

CARNET PÉDAGOGIQUE

UN JOUR, AUTOUR DU MONDE...

VOUS TROUVEREZ DANS CE CARNET :

1. La séquence d'animation et ses objectifs.
2. Des données de fond sur le contenu de l'animation.



OXFAM
Magasins du monde



1 SÉQUENCE D'ANIMATION

INTRODUCTION

EN AVANT POUR UN TOUR DU MONDE PAS COMME LES AUTRES !



L'animation proposée est destinée à des **groupes d'adultes**, qui souhaitent aborder les questions liées aux **inégalités mondiales** et au **commerce équitable**. Elle propose de s'interroger sur cette inégale répartition des richesses, et de découvrir quelles réponses le commerce équitable peut apporter. Il s'agit bien sûr d'une réponse parmi d'autres, pour construire la **justice socio-économique**.

A travers l'animation, les participants découvriront des visages de ce commerce équitable, les enjeux auxquels ces personnes doivent faire face, et les réponses –les modes de résistance– que ces personnes ont mises en place.

DÉMARCHE ET OBJECTIFS

L'animation proposée entre dans une démarche d'éducation au développement qui vise à **éveiller l'esprit critique** des citoyens que nous sommes, ainsi qu'à **susciter des changements de comportement**.

Au départ de réalités complexes, au moyen de l'apport d'informations établies et l'échange entre les participants, nous souhaitons permettre la maturation d'une opinion personnelle et structurée, susceptible de susciter de nouveaux comportements ou engagements.

A LA FIN DE L'ANIMATION,
NOUS SOUHAITONS QUE LES PARTICIPANTS :

- ➔ aient renforcé leurs connaissances sur les inégalités mondiales (au niveau économique, social, culturel, du genre, etc).
- ➔ aient renforcé leurs connaissances des enjeux du commerce équitable
- ➔ s'interrogent sur leur propre consommation
- ➔ prennent conscience du rôle d'acteur qu'ils peuvent avoir pour changer les choses (en tant que consommateur ou citoyen).



DÉROULEMENT DE L'ANIMATION

L'ANIMATION SE DÉROULE EN DEUX GRANDES PARTIES, SUIVIES D'UN MOMENT D'ÉVALUATION.

ATTENTION :

toutes les données qui se trouvent dans cet outil concernant l'Indice de Développement Humain (IDH) datent de 2011. Il est suggéré d'aller chercher le tableau récapitulatif de classement IDH des pays sur le site du PNUD et de l'imprimer avant l'animation : http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2011_FR_Table1.pdf

PARTIE 1 : La première partie de l'animation se déroule autour du poster 'Tour du monde des inégalités'. Elle dure 20 minutes environ.

TOUR DU MONDE DES INÉGALITÉS

LES ENJEUX

1 MILLIARD DE PERSONNES VIVENT AVEC MOINS DE 2 DOLLARS/JOUR

1 PERSONNE SUR 8 MOURRAIT DE FAIM, SOIT 650 MILLIONS DE PERSONNES

10 MILLIONS D'ENFANTS DE MOINS DE 5 ANS MEURENT CHAQUE ANNÉE PAR MANQUE DE SOIN

DANS LE MONDE, LES DROITS FONDAMENTAUX NE SONT PAS GARANTIS POUR TOUS

DANS LE SYSTÈME ÉCONOMIQUE MONDIAL, TOUT EST FAIT POUR NE FAVORISER QUE QUELQUES ACTEURS IMPORTANTS : L'INDUSTRIE, LA GRANDE DISTRIBUTION, LA FINANCE INTERNATIONALE, LES ACTIONNAIRES

Et ce sont les petits qui trinquent, principalement les producteurs au début de la chaîne : salaires de misère, conditions de travail déplorables, environnement qui se dégrade.

LES OBJECTIFS SPÉCIFIQUES DE CETTE PARTIE :

- ➔ Visualiser les inégalités au niveau mondial
- ➔ En comprendre les causes, en mesurer les conséquences
- ➔ Mener une réflexion critique sur les mesures du 'développement'.

LES INÉGALITÉS, C'EST QUOI ?

POURQUOI CES INÉGALITÉS EXISTENT-ELLES ? QUELLES EN SONT LES CAUSES ?

