



Photo : © Moogoo

Artisanat, créativité et innovation



Photo : © B. Oriet

Éditorial	2
Dossier	
Artisanat au défi	3
Innovation, encore et encore... au Centre Lukaré, Burkina Faso	6
Laines et teintures artisanales	7
Au fil des générations au Pérou	8
Développer la qualité des produits	9
La voix des producteurs	
Moogoo, Burkina Faso	10
Le produit	
Ceci est plus qu'un sac	13
La recette	
Bricelets aux épices et au sucre mascobado	14
Action citoyenne	
Une initiative face à des pratiques irresponsables	14
Agenda	16

Impressum - Journal des Magasins du Monde
ex aequo n°68 - décembre 2019
Tirage 800 ex. - 4 parutions par an
Lorsque la forme masculine est utilisée dans ex aequo,
elle désigne aussi bien les femmes que les hommes.
Le genre masculin est utilisé sans aucune discrimina-
tion et dans le seul but d'alléger le texte.

Éditeur
Association romande des Magasins du Monde
Rue de Genève 52 - 1004 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 2019
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 Helvetas - Elisabeth Piras
claro fair trade - Initiative-multinationales

Photos
Bernadette Oriet - Frangipanier - Moogoo
Magalie Monard - Helvetas - claro fair trade
Initiatives multinationales

Maquette et graphisme Anne Monard

Relecture
L'équipe de rédaction

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

Envois postaux
Magasin du Monde Delémont

R

« Flygs

LE COURRIER

**Votre abonnement,
la garantie d'un
média indépendant**

**Essai Web
2 mois: CHF 19.-**



www.lecourrier.ch

Artisanat au défi

La situation du secteur artisanal se dégrade « à vue d'œil » du point de vue commercial. Par contre, sur le plan créatif, la situation est tout autre. Aujourd'hui, artisans, exportateurs, importateurs et distributeurs sont confrontés à des défis économiques qu'ils auront à relever s'ils ne veulent pas que leurs activités finissent dans la gueule du loup industriel.



L'imagination au pouvoir, centre Lukaré, Burkina Faso - Photo : Bernadette Oriet

Artisanat, de quoi parle-t-on ?

Le mot artisan dérive du latin *ars*, *artis* (« art »). Artisanat est à la fois un mot récent et une réalité ancienne. Jusqu'au XVIII^e siècle, art et artisanat se confondaient. Aujourd'hui, l'artisanat est utilisé pour désigner des produits dont la contribution manuelle de l'artisan demeure la composante la plus importante. Ce sont le tourisme et le commerce qui ont réorienté la réalisation d'objets issus de sociétés traditionnelles utilisés pour des rituels religieux ou pour des besoins quotidiens, vers des produits de consommation courante, utilitaires ou décoratifs. Dès lors, ils acquièrent une valeur marchande, ce que n'avait pas les kilomètres de toiles de coton enveloppant les momies du Pérou, au temps d'avant les Espagnols.

Artisanat et commerce

L'artisan contemporain est désormais lié à l'esprit commercial mais se démarque toujours de la production industrielle en série : chaque produit est un objet unique, comportant la marque de celui qui l'a réalisé. Si pendant longtemps, la modernité a considéré l'artisanat comme un secteur passif, voire folklorique, aujourd'hui il est de moins en moins assimilé à une survivance du passé. Pour beaucoup de chercheurs, il constitue l'un des socles de la société et de son évolution par sa capacité d'innovation et de communication sociale.

Pour que ce secteur survive, il est impératif de valoriser ce travail manuel par la voie commerciale, puisqu'il n'est pas possible de le conserver dans des « banques de semences ». L'artisanat est d'ailleurs inscrit au

Le textile, dans une société dite sans écriture se transforme en produit vulgarisé et les caractères symboliques sont refoulés au plan du silence et du subconscient. Les Q'eros, communauté qui n'a jamais été touchée par les colons espagnols, produisent encore des « mantas et ponchos » dont chaque point du motif tissé a une signification précise, à l'image des lettres d'un alphabet formant mots et textes. Aujourd'hui, les anciennes tisserandes connaissent encore ce langage mais les nouvelles générations l'ont perdu tout en sachant exécuter les techniques de ces tissages.



Photos : © Frangipanier

Patrimoine Mondial immatériel de l'Humanité. Désormais, il est dans le pouvoir des consommateurs de soutenir la production d'objets entièrement faits main avec des matériaux naturels, afin de maintenir en vie ces savoir-faire. A condition, bien évidemment, que les artisans obtiennent des prix suffisants. Malheureusement, la pression sur les prix par le tourisme de masse est si forte que beaucoup d'entre eux y ont déjà cédé : ils utilisent des matières synthétiques et ont recours à des procédés industriels pour mettre sur les marchés des articles qui ressemblent, à s'y méprendre, aux articles faits main.

