

ARGUMENTAIRE BENEVOLES 2011

1. Présentation de l'association Equi'Max :

L'association est créée le 1^{er} septembre 1993 sous le nom *Autrement* et change de nom le 28 février 2001 pour devenir *Autrement Max Havelaar*. Puis c'est un changement d'adresse le 23 septembre 2004 : le siège social du '2 rue Claude Bernard 21000 Dijon' est transféré au '12 Avenue Eiffel 21000 Dijon' (parution au Journal Officiel du 30 octobre 2004).

L'association change à nouveau de nom le 24 mai 2005 et s'appelle désormais *Equi'Max*.

Afin de se confronter à un milieu qui n'était pas le leur, pour voir ce qu'ils « avaient dans les tripes », Benoît, Eric, François et Olivier ont créé l'association *Autrement* et sont partis 10 mois en Amérique du Sud, c'était en septembre 1993. En lien avec le CICDA (Centre international de Coopération et de Développement Agricole, devenu aujourd'hui AVSF -Agronomes et Vétérinaires Sans Frontières-), ils ont parcouru (souvent en binômes) la quasi-totalité des pays latino américains dans le but d'apporter un regard extérieur à des paysans travaillant sur un projet de développement. Que d'échanges fructueux pour ces quatre jeunes hommes évoluant dans le milieu agricole ou de l'environnement !

Si bien qu'à leur retour, ils ont souhaité partager leur voyage autour d'un diaporama, suivi d'un débat dont la problématique était la suivante : « **Nous avons accompagné en Amérique du Sud des personnes et des projets formidables, nous aimerions continuer à les aider depuis la France. Qu'en pensez vous ? Pouvons nous faire quelque chose ensemble ?** » Les 70 convives ont répondu à l'appel en adhérant au projet de caféiculteurs du Venezuela souhaitant que leur coopérative soit grée Max Havelaar. Après rencontre du torréfacteur Olivier Bernadas, de la société Lobodis, et du président de Max Havelaar France (certains points étaient à discuter avant de s'engager dans la démarche), les premiers paquets de café issus du commerce équitable labellisés Max Havelaar sont arrivés sur la place dijonnaise au premier semestre 1995. Toutes les occasions sont alors bonnes pour faire connaître le café et le concept Max Havelaar : réseaux, foires...etc.

L'association *Autrement* se veut aussi être un lieu d'échanges, de réflexion, une piste de décollage pour d'autres projets. C'est ainsi que naissent un SEL (Système d'Echange Local) et une CIGALE (Clubs d'Investisseurs pour une Gestion Alternative et Locale de l'Epargne Solidaire) : la Puce à l'Oseille à Dijon.

L'année 1998 est marquée par une campagne nationale organisée par le collectif « de l'éthique sur l'étiquette » visant à faire référencer le café Max Havelaar en grandes surfaces. La grande majorité des Français faisant leurs courses dans ce type de magasins, il paraît opportun d'y trouver le café du commerce équitable afin de développer sa notoriété. Le succès est assuré puisque dès 1999 les magasins Monoprix Prisunic adhèrent à la démarche, rapidement suivis des autres enseignes.

« L'activité café » de l'association *Autrement* devient alors importante et le besoin d'en faire une activité à part entière se fait ressentir. Aussi, en 1999, AUTREMENT se scinde en 2 associations : AUTREMENT MAX HAVELAAR pour le commerce équitable et GREUILLAGES pour la réflexion. Et en septembre 2000 est créé un poste salarié d'animateur coordinateur de l'association *Autrement Max Havelaar* dont le rôle est le suivant : sensibiliser le réseau associatif et local, informer les acteurs politiques locaux, éduquer au développement en milieu scolaire et universitaire, développer les relations avec les points de vente, informer et mobiliser les bénévoles autour des actions menées, avec un rayonnement bourguignon ponctuel.

En 2005, un second poste salarié est créé, dont les missions étaient les suivantes : développer la consommation hors domicile (entreprises et collectivités) et accompagner les porteurs de projet souhaitant créer une activité dans le domaine du commerce équitable.

Suite au départ de la chargée de mission en 2010, l'activité « entreprises » a été un peu laissée de côté. L'association a en effet décidée de se recentrer sur ses activités principales à savoir la sensibilisation de tous les publics même si elle continue largement à accompagner les collectivités.

2. Des marchés mondiaux qui dépassent les individus :

Aujourd'hui, quatre sociétés contrôlent 40% du commerce mondial du riz ; sept sociétés contrôlent 85% du commerce du cacao ; quatre grandes multinationales contrôlent 60% du marché mondial du café.

■ L'exemple du café :

La chute des cours mondiaux entre 2001 et 2005 a ruiné des millions de petits producteurs du Sud, et a affaibli des économies nationales (en Afrique notamment, puisque certains pays dépendent essentiellement du café pour leurs revenus d'exportation - ex : le Burundi à 78%).

Cette crise du café est due à des aléas climatiques (gel et sécheresse au Brésil, le plus gros producteur de café), et à une surproduction (du fait de la hausse des cours, certains ont inondé le marché).

