ex aequo
n°76 - décembre 2021
journal des Magasins du Monde

Photo : © EMA, Marie Becker

Le commerce équitable, vu du Sud

Photo : © Pueblos del Sur

Sommaire

Éditorial

Dossier
Commerce équitable Sud-Sud : Les défis relevés au Chili 3

Ça bouge dans les réseaux du commerce équitable, au Sud comme au Nord 6

La voix des producteurs
La voix d'EMA, Inde 9

Le fournisseur
La fin de l'étiquette équitable 12

Le produit
Un coton authentique, écologique et biologique 13

Recette
Sapin de Noël au pesto et roulés à la tapenade 14

Action citoyenne
Vous avez dit politique ? 15

L'agenda
Expositions et Tables rondes 16

Impressum - Journal des Magasins du Monde
ex aequo n°76 - décembre 2021 - Tirage 800 ex.
4 parutions par an. Dans les articles du journal ex aequo, l'utilisation du masculin ou du féminin est laissé au libre choix de son rédacteur ou de sa rédactrice. Le genre masculin ou féminin est utilisé sans aucune discrimination et dans le seul but d'alléger le texte. Nous sommes toutefois favorables à l'écriture inclusive et l'utilisons tant que possible.

Éditeur
Association romande des Magasins du Monde
Avenue Dickens 6 - 1006 Lausanne
Tél. 021 661 27 00 - info@mdm.ch - www.mdm.ch

CCP 12-6709-5 - Association Romande des Magasins du Monde - 1004 Lausanne

Abonnements 2022
Bénévole MdM CHF 30.- Ami-e CHF 70.-
Soutien CHF 110.- Parrainage CHF 360.-

L'équipe de rédaction
Nadia Laden - Lara Baranzini - Bernadette Oriet
Anne Monard

Ont collaboré à ce journal
Lorena Vergara - Elisabeth Piras - Nathalie Scheurer
gebana - Gérald Progin

Photos
WFTO Amérique Latine - Pueblos del Sur - CLAC
Asoc. Juan-Cruz Cacao Organico Dominicana
EMA, Marie Becker - gebana - Libres de droits
Frangipanier, Nathalie Scheurer - ASRO

Illustration Helen Tilbury

Maquette et graphisme Anne Monard

Relecture
L'équipe de rédaction et
Françoise Duffey et Laurence Nicod

Impression papier recyclé
Centre d'impression Le Pays SA, Delémont

Envois postaux
Magasin du Monde Delémont

Éditorial

Édito

Ce dossier est consacré à des innovations dans les réseaux du commerce équitable (CE), dont certaines peuvent surprendre. Gebana nous explique pourquoi elle a renoncé à se référer au commerce équitable même si elle respecte toujours ses critères. Puis nous tendrons le micro à Lorena Vergara de l'organisation *Pueblos del Sur* du Chili. Sur Facebook, *Pueblos del Sur* est toujours présentée comme une organisation d'exportation de produits équitables, alors qu'elle a décidé de se focaliser aussi sur le marché du Chili. Enfin, nous présenterons les expériences des organisations *Enda Pronat* du Sénégal et de la CLAC[1] qui tentent l'aventure de modèles de certifications locales.

Le commerce équitable s'est complexifié, diversifié, élargi, ce n'est plus à démontrer. En revanche, il a pris, sous le coup de la nécessité, des chemins divers et parfois étonnants. Nous allons donc aborder l'évolution du CE sur les marchés du Sud, à l'exemple de quelques cas.

Lara Baranzini

1 Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo / Coordination latinoaméricaine et des Caraïbes de petits producteurs et travailleurs du commerce équitable.

Commerce équitable Sud-Sud : Les défis relevés au Chili

***Pueblos del Sur* est une fédération d'artisans et d'artisanes fondée en 1991. Membre de la WFTO, cette organisation d'exportation d'artisanat dans le réseau du commerce équitable (CE) a dernièrement décidé de lancer un projet de production et de commercialisation d'artisanat et d'alimentation au niveau local : la coopérative *Justo al Sur*[1]. Cette démarche nous a particulièrement intéressées car elle illustre le rôle que le CE Nord-Sud peut jouer dans la mise en place et le renforcement des filières Sud-Sud.**

Nous avons interviewé Lorena Vergara, directrice de l'organisation *Pueblos del Sur* du Chili et présidente de la WFTO Amérique latine, par Zoom. Nous la remercions chaleureusement pour cette entrevue qui était aussi intéressante que sympathique !

Lorena Vergara : Bonjour, c'est un plaisir de vous rencontrer, de voir les visages des unes et des autres, même si ce n'est qu'à travers ces appareils ! Je travaille pour l'organisation de CE *Pueblos del Sur*, qui se trouve à Santiago du Chili, au bout du monde. Nous avons commencé avec 250 producteurs, mais depuis 5 ans il y a eu une crise économique et l'arrivée de la pandémie. Tout cela a déstabilisé notre organisation et exacerbé les inégalités, mais nous avons des convictions, de la force et nous continuerons à avancer, peu importe comment ! Je pense que nous sommes l'un des pays les plus inégalitaires du monde. La mise en place du CE est difficile, car il n'est pas facile d'entrer dans le plaidoyer et de montrer les avantages d'un autre type de commerce. Ici des gens vivent avec 400 euros par mois et au supermarché la plupart des denrées de base, pain, sucre, lait, sont plus chères qu'en Europe !

Bernadette Oriet : Pouvez-vous nous dire pourquoi Pueblos del Sur, qui est une organisation d'exportation, a pris la décision de développer ses activités sur le marché chilien, le marché local ?

