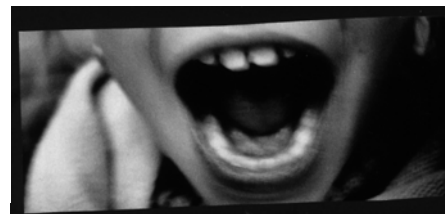


Janvier 2001

«Équité!»

Bulletin bimestriel de l'éducation au commerce équitable

outils
formation
contacts



Partenaires du Commerce Équitable

● le mot de la rédaction

« Pas de l'aide ! » Un crédo difficile à transmettre.

Ni commerce traditionnel ni aide au développement... Le commerce équitable entend réconcilier relations de solidarité Nord Sud et les relations commerciales. Le partenariat producteurs du Sud-associations de Commerce Équitable se singularise par son but, par les acteurs impliqués et la nature des relations. Pas toujours facile à comprendre et à faire comprendre...

« C'est très bien ce que vous faites », dit le client, « les aider à s'en sortir un peu, les pauvres ! Tenez, je vais vous acheter un paquet de café. » Malaise. Apparemment, notre message n'est pas passé auprès de notre interlocuteur. Ces femmes et ces hommes créent des entreprises, des groupements, s'organisent pour être actrices et acteurs du développement local. Il est réducteur et paternaliste de les considérer comme des pauvres sans ressources. Dans la même veine, l'autre grand classique entendu dans les magasins « Combien de ce que je vous paye revient aux producteurs? » dénote que nos partenaires sont perçus-es comme récipiendaires d'une aide, comme dans le cas des « ventes au profit de ». Or, il ne s'agit pas de reverser de l'argent pour des projets de développement, mais simplement d'acheter et de vendre des produits, comme dans une relation commerciale « traditionnelle ». Et de laisser l'initiative aux intéressées, sans imposer de choix.

Ces deux exemples dénotent une mauvaise compréhension de trois points fondamentaux :

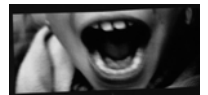
- 1- **qui** sont nos partenaires,
- 2- **quel type de partenariat** nous entretenons et pour finir,
- 3- **dans quel but** nous avons cette relation.

A nous de délivrer un message le plus clair possible sur ces trois points. Car les obstacles sont nombreux à une bonne compréhension de ce partenariat. La variété des situations de nos partenaires et leur éloignement ne sont pas les moindres. C'est le but de l'étude d'impact que de faire un point pour apporter des réponses à ces trois questions (Qui? Quel partenariat? Pour Quoi?).

Rien ne remplace les échanges et la confrontation directe avec des partenaires au Sud du Commerce Équitable pour comprendre la nature de notre relation. Mais en attendant des rencontres, lors de l'Assemblée Générale 2001 notamment, ce numéro sélectionne des ressources pour étayer votre discours.

Bonne année à toutes et à tous, en solidarité avec nos partenaires !

Christelle Dhugues



Organiser une soirée partenaires

Que l'on ait la chance de « recevoir la visite » de partenaires ou bien que l'on décide d'organiser une soirée d'information sur les producteurs du commerce équitable avec vidéo ou montage diapos, une « rencontre » (qu'elle soit virtuelle ou réelle) avec nos partenaires se prépare. Voici quelques idées...

La formation Producteurs du Commerce Équitable

Qui sont nos partenaires? Quel partenariat? Pour quoi faire? Cette formation d'une journée permet de se construire des réponses à ces questions.

- Plus d'info?
Fédération Artisans du Monde

Se préparer en se renseignant sur les partenaires que l'on va rencontrer, et faire passer cette information aux participant-es à la rencontre. Vous pouvez soit faire un dossier à partir de documents (cf. page suivante) que vous enverrez aux participant-es, ou vous pouvez organiser une rencontre préalable à la venue des producteurs pour préparer les participant-es, voire participer à une session de formation « Producteurs du Commerce Équitable » (voir encadré).

Donner le contexte en faisant intervenir une personne du pays concerné. Contactez les associations de quartier, les centres sociaux, qui pourront vous aiguiller sur des personnes immigrées par exemple qui pourraient venir parler de la situation du pays concerné, répondre aux questions et réagir à la présentation des partenaires.

Outils support : diaporamas édités par la commission partenaires, vidéos.