=> *En 2003, un sac de café (100 livres) valait 50\$ alors que les coûts de production d'un sac sont de 80\$. Un sac de café vendu en équitable valait 121\$ à la même époque.*

=> *Alors que le chiffre d'affaires des ventes au détail de café dans le Nord est passé de 30 à 80 milliards d'euros entre 1990 et 2003, les revenus du café pour les exportateurs passaient de 12 à 5,5 milliards d'euros...*

3. Des millions de laissés-pour-compte :

■ Quelques chiffres du PNUD :

- 2,5 milliards de personnes vivent avec **moins de 2 \$ par jour**, soit 40% de la population mondiale.
- Le seuil de survie est fixé à **815 \$** par an et par famille.
- **840 millions de personnes** sont sous alimentées alors que les $\frac{3}{4}$ d'entre eux sont des paysans.

=> *Ex en Thaïlande, la 1^{ère} région productrice de riz qui compte 300 000 petits exploitants est l'une des plus pauvres du pays (76^{ème} sur 78).*

- Sur 1,3 milliard d'agriculteurs dans le monde, seuls 20 millions possèdent une machine, 280 millions ont un animal de trait, et 1 milliard n'ont que leur propre force de travail.

4. L'intermédiation :

Vus des villages du Sahel ou des plateaux andins, les fluctuations des cours mondiaux des matières premières sont chose complexe, voire indéchiffrable, alors qu'elles ont une incidence directe et palpable. Souvent, le seul maillon de la grande chaîne mondiale qu'un producteur peut rencontrer est le petit intermédiaire local.

Pour le cacao, par exemple, il est normal qu'un sac change au moins trois fois de mains avant d'atteindre les ports. Les intermédiaires profitent parfois de l'isolement des producteurs pour les

tromper sur les prix ou les poids, voire pour leur prêter de l'argent à des taux d'usure exorbitants. En Amérique du Sud, les producteurs les appellent les « coyotes ».

=> *En moyenne, dans les circuits conventionnels, il y a 10 intermédiaires entre le producteur et le consommateur.*

5. Le commerce équitable, c'est quoi ?

Un principe simple : "toute personne a le droit de vivre décemment de son travail."

"Le commerce équitable est un partenariat commercial, basé sur le dialogue, la transparence et le respect, qui vise plus d'équité dans le commerce international. Le commerce équitable contribue au développement durable en proposant de meilleures conditions commerciales aux producteurs marginalisés, spécialement dans le Sud, et en sécurisant leurs droits."

Définition officielle de FINE, 2001
(Structure internationale qui regroupe tous les acteurs du commerce équitable)

=> *Autonomie plutôt qu'assistance :*

L'idée fondatrice est simple : plutôt qu'établir un rapport d'assistance, mieux vaut construire une relation d'échange commercial qui bénéficie à chacun, et dont les règles auront été acceptées par tous. Chacun en ressort gagnant, le consommateur ayant la satisfaction d'un bon produit, le producteur obtenant un bon prix et la perspective d'un avenir qu'il a choisi.

6. Les 5 principes du commerce équitable :

- Assurer une **juste rémunération** du travail des producteurs, leur permettant de **satisfaire leurs besoins élémentaires** ;
- Garantir le **respect des droits fondamentaux** des personnes ;
- Instaurer des **relations durables** entre partenaires économiques ;
- Favoriser la **préservation de l'environnement** ;
- Proposer aux consommateurs des **produits de qualité**.

7. Historique du commerce équitable :

Après la deuxième guerre mondiale, sous l'action des associations protestantes "Ten thousand villages" et "SERRV International" (Sales exchanges for Refugee Rehabilitation Vocation), un commerce direct avec les communautés économiques défavorisées des Pays du Sud est initié, afin de concrétiser leur engagement religieux d'aide aux plus pauvres.

Dès la fin des années 50, une association néerlandaise inspirée du roman de Multatuli importe des produits en provenance des Pays en Développement, court-circuite les intermédiaires peu enclins au partage des bénéfices, et les vend par correspondance via les églises et les réseaux tiers-mondistes.

En 1964, des producteurs qui subissent de plein fouet la chute des cours du café lancent via la CNUCED l'appel « Trade, not Aid », qui est le fondement du commerce équitable actuel.

Cependant, en 1968, lors de la réunion suivante de la CNUCED à New Delhi, leurs revendications n'aboutissent pas, et face à cet échec, les associations lancent leurs propres initiatives commerciales.

L'association "OXFAM" naît au Royaume-Uni au milieu des années 60 ainsi que "SOS Wereldhandel" aux Pays-Bas. L'une et l'autre se regroupent dans une filière dite "intégrée", où des organisations

Association EQUI'MAX

« Pour la promotion du commerce équitable et du label Max Havelaar en Bourgogne »

spécialisées sont chargées de l'importation et de la vente directe aux consommateurs à travers des boutiques et Magasins du Monde, en dehors des circuits de distribution classique. Le premier magasin de commerce équitable ouvre ses portes aux Pays-Bas en avril 1969. Deux ans plus tard, il en existe plus de 120. Le succès du commerce alternatif s'étend rapidement à d'autres pays : Allemagne, Autriche, Suisse, Belgique, Suède, Royaume-Uni, France.