REVENUS : 20 % LES PLUS RICHES DÉTIENNENT LES 3/4 DU REVENU MONDIAL TOTAL

LES 5 PAYS À L'EST LE PLUS ÉLEVÉ : CANADA, ÉTATS-UNIS, NOUVELLE-ZÉLANDE, SUÈDE, JAPON

LES 5 PAYS À L'OUEST LE PLUS FAIBLE : ÉTHIOPIE, ÉRYTHRIE, MALI, BURUNDI, CONGO

SERVICES : 61 MILLIONS D'ENFANTS NE SONT PAS SCOLARISÉS (EN 2010)

RESSOURCES : 11% DE LA POPULATION MONDIALE N'A PAS ACCÈS À L'EAU POTABLE

ETAPE 1

Regroupez les participants autour du poster et demandez-leur ce que, à leur avis, représente cette carte. Demandez-leur de se concentrer uniquement sur la carte du monde et pas sur les commentaires et illustrations autour.

Que voient-ils ? Pourquoi ces couleurs ? Que représentent-elles ?

Laissez venir les commentaires et impressions.

ETAPE 2

Sur base de leurs interventions, expliquez que les couleurs représentent le 'niveau de développement' de chaque pays. Plus un pays est foncé, plus son Indice de Développement Humain est élevé.

Vous pouvez partir des connaissances des participants en évoquant l'un ou l'autre pays en particulier : Selon vous, dans quel pays est-ce qu'on vit le mieux ? Et celui où on vit le moins bien ? A votre avis, où se situe tel ou tel pays

(un pays que le groupe connaît bien, ou dont on parle dans l'actualité par exemple) ?

Une illustration sur le poster présente les 5 premiers et 5 derniers pays au classement de l'Indice de Développement Humain.

ETAPE 3

Prenez le temps de creuser avec les participants cette notion de 'développement humain'. Qu'est-ce que cela cache ? Quels indicateurs sont pris en compte ? Quelles limites cela peut-il avoir ?

Basez-vous sur la première ressource de fond page 6 dans ce carnet pour approfondir cette notion complexe.

ETAPE 4

Passez ensuite à la partie du poster située en bas à gauche (Les inégalités c'est quoi?), qui présente quelques chiffres représentatifs des inégalités mondiales.

Il s'agit ici d'exemples, que vous pouvez vous-même étoffer.

ETAPE 5

Lancez alors la question au groupe :

« Et si on se demandait pourquoi ces inégalités existent ? Quelles en sont les causes ? ».

Faites émerger leurs représentations, leurs explications.

Pour vous aider à structurer les échanges, notez qu'il existe divers facteurs à ces inégalités. En voici un aperçu :

→ Facteurs **historiques** :

- impérialisme et colonialisme

→ Facteurs **économiques** :

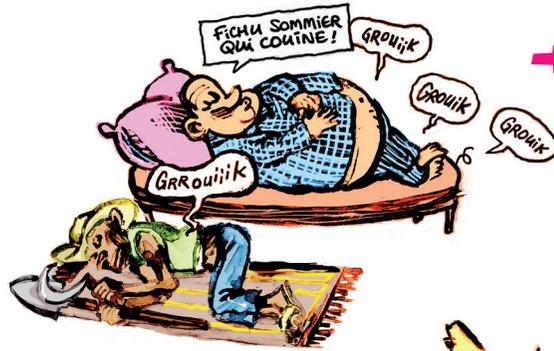
- spécialisation internationale du travail
- répartition inégale du capital
- inégalités de productivité
- inégalités d'accès à l'emploi

→ Facteurs **politiques** de gouvernance mondiale :

- relations Nord-Sud fondées sur des logiques de domination et exploitation
- mondialisation libérale.

ETAPE 6

Passez alors aux conséquences de ces inégalités, aux enjeux. Il s'agit de la partie située à droite de la carte, illustrée par 4 dessins.



→ 1 milliard de personnes s'endorment le ventre vide chaque soir. La majorité d'entre elles sont des agriculteurs. Pourtant, ils produisent assez de nourriture pour tous. Le problème, c'est qu'elle n'est pas répartie équitablement !

→ 1 personne sur 6 survit avec moins de 1 dollar par jour. 25.000 personnes meurent chaque jour de la faim, alors que dans les pays riches, ¼ de la nourriture achetée finit à la poubelle !