Convivialité pour susciter des échanges fructueux, c'est votre atout. Repas, musique, ... tous les moyens sont bons!

Accueillir des partenaires

Traduction Il est important que la personne qui traduise soit au fait du commerce équitable et familière avec la culture de la région d'origine des partenaires (si possible) pour assurer une bonne traduction.

Accueil

Cette phase est clef. On peut envisager de commencer par un repas autour d'une grande table; disposer les chaises en cercle, de façon à favoriser le dialogue, voire, s'il s'agit d'un groupe de partenaires, de mêler partenaires et participant-es dans la salle. Certaines activités « brise glace » peuvent être utiles. (cf. encadré)

Idée Brise Glace !

Chaque personne donne son nom et énonce en une phrase quelque chose qu'elle fait bien en tant que bénévole ou producteur du commerce équitable.

Pas de fausse modestie !

Ce que l'on connaît les un-es des autres

Activité 1 : les partenaires disent ce qu'ils connaissent des réseaux de commerce équitable et les bénévoles du commerce équitable au nord disent ce qu'elles/ils connaissent des partenaires. La/le facilitateur note les remarques au tableau, dans 2 colonnes titrées producteurs et bénévoles commerce équitable.

Les questions que l'on a les un-es sur les autres

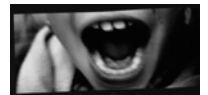
Activité 2 : partenaires et bénévoles, posent des questions qu'ils ont les un-es sur les autres. Elles sont écrites au tableau en deux colonnes.

Ce que l'on veut dire sur soi

Activité 3 : toute personne peut répondre à une question posée lors de l'activité 2 où réagir par rapport à une affirmation qui a été faite lors de l'activité 1. Ainsi partenaires et bénévoles peuvent clarifier certains points qui les concernent. Préparer des brochures à

donner aux partenaires. On peut prévoir de projeter un film sur un partenaire du commerce équitable et d'avoir une discussion par rapport au film avec les partenaires (si l'on partage la même langue).

Conclusion les participant-es et les partenaires font le point : qu'a-t-on tiré de cette rencontre ? Y a-t-il des suites à donner? Quelle forme peuvent-elles prendre?



(S') informer sur nos partenaires

les brochures thématiques

Elles contiennent de courts descriptifs des partenaires. Quelques éléments sur le contexte historique ou socio-économique émaillent ces petits recueils qui vont à l'essentiel. Trois brochures : Produits alimentaires, Produits Artisanaux, Produits textiles.

- Pour se procurer ces brochures : Solidar'Monde - 01 45 73 65 43

La Commission Partenaires Artisans du Monde

Composée d'une membre du CA de la Fédération Artisans du Monde et de deux bénévoles de groupes locaux, cette commission a pour mission:

- 1- d'organiser des voyages de rencontres et d'échanges entre bénévoles Artisans du Monde et partenaires.
- 2- de gérer également les demandes de rencontres avec les partenaires lors de voyages individuels de bénévoles.
- 3- d'assurer la diffusion de l'information recueillie lors de ces voyages.
- 4- de favoriser les rencontres avec les groupes lors de visites en Europe de partenaires

- Plus d'info? Carole Reynault Paligot Fédération Artisans du Monde - 03 80 78 14 55

« Nos Partenaires du Sud » 2001

Une référence pour mieux connaître une sélection de partenaires. L'édition 2001, sous une nouvelle présentation attrayante, regroupe 78 dossiers d'information.

- Pour se procurer ces dossiers: Solidar'Monde - 01 45 73 65 43

les fiches producteurs ASPAL

Dans un souci de précision et de transparence, elles contiennent des informations détaillées pour mieux (faire) comprendre la relation d'ASPAL avec ses partenaires. ASPAL - janvier 2001.

- Pour se procurer ces fiches : ASPAL - 05 45 61 06 06

les comptes rendus de visites

Lors de la venue de certain-es producteurs/rices, Solidar'Monde publie des petits comptes rendus dans « Provenances ».

A l'issue de voyages individuels ou de groupes de bénévoles, la commission partenaires publie des comptes rendus dans la lettre d'info Artisans du Monde.

- Plus d'info ? FAdM - 01 43 72 37 37

● Les nouveaux outils

le montage diapo Niger

Ce montage présente des partenaires du Niger et du Burkina Faso; les prises de vues datent de mai 2000, lors du dernier voyage de la commission partenaires AdM. L'édition du montage diapo est en cours (disponible mars 2001).