L'association Artisans du Monde naît en 1974 en France de l'initiative de militants qui veulent soutenir les producteurs de jute du Bangladesh, dont les cultures sont menacées par des inondations, en achetant leurs surplus et en les écoulant sur le marché français. Ces actions sont étroitement liées pendant un temps à celles de l'Abbé Pierre avant une scission entre les "historiques", issus d'Emmaüs, plutôt caritatifs et modérés, et les "jeunes", tenants d'une approche plus politique du tiers-mondisme.

La première boutique Artisans du Monde ouvre ses portes à Paris en 1974. Son objectif est, en sus de la vente, d'informer les consommateurs sur les conditions du commerce équitable et de faire de l'Education Au Développement. Depuis, une fédération a été créée, regroupant plus de 160 associations ainsi qu'une centrale d'importation de produits issus de coopératives de producteurs marginalisés du Sud : Solidar'Monde.

Durant les années 70 et 80, la structure du mouvement du commerce équitable évolue rapidement. L'importation des produits est rationalisée pour satisfaire aux normes et législations nationales et certaines organisations d'importations deviennent de véritables entreprises, vendant leurs stocks via les magasins de commerce équitable ou par correspondance.

Parallèlement, les magasins alternatifs de plusieurs pays commencent à établir des organisations nationales. Parfois, comme en Belgique, celles-ci oeuvrent à la fois comme organisme d'importation et comme représentant de magasins regroupés en réseaux. Dans d'autres pays, comme aux Pays-Bas ou au Royaume-Uni, une association rassemble les magasins qui n'importent pas nécessairement eux-mêmes, mais achètent à des importateurs.

Les années 80 marquent un tournant pour le commerce alternatif qui, désormais appelé Commerce Equitable, devient un véritable mouvement. Jusqu'alors, le mouvement était resté cantonné à des circuits de distribution spécialisés et n'était donc connu que par les personnes déjà sensibilisées. Les consommateurs se montrent de plus en plus sensibles aux problèmes d'environnement et aux conditions de production dans les pays du Sud. Les coopératives de production, quant à elles, font pression pour vendre davantage, d'autant plus que les prix des matières premières s'effondrent.

En 1986, des petits producteurs de café du Chiapas (Mexique), lancent un cri d'alarme sur leurs conditions de travail. La réaction vient à nouveau des Pays-Bas. En 1988, l'association Max Havelaar, apparaît, premier "logo" de Commerce Equitable.

Un courant dit "réformiste" voit alors le jour. L'objectif est de mettre en relation directe des petits producteurs du Sud avec des importateurs-torréfacteurs européens classiques. Le producteur se voit assurer une rémunération minimum, le plus souvent au dessus des prix du marché. Plus précisément, les engagements de ce courant sont d'assurer une juste rémunération du travail des producteurs marginalisés, leur permettant de satisfaire leurs besoins élémentaires : alimentation, logement, santé, éducation, protection sociale ; de renforcer les organisations des producteurs du Sud ; de promouvoir et de soutenir au sein des organisations de producteurs, la transparence et la démocratie participative pour les prises de décisions, ainsi que le respect des droits de l'homme au travail (refus de l'exploitation des enfants, du travail forcé, de l'esclavage...), enfin, de favoriser la préservation de l'environnement. Le label Max Havelaar France est apposé sur les produits dont les conditions de production et de traçabilité sont contrôlées par des auditeurs indépendants. Aujourd'hui, Max Havelaar est présent dans 58 pays producteurs et 21 pays consommateurs.

Dès que le café Max Havelaar fait son entrée dans les supermarchés, il remporte un franc succès qui s'étend au-delà des frontières néerlandaises. Des organisations de commerce équitable adoptent cette certification en Belgique en 1990, en Suisse et en France en 92, au Danemark en 1994. En Allemagne, des organisations de commerce équitable lancent leur propre label, "Transfair", en 1993. Il est par la suite adopté par l'Autriche, le Japon et l'Italie. L'Irlande et le Royaume-Uni ont également, depuis 1994, leur label : Fair Trade.

Aujourd'hui, même si pour des raisons pratiques, les trois labels conservent leur nom d'origine, ils sont harmonisés et ne font d'ailleurs plus qu'un depuis la création d'une organisation de labellisation au niveau européen (International Fair Trade Labelling Organisation-FLO), en avril 1997.

En 1989, à l'échelle internationale, l'IFAT, Fédération International du Commerce Alternatif est créée.

Les réseaux d'Organisations de CE se regroupent également à l'échelle européenne en deux structures (EFTA : Association européenne du Commerce Equitable qui fédère les grandes centrales d'importation) et NEWS (Réseau européen des Magasins du Monde).

En France, on assiste au même élan de structuration avec la création de la PFCE (Plate-Forme pour le Commerce Equitable) en 1997, qui est le premier collectif de ce type en Europe. Elle regroupe alors une dizaine d'Organisations de Commerce Equitable (Andines, Artisans du Monde, Max Havelaar France, ASPAL..) ainsi que des organisations de Solidarité Internationale et d'Education Au Développement. Elle compte aujourd'hui 34 membres.

8. Et Max Havelaar ?

Max Havelaar est une association de loi 1901 qui promeut le commerce équitable et propose un label de garantie du commerce équitable. L'association Max Havelaar n'achète ni ne vend aucun produit. Elle gère un label apposé sur des produits de différentes marques.

