÉCHANGES DOIVENT PERMETTRE DE RÉÉQUILIBRER LES RICHESSES ENTRE LES PAYS DU SUD PRODUCTEURS ET CEUX DU NORD CONSOMMATEURS.

Le commerce éthique consiste à ne traiter qu'avec des acteurs économiques, petits producteurs ou grands industriels respectant les droits du travail définis par l'OIT, Organisation internationale du travail. D'une manière générale, fabricants et intermédiaires s'engagent systématiquement à respecter les droits sociaux et les réglementations environnementales, au-delà des exigences commerciales contractuelles. Le commerce équitable concerne spécifiquement les plus défavorisés, afin de les amener progressivement à s'assumer économiquement.

LE SAVIEZ-VOUS ?

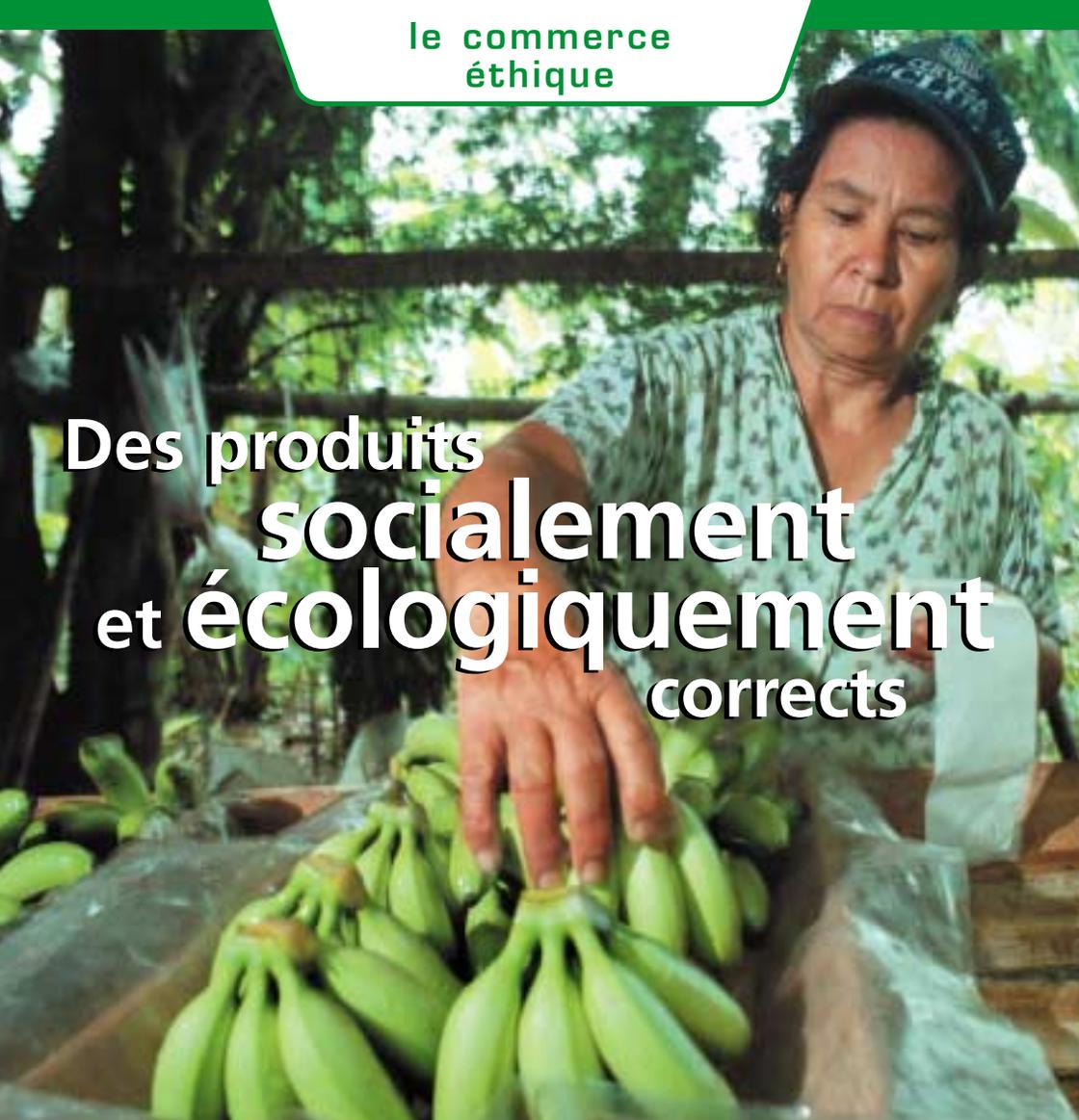
Si tous les Français arrêtaient de faire couler leur robinet quand ils se lavent les dents, cela couvrirait les besoins en eau d'un pays d'Afrique pendant quinze jours.