- Pour se procurer ce montage : Fédération Artisans du Monde - 01 43 72 37 37

la vidéo «Commerce Équitable : Quel partenariat ?»

Rencontre avec des partenaires de l'Inde, du Burkina, de Madagascar et réflexion sur la nature de notre relation, au delà des échanges commerciaux. Outil de réflexion pour un public adulte militant.

- Pour se procurer cette vidéo : Fédération Artisans du Monde 01 43 72 37 37



● Au delà du partenariat commercial : les leçons en développement local des femmes de Marrakech

On parle beaucoup de ce que le commerce équitable peut apporter à nos partenaires au Sud. Mais on parle peu de ce que nos partenaires peuvent nous apporter à nous, acteurs du Nord. Au delà de l'échange de produits, certes utiles ou beaux, notre partenariat est une source de richesses à explorer ...

Un groupe de femmes de Lunéville, en Lorraine, confrontées à des conditions sociales difficiles, se sont regroupées il y a quelques années, et ont créé une association –Pot'entiel– afin de mener à bien des projets communs. Elles ont commencé par conduire des projets humanitaires (collectes de vêtements, etc.).

Depuis quelques temps, elles cherchent à valoriser et utiliser leurs savoir faire (couture, peinture, tricotage ...) pour subvenir à leurs besoins, dans l'idée de créer leur atelier d'artisanat.

Deux représentantes de la Coopérative des femmes de Marrakech les rencontreront en mars. Les femmes de Marrakech en effet, ont repris l'atelier textile duquel elle étaient salariées pour le transformer en coopérative, après le départ du dirigeant américain. L'expérience des femmes de Marrakech pourra sans aucun doute servir d'inspiration pour les femmes de Pot'entiel. C'est ce qu'ont pensé les représentantes de la Coopérative, Artisans du Monde et l'association Pot'entiel, qui co-organisent cette rencontre. Une expérience à répliquer, pour ne pas passer à côté des enseignements que nos partenaires peuvent nous prodiguer...

● **Plus d'info : Christian Guiollot - Animateur Régional Artisans du Monde - 03 84 78 98 09.**

« Informer et se former : le jeu de la réciprocité »

Les représentantes de la Coopérative des Femmes de Marrakech vont également, lors de leur venue en Lorraine, suivre une formation aux techniques de création de mode et stylisme création. Ceci dans le but d'adapter leur offre de produits aux marchés du Nord et d'être moins dépendantes de contrats de sous - traitance.

● Les injustices du commerce mondial vues des Andes

Coqui, coordinatrice de la COSART et Eufrasio, producteur de « bayeta » (tissage en laine de mouton) dans les Andes sont venus témoigner de leurs conditions de vie et de travail auprès de lycéen-nes. Un temps fort pour développer des solidarités Nord-Sud et prendre conscience de son pouvoir de changer les choses.

« Du goudron jusque devant chez vous... »

« Vous avez du goudron jusque devant chez vous ! ». Les élèves ont été surpris de cette interpellation d'Eufrasio, qui souligne la différence de conditions matérielles de vie et pointe les inégalités de répartition de richesses au niveau mondial.

Dans un premier temps, les jeunes ont découvert la vie quotidienne dans les Andes à 4000 mètres d'altitude et la mise en valeur des richesses locales.

Au delà de cela, Coqui et Eufrasio ont interpellé les lycéen-nes sur les effets du commerce mondial sur leurs communautés, au Sud.

Les échanges ont été très riches. Permettre à des jeunes de rencontrer des partenaires est crucial. Cela leur permet de mesurer les effets de nos comportements de consommation sur des personnes qui s'organisent pour lutter pour le développement de leurs communautés. On dépasse ainsi le misérabilisme et une véritable prise de conscience peut s'opérer. Même si cela ne va pas faire changer les habitudes de consommation du jour au lendemain, cet échange donne une réalité humaine à la réflexion sur les injustices de la mondialisation. C'est une graine semée, la réflexion peut mûrir dans leur tête.

● **Plus d'info : Marie-Paule ANDRE, Solidarité Energie Pérou/ ASPAL, La Mûre.**



nos partenaires du sud

Un outil de développement des communautés rurales du Laos.

