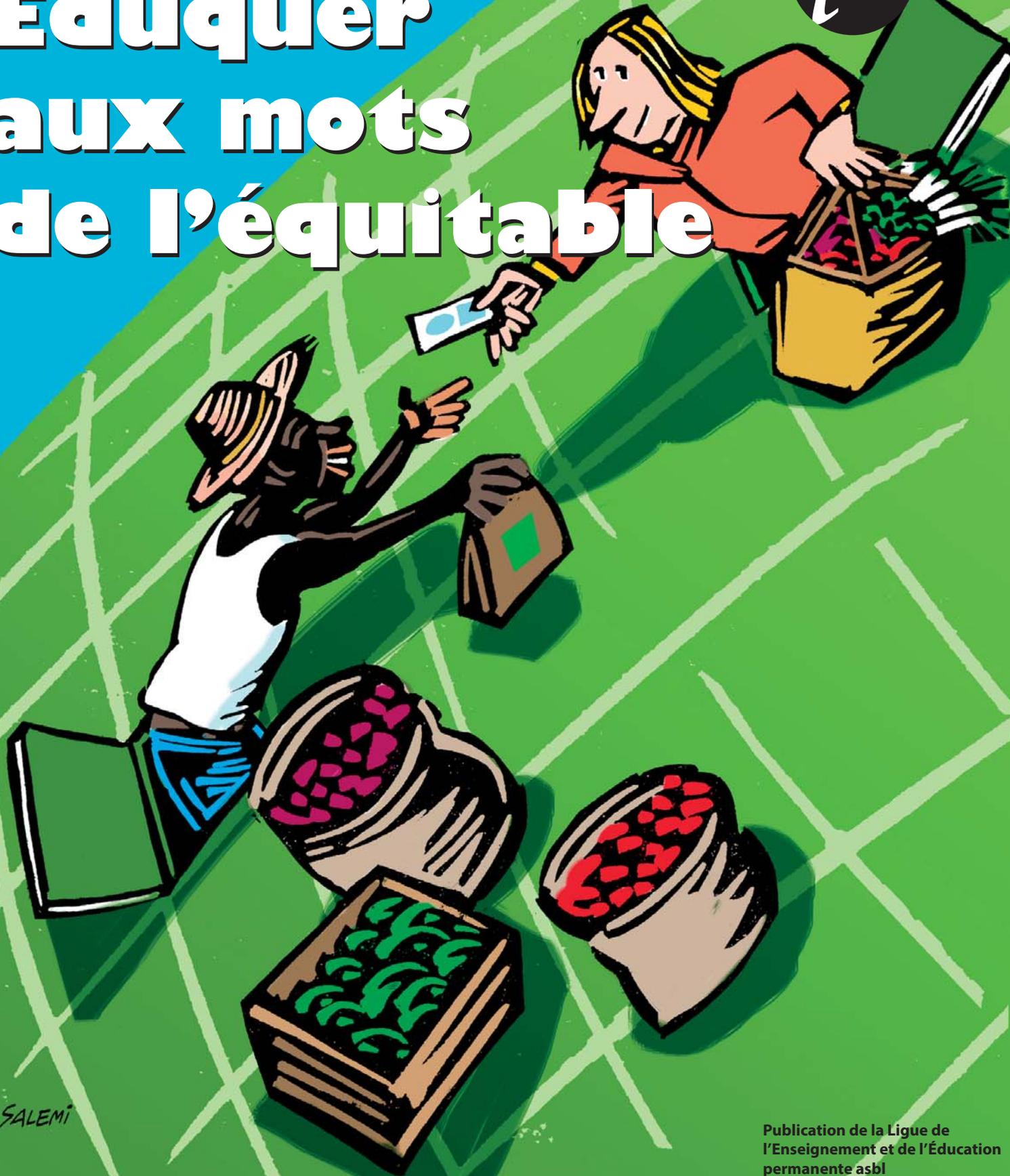


éduquer

tribune laïque supplément au n°92
octobre 2012

la *ligue*

Éduquer aux mots de l'équitable



SALEMI

Publication de la Ligue de
l'Enseignement et de l'Éducation
permanente asbl

Sommaire

Éditorial

Éduquer aux mots de l'(in)équitable...

Laurent Bourgois

p 3

Dossier

Dossier réalisé par Laurent Bourgois

Un commerce porteur d'idéaux

p 4

Le cadre légal du commerce équitable

p 7

Un ancrage local!

p 10

Un autre commerce pour l'égalité: la coopérative

p 13

Pour une économie plus responsable

p 16

Alexandre Bertrand

Conscientisation des commerces

p 19

À l'école

p 21

Ressources pédagogiques

p 23

Événements

p 26

éduquer

est édité par



de l'Enseignement et de
l'Éducation permanente asbl

Rue de la Fontaine, 2
1000 Bruxelles

Editeur responsable
Roland Perceval

Direction
Patrick Hullebroeck

Animatrice de la revue Eduquer
Valérie Silberberg

Mise en page
Eric Vandenheede
assisté par Marie Versele

Réalisation
mmteam sprl

*Ont également collaboré
à ce numéro:*

Laurent Bourgois
Alexandre Bertrand

« Dans le cadre de la Semaine du Commerce équitable, une initiative de la
Coopération belge au Développement »

SEMAINE DU COMMERCE ÉQUITABLE
DU 3 AU 13 OCTOBRE 2012
www.semaineducommerceequitable.be



CTB AGENCE BELGE DE DÉVELOPPEMENT

Laurent Bourgois, permanent au secteur Administration

Éduquer aux mots de l'(in)équitable...

Que ce soit pour la rentrée ou pour les fêtes, les nouveaux gadgets technologiques fleurissent en cette période de l'année. Ainsi, la « marque à la pomme » nous promet un nouveau téléphone, de sa cinquième génération, plus performant, puissant et rapide que les autres. En bref, un véritable exploit !

Non, plutôt une véritable exploitation : celle des ressources minières des pays du sud (notamment le coltan et la cassitérite) et ce, sans aucun respect ni de l'environnement, ni des conditions de travail des mineurs de ces pays. Les mineurs ne sont pas en forme ou encore « les creuseurs n'ont pas bonne mine », comme nous l'explique le reportage éponyme réalisé par 3Tamis et No-télé en collaboration avec Oxfam et le CNCD-11.11.11. A qui la faute ? La

consommation, l'obsolescence programmée, les multinationales, le consommateur ? Qui paie la facture du mode de vie et de consommation effrénés que nous, pays du Nord, adoptons ou érigeons en idéal ?

C'est alors que l'achat revêt un caractère bien plus personnel qu'on ne le pense. Non parce que posséder le dernier gadget à la mode nous permet de nous « démarquer » des autres, mais parce que l'acte d'achat en lui-même est porteur d'idéaux et de valeurs sociales, économiques, démocratiques ou encore environnementales. « Acheter, c'est aussi voter. »... Voter pour le monde que nous voulons, mais aussi pour celui que nous désirons laisser à nos enfants.

L'heure est-elle à la poursuite de l'iniquité ou à l'éducation à l'acte d'achat, à la consommation responsable et équitable, celle qui, dans l'ombre du commerce traditionnel, permet de faire vivre dignement une dizaine de millions de personnes ?

Selon moi, la réponse est simple : mieux vaut éduquer aux mots de l'équitable qu'aux maux de l'iniquité. ■



Dossier réalisé par Laurent Bourgois, permanent au secteur Administration

Un commerce porteur d'idéaux

Crise : manifestation violente d'un trouble ; période difficile, situation préoccupante ; pénurie, manque de quelque chose. Une crise est un événement social ou personnel qui se caractérise par un paroxysme des souffrances, des contradictions ou des incertitudes, pouvant produire des explosions de violence ou de révolte. La crise est une rupture d'équilibre.¹

Nul ne peut l'ignorer, la crise est devenue actualité. Economique, financière, alimentaire, énergétique, climatique, identitaire, communautaire... elle est mise à toutes les sauces. Dans cette instabilité, et au vu des inégalités et de l'iniquité engendrées, certains voient des opportunités. De nombreuses voix s'élèvent partout dans le monde et proposent de profiter de ce contexte pour modifier notre système d'échanges.

Un autre type d'échange

Face à la chrématistique non naturelle liée aux échanges internationaux mise en évidence par Aristote², il s'agit de « mettre de l'ordre » dans le marché en proposant des types d'échanges non plus basés soit sur l'aide ou sur la vente, mais bien sur une relation de partenariat dans la durée et dans l'équité. Dans le système commercial, cela se traduit par le « commerce équitable ».

Selon le réseau FINE (2001)³, le commerce équitable est « un partenariat commercial, fondé sur le dialogue, la transparence et le respect, dont l'objectif est de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial. Il contribue au développe-

ment durable en offrant de meilleures conditions commerciales et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés, tout particulièrement au Sud de la planète. Les organisations du commerce équitable (soutenues par les consommateurs) s'engagent activement à soutenir les producteurs, à sensibiliser l'opinion et à mener campagne en faveur de changements dans les règles et pratiques du commerce international conventionnel. »

Le commerce équitable comporte trois dimensions :

- **commerciale**, par l'aide au renforcement financier, technique et opérationnel des organisations de producteurs ;
- **éducative**, par l'information et la sensibilisation des citoyens des pays du Nord et des partenaires ;
- **politique**, par l'engagement pour plus de justice dans les règles du commerce international.

Par opposition au commerce « conventionnel », le commerce équitable se caractérise par le respect des critères suivants :

1. le paiement d'un prix qui ne descend jamais en dessous

d'un plancher défini et qui est systématiquement supérieur au prix pratiqué sur le marché conventionnel ;

2. le paiement d'une prime en vue de financer des projets de développement locaux ;
3. le préfinancement des commandes (jusqu'à 50%) si les producteurs le demandent ;
4. une relation à long terme avec une certaine stabilité des quantités commandées.

Si d'autres critères sont souvent ajoutés en fonction des acteurs et selon les produits (notamment des spécifications environnementales), ces quatre critères représentent un « tronc commun » aux filières équitables.

Commerce équitable = charité ?

Le stéréotype est tenace : le commerce équitable, c'est de la charité ! En achetant les produits proposés dans cette filière, le consommateur « aiderait » les pauvres des pays du Sud en leur faisant parvenir, autrement que par don, un peu d'argent.

Le commerce équitable est tout autre. Tout d'abord, dans « commerce équitable » il y a « commerce ». Il s'agit donc bien d'un échange de biens ou de



services contre rémunération. Deuxièmement, l'expression «équitable» est là pour rappeler que ce type d'échange, par opposition au commerce «conventionnel», est porteur d'idéaux de solidarité et de soutien à des alternatives. Dans le commerce équitable, les producteurs sont donc actifs et n'attendent pas une aide mais bien une relation commerciale juste qui leur permette de mener une existence conforme à la dignité humaine. C'est dans cette perspective que les pays du Sud réclamèrent «du commerce, pas de l'aide» («Trade, not Aid!») lors de la première conférence des Nations-Unies pour le Commerce et le Développement (CNUCED), en 1964 à Genève.

Aperçu historique

Mouvement coopératif

Selon Favreau (2002)⁴, les origines du commerce équitable remontent au XIX^e siècle avec le mouvement coopératif au Royaume-Uni. En 1843, vingt-huit tisserands de Rochdale, dans la région de Manchester en Angleterre, s'organisent et fondent la Société des Pionniers

Équitables de Rochdale (The Rochdale Society of Equitable Pioneers). Ils ouvrent leur propre magasin. La société met en avant certains principes quant à son organisation et son fonctionnement qui sont à la base du coopératisme : l'adhésion volontaire et ouverte ; le principe démocratique «un membre, un vote» ; le paiement limité d'intérêts sur le capital ; la redistribution des surplus aux membres en proportion des achats effectués, et l'éducation pour les membres et les travailleurs. Le but est simple : garantir à la clientèle des prix raisonnables et une bonne qualité de produits, en contribuant à l'amélioration des conditions économiques, sociales et domestiques de ses membres. D'une quarantaine de souscripteurs en 1844, la coopérative en compte trois cent nonante en 1849, et plusieurs milliers vingt-cinq ans après⁵.

D'autres pays ont aussi lancé des signaux forts pour la valorisation des échanges locaux. Il en va, par exemple, du mouvement Khadi, mis en évidence dans l'ouvrage «*La Promesse tenue*» de Jawaharlal Nehru dit

Pandit Nehru, l'une des figures de proue de la lutte pour l'indépendance de l'Inde et du parti du Congrès, 1^{er} Premier ministre de l'Inde en 1947. Le mouvement Khadi (du nom de l'étoffe traditionnelle tissée à la main et filée au rouet) est le symbole du Swadeshi (ce qui est produit chez soi) faisant la promotion de l'autosuffisance, du commerce local, et du boycott des biens d'exportation.