LE CHIFFRE

Plus de

30%

des richesses naturelles de la Terre ont disparu en vingt-cinq ans.



Des produits socialement et écologiquement corrects

De plus en plus de produits sont fabriqués dans des pays où la législation du travail est faible. La transparence de la filière de fabrication permet de s'assurer d'un commerce respectueux des droits fondamentaux du travailleur.

REMETTRE L'HOMME AU CŒUR DES ÉCHANGES

LE DÉVELOPPEMENT DURABLE NÉCESSITE L'INTÉGRATION DES OBLIGATIONS DE RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT ET DES NORMES SOCIALES DANS LES MARCHÉS.

Des projets qui permettent aux hommes qui y travaillent de faire vivre leur famille correctement. Les décisions prises à court terme pour répondre à des intérêts économiques devront désormais tenir compte de l'impact à long terme sur l'ensemble de la population.

LE CHIFFRE

51%

des Français déclarent accorder davantage leur confiance aux dirigeants s'engageant dans des chartes éthiques.

Source : sondage SOFRES sur la « gouvernance d'entreprise », février 2003.

L'EXEMPLE DE LA FILIÈRE BOIS

Les meubles exotiques ont connu un engouement croissant ces dernières années. Pour répondre à la demande, des fournisseurs n'ont pas hésité à abattre massivement et parfois illégalement du bois dans les forêts d'Asie, d'Amérique du Sud ou de l'Oural. Pour contrer ces pratiques et mettre en place une traçabilité du produit, des représentants de la filière bois se sont associés à des organismes de défense de l'environnement et des consommateurs pour fonder une organisation internationale : le FSC, Forest Stewardship Council. Ils ont élaboré un label privé et établi les critères d'une bonne gestion des concessions forestières respectueuse des contraintes économiques, sociales et envi-

ronnementales. Près de 4 % de la totalité des forêts mondiales est certifiée. Cela est insuffisant pour répondre aux besoins du marché. Dans les zones tropicales, les exploitants forestiers ne connaissent pas toujours l'existence de la FSC, aussi une ONG, la Tropical Forest Trust (TFT), œuvre-t-elle pour aider à la mise en place du label du FSC. Son logo atteste que le produit provient d'une filière engagée dans une démarche de progrès, de l'exploitation forestière au distributeur. D'autres initiatives ont vu le jour dans ce secteur, telles que le PEFC, Pan European Forest Certification Council, qui devient le système de reconnaissance mutuelle de schémas de certification forestière hors Europe.

LES EXIGENCES MAJEURES D'UNE CHARTE ÉTHIQUE

Pour fabriquer un produit respectueux de l'environnement et des règles sociales, sept grands points sont à surveiller :

- 1- Éviter la pollution en réduisant les consommations de matières premières et les rejets dans la nature.
- 2- Limiter la consommation d'énergie en faisant des économies et, chaque fois que cela est possible, utiliser des énergies renouvelables et recycler.
- 3- Réduire le transport au maximum et opter pour la solution la moins polluante.
- 4- Avoir des comptes transparents.
- 5- Veiller aux bonnes conditions de travail des employés, conformément aux règles de l'OIT (Organisation internationale du travail).
- 6- Supprimer le travail des enfants.
- 7- Respecter la liberté syndicale.

LA TRANSPARENCE DES CIRCUITS DE PRODUCTION

Selon une étude du CRÉDOC, Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (septembre 2003), 52 % des Français se disent prêts à payer plus cher pour acquérir un produit éthique et 70 % sont prêts à boycotter un produit néfaste pour la planète ou fabriqué dans des conditions contraires aux droits de l'homme ou de l'enfant. Cette pression du consommateur et la prise de conscience collective des conditions de vie dans certaines régions du globe ont poussé les entreprises à mettre en place des chartes de bonne conduite pour leurs sous-traitants et leurs fournisseurs. Parmi les règles à respecter : refus de partenaires ou de marchés malhonnêtes, information du consommateur quant à la provenance et aux conditions de fabrication des produits, élimination du travail des enfants...



