



Photos : © SAFFY

Qui importe
les produits du
commerce équitable ?



magasins du monde
solidaires au quotidien

Journal des Magasins du Monde

Éditorial

Dossier

Qui importe les produits du commerce équitable ? 3
Allemagne – GEPA
Plus que juste : équitable !
Autriche – EZA
Équitable pour moi, équitable pour tous !

La Voix des Producteurs

SAFFY, Manille/Philippines 8

Les bonnes pratiques

Gaspillage alimentaire 11

Le produit

Lampe solaire innovante 13

Recette

Des brownies sans cuisson et fruits exotiques 14

Action citoyenne

C'est maintenant ! 15

L'agenda

16

Impressum - Journal des Magasins du Monde

ex aequo n°80 - décembre 2022 - 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 2023

Bénévole Mdm CHF 30.- Ami-e CHF 70.-
Soutien CHF 110.- Parrainage CHF 360.-

L'équipe de rédaction Lara Baranzini - Nadia Laden
Bernadette Oriet - Elisabeth Piras
Myriam Drandic-Longet - Anne Monard

Ont collaboré à ce journal

claro fair trade - Le Courrier

Photos EFTA - GEPA - EZA - SAFFY - Libre de droit

Graphisme et mise en page

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

Il est assez fréquent que des personnes s'adressent aux Magasins du Monde pour proposer des articles à la revente. Des personnes qui auraient par exemple découvert, lors d'un voyage, un atelier d'artisanat ou une marque de café locale à soutenir.

Mais comment s'assurer que ces projets sont *vraiment* équitables et qu'ils vont le rester au fil du temps ? Alors, même si les Magasins du Monde ont une marge de manœuvre qui leur permet de revendre de tels produits, 80% de leur assortiment doit être commandé auprès de fournisseurs agréés, vérifiés.

Qui sont ces fournisseurs et comment l'importation et la certification des produits se fait-elle en Suisse et ailleurs en Europe ? C'est ce que nous vous proposons de découvrir dans ce numéro, avec pour commencer les importateurs allemand et autrichien.

Vous découvrirez également dans ces pages le « capiz » des Philippines, un projet de lampes solaires d'Afrique du Sud et nous ferons aussi un point sur le gaspillage alimentaire. Et en bonus, une super recette de brownie ! Bonne lecture et... bon appétit !

Nadia Laden

AVEC
LE COURRIER

LIRE
COMPRENDRE
S'ENGAGER

POUR
UN MÉDIA
INDÉPENDANT

L'ABONNEMENT
C'EST MAINTENANT

LE COURRIER 

lecourrier.ch/maintenant

Qui importe les produits du commerce équitable ?

Depuis ses origines il y a une cinquantaine d'années, le mouvement mondial du commerce équitable (CE) s'est complexifié. Entre économie sociale et solidaire, implication des autorités politiques et des organisations européennes dans la mise en place de cette autre logique économique et sociale, les enjeux sont complexes et diversifiés. C'est pourquoi ce mouvement a besoin d'être enraciné solidement et de bénéficier d'une communication approfondie afin de maintenir une cohérence parmi ses différentes branches. Nous avons décidé de vous présenter un dossier sur les centrales d'importation européennes de la filière intégrée¹ du commerce équitable (CE). Pour la Suisse, il s'agit de claro, le fournisseur principal des Magasins du Monde. Mais dans ce numéro, nous allons vous présenter GEPA et EZA, importateurs principaux d'Allemagne et d'Autriche. En préambule, faisons un point sur l'organisation qui les regroupe tous : l'EFTA.

European Fair Trade Association (EFTA)²

En 1987, après dix ans de collaboration informelle, 9 centrales d'importation européennes de produits du commerce équitable ont fondé l'association EFTA. D'emblée, celle-ci a cherché à stimuler une coopération pratique entre ses membres, à développer des politiques et stratégies communes, à offrir un soutien solidaire aux producteurs et à exercer une certaine pression sur les institutions européennes.

Après la deuxième guerre mondiale, au moment où la notion de développement prend place au sein de la pensée économique, le constat est irréfutable : les déviances du commerce entre le Nord et le Sud sont flagrantes. Les conditions de travail des ouvriers sont précaires, que ce soit dans les usines textiles au Bangladesh, chez les cueilleurs de thé au Sri Lanka, chez les cultivateurs de café au Guatemala, ou ailleurs. Lors de la première conférence sur le développement (CNUCED) en 1964, les pays du Sud font valoir leurs revendications sous le slogan « du commerce, pas de l'aide ». C'est alors qu'est né un mouvement en faveur d'un commerce plus juste, relayé par des ONG dans tous les pays européens. Peu à peu, cette promotion sélective des importations se structure et s'articule autour de critères de prix justes pour les producteurs, de développement communautaire et de respect de l'environnement.



L'importance de l'EFTA pour le commerce équitable et les organisations commerciales est de plus en plus grande. Des politiques de respect du partenaire-producteur sont harmonisées peu à peu et l'EFTA fait de plus en plus usage de l'expérience et du savoir-faire acquis par les différentes organisations membres. La centrale Suisse OS3 (aujourd'hui claro) est par exemple devenue experte dans le domaine du cacao, du chocolat et du monitoring. Les membres de l'EFTA ont beaucoup travaillé pour donner une impulsion au développement de plateformes nationales de coordination et à la mise en place de critères communs.