Lorena Vergara : Déjà bien avant l'épidémie de 2019, nous nous sommes penchés sur le problème de la conquête de notre marché local. Nous donnions des séminaires sur le CE dans les universités. Il a fallu des années de travail pour voir si les gens étaient prêts et comprenaient vraiment ce que cela signifiait d'acheter un produit issu du CE. Mais nous avons vu qu'il y avait une possibilité et qu'il y avait un marché. Nous nous sommes donc associés à la Fondation Chol Chol, qui travaille avec des femmes dans la région rurale de Temuco, et nous avons mis en place une coopérative de vente de produits artisanaux mais aussi alimentaires au niveau local, la coopérative *Justo al Sur*. Les produits alimentaires issus de l'agriculture familiale paysanne chilienne ont en effet des difficultés à se positionner sur le plan commercial.

Pueblos del Sur est situé dans la commune de Providencia, un très bon endroit commercialement parlant. Oxfam Magasins du Monde a lancé un appel à projets et nous leur avons fait part de notre souhait. Nous avons remporté l'appel et sommes partis en Italie et en Belgique pour étudier la question du mouvement coopératif, parce qu'ici au Chili les coopératives ont été supprimées pendant la dictature... À cette époque, j'avais 13 ans et je me souviens de tout ce qui a été mis en œuvre pour les faire disparaître. Et pas seulement les coopératives, mais aussi les idées, les personnes... Vous savez, j'ai moi-même de la famille qui a été détenue, qui a disparu.

Nous avons fait une étude et nous avons vu qu'il était possible de créer une coopérative de petits agriculteurs locaux au Chili, que ce soit au nord, au sud ou dans le centre. Alors nous avons commencé ce travail. Puis la pandémie nous a frappés. En 2020, Oxfam Magasins du Monde a soutenu notre projet avec un fonds de 5'000 euros constitué par les bénéfices des Petits Déjeuners Oxfam[2].

Photos : © WFTO Amérique Latine

Photos : © Pueblos del Sur

1 https://www.facebook.com/Cooperativa-Justo-Al-Sur-Comercializadora-de-Comercio-Justo-359673117946995/
2 Les Petits Déjeuners Oxfam sont organisés chaque année en Belgique francophone.

Photos : © Pueblos del Sur

Nous en sommes maintenant à la mise en œuvre. Pendant la pandémie, nous avons constaté qu'il était possible de vendre en ligne à une certaine partie de la population - évidemment pas aux villageois qui n'ont pas accès à Internet (ni même à l'eau dans certains endroits), mais il y a la possibilité de commencer à vendre par ce biais et nous sommes très enthousiastes ! Nous terminons actuellement notre site web.

Nous travaillons avec plusieurs agriculteurs car l'idée est de commencer par les produits alimentaires qui se vendent le mieux aujourd'hui. L'artisanat est en crise depuis des années. Ici au Chili, les politiques gouvernementales n'ont rien fait pour protéger ce secteur. Les politiques nous invitent à des groupes de travail, mais ensuite plus rien, c'est le silence. Ils ne nous rappellent pas parce qu'ils nous trouvent trop contestataires. En d'autres termes, ils attendent de nous que nous disions oui à tout. Mais l'idée est que le producteur ait droit à une voix et à un vote et c'est pour cela que nous nous battons. Nous luttons toujours, pour le CE et contre les firmes de production à l'échelle industrielle. En fait je pense qu'en Amérique latine nous sommes nés dans la lutte !

Moi qui ai déjà 60 ans, je ne pense pas que je verrai les résultats de tout le travail que nous faisons, mais mes petits-enfants le verront. Ils seront conscients de ce qu'est le CE, que l'on peut raccourcir les filières entre le producteur et le consommateur, avec une traçabilité du produit, des soins apportés à la production, à l'environnement, à la valorisation du travail des femmes. Il convient de rappeler qu'en Amérique latine, près de 70% de la main-d'œuvre productive sont des femmes.

Bernadette Oriet : Est-ce que le tourisme a une influence ? Par exemple sur l'artisanat et la vente d'artisanat ?

Lorena Vergara : Ce qui se passe aujourd'hui avec les ventes axées sur le tourisme, c'est qu'elles sont réduites au minimum, afin que le touriste puisse rapporter un souvenir, mais ce n'est pas mirobolant... D'ailleurs, les locaux qui ont accès aux touristes sont des intermédiaires. Souvent, les articles viennent de Chine et on met « Chili » dessus. Nous avons donc un sérieux problème. Je vous donne un exemple : Pomaire, qui est à 40 kilomètres de Santiago, est un petit village où tout le monde vit de l'artisanat, du façonnage de l'argile en récipients pour la cuisine, vases, petits cochons décoratifs à trois pattes. Même là-bas, des boutiques vendent aujourd'hui des choses qui viennent de Chine. C'est terrible. J'ai accompagné un groupe de producteurs de Pomaire pour savoir comment s'en protéger, comment faire face à ce phénomène. Le touriste paie son souvenir 1 euro alors que l'artisanat local est beaucoup plus cher. Les coûts de production au Chili sont élevés. La main d'œuvre aussi. Nos produits sont beaucoup plus chers qu'au Pérou ou en Bolivie par exemple.

Lara Baranzini : Y a-t-il une organisation qui s'occupe de sensibiliser les consommateurs à ce problème ?

Lorena Vergara : Nous le faisons. Nous travaillons avec quiconque fait appel à nous. À Pomaire, ils nous ont contactés car nous connaissons les dix principes du CE et le plaidoyer pour le promouvoir. Quand un producteur prend connaissance de ces principes, il trouve cela attractif, il adhère, car les producteurs ici sont très conscients de ce qui se passe au Chili et dans le monde.

Lara Baranzini : Est-ce qu'il y a au Chili une clientèle qui a du pouvoir d'achat pour acheter les produits issus du CE ?

Lorena Vergara : Oui, il y en a. Nous avons beaucoup de pauvreté mais aussi des secteurs très riches et puissants. Dans la commune de Providencia, qui est un très bon secteur commercial, où les gens viennent faire des achats, il y a une clientèle, dans une tranche d'âge entre 30 et 50 ans, qui est

prête à payer un prix un peu plus élevé pour un produit équitable qui promeut la justice sociale. Quand on va dans les universités, on voit que les jeunes sont prêts à payer un peu plus pour que les producteurs ne meurent pas ! Parce qu'au bout du compte, l'expérience nous montre que de très bons artisans des villages du Sud ont dû abandonner le métier et travaillent maintenant comme gardiens dans la construction. On est en train de détruire la transmission des savoirs artisanaux. L'artisanat fait partie de notre histoire, il raconte notre culture, comment faire pour qu'il ne se perde pas ?

