

COMPRENDRE

LE COMMERCE ÉQUITABLE



OXFAM

Magasins du monde

L'INJUSTICE ÉCONOMIQUE AUX OUBLIETTES

Le commerce équitable a beaucoup évolué depuis ses débuts dans les années 60. On parle à l'époque de commerce alternatif. Pour soutenir des peuples qui luttent pour leur liberté, Oxfam proposait des produits fortement politisés tels que le café 'socialiste' tanzanien ou le vin algérien. On se souciait alors moins de la qualité des produits que de leur sens politique... cette époque est bien finie !

Aujourd'hui, avec ses partenaires du Sud, **Oxfam met davantage l'accent sur la qualité et sur l'authenticité des produits**, tout en continuant à porter des messages politiques forts. Car si le contexte et les idéologies ont changé – avec des frontières Nord/Sud brouillées et une urgence environnementale beaucoup plus criante – les causes des inégalités globales sont foncièrement les mêmes.

Face aux crises économiques et environnementales, nous n'avons plus le choix : il faut proposer des alternatives économiques, sociales et politiques concrètes. Le commerce équitable en est une parmi d'autres (relocalisation de l'économie, agriculture paysanne, commerce de seconde main, etc.). Cette brochure vous explique en quoi le commerce équitable porté par Oxfam est une alternative crédible et efficace !

Oxfam veut rester à l'avant-garde du commerce équitable. Un commerce à forte valeur ajoutée sociale, environnementale et politique dans une optique globale de démocratisation de l'économie. Dix principes résument cette vision exigeante du commerce équitable :

- 1** Renforcement économique des partenaires du Sud.
- 2** Conditions de travail décentes dans la chaîne d'approvisionnement.
- 3** Focus sur les producteurs et travailleurs les plus défavorisés.
- 4** Modèle de démocratie économique.
- 5** Sensibilisation des citoyens au commerce équitable.
- 6** Promotion du commerce équitable comme alternative économique globale et crédible.
- 7** Logique participative avec les organisations partenaires.
- 8** Respect de l'environnement.
- 9** Soutien au développement social des communautés.
- 10** Qualité et authenticité des produits.

LE COMMERCE ÉQUITABLE

POUR QUI, POUR QUOI ?

« Trade, not aid ». Ce slogan a été énoncé par une série de pays en voie de développement dans les années 60. Il résume l'un des grands principes du commerce équitable : **le commerce plutôt que la charité.**

Le but est de rendre les populations défavorisées du Sud plus autonomes et de leur donner la possibilité de se développer par elles-mêmes, sans compter sur une aide extérieure. Il s'agit bien d'une relation commerciale qui valorise, auprès des consommateurs du Nord, la créativité et l'expertise des travailleurs du Sud.



Contrairement au commerce conventionnel, le commerce équitable est un « **partenariat commercial fondé sur le dialogue, la transparence et le respect [...], qui offre de meilleures conditions commerciales et garantit les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés, tout particulièrement au Sud de la planète¹** ». Le commerce équitable, c'est donc une réponse aux inégalités, un **modèle économique alternatif** qui tente de remettre l'économie au service de l'humain et de son environnement.

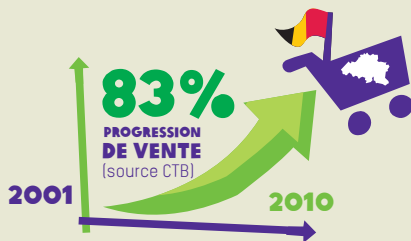
COMMENT S'Y PREND-ON ?

Tout simplement en changeant les règles du jeu. Les règles du commerce mondial sont profondément injustes car basées sur la maximisation des profits. Celles-ci sont imposées par les pays riches et par les multinationales. Elles mettent ainsi en concurrence des producteurs aux capacités extrêmement inégales et entraînent la surexploitation des ressources naturelles.

Très militant à ses débuts dans les années 60, le commerce équitable a depuis considérablement accru ses volumes, tout en se diversifiant et en se professionnalisant. Ces évolutions sont notamment liées à l'apparition, à la fin des années 80, des labels équitables, dont le plus connu en Europe est Max Havelaar. À côté des marques et magasins spécialisés tels qu'Oxfam, on trouve maintenant du café, du chocolat, des cosmétiques ou encore des articles de mode et de décoration équitables un peu partout, par exemple dans les supermarchés ou même sur Internet.

¹ Consensus de FINE, regroupant l'ensemble des organisations de commerce équitable.

LE COMMERCE ÉQUITABLE EN CHIFFRES



DÉCOUVREZ CE TÉMOIGNAGE EN VIDÉO ! 