→ Dans le monde, les droits fondamentaux ne sont pas garantis pour tous. A titre d'exemples : près d'1 milliard de personnes vivent dans des bidonvilles ; ce sont le plus souvent les femmes qui n'ont pas accès à l'éducation ; 10 millions d'enfants de moins de 5 ans meurent chaque année par manque de soin !

→ Dans le système économique mondial, tout est fait pour ne favoriser que quelques acteurs importants : l'industrie, la grande distribution, la finance internationale, les actionnaires. Ils engrangent de larges bénéfices et ce sont les petits qui trinquent, principalement les producteurs au début de la chaîne : salaires de misère, conditions de travail déplorables, environnement qui se dégrade...



ETAPE 7

Faites émerger chez les participants **leur ressenti** par rapport à ce qui a été dit.

Le sentiment d'injustice qu'ils peuvent ressentir peut être le point de départ pour se demander «**que peut-on faire pour changer les choses**» ?

C'est précisément ce qu'ils vont découvrir dans la seconde partie de l'animation : des témoignages d'hommes et de femmes, au Nord et au Sud, qui, face aux injustices, ont développé un moyen de résistance...

PARTIE 2 : La seconde partie de l'animation nécessite le jeu de cartes '**Tour du monde du commerce équitable**'. Elle dure 30 minutes environ.



Il y a **24 cartes** dans le jeu. Elles présentent le témoignage de personnes qui, confrontées à des injustices, ont développé des solutions, des modes de résistance. Ceux-ci sont principalement orientés vers le commerce équitable, puisqu'une meilleure compréhension de ses enjeux est précisément l'un des objectifs de l'outil.

Chaque témoignage est coupé en 3 cartes : la première fait la présentation générale du témoin, la seconde présente le problème auquel il est confronté, et la troisième présente ce qu'il a mis en place pour y répondre.

Il y a 7 témoignages différents + un jeu de 3 cartes vierges, qu'il est possible de compléter vous-même (en imaginant un personnage typique au groupe d'adultes que vous animez) ou que le groupe peut compléter à la fin de l'animation.

LES OBJECTIFS SPÉCIFIQUES DE CETTE PARTIE :

- Construire ensemble la définition du commerce équitable
- En comprendre ses enjeux, ses principes, ses impacts
- A travers les témoignages, relier des problématiques individuelles à des enjeux globaux.

ETAPE 1

Distribuez une carte à chaque participant.

S'il y a plus de participants que de cartes, certains se mettront par paires.

S'il y a moins de participants que de cartes, vous sélectionnez les témoins que vous souhaitez garder ; ou vous passez l'étape 2 et donnez directement les 3 cartes d'un même témoin à chaque participant.

ETAPE 2

Les participants vont à la rencontre les uns des autres dans l'objectif de **reconstituer des trio** (cartes 1, 2 et 3 d'un même témoin). Chacun se présente rapidement, échange quelques mots pour retrouver les 2 autres participants qui complètent son témoignage. Cette partie a comme intention de dynamiser le groupe, de les faire bouger un peu à travers la salle, mais ne doit pas prendre plus de 5 minutes.

ETAPE 3

Les groupes de trois sont reconstitués, et les participants s'installent en **sous-groupes**. Ils prennent le temps de lire aux autres leur carte, de comprendre le problème auquel leur témoin doit faire face ainsi que la solution qu'il a mise en place.

Demandez-leur également de **rattacher ce qu'ils découvrent à ce qui a été présenté plus tôt, dans la première partie avec le poster**. A quel(s) enjeu(x) dont on a parlé peut se rattacher leur témoin ? L'intention ici est de faire le lien entre ce qu'ils ont découvert avant au niveau global et la situation spécifique de leur témoin.

ETAPE 4

Ensuite, **chaque sous-groupe va présenter son témoin à l'ensemble des participants**. On peut imaginer que chaque groupe se mette dans la peau de son personnage et se présente « Bonjour, je m'appelle Vicenta, je viens du Guatemala, je dois faire face à ... ».

Chaque sous-groupe explique aussi à quel(s) élément(s) découvert(s) plus tôt avec le poster il rattache le témoignage de son personnage.

ETAPE 5

L'enjeu sera alors de **construire ensemble une définition du commerce équitable**.

Une idée est que vous (ou un autre participant) relevez, à chaque fois qu'un élément neuf apparaît, une caractéristique, un principe, un impact du commerce équitable quand il survient dans les présentations, en le notant sur un tableau ou de grandes feuilles de papier.