« Vous voulez des objets bon marché, alors nous sommes capables de satisfaire votre demande et nous vous proposons des articles industriels de piètre qualité. »

La disparition accélérée du nombre d'artisans faute d'acheteurs est un autre facteur de dépérissement du secteur artisanal. A Ayacucho (Pérou), en 2002, il y avait des dizaines d'artisans et des milliers de tissages amoncelés dans les multiples ateliers alors qu'aujourd'hui, il ne reste que les meilleurs tisserands (3 à 4 familles), ceux qui ont su résister à cette stantardisation grâce à la qualité de leur travail et à leurs capacités créatives.

Le secteur artisanal dans tous ses états

Le secteur artisanal n'est donc pas qu'un simple secteur économique. Il constitue un mode d'insertion sociale et de rapports de production qui interroge le mode de production capitaliste. Il assume aussi des fonctions dont le maintien de valeurs et de savoir-faire. Les artisans peuvent donc jouer un rôle de médiateurs entre le passé, le présent, le futur mais aussi entre les différents secteurs d'économie.

Sur le terrain, on rencontre des artisans qui recourent à diverses stratégies productives: il y a ceux qui parviennent à fournir le marché en concentrant leurs forces de travail (grosses organisations) et en recourant aux services de designers, souvent occidentaux. Alors, ils sont à même de proposer des articles conformes aux modes du moment. Le dernier catalogue d'Helvetas en est un exemple pour le moins interpellant.

Exemple d'innovation : Manos Amigas de Lima, une grosse structure qui vend de petits objets traditionnels au design modernisé et de qualité, n'a toutefois pas réussi à enrayer l'érosion de son chiffre d'affaires qui a été divisé par dix entre 2015 et 2019. Faisant preuve de grandes capacités d'adaptation, elle s'est lancée dans le tourisme écologique et l'accueil de touristes en chambres d'hôtes. 20% de son chiffre d'affaires est consacré à des projets sociaux et l'entreprise a été certifiée ISO 9001 (norme de qualité) en 2015.



Photos : Bernadette Oriet

WFTO et innovation

En ayant décidé de traiter du thème de l'innovation à propos du design des articles d'artisanat destinés au commerce, le Congrès mondial du CE (WFTO) qui s'est tenu à Lima, a visé juste si l'on s'en tient à la fonction commerciale de ce secteur. Mais son rôle social exige une approche bien plus large qui n'a pas du tout été esquissée à Lima (un carnet de voyage détaillé est à venir).

Il y en a d'autres qui ont au sein de leurs équipes des plasticiens designers dont la créativité stupéfie. C'est le cas du Centre Lukaré de Ouagadougou, dont le directeur Inoussa Dao est un puits sans fond d'inventivité. Les artisans travaillent uniquement avec des matériaux recyclés pour réaliser meubles en tôles associés à du bois, sièges tressés avec des fils électriques, luminaire-sen calebasse. Le Centre Lukaré est un véritable sanctuaire pour les œuvres d'artisanat d'art. On retrouve d'ailleurs ses meubles dans plusieurs endroits publics de la ville et notamment dans un bar de l'aéroport de Ouagadougou.

Une analyse plus fine montrerait certainement que les ingrédients indispensables à la survie des artisans sont leurs propres capacités d'innovation et de créativité, la qualité des produits, une structure commerciale (exportation et vente locale) d'une certaine taille capable d'accéder aux différents marchés. Les visites de terrains m'amènent à constater que ce sont les petits ateliers qui font les frais de cette évolution et beaucoup ont fermé boutique. En Equateur, les célèbres ateliers de tissage ont été remplacés par de gigantesques plantations de fleurs, il y a plusieurs années déjà.

Mais dans tout système social émergent des foyers de résistance et c'est aussi le cas dans le secteur de l'artisanat. Deux exemples le démontrent de manière patente : au Kenya, Kazuri qui réalise des bijoux en céramique, uniques et rares. Et en Inde, Noah's Ark qui propose des articles d'artisanat d'art (pour plus d'infos, référez-vous à leurs sites internet : kazuri.com (anglais) ou Luxe Magazine, A la Une, Kazuri, oct. 2008 / Noah's Ark International Exports (seulement en anglais) ou à la fiche claro.

Rôle des Magasins du Monde et des bénévoles dans le commerce équitable de l'artisanat

Au vu de ce qui précède, la responsabilité des filières intégrées du commerce équitable est engagée. Celles-ci permettent d'ouvrir de nouveaux horizons à ce secteur qui, par ailleurs, constitue une nécessité pour les Magasins du Monde du fait qu'il procure davantage de marges que l'alimentaire. Les organisations ne peuvent se satisfaire de stratégies marketing, elles doivent élargir leur approche et innover.

Le mouvement des Magasins du Monde est appelé à réagir davantage face à ce déclin vertigineux de l'artisanat traditionnel. Désertion des acheteurs, disions-nous ! Mais rappelons tout de même que les Magasins du Monde et les boutiques privées ont des atouts à faire valoir à ce secteur. Les objets d'artisanat n'empruntent pas le chemin de la grande distribution ce qui constitue une chance à la fois pour les artisans et pour les distributeurs du CE. Abandonner le monde du quantitatif pour celui du qualitatif est une question de choix de société.