TARA (Inde)

Jagwati est artisane chez Tara et habite dans un bidonville au Sud de Delhi. « Quand je suis arrivée chez Tara, on m'a appris à faire des bijoux. J'ai pu apprendre un métier et devenir indépendante. Maintenant je peux me débrouiller seule et soutenir ma famille. Ma fille Kossum a pu entrer à l'université. Elle donne aussi des cours de soutien scolaire aux enfants du quartier. »

DURABLE, ÉQUITABLE, BIOLOGIQUE, ÉTHIQUE...

QUELLE EST LA DIFFÉRENCE ?

Avec la généralisation de la consommation dite responsable, il est devenu difficile de distinguer le commerce équitable d'autres pratiques, en particulier les démarches purement marketing.

Le commerce équitable est avant tout un partenariat commercial centré sur l'humain. Il vise en priorité le développement socio-économique des populations marginalisées des pays en voie de développement. Avec le temps, et sous l'influence du concept du développement durable, la composante environnementale a été considérablement renforcée.

COMMENT RECONNAÎTRE UN PRODUIT ÉQUITABLE ?

Le plus simple est de repérer sur l'emballage un label qui certifie les conditions de fabrication. Exemples de labels reconnus : Fairtrade Max Havelaar, Fairwild, Fair for Life, Ecocert Equitable, Naturland Fair, Tu Simbolo. Il est important de les distinguer des labels de commerce éthique davantage basés sur les conditions de travail, de commerce durable (plus basés sur la qualité et/ou le respect de l'environnement (comme Rainforest Alliance ou UTZ) et des labels de l'agriculture biologique.

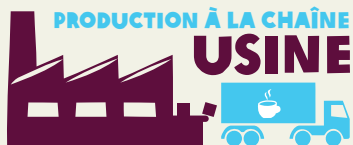
Mais les labels ne sont pas nécessairement la panacée ! On peut aussi faire confiance à des marques ou réseaux spécialisés (par ex. Oxfam ou Ethiquable). Les produits de ces marques portent le plus souvent un label ou sont garantis via une certification d'organisations (par ex. WFTO, la coupole mondiale de la filière intégrée du commerce équitable).



LES PRINCIPAUX CRITÈRES DE BASE DU COMMERCE ÉQUITABLE :

- **Économique** : prix / salaires justes, relation commerciale durable, préfinancement, prime de développement.
- **Social** : conditions de travail décentes (par ex. pas d'exploitation des enfants).
- **Gouvernance** : organisation collective, démocratique et transparente des organisations partenaires du Sud.
- **Environnemental** : modes de production alternatifs et respectueux de l'environnement (ex. limitation des pesticides).

CAFÉ ÉQUITABLE ET CAFÉ CONVENTIONNEL



Pression sur les producteurs pour faire baisser les coûts.

SPÉCULATION

Variations des prix des produits agricoles sur le marché international.



MAUVAISES CONDITIONS DE TRAVAIL

Main d'œuvre souvent exploitée, mauvaises conditions de travail, agriculture intensive.



PAS OU PEU DE CRITÈRES SOCIAUX

Producteurs sans pouvoir de négociation face aux intermédiaires.



CAFÉ CONVENTIONNEL



PETITS PRODUCTEURS

Moins d'intermédiaires tout au long de la chaîne. Meilleur prix pour les producteurs. Relation de partenariat à long terme.

PRIX STABLE



Même en cas de variation du cours international.

BONNES CONDITIONS DE TRAVAIL

Agriculture respectueuse de l'environnement, le producteur est encouragé à développer ses propres projets sociaux.



CRITÈRES DU COMMERCE ÉQUITABLE

Travail décent et développement social. Organisation démocratique, partenariat basé sur un dialogue et des produits de qualité.

CAFÉ ÉQUITABLE



Seul le café équitable garantit des conditions de travail décentes et un prix stable pour les producteurs.

POUR EN SAVOIR PLUS SUR CE QUI SE CACHE DANS VOTRE TASSE DE CAFÉ, SURFEZ SUR WWW.JEPARTAGEUNKAWA.BE

SI LES SUPERMARCHÉS ONT LEUR PROPRE MARQUE ÉQUITABLE,

POURQUOI CHOISIR OXFAM ?

Sous l'influence des systèmes de labellisation, l'offre de commerce équitable s'est considérablement développée, ce qui a permis de toucher un plus grand nombre de petits producteurs et de clients. Au profit de tout le monde ? Pas sûr !