L'Union Européenne (UE) forme une entité dans le domaine commercial et les mesures qui concernent le commerce (par ex. les droits à l'importation sur les produits transformés provenant des pays émergents) sont prises au niveau européen. L'EFTA cherche à influencer l'UE afin de favoriser l'accès des produits du Sud sur le marché unique. Ainsi, en janvier 1994, le Parlement européen s'est engagé à encourager des accords concernant des denrées équitables et à soutenir l'abolition des restrictions commerciales, en



Suisse



Italie



France



Espagne



Allemagne



Belgique



Autriche



Belgique



Grande Bretagne

1 : La « filière intégrée », portée par la World Fair Trade Organisation (WFTO) garantit que toutes les organisations qui la composent (y compris les magasins au Nord) respectent une série de principes de bonne gestion sociale, économique et environnementale et pratiquent le commerce équitable dans toutes leurs activités. La « filière labellisée », portée par Fairtrade International, ne certifie que le produit ou une partie de ses ingrédients. Elle permet une distribution des produits labellisés par n'importe quel fournisseur et distributeur, même si ceux-ci ont des activités qui ne s'apparentent pas au commerce équitable.

2 : www.eftafairtrade.org : Page explicative sur EFTA. www.newefta.org : portail pour les membres.

3 : Altromercato (Italie) - claro (Suisse), EZA FAIRER HANDEL (Autriche) - GEPA (Allemagne) - Oxfam Intermón (Espagne) - Oxfam Magasins du Monde (Belgique) - Oxfam Fair Trade (Belgique) - Solidarmonde (France) - Traidcraft (UK)



Photo : © EFTA

particulier pour les petits producteurs. L'Europe est considérée comme la principale destination mondiale des produits issus du CE.

Le rapport de R. Fassa « Sur le commerce équitable » adopté en 1998 par le Parlement européen invite la Commission à promouvoir le CE comme faisant partie intégrante de la politique de développement, de coopération et du commerce de l'UE. Si les actions de l'UE demeurent encore peu audacieuses sur le plan de l'intégration des principes du CE dans les accords récemment conclus avec les pays en développement, il faut reconnaître que les efforts des opérateurs civils, notamment de l'EFTA, ont servi de cadre de référence à l'UE. En 2006, le Parlement européen publie un rapport sur le CE comprenant une justification sur le devoir d'inclure le CE dans la politique européenne.

La part du CE dans le volume global des échanges internationaux est encore modeste mais son action déborde les échanges. Les acteurs du CE cherchent à défendre ceux qui en sont exclus et à convaincre les consommateurs, les mandataires politiques et les acteurs du commerce traditionnel de la nécessité d'établir des relations correctes avec les pays du Sud. L'EFTA plaide pour que le respect des producteurs soit une préoccupation majeure des différents acteurs des relations commerciales. En octobre 2015, la commissaire européenne a dévoilé une série de propositions destinées à soutenir le commerce équitable. Une approche transversale qui entend faire travailler de concert citoyens, entreprises, petits producteurs et collectivités territoriales.

Bernadette Oriet



Photo : © EFTA



Photo : © EFTA

Quand la coopération renforce le commerce équitable (CE)

L'échange international est au cœur du CE et prend la forme d'un partenariat à long terme. L'EFTA travaille avec 350 groupes de producteurs et emploie 485 personnes, équivalent plein temps. La majorité des produits alimentaires proviennent d'Amérique latine alors que la plupart des articles d'artisanat sont achetés en Asie. Il faut relever ici la performance des organisations d'importation du CE qui parviennent, dans un contexte de libre marché, à proposer des produits à des prix compétitifs couvrant les coûts de production. C'est en travaillant directement avec les groupes de producteurs, en évitant les intermédiaires, en rationalisant les importations que les importateurs peuvent assurer aux producteurs des revenus corrects et aux consommateurs des produits de bonnes qualités matérielles, sociales et écologiques.

Les membres de l'EFTA ont développé leur propre procédure de division du travail pour évaluer leurs partenaires. Au moyen d'un questionnaire, ils vérifient la mise en œuvre des dix principes du CE. Les évaluations de l'EFTA contribuent à améliorer en permanence le mode d'organisation des producteurs. Depuis quelque temps, l'EFTA n'intervient plus qu'après des producteurs qui ne sont pas membres de WFTO, qui ne sont contrôlés par aucun des systèmes de certification reconnu ou qui n'ont pas accès à une autre organisation d'évaluation.

L'EFTA possède une base de données protégée, le fairdata, et ses membres partagent des informations pertinentes sur tous les partenaires commerciaux. Cette répartition du travail s'applique aussi à l'importation conjointe afin de limiter les efforts de la part du partenaire commercial et de réduire les frais. Par ex. EZA et claro unissent leurs forces pour l'importation d'articles d'artisanat. Le système de l'EFTA est devenu l'une des principales références pour développer le système de garantie WFTO. A partir de 2017, l'EFTA n'exerce plus d'activités de communication institutionnelles – externes – en ce sens qu'elle ne mène plus d'actions pour représenter ses membres européens. Chaque membre de l'EFTA gère de manière indépendante sa politique d'assortiment.

L'EFTA permet de mutualiser l'accompagnement et le suivi des producteurs et cette logique de coopération contribue à renforcer le CE. Elle mène aussi des campagnes que les membres relaient à l'exemple de celle sur la justice climatique en 2021.



Allemagne – GEPA Plus que juste : équitable

« Il n’y a pas de justice climatique sans justice commerciale »

En Allemagne, pays de loin le plus peuplé de l’Union européenne, GEPA (The Fair Trade Company) est une des neuf organisations d’importation des produits du commerce équitable composant l’association EFTA (European Fair Trade Association). Le membre suisse est claro fair trade et le français est Solidar’monde.



Photo : © GEPA

Plus que juste : équitable

- Juste.
- Bio certifié à 86%.
- De meilleurs revenus pour un avenir meilleur pour les enfants.
- Un fort pourcentage d’ingrédients du commerce équitable dans les produits composés.
- GEPA paie le cacao à un prix plus élevé que le prix du cacao fixé par FLO.
- Protection du climat au moyen du contrôle des émissions CO2.
- Compensation des émissions CO2 par le transport maritime avec le projet « Klimakollekte ».
- En 2017, GEPA a lancé un fonds pour financer de petits projets développés par ses partenaires commerciaux.
- Tous les articles artisanaux sont fabriqués dans le pays d’origine.