Les bénévoles ont aussi à en finir avec cet a priori négatif sur ce qui est cher. Produire de ses mains, en utilisant des matériaux naturels et nobles, a un coût élevé et une vocation sociale. Le travail des mains est au fondement de l'intelligence humaine et si nous voulons travailler en faveur de l'épanouissement des personnes et de la sauvegarde de l'environnement, nous avons intérêt à favoriser l'art des mains.

Et pour terminer, je dirais que chacun de nous a à réapprendre à penser la complexité. Rien dans l'ordre humain n'est tout blanc ou tout noir ; *tout est blanc et noir en même temps. (selon le philosophe Paul Ricoeur).*

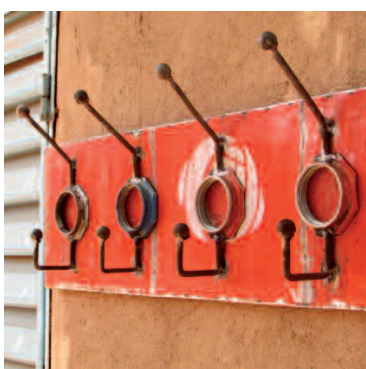
Bernadette Oriet



Photos : © Frangipanier

Innovation, encore et encore.... au centre Lukaré, Burkina Faso

En 2006, Inoussa Dao gagne le premier prix de la dixième édition du SIAO (Salon international de l'artisanat à Ouagadougou). Ethnik.org lui décerne le prix Artisan Entrepreneur sous forme de bourse, ce qui lui permet de suivre une formation de six mois à l'École Nationale Supérieure de création industrielle (ENSCI) en France. Et son destin est scellé.



Inoussa est à l'origine de la fondation du centre Lukaré. Dès le début, celui-ci réunit de jeunes apprentis pour leur enseigner les techniques de la soudure du métal, une démarche inédite au Burkina Faso. Le renouvellement est le maître-mot du centre Lukaré.

Inoussa est un plasticien designer, dont l'inventivité n'a pas de limites, mais il est aussi un très grand monsieur, d'une humanité exemplaire. « *Abandonner est un verbe dédié aux faibles et seule la volonté appelle l'action et l'action produit le résultat* » constitue un de ses moteurs de vie.

Et il reprend les mots de Martin Luther King à son compte. « *Notre vie commence à s'arrêter le jour où nous gardons le silence sur les choses graves* ».

Jusqu'ici, Inoussa a formé 50 designers qui peuvent vivre de leur travail.

Kader Kaboré, ex plasticien du centre Lukaré, a décidé de créer son propre atelier Ka-Yiiri. Il prône la culture contre la barbarie.

« *La formation à l'ENSCI a été pour moi une lumière et je trouve la technique des métaux riche et puissante. J'arrive à l'exploiter et elle peut être associée à différentes utilisations. Mon rêve est d'ouvrir une école de design.* »

Un autre artiste a pris aussi son envol : Boureima Ouedraogo, artiste sculpteur, fils de colonel burkinabé et d'une mère masāi alphabète. Un métissage qui a produit du génie. Aujourd'hui, Boureima sculpte des personnages oniriques : corps humains à têtes d'animaux qui questionnent notre déficit de pensée contemporain..

Le centre Lukaré en 3 espaces de création

Le mot Lukaré désigne « le grenier » en langue peul. Le centre Lukaré, c'est à la fois des espaces de création et une boutique, qui regroupe de nombreux artisans-plasticiens sur trois sites. A Gounghin, il y a celui où

Inoussa fabrique avec d'autres, des meubles en bois de différentes essences et en fer battu, parfois incrustés de bronze ou de masques. Inoussa est l'auteur du siège à palabre et du buffet Lumumba, par ex.

De plus petits objets y sont aussi réalisés : plateaux, boîtes à bijoux, lampes, dessous de plats, cadres. Leurs dernières trouvailles : redonner une seconde vie à des bouts de bois morts, trouvés ici et là. Tous les objets sont composés de deux ou trois matériaux récupérés, à hauteur de 98%. Il s'agit là de la signature du centre.

L'atelier spécialisé dans le tissage et dans la réalisation de boîtes et d'autres objets en pneus se trouve à un autre endroit. Et celui du travail du métal occupe un autre local.

Le centre monte des expositions en Europe, notamment à Chambéry et en Afrique. La clientèle est mixte, composée de Burkinabés et d'étrangers. La situation de tensions que vit le pays a eu des conséquences sur les ventes de l'artisanat, qui ont baissé depuis 2014. Lukaré envisage de miser davantage sur les exportations durant les périodes creuses au Burkina Faso.

Liens avec le commerce équitable

Le centre Lukaré est membre de la Plate-Forme du commerce équitable (Burkina Faso) présidée par Lassané Ouedraogo de Napam Beogo/Mains du Monde. En Suisse, quelques articles sont distribués par Mercifair, dont ceux de Moogoo disponibles dans les Magasins du Monde, le Balafon/GE et la boutique Nakando de Corcelles. Ils sont importés par la société Moogoo, située à Francfort. (voir page 10).