A fin de pouvoir profiter d'une nouvelle « niche commerciale », des marques de distributeurs ou multinationales font du « pseudo équitable ». Elles continuent par exemple à faire pression pour faire baisser les prix des producteurs. Face à ces formes de commerce de l'équitable, Oxfam défend un **commerce équitable exigeant**, critique et à forte valeur ajoutée socio-environnementale.

RENFORCEMENT ÉCONOMIQUE DES PARTENAIRES DU SUD.



OXFAM FOURNIT À SES PARTENAIRES UN SOUTIEN SOCIO-ÉCONOMIQUE RENFORCÉ, en participant, par exemple, au développement de nouveaux produits, ou en soutenant des programmes de changement social.



OXFAM NE FAIT PAS QUE VENDRE DES PRODUITS

C'est aussi et surtout une organisation d'économie sociale et solidaire, portée par un mouvement de citoyens. Le but d'Oxfam est de défendre de manière collective une **alternative de consommation et de production globale et crédible** afin de réduire les injustices socio-économiques. Concrètement, Oxfam mène des campagnes de sensibilisation et des actions d'interpellation. **En remettant l'économie au service de l'humain**, Oxfam et ses partenaires représentent ainsi une forme de **démocratisation de l'économie**.

LE COMMERCE ÉQUITABLE, UN OUTIL AU SERVICE DE LA DÉMOCRATIE?

A l'inverse du commerce conventionnel qui doit rétribuer les actionnaires, le commerce équitable profite directement aux producteurs.

Oxfam commercialise des produits authentiques et de qualité, sur base d'une **logique de dialogue avec ses partenaires producteurs**. Ça veut dire quoi concrètement ?

Cela veut dire qu'Oxfam considère qu'il faut soutenir les producteurs pour les aider à se renforcer tant au niveau de la qualité que du respect d'autres critères sociaux ou environnementaux. Cela se fait dans le cadre d'une relation à long terme basée sur le dialogue et la confiance.

OXFAM MET L'ACCENT SUR UNE PLUS GRANDE COHÉRENCE ENVIRONNEMENTALE (voir p. 12).

« L'agriculture biologique demande beaucoup de main d'œuvre, mais je dépense moins en engrais. La terre est saine et favorise la bonne santé de mes arbres. »

Nelson Borges, producteur d'oranges pour Coopealnor (Brésil)

FOCUS SUR LES PRODUCTEURS ET TRAVAILLEURS LES PLUS DÉFAVORISÉS.



OXFAM SE FOCALISE SUR LES PRODUCTEURS LES PLUS DÉFAVORISÉS, exclus des marchés conventionnels, voire même du commerce équitable labellisé. Un bon exemple est l'aide aux producteurs de café de la Sopacdi au Kivu, une région du Congo affectée par de nombreux conflits.



RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT.

VRAIMENT PLUS CHER ?

Halte aux clichés ! Non, le commerce équitable n'est pas toujours plus cher. D'après une étude comparative réalisée en 2011, au moins trois produits équitables Oxfam sur quatre se retrouvent dans la moyenne des prix du marché conventionnel.

Surprenant ? Pas tant que cela : Oxfam-Magasins du monde fonctionne en circuit court en étant le seul intermédiaire entre les consommateurs et les producteurs. Notre priorité est de conjuguer salaire décent et bien-être de nos producteurs-partenaires avec la qualité des produits.

UNE QUALITÉ AU TOP !

La qualité des produits équitables est souvent supérieure à celle des produits conventionnels et ceci pour les raisons suivantes : les produits sont majoritairement réalisés à la main, avec des techniques traditionnelles, et se composent de matières premières, dont la quasi intégralité est d'origine naturelle.

Grâce à Pushpanjali, les artisans sont regroupés dans un projet de préservation de l'environnement en utilisant au mieux les ressources naturelles.

DÉCOUVREZ CE
TÉMOIGNAGE
EN VIDÉO !



PUSHPANJALI (Inde)



Suresh Mittal, directeur :

« L'idée de notre projet est de soutenir des producteurs marginalisés, afin qu'ils puissent avoir une vie décente en gagnant leur vie par eux-mêmes ! Oxfam m'a appris ce qu'est le commerce équitable. J'ai compris que c'est la meilleure façon de faire du commerce : cela apporte une solidarité et permet au producteur d'avoir un profit direct et d'autres bénéfices. »

PRENONS DEUX EXEMPLES CONCRETS AVEC LES FOULARDS ET LES ÉCHARPES DE NOTRE GAMME MODE

SOUTIEN AU DÉVELOPPEMENT SOCIAL DES COMMUNAUTÉS.