LE TRAVAIL DES ENFANTS

Aujourd'hui, 210 millions d'enfants travaillent dans le monde et 95 % d'entre eux dans les pays en développement. C'est un réel problème mais, dans bien des cas, c'est le travail de l'enfant qui permet à la famille de survivre et la scolarisation est souvent

rendue difficile, voire impossible. Dans ce cas, l'OIT tolère cette situation à condition que les enfants travaillent dans le cadre d'un apprentissage et que les tâches qu'ils effectuent ne portent préjudice ni à leur santé ni à leur éducation.



Des échanges plus justes pour les petits producteurs du Sud

«Fair trade, not aid», du commerce juste, pas la charité, c'est ainsi que l'on peut résumer le commerce équitable.

UN COMMERCE ENGAGÉ

▶ **Le commerce équitable est un commerce social** dont le but n'est pas la recherche du profit maximal mais le juste profit pour tous les acteurs de la chaîne.

C'est un moyen de rééquilibrer les rapports entre nos pays et les pays en voie de développement. D'un côté, des groupements de petits producteurs du Sud. De l'autre, des industriels et des pays consommateurs au Nord. Entre les deux, comme lien d'une relation juste et dura-

ble, des associations solidaires (Max Havelaar...). Leur rôle est de faire appliquer et de garantir le respect des standards internationaux du commerce équitable, de soutenir les coopératives de producteurs adhérents, de demander aux industriels de garantir un prix juste au producteur et un préfinancement des récoltes et de réduire au maximum les intermédiaires afin d'assurer la transparence des filières. De plus, une prime est attri-

buée aux coopératives ou associations de producteurs pour leur permettre de s'engager dans un processus d'amélioration des conditions de vie pour la collectivité. **Au final, tout le monde est satisfait** : l'acheteur et l'industriel au Nord car les produits sont de qualité, les producteurs du Sud car leur travail leur permet de vivre décemment, d'envoyer leurs enfants à l'école, d'avoir des conditions minimales d'hygiène et de santé.

UN CAFÉ POUR DORMIR TRANQUILLE

POURQUOI LE CAFÉ EST-IL LE PRODUIT PHARE DU COMMERCE ÉQUITABLE ? PARCE QU'IL NE S'AGIT PAS D'UN PRODUIT ANODIN MAIS DE LA DEUXIÈME MATIÈRE PREMIÈRE ÉCHANGÉE DANS LE MONDE APRÈS LE PÉTROLE.

Il fait vivre 25 millions de familles de petits producteurs car 70 % des producteurs ont une petite exploitation de 5 ha en moyenne. Ceux qui sont labellisés « commerce équitable » sont assurés d'obtenir un prix d'achat minimal ainsi qu'une prime au développement qui va directement à la coopérative. En contrepartie, ils doivent donner la preuve d'un fonctionnement démocratique (réunions en assemblée générale, élection d'un président, décisions prises en concertation...), d'une transparence des comptes et d'un respect de l'environnement.



QUI EST MAX HAVELAAR ?

Est-ce le fondateur de l'association du même nom ? Pas du tout. Max Havelaar est le héros d'un roman d'Edouard Douwes Dekker, alias Multatuli, paru en Hollande, en 1860. C'est une sorte de Robin des bois qui dénonce, pour la première fois, un système commercial injuste où les petits producteurs de café javanais sont exploités et connaissent des conditions de vie misérables.

LA CITATION

« Quiconque travaille a droit à une rémunération équitable et satisfaisante lui assurant ainsi qu'à sa famille une existence conforme à la dignité humaine. » Article 23 de la Déclaration universelle des droits de l'homme, 1948.

LE CHIFFRE

800 000

familles de petits producteurs dans 46 pays d'Amérique latine, d'Afrique et d'Asie bénéficient du commerce équitable. Ils peuvent travailler dans des conditions correctes et subvenir à leurs besoins de manière autonome et en toute dignité.