L'objectif est d'arriver à dégager, en fin d'animation, les éléments les plus importants à retenir sur le commerce équitable.

Remarque : il est important de souligner que le commerce équitable n'est pas l'unique solution ! Il s'agit d'une alternative concrète qui a pour but de construire la justice socio-économique, mais qui doit être pensée globalement.

ETAPE 6 ... ÉVENTUELLE

Si vous le souhaitez, vous pouvez proposer aux participants de **constituer leurs propres cartes** par rapport à leur propre situation. Qui sont-ils ? Quels problèmes rencontrent-ils ? Et quels modes de résistance mettent-ils (ou souhaitent-ils mettre) en œuvre ?

PARTIE 3 : Cette dernière partie consiste à évaluer l'animation avec le groupe.

Au minimum, prenez le temps de faire un tour de ce que les participants ont retenu et compris, ce qui les a marqués ou surpris.

Ils peuvent aussi reformuler en une ou deux phrases ce qu'est pour eux le commerce équitable.



2 INFORMATIONS DE FOND

INFO 1 : MESURER LE DÉVELOPPEMENT.



Mesurer les inégalités dans le monde est un travail difficile tant les paramètres à comptabiliser peuvent être variés.

LA RICHESSE COMME SEUL INDICATEUR

Pendant longtemps, on s'était contenté de regarder **la croissance économique** et **les revenus financiers** des pays pour diviser le monde entre pays riches et pays pauvres. Le **PIB** (produit intérieur brut) a longtemps servi d'indicateur.

Mais s'accorde-t-on pour dire qu'accumuler, c'est être développé ? Le PIB s'est révélé être un indicateur insuffisant, laissant de côté de nombreux éléments qui mériteraient aussi qu'on puisse les mesurer, les comparer.

L'environnement social et **l'environnement naturel** sont bien évidemment les grandes victimes de la suprématie économique.

Prenons quelques exemples :

- ➔ La fermeture d'une usine fragilise le tissu social et crée des drames humains. Par contre, il arrive que cela fasse monter le cours d'une action.
- ➔ Une guerre déstructure le tissu social en détruisant les hommes, mais elle peut d'un autre côté relancer l'économie ou du moins participer à sa croissance.
- ➔ Le PIB ne prend pas en compte les conséquences négatives et pourtant fort coûteuses de certains désastres environnementaux. Ceux-ci pouvant même augmenter le PIB en stimulant certaines activités économiques.

Ne reflétant aucunement la réalité sociale et environnementale qui l'entoure, le PIB doit être remis en question.



UN INDICATEUR COMPOSITE : L'IDH

Un nouvel indicateur est alors imaginé, **l'IDH (indice de développement humain)**, par des statisticiens de l'ONU en 1990 afin de mesurer le **degré de bien-être** des populations. En quelque sorte, il ne s'agit plus de savoir qui est le plus riche mais plutôt où vit-on le mieux.

L'IDH mesure, sur une échelle de 0 à 1, le niveau de développement des pays sans en rester au simple poids économique. Il intègre donc des données plus qualitatives.

Trois critères essentiels ont été retenus :

- ➔ **la richesse** : on utilise le PIB par habitant (exprimé en parités de pouvoir d'achat)
- ➔ Le **niveau d'instruction**, gage d'un développement futur : on mesure par un indicateur alliant le taux d'alphabétisation des adultes et le taux de scolarisation tous niveaux confondus
- ➔ **l'espérance de vie** à la naissance, reflet d'un bon état sanitaire du pays.

Il s'agit ici d'un premier pas, un outil de réflexion vers une approche un peu plus complexe de la notion de développement.

L'IDH est calculé par le PNUD (Programme des Nations-Unies pour le Développement), chaque année.



QUE NOUS DIT L'IDH POUR 2011 ?

Les divisions Nord-Sud se retrouvent assez bien ; la situation catastrophique de l'Afrique subsaharienne ressort tout particulièrement. Si on affine un peu, on s'aperçoit que la première place n'est pas détenue par les géants financiers. Les deux premiers sur le podium (en 2011 : Norvège et Australie) sont connus pour avoir mis une protection sociale importante. Tout en bas du classement : le Congo qui tente de se sortir d'une situation de conflit.