Le commerce de la charité

Raison de la confusion actuelle du commerce équitable avec la charité, une autre source du développement actuel de ce type d'échange est sans nul doute le mouvement de solidarité de l'après-guerre.

Développé dans les années 1950, le commerce de la charité, concernant presque exclusivement la vente de produits provenant de pays en développement, vise à venir en aide à des populations défavorisées tout en leur étant solidaire. Le commerce de la charité impliquait principalement des organismes religieux⁶.

Le commerce solidaire et/ou politique

Fin des années 1960, émerge

un type de commerce alternatif, issu des mouvements politiques de solidarité, visant l'importation de produits de pays du Sud politiquement ou économiquement instables. Ce commerce est supporté par des militants politiques s'opposant au capitalisme et au néo-impérialisme, et qui font la promotion de modes de vie alternatifs⁷. Ce type d'échange peut être mis en parallèle avec la mouvance tiers-mondialiste.

Le commerce développemental

C'est à la suite de la première conférence des Nations-Unies pour le Commerce et le Développement (CNUCED), en 1964, à Genève, que naîtra cette approche développementale du commerce⁸. Réclamant «du commerce et non de l'aide» («Trade, not Aid!»), le commerce développemental vise la lutte contre la pauvreté et l'aide aux populations victimes de catastrophes naturelles.

Aujourd'hui

Le commerce équitable aujourd'hui est le résultat de son évolution historique d'une part, et de sa professionnalisation d'autre part. Cette profession-

“ Dans le commerce équitable, les producteurs sont donc actifs et n'attendent pas une aide, mais bien une relation commerciale juste qui leur permette de mener une existence conforme à la dignité humaine. ”

nalisation s'est opérée grâce à l'ouverture de magasins du monde, prenant ainsi une réelle place dans le marché alimentaire, et la création de labels équitables vers la fin des années 1980 (Max Havelaar par exemple).

Les filières et les acteurs

Deux filières du commerce équitable sont à distinguer :

- **la filière intégrée** : il s'agit du mode historique d'organisation du commerce équitable, qui présente comme caractéristique principale que tous les acteurs et intermédiaires intervenant dans la production, la récolte, la transformation, la manufacture, l'importation et la vente du produit sont engagés dans le commerce équitable et se conforment aux règles de ce dernier. La filière intégrée est coordonnée par l'Organisation Mondiale du Commerce Équitable (WFTO) ;
- **la filière labélisée** : sans doute la plus connue du grand public, cette filière repose, comme son nom l'indique, sur les organismes de labélisation. Les produits sont labélisés par un organisme extérieur parce que l'entreprise qui les commercialise a respecté un cahier des charges précis.

Deux types d'acteurs coexistent au sein du commerce équitable. Premièrement, les organisations, ONG comme ASBL, qui s'y consacrent entièrement. Elles sont communément appelées ATO's (Alternative Trade Organizations). En second lieu, les entreprises à but lucratif (en ce compris la grande distribution), dont l'offre équitable varie de quelques produits à l'entièreté de la gamme. Malgré le paradoxe de la présence des produits du commerce équitable à l'intérieur de la grande distribution dont il dénonce les dérives, cette filière a contribué à la notoriété de « l'équitable » auprès du consommateur lambda.

Label, code de conduite : quelles garanties ?

Le label est un sigle de reconnaissance créé par un organisme public, un secteur professionnel ou un acteur privé, et apposé sur un produit destiné à la vente, pour en certifier l'origine, la qualité et les conditions de fabrication en conformité avec des normes préétablies dans un cahier des

charges. Il s'agit donc d'une approche produit-consommateur (B2C).

Le label est un instrument qui améliore la traçabilité des produits, sur tout ou partie du cycle de vie, dans un ou plusieurs secteurs.

Les labels du commerce équitable utilisés le plus fréquemment dans l'Union européenne sont « Max Havelaar », « Transfair », « Fairtrade Mark » et « Rättvisemärkt ». Les organismes d'homologation (dont le nom est identique à celui du label) sont tous affiliés au « Fair Trade Labelling Organisations International » (FLO). Producteurs comme distributeurs peuvent faire appel aux organismes d'homologation afin de solliciter, pour leurs produits, un label « commerce équitable ». Attention cependant, certains distributeurs créent leurs propres labels, sans que ceux-ci ne soient attribués par un organisme d'homologation extérieur. L'assurance de tenir un produit réellement issu du commerce équitable est alors plus faible, car le distributeur se fait juge et partie.

Ce sont les organismes d'homologation qui fixent les cahiers des charges à respecter pour qu'un produit puisse bénéficier du label commerce équitable. Certains labels sont donc plus exigeants que d'autres car concernant, par exemple, plus d'aspects de la chaîne ou ayant des niveaux d'exigence par critère plus élevés. Les critères concernent des domaines comme les conditions de travail, l'organisation en coopérative et le renforcement des capacités des communautés locales, le paiement d'une juste rémunération, les contrôles visant à prévenir la contamination des eaux de surface et des eaux souterraines, la protection des écosystèmes et du biotope...

Le code de conduite et la certification d'entreprises sont, quant à eux, des documents visant à définir certains principes et normes de comportement qu'une organisation décide d'appliquer à la conduite de ses activités ou opérations. C'est un engagement pris volontairement. Il s'agit donc davantage d'une approche organisationnelle entreprise-entreprise (B2B). Citons, pour exemples, les certifications de l'Organisation Internationale de Normalisation (ISO)⁹ ou les déclarations d'intentions en matière de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE).

Un commerce irréprochable ?

Même si ses racines historiques remontent au XIX^e siècle, le commerce équitable, tel que le consommateur le connaît aujourd'hui, est relativement jeune et souvent associé à son système de certification qui, lui, n'a qu'une vingtaine d'années. Certaines menaces pèsent donc sur le commerce équitable.

Premièrement, l'irruption de ce type d'échange dans la sphère marchande et économique qu'il dénonce, ainsi que la participation de grands distributeurs et d'acteurs du commerce « conventionnel » au commerce équitable, risque, à terme, d'altérer la représentation que se font les consommateurs du commerce équitable. Néanmoins, la présence de produits labélisés équitables dans les grandes surfaces est nécessaire car elle participe à la notoriété de ces produits et à la sensibilisation du consommateur.

Deuxièmement, Low et Davenport (2005)¹⁰ observent un assouplissement progressif des critères équitables au fur et à mesure que le commerce équitable pénètre le commerce traditionnel. Bien que les critères essentiels soient conservés (rémunération juste, par exemple), d'autres, comme l'organisation en coopérative et le renforcement des capacités des communautés locales, sont peu ou pas appliqués.

Troisièmement, l'institutionnalisation progressive du commerce équitable risque de nuire à l'échange et la rencontre directe avec les producteurs, une des valeurs de base du commerce équitable.

Enfin, de par ses objectifs de renforcer les capacités, les savoirs et savoir-faire des communautés locales, une dérive possible du commerce équitable serait que d'anciennes organisations de producteurs équitables basculent vers le commerce conventionnel. Fortes de leur expérience acquise dans le système équitable, ces organisations de producteurs, représentant un certain poids, pourraient établir des contacts directs avec les acteurs traditionnels de l'industrie sous des conditions marchandes semblables, mais pas équivalentes, à celles déterminées par le système équitable. La représentation sociale des producteurs du Sud comme de « pauvres petits producteurs équitables subissant les assauts du commerce international »

est obsolète puisque les organisations de producteurs prennent désormais part et ont une influence directe sur l'avenir du mouvement équitable... mais, malheureusement, un effet bien négligeable sur le commerce international en général. ■

1. www.linternaute.com/dictionnaire/fr/definition/crise/
2. Aristote, *Les Politiques*, Livre I, 9.
3. Réseau informel composé de : Fairtrade Labelling Organizations (FLO), International Federation for Alternative Trade (IFAT), Network of European Worldshops (NEWS!) et European Fair Trade Association (EFTA).
4. Favreau, L. 2002. « Commerce équitable, économie

sociale et mondialisation ». In Séminaire international Commerce équitable, coopératives et développement durable (Montréal, 26 et 27 septembre 2002), sous la dir. de C. Gendron, pp. 2-14. Montréal : Chaire économie et humanisme.

5. P. Toucas et M. Dreyfus, *Les coopérateurs. Deux siècles de pratique coopérative*, éd. Atelier, 2005.
6. Low, W., et E. Davenport. 2005. « Postcards from the Edge ». *Sustainable Development*, no 13, pp. 143-153.
7. Ibidem.
8. <http://unctad.org/fr>
9. <http://www.iso.org>
10. Low, W., et E. Davenport. 2005, op. cit., pp. 143-153.

Sources

- Ronan Le Velly « Le commerce équitable : des échanges marchands contre et dans le marché », *Revue française de sociologie* 2/2006 (Vol. 47), pp. 319-340;
- Infolabel - www.infolabel.be;
- Guide Commerce Equitable 2011 de la Plateforme du Commerce Equitable - www.commerceequitable.org;
- Coopération Technique Belge (CTB) – www.btcctb.org;
- FLO – www.fairtrade.net;
- Observatoire bruxellois de la consommation www.observ.be.

Le cadre légal du commerce équitable

Selon une enquête réalisée par le Conseil de l'Europe en 2004¹, près de 44% des Etats membres du Conseil de l'Europe ont fait état d'initiatives en matière de commerce équitable, alors que seuls 24% des Etats membres se sont dotés d'une législation soutenant ce type de pratiques. Mais quels sont les fondements juridiques du commerce équitable ?

Déclaration universelle des droits de l'Homme

La Déclaration Universelle des Droits de l'Homme du 10 décembre 1948, conclue à Paris et signée par de nombreux Etats membres de l'Organisation des Nations-Unies (ONU), prévoit, en son article 23, les dispositions suivantes :

1. « Toute personne a droit au travail, au libre choix de son travail, à des conditions équitables et satisfaisantes de tra-

vail et à la protection contre le chômage.

2. Tous ont droit, sans aucune discrimination, à un salaire égal pour un travail égal.
3. Quiconque travaille a droit à une rémunération équitable et satisfaisante lui assurant ainsi qu'à sa famille une existence conforme à la dignité humaine et complétée, s'il y a lieu, par tous autres moyens de protection sociale.

4. Toute personne a le droit de fonder avec d'autres des syndicats et de s'affilier à des syndicats pour la défense de ses intérêts. »

Initiatives européennes

Le Traité instituant la Communauté européenne, dit **Traité de Rome**, du 25 mars 1957, en son titre XX intitulé « Coopération au Développement », article 177, déclare :

1. « La politique de la Communauté dans le domaine de la coopération au développement, qui est complémentaire de celles qui sont menées par les États membres, favorise :
 - le développement économique et social durable des pays en développement et plus particulièrement des plus défavorisés d'entre eux,
 - l'insertion harmonieuse et progressive des pays en développement dans l'économie mondiale,
 - la lutte contre la pauvreté dans les pays en développement.
2. La politique de la Communauté dans ce domaine contribue à l'objectif général de développement et de consolidation de la démocratie et de l'État de droit, ainsi qu'à l'objectif du respect des droits de l'homme et des libertés fondamentales.
3. La Communauté et les États membres respectent les engagements et tiennent compte des objectifs qu'ils ont agréés dans le cadre des Nations-Unies et des autres organisations internationales compétentes ».