Depuis plus de 10 ans, l'ASDSP* cherche à valoriser les produits naturels provenant de l'agriculture locale pour permettre des revenus complémentaires pour les familles paysannes. Notre coopération avec les réseaux de commerce équitable en Europe est très précieuse pour notre association mais aussi pour les autres producteurs du Laos.

C'est grâce à ces réseaux que nous avons pu pour la première fois du Laos exporter des produits alimentaires transformés vers l'Europe. C'est[...]une grande fierté que ces produits proviennent des groupes paysans solidaires et des petits entrepreneurs soutenus par ASDSP. Cette exportation est minime (70 000 \$ en 1998) mais elle a de nombreuses conséquences :

Un modèle de développement alternatif

Le gouvernement cherche en vain à promouvoir l'exportation des produits transformés pour compenser l'énorme déficit de sa balance commerciale. Face à la puissance financière et les capacités de production des grandes transnationales, la promotion des exportations des produits des petits entrepreneurs locaux reste oubliée ou ignorée. Cependant, la politique de recherche d'investissements provenant de grandes transnationales reste sans réponse pour le Laos, petit pays sans littoral maritime et qui a un déficit d'infrastructures et de main d'oeuvre qualifiée. Les exportations réalisées par ASDSP, source de devises, revêtent donc une signification politique non négligeable.

Augmentation de la demande locale

Presque 90% des produits manufacturés (alimentaires ou non) consommés au Laos sont importés. Lorsque les Laotiens savent que nos produits sont exportés et consommés en France, ils commencent à consommer nos produits qui deviennent de plus en plus présents sur les marchés locaux.

Formation des familles paysannes

L'activité de ASDSP, c'est aussi une façon d'apprendre aux associations paysannes à s'adapter graduellement à une économie de marché et à l'approche du monde économique moderne inévitable dans l'avenir (mondialisation). De plus, notre réussite contribue à la sensibilisation de la population à l'appréciation et préservation de la nature ou de la forêt qui lui offre des richesses inestimables, renouvelables et durables.

Répartition de la richesse créée

Les bénéfices des exportations par les réseaux de commerce équitable sont répartis plus largement entre les familles de producteurs et d'entrepreneurs que dans le cas d'autres grandes entreprises. Ces exportations permettent un revenu supplémentaire appréciable pour plusieurs centaines de familles dans différents villages des provinces de Vientiane, Luangprabang, Xiengkhouang, Champassak et Sèkong.

Adaptation d'un texte de Sengdao Vanckeosay

* Association de Soutien au Développement des Sociétés Paysannes

Quels partenaires pour quels partenariats ?

Qui sont nos partenaires ? Quel est le but de ce partenariat pour les organisations de commerce équitable au Nord? Quel type de relations entretenons nous?

Nos Partenaires : des producteurs défavorisés, certes mais organisés

De nombreux mythes circulent sur nos partenaires. L'un d'entre eux les présente comme étant les plus marginalisés. Sans être fausse, cette affirmation doit être modérée.

En effet, selon nos propres critères, « nous travaillons avec des producteurs pauvres ou marginalisés, vivant dans des pays en développement. » Le commerce équitable est un outil d'aide au développement des pays du Sud : il faut donc aider ceux qui sont dans le besoin. Lorsque l'on décide d'entamer une relation commerciale avec une organisation du Sud, ce n'est pas en se basant d'abord sur les produits qu'elle offre, mais sur les caractéristiques et la situation de cette organisation.

Cependant le critère défavorisé n'est pas suffisant pour entamer une relation avec un partenaire. Plusieurs critères sont utilisés dans la sélection des partenaires, sur les quelques 200 demandes par an qui arrivent à Solidar'Monde. « Il ne s'agit pas de financer des organisations qui n'ont aucun espoir raisonnable d'être économiquement viables, mais de soutenir un processus de développement économique qui permette une réelle émancipation. » Il faut que nos partenaires soient organisés pour pouvoir produire en quantité et qualité nécessaire à l'écoulement de leur production, et permettre la viabilité de leur projet économique. Ainsi, les producteurs plus défavorisés, isolés, dont la préoccupation principale est la survie au jour le jour, ne peuvent pas permettre le développement de leur communauté à travers un projet « économique » viable.