L'évolution générale de l'IDH sa création montre une croissance notable pour toutes les régions du monde, sauf l'Afrique subsaharienne qui stagne depuis 40 ans autour de 0,4.

Une analyse plus fouillée montre que la croissance des revenus s'est accompagnée de la détérioration d'indicateurs environnementaux essentiels, tels que les émissions de CO₂, la qualité du sol et de l'eau et la superficie du couvert forestier.

Enfin, la distribution inégale des revenus s'est aggravée à l'échelle nationale dans la majorité des régions du monde, malgré une réduction des écarts en termes de santé et d'éducation.





UNE REMISE EN QUESTION DU 'DÉVELOPPEMENT'

Ce qui précède nous amène à nous interroger sur la notion même de 'développement'.

C'est en effet un concept qui fait partie des idées dominantes de notre temps, mais ne conviendrait-il pas de le remettre en cause, au vu de ces 60 dernières années de 'développement' ?

Dans l'inconscient collectif, le développement est vu comme un processus naturel, linéaire, qui comprendrait un certain nombre d'étapes à franchir, pour passer d'un état de 'sous-développé' à un état de 'développé', à l'image des nations occidentales. Dans son acceptation la plus courante, son point d'ancrage repose sur des indicateurs économiques, se basant sur une croyance forte en la croissance : 'avoir plus pour vivre mieux'.

Or, comme nous l'avons vu plus haut, cet angle de vue strictement économique, mis en valeur par le PIB par exemple, a ses limites. Il ne prend pas en compte les destructions systématiques qu'engendre la production effrénée.

Il est par ailleurs judicieux de s'interroger sur cet état de fait selon lequel le 'développement' est envisagé comme une nécessité universelle, censée advenir partout. Un certain relativisme culturel est nécessaire à prendre en compte pour comprendre que, peut-être, le bien-être n'est pas le même pour un Allemand ou pour un Camerounais...

L'IDH donc, s'il est certainement un meilleur indicateur de niveau de développement, comprend encore des **faiblesses**. Notamment parce qu'il intègre la mesure du PIB qui, comme mentionné ci-dessus, pose questions. Mais aussi parce qu'il pourrait intégrer davantage de critères qualitatifs, en particulier en ce qui concerne les inégalités. Notons que des indicateurs plus affinés, également produits par le PNUD, permettent de rendre compte de la différence entre hommes et femmes selon les pays (indicateur sexospécifique de développement humain : ISDH) ainsi que de la pauvreté humaine (indice de pauvreté humaine : IPH).

ENCORE PLUS LOIN...

De nouvelles initiatives vont plus loin... Ainsi, le bonheur national brut (BNB) est une tentative de définition du niveau de vie en des termes plus holistiques que le produit national brut. Cet indice est préconisé par le roi du Bouthan, Jigme Singye Wangchuck, en 1972, son but étant de bâtir une économie qui servirait la culture du Bouthan basée sur les valeurs spirituelles bouddhistes. Il sert également à guider l'établissement de plans économiques et de développement pour le pays.

Cet indice se fonde sur une croissance économique 'responsable' et respectueuse de l'environnement.

Il repose sur 4 principes fondamentaux auquel le gouvernement du Bouthan attache une part égale :

- ➔ la croissance et le développement économique
- ➔ la conservation et promotion de la culture
- ➔ la sauvegarde de l'environnement et l'utilisation durable des ressources
- ➔ la bonne gouvernance responsable.

En 2011, ces quatre grands axes ont été évalués au travers de 72 critères de mesure.

Même si cet indicateur a lui aussi ses limites, il permet d'aller au-delà des critères purement financiers. Récemment d'ailleurs, des pays comme la Grande-Bretagne, les Etats-Unis et la France se sont interrogés sur la manière de mesurer le bien être... A suivre donc.

CONCLUSIONS

Les indicateurs sont le résultat d'un choix et les reflets des valeurs qui président à un projet, une société, un système. Changer d'indicateur peut sembler simple et peu conséquent, alors qu'en réalité le changement de nos valeurs, de ce que nous estimons le plus, de ce qui organise nos comportements, est un travail en profondeur que chacun peut mener à sa propre échelle.

En 'éducation au développement', se questionner sur les mesures de développement permet de se questionner sur les choix de société ; c'est une piste de résistance envers une pensée du monde ou du bien-être de ses populations qui se voudrait unique.