De plus, le **Traité de Lisbonne**, modifiant le Traité sur l'Union Européenne et le Traité instituant la Communauté Européenne, entré en vigueur le 1^{er} décembre 2012, énonce en son article 2 §5 :

« Dans ses relations avec le reste du monde, l'Union affirme et promeut ses valeurs et ses intérêts et contribue à la protection de ses citoyens. Elle contribue à la paix, à la sécurité, au développement durable de la planète, à la solidarité et au respect mutuel entre les peuples, au commerce libre et équitable, à l'élimination de la pauvreté et à la protection des droits de l'homme, en particulier ceux de l'enfant, ainsi qu'au strict respect et au développement du droit international, notamment au respect des principes de la charte des Nations-Unies. »

En 1996, le **Comité économique et social des Communautés européennes** a donné son avis sur le « Mouvement européen en faveur du commerce équitable »² en ces termes :

« C'est avec satisfaction que le Comité voit se développer l'idée d'octroi de labels et il souhaite contribuer à ce que cette idée se développe encore davantage dans le cadre du marché unique et d'une concurrence loyale. Le Comité recommande également :

- que la société civile utilise une formule plus appropriée pour décrire les activités concernant la notion d'équité en matière d'approvisionnement (« fair trading »), afin



de bien faire entendre à l'opinion publique que le but recherché est d'améliorer la position et la condition des travailleurs du « Tiers monde » qui sont la source des produits concernés ;

- que la Commission crée une ligne budgétaire distincte en vue d'aider à financer le développement de cette activité dans le moyen terme. Dans le long terme, cette activité devrait générer son propre financement de façon durable ;
- que le Comité et ses membres puissent jouer un rôle important dans la diffusion de l'information concernant cette idée et dans les activités visant à encourager l'harmonisation. »

Cette demande a été réitérée dans le rapport sur le commerce équitable (dit « **Rapport Fassa** », du nom de son rapporteur), adopté par le Parlement européen le 26 mai 1998 en ces termes :

« Eu égard aux considérations qui précèdent, la Commission des relations économiques extérieures prie la Commission du développement et de la coopération d'incorporer dans sa proposition de résolution, lors de l'adoption du rapport, les paragraphes suivants :

- demande que soit effectuée une évaluation des dispositions institutionnelles et financières de l'Union européenne relatives au secteur du commerce équitable (...);
- estime que toute évaluation de la réussite du mouvement du commerce équitable doit être réalisée dans la perspective d'inscrire les éléments et les principes du commerce équitable dans la politique de développement et la politique commerciale que l'Union européenne conduira dans l'avenir, en sorte de créer des conditions comparables dans la structure du commerce mondial ;
- considère que la démarche du commerce équitable réussit à lever les obstacles aux échanges auxquels se heurtent les producteurs des pays en voie de développement (...);
- estime que cette approche devrait également garantir le respect des droits sociaux et environnementaux fondamentaux et notamment contribuer à l'élimination du travail des enfants ;
- invite la Commission européenne à inscrire plus concrètement ses divers instruments et programmes en faveur des produits des pays en développement dans une dé-

marche plus intégrée et plus cohérente au profit des producteurs locaux, confrontés à de nombreux obstacles lorsqu'ils cherchent à écouler leurs produits sur le marché de l'Union européenne;

- met l'accent à cet égard sur la difficile application des tarifs douaniers préférentiels (...);
- invite le mouvement «commerce équitable» à évaluer les incidences des propositions de la Commission sur les relations commerciales à venir (...);
- invite, à cet égard, le Conseil et la Commission à faire en sorte que les politiques à venir de l'Union européenne dans les domaines du commerce et du développement répondent aux objectifs du commerce équitable et souligne qu'il appartient à l'Union européenne d'œuvrer pour la réalisation de ces objectifs dans le cadre de l'Organisation mondiale du commerce et les autres enceintes internationales.»

Dans sa Résolution du 2 juillet 1998, le Parlement européen déclarait que le commerce équitable est le moyen le plus efficace de promouvoir le développement. Un «**programme d'action pour le commerce durable**» de la Commission européenne, qui a été examiné lors d'une réunion du 2 juillet 2003, inclut de nouvelles mesures visant à promouvoir le commerce durable et équitable. Le commerce équitable est également abordé dans les commentaires de la Commission relatifs au rapport de 2004 de la Commission mondiale sur la dimension sociale de la mondialisation.

En Belgique

La Belgique peut être considérée comme un bon élève européen dans la promotion du commerce équitable, car elle prévoit de nombreux types de cadres législatifs qui le soutiennent fortement.

La loi du 5 mai 1997 relative au développement durable prévoit que le gouvernement fédéral établisse, tous les quatre ans, un Plan fédéral de développement durable. Ce plan doit déterminer les mesures à prendre au niveau fédéral en vue de la réalisation des objectifs du développement durable. La Commission interdépartementale du développement durable (CIDD) a pour but de préparer et d'assurer le suivi du Plan fédéral de développement durable. La CIDD élabore un avant-projet de Plan, lequel est soumis à consultation. Elle traite les avis et observations reçues et les intègre dans ce qui devient le projet de Plan. Le projet ainsi remanié est ensuite soumis au Conseil des

ministres. C'est finalement le Roi qui fixe le Plan par arrêté royal délibéré en Conseil des ministres.

En son chapitre 2, article 3, la loi du 5 mai 1997 énonce: «Un plan fédéral de développement durable, ci-après dénommé 'le plan', est établi tous les quatre ans sur base du rapport fédéral (...). Ce plan, structuré suivant la classification de l'Action 21, détermine les mesures à prendre au niveau fédéral en vue de la réalisation des objectifs du développement durable dans une perspective d'efficacité et de cohérence interne de la politique en cette matière. Il tient compte des éléments de prospective à long terme. Ce plan contient également un plan d'action fixant ses modalités de mise en œuvre. Au moins les thèmes suivants seront traités, en ce qu'ils concernent le développement durable:

1. la qualité des différents compartiments de la société pendant la période visée;
2. la désignation des domaines dans lesquels des mesures particulières doivent être prises pour assurer la qualité de la société ou de l'un ou plusieurs de ses compartiments;
3. la cohésion entre les différents compartiments;
4. les mesures, les moyens et les délais proposés pour réaliser les objectifs fixés, de même que les priorités à respecter à cet égard;
5. les conséquences financières, économiques, sociales et écologiques que l'on peut raisonnablement escompter de la politique de développement durable menée.»

Ces plans contiennent des dispositions qui considèrent que le commerce équitable est un thème central et expriment la nécessité de soutenir le secteur. Notre pays propose des stratégies concrètes et détaillées pour faire progresser le secteur, faire le point de la situation du commerce équitable, mais aussi tirer les «leçons» de l'expérience, afin de promouvoir des stratégies visant à soutenir le secteur et à élaborer un plan d'action. De plus, certains pouvoirs publics régionaux

et locaux s'engagent à promouvoir le commerce équitable dans le long terme.

La loi du 27 février 2002 visant à promouvoir la production socialement responsable décerne à certains produits un label si, tout au long de la chaîne de fabrication, ces produits ont respecté des normes de production socialement et écologiquement responsable. Concernant les critères sociaux, il s'agit, entre autres, de l'interdiction du travail forcé, du droit à la liberté syndicale, du droit d'organisation et de négociation collective, de l'interdiction de toute discrimination en matière de travail et de rémunération, du respect de l'âge minimum fixé pour le travail des enfants par l'Organisation Internationale du Travail (OIT), ainsi que l'interdiction des pires formes du travail des enfants.

Au niveau financier, les administrations publiques de notre pays contribuent à soutenir des campagnes de sensibilisation privées, des associations de commerce équitable, la «Semaine du Commerce Équitable», la tenue de conférences sur le commerce équitable, des travaux de recherche ou des projets de commerce équitable...

Concernant les marchés publics, la loi pour la passation de marchés publics du 24 décembre 1993, modifiée par la loi-cadre du 8 avril 2003, permet de prendre également en considération, dans l'appel d'offres, les aspects sociaux, éthiques ou environnementaux.

Enfin, en 2003, l'État belge a signé une convention avec la Coopération Technique Belge (CTB) afin de mettre en place des mécanismes pour garantir les transactions équitables. ■

1. Esther Petridis, Tendances de la Cohésion Sociale n°12, «Engagement éthique et solidaire des citoyens dans l'économie: une responsabilité pour la cohésion sociale», Editions du Conseil de l'Europe, 2004, pp. 99-104.
2. Avis du Comité économique et social sur le «Mouvement 'European Fairtrade marketing'». Journal officiel des Communautés européennes du 15 juillet 1996; 96/C 204/14, p. 41.

“La Belgique peut être considérée comme un bon élève européen dans la promotion du commerce équitable, car elle prévoit de nombreux types de cadres législatifs qui le soutiennent fortement.”

Un ancrage local!

Favoriser le développement des petits commerces locaux existants, voilà un des aspects fondamentaux du commerce équitable! Les petits commerces locaux sont enracinés dans notre réalité quotidienne et se fournissent généralement auprès de productions locales... quand ils n'en sont pas eux-mêmes les artisans.

A l'inverse des grandes enseignes standardisées, confier les rênes de l'économie locale aux commerçants de proximité permet de favoriser une plus grande équité économique et sociale. Voici quelques pistes pour lutter pour plus d'équité sociale et économique près de chez soi.

Ça passe par ma commune

Le dimanche 14 octobre 2012, nous irons tous voter pour les élections communales. Or, chaque commune est un espace de démocratie vivante qui nous concerne tous dans notre quotidien individuel et collectif. Cet espace collectif qu'est notre commune est le reflet de ce que nous en faisons et de ce que nous attendons d'elle.

Susciter une dynamique politique et sociale pour un réel progrès environnemental et social dans sa commune, voilà l'objectif du mouvement « Ça passe par ma commune »¹. Née à la veille des élections d'octobre 2006, et portée aujourd'hui par onze associations², cette campagne vise à motiver les pouvoirs locaux à s'engager en faveur d'un développement durable, social et solidaire. En 2006, grâce à l'action de citoyens actifs et engagés dans leurs communes, des interpellations ont été menées en di-

rection des listes communales. Pour 2012, plusieurs actions ont déjà eu lieu et continueront à se dérouler jusqu'aux élections.

La campagne peut être divisée en trois étapes chronologiques : l'interpellation des candidats avant les élections communales, l'évaluation des engagements pris lors de la formation des accords de majorité et le suivi des réalisations tout au long des six ans de mandature communale.

Onze axes d'actions sont envisagés afin de catégoriser les demandes, les engagements et les actions entreprises :

1. acheter équitable ou socialement responsable ;
2. choisir une consommation durable ou écologique ;
3. soutenir une économie sociale ou solidaire ;
4. agir pour les droits humains ;
5. respecter un environnement local ;
6. maîtriser l'énergie ;
7. gérer durablement le territoire ;
8. promouvoir une alimentation de qualité ;
9. adapter les logements à nos parcours de vie ;
10. garantir une place d'accueil de la petite enfance ;
11. développer une coopération Nord/Sud.

Communes du commerce équitable

Portée par Max Havelaar, avec le soutien de la Région wallonne, de la Communauté française, de la Direction générale de la Coopération au Développement, d'Oxfam Magasins du monde, de Miel Maya et de These Days, la campagne « **Communes du commerce équitable** »³ a pour objectif de sensibiliser au commerce équitable et d'encourager la consommation de produits équitables à l'échelon local.

« Communes du Commerce Équitable » (CDCE) est le représentant belge du mouvement international « Fairtrade Towns » actif dans une quinzaine de pays (Europe de l'Ouest, Canada, États-Unis, Australie/Nouvelle-Zélande). Ce mouvement a été initié par le Royaume-Uni dont plus de trois-cent-cinquante entités ont déjà reçu le titre à ce jour. Récemment, plusieurs pays du Sud, tels que le Brésil, l'Afrique du Sud, le Pérou, la Bolivie et le Ghana, ont manifesté leur volonté de lancer un mouvement similaire.

Bien que davantage centrée sur les produits du commerce équitable, CDCE vise, plus largement, à promouvoir une

consommation durable et responsable, en adéquation avec les producteurs du Sud comme ceux de proximité.

Comme pour «Ça passe par ma commune», il s'agit avant tout d'instaurer une dynamique participative et solidaire, mobilisant responsables politiques, commerçants, travailleurs, enseignants, étudiants, consommateurs... Car tous ont un rôle fondamental à jouer dans la promotion des produits du commerce équitable et la sensibilisation aux principes de ce type d'échange. La réussite de la campagne et l'obtention du titre «Commune du commerce équitable» requièrent la participation des acteurs locaux et un engagement collectif afin de répondre aux exigences des six critères suivants.

Le premier concerne l'autorité communale. Le Conseil communal est invité à voter une résolution en faveur du commerce équitable ayant un double objectif:

1. la signification officielle de la participation de la commune à la campagne;
2. l'engagement de l'administration communale à consommer du café et au moins un autre produit équitable, tant pour ses besoins internes que pour les événements qu'elle organise à destination du public.

Le second critère implique les commerces et établissements du secteur Horeca. En fonction du nombre d'habitants sur le territoire communal, un certain nombre d'établissements sont invités à proposer au moins deux produits du commerce équitable à leur clientèle et doivent rendre visible leur participation à la campagne.

Les entreprises, organisations et écoles sont visées par le troisième critère. Comme pour le critère deux, proportionnellement au nombre d'habitants dans la commune, des entreprises, institutions, organisations, associations et écoles de l'entité communale doivent proposer au moins deux produits équitables de façon régulière à leurs travailleurs, leur public ou leurs élèves. De plus, elles communiquent et sensibilisent à leur participation à la campagne.