QUAND LES PETITS SE FONT GRANDS

En 1986, au Chiapas, une petite communauté de producteurs de café demande à une ONG, Solidaridad, d'arrêter de l'assister par ses dons mais plutôt de l'aider à vivre de son travail et à combattre les causes de sa précarité : les intermédiaires locaux tout-puissants et les cours du café de la bourse en chute libre. Ils réclament un accès aux marchés internationaux et un prix juste. Une idée... pas si utopiste que cela. Nico Roozen et Frans Van der Hoff, les futurs fondateurs de Max Havelaar, écoutent et imaginent l'instauration d'un label de qualité « équitable ». Deux ans plus tard, le

premier café labellisé apparaît sur le marché hollandais. Le succès est immédiat, le café équitable a conquis 5 % du marché des Pays-Bas. La petite communauté rassemble aujourd'hui 2700 producteurs et produit 10 % du café équitable du Mexique. Les habitants de la région ont du travail, ils ne cherchent plus à émigrer vers les grandes villes ou les États-Unis. Leurs revenus leur ont permis de créer une école, une ligne de bus, un hôpital et un centre de formation qui, depuis 1999, enseigne l'agriculture biologique et le développement durable.



Un acte d'achat qui a du sens

Un café de qualité, une banane sans pesticides, un chocolat qui permet de construire une clinique au Ghana... les produits équitables apportent satisfaction à tous les intervenants de la chaîne commerciale: du producteur au consommateur.

UN CAFÉ QUI RETROUVE LA COTE

Le café est une matière première d'importance, aussi les pays producteurs et les pays consommateurs ont-ils l'habitude de se réunir au sein de l'OIC, Organisation internationale du café, pour en fixer le prix. Faute d'accord, depuis 1989, c'est la loi de l'offre et de la demande qui prime et le marché est spéculatif. De nouveaux pays se sont lancés dans la culture de masse (le Viêt Nam est devenu le deuxième exportateur mondial en moins de cinq ans !). L'offre s'est démultipliée tandis que la demande est restée stable. Entre le début des années 90 et le début des années 2000, le chiffre d'affaires de l'industrie caféière a été multiplié par deux, au détriment des pays producteurs d'origine (Amérique du Sud et Afrique) où la situation des paysans est devenue dramatique. Tandis que le coût de la production pour une livre de café est de 0,8 centime de dollar, le cours mondial a chuté à 0,52 !

LES PRODUITS BIO

Un produit portant le label Max Havelaar sur deux est certifié issu de l'agriculture biologique. Cela concerne 29 % des cafés équitables, 79 % des thés, 50 % des fruits frais ou 30 % des riz. Pour les autres produits, le respect de l'environnement est également au rendez-vous car les petits producteurs du commerce équitable n'utilisent ni engrais ni pesticides (ces produits sont trop chers), ils utilisent leur savoir-faire traditionnel et des méthodes artisanales qui préservent la biodiversité locale.

UNE LISTE QUI S'ALLONGE

En dehors du café, il existe aussi du thé labellisé Max Havelaar, des fruits frais (bananes, mangues...), du miel, du sucre, des jus de fruits, du chocolat, du riz. Très prochainement, il y aura aussi du coton et des ballons de football. En prévision : des épices et du quinoa, une espèce de céréale produite en Amérique latine et qui fait une percée remarquable en France. Parmi les produits artisanaux équitables : des bijoux, des jouets, des objets d'art ou de décoration... Au total, ce sont 2500 produits qui constituent la gamme équitable. Pour en avoir la liste complète, consultez la plate-forme du commerce équitable sur www.commerceequitable.org

DES BANANES ÉCOLOGIQUEMENT CORRECTES

LA BANANE EST LE FRUIT LE PLUS CONSOMMÉ AU MONDE, APRÈS LES ORANGES.

Les conditions de travail des ouvriers dans les bananeraies sont inacceptables : manque d'eau, absence de soins médicaux, emploi d'enfants. Les pesticides utilisés en grande quantité provoquent des dommages irréversibles chez les ouvriers et sur l'environnement.

Une filière équitable a vu le jour, en 1996, pour codifier les conditions de production. Elle proscribit l'utilisation des herbicides et des pesticides les plus nocifs, prescrit le recyclage des plastiques indispensable à la culture des bananes et adopte des mesures rigoureuses pour freiner l'érosion des sols et la pollution des ressources en eau.

LE PRIX D'UN PAQUET DE CAFÉ



UN PRODUIT ÉQUITABLE C'EST...

1- Un produit qui n'est pas passé entre les mains de dizaines d'intermédiaires. Café, thé ou riz sont achetés le plus directement possible à des petits producteurs organisés en collectivité.