Ressources supplémentaires :

- Pour mieux comprendre l'IDH et répondre à toutes vos questions sur l'IDH, le site du PNUD : <http://hdr.undp.org/fr/statistiques/idh/>
- Le classement des pays selon l'IDH de 2011 : http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2011_FR_Table1.pdf
 - Pour visualiser l'IDH sur une carte interactive : <http://hdr.undp.org/fr/donnees/carte/>
 - Pour en savoir plus sur le Bonheur national brut, visionnez le web-documentaire d'Arnaud Grégoire 'Le bonheur brut' <http://blog.lesoir.be/bonheurbrut/le-webdocumentaire/>

Géraldine Dohet, Service Education - Août 2012

INFO 2 : INFORMATIONS GÉNÉRALES SUR LE COMMERCE ÉQUITABLE

Extraits issus de Tout savoir sur le commerce équitable, réalisé par Oxfam-Magasins du monde, disponible en version pdf ici : <http://www.oxfamagainsdumonde.be/2010/11/brochure-tout-savoir-sur-le-commerce-equitable/>



POURQUOI Y A-T-IL UN COMMERCE ÉQUITABLE ?

Si le commerce équitable a vu le jour et a connu un développement spectaculaire en l'espace de quelques années¹, c'est essentiellement dû au fait qu'il constitue une **alternative crédible** à des pratiques commerciales dominantes largement inéquitables.

Historiquement et de manière persistante, les relations commerciales entre les pays du Sud et ceux du Nord ont été – et sont encore – caractérisées par leur **déséquilibre**, avec des conséquences graves pour les producteurs et artisans du Sud et leurs familles. En effet, en raison de leur position dans la filière économique dans laquelle s'intègre leur activité, ces

derniers sont généralement obligés de se soumettre à des conditions sur lesquelles ils ont une influence extrêmement limitée.

Dans les domaines de **l'alimentation** et de **l'agriculture**, les déséquilibres sont particulièrement importants, et même de plus en plus préoccupants. En effet, selon l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), pas moins de **923 millions de personnes étaient sous-alimentées en 2007**, soit 75 millions de plus que l'année précédente et près d'une personne sur six. D'ailleurs, et le paradoxe est révélateur des déséquilibres actuels, la majorité des personnes sous-alimentées sont des paysans. Pour des millions de personnes et leur famille, produire des denrées alimentaires n'est donc pas une activité qui permet de manger à sa faim. Par ailleurs, pour illustrer l'ampleur des déséquilibres alimentaires mondiaux, l'Institut international de l'eau de Stockholm (SIWI) estime qu'**aux Etats-Unis, 30% des aliments finissent dans les ordures**.

L'ALTERNATIVE DU COMMERCE ÉQUITABLE : AU NORD ET AU SUD

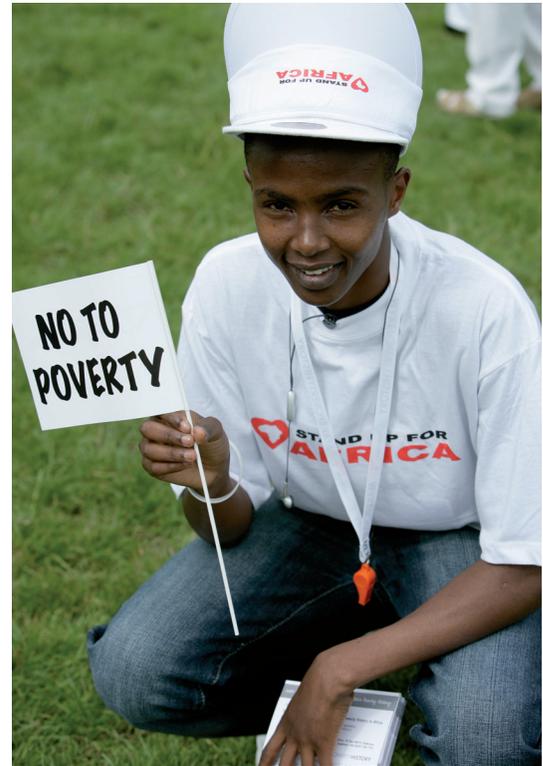
Face à cette réalité inacceptable, le commerce équitable propose une alternative permettant aux producteurs du Sud de travailler dans des conditions décentes et de vendre le fruit de leur travail à un prix juste, grâce auquel ils peuvent avoir accès aux moyens nécessaires au développement de leur communauté. Par des mécanismes tels que le préfinancement des commandes, la garantie d'un prix minimum, l'appui aux producteurs et l'établissement d'une relation de partenariat à moyen ou à long terme, le commerce équitable contribue au développement économique et social de communautés entières, qui peuvent construire des projets inscrits dans la durée. Au contraire, dans le commerce conventionnel, la volatilité extrême des prix et la forte pression exercée sur les producteurs par des intermédiaires et par des acteurs économiques cherchant à maximiser les profits ne permettent que très difficilement la mise sur pied de projets à moyen et long termes.