La communication et la sensibilisation des citoyens sont au cœur du critère quatre. À l'aide des médias locaux et via des canaux d'informations divers, qui peuvent être créés pour l'occasion, la commune informe et sensibilise à sa participation à la campagne. De plus, avec le concours des acteurs locaux, elle est invitée à organiser au moins une action de sensibilisation annuelle sur le commerce équitable à destination du grand public.

La création d'un comité de pilotage est l'objet du critère cinq. Ce comité doit être composé d'acteurs locaux diversifiés et représentatifs des dynamiques locales mises en place dans chacun des secteurs: entreprises, Horeca, organisations, écoles, administration communale... Ce comité prend et coordonne les initiatives nécessaires pour l'avancement de la campagne; il assure l'engagement de la commune dans la durée et la mène à l'obtention du titre.

Enfin, dernier critère, mais non des moindres, la promotion des produits agricoles locaux et durables. Ce critère vise à soutenir une nouvelle initiative en faveur de la consommation de produits agricoles locaux et durables. L'initiative est permanente, ou renouvelée au minimum annuel, et doit être médiatisée.

Une fois les six critères remplis, la commune reçoit, à l'occasion d'une cérémonie, son titre honorifique de «Commune du commerce équitable» sous forme d'une plaque de signalisation à placer à l'entrée du territoire communal. À cette fin, un dossier de contrôle est à remettre au coordinateur de la campagne CDCE, Julien Lesceux.

Après le titre, le comité de pilotage est éventuellement remodelé afin d'y impulser une nouvelle dynamique et d'y intégrer d'autres acteurs dans la promotion du commerce équitable au niveau local. C'est notamment l'occasion de se fixer de nouveaux objectifs pour essayer d'aller toujours plus loin sur la base des six critères de la campagne.

L'achat socialement responsable de vêtements de travail

Que ce soit via «Ça passe par ma Commune» ou «Commune du Commerce Équitable», un des thèmes abordés dans la promotion du commerce équitable et éthique concerne celui de l'achat socialement responsable de vêtements de travail.

Bon nombre d'entreprises et d'institutions publiques locales fournissent à leurs employés des vêtements de travail: salopettes des ouvriers communaux, tabliers, vêtements de sécurité, blouses médicales, uniformes de police, équipements de pompiers... Dans la rédaction des cahiers des charges visant l'octroi de ces marchés aux sociétés fournisseuses, il n'est pas rare que le critère concernant le respect des droits et conditions des travailleurs soit négligé. Or, dans l'industrie du textile, la plupart des usines sont situées en Asie dans des pays où les droits fondamentaux des travailleurs ne sont pas toujours

respectés⁴. Vu le volume de vente représenté par ces marchés publics ou privés, l'engagement des administrations publiques, comme des entreprises et commerces locaux, dans l'achat socialement responsable de vêtements de travail peut avoir un impact non négligeable.

C'est le combat notamment soutenu par l'association AchACT – Actions Consommateurs Travailleurs. Cette organisation a pour but de contribuer à améliorer les conditions de travail et à renforcer les travailleurs dans des secteurs de l'industrie légère, largement mondialisés, où les femmes constituent la majorité de la main-d'œuvre. AchACT agit pour soutenir et renforcer les travailleurs qui se mobilisent dans les pays de production, particulièrement en Asie, pour défendre leurs droits. Mobiliser en faveur du changement, aider les ouvriers, interpeller les entreprises de distribution, proposer de nouvelles pistes d'actions, voilà les stratégies développées par AchACT en vue de défendre les droits fondamentaux des travailleurs du textile et de sensibiliser les pays occidentaux aux dérives du secteur de l'habillement.

Les droits fondamentaux des travailleurs, quels sont-ils?

Comme le rappelle AchACT, «sur un plan international, les droits des travailleurs sont définis par des conventions internationales négociées au sein de l'Organisation Internationale du Travail (OIT). Cent quarante-trois pays sont membres de l'OIT, dont, notamment, la quasi-totalité des pays où est aujourd'hui localisée l'industrie légère produisant pour l'exportation. La déclaration de l'OIT relative aux principes et droits fondamentaux au travail de 1998, rend universels les droits identifiés comme fondamentaux. Cela signifie que les travailleurs de tous les Etats membres de l'OIT doivent au minimum jouir de ces droits.»

Ces droits fondamentaux sont:

- la liberté syndicale (Convention OIT 87);
- le droit d'organisation et de négociation collective (Convention OIT 98);
- l'interdiction du travail des enfants (Conventions OIT 138 et 182);
- l'interdiction du travail forcé (Conventions OIT 29 et 105);
- la non-discrimination (Convention OIT 100 et 111).

À ceux-ci viennent s'ajouter des droits complémentaires ou opérationnels, tels que ceux définis, par exemple, par la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme.

Quelles propositions d'action pour ma commune?



Comme mentionné ci-dessus, l'administration communale, le CPAS, la zone de police et certaines entreprises ou organisations locales achètent et renouvellent régulièrement des vêtements de travail. La première action, mais non des moindres, consiste à établir, avec ces acteurs locaux, une déclaration de politique générale concernant l'achat de vêtements. Ainsi, cette politique d'intention pourra notamment mentionner que, lors d'achats ou de renouvellement de vêtements de travail, l'acteur en question s'engage à tenir compte du respect des droits fondamentaux des travailleurs qui les ont manufacturés. Afin de ne pas imposer un changement trop brusque qui pourrait provoquer une certaine résistance de la part de ses acteurs, le mieux est de conclure avec eux un agenda des objectifs à atteindre.

Concernant les administrations publiques, selon les montants de ces marchés, elles doivent respecter des modalités d'appel d'offres et de sélection des fournisseurs prévues par la loi. Dans les cahiers des charges qu'elles ont à rédiger, ces administrations peuvent introduire des critères liés aux produits, aux fournisseurs ou à l'exécution du marché tels que des critères économiques, environnemen-

taux ou encore sociaux. Ces critères sont pondérés et souvent très techniques ainsi qu'adaptés à chaque objet de marché conclu, tout en imposant des seuils minimaux.

Néanmoins, une place pour le respect de critères sociaux y est réservée. De ce fait, les administrations publiques peuvent privilégier les fournisseurs de vêtements de travail qui s'engagent à respecter certains critères comme :

- l'élimination de toute violation des droits fondamentaux des travailleurs dans leurs filières;
- la vérification multipartite (regroupant des représentants d'entreprises, de syndicats et d'ONG);
- la promotion du dialogue social;
- la transparence quant aux comptes et résultats de leurs démarches.

Un moyen de s'assurer du respect de ces conditions par les fournisseurs consiste à privilégier ceux portant un label du type « Fair Wear » ou « Max Havelaar – Textile ». ■

“ La campagne « Communes du commerce équitable » a pour objectif de sensibiliser au commerce équitable et d'encourager la consommation de produits équitables à l'échelon local. ”

1. www.capaseparmacommune.be
2. Amnesty International, CNCD – 11.11.11, Inter-Environnement Wallonie, GRACQ – Les Cyclistes Quotidiens, la Ligue des Familles, Oxfam Magasins du monde, RESSOURCES, la Fédération des coopératives et associations citoyennes de production d'énergies renouvelables – rescoop.be, achACT, écoconso.
3. www.cdce.be
4. Voir, notamment, l'Asia Floor Wage www.asiafloorwage.org

Un autre commerce pour l'égalité : la coopérative

Selon l'Organisation des Nations-Unies, cent millions de personnes travaillent pour des coopératives dans le monde, dont 20% sont des entreprises internationales, alors que plus d'un milliard de personnes sont membres d'une coopérative.

L'Assemblée générale de l'ONU a par ailleurs déclaré cette année « Année Internationale des Coopératives ». Qu'est-ce qu'une coopérative et pourquoi l'ONU, ainsi que les organisations de commerce équitable, soutiennent-elles ce mode d'organisation économique ?

En 1994, les Nations-Unies ont estimé que les conditions de vie de 3 milliards de personnes (environ la moitié de la population mondiale) étaient améliorées grâce aux coopératives¹.

A l'occasion de la Journée internationale des coopératives² du 3 juillet 2011, Ban Ki-Moon, Secrétaire général de l'ONU, a déclaré : « *Se fondant tout particulièrement sur la notion de valeurs, les coopératives ont montré qu'elles constituaient un modèle commercial, robuste et viable, susceptible de prospérer même pendant les périodes difficiles. Ce succès a contribué à empêcher de nombreuses familles et communautés de sombrer dans la pauvreté.* » Et d'ajouter, lors de ce même événement en 2012 : « *La crise économique et financière mondiale a également donné la preuve de la résilience des institutions financières différentes telles que les banques coopératives et les coopératives d'épargne et de crédit. [...] j'encourage toutes les*

parties prenantes à continuer de sensibiliser l'opinion à l'action des coopératives et d'adopter des mesures visant à les renforcer partout dans le monde. »

Qu'est-ce qu'une coopérative ?

L'Alliance Coopérative Internationale définit la coopérative comme « une association autonome de personnes volontairement réunies pour satisfaire leurs aspirations et besoins économiques, sociaux et culturels communs au moyen d'une entreprise dont la propriété est collective et où le pouvoir est exercé démocratiquement. » Selon Claude Vienney, les coopératives visent l'accomplissement de deux rôles distincts et complémentaires : le groupement de personnes, pour une émancipation par l'entrepreneuriat collectif, et l'entreprise, pour l'insertion de l'activité dans le marché³.

Les sept principes de la

coopérative

Aujourd'hui, ce sont les principes de l'Alliance Coopérative Internationale (ACI) qui font figure de principes officiels du mouvement coopératif au niveau international. Fondée en 1895, elle représente le mouvement coopératif auprès de l'Organisation des Nations-Unies et de l'Organisation Internationale du Travail.

Les sept principes de l'ACI sont de nature générale afin de pouvoir être appliqués à l'ensemble des types de coopératives :

1. **adhésion volontaire et ouverte à tous** : l'adhésion se fait sur base volontaire et la coopérative est ouverte à tous et ce, sans discrimination fondée sur le sexe, l'origine sociale, la race, l'allégeance politique ou la religion ;
2. **pouvoir démocratique exercé par les membres** : les hommes et les femmes élus comme représentants

des membres sont responsables devant eux. Les membres ont des droits de vote égaux en vertu de la règle «un membre, une voix»;

- 3. participation économique des membres:** les membres contribuent de manière équitable au capital de leurs coopératives et en ont le contrôle. Une partie au moins de ce capital est la propriété commune de la coopérative. Les membres affectent les excédents aux objectifs suivants: le développement de leur coopérative, des ristournes aux membres en proportion de leurs transactions avec la coopérative et le soutien d'autres activités approuvées par les membres;
- 4. autonomie et indépendance;** les coopératives sont des organisations autonomes d'entraide, gérées par leurs membres. La conclusion d'accords avec d'autres parties doit se faire dans des conditions qui préservent le pouvoir démocratique des membres et maintiennent l'indépendance de leur coopérative;
- 5. éducation, formation et information:** les coopératives fournissent à leurs membres, leurs dirigeants élus, leurs gestionnaires et leurs employés, l'éducation et la formation requises pour pouvoir contribuer effectivement au développement de leur coopérative. Elles informent le grand public, en particulier les jeunes et les dirigeants d'opinion, sur la nature et les avantages de la coopération;
- 6. coopération entre les coopératives:** pour apporter un meilleur service à leurs membres et renforcer le mouvement coopératif, les coopératives œuvrent ensemble au sein de structures locales, nationales, régionales et internationales;
- 7. engagement envers la communauté:** les coopératives contribuent au développement durable de leur communauté dans le cadre d'orientations approuvées par leurs membres.

Ces règles reposent sur celles émises en leur temps par la Société des Pionniers Équitables de Rochdale. Seuls deux principes de Rochdale, celui de «l'intérêt limité sur le

capital social», ainsi que «l'achat et la vente au comptant», n'y figurent pas. Néanmoins, l'un et/ou l'autre de ces deux principes sont rendus obligatoires via des lois nationales de la majorité des pays où l'on retrouve ce type d'organisation⁴.

Coopérative et commerce équitable, un couple gagnant

Mouvement coopératif et commerce équitable sont souvent associés l'un à l'autre. Rien de plus normal car, d'un point de vue idéologique, ces deux mouvements prônent les mêmes valeurs, à savoir:

- proposer une alternative au système dominant;
- placer le projet entrepreneurial au service du projet humain et d'ambitions sociales;
- payer un prix juste et équitable.