Bernadette Oriet : Quelle est votre relation avec l'économie sociale et solidaire (ESS) ?

Lorena Vergara : Nous faisons partie d'un réseau d'ESS qui travaille dans le sud du Chili et nous tenons à ce que *Pueblos del Sur* travaille en étroite collaboration avec lui, parce que nous pensons que l'ESS est nécessaire pour faire face au changement climatique, qui est déjà un problème pour nous ! Ce mouvement gagne en force dans toutes les parties du monde et nous ne devons pas travailler séparément, le CE est de l'ESS.

Lara Baranzini : Je crois que l'ESS est un mouvement très fort en Amérique du Sud. Avez-vous une loi sur l'économie sociale et solidaire au Chili ?

Lorena Vergara : Depuis deux ans nous sommes assis à une table de négociations, mais nous n'avons pas réussi à obtenir de loi pour cette nouvelle économie. C'est un travail qui se fait au quotidien et nous devons continuer sur cette voie pour faire face au système néolibéral.

Bernadette Oriet : Est-ce que les pays du Nord vous soutiennent dans ces actions ?

Lorena Vergara : Oui, tout le temps, par exemple nous avons des discussions avec Oxfam Magasins du Monde, ils nous font part de leurs innovations et nous leur demandons toujours de nous envoyer les informations sur leurs campagnes. C'est une façon de se nourrir du travail qui est fait dans ces pays, peut-être de façon plus modeste, mais nous essayons toujours de nous en inspirer.

Lara Baranzini : Est-ce qu'à Pueblos del Sur vous parlez de la cause environnementale ? Avez-vous quelques exemples de ce qui se fait au Chili ?

Lorena Vergara : Eh bien, nous en parlons, nous faisons de la sensibilisation sur le changement climatique, je pense que c'est pris en compte dans tous les processus de chaque article que nous produisons. À la fin de chaque séminaire que nous organisons, par exemple, nous échangeons des graines. Nous savons que les semences doivent être sauvées et que nous devons être souverains sur ce plan. Et nous sommes également contre l'accord transpacifique TPP 11, car nous allons perdre tous les droits sur nos semences.

Pour finir, je voudrais vous remercier en vous lisant un poème de Octavio Paz, car d'une manière ou d'une autre vous avez pris connaissance de notre travail à travers nos produits artisanaux et c'est très, très important pour nous, de savoir que des liens se tissent.

Transcription et traduction : Nadia Laden

Photos : © Pueblos del Sur

La artesanía no quiere durar milenios ni esta poseída por la prisa de morir pronto.

Transcurre con los días, fluye con nosotros, se gasta poco a poco, no busca la muerte ni la niega : la acepta. Entre el tiempo sin tiempo del museo, y el tiempo acelerado de la técnica, la artesanía es el latido del tiempo humano. Es un objeto útil pero que también es hermoso : un objeto que dura pero que se acaba y se resigna a acabarse ; un objeto que no es único como la obra de arte y que puede ser reemplazado por otro objeto parecido, pero no idéntico. La artesanía nos enseña a morir y así nos enseña a vivir ".

Octavio Paz

3 Les dix principes du CE de la WFTO, à savoir : la création d'opportunités, la transparence, l'équité, l'absence de travail des enfants, la non-discrimination - qu'elle soit de genre ou de santé –, la sécurité au travail, le respect de l'environnement et un commerce équitable. https://artesaniachilena.wixsite.com/fair-trade-chile

Ca bouge dans les réseaux du commerce équitable, au Sud comme au Nord

Une des premières initiatives de commerce équitable Sud-Sud a été lancée au Mexique en 1998, avec la création d'un label mexicain du CE par l'*Association Comercio Justo Mexico* (CJM). Le label CJM est restructuré par la CLAC[1] qui réunit 300 organisations de producteurs du CE en Amérique latine. Le nouveau label, « *Symbole Producteurs Paysans* » (SPP) fait son apparition sur les marchés locaux en 2001. *TERO* est l'organisme de certification SPP dont le principe-clé est la solidarité avec les entreprises qui travaillent pour le développement d'une économie sociale.

Photos : © Asoc. Juan-Cruz Cacao Organico Dominicana

Photos : © CLAC

Désormais, les labels se développent sur tous les continents, bien que les motivations et les pratiques soient plurielles. Trois explications principales semblent présider à ce mouvement :

- une réaction à l'hégémonie de la *Fair Trade Labelling Organisation* (FLO) dans l'élaboration des standards du CE
- une volonté d'élargir les débouchés face à l'insuffisance de la demande du Nord
- la récupération du CE par les politiques nationales au Sud dans leur axe de politique sociale.

La tendance monopolistique de FLO, dont le pouvoir est entre les mains d'organisations du Nord, conduit à une opposition de plus en plus importante entre les petits producteurs du Sud et les organisations de certification du Nord. La labellisation par les organismes du Nord pose un problème de taille aux petites structures. L'accès au marché biologique et du CE est réglé avant tout par les labels qui deviennent ainsi le principal frein à l'entrée des produits du Sud sur le marché équitable et bio (coûts exorbitants, volumes inatteignables, bureaucratie exagérée).

Nous ne pouvons pas passer sous silence que ça bouge aussi dans l'environnement du CE. Si celui-ci s'est concentré sur les échanges commerciaux Nord-Sud, il apparaît désormais que les initiatives globales et le mouvement social international ne pourront pas être soutenus s'ils ne sont pas renforcés par les initiatives des citoyens à l'intérieur de leurs pays et localités. Cette dynamique est amorcée, et de nombreuses organisations de producteurs du Sud ont compris qu'il s'agissait d'une nouvelle opportunité pour elles. Autre mouvance récente : celle du retour de l'artisanat, qui pourrait prendre un nouvel ancrage du fait qu'il constitue un pendant au renforcement du local.