GEPA est une entreprise de taille moyenne (moins de 250 employés selon les critères allemands) qui se définit comme une société active dans la promotion de la solidarité avec les pays du Sud. Elle a été fondée en 1975 par des milieux d’église et son siège se situe à Wuppertal. Elle poursuit encore les trois objectifs généraux initiaux :

- Créer des opportunités de marché pour les groupes défavorisés, en priorité ceux des pays du Sud.
- Sensibiliser les consommatrices et les consommateurs et promouvoir le changement de leurs comportements.
- Déployer un travail politique pour contribuer à des changements structurels dans le commerce international.

GEPA est la plus grande organisation européenne de commerce équitable. Elle travaille en partenariat avec 131 groupes de producteurs engagés socialement et écologiquement dans 46 pays d’Amérique latine, d’Afrique, d’Asie et d’Europe. Les ventes de café atteignent 46% de ses 85 millions d’euros de chiffre d’affaires, le chocolat 26%, les autres produits 31,5% et l’artisanat moins de 2%. Ses actionnaires sont des œuvres d’entraide et des associations issues des milieux de l’église. Les bénéfices économiques sont exclusivement affectés au commerce équitable, si bien que la maximisation des profits et la rémunération des actionnaires ne constituent pas le but de GEPA. Elle mise sur la qualité, le bio, la transparence sur la composition des produits, le partenariat à long terme, les relations égalitaires et se considère comme un mouvement global.

GEPA est une des rares entreprises du CE en Allemagne à se faire contrôler selon le système de garantie WFTO. GEPA affirme aller plus loin que le seul respect des principes du CE.

Depuis 2014, GEPA participe à plusieurs concours organisés autour de la durabilité. Lors du « Sustainable Award » et du groupe « Generali », GEPA vient de remporter la catégorie « SME Enterprize ». Ce prix spécial a été précédé d’un concours en plusieurs étapes avec des questions sur les critères sociaux, écologiques et autres sujets liés au changement climatique.

À la réception du prix, le Directeur général de GEPA Peter Schaumberger, a conclu : « *En ces temps de crise, le commerce équitable est plus pertinent et important que jamais. Le changement climatique affecte bien plus les habitants du Sud que ceux du Nord industriel, qui ont largement causé cette crise par leur façon de faire des affaires. Les baisses de récoltes menacent l’existence économique de nos partenaires du Sud. C’est pourquoi la justice climatique est au centre de nos préoccupations depuis plusieurs années sous la devise : « Justice climatique. Faisons-le équitablement ».*

Bernadette Oriet

Autriche – EZA

Équitable pour moi, équitable pour tous !

« Construisons ensemble de nouvelles normes collectives »

EZA Fairer Handel (sarl) a été fondée en 1975 à Salzburg introduisant le concept de commerce équitable en Autriche, un pays de 9 millions d'habitants. Depuis plus de 45 ans, EZA met en pratique une économie alternative fondée sur la transparence, la solidarité, la justice et l'ouverture sur le monde, respectueuse des personnes et du milieu ambiant.

Elle se définit comme une organisation pionnière du commerce équitable (CE) et la principale importatrice de produits du CE en Autriche. Ses actionnaires sont l'Action Tiers Monde et le Mouvement des hommes catholiques.

Le commerce équitable détermine sa politique d'entreprise. Elle s'engage à avoir des égards pour les conditions de travail des producteurs et à les payer correctement. Elle observe les dix principes de WFTO (World Fair Trade Organization), lesquels constituent la base de sa coopération avec ses partenaires commerciaux. EZA applique aussi les normes de Fairtrade international pour les produits labellisés FLO et est membre d'European Fair Trade Association (EFTA).

EZA travaille avec 141 organisations de producteurs, dont 81 fournisseurs de produits alimentaires et 60 d'articles d'artisanat. 43 partenaires d'EZA sont en Asie, 60 en Amérique latine et 35 en Afrique. La majeure partie des articles d'artisanat proviennent d'Asie. Les ventes dans les supermarchés représentent 40% du chiffre d'affaires et les ventes en ligne 4% des ventes totales. Une douzaine de pays européens achètent à EZA, en particulier des articles de mode, des cosmétiques et de l'artisanat. En 2021, avec la reconversion de son système de planification des ressources entrepreneuriales, EZA a fait un grand pas vers la digitalisation qui concerne aussi les relations avec les partenaires commerciaux.

En automne 2020, EZA a organisé un séminaire autour de l'agriculture durable et de l'alimentation en convoquant des voix du Sud et de l'agriculture autrichienne. La vision de l'organisation autrichienne a été portée par les producteurs de riz, de noix de cajou et de lait de coco de Green Net (vidéo). Leur préoccupation majeure reste le changement climatique et Green Net est en train d'aider les agriculteurs à utiliser des plants de riz plus résistants sur les parcelles qui sont trop sèches pour produire le riz traditionnel.

L'échange direct avec leurs partenaires, que ce soit lors de voyages ou durant les visites à la Centrale en Autriche, constitue un aspect important du partenariat pour partager des informations sur l'évolution des organisations. La lutte contre les effets de la pandémie a été intensive et EZA a pris diverses mesures dont des aides d'urgence. Ce sont 16 organisations artisanales qu'EZA a appuyées dans le secteur de l'artisanat et de la mode, principalement en Asie. Très souvent sollicitée par ses partenaires commerciaux confrontés à des aléas de toutes sortes, EZA additionne ses aides aux contrats déjà établis avec eux.