La formidable dynamique créative des plasticiens du centre Lukaré montre qu'il n'est nul besoin, pour les groupes d'artisans du commerce équitable au sud, de faire appel à des designers européens.

Bernadette Oriet

Teintures naturelles

L'industrie textile est une des plus polluantes du monde. Les teintures utilisées sont essentiellement issues de l'industrie chimique. Fair'act (www.fairact.org) nous rend attentifs au fait que « la teinture est une étape délicate : si les colorants contenant des métaux lourds sont interdits en Europe, ce n'est pas le cas dans tous les pays du monde. Ces substances sont dévastatrices puisqu'elles polluent l'air, le sol et les eaux ».

Utiliser des teintures naturelles demande du temps qui se répercute sur le prix: il faut aller chercher les produits dans la nature (racines, écorces, baies, feuilles, bois, lichens, champignons, etc.) et les travailler pour en extraire les principes actifs. Par contre, ce procédé réduit sensiblement l'impact environnemental et apporte une plus-value conséquente aux producteurs. De plus, les teintures naturelles procurent des reflets vivants, qui peuvent varier avec le temps, d'où l'intérêt de ce mode de teinture par rapport à la froideur des teintures artificielles.

Dans une boutique équitable, on est plongé dans un univers où les « règles » de production, de transformation et de commercialisation divergent de celles du système conventionnel. Y rentrer en s'attendant à trouver les mêmes prix que dans la grande distribution reviendrait à annuler l'essence même du CE. Un questionnement plus profond sur nos habitudes de consommation s'impose : « Acheter moins mais mieux », voici notre credo !



Photo : Magalie Monard

Ces échantillons de laine d'alpaga, de mouton et de coton des photos ont été teints avec l'aide d'une spécialiste, à l'Ecole de « Capacitacion » des Jeunes Filles de Huancavelica (Pérou) entre 1972-1973 (Bernadette en était la directrice). Tous les éléments des teintures ont été récoltés dans les environs de Huancavelica, à plus de 3'800 mètres d'altitude.

Les ateliers d'artisanat du textile du commerce équitable du Pérou traitent toujours leurs fibres avec des colorants naturels. Cette pratique ajoute sensiblement à la qualité des articles et à leurs prix. Ceci explique cela : désormais, la tendance est à l'offre de pièces teintes artificiellement, réalisées avec des fibres synthétiques, sur les marchés touristiques.

Parmi les organisations péruviennes du commerce équitable fournissant des articles textiles à claro fair trade, il y a Raymisa pour Unica (vêtements en alpaga et en coton tanguí et pima, le plus fin du monde), CIAP, Allpa et Royal Knit S.A.C.

Au fil des générations au Pérou



Photos : © Helvetas



L'histoire a commencé dans les années 1970, dans un petit village des Andes situé à 3'200 mètres d'altitude, où le climat est rude et où les cultures se font assez rares, à part celle des pommes de terre. Le couple Cutipa Benita et de Sebastian López, se trouvant sans emploi malgré des années d'études, s'est intéressé à un projet d'aide aux paysans défavorisés et s'est demandé s'il était possible de créer des revenus complémentaires grâce à l'artisanat traditionnel. Le couple a fondé une petite manufacture textile, s'est procuré des fils de qualité et des métiers à tisser afin que les familles puissent affiner leurs techniques de broderie, de tissage et de tricotage.

Le plan a fonctionné : les articles en laine de jeunes alpagas ont trouvé de nombreux acheteurs sur les marchés locaux, ce qui a notablement amélioré les moyens de subsistance des agriculteurs et a aussi renforcé leur identité culturelle.

Aujourd'hui, les deux filles de ce couple, Mariela et Gabriela, poursuivent ce que leurs parents ont initié. Très tôt, elles ont partagé l'idée d'ouvrir la voie de l'autonomie aux paysans. Toutes deux sont entrées dans l'entreprise en valorisant les lignes directrices, en priorité pour que les paysans puissent continuer de travailler leurs champs tout en décidant de la quantité d'articles qu'ils réalisent à côté. Les deux jeunes femmes se sont aussi demandé ce dont le marché international avait besoin. Pour être compétitives, elles ont créé de nouveaux produits et acheté des machines modernes. Depuis 2000, elles commercialisent des articles en tricot sous le nom de «Royal Knit».

Aujourd'hui 400 personnes, dont un grand nombre issues de communautés indigènes, font partie de la génération tricot «Royal Knit». À Cusco, Puno, Huancavelica ou Lima, le salaire juste qu'elles perçoivent pour le

travail d'artisanat et d'autres tâches de production et d'expédition permet d'améliorer les conditions de vie des familles et de payer les frais de scolarité des enfants. La production de tricots a également provoqué un profond changement de mentalité : une femme gagnant de l'argent n'est plus une réalité considérée comme honteuse. Et l'égalité entre les sexes dans les collectifs d'artisans est profitable à tous.