Projet d'un modèle de certification au Sénégal

Les contextes locaux de pauvreté et d'inégalités obligent souvent à des résistances et à des luttes d'une autre nature que celles menées par les citoyens du Nord. Mariam Sow, présidente du conseil d'administration de *Enda Pronat* au Sénégal, est une militante des droits de l'agriculture familiale et de l'agroécologie. C'est aussi une leader en matière de lutte contre l'accaparement des terres par des pouvoirs étatiques et des entreprises étrangères, phénomène apparu dès 2003. Sur les terres qui sont passées en mains étrangères, on cultive du riz, de la patate douce et du manioc pour la production de biocombustibles. C'est une nouvelle forme de colonialisme qui s'opère dans d'autres pays aussi : Tanzanie, Mali, Kenya, Éthiopie et autres.

En 2005, l'ONG *Enda Tiers-monde* (aujourd'hui *Enda Pronat*) lançait le projet « Développer des pratiques commerciales équitables au Sénégal ». Un peu plus d'un an après, il débouchait sur une plateforme de valeurs et sur une Charte d'engagement au CE qui allaient être présentées au Forum social mondial de Nairobi puis à celui de Dakar en 2011. Poussant cette initiative plus loin encore, les acteurs du projet élaborent un système local de certification en s'appuyant sur les expériences de projets pilotes dans des secteurs variés. Le label « *Agriculture saine et durable* » (ASD) offre une réponse aux difficultés de la vente de fruits et légumes sains. Sur un marché de niche haut de gamme, 30% des

1 Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo / Coordination latinoaméricaine et des Caraïbes de petits producteurs et travailleurs du commerce équitable.

produits sont écoulés alors que les 70% restants sont vendus dans les commerces conventionnels. Sur ce marché de niche fréquenté par des clients aisés, les producteurs perçoivent une prime de qualité et les prix de vente élevés ne constituent pas un frein à la commercialisation.

Cette démarche est ensuite portée sur le plan national par la démultiplication des marchés et la création de la coopérative Sell Sellal. Celle-ci permet l'augmentation des volumes et un rapprochement des consommateurs plus modestes. Des sacs de collecte sont remis aux exploitations familiales qui portent un code unique par producteur pour faciliter le traçage. La commercialisation s'effectue sur trois marchés hebdomadaires et dans une boutique permanente située au Parc de Hann, dans des quartiers plutôt aisés. Dans les quartiers moins nantis, la coopérative compte introduire les produits ASD grâce aux dispositifs du programme de micro-jardinage urbain mené par la FAO et les collectivités locales de la région de Dakar. La coopérative cherche à jouer sur la complémentarité entre agriculture urbaine et rurale, du fait que la concurrence entre les exploitations familiales de la coopérative et les centres de micro-jardinage est nulle.

Afin de garantir la qualité des produits, un système participatif de garantie (SPG) est porté par la Fédération nationale pour l'agriculture biologique (Fenab). Afin de garantir aux producteurs ASD le meilleur prix à chaque vente, Sell Sellal a mis en place une cotation basée sur les prix de deux marchés conventionnels de référence auxquels elle ajoute la prime. Ils bénéficient de plus d'autres avantages, comme la garantie de paiement de toute la livraison dans les 72 heures et une collecte entièrement prise en charge par la coopérative. Cette dernière pense que le Sénégal devrait se distinguer par la qualité de ses produits plutôt que de tendre vers une production massive de qualité inférieure. Le défi de la formation de techniciens et ingénieurs en agroécologie est en passe d'être relevé (2017). D'autre part, *Enda Pronat* poursuit le combat de Mariam Sow pour que les terres restent aux exploitants familiaux. Pour l'ONG, la terre n'est pas un bien marchand, les familles l'ayant reçue de leurs parents.

Si à ses débuts, l'ONG Enda Tiers Monde avait comme objectif le développement de pratiques commerciales équitables, sa mise en oeuvre n'y fait plus référence. Que sont devenus les standards du CE ? Ils ne sont pas explicites dans les documents de présentation que nous avons consultés mais l'action de Enda Pronat se révèle tout de même doublement positive : elle ne vise que le circuit court, n'envisage pas l'exportation et elle procède à des améliorations constantes (formations, partenariats à différentes échelles, pénétration des marchés conventionnels).

Un label révolutionnaire du CE, le SPP

Pas très surprenant qu'il soit né au Mexique. Le cahier des charges Comercio Justo Mexico - Symbole Producteurs Paysans (CJM-SPP) n'appartient qu'aux petits producteurs regroupés au sein de l'organisation à but non lucratif FUNDEPPO. Ce qui caractérise cette démarche est le rôle central des organisations de producteurs qui l'ont fondée et qui l'administrent. L'exclusion des grandes entreprises de production (latifundios en Amérique latine) est devenue un point clé du cahier des charges du SPP. La concurrence déloyale, qui s'exprime par les différences de possibilités d'accès au marché entre les entreprises agro-industrielles et les petits producteurs, constitue l'argument principal de la CLAC pour refuser les plantations des grands groupes. Cette initiative est née en réaction à l'ouverture du label Fairtrade aux producteurs individuels sous contrat et aux plantations des multinationales agro-alimentaires. Les tenants de Fairtrade international, qui n'a d'international que le nom puisque l'organisation de certification est aux mains

Photos : © CLAC

Photos : © CLAC

d'agents du Nord, ont tendance à ignorer les spécificités locales. Dans de nombreux pays du Sud, l'appartenance à une communauté passe avant le fait d'être un individu, réalité sociale trop souvent ignorée.

