

DOSSIER

DERRIÈRE LE CODE-BARRE

LES MEILLEURS PRIX AU MÉPRIS DES CONDITIONS DE VIE



OXFAM

Magasins du monde

DOSSIER CONSOMMATION

4 Des chiffres fous

6 Dossier

Avec, sans ou contre le politique ?

7 Reportage

Des crevettes rouge sang



10 Reportage

Des tomates au goût amer

12 Outil

Le "Donut", une boussole pour mettre le cap sur un nouveau monde

14 En chiffre

Derrière le code-barre, des vies au rabais

16 Analyse

Le devoir de vigilance des entreprises, un outil au service des droits humains et de l'environnement

18 Politique

Les élections 2019 pour les nuls

20 Analyse

Un marché hyper concentré

22 Alternative

Quand le commerce équitable déconcentre la filière du cacao



24 Interview

Regards croisés sur les supermarchés au Nord et au Sud

26 Interview

Pour en finir avec le capitalisme, Le monde selon Jean Ziegler



28 Analyse

Risque de "Genderwashing" derrière le code-barre ! La mode peut-elle être féministe ?

30 Analyse

Artisan-e-s vs multinationales de la mode : comment combattre "l'appropriation culturelle" ?

32 Mobilisation

Belgique : Quand les citoyen-ne-s se mobilisent

34 Alternative

L'Open Food Network, un nouveau système alimentaire pour réunir toutes les forces positives

BESOIN D'UNE NOUVELLE BOUSSOLE

Comment faisons-nous avant ? Avant les supermarchés, avant internet, avant la mondialisation... Cette question peut paraître absurde puisqu'il paraît qu'on n'arrête pas le progrès. Et le fait même de la poser vous fait vite passer pour un « vieux réac », ancré dans sa certitude que « c'était mieux avant ».

Et pourtant, on dirait que l'humanité est à un moment charnière de son histoire, un de ces moments où l'on aurait envie d'appuyer sur le bouton « pause ». Histoire de faire le point, de réfléchir au chemin parcouru et aux différentes routes ouvertes sur notre avenir. Le but n'est pas de se réfugier dans le mirage d'un passé idéalisé mais plutôt de faire le bilan de notre époque, avec une nouvelle grille de lecture.

Pendant trop longtemps, nous avons accepté de consommer des biens produits à l'autre bout du monde, dans des conditions sociales et environnementales inacceptables. Nous savons pourtant que derrière ce système, il y a des injustices, de l'exploitation, des inégalités de plus en plus fortes, des ressources naturelles gaspillées, des sols et des paysan-ne-s empoisonnés. Comme le dénonce la récente étude "Big Food", les multinationales sont

co-responsables avec les dirigeants politiques d'une triple pandémie menaçant l'humanité : l'obésité, la sous-alimentation et le changement climatique. Les 43 experts de 14 pays à la base de cette étude estiment même que ces multinationales devraient être encadrées de la même manière que celles du tabac.

Non, ce n'était pas forcément mieux avant. Mais c'est maintenant que nous devons, absolument, revoir notre plan de route avec une nouvelle « boussole ». Comme par exemple ce « donut » créé par Kate Raworth, une chercheuse d'Oxfam Grande-Bretagne.

Avec cette campagne « Derrière le code barre », nous voulons à la fois dénoncer les dérives du commerce international et mobiliser les énergies pour réinventer notre avenir commun.

Roland d'Hoop

UNE PUBLICATION D'OXFAM-MAGASINS DU MONDE Mars 2019 • 81638

ONT COLLABORÉ À CE DOSSIER:

Roland d'Hoop, Estelle Vanwambeke, Lorent Fritsche, Sébastien Maes, Théodore Gallez, Florine Deveseleer, Mickaël Béji.