=> *Francisco van der Hoff et Nico Roozen fondent Max Havelaar aux Pays Bas en 1988.*

=> *MH France est créé en 1992.*

La position d'Equi'Max par rapport à Max Havelaar :

L'association Equi'Max (comme l'ensemble des groupes locaux français faisant la promotion du label Max Havelaar) est totalement indépendante statutairement de Max Havelaar France.

Actuellement, vis à vis de la structure nationale Max Havelaar France, Equi'Max s'est donnée pour mission :

- de relayer et représenter MHF auprès du local
 - dans les campagnes et événements nationaux (quinzaine, SSI, campagne TDCE...)
 - pour l'information du public des finalités et moyens d'actions de MHF
 - pour l'information auprès des collectivités locales de la démarche MHF
- de solliciter MHF
 - dans les réponses aux attaques et polémiques du système MHF
 - dans l'organisation de débats sur le positionnement et l'évolution de MHF
 - dans l'organisation d'événements dont l'ampleur dépasse le cadre local
- de relayer les réalités locales auprès de MHF
 - en rendant compte des activités de terrain
 - en exprimant les besoins locaux

Equi'Max a d'ailleurs choisi de n'engager que sa propre identité :

- au sein des actions de formation en milieu scolaire
- dans la production d'outils pédagogiques

9. D'où vient le nom Max Havelaar ?

Max Havelaar est le nom du héros d'un roman hollandais de la fin du XIX^e siècle (écrit par Edouard Douwes Dekker, alias Multatuli) qui dénonçait les mécanismes d'oppression instaurés par la société néerlandaise dans une de ses principales colonies, l'Indonésie.

10. Le système FLO Max Havelaar : la filière labellisée :

La fédération FLO créée en 1997 :

Fairtrade Labelling organisations international (FLO) fédère les vingt associations nationales du mouvement Fairtrade et les trois réseaux continentaux de producteurs certifiés.

Son rôle : elle définit les standards, développe de nouvelles filières, identifie les producteurs. Elle apporte aussi un soutien aux organisations de producteurs pour qu'elles soient plus fortes.

Ex : *Développement de nouvelles filières* : Etudes, identification des producteurs...

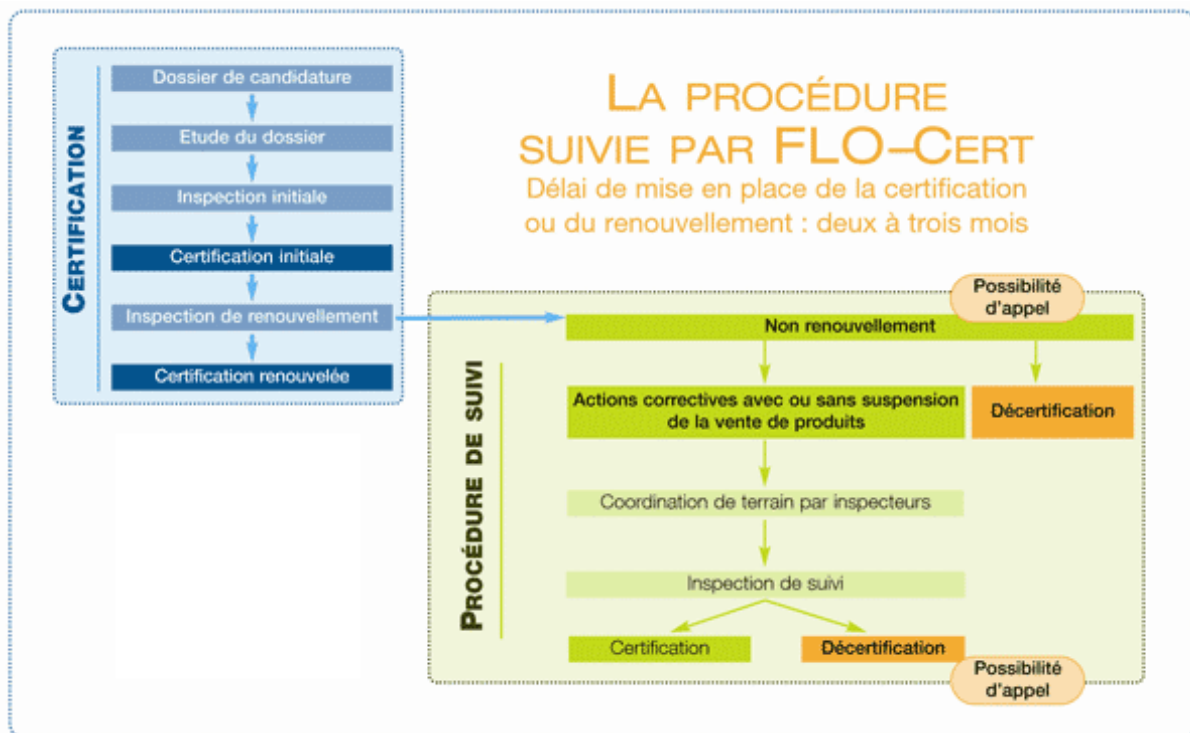
Ex : *Appui au renforcement des organisations de producteurs* :

- . Accompagnement des producteurs via des bureaux régionaux au Sud.
- . Appui à la structuration d'organisations nationales et internationales.
- . Mise en relation avec des ONG à même de répondre aux besoins des organisations en matière d'amélioration de la qualité, de commercialisation et de comptabilité.
- . Processus de représentation au sein de réseaux continentaux de producteurs.