Bernadette Oriet



Photo : © EZA

Politique d'assortiment

La politique d'assortiment d'EZA diffère de celle de GEPA (Allemagne). Sur 16 millions d'euros, les ventes de café représentent 44% du chiffre d'affaires (CA) comme chez GEPA alors que celles du chocolat n'atteignent que 13%.

Le segment Fair Fashion (mode équitable) pèse 4,5% et les accessoires de mode 7,2%. Une catégorie qui n'apparaît pas chez GEPA est le segment « fait main et de manière équitable », dont les ventes affichent 14% du chiffre d'affaire. Elle inclut des articles pour la maison et de décoration. À relever cette performance récente : durant la période de la pandémie, EZA a augmenté ce dernier secteur de plus de 10%. De nouveaux designs dans le domaine des articles de maison et une volonté de soutenir ce secteur ont certainement favorisé la croissance de ces ventes.

EZA a développé la marque Anukoo. EZA décrit : le défi qui nous préoccupe est que non seulement la robe doit s'adapter au corps, mais elle doit aussi intégrer l'environnement dans lequel elle est fabriquée. EZA travaille avec beaucoup de partenaires qui transforment du coton et de la laine d'alpaga. Une marque permet à toute entreprise d'indiquer certaines caractéristiques de produits et de les différencier de ceux d'entreprises concurrentes. C'est un signe distinctif qui peut être protégé mais qui n'indique pas la provenance des articles et ne donne aucun renseignement sur les producteurs.

Pour son rayon artisanal, notre fournisseur claro travaille en étroite coopération avec EZA et organise des importations en commun.

Découvrez le « capiz » de SAFFY à Manille aux Philippines

De nombreux partenaires du commerce équitable (CE) - probablement même la majorité - sont des organisations qui encadrent, soutiennent, facilitent la production et la commercialisation équitables de produits artisanaux ou agricoles, mais disposent aussi d'une branche, souvent une fondation, qui mène parallèlement des activités sociales dans divers domaines tels que la promotion des femmes, la santé, l'éducation, les microcrédits...



Photos : © SAFFY



Comme son nom l'évoque, c'est aussi le cas de SAFFY (Social Action For Filipino Youth) et ce principalement à travers son organisation sœur, SAFRUDI (Social Action Foundation for Rural and Urban Development). Mais quels sont les acquis et les écueils des actions sociales visées, quels sont les défis à relever dans un pays où la majorité de la population lutte chaque jour pour sa survie ?

Un peu d'histoire

En 1966, soutenu par une missionnaire belge, Sœur Juliaan Mullie, un groupe de femmes des bidonvilles de Manille s'est lancé dans la confection de sacs et de vêtements, afin de « combattre la faim par le travail ». C'est sous les auspices de cette devise que la même année, l'organisation SAFFY (Social Action for Filipino Youth¹) a été fondée, dans le but de créer non seulement des sources de revenu, mais également de mener des actions sociales, et en particulier en faveur des jeunes. Toutefois, en travaillant avec les populations précarisées, SAFFY s'est rendu rapidement compte que « l'être humain ne peut vivre uniquement de pain » et a mis en place, dès 1970, des actions de développement, dont la gestion est assurée par la fondation SAFRUDI (Social Action Foundation for Rural and Urban Development²) et la gestion des activités commerciales par l'entreprise SAFFY Handicrafts. Cette dernière a pour mission d'organiser la production et la commercialisation d'objets d'artisanat et d'apporter un soutien technique et financier. Des formations sont dispensées sur le design et le développement de gammes, sur les tendances du marché, les techniques de management et d'entrepreneuriat. De plus, elle a ouvert à Manille, il y a une quinzaine d'années, un magasin, ManoMano « fait main », qui continue, malgré la situation socio-économique difficile et les affres de la pandémie, de vendre des objets provenant de 41 groupes d'artisans.

La vente de produits alimentaires, en particulier d'anciennes variétés de riz, a dû être arrêtée dernièrement à cause de la hausse des prix.

Un projet peut en cacher un autre...

Parallèlement, SAFRUDI mène des programmes de développement aussi bien en ville qu'à la campagne, qui portent sur l'éducation, le civisme, la formation de groupes, et qui sont basés sur la complémentarité des domaines tels que la santé, la nutrition, l'écologie et l'agriculture biologique. Terre des Hommes suisse a financé, dans les années 90, quelques-uns de ces programmes.

De plus, une attention particulière est consacrée à la promotion de la sécurité et de la souveraineté alimentaire, menacées ici comme ailleurs par l'industrie agro-alimentaire et, en l'occurrence, par les activités de l'Institut international de recherche sur le riz IRRI, basé aux Philippines. Pour relever ce défi, SAFRUDI travaille depuis des années en étroite collaboration avec MASIPAG, un réseau de paysans, d'ONG et de scientifiques. Cette organisation pionnière, mondialement reconnue, agit en faveur de l'agriculture biologique, promeut les anciennes variétés de riz et lutte contre le brevetage du vivant, les OGM et en particulier le « riz doré » prôné par l'IRRI. Dans plusieurs provinces du pays, SAFRUDI et MASIPAG allient leurs efforts pour soutenir une dizaine de coopératives paysannes, appelées Gabay sa Bagong Pagasa « guides pour un nouvel espoir » en organisant, entre autres, des séances de « farmer field school », autrement dit, des journées de travail et d'échanges sur le terrain. Leur but est de partager tout d'abord des connaissances locales et de les croiser avec des données scientifiques, afin de chercher des solutions adaptées à l'écosystème

¹ Action sociale pour la jeunesse philippine

² Fondation d'action sociale pour développement rural et urbain

et aux réalités socio-économiques du lieu. En même temps, il s'agit de permettre aux participants d'améliorer leurs compétences en matière d'analyse critique et de prise de décisions, afin de consolider le fonctionnement démocratique de leurs coopératives.