1. De 1999 à 2004, la croissance des ventes de produits du commerce équitable sur le marché européen était de 154%.

Parallèlement à ses effets dans le Sud, le commerce équitable s'adresse aussi aux consommateurs du Nord. D'une part, il offre une alternative de produits de qualité aux consommateurs qui souhaitent sortir des réseaux commerciaux conventionnels et soutenir les organisations de producteurs du Sud. D'autre part et surtout, le commerce équitable constitue une porte d'entrée à partir de laquelle il est possible de dénoncer les pratiques néfastes et les dérives du commerce conventionnel et de proposer des alternatives à partir de valeurs de solidarité et d'une vision politique forte.

En donnant l'opportunité aux consommateurs du Nord et aux producteurs du Sud de s'inscrire dans une même dynamique de solidarité, le commerce équitable propose une alternative au système commercial dominant. Avec sa dimension de soutien à des collectifs de producteurs du Sud et de mouvement de citoyens au Nord, le commerce équitable mis en place par Oxfam-Magasins du monde répond aux effets d'un système économique fondé sur la course aux profits, et qui fait souvent de l'exploitation des travailleurs et des producteurs marginalisés un moyen de maximiser les bénéfices.



LES ENGAGEMENTS DU COMMERCE ÉQUITABLE

Les relations qu'instaure le commerce équitable avec les producteurs du Sud comportent plusieurs **engagements forts**, qui correspondent aux objectifs de développement poursuivis par le commerce équitable.

Tout d'abord, **des prix équitables sont garantis aux producteurs**. Ces prix sont négociés dans une relation de dialogue avec des producteurs qui ont un statut de partenaires et non de simples fournisseurs de produits. Dans le domaine agricole, un prix minimum est garanti aux producteurs, indépendamment des cours en vigueur sur le marché mondial. Il s'agit d'une garantie forte, qui a pour principal avantage de permettre aux producteurs de prévoir et de planifier leurs dépenses et leurs investissements, à partir d'une certaine idée de ce que rapportera la vente de leur production. Il s'agit d'une caractéristique essentielle du commerce équitable, dans la mesure où la grande volatilité des prix du commerce conventionnel rend quasiment impossible toute prévision concernant les revenus, et donc aussi la planification des dépenses et des investissements.

Ensuite, **les relations commerciales équitables s'inscrivent dans la durée**. Application concrète de ce principe : Oxfam-Magasins du monde s'engage auprès de chacun de ses partenaires à acheter chaque année au moins 50% du montant de l'année précédente. Pas question donc de faire un gros coup commercial avec un partenaire ou de rompre subitement les relations en cas de problème. Cette facette des engagements du commerce équitable illustre bien le fait que l'objectif principal n'est pas la maximisation des profits de l'importateur de produits du Sud. On est donc loin des pratiques en vigueur dans le commerce conventionnel.

Le préfinancement des commandes est un autre aspect central du partenariat. Quand une

commande est passée à un partenaire et si le partenaire le souhaite, la moitié de son montant total est préfinancée par Oxfam-Magasins du monde, ce qui permet aux producteurs de ne pas s'endetter pour réaliser les dépenses nécessaires à la satisfaction de la commande. De la sorte, les producteurs évitent d'être soumis à des conditions de crédit désavantageuses et ne sont pas obligés de sacrifier des investissements dans d'autres domaines, comme l'éducation ou la santé, pour répondre aux commandes qui leur parviennent.

Enfin, le commerce équitable propose **des produits de qualité** aux consommateurs du Nord, ce qui est indispensable pour assurer la crédibilité du commerce équitable en tant qu'alternative concrète aux pratiques du commerce conventionnel.