De plus, le modèle coopératif a participé à l'expansion du commerce équitable, en renforçant la capacité de petits producteurs. Aujourd'hui encore, selon Fairtrade International, 75% des organisations certifiées sont des coopératives de petits producteurs. Réciproquement, grâce aux avantages économiques qu'il fournit aux partenaires avec

lesquels il travaille, le commerce équitable participe au succès des coopératives.

L'égalité homme-femme

Aujourd'hui encore, dans de nombreux pays, les femmes ne sont toujours pas considérées comme égales aux hommes: inégalité d'accès aux ressources et à l'éducation, limitations ou privation de droits... Nul besoin d'aller bien loin pour s'en rendre compte. Selon une étude réalisée en 2009 par l'Institut pour l'Égalité des Femmes et des Hommes (en collaboration avec le SPF Emploi, Travail et Concertation sociale, la Direction générale Statistique et Information économique et le Bureau fédéral du Plan), pour les salaires horaires bruts des travailleurs à temps plein et à temps partiel tous secteurs confondus, l'écart salarial s'élève à 11% en faveur des hommes. Pour les employés du secteur privé, il monte jusqu'à 27%, et 16% pour les ouvriers. Au sein de l'administration, l'écart salarial est de 7% pour les contractuels, alors qu'il est légèrement en faveur des femmes pour les fonctionnaires statutaires (1%).

Or, selon le rapport de l'Organisation des Nations-Unies pour l'Alimentation et l'Agric-

2012

Année

Internationale des

Coopératives



“ Le modèle coopératif a participé à l'expansion du commerce équitable, en renforçant la capacité de petits producteurs. Réciproquement, grâce aux avantages économiques qu'il fournit aux partenaires avec lesquels il travaille, le commerce équitable participe au succès des coopératives. ”

culture (FAO) sur la situation mondiale de l'alimentation et de l'agriculture 2010-2011, si les femmes avaient le même accès que les hommes aux ressources productives, elles pourraient augmenter de 20 à 30% les rendements de leur exploitation, ce qui aurait pour effet d'accroître la production agricole totale des pays en développement de 2,5 à 4% et pourrait réduire de 12, voire 17%, le nombre de personnes souffrant de faim dans le monde.

La solution semble couler de source: viser l'égalité homme-femme en matière de travail, de propriété, d'éducation... C'est ce que prône le commerce équitable. Pour ce faire, il établit des normes strictes en matière d'égalité entre hommes et femmes et favorise l'organisation en coopérative. En effet, comme nous l'avons vu ci-dessus, ce mode d'organisation place le producteur au cœur du système économique, de manière démocratique et égalitaire entre tous, hommes comme femmes.

De plus, selon les 10 normes du commerce équitable établies par la World Fair Trade Organization (WFTO), ce type d'échange « veille à l'Égalité des Sexes. Le Commerce Équitable veut que le travail de la femme soit toujours respecté et récompensé. Les femmes sont toujours payées pour leur contribution dans le processus de production et sont impliquées au sein des organisations. » ■

1. www.un.org/fr/events/coopsyear/index.shtml
2. Dans sa résolution 47/90 du 16 décembre 1994, l'Assemblée générale des Nations-Unies a instauré une Journée internationale des coopératives célébrée, chaque année, le premier samedi du mois de juillet.
3. Clause Vienny (1994). *L'économie sociale*.
4. Le modèle coopératif au sein du commerce équitable: le cas d'equal exchange, un organisme de commerce équitable du Nord par Catherine Tadros.

Plus d'infos...

- Pour plus de renseignements sur les coopératives et sur l'année internationale des coopératives, n'hésitez pas à contacter la Coopération Technique Belge ou M. Fabrice Wiels au SPF Economie, PME, Classes moyennes et Energie, Direction générale de la Régulation et l'Organisation du Marché, Service Droit Comptable-Audit-Coopératives.
- Hagen Henry (2006). *Guide de législation coopérative*, deuxième édition, revue et corrigée. Genève. Organisation internationale du Travail

Les Horecas et les « contrats brasseurs »..., une vraie menace

Depuis 2000, la nouvelle réglementation européenne distingue trois catégories de brasseurs.

Les brasseurs ayant une part de marché supérieure à 30%. C'est le cas d'InBev en Belgique. Ceux-ci ne peuvent signer de contrats d'exclusivité que pour les pils en fûts et que pour une durée de 5 ans. Le cafetier est libre de choisir les autres bières de sa carte et il peut révoquer le contrat à tout moment.

Les brasseurs dont la part est comprise entre 10 et 30%, comme Alken-Maes en Belgique. Ils peuvent imposer toutes leurs bières et leurs « soft drinks ». Le cafetier peut se fournir auprès d'un autre brasseur uniquement pour un type de bière qu'Alken-Maes n'a pas dans sa gamme, comme une trappiste ou une Duvel.

Les brasseurs ayant une part de marché inférieure à 10% - c'est le cas de la plupart des acteurs en Belgique et cela concerne surtout des brasseries de moyenne taille comme Haacht, Palm, Bavik, Bockor, etc. - peuvent signer des contrats pour 10 ans dans lesquels ils obligent le cafetier à prendre toute leur gamme de boissons. Cela peut même aller jusqu'aux chips et aux gaufres...

Voici donc les difficultés des tenanciers à la « transition équitable » liés aux produits existants :

- barrières à l'entrée de type légal/commercial (contrat d'exclusivité – contrat brasseurs) ;
- barrières à l'entrée en prix (prix d'achat « produits de masse » moins chers que les prix présentant un « prix juste » et une meilleure qualité) ;
- barrières aux avantages en nature (frigos offerts, enveloppe € si on vend bien, casiers cadeau, aménagement du comptoir, décoration offerte) ;
- barrières marketing : manque de supports de communication (affiches, triptyques, sous-bocks, etc.) ;
- difficultés de livraison.



Pour une économie plus responsable

Grands oubliés des débats de salons et d'auditoires, les principes économiques de commerce équitable sont peu présents tant dans les slogans commerciaux que dans les arguments des militants de terrain. Moins chaleureux que la solidarité prônée avec le Sud et moins concrets que les impacts sociaux, ils n'en demeurent pas moins primordiaux pour qui, sur de bases saines, veut contribuer à « un autre monde de plus en plus possible ».

Des mécanismes économiques vertueux...

Pour comprendre les enjeux du commerce équitable, on y entre le plus souvent par la grande porte de la solidarité. Une solidarité immédiatement perçue du consommateur au Nord vers le producteur du Sud à travers l'acte d'achat. Solidarité qui se matérialise aussi par toute une série d'avantages concrets aux communautés locales : conditions de travail décentes, frein au travail des enfants, égalité entre les sexes, encouragement de la présence de la femme au sein de la gouvernance, primes sociales permettant d'investir dans des infrastructures communautaires diverses (santé, éducation, hygiène, accès à l'eau...). En d'autres termes, l'application des principes et droits fondamentaux au travail (conventions de l'Organisation Internationale du Travail (OIT)) et des processus de démocratie au sein de ces organisations.

Sur le terrain, le commerce équitable encourage aussi activement de meilleures pratiques environnementales et l'application de méthodes responsables de production¹. Tout bénéfique pour l'environnement local, mais aussi pour la santé des populations concernées.

Tout cela est fort vrai. Mais on oublie très souvent de jeter un œil plus aiguisé par la toute petite lucarne du modèle économique. Analyser les mécanismes économiques du commerce équitable peut pourtant nous aider à comprendre toute sa pertinence comme alternative crédible au modèle dominant...

Soutien aux petites structures

De façon parfois un peu candide, voire condescendante, on répète que le commerce équitable vient en aide aux « petits producteurs ». Non seulement les petits, mais aussi les plus fragilisés. Pour tenter de les aider à rester en activité. S'agit-il de faire œuvre de charité socio-

économique ? Sachant qu'irréremédiablement les différents marchés ont tendance à faire l'objet de rachats et de concentrations... Ou y-a-il un intérêt supérieur à agir de la sorte ?

Il y a plus ou moins un an, en octobre 2011, Max Havelaar organisait, en présence de coopératives africaines, un colloque « Small farmers, big solutions », durant lequel était mis en exergue, « au micro », l'importance du contact interpersonnel dans les relations commerciales, et surtout, « au macro », la faculté de résilience² des petites structures. Autrement dit de leur permettre, de par leur diversité, de recouvrir un tissu économique sain malgré les chocs et les crises que celui-ci peut être amené à connaître. Contrairement au marché représenté par une petite poignée d'acteurs dominants.

À la même période, en tournée cinématographique dans toute la France, le film « Small is beautiful » d'Agnès Fouilleux

traite des dégâts causés par l'agriculture dite « moderne ». Grand instigateur de l'envolée industrielle de l'agriculture française dans les années 1960, Edgard Pisani, ministre de l'époque, se repend un demi-siècle plus tard, reconnaissant « que pour des questions de pollution, de gestion de l'eau, et surtout de nombre et de qualité d'emplois, il vaut mieux 50 fermes de 100 ha plutôt qu'une seule ferme de 5000 ha ».

La question de l'emploi généré est ici cruciale. Car si en absolu/brut, et surtout en apparence, les grandes structures semblent générer beaucoup d'emplois, en se penchant sur le nombre d'emplois réellement créés, on constate que, en relatif/net³, la myriade de petites exploitations générera beaucoup plus d'emplois. A demande égale.

En s'implantant, les grandes structures ne font donc que concentrer en leur sein de l'emploi préexistant, elles n'en créent donc pas là où le marché était préalablement satisfait par de plus petites entités. Ce qui amène aujourd'hui de nombreux économistes à parler de « transferts » d'emplois ou de vases communicants. Pire même, elles en génèrent donc moins du fait de leur rationalité organisationnelle qui consiste à produire plus avec moins. Ressources humaines comprises...

Au Nord comme au Sud, ceci s'explique bien sur par : 1) les économies d'échelles qu'elles obtiennent en concentrant un très grand volume d'offre de produits dans une seule et même entité ; 2) leur degré d'industrialisation qui substitue l'homme par la machine ; et 3) par leur efficacité organisationnelle : je mets en place des process managériaux efficaces qui me permettent de me passer d'une partie de mon personnel. A petites ou moyennes doses, ces mécanismes sont sains, ils permettent de mainte-

“ En plus d'aider spécifiquement le « petit producteur », c'est tout le marché que le commerce équitable peut tirer vers le haut et éloigner de la crise. On parlera de relocalisation de l'économie. Mais surtout on la réhumanise... ”

nir un niveau de compétitivité. Le problème, c'est que toutes les multinationales les utilisent aujourd'hui de façon exacerbée.

Illustration par l'exemple... En s'implantant à Mons en 2015, Ikea s'associe aux autorités locales pour annoncer fièrement la création de 350 emplois. Mais c'est sans compter tous les emplois perdus ça et là dans les magasins de meubles, décoration, textile, et même dans la restauration (difficile de concurrencer une assiette de boulettes à 3,50€). Et ce n'est pas marginal, la zone de chalandise s'étend à des kilomètres à la ronde, de Tournai à Namur, en passant par des villes et régions denses comme Valenciennes, Maubeuge, Ath, Soignies, La Louvière, Charleroi. A plus de 25 km, la chaîne de magasins Atlas s'attend, pour son magasin de Maubeuge, à un déclin de 30% de son chiffre d'affaires, avec un impact au moins équivalent sur son effectif. Alors que dire des 40 magasins de meubles et déco de la périphérie montoise. Pour eux, cette annonce s'avère dramatique.

À l'inverse de cette tendance, le soutien aux « petits » permet de se rapprocher des communautés locales et participe à la relocalisation de l'économie. Chez nous, le terme induit souvent une réduction des kilomètres et donc du dioxyde de carbone (CO₂), mais c'est une conséquence secondaire heureuse. Si l'on relocalise l'économie, c'est avant tout pour décentraliser ce qui a eu tendance à se concentrer, et pour mieux répartir l'offre régionalement et l'emploi localement.

Alors oui, acheter équitable participe à la relocalisation au Sud. Nos achats permettent aux communautés locales de travailler à proximité de chez elles.

Enfin, « Small is beautiful » rime aussi avec marché diversifié et « biodiversité commerciale ». On échappe à l'offre standardisée des oligopoles et des grandes surfaces. Culturellement, en plus de proposer une offre variée, cela permet souvent de maintenir des pratiques ancestrales de production ou d'artisanat, et d'assurer encore des transitions de métiers de « père en fils ».

En plus d'aider spécifiquement le « petit producteur », c'est tout le marché que le commerce équitable peut tirer vers le haut et éloigner de la crise. On parlera de relocalisation de l'économie. Mais surtout on la réhumanise...