Les organisations de producteurs distribuent des produits labellisés sous leur propre marque et 100% du produit fini doit être certifié SPP. Pour un produit composé, au moins 50% des ingrédients doivent être certifiés SPP. Par ailleurs, les organisations ont pris des mesures pour éviter la dilution des critères, à l'instar de ce qui se passe chez FLO. Elles vont jusqu'à limiter les bénéfices des compagnies qui utilisent le label, concrétisant ainsi le principe de la primauté des considérations sociales et environnementales sur les profits. Ici, on navigue en pleine science du CE qui n'hésite pas à sabrer la sacro-sainte liberté du commerce, érigée en religion du laisser-faire par les accords de l'OMC.

Le contrôle est effectué par des organismes externes accrédités. Ce système de garantie a pour but de distinguer les produits équitables issus des organisations de petits producteurs de ceux provenant des grandes plantations. Le SPP propose de revenir à un commerce équitable pensé comme un outil de développement et prévoit des critères précis pour définir ce qu'est un petit producteur (voir encadré). Huit entités accréditées par FUNDEPPO sont habilitées à contrôler le respect de son cahier des charges. Toutes les organisations sont certifiées SPP, selon le cahier des charges de l'agriculture biologique. Le label SPP encourage en outre les organisations certifiées à mener des activités de plaidoyer auprès des pouvoirs publics afin de promouvoir la cause des petits producteurs. Un comité de gestion de la prime pour projets collectifs est élu. Cette prime de développement est destinée à des activités de renforcement des capacités commerciales et productives de l'organisation, ainsi qu'à des mesures visant à améliorer le bien-être de ses membres.

La coopérative Ethiquable en France figure parmi les premières organisations du Nord à avoir adopté le SPP comme garantie équitable sur leurs produits. De même, la coopérative américaine Equal Exchange utilise ce nouveau label sur tous ses produits.

Petit producteur, dites-vous ?

C'est probablement la première fois qu'une définition du petit producteur est clairement posée : au maximum 15 hectares pour le café, 1 hectare de serres ou 500 ruches pour le miel. Pour être accréditée, une organisation de producteurs doit être constituée d'au moins 85% de producteurs avec ce profil et les 15% restants ont aussi des conditions à respecter. Le SPP ne travaille qu'avec des coopératives paysannes qui exportent elles-mêmes et renoue ainsi avec l'esprit initial du CE qui consistait à organiser un accès direct des coopératives paysannes au marché international.

D'autres expériences en bref

Le réseau « *Equitatout* » de la production-commercialisation équitable au Bénin, au Burkina Faso, au Cameroun et au Togo, a élaboré une Charte commune et envisage un label commun. En 2008, la promotion du CE par « *Promoting Fair Trade in India* » a abouti au label indien du CE « *Shop for change* ». À Madagascar, l'*Association nationale du commerce équitable et solidaire* (ANCESM) gère le label *CES* (commerce équitable et solidaire).

Conclusion

Les initiatives qui visent à développer les pratiques du CE dans les pays du Sud nous échappent en grande partie, les informations ne remontant pas jusque dans les rangs des militants du Nord. Elles sont issues de réalités sociales et culturelles bien différentes des nôtres et il n'est pas étonnant que FLO soit confronté à des résistances. À se demander si un cahier des charges « universel », pour le café par exemple, a un sens. Un label d'organisation tel que celui de l'Organisation mondiale du commerce équitable[1] (WFTO) a certainement plus de pertinence, puisqu'il doit s'adapter à chaque contexte local. C'est d'ailleurs ce que réclament certaines organisations de producteurs du Sud : un label pour toute la production d'une exploitation et pas seulement pour un produit. Les pays du Nord n'ont plus le monopole du CE et c'est tant mieux.

Bernadette Oriet

1 La WFTO chapeaute la filière intégrée du commerce équitable dont font partie les Magasins du Monde

La voix d'EMA, Inde

L'association indienne *EMA* (Equitable Marketing Association) basée aux abords de Kolkata, fait partie de nos plus anciens partenaires. En effet, elle est entrée en contact avec *claro* (à l'époque *OS3*) peu après sa fondation en 1977 et n'a jamais cessé de proposer une grande variété d'objets, témoins de la richesse et de la diversité de l'artisanat indien dont les foulards et les articles en cuir Shanti importés actuellement par *claro* via *EZA*, l'organisation autrichienne du commerce équitable (CE). Sa mention dans le panneau 14 de l'exposition « Un climat de solidarité, justice économique, justice climatique » intitulé « Pour plus d'indépendance », est une belle occasion de lui donner la voix et de découvrir ses initiatives en faveur de l'indépendance de ses membres !

Lorsque le commerce permet de s'affranchir du cercle vicieux de la dépendance et de la pauvreté

Contrairement à ce que son nom suggère, *EMA* (Equitable Marketing Association) ne se limite pas à soutenir ses membres dans la production et la commercialisation d'objets d'artisanat. Fondée en 1977 par une petite ONG indienne, la « société pour un développement économique équitable », avait - et a toujours - pour principal objectif de briser le cercle vicieux de l'exploitation et de l'appauvrissement des artisans par des intermédiaires sans scrupule, afin de leur permettre de travailler et de vivre, autant que possible, de façon indépendante.

Dans ce but, *EMA* a tout d'abord créé des liens avec des fournisseurs de matières premières, ce qui a permis aux artisans d'en acheter sans s'endetter, de réduire les frais de production de façon importante et d'obtenir des prix rémunérateurs. De plus, contrairement aux intermédiaires, *EMA* a garanti - et garantit toujours - des préfinancements des commandes ainsi que le paiement des articles à leur réception. Peu après sa fondation, *EMA*, se réclamant des principes d'éthique et de justice sociale identiques, a noué des contacts avec des organisations du commerce équitable dont *claro* et a contribué de façon importante à l'essor du CE en Inde. *EMA* est membre de la *World Fair Trade Organization* (WFTO) depuis 1993.