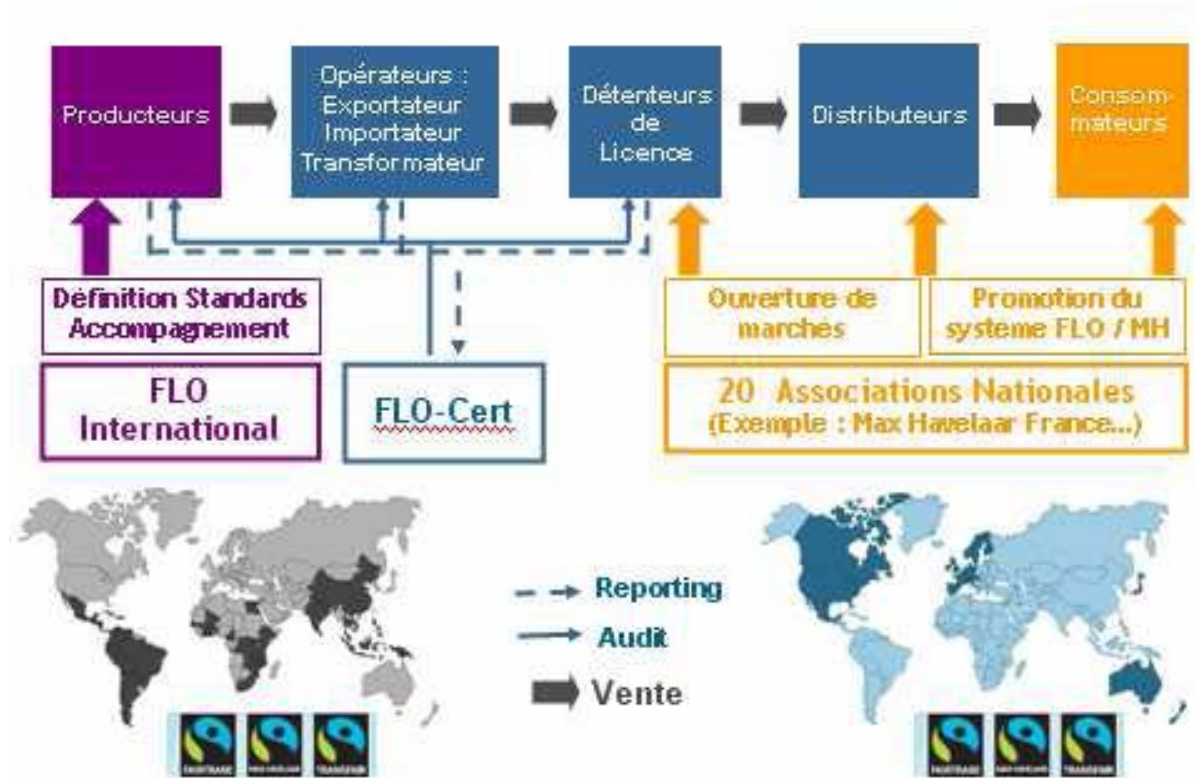
FLO-CERT

La société FLO-Cert a été créée en 2003 afin de faire en sorte que le label soit conforme avec les règles internationales de la certification (agrément ISO 65).

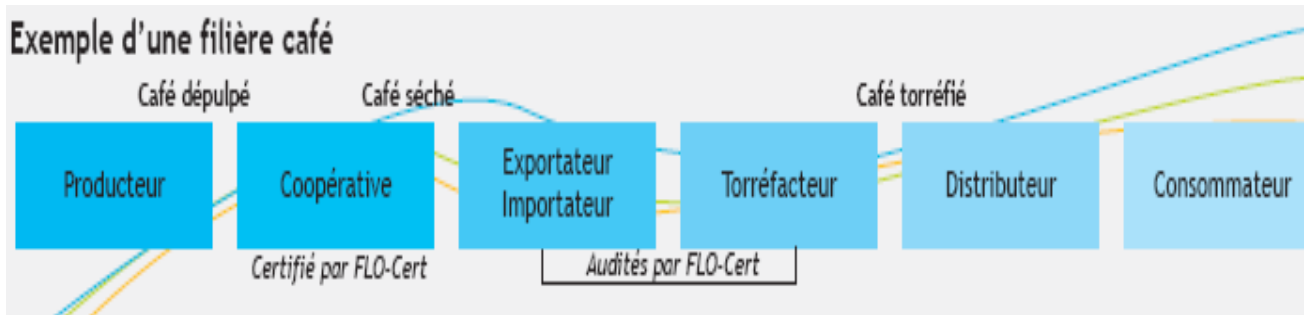
Son rôle : elle mandate des inspecteurs qui se rendent chaque année auprès des organisations de producteurs et chez chaque acteur économique. Ils vérifient la bonne application des standards et la traçabilité des matières premières. La décision de certification appartient à un comité de certification indépendant.