Des relations commerciales plus justes

a. Contrat dans la durée

En s'accordant pour une relation sur le moyen/long terme (5 à 10 ans), les acheteurs s'engagent à inscrire leurs relations commerciales avec les organisations de producteurs dans la durée de façon à :

- sécuriser les organisations de producteurs ;
- favoriser les investissements ;
- anticiper les flux de trésorerie.

Au Burkina Faso, la coopérative Yam Lende (groupements Naam) témoigne de ce bienfait. La filière équitable ne représente que 20% de leurs ventes. Mais ils savent, années après années, qu'ils peuvent s'appuyer sur les achats d'un client fidèle à intervalles de temps réguliers. Les

commandes de la part des magasins Oxfam permettent ainsi le maintien de l'offre de la coopérative auprès du marché local en savons à base de beurre de karité.

b. Préfinancement

Un préfinancement des commandes est assuré aux organisations de producteurs qui en font la demande, de façon à :

- éviter l'endettement des organisations de producteurs ;
- pallier les défauts de trésorerie et assurer une rémunération régulière ;
- assurer tout ou partie des investissements nécessaires pour la commande en cours.

Ce mécanisme peut s'avérer très utile pour les finances de l'organisation qui trouve ainsi un financement tampon, le temps (parfois très long) de produire, récolter, transformer et enfin livrer. Devoir attendre encore un délai de paiement de trois mois, comme c'est de coutume dans la grande distribution, serait fatal aux fournisseurs de petite taille.

À ce titre, le préfinancement fait presque office de micro crédit, bien sûr sans intérêts puisqu'il est directement lié à l'acte d'achat, ou évite justement d'avoir recours à l'emprunt.

c. Prix juste

Le commerce équitable vise à assurer une juste rémunération des producteurs, qu'ils soient producteurs indépendants ou travailleurs salariés.

Le prix d'achat doit permettre :

- de couvrir les coûts de production ;
- de verser une rémunération qui permette de satisfaire les besoins fondamentaux des

producteurs et travailleurs ainsi que de leurs familles, et d'améliorer leurs niveaux de vie (éducation, santé, logement, etc.);

- de dégager, via la prime sociale, une marge permettant de réaliser les investissements nécessaires (outils de production, diversification de la production...) et de contribuer à la satisfaction des besoins collectifs (éducation, santé, infrastructures, renforcement des organisations de producteurs, etc.).

Lorsqu'une ouvrière indienne pour un sous-traitant d'Ikea ne touche qu'1,60 € par jour⁴, certes le salaire correspond au minimum légal, « mais c'est loin très loin d'être le minimum vital » selon l'ONG Oxfam. Une juste rémunération comprendrait bien sûr, pour elle et ses enfants, une amélioration de ses conditions de vie de base, mais surtout une issue pour son émancipation dans la société. Or, les leviers ne sont pas minces, en achetant un peu plus cher, ou en affectant une part du prix au coût de la main d'œuvre, à notre échelle européenne, on a vraiment la capacité de contribuer à relever ce standard de 1,60 € la journée.

d. Transparence

En guise de transparence, l'organisation tient à la disposition de l'OCDE les documents relatifs :

- aux conditions de travail;
- à la rémunération effectivement payée;
- et à l'utilisation des bénéfices du commerce équitable.

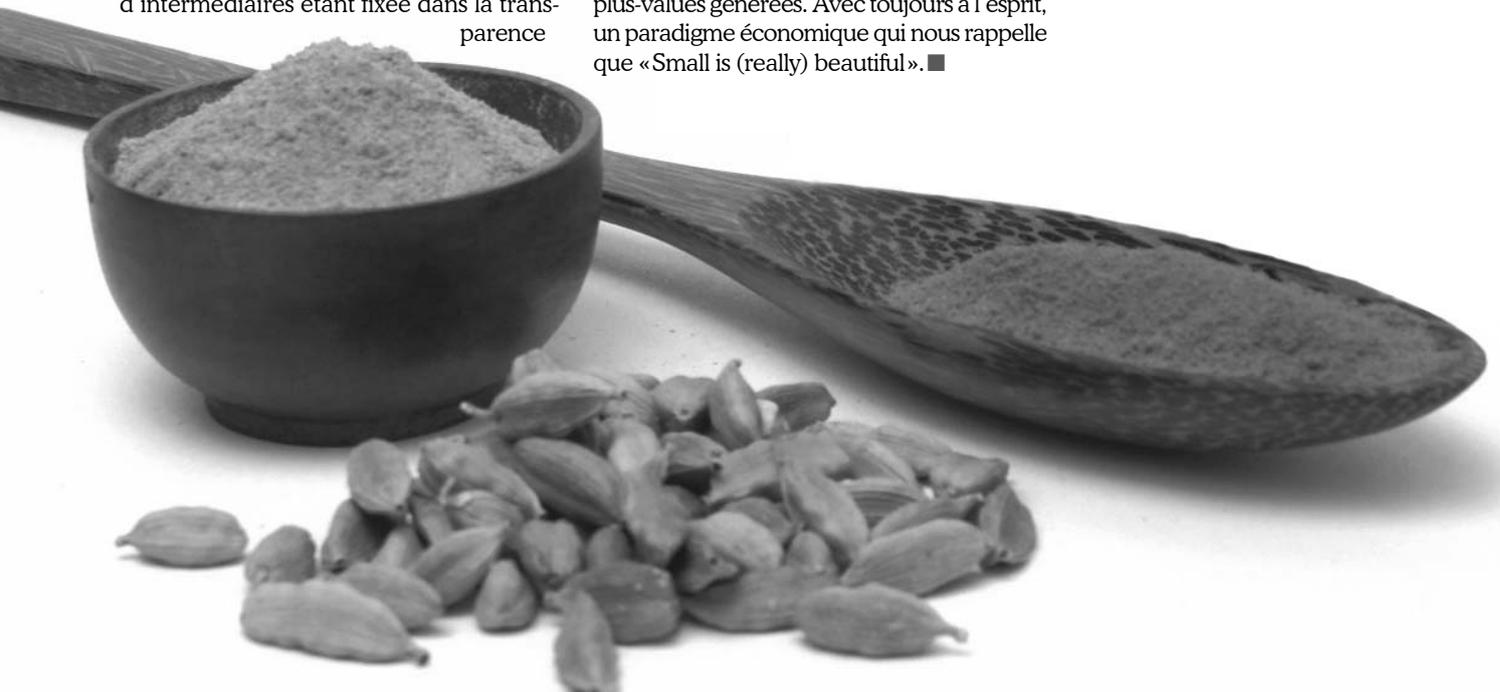
La structure de prix à tous les niveaux d'intermédiaires étant fixée dans la transparence

et la concertation, il est plus aisé de savoir à partir de quel niveau le revenu de l'ouvrière non seulement couvre ses besoins vitaux, mais assure aussi un accès à l'éducation à ses enfants, un logement décent, etc. Et de façon agrégée, d'améliorer les standards de vie là-bas.

Cela diffère de l'opacité intentionnelle de certaines firmes sur ces différentes dimensions et des méthodes des grandes surfaces, et de leurs centrales d'achats, qui imposent leurs prix d'achats. Ou pire encore, qui mettent en concurrence plusieurs fournisseurs autour du cahier des charges d'un seul produit. Pour les pousser ensuite, à standard de qualité égale, à proposer un prix de plus en plus bas pour obtenir le marché et avoir sa ligne dans un rayon de supermarché. C'est ce que l'on appelle les « enchères inversées », système largement employé car il permet de faire jouer la concurrence entre les fournisseurs du monde entier par un simple ordinateur... Mais grâce à ce système, qui la grande distribution va-t-elle avoir tendance à favoriser ? La PME wallonne, où les lois sociales sont appliquées, ou bien l'usine chinoise, où un salarié est payé 30 € par mois ?

Rien de tel pour presser les fournisseurs et générer un rapport de force exclusivement en faveur d'une enseigne dominante. La transparence dans le traitement des filières n'est donc pas un vain mot, elle permet vraiment, en prenant de la hauteur sur le marché, de favoriser chaque maillon de la chaîne. Avec une juste répartition des plus-values générées. Avec toujours à l'esprit, un paradigme économique qui nous rappelle que « Small is (really) beautiful ». ■

1. Par exemple, via la limitation de l'utilisation d'engrais minéraux et de pesticides de synthèse.
2. Le mot résilience désigne, de manière générale, la capacité d'un organisme, d'un groupe ou d'une structure à s'adapter à un environnement changeant, notamment à la suite d'un choc, d'un stress ou d'une modification de son milieu.
3. C'est-à-dire par quantité identique produite ou chiffre d'affaires similaire réalisé.
4. « Ikea, un modèle à démanteler », par Denis Lambert, Olivier Bailly, Jean-Marc Caudron, Luc Pire, 2006.



Conscientisation des commerces

Le commerce équitable, ça passe par l'acte d'achat, mais encore faut-il que l'alternative puisse exister ! Les frigos des bistrotts comme ceux des librairies réfrigèrent les mêmes sodas. Les rayons de supermarchés ou d'épiceries regorgent des mêmes produits quasi à l'identique sur le sol national et celui des pays voisins. De temps à autre, un produit local ou un petit label Max Havelaar viennent égayer une offre toujours plus standardisée.

Toutefois, depuis peu, des commerces apparaissent plus conscientisés et ouvrent leurs portes à une offre plus d'éthique, mais ce changement ne peut se passer du soutien du pouvoir d'achat du consommateur et de l'éveil du citoyen. Partons à la rencontre des uns et des autres...

Des commerces plus conscientisés.

Pour prendre le pouls des évolutions commerciales, nous poussons la porte d'un Guichet d'Economie Locale à Saint-Gilles (Bruxelles). Parmi les nombreuses structures d'accompagnement de projets, celle-ci a pris l'option, il y a cinq ans, de se spécialiser en développement durable. En première ligne pour témoigner des nouvelles tendances du marché, des accompagnateurs aident les candidats indépendants à monter leur business plan et leurs dos-

siers de financement. Alexandre Bertrand, consultant en entrepreneuriat responsable, a accepté de répondre à nos questions.

Éduquer : Vous aidez au quotidien des jeunes porteurs de projets à monter leur business plan. En tant qu'accompagnateur, percevez-vous une évolution dans les mentalités et dans l'offre des nouveaux commerces ?

Alexandre Bertrand : Oui, de plus en plus, également dans les commerces déjà existants. Même s'ils ne constituent encore qu'une minorité, l'évolution va croissante. Il y a 5-6 ans, lorsque nous évoquions les principes de responsabilité ou de développement durable auprès de nos candidats indépendants, il nous fallait jongler avec moult arguments pour leur permettre d'apercevoir une occasion d'affaire, voire de générer un mince intérêt éthique. Un tout petit

nombre y adhérerait, à peine 5%. Les pionniers, déjà très en éveil, militants pour la plupart.

Éduquer : Et aujourd'hui... ?

A. B. : Plus besoin de jouer avec les arguments ! Les porteurs se présentent d'eux-mêmes avec des projets à vocations sociétales. Je dirais plus d'un sur deux, en moyenne. Avant, nous devions faire des efforts de sensibilisation, à présent ce sont eux qui nous sensibilisent. Même s'il reste encore beaucoup à faire, c'est réjouissant de voir, sur quelques années à peine, à quelle vitesse les mentalités ont évolué. Et c'est vraiment appréciable professionnellement de pouvoir découvrir et soutenir de nouvelles initiatives commerciales qui allient rentabilité et responsabilité sociétale.

Éduquer : Toutes ces initiatives mettent-elles l'accent sur le commerce équitable ?

TOUT CE QU'ON MANGE CE SOIR
EST ÉQUITABLE, LA SEULE CHOSE
QUI NE L'EST PAS C'EST QUE J'AI
À NOUVEAU CUISINÉ TOUTE SEULE !!



A. B.: Pas nécessairement, mais de plus en plus intègrent cette dimension. Parfois, ça n'entre tout simplement pas dans le core business du projet. Dans une boutique de vêtements de seconde main ou un salon de coiffure, si ce n'est la petite tasse de café à offrir à ses clients, le commerce équitable trouve plus difficilement sa place. Mais dès qu'on entre dans les secteurs de la distribution ou de l'horeca, voire dans les produits cosmétiques ou textiles, de plus en plus de gammes de produits rencontrent un franc succès auprès des indépendants.

Éduquer: Comment les commerces intègrent-ils le commerce équitable dans leur offre ?

