

Des adresses pour trouver des informations complémentaires et des livres pour mieux comprendre le développement durable.

▶ **Artisans du monde.** Association pionnière qui œuvre, depuis 1974, à l'instauration d'échanges commerciaux plus justes entre le Nord et le Sud. Elle a noué des partenariats avec les producteurs d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine pour aider au développement des populations locales.
20, rue de Rochechouart, 75009 Paris.
Tél. : 01 48 78 55 54
www.artisansdumonde.org

▶ **FLO, Fairtrade Labelling Organizations.** Réseau mondial d'organisations de labellisation présent dans 41 pays dont la France avec Max Havelaar. Son rôle est de définir et de veiller au respect des standards internationaux du commerce équitable, d'inspecter les organisations de producteurs et de les soutenir dans leur développement.
www.fairtrade.net

▶ **GRI, Global Reporting Initiative.** Rassemblement d'organisations (ONG, entreprises et fédérations professionnelles...), reconnu par l'ONU, chargé d'aider les entreprises à mettre en place un fonctionnement en développement durable. Il a élaboré une grille de critères communs, basés sur les performances économiques, sociales et environnementales que les entreprises s'engagent à respecter.
www.globalreporting.org

▶ **Max Havelaar France.** L'association ne vend rien et n'est pas une marque. Elle labellise les produits des petits producteurs du Sud et assure le contrôle du fonctionnement des

coopératives dans lesquelles ils sont regroupés. Les produits qui portent son label ont été payés au juste prix à leurs producteurs, qui peuvent ainsi développer des conditions de vie décentes (écoles, logements, transports...).

41, rue Émile Zola, 93107 Montreuil Cedex. Tél. : 01 42 87 70 21
www.maxhavelaarfrance.org

▶ **Organisation internationale du travail, OIT.** Créée en 1919, l'OIT impose à ses 171 pays adhérents de respecter la liberté d'association, la liberté de négociation, l'interdiction du travail forcé, la non-discrimination, l'élimination progressive du travail des enfants.
www.ilo.org/public/french

▶ **Plate-forme française pour le commerce équitable, PFCE.** Organisme national de représentation des acteurs du commerce équitable regroupant les principaux acteurs du commerce équitable: Agir ici, Andines, Artisans du monde, Alter Eco, Max Havelaar... Il intervient auprès des pouvoirs publics pour promouvoir et consolider le commerce équitable.
14, passage du Bail, 75010 Paris.
Tél. : 01 48 91 20 75
www.commerceequitable.org

▶ **WWF, World Wide Fund for Nature, soit Fonds mondial pour la nature.** Association écologique internationale, présente dans 96 pays. Elle dispose de 12000 programmes nature incluant la préservation des réserves naturelles et la gestion durable des forêts.
www.wwf.fr

À LIRE

• *Tous gagnants, la dynamique du développement durable*, par Dominique Bidou, éditions Ibis Press.
• *Max Havelaar*, par Edouard Douwes Dekker alias Multatuli, éditions Actes Sud.
• *Le Commerce équitable. Pour une consommation respectueuse des Droits de l'homme et de l'environnement*, par Katell Pouliquen, éditions Marabout.
• *Commerce équitable et café: rébellion ou nécessaire évolution*, éditions l'Harmattan.

• *Le Pari du commerce équitable*, par Tristan Lecomte, Éditions d'Organisation.
• *L'Aventure du commerce équitable. Une alternative à la mondialisation*, par Nico Roozen et Frans Van der Hoff, éditions Jean-Claude Lattès.
• *Le Guide du consommateur responsable*, par Milène Leroy, éditions Marabout.
• *Le Guide éthique du consommateur, Observatoire de l'éthique*, éditions Albin Michel.

La réalité est parfois trompeuse. Testez vos connaissances du commerce éthique et équitable avec nos vrais/faux,

LA FILIÈRE DU COMMERCE ÉQUITABLE EST CONTRÔLÉE DE FAÇON RÉGULIÈRE.

VRAI. Des organismes tels que FLO, Fairtrade Labelling Organizations, définissent les standards du commerce équitable, certifient les organisations de producteurs du Sud et fournissent un soutien au développement des producteurs certifiés. FLO travaille avec plus de 300 organisations de producteurs dans 41 pays. Ces contrôles doivent être encore développés pour s'assurer de la bonne application des règles au profit des petits producteurs.

IL N'Y A PAS DE MARGES DANS LE COMMERCE ÉQUITABLE.

FAUX. Le commerce équitable n'est pas une forme de mécénat. Sur ces produits, même les distributeurs gagnent leur vie. L'idée n'est pas de vendre sans marge (dans ce cas, il serait plus simple de faire directement un chèque au producteur) mais de vendre un produit de qualité qui permette à celui qui l'a produit de vivre dignement. Chacun y trouve son compte car tous les acteurs de la filière sont rémunérés normalement.

PAYER LE DOUBLE AUX PRODUCTEURS, CE N'EST PAS POSSIBLE. IL Y A UNE ARNAQUE.

FAUX. C'est possible, en réduisant le nombre des intermédiaires entre producteurs-vendeurs et acheteurs finaux et en valorisant les potentiels locaux des producteurs. Ces derniers sont invités à utiliser la matière première naturelle disponible et à cultiver selon leur savoir-faire traditionnel.

LE COMMERCE ÉQUITABLE EST UNE FORME DE NÉO-COLONIALISME.

FAUX. Le commerce équitable n'est pas une démarche imposée par les pays développés à leurs voisins du Sud. À l'origine, il est issu d'une demande directe des paysans indiens du Mexique qui, en lieu et place des dons versés par des ONG, Organisations non gouvernementales, réclamaient un prix juste pour leur café afin de pouvoir vivre dignement sans être assistés.

LE COMMERCE ÉQUITABLE EST AVANT TOUT UN CONCEPT MARKETING.

FAUX. Le concept a vu le jour non pas sous la pression des consommateurs mais à la demande des paysans eux-mêmes. Cependant, pour se développer, le principe du commerce équitable a besoin d'être connu. Sans marketing efficace, les produits équitables resteraient dans une « niche » or le but est de les vendre comme des produits normaux.

LA CITATION

« Il ne sert de rien à l'homme de gagner la Lune s'il vient à perdre la Terre. » François Mauriac