Travailler en coopérative : un levier de démocratie, de transparence et d'autonomie

Les racines idéologiques d'*EMA* se trouvent, selon ses propres mots, dans le mouvement coopératif, avec ses valeurs de participation, de transparence et de démocratie. Par conséquent, les artisans d'une même catégorie de produits ont été formés à créer des groupes, voire à s'organiser en coopérative. Ils participent activement, par la voix de leurs délégués, aux assemblées générales d'*EMA* et aux décisions les concernant. Afin de promouvoir la participation, les assemblées et

Photos : © EMA, Marie Becker

Photos : © EMA, Marie Becker

séances ne se font pas en anglais, mais en langue locale. Dans ce même but, son auto-évaluation de 2002, demandée par *claro* et comportant quelque 150 questions, a été traduite de l'anglais au bengali, puis, après avoir réuni les réponses et commentaires des membres, retraduite en anglais !

Le Centre de développement, un lieu emblématique

Tout en continuant à accompagner des groupes d'artisans et des fournisseurs décentralisés, *EMA* a décidé en 2004, de s'installer à Baruipur, un village aux abords de Kolkata. Ce Centre de développement comprend des bureaux de coordination, de logistique et d'exportation ainsi que des ateliers de teinture, d'impression et de confection de bougies, d'instruments de musique et d'objets en cuir. Il occupe quelque 150 personnes dont de nombreuses femmes et leur permet, indépendamment de leur origine sociale, de leur obédience religieuse ou de leur (in)validité physique, de travailler dans des conditions décentes, de disposer d'un salaire correct, de participer aux assemblées générales et d'accéder à des soins de santé.

Du ver à soie aux foulards prêts à porter : une filière transparente !

Dès ses débuts, *EMA* a tout mis en œuvre pour créer des liens durables entre les fournisseurs des matières premières et les coopératives d'artisans impliqués dans les différentes étapes de production. Ainsi, la soie brute provient de deux groupes de petits paysans de la région de Murshidabad en Bengale occidental, un des principaux centres indiens de la sériciculture. D'autres groupes de la même région assurent la production du fil ainsi que le tissage, en utilisant uniquement des outils manuels. La teinture, l'impression et la découpe des tissus se font au Centre de développement à Baruipur, les travaux de finition (ourlets, franges) au sein de 3 groupes de femmes rurales de la région de Sérampour, non loin de Kolkata.

Dans les champs environnants, *EMA* produit - selon les principes de l'agriculture BIO - du riz, des légumes et des fruits pour les besoins des artisans et des employés.

La commercialisation locale - un pari qui reste à gagner

Dans le but de limiter la dépendance des membres aussi bien vis-à-vis de l'exportation que vis-à-vis d'*EMA,* les artisans sont encouragés à vendre leurs produits sur le marché local, bien sûr à des prix rémunérateurs et en évitant autant que possible les intermédiaires. Par ailleurs, le fait de produire des articles pour l'exportation a eu des retombées positives sur les ventes locales. En effet, les demandes des partenaires du CE ont contribué à améliorer la qualité des produits indépendamment de leur destination, ainsi qu'à créer de nouveaux designs et à diversifier l'offre… Toutefois, au fil du temps, *EMA* a dû se rendre compte qu'il fallait, pour augmenter encore davantage les parts du marché intérieur, s'impliquer directement dans la commercialisation locale. Ainsi, en 2009, l'organisation a décidé de faire des efforts dans ce sens et de collaborer en particulier avec *Asha Handicrafts*, un partenaire du CE européen, basé à Mumbai.

Aujourd'hui, le projet de créer des alliances avec d'autres organisations et de promouvoir encore davantage la commercialisation locale bat de l'aile. Mais il reste d'actualité, comme d'autres projets qui ne peuvent, pour l'instant, être poursuivis comme *EMA* le souhaiterait !

Rester indépendants passe aussi par le choix des matières premières et le respect de l'environnement

Pour *EMA*, équité et écologie vont de pair, et dès ses débuts, elle a œuvré en faveur du développement durable. Ainsi, les membres sont encouragés à utiliser, dans la mesure du possible, des matières premières locales et renouvelables. Et lorsque la disponibilité ou la transformation des matières premières telles que bois ou cuir posent problème, *EMA* recherche des solutions afin d'atténuer les impacts négatifs. Dans ce but, l'association a lancé, avec le soutien de plusieurs organisations européennes du CE dont *claro*, une filière de « cuir écologique ». Quant à l'utilisation du bois, un programme de reforestation est en place et ce déjà depuis la fin des années 1970 ! De plus, ce programme contribue aujourd'hui aux efforts d'*EMA* pour faire face aux effets du changement climatique.

Des projets pionniers en attente de redémarrage…

Afin de remplacer - ou au moins de limiter - l'utilisation de bois de chauffe et d'énergies fossiles, *EMA* s'est attelée pendant plusieurs années à la promotion de cuiseurs et de panneaux solaires. Parallèlement, des formations en agriculture biologique ont visé l'assainissement des terres, la restauration de la biodiversité et, par conséquent, l'autonomie alimentaire des membres qui vivent d'agriculture de subsistance et pour qui la production artisanale est souvent la seule source de revenu.

À l'instar du renforcement de la commercialisation locale, ces autres projets pionniers - également favorables à accroître l'indépendance des artisans - sont pour l'instant suspendus, faute de ressources humaines et financières. Espérons qu'ils pourront redémarrer dans un proche avenir !

Elisabeth Piras

Sources : www.emaindia.org.in / WFTO Profile 2017 /2018
Actualisation des données et autres informations par Debarati Ghos/EM

Grâce aux partenaires du commerce équitable, *EMA* a pu faire face à l'impact de la pandémie !

Avant la pandémie, *EMA* donnait du travail à 35 groupes d'artisans et de fournisseurs, réunissant quelque 230 hommes et 88 femmes. Mais en 2020 il était difficile, voire impossible, de faire de même, en dépit du fait que la région de Kolkata était relativement épargnée par le virus. Toutefois, un confinement total de trois mois, et - après une reprise partielle des activités - un autre de deux mois, ont bien sûr engendré des pertes de commandes et de production… Grâce à la solidarité des organisations européennes du CE, prêtes à renouveler des commandes, voire à faire des dons, *EMA* a pu continuer à soutenir les groupes-membres et à assurer les salaires des artisans et employés du Centre de développement.