Le financement de ces « programmes de développement social intégré » est assuré en partie par les bénéfices des ventes d'artisanat de SAFFY aux organisations du CE; le reste provient, pour l'instant, de donations et

de prêts. Toutefois, l'objectif est de financer l'action sociale de SAFRUDI uniquement par les activités commerciales de SAFFY.

La réalisation de cet objectif passe aussi par nous ! Pourquoi ne pas réserver, à l'occasion des prochaines fêtes de fin d'année, une place d'honneur aux décorations en capiz de SAFFY ?

Elisabeth Piras
avec l'aimable collaboration de Ramil Tan,
le nouveau directeur de SAFFY



Photos : © SAFFY



Depuis 1994, claro fair trade achète à SAFFY des objets en capiz.

Le « capiz », c'est quoi au juste ?

Le nom capiz a deux significations : il désigne une province des Philippines située sur l'île de Panay ainsi qu'une coquille de mollusque répandue dans l'océan Pacifique et en particulier dans les eaux côtières peu profondes de l'archipel philippin. Son revêtement intérieur, aux reflets irisés, appelé aussi nacre, est utilisé depuis la préhistoire pour confectionner des bijoux, des objets décoratifs ou des instruments de musique.

Comment fabrique-t-on des décorations de Noël en capiz ?

Comme pour tout objet d'artisanat, la création des articles en capiz demande énormément de temps, de patience et de savoir-faire et se fait à chaque étape presque exclusivement à la main ! Tout d'abord, l'usage de filets étant interdit afin de ne pas surexploiter cette ressource, la récolte des coquillages s'effectue toujours par des plongeurs expérimentés qui n'utilisent que leurs mains... Achetés par les artisans à l'état brut, ces coquillages - qui ressemblent à une moule plate - sont ouverts délicatement pour ne pas endommager la nacre qui se trouve à l'intérieur. Ensuite, il faut enlever la partie comestible, nettoyer les deux parties nacrées, puis les sécher au soleil. Après ces premiers travaux, les morceaux sont ramollis dans de l'eau bouillante, puis aplatis et découpés ou sciés en fonction des tailles et formes souhaitées. La phase suivante consiste à plonger les pièces, dont la couleur naturelle est généralement blanche, dans un bain de couleur puis à les polir. Pour terminer, les pièces sont serties d'un fil de laiton et lorsqu'il s'agit d'un objet à plusieurs éléments, assemblées par soudure.



Qui sont les producteurs des objets en capiz commercialisés par SAFFY ?

Trois des 41 groupes soutenus actuellement par SAFFY se sont spécialisés dans la confection d'objets en capiz. Tous trois travaillent dans la région de Manille, la capitale du pays, et réunissent chacun, une dizaine d'artisans, hommes et femmes, qui assurent les diverses tâches de la production. Grâce à SAFFY et à ses partenaires du CE, ces artisans continuent de subvenir à leurs besoins malgré les retombées de la pandémie et le changement climatique qui affecte les marées et par conséquent, la récolte des précieux mollusques...



Photos : © SAFFY



Le « Jardín Austríaco », un projet né en pleine pandémie...

La pandémie n'a pas épargné les Philippines ni, par conséquent, les partenaires du CE, dont SAFFY. Afin d'aider au mieux, aussi bien les artisans associés que ses employés à faire face à la crise, SAFFY n'a pas tardé à agir.

En effet, en pleine crise et malgré les difficultés à tenir le cap, SAFFY a proposé aux artisans de racheter les produits qu'ils n'arrivaient plus à écouler et de les vendre en ligne, ce qui a permis à la fois de leur procurer des revenus et de favoriser de nouvelles commandes.

Parallèlement, face à la baisse considérable de son chiffre d'affaires, SAFFY n'a pas souhaité recourir à des licenciements au sein de son siège. Toutefois, il a fallu réduire le temps de travail et par conséquent, le salaire des employés. Ceux-ci ont dû s'endetter pour subsister puisque le gouvernement n'offrait aucune aide en cas de pertes de revenu.

C'est alors qu'est née l'idée de créer une pépinière de plantes et de fleurs et leur

mise en pots pour la vente locale. Grâce aux dons de l'association autrichienne des magasins du monde ARGE, ce projet, appelé en hommage aux donateurs « Jardín Austríaco », a rapidement démarré. Les plantes et fleurs ont été cultivées sur place, puis mises dans des pots en terracotta fabriqués dans les ateliers d'artisans associés, avec du terreau également préparé chez SAFFY.

... mais qui n'aura pas de lendemain

Toutefois, depuis le retour à « la normale », ce projet pourtant porteur d'espoir n'a plus la cote. D'une part, les plantes et fleurs ne sont plus autant prisées qu'au temps du confinement, d'autre part, les consommateurs préfèrent de plus en plus des pots en ciment de fabrication industrielle, plus solides et moins chers... Par conséquent, les employés de SAFFY, plus guère motivés par cette activité, ont fini par délaisser aussi bien leur jardin que les alentours du siège de SAFFY qui en avaient également profité en se parant de couleurs et de verdure...

Elisabeth Piras
avec l'aimable collaboration de Ramil Tan,
le nouveau directeur de SAFFY

Gaspillage alimentaire

Le saviez-vous ? Un quart de l'impact écologique lié à la production alimentaire est attribué au gaspillage alimentaire ! Il devient urgent de s'attaquer à cette problématique : cultiver pour finir à la poubelle, c'est perdre de la biodiversité, c'est gaspiller l'eau et l'énergie, c'est des émissions inutiles de gaz à effet de serre... Pour donner un ordre d'idée, voici quelques chiffres trouvés sur le site de Save Food, Fight Waste :

- L'utilisation des terres pour la culture des denrées alimentaires jetées tout au long de la chaîne de valeur représente plus de la moitié des terres agricoles de la Suisse.