A. B.: Il y a surtout deux tendances très nettes qui se dégagent :

- vous avez des établissements qui en font leur business model, tout à l'équitable de façon très cohérente, voire militante. C'est le cas du magasin Ozfair à Saint-Gilles ou de la taverne Altez-vous à Louvain-La-Neuve. C'est assez agréable, vous baignez dans une atmosphère soignée autour du concept, chaque produit fait l'objet

d'une réflexion de la part des patrons de l'établissement ;

- de plus en plus, on voit des établissements classiques, qui n'affichent pas le label équitable, mais qui intègrent certains produits pour des questions d'éthique, de goût, ou sur base des recommandations de la clientèle... Un peu comme au Carillon café-brasserie sur la grand-place de Mons, ou chez Oma, restaurant place Dillens à Saint-Gilles. Souvent le café, le thé, les jus de fruits trouvent leur place sur la carte.

Sans oublier que la plupart des restaurants et magasins bio proposent aussi des produits équitables, et les magasins à la ferme ou comptoirs fermiers (Terre & Terroir à Autelhaut/Arlon, Coprosain à Ath et Mons). Une jolie manière de conjuguer symboliquement commerce équitable Nord-Sud et Nord-Nord, car, tout compte fait, ce sont les mêmes principes de soutien aux petits producteurs qui les animent.

Éduquer: Pensez-vous qu'il y ait un potentiel de développement pour ce type d'enseignes ?

A. B.: Incontestablement. Pour les ma-

gasins très engagés, une étude de marché est nécessaire et la localisation sera très stratégique. La demande est latente en de nombreuses régions. Pour les commerces et horeca classiques qui incorporent certains produits, le potentiel est encore plus important. Cela va surtout dépendre de la personnalité du patron et de la capacité des fournisseurs équitables et brasseurs régionaux à disposer des marchandises dans leur offre. Ici, il y a un réel enjeu.

Éduquer : Justement, quels sont, selon vous, les enjeux futurs pour développer davantage le secteur ?

A. B.:

- Professionnaliser l'offre des fournisseurs à destination de l'horeca. Il y a notamment encore des carences d'un point de vue des supports marketing et publicitaires. Et encore tellement de marché à couvrir... ;
- Sous-traiter l'approvisionnement en produits aux revendeurs locaux (livreurs en fruits et légumes, brasseurs, grossistes horeca, etc.) ;
- Conjuguer l'offre de produits équitables et locaux, ne plus les opposer ;
- Susciter la carte de la créativité en proposant les produits équitables là où on les attend le moins : une tasse de café chez l'esthéticienne ou au funérarium, des friandises équitables en bas du comptoir d'une librairie ou d'une station-service, ou encore une délicieuse mousse au chocolat équitable au restaurant... ■

Pour aller plus loin :

- Guichet d'Economie Locale de Saint-Gilles www.village-partenaire.com ;
- Tous les Guichets d'Economie Locale de Bruxelles www.sdrb.irisnet.be/fr/ser_ecol.asp ;
- Agences conseils en économie sociale http://economie.wallonie.be/Dvlp_Economique/Economie_sociale/Agences_conseil.html ;
- Fédération Belge du Commerce Equitable www.bfff.be ;
- Groupe One asbl www.groupeone.be ;
- Campagne Commune du Commerce Equitable (outils de communication) - <http://cdce.be/ressources/outils-de-communication.html> ;
- Ozfair www.ozfair.be ;
- Altez-vous www.altezvous.be.

À l'école

Aborder le commerce équitable en milieu scolaire ne se limite pas aux cours magistraux présentant l'un ou l'autre aspect de ce type d'échange. Le commerce équitable est basé sur le contexte local, mais aussi sur la participation active et citoyenne de toute la communauté scolaire. Dès lors, comment promouvoir le commerce équitable à l'école ? Et, surtout, quelle position adopte la Communauté française par rapport à la promotion du commerce équitable en milieu scolaire ?

Wallonie et Fédération Wallonie-Bruxelles à l'heure de l'équitable

En sa séance du 25 septembre 2008, le gouvernement wallon et le gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles ont longuement débattu du commerce équitable. Selon ces deux gouvernements, « ce qui est remarquable, c'est la généralisation de cette prise de conscience qui met à l'honneur les actions menées depuis de longues années telles que la labellisation 'commerce équitable' (ou 'fair trade') Max Havelaar, créée en 1988. »

En cette séance, Wallonie et Communauté française ont tous deux décidé de :

- s'engager à promouvoir la consommation de produits équitables sur le lieu de travail et, par ce biais, sensibiliser les membres du personnel des cabinets ministériels, de l'Administration et des organismes d'intérêt public de son ressort ;
- demander à chaque ministre de prendre les mesures utiles en vue de l'obtention de la reconnaissance FairTrade@work en favorisant des produits

issus du commerce équitable au sein de son cabinet ministériel, de l'Administration et des organismes d'intérêt public de son ressort. Tout employeur qui propose au moins un produit de consommation quotidienne labellisé Fairtrade à ses travailleurs et communique en interne et en externe sur cette action peut recevoir la reconnaissance FairTrade@Work. Pour ce faire, il pourra faire le choix d'acheter les produits labellisés « commerce équitable », tels que le café, le thé, les jus, le sucre... ;

- dans l'hypothèse d'un marché public, l'objet du marché peut faire référence explicitement à un produit portant le label Max Havelaar ou un label équivalent, ou répondant aux mêmes conditions, ou à un objet du marché faisant référence à un produit « élaboré dans des conditions respectant les critères internationaux de commerce équitable ».

Comme nous l'avons déjà signalé, la campagne « Communes du commerce équitable » est portée par Max Havelaar, avec le soutien de la Wallonie,

de la Fédération Wallonie-Bruxelles et de la Direction générale de la Coopération au Développement. Pour rappel, le critère 3 de cette campagne impose que « plusieurs entreprises, associations, institutions et écoles de la commune mettent des produits du commerce équitable à la disposition de leurs employés ou de leur public. »

De ce fait, en Communauté française, la promotion du commerce équitable est soutenue par le rôle exemplatif de l'administration de la Fédération Wallonie-Bruxelles, mais aussi encouragé pour les établissements scolaires par le support accordé à la campagne « Communes du Commerce Équitable ».

Projet eTwinning

Initiative supportée par la Fédération Wallonie-Bruxelles et regroupant tous les pays membres de l'Union européenne ainsi que la Croatie, l'Islande, la Norvège, la Suisse et la Turquie, le projet « eTwinning » (de l'anglais « twinning » signifiant « jumelage ») aide les enseignants de l'enseignement fonda-

mental et secondaire à mettre sur pied des échanges à distance à l'aide des technologies de l'information et de la communication (TIC), entre, au minimum, une classe de Belgique et une autre classe d'un des autres pays participants.

Le projet eTwinning a pour but de contribuer au modèle européen de société multilingue et multiculturelle en donnant une dimension européenne à l'éducation, à travers des projets menés conjointement par des élèves de nationalités différentes. Il vise aussi à renforcer les compétences professionnelles des élèves et des acteurs de l'enseignement, dans une société marquée par l'apprentissage tout au long de la vie, et à améliorer les connaissances des acteurs du système éducatif en matière de TIC.

Les échanges, entre classes ou entre établissements, peuvent être mis sur pied à travers n'importe quel thème ou discipline, durant toute ou une partie de l'année, à l'initiative de n'importe quel acteur éducatif.

Le portail européen www.etwinning.net guide les porteurs de projet dans l'inscription de leur école, la recherche de partenaires et de nombreuses ressources et conseils pédagogiques.

Les meilleurs projets éducatifs menés dans le cadre de l'eTwinning sont récompensés par un label de qualité. Ce label indique que les projets ont atteint un certain standard national (Label de Qualité National) et européen (Label de Qualité Européen).

L'eTwinning offre la possibilité de construire des projets à orientation développement durable et, ainsi, de favoriser les partenariats orientés vers le commerce équitable. En 2012, 28 833 écoles se sont inscrites dans la thématique « éducation au développement durable » et 4 997 projets y sont liés.



FairTrade@school

Chaque année, à l'occasion de la journée mondiale du commerce équitable, en mai, Max Havelaar initie le FairTrade@school qui vise à stimuler la consommation de produits équitables et la sensibilisation au commerce équitable à l'école. Il s'agit de promouvoir une action ludique susceptible de mettre le commerce équitable à l'honneur. Par exemple, la préparation d'un petit déjeuner équitable, la réalisation d'un DVD sur le commerce équitable, l'organisation d'une dégustation de jus de fruit avec ambiance musicale...

Afin de participer au concours « Fairtrade@school » et remporter, peut-être, des bons d'achats pour des produits équitables ainsi qu'une plaque en email célébrant un vainqueur par province, il suffit de concevoir une action et de l'enregistrer sur le site www.fairtradeday.be en précisant le nombre de participants prévus.

Ensuite, peu avant la date prévue, il suffit de commander les produits équitables né-

cessaires à la mise en place de l'action ainsi que le matériel de sensibilisation nécessaire.

Le jour « j », les écoles participantes sont invitées à prendre quelques photos de l'évènement et à la poster sur le site Internet.

En 2012, plus de 70 écoles ont participé au FairTrade@school, sensibilisant ainsi plus de 27 000 élèves, profs et parents par des actions aussi diverses que l'organisation de petits déjeuners, pique-nique, journées thématiques, ateliers cuisine, visites des magasins de commerce équitable, films, dessins, T-shirts faits main, logo Oxfam géant composé de 550 élèves...

JM Oxfam

Les Jeunes Magasins-Oxfam (JM-Oxfam) sont des équipes actives dans les écoles secondaires composées d'au moins huit jeunes de 14 à 18 ans et de deux professeurs encadrants. Les JM s'investissent dans trois missions :

- la vente de produits issus du commerce équitable lors

des pauses récréatives, et la promotion des produits du commerce équitable pour le corps enseignants (café équitable à la salle des profs par exemple) ;

- la sensibilisation de toute la communauté scolaire aux enjeux du commerce équitable ;
- l'apprentissage du fonctionnement d'un groupe démocratique et dynamique orienté vers la vente.

Pour se lancer, l'équipe doit participer à une formation de base de trois heures, dans les locaux d'Oxfam-Magasins du monde à Wavre. Cette formation est gratuite et a pour objectifs de découvrir le mouvement Oxfam-Magasins du monde, les produits et les partenaires du commerce équitable, de recevoir les informations nécessaires concernant le fonctionnement de la tenue d'un JM (commande, caisse...) et de faire le lien entre le projet JM et l'école dans laquelle il va s'implanter. Ce dernier point est d'autant plus important que le projet englobe l'ensemble de la communauté scolaire et qu'il

doit être construit en collaboration avec la direction et l'économat, en concordance avec le projet d'établissement.

Aujourd'hui, ce sont plus de cent-vingt JM Oxfam qui sont actifs en Wallonie et à Bruxelles.

Déclaration de politique générale et projet d'établissement

À l'image de l'Institut Technique de la Communauté française Félicien Rops, le commerce équitable peut faire partie intégrante du projet d'établissement. Situé à Namur, rue du Quatrième Génie, l'Institut Félicien Rops accueille, chaque année, plus de quatre-cents nouveaux élèves, et propose pas moins de dix orientations d'études techniques et sept orientations d'études professionnelles.

Cet établissement est l'une des nombreuses écoles à posséder un JM Oxfam. Cependant, dans la mise en œuvre de ce projet de jeune magasin du monde, c'est toute l'école qui est en mouvement. En effet, cet établissement entend promouvoir des projets s'inscrivant en adéquation avec l'environnement économique et social et vise à construire des valeurs en misant sur l'importance de l'éducation à la citoyenneté, à l'environnement, à la santé, aux médias et à l'ouverture sur le monde économique et le commerce équitable.

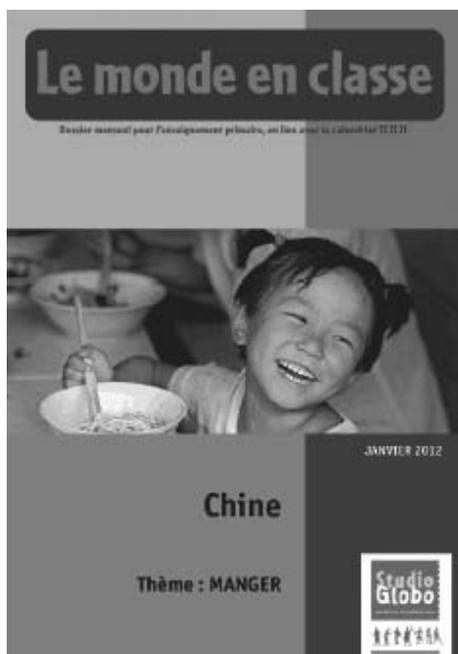
Discuté et approuvé par le Conseil de participation du 3 juin 2010 et approuvé par le Comité de concertation de base le 10 juin 2010¹, le projet d'établissement de cette école insiste sur le travail en interdisciplinarité et sur l'importance de l'ouverture à la culture. Ainsi, les élèves du secteur économique sont amenés à découvrir les entreprises régionales et gèrent la comptabilité du JM Oxfam de l'école, les sections artistiques sont chargées de la campagne publicitaire des projets, la section photographie est responsable de tous les reportages photo, la section « Agent en accueil et tourisme » s'occupe de l'accueil, la section « Technicien commercial » se charge de proposer et de promouvoir des projets, les sections économiques assurent le marketing des réalisations créées au sein de l'école, et les sections du secteur social travaillent en partenariat avec les organismes reconnus pour gérer l'accueil des enfants défavorisés et pour promouvoir le commerce équitable. ■

1. Disponible à l'adresse www.felicienrops.be

Ressources pédagogiques

Voici une liste non-exhaustive des ressources pédagogiques liées au commerce équitable. Celles-ci vous sont proposées par classes d'âges.

