

Lausanne, le 20 janvier 2020

Madame, Monsieur,

En réaction à votre émission de dimanche soir sur le cacao certifié UTZ, voici quelques informations que nous tenons à vous communiquer.

Votre travail d'investigation est précieux. Nous regrettons toutefois le fait que les téléspectatrices et les téléspectateurs n'aient pas été informés sur la différence entre le commerce équitable (CE) de la filière labellisée et celui pratiqué par la filière intégrée. Ceci nuit à l'image du CE dans son ensemble, alors que le type de dérive que vous montrez est propre à la filière labellisée.

Nous travaillons depuis plus de 40 ans à plus de justice sociale dans les relations économiques Nord/Sud et sommes restés fidèles à nos engagements de départ. Les Magasins du Monde s'intègrent dans la **filière intégrée**, qui s'est construite dès les années 1960 pour un commerce juste, alternatif et solidaire. Cette approche pionnière se préoccupe de **l'ensemble de la filière**, du producteur au distributeur. **Tous les acteurs impliqués sont des organisations du CE**, nos magasins sont des structures associatives sans but lucratif. Cette approche va au-delà de la garantie d'un prix minimum et du paiement d'une prime, elle permet également de construire des alternatives commerciales, d'opérer un rééquilibrage entre les acteurs socio-économiques, tant au Sud qu'au Nord, dans l'objectif d'une plus grande **justice sociale**.

La filière labellisée, apparue dans les années 1990, a permis d'augmenter les volumes de produits du CE commercialisés par la vente dans les grandes surfaces. Dans cette filière, ce sont uniquement les **produits**, et parfois seulement **les ingrédients** (depuis janvier 2014), qui font l'objet d'un label. Contrairement à la filière intégrée, les importateurs et distributeurs ne sont généralement pas des organisations de CE.

La société Claro, acteur intégrant de la filière intégrée et principal fournisseur de chocolat pour les Magasins du Monde, a décidé il y a longtemps de se distancier clairement des labels. Elle a délibérément fait ses adieux à Max Havelaar en 2013, car les décisions de l'époque - notamment le bilan de masse ou le programme d'ingrédients individuels - ne correspondaient plus à sa philosophie. Le label UTZ, quant à lui, n'a jamais été souhaité chez Claro, car basé sur des critères trop dilués. L'objectif de la filière intégrée du CE a toujours été de développer des projets à long terme avec ses partenaires.

Claro achète du cacao et du café comme suit : 100% biologiques, c'est-à-dire sans intrants chimiques ; 100% équitables, c'est-à-dire sans combinaison de produits labélisés et non labélisés dans les ingrédients ; sans intermédiaires, c'est-à-dire directement auprès de petites coopératives. El Ceibo - principal partenaire de Claro depuis 1991 - reçoit 4 000 \$ la tonne, bien plus que le prix « Fairtrade » qui a pourtant augmenté récemment mais plafonne à seulement 2 400 \$ la tonne. La relation à long terme et le juste prix payé ont non seulement assuré l'existence d'El Ceibo, mais ont également permis à la coopérative de créer sa propre chocolaterie à La Paz en Bolivie, d'acquérir des biens immobiliers et de continuer à vendre du beurre et des fèves de cacao de la coopérative aux prix décidés par les groupes d'agricultrices et agriculteurs. La coopérative vend désormais davantage sur le

marché local qu'à l'exportation, compte des cultivateurs et cultivatrices vivant dignement, de belles forêts à la biodiversité intacte, et, bien évidemment, des enfants qui jouent et n'ont pas à travailler.

L'entreprise FairAfric au Ghana constitue un autre exemple de projet développé par Claro, où le cultivateur de cacao obtient le double du prix de ce qu'il recevrait normalement au Ghana (pays voisin de la Côte d'Ivoire), ainsi qu'une formation intensive, notamment pour que le chocolat fini soit également produit au Ghana. La valeur ajoutée quintuple en restant dans le pays d'origine et permet de créer des emplois qualifiés en dehors de l'agriculture.

Le cacao utilisé pour la fabrication des chocolats Claro est le « cacao fin », qui se distingue par sa haute qualité et par ses notes aromatiques (fruité, floral, noisette). En janvier 2018, un panel d'experts mandatés par la Fédération Romande des Consommateurs a élu un chocolat noir Claro meilleur chocolat de leur test. Et avec brio ! Vous trouverez ici le lien vers l'article d'origine : <https://avenue.argusdatainsights.ch/kundenartikel/2018-12/1095153/71811637.pdf>

Depuis plus de 45 ans, la mission des Magasins du Monde est le développement économique et social et la protection de l'environnement. Pour nos fournisseurs, dont Claro fait partie, l'objectif du CE est d'augmenter la **création de valeur ajoutée sur place**. Les pays du Sud ont besoin d'autre chose qu'un simple logo sur l'étiquette. Ils ont besoin de véritables alternatives, de plus de valeur ajoutée sur place, et d'emplois plus qualifiés. Un développement économique basé sur une meilleure répartition des richesses améliore le niveau de vie des personnes qui sont à la source de la filière : les producteurs. Ceci constitue le point de vue de Claro et des Magasins du Monde.

Nous avons laissé un message sur votre répondeur pour votre rubrique « vous l'avez dit » et nous nous tenons à votre disposition pour que vous puissiez aussi parler des projets vertueux du CE tels que BSWP, El Ceibo en Bolivie ou FairAfric au Ghana.

Pour Claro et les Magasins du Monde,
Nadia Laden, chargée de communication

Plus d'informations :

ASRO : Lara Baranzini, porte-parole : lbaranzini@mdm.ch
Claro : Marie-Claire Pellerin : marie-claire.pellerin@claro.ch