L'entreprise familiale Royal Knit est toujours restée fidèle à la laine des jeunes alpagas – ce petit camélidé originaire des Andes qui vit en groupe dans les villages. Autrefois réservée aux rois Incas, cette laine est l'une des plus naturelles et des plus luxueuses, plus fine encore que le cachemire, plus chaude et plus résistante que la laine de mouton. Par ailleurs, elle ne contient pas de lanoline qui peut provoquer des allergies. Depuis 2012, «Royal Knit» porte le label de qualité de l'Organisation mondiale du commerce équitable (WFTO).

Les tricots de Royal Knit sont disponibles dans le Fairshop d'Helvetas :

www.fairshop.helvetas.ch/alpaca

Développer la qualité des produits



Au Népal, Mahaguthi Craft With Conscience est une organisation Fairtrade qui, à travers la production, la commercialisation et l'exportation de produits d'artisanat népalais aux niveaux national et international, offre depuis 1984 un soutien technique, social et financier à des groupes de populations défavorisés, en priorité à des femmes. Le précurseur de ce projet a été Tulsī Mehar qui, après avoir vécu en exil en Inde et collaboré avec le Mahatma Gandhi, s'est engagé dès 1923 pour le changement social dans son pays, le Népal.

Mahaguthi s'engage pour le progrès socio-économique, pour l'équité, la justice et la paix, en soutenant des communautés désavantagées. Elle encourage la formation de micro-entreprises dans des régions isolées, soutient les ressources et les cultures locales, renforce la cohésion et les capacités des artisans, développe la qualité des produits. La protection de l'environnement et la durabilité sont des valeurs centrales de Mahaguthi. L'organisation mène une promotion active des dix principes du commerce équitable désignés par World Fair Trade Organization (WFTO) et joue également un rôle clé dans le plaidoyer pour le commerce équitable à l'échelle nationale, régionale et internationale. Le CEO, Dr. Sunil Chitrakar (voir photo) est en effet élu pour les années 2018-2019 en tant que représentant pour l'Asie du WFTO.

Quelque 1000 artisanes et artisans prennent part au projet, dont plus de la moitié vivent dans des zones montagneuses isolées. La plupart sont des femmes démunies qui réali-

sent des articles à domicile. Elles sont soutenues et bénéficient du congé maternité et de services médicaux. Ce travail leur permet d'offrir de meilleures conditions de vie à leurs familles. L'assortiment des produits que Mahaguthi commercialise et exporte en Europe, en Amérique du Nord et en Asie est large et diversifié, avec notamment des tissages, de la papeterie, des bijoux ou encore de la céramique. L'organisation a ouvert deux magasins dans la vallée de Katmandou.

Les beaux châles que le Fairshop d'Helvetas propose pour cet hiver 2019-2020 sont tissés manuellement par des femmes. Plusieurs modèles et formats existent : 100% en laine de mouton dans différents coloris unis ou avec un motif à chevrons, ainsi qu'un pashmina en cachemire et soie dans des tons gris-bleus avec un motif représentant des fleurs grimpanes.

L'assortiment de châles népalais du Fairshop d'Helvetas est présenté ici:

www.fairshop.helvetas.ch/mahaguthi



Photos : © Helvetas

Moogoo, Burkina Faso



Photos : © Moogoo

Dans les 54 pays du continent africain, les artisans créent, depuis des millénaires, des objets utilitaires, décoratifs, rituels... à base de matières premières les plus diverses. Mais dans les réseaux du commerce équitable, l'artisanat africain est très peu présent, malgré les efforts des centrales d'importation européennes ainsi que de l'Organisation mondiale du commerce équitable (WFTO) et en particulier de son antenne africaine, la Coopération pour le commerce équitable en Afrique COFTA.

Cette situation est due à plusieurs facteurs. Les coûts de production en Afrique sont plus élevés qu'ailleurs, car tout y est cher - en particulier le courant et le carburant - et faute d'infrastructures adéquates, le transport est très souvent compliqué. S'y ajoute la concurrence de l'artisanat provenant d'Asie, produit en plus grandes quantités, ainsi que de la contrefaçon asiatique d'objets africains traditionnels tels que les paniers Bolga du Ghana... De plus, la part de l'Afrique dans le commerce international a toujours été faible et est, aujourd'hui, insignifiante (moins de 2%).

Remédier à ces entraves est, tout d'abord, une question politique. À notre niveau, nous n'avons pas vraiment les moyens de changer la donne. Toutefois, nous pouvons tenir compte des énormes difficultés auxquelles sont confrontés les artisans africains et faire en sorte de valoriser davantage nos anciens partenaires africains tels que la savonnerie Yam Leende (voir ex aequo n° 55). Nous pouvons aussi nous intéresser au projet de Moogoo, qui fournit à Mercifair depuis peu

de temps des objets en tôle recyclée, exposés récemment au showroom de l'Association romande.