- 2,8 millions de tonnes de denrées alimentaires sont perdues chaque année en Suisse. Cela correspond à 330 kilos par personne et par an, soit environ un quart des gaz à effet de serre produits par notre alimentation¹. Source : OFEV, 2019

- Si tous les acteurs concernés parvenaient à éviter au moins un tiers de la gabegie actuelle, nous pourrions économiser une quantité de CO2 équivalant aux émissions de 500'000 voitures.

- Le gaspillage alimentaire annuel en Suisse équivaut à environ 4,5 fois le poids de la population suisse.

- Le gaspillage de denrées alimentaires comestibles dans les ménages suisses pèse à lui seul sur le budget des ménages à hauteur de plus de 600 francs par personne et par an (voir Beretta & Hellweg 2019).

- L'impact environnemental entraîné par le gaspillage alimentaire correspond à 50% de l'impact environnemental du trafic individuel motorisé.

Sans oublier que le gaspillage alimentaire augmente la demande en nourriture et exacerbe les problématiques de sécurité alimentaire partout dans le monde. Ce qui explique pourquoi l'ONU s'est fixé comme objectif, dans le cadre des Objectifs de Développement Durable pour 2030 signés aussi par la Suisse, de réduire de moitié le gaspillage alimentaire.

Réduire le gaspillage alimentaire en prolongeant les dates de péremption

De nombreuses denrées alimentaires sont jetées, bien qu'elles soient encore irréprochables, sous le seul prétexte que la date imprimée sur les produits a expiré. Un groupe de travail, mandaté par l'Office fédéral de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires (OSAV), a élaboré des solutions pragmatiques à ces gaspillages. Le projet : introduire en Suisse un datage plus opportun et judicieux.

Deux dates renseignent le consommateur sur la comestibilité des aliments

À consommer jusqu'au... (DLM) : pour des raisons de santé, les aliments doivent être consommés jusqu'à la date inscrite. Il s'agit de produits frais comme le poisson, la viande fraîche, la charcuterie, la pâtisserie,...

À consommer de préférence avant le... (DDM) : cette date garantit les caractéristiques de qualité et ne représente aucun risque pour la santé. Elle ne signifie pas que ces aliments ne sont plus consommables. Les pâtes, le riz, les conserves, le sucre, le miel, ... portent une date de durabilité minimale. Cette date est purement indicative, l'aliment reste consommable pendant des semaines, voire des années. Il peut même encore être vendu.

Guides pour clarifier la durée de conservation

Sur mandat de l'OSAV et sous l'égide de l'Université des sciences appliquées de Zurich, le projet est la nouvelle date de durabilité minimale, DDM+. Celle-ci définit un cadre temporel la dépassant dans les limites duquel un produit stocké de manière appropriée est encore sûr et comestible. Dans le commerce de détail, ces denrées finissent à la poubelle après expiration de la date limite de consommation. Ces nouvelles directives diminueront le gaspillage car les produits portant une date DDM+ ne devront plus être éliminés.

Une réduction du gaspillage

Les consommateurs-trices sont responsables d'un tiers de tout le gaspillage alimentaire. Actuellement, le commerce de détail génère à lui seul 100'000 tonnes de déchets alimentaires par an. Grâce à la DDM+, les entreprises, les détaillants ainsi que les consommateurs-trices peuvent apporter leur contribution pour repenser la gestion des aliments.



Photo : libre de droit

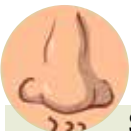
Consommation sans risque



Source : swiss-food.ch



Regarder le produit pour voir s'il a changé visuellement. Couleur, moisissure, viscosité, texture, aspect, insectes, asticots, cocons, etc.



Sentir le produit pour déterminer s'il ne dégage pas une mauvaise odeur, par ex. odeur de moisi, putride, rance, soufrée, piquante, alcool, etc.



Goûter un peu du produit pour vérifier si le goût n'a pas changé. En cas d'altération, acide, amer, picotant, etc, le produit ne devrait plus être consommé.

Les règles d'or anti-gaspi

- Prévoir les menus de la semaine.
- Faire une liste de courses en amont.
- Ne pas faire de courses quand on a faim.
- Bien ranger les aliments dans son frigo en évitant de le surcharger afin que le froid circule correctement.
- Dans son frigo, mettre en avant les produits qui doivent être consommés rapidement.

Quelques astuces pour prolonger la durée de vie des aliments

- Fromage : le mettre avec un morceau de sucre dans une boîte hermétique.
- Fruits : placer des bouchons de liège, ils empêchent l'apparition des moucheron. Mettre les pommes à part (elles ont tendance à faire mûrir les autres fruits).
- Pommes de terre : placer une pomme fruit parmi elles.

Les doses conseillées par personne

- Le riz : 1/2 verre
- Les pâtes : 1 verre
- Les pommes de terre : 5 de taille moyenne
- Les brocolis : 3 bouquets
- Le poisson : 140 g

La signification des dates

• À consommer jusqu'au ...

Il s'agit d'une date limite de consommation. Les viandes fraîches, la charcuterie, les poissons, la pâtisserie, ... sont des produits à consommer rapidement.

• À consommer de préférence avant le ...

Les aliments comme le miel, les pâtes, le riz, les fruits secs, le sucre, la farine, le chocolat, les épices, les conserves, ... peuvent être consommés plusieurs semaines, voire plusieurs années après la date inscrite. Ces produits peuvent même être encore vendus.

Lampe solaire innovante

« SOLARTOP » est une lampe solaire innovante qui peut être utilisée de différentes manières - suspendue ou comme lampe de table lorsqu'elle est posée sur un récipient en verre vide.