Qui est contrôlé par FLO-CERT ?



Exemple pour le café :



INITIATIVES NATIONALES (20) :

Rôle des initiatives nationales : Mettre en relation des industriels français avec des producteurs des l'hémisphère Sud, et sensibiliser l'opinion publique.

11. Les standards du système FLO-Max Havelaar :

Les standards internationaux sont les **cahiers des charges du label**. Ils définissent les conditions dans lesquelles les producteurs cultivent, s'organisent et vendent leur récolte.

Le commerce équitable n'est pas une réalité arrêtée. Derrière le label, c'est toute une dynamique de développement qui s'amorce. L'idée est d'améliorer les choses en permanence. C'est pourquoi les producteurs et les entreprises doivent respecter **deux types de critères** : des critères minimum à respecter obligatoirement pour être certifiés, et des objectifs de progrès qui devront être atteints au fur et à mesure.

Les standards sont approuvés par un comité spécifique au sein de la fédération FLO. Ils sont élaborés en **contact étroit avec les producteurs** sur le terrain, avec des agronomes et autres experts.

Ils sont adaptés pour chaque type de culture : bananes, café, thé, riz... La règle diffère aussi selon les cas, entre petits producteurs organisés en coopératives et grandes plantations.

Ex de standards génériques pour les organisations de petits producteurs (version actualisée décembre 2007):

■ **développement social :**

- _ La majorité des membres sont des petits producteurs (50% du volume vendu en équitable doit être produit par des petits producteurs) ;
- _ Organisation démocratique et administrée de manière transparente (AG, CA élu etc.) ;
- _ Conformité à la convention 111 de l'OIT sur la non discrimination ;
- _ Mise en place d'un plan commercial transparent.

■ **développement économique :**

- _ Gestion transparente de la prime du commerce équitable ;

■ **développement environnemental :**

- _ plan de gestion de l'environnement doit être mis en place ;
- _ Traçabilité des plants utilisés ;
- _ Mise en place de zones tampons entre les cultures et les points d'eau, zones de forêt vierges etc.
- _ liste FLO de produits agrochimiques interdits ;
- _ Formation des producteurs sur l'utilisation, le stockage des produits agrochimiques ;
- _ Mise en place du recyclage et compostage des déchets ;
- _ Utilisation raisonnée des ressources non renouvelables ;
- _ Interdiction des OGM ;

■ **standards sur les conditions de travail :**

- _ Interdiction du travail forcé ;
- _ Interdiction du travail des enfants de moins de 15 ans ;
- _ Respect des conventions de l'OIT sur la liberté d'association et les négociations collectives ;
- _ Les salaires sont égaux ou supérieurs à la moyenne régionale et aux salaires minima officiels

12. Le prix minimum garanti :

Pour garantir un revenu minimum aux producteurs, pour qu'ils ne dépendent plus des cours mondiaux soumis à de fortes fluctuations, un Prix Minimum Garanti est élaboré en concertation avec les producteurs.

Grâce à ce prix plancher, lorsque les cours chutent, les producteurs ne voient pas leurs revenus baisser soudainement.

Lorsque les cours se situent au-dessus de ce PMG, ce dernier s'aligne sur les cours.

Quels sont les éléments pris en compte pour calculer ce PMG ?

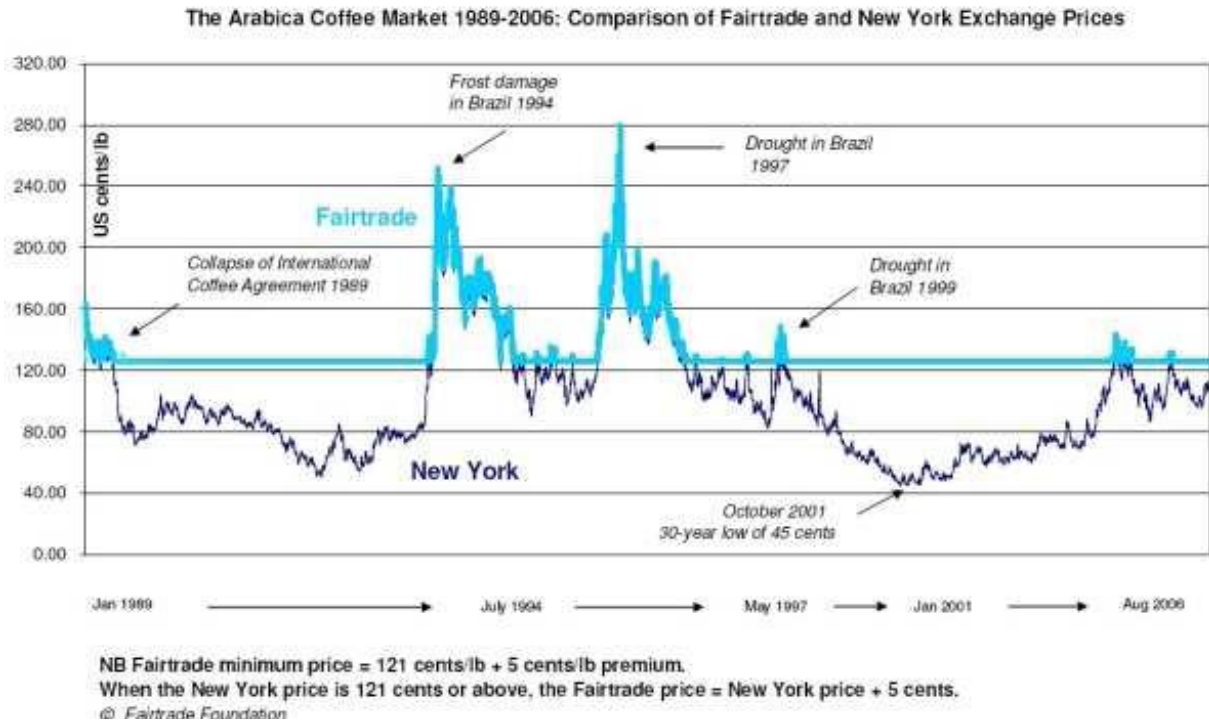
=> Les coûts de production, les besoins élémentaires (santé, nourriture, hygiène, scolarisation).