Le foulard en coton provenant de notre partenaire indien Pushpanjali (1500 artisans) est un produit de grande qualité : les couleurs restent stables après lavage, le coton ne rétrécit pas ! Son prix est équivalent (voire inférieur de 15% !) à celui du commerce conventionnel. Mais surtout, ce foulard **garantit une rémunération aux artisans qui correspond au double du salaire officiel en Inde**. Et ceci malgré un marché mondial du coton déséquilibré par le coton américain subsidié, contraire aux accords de l'OMC, ne donnant que peu de chances aux producteurs de coton du monde entier.

L'écharpe en laine d'alpaga de notre partenaire péruvien Minka (3000 artisans) tient particulièrement chaud. Cette écharpe est certes plus chère (+/- 10%) qu'une écharpe tricotée avec de la « laine industrielle » mais elle est réalisée à la main, avec des fils 100% alpaga non teints. Le choix est clair : d'un côté, la filière conventionnelle parvient à proposer des prix réduits en utilisant des matières de moins bonne qualité et surtout en ne se souciant pas des critères sociaux. De l'autre, Oxfam propose une **écharpe de qualité qui noue de vrais liens de solidarité entre le Nord et le Sud !**



QUALITÉ ET AUTHENTICITÉ DES PRODUITS.

DEUX VISIONS RADICALEMENT DIFFÉRENTES DE L'ÉCONOMIE.

Oxfam-Magasins du monde vise une simple marge opérationnelle, afin de rémunérer correctement un grand nombre de partenaires-producteurs. À l'inverse, la plupart des concurrents du marché conventionnel visent un profit maximal afin de rétribuer un petit nombre d'actionnaires.

N'EST-CE PAS TROP POLLUANT ?

Contrairement aux idées reçues, le commerce équitable n'est pas très polluant, et ceci pour plusieurs raisons :

LE TRANSPORT N'OCCUPE QU'UNE FAIBLE PART DANS LE BILAN CARBONE D'UN PRODUIT.

La plupart des produits équitables arrivent d'ailleurs par bateau, un mode de transport à faible émission de gaz à effet de serre.

MODES DE PRODUCTION RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT :

Au niveau agricole, la plupart des produits équitables sont issus d'une agriculture paysanne à petite échelle et diversifiée. Il s'agit le plus souvent de cultures traditionnelles favorables à la biodiversité, comme le riz violet de Thaïlande, la quinoa rouge de Bolivie, et faiblement mécanisée. De plus, les critères des labels équitables encouragent des méthodes de production durables : absence d'OGM, réduction des pesticides, lutte intégrée, réduction des consommations en eau, etc.

Les produits d'artisanat ont un impact sur l'environnement moins lourd que les produits industriels, en particulier ceux qui valorisent les ressources naturelles locales et/ou le recyclage de produits.

CHEZ NOUS, PAS D'ÉQUIVALENT LOCAL POUR LES PRODUITS TROPICAUX DE CONSOMMATION COURANTE.

Comme par exemple le café, le thé, le cacao, les bananes, etc.



Même si sa priorité reste avant tout le partenariat avec le Sud, Oxfam veille à constamment améliorer la cohérence environnementale de sa démarche. C'est l'une des raisons pour lesquelles Oxfam-Magasins du monde offre maintenant des **paniers de légumes locaux** ainsi que des **produits alimentaires transformés provenant de paysans belges ou européens**, comme de la bière, du lait ou des lentilles. Cette offre est complémentaire à l'offre de produits équitables venant du Sud. A noter également qu'Oxfam participe à la campagne des « Communes Du Commerce Équitable » qui donne une large place à la consommation de produits locaux durables.

LE COMMERCE ÉQUITABLE EN CHIFFRES



(source Climatop).

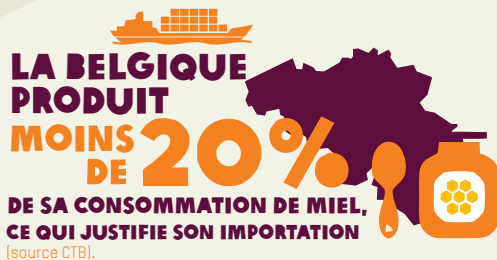


**DES PRODUITS LABELLIÉS
FAIRTRADE MAX HAVELAAR
SONT TRANSPORTÉS PAR BATEAU**

(source Max Havelaar).



(source Max Havelaar).



(source CTB).