« On croit qu'on va faire un voyage, mais bientôt c'est le voyage qui vous fait, ou vous défait. » (Nicolas Bouvier)

Cette citation de Nicolas Bouvier résume, en quelque sorte, le parcours d'un jeune économiste français, passionné d'art moderne et adepte du commerce équitable. Après avoir pris en 2009 la route pour aller de Paris à Ouagadougou et passé six mois dans la capitale burkinabé, Elliott Martin s'est rendu compte des énormes difficultés rencontrées par les artisans africains pour vivre dignement de leur travail. Comme un autre voyageur, Hendrick, dont la voix a résonné dernièrement dans ex aequo (voir n° 66, « chocolat made in Ghana »), il a décidé d'agir. Après une formation en commerce international et un master en marketing et développement durable, il a fondé, en 2011, une petite société à responsabilité limitée qui a pour but de soutenir des artisans et designers burkinabés par la commercialisation





Photos : © Moogoo

équitable de leur production et de valoriser ainsi leur savoir-faire et leur créativité, trop peu connus en Europe. Son siège se trouve en Allemagne; son nom, Moogoo, est d'origine burkinabé.

Moogoo : un nom emblématique à trois dimensions

En effet, Moogoo est un mot moré, la langue des Mossis, une des principales ethnies du Burkina. Il signifie pays d'origine, mais aussi monde, voire univers. Le choix de donner ce nom à un projet visant à promouvoir en Europe des objets créés au Burkina, est emblématique. En effet, Moogoo évolue dans ces mêmes dimensions : il respecte des traditions et ressources locales, il favorise les échanges interculturels et il s'inspire des nouveaux courants artistiques universels.

Le commerce équitable : une fois de plus, un levier puissant !

Le Burkina fait partie des pays les plus pauvres de la planète et subit ces derniers temps, dans le nord du pays, des attaques meurtrières rarement médiatisées sous nos latitudes. Toutefois, le « pays des hommes intègres » dispose aussi de nombreuses ressources et compétences locales, mais qui restent trop peu valorisées. Ce constat est à

l'origine de la fondation Moogoo dont le but est le même que celui de deux partenaires burkinabés que vous connaissez, à savoir Upromabio, qui produit des mangues séchées vendues aux Magasins du Monde et la savonnerie Yam Leende (voir ex aequo n°55) : la création de sources de revenus décentes, basées sur les principes du commerce équitable.

Moogoo s'est engagée à travailler en toute transparence, à prévoir un partenariat à long terme, à assurer la garantie d'achat, à mettre à disposition des matières premières en tant que préfinancement des commandes, à prendre en charge les frais du transport vers l'Europe et à trouver des débouchés. De plus, Moogoo s'attelle au développement de produits et à la création de plus-value, en veillant à la redistribution équitable de cette dernière. Les artisans travaillent sur la base d'un contrat, obtiennent des prix rémunérateurs et bénéficient de conditions de travail décentes, de formations, de soins de santé et de microcrédits lorsque ces derniers sont destinés à des projets utiles à la communauté.

Actuellement, Moogoo encadre une dizaine d'ateliers où travaillent environ 40 artisans, exclusivement des hommes. Toutefois, de





Photos : © Moogoo



Une filière qui valorise les ressources locales...

Les objets commercialisés par Moogoo et distribués en Suisse par Mercifair sont faits avec de la tôle récupérée d'anciens barils de pétrole. Leur design s'inspire des traditions locales, mais fait aussi preuve de créativité. Il s'agit de pièces uniques, exclusivement faites à la main, qui demandent beaucoup de travail et de savoir-faire : nettoyage des barils, découpage, façonnage, soudure, décoration, finition des objets...

... et tient compte de l'empreinte écologique

Le transport en Europe se fait de la manière la plus écologique possible : les commandes sont acheminées par le train jusqu'au port d'Abidjan en Côte d'Ivoire, puis par bateau jusqu'à Anvers et ensuite par voie fluviale jusqu'à Francfort où se trouve le siège de Moogoo.

plus en plus de jeunes femmes commencent à s'intéresser aux métiers traditionnellement réservés aux hommes. Soucieux des questions de genre, Moogoo souhaite favoriser leur implication et contribuer ainsi à l'évolution des mentalités.

Des boîtes de Moogoo pour le chocolat made in Ghana ?

Les deux voyageurs, Elliott et Hendrick, ont eu l'occasion de se rencontrer, de se découvrir des affinités et de renforcer leur déter-

mination à s'engager pour et avec des partenaires africains. L'idée d'une boîte « chocolat » en tôle recyclée a surgi, mais a dû être abandonnée à cause des normes de sécurité alimentaire de l'UE. Toutefois, d'autres idées sont en chantier... Gageons que nous en reparlerons dans ces colonnes !

Elisabeth Piras avec l'aimable collaboration d'Elliott Martin/Moogoo
Infos complémentaires : <http://moogoo-creative-africa.com/>

Mercifair – c'est qui, c'est quoi au juste ?

Parmi les fournisseurs agréés des Magasins du Monde de Suisse romande figure, depuis toujours, une organisation d'importation et de distribution de produits artisanaux du Sud du nom de La Kalebasse, créée en 1974 au sein de la Mission 21 (anciennement département de la mission évangélique de Bâle).