Photos : © EMA

La fin de l'étiquette équitable

***gebana* figure parmi les organisations pionnières du commerce équitable en Suisse. Et pourtant, elle ne labellise pas ses produits en tant que tels. La raison ? Il n'y a jamais réellement eu de produits équitables, et il n'y en aura probablement jamais.**

Photos : © gebana

Depuis son année de création en 1998, l'entreprise suisse *gebana* n'a de cesse de trouver les arrangements les plus avantageux pour les familles agricultrices, les employés et employées, mais aussi pour la nature elle-même. Le but de cette quête éternelle ? Des produits commercialisés de la manière la plus équitable possible.

Affirmer qu'un produit est réellement équitable revient à dire que tout a été accompli à la perfection et que l'on peut donc enfin se détendre et admirer le travail achevé. Les produits équitables seraient donc un aboutissement synonyme de cessation. Ursula Brunner, femme banane de la première heure et co-fondatrice de *gebana* critiquait déjà cette posture : « Il n'y a pas de produits équitables, le commerce équitable est un processus en soi ». Ce principe fondateur a façonné les prises de décisions de *gebana* jusqu'à ce jour, avec la volonté d'améliorer la durabilité sociale et environnementale, de faire évoluer la société pour laisser place à plus de justice et d'équité.

Malheureusement, les produits dits équitables jouent un rôle toujours moins important dans cette grande transformation du monde. Bien évidemment, des produits vantés comme étant issus du commerce équitable sont souvent plus « justes » que des produits qui ne le sont pas. Il existe sur le marché des acteurs véritablement engagés qui œuvrent pour la poursuite d'une vision globale allant dans ce sens, celui d'un monde plus juste. Cependant, le marché se trouve de plus en plus dominé par de grandes entreprises multinationales qui proposent des produits « équitables » dans le seul but d'augmenter leurs marges et de maximiser leurs profits.

Ces entreprises pensent à court terme, exercent une pression permanente sur les prix, sans faire pour autant preuve de transparence, mettant par là-même les standards du commerce équitable à mal. Mais même si elles veillent au moins à respecter les règles de base établies par les différents chartes et labels, le comportement de leurs négociants, purement motivé par le profit, ainsi que l'ensemble de leurs politiques d'entreprise, conduisent à la destruction des chaînes de valeur durables et équitables plutôt que de continuer à les développer. Le résultat ? Au final, cela conduit à moins de justice plutôt qu'à plus de justice.

gebana veut clairement se démarquer de ces pratiques. C'est pourquoi en 2018, après 20 années d'existence, elle décide d'abandonner l'appellation commerce équitable auparavant apposée sur ses produits. Franchir ce pas ne signifie pas pour autant que *gebana* se désengage du commerce équitable, bien au contraire. *gebana* s'investit plus que jamais dans la création de valeur locale, et ce même dans les régions à haut risque. *gebana* continue à créer autant d'emplois dignes que possible, à former des productrices et producteurs et à promouvoir l'agriculture biologique. À long terme, *gebana* continuera à œuvrer pour une meilleure durabilité de l'ensemble de la chaîne de valeur avec courage et persévérance.

Aujourd'hui, l'entreprise se concentre encore davantage sur l'impact global et le développement général de ses actions sur le terrain, verse aux familles d'agriculteurs et agricultrices une part directe des ventes générées, partage ses bénéfices avec le personnel et sa clientèle, aligne ses chaînes de valeur de manière toujours plus cohérente avec la nature. *gebana* se veut également plus engagée politiquement qu'auparavant, puisque c'est bien le monde du commerce dans son ensemble qui doit devenir plus équitable !

www.gebana.com

Un coton authentique, écologique et biologique

© Frangipanier Nathalie Scheurer

Cultivé naturellement, filé et tissé à la main sur des métiers traditionnels en bois ou en bambou, le coton du Laos est doux, magnifique, durable et non traité. Depuis des siècles, les communautés ethniques Phu-Tai, Tai-Leu et Tai Dam cultivent des variétés locales de coton à fibres courtes. Le coton est planté à la main par les villageois et arrosé uniquement par les pluies de la mousson. Il ne reçoit donc pas d'arrosage, autre que celui des pluies. La plante prend huit mois pour produire la fleur de coton, puis elle est cueillie, égrenée et filée, le tout manuellement. Bien que le coton ne soit pas certifié biologique, les agriculteurs utilisent comme seule protection contre les parasites l'alternance de cultures et des moyens naturels. Les teintures des fils de coton sont naturelles, à base de plantes et herbes récoltées localement en fonction des saisons.

La teinture naturelle, un art exigeant

Les tisserandes et tisserands traditionnels laotiens utilisent des colorants naturels dérivés de plantes, graines, feuilles, racines, fleurs, fruits, de l'écorce et de la résine d'insectes. Les maîtres teinturiers savent quelle substance, ou quelle combinaison de substances, produira des couleurs spécifiques et ils utilisent des recettes ancestrales qui sont encore régulièrement affinées. Le procédé nécessite une grande habileté et beaucoup de patience : le fil doit être plongé dans la teinture naturelle et séché plusieurs fois de suite pour atteindre le degré de régularité et d'intensité de couleur souhaité. Le processus complet peut prendre plusieurs mois, en comptant le temps nécessaire pour recueillir, sécher et déchiqueter les racines, les feuilles ou les fruits, les faire bouillir, fermenter, les nourrir et les laisser se reposer.

Les matières naturelles utilisées pour les teintures sont toujours récoltées localement et en fonction des saisons, tout en protégeant l'environnement et ce que la nature apporte.