A combien est fixé ce PMG ?

=> Il y a un PMG pour chaque produit.

Pour le café, celui-ci est fixé à 125\$ le sac de café de 100 livres.

Pour le cacao, il est fixé à 1600\$ la tonne.



13. La prime de développement :

La prime de développement correspond à environ 10% du prix d'achat.

S'il n'y a pas d'utilisation spécifique obligatoire de cette prime, les standards du label Max Havelaar exigent par contre une prise de décision collective et transparente.

Cette prime peut participer ainsi à la réalisation d'infrastructures communautaires telles que des systèmes de captation d'eau potable, la rénovation d'écoles, la mise à disposition d'outils scolaires et la prestation de soins médicaux...

Elle peut être également utilisée dans des investissements pour l'amélioration de la qualité des produits (bac de fermentation pour le cacao, réparation d'unités de stockage, de séchage pour le cacao et le café), et aussi pour permettre aux producteurs de transformer sur place leurs produits afin d'obtenir une rémunération plus importante (ex : c'est le cas pour des thés distribués par Ethiquable. Les coopératives font tout de A à Z : récolte, mise en sachet, packaging etc.)

14. Quels sont les produits labellisés Max Havelaar ?

1999 : entrée des cafés labellisés dans les GMS (Grandes et Moyennes Surfaces).

2001 : 1^{er} fruit frais labellisé, la banane. Entrée du thé dans les GMS en France.

2002 : Le cacao, le jus d'orange, le riz et le sucre font à leur tour leur apparition dans les rayons.

2003 : 1^{ers} ananas équitables.

2004 : 1^{ères} mangues équitables.

2005 : apparition du coton, des fleurs, épices et quinoa.

2006 : apparition du beurre de karité labellisé.

2007 : apparition des 1ères noix labellisées.

=> *Aujourd'hui, une quinzaine de filières sont concernées, alimentaires ou non (apparition du coton et des cosmétiques). Plus de 2000 produits et 170 marques sont labellisés.*

=> *En 2006, 569 organisations de petits producteurs sont labellisées dans 59 pays du Sud (augmentation de 150% entre 2001 et 2006).*

Quelles sont les conditions pour qu'un produit fini soit labellisé ?

=> *Il doit contenir au minimum 50% de matières premières équitables, et tous ingrédients disponibles en commerce équitable doivent être utilisés.*

15. Que représente le logo Max Havelaar ?

Dans le logo vert et bleu sur fond noir qui évoque le Yin et le Yang, c'est la silhouette d'un homme qui se dégage. Le label Max Havelaar évoque un équilibre dont l'homme est le centre.

Remettre l'homme au coeur du système économique, voilà tout l'esprit de cette démarche.

16. La consommation de produits équitables :

Le commerce équitable représente 0,02% du commerce mondial.

La Suisse est le 1^{er} pays consommateur de produits équitables. En 2005, chaque citoyen suisse consacre 16€ par an au CE.

=> *En 2006, chaque français consacre environ 2,80€ au CE, soit 40% de + qu'en 2005.*

=> *Le café est le produit équitable le + vendu en France.*

Tableau 1 : Consommation de produits équitables

Pays	Consommation de produits portant le label Max Havelaar par an et par habitant en 2003
Suisse	14€ (18€ en 2004)
Pays Bas	2,88€
Royaume Uni	2,26€ (3,44 € en 2004)
Danemark	1,64€
Autriche	1,46€
Norvège	0,87€
Allemagne	0,63€ (0,70 € en 2004)
Etats-Unis	0,63€
France	0,61€ (1,13 € en 2004)
Suède	0,60€
Belgique	0,20€
Canada	0,05€

17. Les questions gênantes :

- Les produits équitables sont-ils plus chers ?

Les produits équitables sont en moyenne 15% plus chers que les autres produits.

Ce supplément de quelques centimes pour les consommateurs est le prix d'un travail reconnu à sa juste valeur pour les producteurs au Sud, le prix de la dignité et du respect.

Pour le café aujourd'hui, le prix d'un paquet équitable s'est aligné sur un paquet conventionnel, et est parfois même moins élevé qu'un paquet de grande marque. Pourquoi ? Parce que les cours du café sont élevés, le prix minimum garanti est donc aligné sur le cours mondial. Mais il y a beaucoup moins d'intermédiaires... Donc moins de gens qui se servent entre le producteur et le consommateur.