2- Un produit acheté à son juste prix. Son producteur peut ainsi espérer atteindre un niveau de vie décent et même se développer. Une somme est versée à la coopérative qui l'utilise pour répondre aux besoins fondamentaux de la communauté (santé, éducation, logement).

3- Un produit qui évite les fluctuations du marché. Les contrats passés entre producteurs et importateurs sont durables, un an minimum renouvelable.

4- Un produit de qualité respectueux de l'environnement et des normes sociales établies par l'OIT, Organisation internationale du travail.

LE TÉMOIGNAGE

Jean-Pierre Doussin, président de Max Havelaar France.

Qu'est-ce qui a motivé la création de Max Havelaar ?

« Avant d'intégrer l'association Max Havelaar, j'ai travaillé à la FAO, l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture. J'ai pu constater la misère du monde et voir que ceux qui produisent les aliments pour nourrir les hommes meurent de faim. J'ai trouvé cela scandaleux. Toutes les aides des mouvements nationaux ou internationaux, comme la FAO, ne peuvent pas empêcher cela. Max Havelaar est né de ce constat. Pour pouvoir vivre dignement, les petits producteurs du Sud devaient se trouver un marché afin d'avoir de l'argent pour vivre et faire des investissements. Or ils sont tributaires d'un système

commercial profondément injuste. Leurs interlocuteurs locaux, qu'ils appellent "les coyotes" achètent leur production à n'importe quel prix ou ne l'achètent pas du tout. Il fallait faire en sorte que les paysans puissent s'organiser pour présenter des produits de qualité et réduire les intermédiaires avec les pays développés, c'est là la première tâche de notre association. Au début, les produits équitables se trouvaient uniquement dans les boutiques alternatives. Pour développer le marché, il nous a paru nécessaire d'aller chercher les consommateurs là où ils faisaient leurs achats, dans la distribution classique. Mais pour apporter la preuve d'un produit réellement équitable, il était alors essentiel de mettre en place un système de contrôle du respect d'un cahier des charges par des auditeurs professionnels : le label Max Havelaar. »

Des valeurs à suivre

Reconnaissance d'une valeur écologique, sociale ou éthique... les labels permettent de reconnaître les produits qui vont au-delà d'un simple concept marketing.

LE PEFC

Le PEFC, Programme de reconnaissance des certifications forestières* (Programme for the Endorsement of Forest Certification schemes), est le leader mondial en terme de surfaces certifiées. Il regroupe une quinzaine de pays. Il garantit au consommateur final que les produits en bois (ou dérivés) qu'il achète ont été fabriqués à partir de bois récolté dans des forêts à gestion durable.

* Anciennement Programme européen des forêts certifiées.



LE FSC

LE LABEL FSC, FOREST STEWARDSHIP COUNCIL, EST UN LABEL ÉCOLOGIQUE PRIVÉ QUI A TRÈS BONNE RÉPUTATION.

Il garantit la préservation des forêts tropicales sérieusement menacées puisque, tous les quinze ans, il en disparaît l'équivalent de trois fois la superficie de la France. Il apporte l'assurance que le bois est issu d'une

forêt gérée dans le respect de l'environnement (préservation de la biodiversité, régénération des forêts...) dans une pratique économiquement viable et socialement responsable. Ce label figure sur près de 9 000 produits: parquets, étagères, papier, mobilier de jardin... Aujourd'hui, seules 2 % des forêts mondiales sont certifiées FSC.

LE LABEL MAX HAVELAAR



Il s'agit d'un label privé collectif. L'association qui le délivre veille à ce que le produit réponde aux standards internationaux du commerce équitable. Les producteurs perçoivent un prix juste pour leur récolte, travaillent dans des conditions décentes et peuvent subvenir à leurs besoins et à ceux de leur famille. Le contrôle est effectué par la FLO, Fairtrade Labelling Organizations.

LE LABEL MSC

Le label MSC a été développé par le Marine Stewardship Council, une organisation indépendante mondiale, à but non lucratif, fondée en 1997 par Unilever (premier acheteur mondial de produits de la mer) et le WWF, le Fonds

mondial pour la nature, et devenue indépendante depuis. Il s'agit d'une norme environnementale garantissant une pêche durable et bien gérée qui permet de lutter contre la surpêche dans nos océans.



LE LABEL OEKO-TEX

Le label de l'Association internationale pour la recherche et l'essai dans le domaine de l'écologie des textiles, fondée en 1992, garantit des produits sans substances pouvant nuire à la santé et adaptés à la peau sensible des enfants.