GIE TARGANINE (Maroc)

Dans le Sud du Maroc, 55% de la population vit en zone rurale, en particulier des femmes sans formation. La fabrication d'huile d'argan leur fournit une activité qui leur permet d'être plus autonomes. GIE Targanine veille particulièrement à l'impact sur l'environnement. Il mène plusieurs initiatives en faveur du reboisement et d'une gestion durable des ressources.

JE FAIS QUOI ?

Consommer mieux, notamment en consommant des produits équitables, c'est un premier pas concret, facile et qui fait toute la différence ! Mais il est possible d'aller plus loin ! Rien que pour vous, voici quelques idées d'actions concrètes.

JE REJOINS UNE ÉQUIPE DE BÉNÉVOLES

J'intègre une équipe locale organisée autour d'un magasin de commerce équitable ou de seconde main, ou encore une équipe action (sans magasin). Découvrez la liste de nos magasins sur notre site Internet.

JE DIFFUSE LES MESSAGES D'OXFAM

J'ai peu de temps disponible mais ai envie de contribuer à promouvoir les messages d'Oxfam-Magasins du monde. Cela passe par la distribution de brochures, le collage d'affiches, la promotion d'activités (par exemple les petits déjeuners), etc. Pour commander les packs de matériel à diffuser (affiches, brochures, magazines) :

www.omdm.be – 010/437.950

J'AGIS SUR MON LIEU DE TRAVAIL

J'ai envie, ponctuellement, de partager les valeurs du commerce équitable sur mon lieu de travail. J'encourage mon employeur à proposer des produits du commerce équitable à son personnel/ses clients/son

public, j'organise un petit déjeuner ou un débat autour d'un film, etc. Pour découvrir d'autres actions possibles et recevoir plein d'infos pratiques pour les organiser :

www.omdm.be – 010/437.950

J'AGIS AVEC MON ÉCOLE

Je suis prof ou élève, j'ai envie de sensibiliser les élèves et les enseignants aux valeurs du commerce équitable. L'action peut être ponctuelle (organiser une activité pédagogique) ou régulière (s'engager dans une équipe de Jeunes Magasins-Oxfam). Plus d'infos sur notre site : www.omdm.be

J'AGIS AVEC MA COMMUNE

J'interpelle mes représentants politiques afin qu'ils prennent des initiatives pour une consommation plus responsable dans la commune et qu'ils en informent les citoyens. Parce que la commune est un acteur clé pour une mise en œuvre concrète et locale d'un développement durable, équitable et solidaire ! Des sites utiles : www.cdce.be et

www.capasseparmacommune.be

MICHEL EST BÉNÉVOLE DANS UN MAGASIN DE COMMERCE ÉQUITABLE D'OXFAM.



« Je suis bénévole dans un Magasin du monde-Oxfam. Avec notre équipe de bénévoles, nous gérons et planifions toutes les activités dans et en dehors du magasin. Je représente mon équipe lors des assemblées régionales et générales. Je suis aussi membre de la Commission Partenaires (qui participe à la prise de décision sur les relations de notre réseau avec les partenaires-producteurs). Ce que j'aime le plus, c'est expliquer aux clients d'où viennent les produits, qui sont les partenaires-producteurs et l'impact de notre travail sur leur quotidien. »

SUSIE, 16 ANS, ENGAGÉE DANS LE JEUNE MAGASIN OXFAM DE SAINT JULIEN PARNASSE À AUDERGHEM

« Je m'engage parce que je crois que moi et d'autres, à petite échelle, on peut déjà faire tellement de choses, rien qu'en nous. J'aime beaucoup la phrase de Gandhi : « Sois le changement que tu veux voir dans le monde ». Quand on bouge soi-même, les gens peuvent à leur tour réfléchir, se poser des questions et changer. Ce n'est pas le cas lorsqu'on essaye de leur imposer nos idées.

En plus de bouger à petite échelle, ce qui me motive, c'est aussi de participer à des mouvements de masse (manifestation, grève, boycott, etc.). En effet, même si chacun peut faire bouger les choses à son niveau, quand beaucoup de gens se bougent, on a la possibilité de faire pression sur le monde politique, les multinationales... »



DANS CETTE BROCHURE, ON VOUS DIT TOUT :

Pourquoi Oxfam continue à penser qu'il faut lutter contre les inégalités et comment le commerce équitable y contribue.

Pourquoi Oxfam est à la pointe d'un commerce équitable exigeant, à forte valeur ajoutée sociale, environnementale et politique.

Pourquoi il n'est pas idiot de consommer des produits qui viennent de loin, lorsqu'ils sont équitables.

Pourquoi tout le monde y gagne : les consommateurs, les producteurs, l'environnement...



OXFAM

Magasins du monde