Dès ses débuts, La Kalebasse a adhéré aux principes et pratiques du commerce équitable. Par la suite, elle a adopté, dans le but de davantage de transparence et d'autonomie, le statut d'une Sarl. Depuis 2012, elle porte un nouveau nom, Mercifair, mais ses objectifs n'ont pas changé : faire redécouvrir aux populations locales la richesse de leurs traditions, créer des sources de revenus sur place, et assurer des débouchés à long terme en Europe. Concrètement, Mercifair offre aux artisans et agriculteurs des prix rémunérateurs, des garanties d'achat ainsi que des services visant l'amélioration de la production et la création de nouveaux produits.

Quant à la sélection des partenaires, Mercifair privilégie la collaboration avec des membres de WFTO, mais n'exclut pas des groupes qui pour diverses raisons ne le sont pas ou pas encore, comme c'est le cas de Moogoo. Par ailleurs, Mercifair est membre de Swiss Fair Trade depuis 2015.

Ceci est plus qu'un sac

L'un des principes fondamentaux du commerce équitable est de créer des opportunités pour les producteurs ou d'autres groupes marginalisés. C'est exactement ce que fait l'organisation Centre de ressources pour les artisans (CRC) tous les jours depuis plus de 25 ans.



Photos : © claro

Le CRC est un pionnier du commerce équitable et de la production écologique. Le cuir provient de tanneries qui n'utilisent pas de produits chimiques nocifs ni de métaux lourds. Cela garantit également la sécurité des artisans et des utilisatrices de ces articles en cuir.

Le coton, tissé à la main, qui se retrouve à l'intérieur des sacs est biologique. Le CRC encourage également l'utilisation de matériaux recyclés par des groupes de producteurs et suit leur travail par des visites régulières.

Notre éco-cuir provient de buffles (bœufs) du nord-est de l'Inde, une région très agricole, où les animaux produisent du lait et travaillent aux champs. Le cuir de buffle est considéré comme extrêmement robuste, il est légèrement plus épais que le cuir de vachette et présente une surface légèrement plus grossière. Le tannage du cuir est écologique et aucun des produits chimiques nocifs tels que le sel de chrome 6, que l'on trouve fréquemment en tannerie, n'est utilisé. Les colorants appliqués ne contiennent aucune substance chimique nocive. Le caractère naturel est accentué par le traitement en douceur.

Par conséquent, les irrégularités sur la surface du cuir, telles que les piqûres d'insectes, ou les traces mineures causées par des arbustes piquants, sont visibles. Le cuir écologique que nous vous proposons obtient au fil du temps une patine naturelle spéciale avec une surface légèrement brillante, dont les traces d'utilisation qui peuvent rester visibles. Ces changements sont l'expression du naturel et sont donc souhaités. La surface non scellée peut entraîner une usure minimale du matériau au début de l'utilisation. Avec le temps, l'intensité de la couleur s'affaiblit légèrement.

Nos sacs sont composés de presque 150 pièces de cuir différentes, si bien qu'une multitude d'étapes de transformation sont nécessaires, ce qui demande de nombreuses heures d'un travail artisanal minutieux. Prenez-en soin !

claro fair trade

Nos conseils d'entretien

Tout d'abord, testez toujours le produit de soin sur les zones cachées.

L'imprégnation rend le cuir moins perméable à l'eau et aide à prévenir les salissures. Avant la première utilisation, humidifiez légèrement le cuir avec un spray d'imprégnation et laissez sécher. Renouvelez cette opération à intervalles réguliers par la suite. Protégez votre sac en cuir écologique de la pluie et du soleil intense. Traitez les cuirs plus anciens avec de la graisse, une lotion ou une huile pour cuir afin de les rafraîchir et de protéger le cuir. Ainsi, la couleur redevient plus intense et le cuir conserve sa souplesse. Traitez les éventuelles taches avec un chiffon doux, du savon neutre et très peu d'eau tiède, essuyez. Absorberez immédiatement le liquide ou la graisse avec un chiffon absorbant sans frotter. Attention : les détachants à base de solvant ne conviennent absolument pas ! Conservez le cuir dans un endroit aéré avec environ 50% d'humidité. Après la pluie, laissez le cuir humide sécher lentement à température ambiante.

Bricelets aux épices et au sucre mascobado



Photo : Magalie Monard

Préparation 15 min. Laisser reposer 1 heure.
Cuisson au four à bricelets.

120g de beurre
250g de sucre Mascobado*
3 œufs
1 pincée de sel
1 zeste de citron
500g de farine
1cc d'épices pour pain aux fruits*
ou épices pour pain d'épices* ou cannelle*

Travailler le beurre en mousse.
Ajouter alternativement le sucre et les œufs.
Incorporer le reste des ingrédients et former une boule.
Laisser reposer la pâte 1 heure.
Former des petites boules et passer au fer à bricelets.

* sont disponibles dans les Magasins du Monde



fairbrands

l'équitable incontournable.