Primaires



Le monde au bout des doigts

Destiné aux jeunes de 8 à 12 ans de l'enseignement primaire, cet outil utilise la marionnette pour sensibiliser les enfants aux problèmes vécus par les populations défavorisées dans les pays du Sud. Les thèmes abordés sont l'accès à l'eau potable et à l'école, les conditions de travail dans les usines de vêtements et de jouets, ainsi que le réchauffement climatique. Le cahier pédagogique est accompagné d'un DVD.

CNCD - Gratuit - educdev@cncd.be

Le monde en classe

Disponible auprès du CNCD, après inscription, l'enseignant reçoit chaque mois un dossier pédagogique d'une vingtaine de pages, en lien avec la photo du calendrier 11.11.11 du mois en cours. Les élèves pourront découvrir un nouveau pays au travers d'un récit

original, réaliser des exercices spécifiquement conçus pour chaque cycle, approfondir une nouvelle thématique et, ainsi, être progressivement sensibilisés aux relations Nord-Sud. CNCD - 16 € pour 10 dossiers (34 € avec calendrier) - educdev@cncd.be

Le monde dans mon assiette

Edité par Oxfam-Magasins du Monde, ce dossier pédagogique à destination des 10-12 ans aborde le thème de l'alimentation. Comportant une foule d'informations pratiques et théoriques, véritable recueil invitant à l'action, il présente un guide pratique sur l'organisation d'un petit-déjeuner équitable en parallèle d'informations de fond sur les inégalités Nord-Sud, le commerce équitable et le cacao. Accompagné de fiches d'animation concrètes à réaliser avec les enfants et d'une carte du monde illustrée, le dossier propose d'aborder une vraie réflexion sur les inégalités mondiales et l'alternative que représente le commerce équitable.

Oxfam-Magasins du Monde - Gratuit
education@mdmoxfam.be

Balanza, la planète des équilibres

Balanza est un jeu de plateau, destiné aux 9 à 12 ans mais pouvant être joué en groupe ou en famille, abordant les thèmes de la compétition et de la coopération. Le jeu place les joueurs sur une planète imaginaire sur laquelle ils sont amenés à faire des choix qui pourront être déterminants pour l'équilibre du monde!

Oxfam-Magasins du Monde - Prêt gratuit
education@mdmoxfam.be



Secondaires

Globale Poursuite



Qui gagne ? Qui perd ?

CNCD 11.11.11
UN COMBAT DE PLUS EN PLUS

travail décent
vie décente

Le Sudestan

Dans ce jeu de plateau, les participants sont invités à entrer dans le costume de ministre de quatre pays imaginaires. Pour assurer une croissance la plus prospère à ce dernier, les joueurs vont devoir composer avec leurs ressources de départ, l'emprunt (et donc la dette), les pressions internationales, les lois du marché... Le Sudestan constitue une excellente mise en situation pour comprendre les mécanismes complexes à l'origine des diffé-

rences entre le Nord et le Sud de la planète, et décortiquer la notion de « développement ». De par la complexité des thèmes qu'il aborde, ce jeu est réservé à un public de plus de 16 ans.

SCI - Prix en fonction du type d'animation souhaité
manu@scibelgium.be

Globale poursuite

Destiné aux 15 ans et plus, ce jeu de questions-réponses met en scène six personnes étroitement liées, et décortique les effets de la mondialisation sur les conditions de travail. D'une durée de 40 minutes, ce jeu permet de mieux comprendre l'intérêt de la solidarité internationale entre travailleurs face à leur mise en concurrence.

CNCD - Gratuit - educdev@cncd.be

La malédiction des ressources

Ce DVD de 26 minutes aborde le thème des ressources et de leur exploitation dans les pays du Sud par les pays du Nord. Les nombreuses ressources naturelles des pays du Sud sont exploitées par des entreprises du Nord, sans que des dividendes ne permettent un quelconque développement socio-économique là où les ressources sont extraites. Ces ressources provoquent donc à la fois richesse et pauvreté. Ce documentaire explore l'impact de ce phénomène sur les populations, l'environnement et le climat à l'échelle mondiale.

CNCD - 5€ - educdev@cncd.be



Pour les plus de 18 ans

Pour un meilleur marché

Ce DVD de 38 minutes aborde le thème de la grande distribution et de ses dérives, autant au Nord qu'au Sud. Véritable récit de voyage, ce documentaire relate la rencontre de travailleurs belges de la grande distribution et des travailleurs à l'autre bout de la chaîne d'approvisionnement en Indonésie.

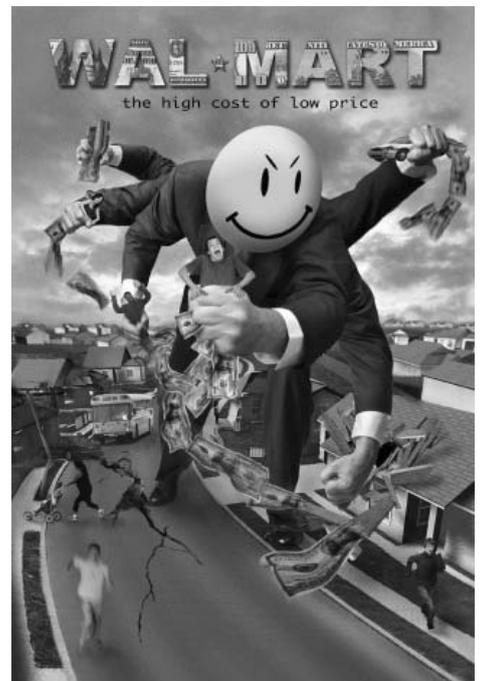
NoTélé, Oxfam-Magasins du Monde et Vêtements Propres - Prêt gratuit
education@mdmoxfam.be

Walmart: the high cost low price

WalMart est la plus grande société et le plus important employeur du secteur non syndiqué au monde avec près de 1,4 million d'employés dans le monde. Célèbre pour ses prix plancher, cette chaîne de magasin l'est moins pour ses stratégies antisyndicales.

Ce long métrage de 97 minutes met le focus sur cette société et dénonce la stratégie organisationnelle et commerciale. Le DVD contient la version longue de 97 minutes, ainsi qu'une version courte de 20 minutes.

Oxfam-Magasins du Monde - Prêt gratuit - education@mdmoxfam.be





Nous achetons, qui paie ?

Comment et pourquoi des entreprises occidentales font-elles produire leurs vêtements et chaussures dans les pays du Sud ? Pour obtenir les meilleurs prix, bien-entendu..., mais qui paie vraiment pour les conditions de travail précaires, bas salaires, heures supplémentaires obligatoires, problèmes sanitaires, travail des enfants, pollution des eaux et des sols ?

Ce documentaire de 25 minutes part à la découverte des usines en Inde où la parole est donnée aux travailleurs, fournisseurs, ONG et paysans, mais aussi ici, au Nord (Suède), avec le point de vue des cadres d'H&M et autres grandes marques.

Campagne Vêtements Propres : Fair Trade Center/LottaFilm - Prêt gratuit
education@mdmoxfam.be



Négocio

Jeu de société sur le commerce équitable, dans Négocio, chaque joueur (ou groupe de joueurs en cas de jeu en équipe) crée son entreprise de café équitable. Il devra, au fur et à mesure du jeu, la gérer et la développer en prenant en compte le respect de l'environnement et des principes du commerce équitable.

D'une durée d'environ 60 minutes, ce jeu aborde tous les enjeux et difficultés de l'entrepreneuriat social.

Oxfam-Magasins du Monde - Prêt gratuit - education@mdmoxfam.be


**éducation
équitable**

Centre de ressources pédagogiques
 pour le commerce équitable

Un site à ne pas manquer !

Né de la coordination, en 2005, par Equi' Sol (association française de développement et de promotion du commerce équitable) d'un pôle de compétences sur la consommation responsable des enseignants et des animateurs, des représentants de l'éducation nationale, de l'éducation populaire, de la Région Rhône-Alpes, de la Diren, du Grand Lyon, d'organisations de commerce équitable, le site www.educationequitable.com est une plateforme d'échanges de documentation et ressources pédagogiques sur les notions clés du commerce équitable.

Le Baron Antoine Allard



Le Baron Antoine Allard (1907- 1981) créa, avec Victor de Robiano, Oxfam Belgique, le 17 septembre 1964.

Petit-fils de Victor Allard (1840 - 1912), banquier, diplomate et homme politique belge, Antoine Allard est souvent qualifié de « baron rouge » dans sa lutte contre la pauvreté. Ayant d'abord entamé des études d'économiste sous la pression familiale, son naturel d'artiste le rattrape assez vite. C'est ainsi qu'à la fin des années 1920, il fuit la Belgique pour étudier la peinture auprès du professeur Heyman. Sa vie entière est rythmée par de nombreux voyages à travers le monde.

En 1940, il devient ambulancier, d'abord dans l'armée française, ensuite dans plusieurs pays africains. Ces différentes expériences le poussent à se consacrer particulièrement à la cause de la paix. Son engagement pour la paix se traduit par l'engagement au sein de diverses organisations internationales, par des conférences et des voyages, ou encore par la création d'une zone démilitarisée de plusieurs communes du littoral belge et par l'accueil de déserteurs américains de la guerre du Vietnam.

Proche d'intellectuels et de politiciens congolais, il s'intéresse de près au Congo, avec Jean Van Lierde, le premier objecteur de conscience reconnu en Belgique.

Outre une œuvre picturale très vaste, Antoine Allard a laissé des publications et pamphlets comme *Révolution par amour* (1948), *Ferveur* (1960), *Tolstoï avait prévu Oradour et Mylaï* (1971), *Rebelle par amour* (1974), *Désobéir pour vivre* (1975), *Tue ou aide* (1981).

On gardera aussi de lui l'image d'un homme qui se baladait, dans les années 1960, avec une pancarte : « Armer ou développer : aider et bombarder en même temps n'est pas possible. Nous sommes libres de choisir ! »

Qui est « Max Havelaar » ?

« Max Havelaar, of De koffie-veilingen der Nederlandsche handelsmaatschappij » est le titre d'un roman néerlandais écrit par Eduard Douwes Dekker, dit « Multatuli » (du latin multa tuli : j'ai beaucoup souffert). Dans cet ouvrage paru en 1860, l'auteur romance la vie d'un personnage imaginaire, Max Havelaar, fonctionnaire colonial hollandais, qui se révolte et dénonce l'exploitation des petits caféiculteurs javanais. Max Havelaar montre que cette exploitation est due à deux phénomènes :

- les cours du café en Hollande devant rester bas, chaque intermédiaire voulant conserver ses marges bénéficiaires, l'économie se fait sur le salaire des petits caféiculteurs ;
- les paysans sont opprimés par les travaux forcés ainsi que par les vols du pouvoir exécutif, afin que ce dernier puisse jouir d'un train de vie fastueux. Ceux qui s'en plaignent ou se révoltent sont sévèrement réprimés.

Ce roman a eu un retentissement énorme et Max Havelaar symbolise encore aujourd'hui la solidarité avec les cultivateurs des pays en développement.



21^e édition des Petits déjeuners Oxfam.

Ce rendez-vous incontournable avec le commerce équitable aura lieu cette année les 17 et 18 novembre, dans près de 200 lieux en Wallonie et à Bruxelles. Et pour vous réveiller, rien de tel qu'un bon café. Mais pas n'importe lequel : le café « Lake Kivu » équitable !



**RÉVEILLENZ-VOUS !
C'EST L'HEURE DES PETITS
DÉJEUNERS OXFAM**

**17 & 18
NOVEMBRE
2012**

Venez découvrir notre café du Kivu :
une dose d'espoir pour la paix