L'organisation

Fondée en 2008 par Harald Schulz, un Autrichien immigré en Afrique du Sud, Suntoy vendait initialement des jouets solaires. Puis, à la demande du plus grand verrier africain Consol et en collaboration avec des artistes du fil métallique, un bocal à conserves avec panneau solaire et LED a été développé. Le verre solaire emmagasine l'énergie de la lumière du soleil afin de la restituer dans l'obscurité. L'innovation vise à remplacer les bougies et les lampes à pétrole, qui sont à l'origine de nombreux incendies, appelés « incendies de cabane », dans les communes. La production de cette lanterne solaire a commencé en 2011 avec 11 employés. Initialement, le produit était vendu au niveau national, puis dans d'autres pays africains, avant la création de la marque Sonnenglas en 2013, marquant le début des exportations vers l'Allemagne et l'Europe. 55 personnes travaillent désormais chez Suntoy toute l'année. Les verres solaires sont fabriqués dans un atelier central à Johannesburg.

L'objectif de l'organisation est d'améliorer les conditions de vie de ses employés. Suntoy veille à de bonnes conditions de travail en toute sécurité. L'appui apporté à la formation des salariés est particulièrement remarquable. Chacun peut se former en interne ou en externe (en suivant par exemple des cours universitaires, etc.). Suntoy paie la totalité des frais d'étude entrepris et dispose également de salles de cours qui peuvent être utilisées gratuitement.

Les producteurs et productrices

La plupart des employés viennent des « townships » de Soweto et des environs de Johannesburg. Presque tous étaient au chômage avant de rejoindre Suntoy et avaient peu ou pas d'éducation scolaire. Chez Suntoy, ils apprennent les bases du métier. Les processus dans les différents départements sont bien organisés et les responsabilités sont clairement réparties, ce qui permet



Photos : © EZA

une bonne coopération. Les employés bénéficient d'horaires de travail réglementés, d'une rémunération bien supérieure au salaire minimum national (le double en moyenne), d'une restaurant d'entreprise, de collations saines (fruits gratuits pour tous) et de salles de pause. Tout cela fait de l'organisation un employeur attrayant.

Les 55 salariés permanents (30 hommes et 25 femmes) sont épaulés par une trentaine de personnes pour les commandes importantes (environ trois mois par an) – ces aides sont pour la plupart des membres de la famille, des amis ou des connaissances des salariés permanents.

L'impact du commerce équitable

Tous les employés ont la possibilité de poursuivre leurs études aux frais de l'entreprise. Yvonne Cassa, par exemple, a utilisé cette offre pour réaliser son rêve et suivre des études de gestion à temps partiel. Elle est maintenant directrice de production et n'habite plus dans le « township ».

En plus d'excellentes conditions de travail, de sécurité, de formation et de rémunération, la vente des produits à des organisations de commerce équitable ouvre une opportunité de marché supplémentaire et permet de pérenniser les emplois créés. De plus, les salariés de Suntoy peuvent bénéficier de petits prêts, de congés payés et congés maladie (selon la législation nationale) et du versement au système de retraite (selon la législation nationale).

claro fair trade



- Fait main
 - Fil d'acier
 - Dôme en polycarbonate
 - Anneau en silicone
 - Panneaux solaires
 - Batterie Li-ion
- Jusqu'à 12 heures de lumière**
- Taille Ø 9.5 x 3 cm
 - Couleurs : rouge, gris, jaune
 - Emballage en carton

Brownies sans cuisson et fruits exotiques

200 g tofu nature
150 g crème de marron
180 g chocolat noir
30 g cacao pur en poudre
40 g noix de cajou nature
½ gousse de vanille
150 g noix de coco râpée
Mangue et fruits de la passion
20-25 godets papier à pralinés



Photo : © Libre de droit

Préparation Dans un bol, émietter le tofu avec les doigts. Ajouter la crème de marron, la vanille écrasée et le cacao. Bien mélanger jusqu'à obtention d'une crème lisse. Faire fondre le chocolat au bain-marie, laisser refroidir un peu puis l'intégrer au reste de la masse et mélanger. Ajouter les noix de cajou hachées grossièrement.

Couvrir le fond d'un petit plat à gratin de noix de coco râpée. Verser délicatement le

mélange dans ce plat à hauteur de 2,5cm environ, bien tasser et lisser avec une spatule, couvrir du restant de noix de coco.

Laisser reposer au réfrigérateur durant 3 heures. Découper en dés. Chaque morceau sera enrobé de noix de coco. Le brownie peut être maintenant déposé dans un petit godet papier à pralinés, selon son utilisation.

À conserver au frigo.

Une recette gourmande pour un dessert de fête qui permet de se passer d'un four. Sans gluten, sans lactose, végétalien.

Servir sur assiette 2 brownies accompagnés de cubes de mangues fraîches de TerrEspoir (saison, février à juillet) ou de mangues en bocal et d'un fruit de la passion évidé (fruits frais à commander au Magasin du Monde).