■ Sont-ils de qualité ?

Les produits du commerce équitable sont essentiellement ceux de petits producteurs, héritiers d'un savoir-faire traditionnel transmis de génération en génération. Les standards internationaux du commerce équitable demandent aux organisations de producteurs de respecter les normes de qualité en vigueur pour l'exportation. Avant d'acheter des denrées alimentaires par exemple, les acteurs commerciaux effectuent généralement des tests de qualité et des tests gustatifs pour s'assurer que les produits correspondent aux goûts de leurs consommateurs.

■ Le commerce équitable l'est-il vraiment en participant à la grande distribution ?

La position d'EquiMax par rapport aux GMS :

L'apparition des produits équitables dans les GSM a permis de distribuer et de faire connaître ces produits à un très large public. Mais la question fait toujours débat aujourd'hui du fait des pratiques courantes des grandes et moyennes surfaces (GMS) : marges arrières, conditions de travail pour les salariés de certaines enseignes...

=> Mais il faut se rappeler que l'objectif 1^{er} du CE est l'autonomisation des petits producteurs du Sud, la fin de l'intermédiation et une juste rémunération du travail de ces producteurs du Sud.

=> Plus il y aura de produits équitables vendus, plus nombreux seront les producteurs du Sud qui verront leurs conditions de vie s'améliorer.

Au niveau régional l'association Equi'Max reconnaît l'utilité de la vente des produits labellisés Max Havelaar en GMS et fait la promotion de ces produits au sein de ces structures. Leur utilité est essentielle surtout dans les zones rurales de la région où ce sont les seuls points de vente de produits issus du commerce équitable.

Par contre, quand cela est possible, l'association Equi'Max doit privilégier la promotion d'autres points de vente s'ils existent à proximité (boutiques spécialisées comme Artisans Du Monde, épiceries, boulangeries...).

=> Il ne faut pas oublier que les GMS vendent 80% des produits de consommation courante.

■ Quelle est la marge des distributeurs ?

En moyenne, sur les produits conventionnels, elle se situe autour de 35 à 60%. Pour les produits équitables, elle est entre 25 à 30%, puisque ces produits permettent de valoriser l'image d'un distributeur auprès du grand public.

■ Le commerce équitable l'est-il quand il entre en concurrence avec des produits locaux ?

La position d'EquiMax par rapport aux produits équitables faisant concurrence avec des produits locaux :

Il s'agit du miel, des fleurs, des jus de fruits et du vin, et à terme de tout autre produit de France

et d'Europe.

=> *Privilégions les produits locaux, la proximité, le biologique et si vous devez acheter un produit venant de l'étranger par curiosité ou par goût, alors l'association Equi'Max conseille d'acheter plutôt des produits issus du commerce équitable.*

=> *Si vous achetez des produits tels que les roses ou le miel sans faire la démarche de regarder s'il s'agit bien de produits locaux, achetez équitable ! Vous saurez au moins que les producteurs du Sud et les salariés des plantations sont payés dignement et que leurs conditions de travail sont contrôlées pour bénéficier du label !*

■ **Le commerce équitable ne serait-il pas plus équitable s'il concernait les producteurs du Nord ?**

L'association s'est engagée depuis plusieurs années dans une réflexion sur la possibilité d'un commerce équitable Nord/Nord, en travaillant notamment avec l'ENESAD.

=> *A défaut d'appellation « commerce équitable » pour les échanges Nord/Nord, privilégions tout de même les circuits courts, les producteurs locaux, les produits de saison etc.*

■ **Comment le consommateur peut-il être sûr que les produits qu'il achète sont bien équitables ?**

Concernant la filière labellisée, un produit bénéficie du label Max Havelaar dès lors qu'il est issu d'une filière agréée et contrôlée. Sur le terrain, des inspecteurs et des auditeurs indépendants contrôlent régulièrement les producteurs et les industriels afin de garantir la conformité des produits aux critères internationaux du commerce équitable.

Concernant la filière intégrée (Artisans du Monde par exemple) la garantie du respect des critères du commerce équitable s'appuie sur des autoévaluations et des évaluations croisées des membres. La disponibilité des vendeurs des boutiques spécialisées permet également d'approfondir les informations concernant les produits, les modes de productions, les conditions de vie des producteurs...

■ **Le commerce équitable respecte-t-il l'environnement ?**

Le CE ne serait pas écologique puisque les produits équitables sont des produits qui viennent du Sud, et le coût écologique du transport est donc conséquent.

=> *Privilégions les cultures locales, mais pour tous les produits que nous ne pourrions de toute façon pas produire en France, achetons équitable (café, thé ; sucre de canne, épices, cacao etc.). S'il on veut limiter l'empreinte écologique de notre mode de consommation, limitons notre consommation de produits qui viennent du Sud.*

=> *Les produits équitables respectent un certain nombre de standards environnementaux, et protègent davantage l'environnement que les produits conventionnels. A noter que de nombreux produits équitables sont biologiques, et qu'une prime est versée aux producteurs bio.*