LA NORME ISO 14001



LA NORME INTERNATIONALE ISO 14001 N'A PAS DE CARACTÈRE OBLIGATOIRE.

Elle a été établie par l'AFNOR, Association française pour la normalisation, pour aider les entreprises à prendre en compte la préservation de l'environnement. Elle correspond à des exigences précises: utilisation réduite des ressources, énergie récupérée, réduction des déchets, consommation réduite d'énergie, consommation réduite d'eau, allongement de la durée de vie d'un produit...

L'ÉCOLABEL EUROPÉEN

Un écolabel est une marque officielle de reconnaissance de la qualité écologique d'un produit. Il offre une double garantie: la qualité d'usage du produit et la limitation de ses impacts sur l'environnement.

La petite fleur est l'équivalent européen de notre label NF Environnement. On la retrouve sur des

produits textiles, des détergents, des lave-vaisselle, des ampoules électriques, du papier toilette...



LA NORME SA 8000

Norme sociale inventée par un collectif d'associations et d'entreprises américaines et européennes. Elle est attribuée aux entreprises qui s'engagent à bannir le travail des enfants de moins de 15 ans, à refuser les discriminations religieuses ou ethniques, à respecter la liberté d'expression et à offrir une rémunération qui dépasse le minimum vital.

NF ENVIRONNEMENT

C'est l'écolabel officiel français. Il est délivré par l'AFNOR. Le produit ainsi labellisé répond à une liste de critères qui attestent de son respect de l'environnement dans le cadre de son cycle de vie complet: de sa conception jusqu'à sa réduction à un simple déchet. Concerne les peintures et vernis, le mobilier de bureau, les sacs de sortie de caisse, les aspirateurs-traîneaux...



Des adresses pour trouver des informations complémentaires et des livres pour mieux comprendre le développement durable.

▶ **Artisans du monde.** Association pionnière qui œuvre, depuis 1974, à l'instauration d'échanges commerciaux plus justes entre le Nord et le Sud. Elle a noué des partenariats avec les producteurs d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine pour aider au développement des populations locales.

20, rue de Rochechouart, 75009 Paris.

Tél. : 01 48 78 55 54

www.artisansdumonde.org

▶ **FLO, Fairtrade Labelling Organizations.** Réseau mondial d'organisations de labellisation présent dans 41 pays dont la France avec Max Havelaar. Son rôle est de définir et de veiller au respect des standards internationaux du commerce équitable, d'inspecter les organisations de producteurs et de les soutenir dans leur développement.

www.fairtrade.net

▶ **GRI, Global Reporting Initiative.** Rassemblement d'organisations (ONG, entreprises et fédérations professionnelles...), reconnu par l'ONU, chargé d'aider les entreprises à mettre en place un fonctionnement en développement durable. Il a élaboré une grille de critères communs, basés sur les performances économiques, sociales et environnementales que les entreprises s'engagent à respecter.

www.globalreporting.org

▶ **Max Havelaar France.** L'association ne vend rien et n'est pas une marque. Elle labellise les produits des petits producteurs du Sud et assure le contrôle du fonctionnement des

coopératives dans lesquelles ils sont regroupés. Les produits qui portent son label ont été payés au juste prix à leurs producteurs, qui peuvent ainsi développer des conditions de vie décentes (écoles, logements, transports...).

41, rue Émile Zola, 93107 Montreuil

Cedex. Tél. : 01 42 87 70 21

www.maxhavelaarfrance.org

▶ **Organisation internationale du travail, OIT.** Créée en 1919, l'OIT impose à ses 171 pays adhérents de respecter la liberté d'association, la liberté de négociation, l'interdiction du travail forcé, la non-discrimination, l'élimination progressive du travail des enfants.

www.ilo.org/public/french

▶ **Plate-forme française pour le commerce équitable, PFCE.** Organisme national de représentation des acteurs du commerce équitable regroupant les principaux acteurs du commerce équitable: Agir ici, Andines, Artisans du monde, Alter Eco, Max Havelaar... Il intervient auprès des pouvoirs publics pour promouvoir et consolider le commerce équitable.

14, passage du Bail, 75010 Paris.

Tél. : 01 48 91 20 75

www.commerceequitable.org

▶ **WWF, World Wide Fund for Nature, soit Fonds mondial pour la nature.** Association écologique internationale, présente dans 96 pays. Elle dispose de 12000 programmes nature incluant la préservation des réserves naturelles et la gestion durable des forêts.

www.wwf.fr

À LIRE

• **Tous gagnants, la dynamique du développement durable**, par Dominique Bidou, éditions Ibis Press.