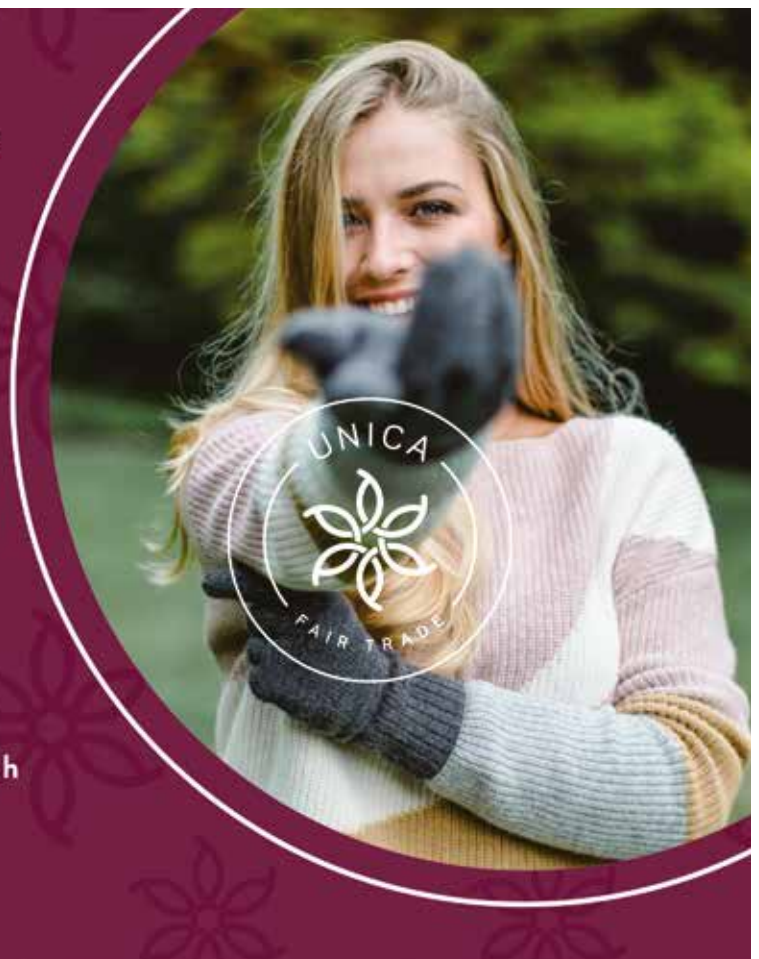
Myriam Drandic-Longet

Les produits notés en gras sont disponibles dans les Magasins du Monde, mdm.ch

UNICA : une mode pour un monde meilleur.

Depuis plus de 40 ans nous nous engageons pour le commerce et des salaires équitables dans les pays du Sud. Notre engagement pour l'humain et la nature est une affaire de cœur qui se reflète dans la qualité et de nos textiles d'exception.

Disponible en ligne sur www.claro.ch et dans ton Magasin du Monde!



C'est maintenant !

Le monde est en crise. Il est nécessité de le comprendre pour mieux le changer. Le journalisme, dans toute sa diversité, a cette fonction fondamentale en démocratie de donner du sens aux évènements, de nous aider à forger nos opinions. Il renforce notre capacité à penser et notre pouvoir d'agir.

Or la liberté d'informer est en danger. En Suisse, le journalisme est de moins en moins protégé par la législation. Celle-ci facilite les procédures « baillons » et entrave certaines enquêtes.

Par ailleurs, la concentration des médias, entamée en Suisse romande depuis de nombreuses années, poursuit une logique du profit. Elle détruit la diversité de la presse dans une certaine indifférence et réduit l'analyse critique que nous imposent les défis sociaux et climatiques à venir.

Aujourd'hui, près de 8'000 abonnements tiennent à bout de bras le seul quotidien indépendant romand n'appartenant à aucun groupe de presse. Cela ne suffit pas. L'existence de notre journal est aujourd'hui menacée.

Malgré les difficultés que traversent *Le Courrier*, nous sommes convaincu-e-s par son modèle économique. Il représente la seule perspective d'avenir d'une presse libre et indépendante. Il repose sur la participation pleine et entière de la communauté d'abonné-e-s, qui partagent ses valeurs et ses engagements solidaires. Nous les réaffirmons ici et affichons nos aspirations.

Défendre un journalisme d'intérêt général, c'est maintenant ! Nous nous réclamons d'un journalisme critique qui participe sans réserve au débat démocratique.

Garantir une information libérée du profit, c'est maintenant ! Nous n'enrichissons pas d'actionnaires. Notre mission d'information est porteuse de sens et notre journal ne se réduit pas à une marchandise.

Soutenir un média engagé, c'est maintenant ! Nous refusons l'horizon néolibéral qui détruit nos liens et nos biens communs. Notre travail s'ancre dans les réalités sociales et environnementales. Nous faisons entendre les voix qui œuvrent à un monde plus désirable et débarrassé des inégalités.

Nous, l'équipe du *Courrier*, avons l'ambition de développer ce média pour qu'il reste ce lieu de débat de la gauche en Suisse romande. Cela ne sera possible qu'avec le soutien massif des personnes se reconnaissant dans ses valeurs démocratiques et émancipatrices.

Ce projet ne se fera pas sans vous. Son avenir est incertain, il est entre vos mains. **L'abonnement, c'est maintenant !**



Avec les



magasins du monde
solidaires au quotidien

les bénéfices vont au
service de la solidarité

Bons vœux
et bonne santé pour 2023 !

www.mdm.ch

Agenda

Retrouvez tous les événements sur
www.mdm.ch/agenda



Abonnez-vous à *ex æquo* !
4 numéros par an
Abonnement ami-e 70.-



Du 6 décembre 2022 au 21 janvier 2023, Yverdon-les-Bains

Exposition « Un climat de solidarité » à la bibliothèque d'Yverdon-les-Bains

Du 9 janvier au 3 février 2023, La Chaux-de-Fonds

Exposition « Un climat de solidarité » à la médiathèque de la HEP

Du 23 au 27 janvier 2023, Vouvry

Exposition « Un climat de solidarité », Cycle d'orientation

Du lundi 6 février au lundi 20 février, Porrentruy

Exposition « Un climat de solidarité » au collège Stockmar

Du 20 février au 17 mars 2023, Bienne

Exposition « Un climat de solidarité » à la HEP

Du lundi 20 mars au lundi 3 avril 2023, Vicques

Exposition « Un climat de solidarité » à l'école secondaire

Du 1^{er} avril au 15 mai 2023, Crans-Montana

Exposition « Un climat de solidarité »

Du 4 avril au 28 avril 2023, Tavannes

Exposition « Un climat de solidarité » à la bibliothèque municipale

Abonnement 2023

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 _____

80