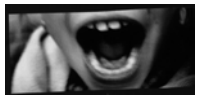
Des producteurs organisés certes, mais pas forcément en coopératives

Dans la pratique, donc, ce sont les producteurs qui sont un minimum « organisés » qui vont devenir des partenaires du commerce équitable. Contrairement à une légende tenace, peu de partenaires sont organisés sous forme de coopératives à l'heure actuelle, et il existe une variété de formes d'organisations variées (cf. encadré ci dessous).

Solidar'Monde, centrale d'achat d'Artisans du Monde a été créée par la Fédération Artisans du Monde en 1984 pour une plus grande efficacité envers nos partenaires au Sud. Elle travaille avec une centaine de producteurs d'Amérique Latine, d'Asie et d'Afrique.

Partenaires au Sud : typologie

- 1) **groupes informels** (ex. Ramaleo, Madagascar)
- 2) **coopératives et associations** (ex. Coopécrist, Brésil)
- 3) **fédérations de communautés, d'associations, ou de coopératives** (ex. CIAP, Pérou)
- 4) **organisations de marketing** (ex. EMA, Inde)
- 5) **entreprises personnelles**
- 6) **sociétés publiques et entreprises de taille plus importante** (ex. Dezign Inc., Stassen, Sri Lanka)
- 7) **organisations employant des personnes handicapées** (ex. Koupéla, Burkina)
- 8) **fondations; ONG, organisations religieuses** (ex., Prescraft, Cameroun)



Partenaires pour quoi faire ?

1– permettre à des producteurs de vivre dignement de leur travail. Nous sommes partenaires, tout d'abord, pour faire du commerce : là-bas, des femmes et des hommes produisent et nous, ici, nous vendons leurs produits. Il s'agit d'accroître le niveau de vie pour satisfaire des besoins pressants de survie et (parfois!) de développer des projets à caractère social dans leur communauté. Grâce à ce prix « juste », la durée de la relation commerciale, etc., le/la partenaire peut vivre dignement de son travail, améliorer les conditions de vie de sa famille, voire même, contribuer à la mise en œuvre de projets sociaux (santé, éducation, habitat...). Il faut cependant souligner que dans de nombreux cas, l'activité du commerce équitable ne constitue qu'un revenu d'appoint, et ne permet pas, à elle seule, de vivre dignement de son travail, même si elle y contribue.

2– permettre le développement local durable. Créer des entreprises (ou en tout cas des projets économiques...) permet souvent de dégager un revenu d'appoint, de valoriser un savoir faire, développer des compétences (prise de décision, travail en équipe, etc.) et de consolider des organisations là où auparavant, il y avait des personnes isolées. Lorsque l'on est organisé-es, et avec un projet économique qui peut parfois être important pour la région, on peut plus facilement jouer un rôle dans la prise de décisions au niveau de la communauté. L'article de Sengdao Vanckeosay en p.5 illustre cette dynamique de façon concrète.

Au Nord, les boutiques Artisans du Monde sont dans une dynamique similaire; les bénévoles apprennent à gérer, éduquer, rencontrer les pouvoirs politiques locaux, et font tourner des boutiques « pas comme les autres » pour promouvoir une économie au service de l'humain. C'est ça le développement local et l'économie solidaire.

3– changer les règles du commerce mondial. Nous défendons un développement qui ne soit pas basé que sur la croissance économique mais qui prenne en compte les besoins humains. Il s'agit de permettre aux communautés du Sud de défendre leurs intérêts, leurs ressources naturelles, leurs savoir faire, leur culture, leur conditions de vie dans le cadre de la mondialisation. Au Nord, nous éduquons aux questions de développement, aux dysfonctionnements du commerce mondial, à travers des actions de sensibilisation, les campagnes News!, etc.

Ces trois objectifs doivent permettre d'atteindre un développement durable, c'est à dire un développement porté par les communautés elles mêmes et respectueux des besoins humains et de l'environnement naturel.

Quels types de relations dans les faits ?

La relation que nous entretenons dans les faits est une relation commerciale (équitable). Il y a aussi la volonté de connaître nos partenaires pour pouvoir témoigner des violences économiques qu'ils subissent et des initiatives de changement qu'ils développent chez eux. Les "voyages partenaires" ou les rencontres producteurs au Nord permettent ces échanges. Ce type de relation reste une relation d'aide, de soutien.