Le coton de nos artisanes du Laos est un coton 100% naturel, écologique, biologique, authentique, durable pour l'environnement et pour les villageoises et villageois qui le cultivent et en font de l'artisanat.

Frangipanier, Nathalie Scheurer

Sapin de Noël au pesto et roulés à la tapenade

2 pâtes feuilletées rectangulaires
70 g de pesto *
125 g de fromage de chèvre frais
1 jaune d'œuf

Mélangez le pesto et le fromage de chèvre frais.
Badigeonnez l'une des deux pâtes de ce mélange.
Déposez la 2e pâte par dessus et découpez un sapin.
Découpez les branches du sapin.
Roulez-les sur elles-mêmes.
Badigeonnez avec un jaune d'œuf.
Cuire 30 à 35 min dans le four préchauffé à 180°C.

---

1 pâte feuilletée rectangulaire
Tapenade d'olive noire *

Tartiner la pâte feuilletée de tapenade.
Roulez la pâte feuilletée.
Découpez des tronçons d'1 cm.
Cuire 15 min dans le four préchauffé à 180°C.

*** disponibles dans les Magasins du Monde**

Photos : libres de droits

claro
FAIR TRADE

Noël à claro
agréable, équitable et avec beaucoup de plaisir!

Vous avez dit politique ?

Le débat s'est ouvert, ces derniers mois, sur la question du rôle sociopolitique des Magasins du Monde (MdM) et de leur engagement citoyen. Voici quelques réflexions liées à l'histoire et aux documents de référence.

Il y a bientôt 50 ans, les initiateurs et créateurs des MdM avaient une idée bien précise : utiliser le commerce pour faire passer un message. Ainsi, les Magasins du Monde vendront des produits du commerce équitable (CE) en étant des lieux *« de sensibilisation et d'information autour de la consommation considérée comme un acte politique et un levier pour des changements sociaux. Ils sont donc bien davantage que des espaces de vente »*. Cette intention nous montre qu'il n'a donc jamais été question de devenir uniquement de « gentils épiciers » vendant des produits du CE ! S'il est donc, d'emblée, question de politique, ce n'est pas dans un sens partisan mais plus largement, au sens de « Politikos », désignant ce qui est « relatif à l'organisation d'une cité, d'une société, d'une communauté, ce qui a trait au collectif » (Wikipédia). Notre action, notre mission fondamentale est donc bien de cet ordre.

Photo : © ASRO

Parmi nos documents de référence actuels, les statuts sont aussi très clairs. L'art. 2 dit : *« Le but de l'ASRO est de promouvoir une économie sociale et solidaire, respectueuse de l'être humain en vue d'un développement durable et de susciter la réflexion du public sur les déséquilibres socio-économiques. Ce but est mis en œuvre par la pratique du CE et celle de la solidarité sociale… »*. La Charte, elle, est encore plus limpide : on y évoque des valeurs de solidarité, d'égalité, de justice et de partage, de respect de l'être humain, de sa dignité et de son environnement et des valeurs communautaires. Elle va plus loin en dénonçant la primauté de la logique économique sur les impératifs sociaux et les objectifs de développement durable et propose de sensibiliser le public à l'économie solidaire. De plus, elle permet la pratique de la solidarité sociale et l'expression de la citoyenneté et enfin recherche la collaboration avec des organismes qui visent des buts similaires.

En d'autres termes, les MdM proposent un modèle de société et de relations sociales. Très concrètement cela signifie que, si nous ne nous engageons pas de manière partisane, nous soutenons et collaborons avec les associations, mouvements ou partis qui tendent aux mêmes buts et/ou qui défendent une vision de société semblable à la nôtre à travers des actions, des pétitions, des initiatives ou des référendums. De plus, nos campagnes peuvent aussi, évidemment, présenter les modèles de société qui sont évoqués dans la Charte et les moyens pour y parvenir.

Si les aspects de vente des produits sont sans aucun doute importants pour faire vivre notre mouvement, il est indispensable de ne pas perdre de vue les messages qui doivent être transmis à travers ces ventes : dénoncer les inégalités économiques et, de fait, les éléments qui participent de ces inégalités, et les questions climatiques en font pleinement partie aujourd'hui. Ainsi l'engagement de nouveaux bénévoles doit donc impliquer ces aspects et la formation insister sur ces questions. En résumé, éviter de perdre de vue les raisons d'être fondamentales de notre commerce !

Gérald Progin

Agenda

Jusqu'au 13 janvier 2022, Delémont
Exposition « Un climat de solidarité » à la Bibliothèque municipale

Janvier 2022, Vissoie
Exposition « Un climat de solidarité » à la bibliothèque d'Anniviers

magasins du monde
Un climat de solidarité
Justice économique, justice climatique

Février et mars 2022, Monthey
Exposition « Un climat de solidarité » à la médiathèque de Monthey

Avril et mai 2022, St-Maurice
Exposition « Un climat de solidarité » à la médiathèque de St-Maurice

Prochaines Tables rondes, Fribourg et Delémont
28 janvier, Fribourg, « L'artisanat comme alternative à la surconsommation ».
2 avril, Delémont, « La nécessaire transition dans le modèle économique ».

Abonnement 2022 Je m'abonne à *ex æquo* à titre de :

Bénévole 30 CHF ☐ Membre soutien 110 CHF ☐
Ami-e des Magasins du Monde 70 CHF ☐ Parrain-Marraine 360 CHF ☐

Inscription et versement : Association romande des Magasins du Monde
Avenue Dickens 6, 1006 Lausanne
CCP 12-6709-5, IBAN CH83 0900 0000 1200 6709 5

Nom _____

Prénom _____

Adresse _____

Code postal - Localité _____ 76

Avec le soutien de

FEDERATION VAUDOISE COOPERATION

FEDERATION GENEVOISE DE COOPERATION

VILLE DE GENÈVE

Fribourg-Solidaire Solidarisches-Freiburg

VALAIS SOLIDAIRE SOLIDARISCHES WALLIS

LOTERIE ROMANDE