• **Max Havelaar**, par Edouard Douwes Dekker alias Multatuli, éditions Actes Sud.

• **Le Commerce équitable. Pour une consommation respectueuse des Droits de l'homme et de l'environnement**, par Katell Pouliquen, éditions Marabout.

• **Commerce équitable et café: rébellion ou nécessaire évolution**, éditions l'Harmattan.

• **Le Pari du commerce équitable**, par Tristan Lecomte, Éditions d'Organisation.

• **L'Aventure du commerce équitable. Une alternative à la mondialisation**, par Nico Roozen et Frans Van der Hoff, éditions Jean-Claude Lattès.

• **Le Guide du consommateur responsable**, par Milène Leroy, éditions Marabout.

• **Le Guide éthique du consommateur, Observatoire de l'éthique**, éditions Albin Michel.

La réalité est parfois trompeuse. Testez vos connaissances du commerce éthique et équitable avec nos vraifaux.

LA FILIÈRE DU COMMERCE ÉQUITABLE EST CONTRÔLÉE DE FAÇON RÉGULIÈRE.

VRAI. Des organismes tels que FLO, Fairtrade Labelling Organizations, définissent les standards du commerce équitable, certifient les organisations de producteurs du Sud et fournissent un soutien au développement des producteurs certifiés. FLO travaille avec plus de 300 organisations de producteurs dans 41 pays. Ces contrôles doivent être encore développés pour s'assurer de la bonne application des règles au profit des petits producteurs.

IL N'Y A PAS DE MARGES DANS LE COMMERCE ÉQUITABLE.

FAUX. Le commerce équitable n'est pas une forme de mécénat. Sur ces produits, même les distributeurs gagnent leur vie. L'idée n'est pas de vendre sans marge (dans ce cas, il serait plus simple de faire directement un chèque au producteur) mais de vendre un produit de qualité qui permette à celui qui l'a produit de vivre dignement. Chacun y trouve son compte car tous les acteurs de la filière sont rémunérés normalement.

PAYER LE DOUBLE AUX PRODUCTEURS, CE N'EST PAS POSSIBLE. IL Y A UNE ARNAQUE.

FAUX. C'est possible, en réduisant le nombre des intermédiaires entre producteurs-vendeurs et acheteurs finaux et en valorisant les potentiels locaux des producteurs. Ces derniers sont invités à utiliser la matière première naturelle disponible et à cultiver selon leur savoir-faire traditionnel.

LE COMMERCE ÉQUITABLE EST UNE FORME DE NÉO-COLONIALISME.

FAUX. Le commerce équitable n'est pas une démarche imposée par les pays développés à leurs voisins du Sud. À l'origine, il est issu d'une demande directe des paysans indiens du Mexique qui, en lieu et place des dons versés par des ONG, Organisations non gouvernementales, réclamaient un prix juste pour leur café afin de pouvoir vivre dignement sans être assistés.

LE COMMERCE ÉQUITABLE EST AVANT TOUT UN CONCEPT MARKETING.

FAUX. Le concept a vu le jour non pas sous la pression des consommateurs mais à la demande des paysans eux-mêmes. Cependant, pour se développer, le principe du commerce équitable a besoin d'être connu. Sans marketing efficace, les produits équitables resteraient dans une « niche » or le but est de les vendre comme des produits normaux.

LA CITATION

« Il ne sert de rien à l'homme de gagner la Lune s'il vient à perdre la Terre. » François Mauriac

LA COLLECTION



Internet
2004/2005



Labels et Logos
2004/2005



jeux et jouets (8-12 ans)
2003/2004



les animaux de compagnie
2003/2004



le vin
2003/2004



la rentrée des classes
2003/2004



les vacances
2003/2004



la téléphonie
2003/2004



l'eau
2003/2004



le jardinage
2003/2004



la puériculture
2003/2004

Vous vous posez encore des questions ?
Appelez :

ALLO E.LECLERC 

 **N° Azur 0 810 870 870** **PRIX APPEL LOCAL À PARTIR D'UN POSTE FIXE**

DU LUNDI AU SAMEDI, DE 9 H À 20 H SAUF JOURS FÉRIÉS

www.e-leclerc.com