**Nos projets et produits équitables
dans l'artisanat et la confection**

Découvrez-les sur :
shop.fairbrands.ch
www.fairbrands.ch

**Notre magasin spécialisé
dans la confection équitable**

Nordring Fair Fashion
Lorrainestrasse 4
3013 Bern

**SWISS
FAIR
TRADE**

Fairbrands est membre de Swiss Fair Trade



Une initiative face à des pratiques irresponsables

Le géant zougois Glencore pollue des fleuves en Colombie et expulse violemment des autochtones de leurs terres ancestrales au Pérou. La firme bâloise Syngenta vend des pesticides mortels alors qu'ils sont interdits en Suisse depuis longtemps. Des multinationales ayant leur siège en Suisse ne cessent de violer les droits humains et de mépriser les standards environnementaux minimaux. L'initiative pour des multinationales responsables vise ainsi une évidence : lorsqu'une multinationale viole les droits humains ou détruit l'environnement, elle doit rendre des comptes.

Les multinationales doivent enfin répondre de leurs actes

Les managers des grandes multinationales savent exactement où le bât blesse en matière de droits humains. Mais au lieu de renoncer à des affaires plus que délicates, ils préfèrent faire tourner leurs départements RSE pour tenter de soigner leur image plutôt que s'atteler à résoudre les problèmes. C'est pourquoi, l'initiative vise à ce que les multinationales répondent des violations des droits humains et des destructions de l'environnement qu'elles causent, elles-mêmes ou leurs filiales. Les multinationales ne pourront ainsi plus fermer les yeux.

En Suisse aussi, il faut des règles contraignantes

L'initiative pour les multinationales responsables ne demande pas l'impossible. Dans de nombreux pays, son objectif est une réalité depuis longtemps. Ainsi, aux Pays-Bas, au Canada ou en Grande-Bretagne, des procès sont en cours contre des multinationales pour de graves violations des droits humains commises par leurs filiales. Le respect des droits humains et des standards environnementaux reconnus ne peut plus passer au second plan.

Il est de notre responsabilité en Suisse d'exiger des multinationales sur notre territoire d'agir en accord avec les droits humains et l'environnement. C'est pourquoi les Magasins du Monde s'engagent au sein d'une coalition réunissant plus de 110 organisations et y mène activement campagne en faveur de l'initiative pour des multinationales responsables. La votation aura lieu l'année prochaine, et pour la gagner, il est crucial de mener une campagne de longue durée au plus près des habitant-e-s, afin de contrer le puissant lobby des multinationales.

Soutien de l'économie, des églises, de la politique et des citoyen-ne-s

La plupart des multinationales suisses ne sont pas touchées par l'initiative car elles font preuve d'honnêteté. Or quelques-unes d'entre elles se placent au-dessus des standards environnementaux et méprisent les droits humains. Par leur manque de responsabilité, elles s'octroient des avantages concurrentiels. C'est ce que vise à empêcher l'initiative pour des multinationales responsables, qui est portée par une coalition toujours plus étendue de la politique et de l'économie. L'initiative bénéficie en effet du soutien du comité de l'« Economie pour des entreprises responsables » composé de plus de 150 entrepreneur-e-s, de la plateforme « Églises pour multinationales responsables » comprenant des paroisses, des communautés ecclésiastiques et des Églises cantonales ainsi que celui du « comité bourgeois pour des multinationales responsables » réunissant des politicien-ne-s de l'ensemble des partis du centre et de droite. Cela sans compter sur l'engagement de milliers de bénévoles engagés au sein de plus de 250 comités locaux qui mènent campagne dans leur commune partout en Suisse. Rejoignez-nous !

Pour rejoindre les comités locaux :

www.initiative-multinationales.ch/comites-locaux

Pour commander un drapeau : www.initiative-multinationales.ch/drapeau

Pour commander un sac : www.initiative-multinationales.ch/sac



Photos : © Initiatives multinationales





magasins du monde
solidaires au quotidien
www.mdm.ch

Photo : © Magalie Monnard

Agenda

**Pensez aux Magasins du Monde
pour vos cadeaux de Noël !**

**Pendant les fêtes, nos 36 boutiques
vous accueillent partout en Suisse romande.**

**Marchés de Noël, portes-ouvertes, petits déjeuners, soupes,
ouvertures spéciales sur : www.mdm.ch**



Abonnement 2020 : je m'abonne à *ex æquo* à titre de :

Bénévole	30 CHF	<input type="checkbox"/>	Membre soutien	110 CHF	<input type="checkbox"/>
Ami-e des Magasins du Monde	70 CHF	<input type="checkbox"/>	Parrain/Marraine	360 CHF	<input type="checkbox"/>

Je règle la somme à l'Association romande des Magasins du Monde
Rue de Genève 52, 1004 Lausanne
CCP 12-6709-5, IBAN CH83 0900 0000 1200 6709 5.

Nom _____

Prénom _____

Adresse _____

Code postal - Localité _____

Bulletin à retourner à l'adresse ASRO, rue de Genève 52, 1004 Lausanne.