QUELS SONT LES IMPACTS DU COMMERCE ÉQUITABLE ?

IMPACTS DANS LE SUD

Grâce aux principes forts qui le sous-tendent, le commerce équitable est un appui direct et concret au développement des pays du Sud. Il contribue au développement des communautés et améliore le niveau de vie de plus de 5 millions de personnes, dont **1,5 millions de producteurs**.

Pour les producteurs du Sud, le commerce équitable est **une source d'améliorations sur les plans économique, social, environnemental et culturel**.

Sur le plan économique :

bien que l'impact global du commerce équitable reste modeste, en comparaison avec le volume des flux du commerce conventionnel, son impact pour les producteurs concernés et leurs communautés est loin d'être anodin.

Sur le plan social :

pour les producteurs, les conditions garanties par le commerce équitable permettent de réaliser des investissements bénéficiant à leur communauté, notamment dans les domaines de l'enseignement et des soins de santé. Ces investissements des revenus générés par le commerce équitable dans des secteurs non directement liés à l'activité commerciale sont une conséquence de son impact économique, mais aussi une caractéristique des relations instaurées par le commerce équitable.

Sur le plan environnemental :

par l'accent qu'il met sur la gestion durable des ressources naturelles et la valorisation



des matières premières disponibles localement, le commerce équitable joue un rôle positif pour la préservation de l'environnement. Ici aussi, il ne s'agit pas seulement d'une conséquence positive découlant des relations commerciales, mais d'une composante forte du commerce équitable.

Sur le plan culturel :

en valorisant les productions et les techniques locales, le commerce équitable contribue à sauvegarder des identités culturelles mises à mal par le mouvement d'uniformisation culturelle qui accompagne la globalisation économique. En rendant économiquement rentables des activités artisanales basées sur des techniques traditionnelles, le commerce équitable permet à des populations marginalisées de reconquérir une dignité en tant qu'individus et en tant que groupes, en leur montrant que leur savoir-faire a une valeur et constitue une source de revenus.

Sur le plan démocratique :

Le commerce équitable permet aussi de structurer démocratiquement, de renforcer et d'autonomiser des organisations de producteurs marginalisés. L'impact du commerce équitable doit être évalué en tenant compte des effets du commerce équitable en tant que facteur d'organisation pour des communautés entières. Cet impact est particulièrement important dans un contexte commercial international caractérisé par l'atomisation des petits producteurs et la concentration d'activités comme la transformation et à la distribution dans les mains de grands groupes transnationaux. Au niveau local, les formes d'organisation qu'encourage le commerce équitable permettent à des catégories sociales marginalisées de s'affirmer en tant qu'acteurs sociaux participant activement à la vie de la communauté.



IMPACTS DANS LE NORD

En se basant sur les relations de partenariat établies avec des organisations de producteurs du Sud, Oxfam-Magasins du monde peut porter un discours cohérent sur les relations commerciales internationales, en partant de situations concrètes et d'une analyse dépassant la sphère commerciale. En certaines occasions, la relation de partenariat peut aller plus loin et prendre la forme d'un soutien aux luttes sociales portées par un partenaire du Sud.

Dans les pays du Nord, le commerce équitable est un **outil de sensibilisation** aux enjeux du développement, qui pousse à une réflexion globale sur des pratiques de consommation durables et responsables. En effet, chez nous, le commerce équitable est non seulement un mode de consommation respectueux des producteurs, mais aussi et surtout un **moyen de sensibiliser les citoyens et d'interpeller les responsables politiques et les acteurs économiques**.

PLUS D'INFOS SUR www.omdm.be

NOUS CONTACTER

Editeur responsable : Denis Clérin - Rue Provinciale, 285 - 1301 Wavre - Belgique.
Design : www.h2so4studio.com. Illustrations: Coiffeurs pour Dames - Décembre 2012.

Si vous souhaitez recevoir des conseils au niveau pédagogique,
ou découvrir d'autres outils d'animation, vous pouvez contacter directement le

SERVICE ÉDUCATION +32 10 43 79 64 ou education@mdmoxfam.be.

Avec le soutien de
**LA COOPÉRATION
BELGE AU DÉVELOPPEMENT .be**

www.omdm.be

Rue provinciale, 285 - 1301 Wavre - Belgique - 010/43 79 50



OXFAM
Magasins du monde