Si l'on considère que l'on peut ensemble permettre un développement local durable, des relations d'un type différent peuvent naître. Nos partenaires font vivre des organisations, des initiatives économiques pour le développement de leurs communautés. Les bénévoles Artisans du Monde et ASPAL font de même. Nous avons sans aucun doute des choses à échanger et à apprendre les un-es des autres sur ce qu'on appelle l'économie solidaire (dans les deux sens).

De plus, en tant que militant-es qui luttent pour un commerce mondial plus juste, Seattle nous a montré que nous pourrions peut être mener ensemble des campagnes d'opinion, des actions de lobbying au niveau mondial. La campagne News! de cette année va dans ce sens (cf. dernière page), puisque nous relaierons des appels de productrices et de producteurs du Sud auprès du public.

Le commerce équitable n'est pas seulement un outil d'aide au développement du Sud, c' est aussi un moyen pour développer des réseaux de personnes qui, au Sud comme au Nord, travaillent à un autre développement : un développement durable planétaire..

François Greslou et Christelle Dhugues

Conséquences pour nos actions d'éducation

- ne pas parler de « contrôle », de « garantie » sans remettre la discussion dans le cadre des partenariats que nous essayons de développer, au Nord comme au Sud
- faire ressortir, à travers des exemples concrets, que nos partenaires sont des personnes qui portent des initiatives et des solutions aux problèmes de développement
- se faire le relais des positions des partenaires (dans le cadre de la campagne News!)

les sites internet

www.solidarmonde.fr
le site de la centrale d'achat de la fédération des groupes Artisans du Monde. Contient des infos sur les producteurs.

www.worldshops.org le réseau européen des boutiques de commerce équitable. Infos sur des producteurs que l'on peut avoir en commun au niveau européen

www.ifat.org fédération internationale d'organisations de commerce équitable

www.peoplelink.org des liens vers des sites de producteurs

www.eftafairtrade.org regroupe des organisations importatrices. Infos de producteurs, liens intéressants.

www.artisansdumonde.org vous connaissez...

ARTISANAL, centrale d'achat d'ASPAL a été créée en 1997. Elle travaille avec des producteurs d'Amérique Latine.



Le Sud vu de l'école

Une enquête sur les représentations du Sud dans les manuels et les programmes scolaires. Edifiant.
Faim et développement (CCFD), novembre 2000.



Les marchés à terme au secours des producteurs?

« La banque mondiale souhaite permettre aux producteurs d'intervenir sur les marchés à terme. Afin de stabiliser les revenus, à défaut d'agir sur le niveau des cours. Un pis aller. »
Dossier sur le commerce équitable dans Alternatives Economiques de janvier 2001.



Chulumani, un îlot de prospérité

« Dans la région des Yungas, en Bolivie, les 250 caféiculteurs du bourg de Chulumani exportent leur café grâce à des circuits de commerce équitable. Une expérience de développement micro-régional réussie, mais isolée. »
Dossier Commerce Équitable, Alternatives Economiques, janvier 2001

● quelques rendez-vous producteurs...

Formations Producteurs : Mars , au lendemain des réunions régionales, module producteurs du Commerce Équitable.

Rencontres producteurs : à l'occasion de l'Assemblée Générale Artisans du Monde rencontre avec les représentant-es de Fondation Solidarité Chili, et de AGR (Inde), le 19 mai 2001.

Campagne News ! Face à l'OMC: solidaires avec les paysans du monde!
Lancement lors de la Journée Européenne du Commerce Équitable, en mai 2001.
Campagne de sensibilisation aux conditions de vie de producteurs de produits agricoles.

Campagne Jouet collectif "De l'éthique sur l'étiquette" : dans le cadre du forum Organisations du Sud face à la Mondialisation, organisé par Réseau Solidarité, venue de partenaires du Sud (ONG, syndicat) actifs sur la filière jouets. Novembre 2001.



Éducation
au Commerce Équitable



«équité!»

est éditée grâce au concours financier de l'Union Européenne et du Ministère des Affaires Étrangères. Les points de vue qui y sont exposés ne représentent en aucun cas le point de vue officiel de l'Union Européenne ou du Ministère des Affaires Étrangères.

Écrivez à «équité!»

Pour communiquer vos expériences, réflexions ou tuyaux :
Fédération Artisans du Monde 3 rue Bouvier 75011 Paris.
Tél. 01 43 72 37 37 Fax. 01 43 72 36 37
Mél : formation.ce@wanadoo.fr