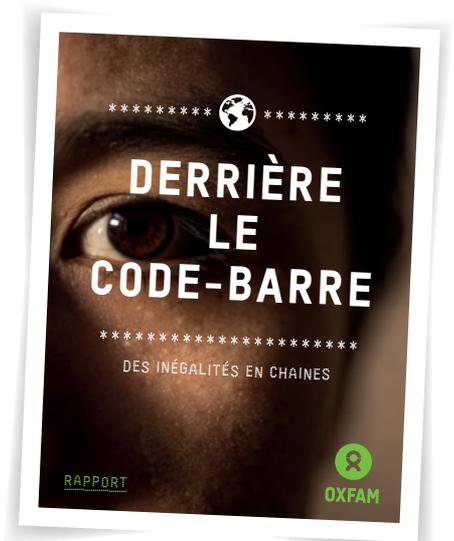
ÉDITEUR RESPONSABLE:

Pierre Santacatterina, Rue provinciale, 285 - 1301 Bierges

© 2019 Oxfam-Magasins du monde
redaction@mdmoxfam.be • info@mdmoxfam.be

 **Belgique**
partenaire du développement
Ce dossier est réalisé avec le soutien de la Direction Générale de la Coopération au Développement.

Imprimé sur papier recyclé et FSC



RAPPORT D'OXFAM : DERRIÈRE LE CODE-BARRE: DES INÉGALITÉS EN CHÂÎNES

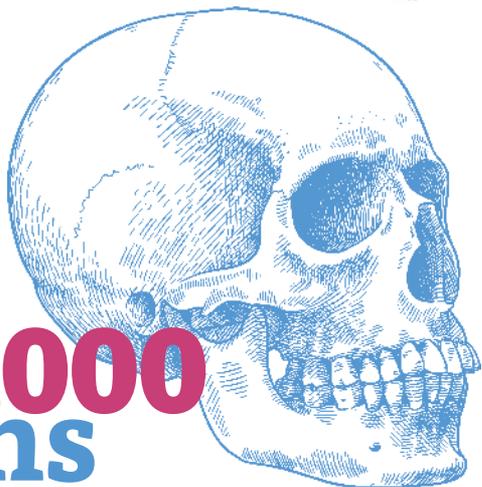
Le dossier entre vos mains fait suite au rapport d'Oxfam International sorti en juin 2018. Ce rapport lance la nouvelle campagne d'Oxfam qui vise à exposer les causes profondes de la souffrance humaine qui sévit dans les chaînes d'approvisionnement alimentaires et à mobiliser le pouvoir des consommateurs-trices du monde entier en vue d'y mettre fin, en se concentrant dans un premier temps sur le rôle des supermarchés.

Pour le télécharger, c'est ici :
<https://oxf.am/2tjwTwi>



OXFAM
Magasins du monde

DES CHIFFRES FOUS



4.000
ans

C'est le nombre d'années que devrait travailler une femme dans une entreprise de transformation de crevettes en Thaïlande pour gagner ce que touche en moyenne en un an le directeur d'un supermarché aux USA.

C'est le montant des recettes du groupe Walmart, qui appartient à la famille la plus riche des USA. C'est plus que le revenu national brut de pays comme la Norvège ou le Nigéria (pays le plus peuplé d'Afrique).



486
MILLIARDS DE \$

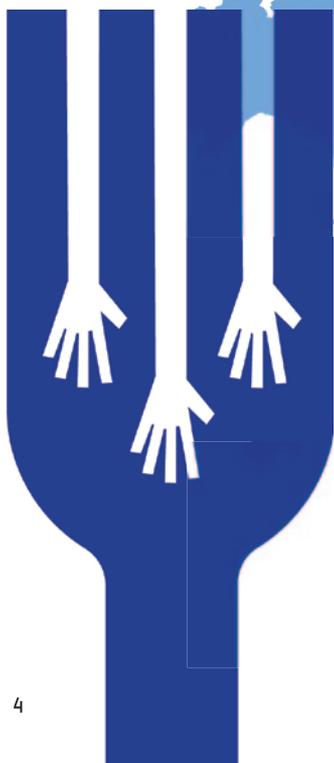


+ de **15**

MILLIARDS DE \$

C'est le montant des dividendes versés par les 8 plus grandes multinationales de la grande distribution au monde à leurs actionnaires.

Le prix des bananes équatoriennes en supermarché a augmenté de 40 % depuis 2001, mais les paysans producteurs de bananes n'en perçoivent que 3 %.

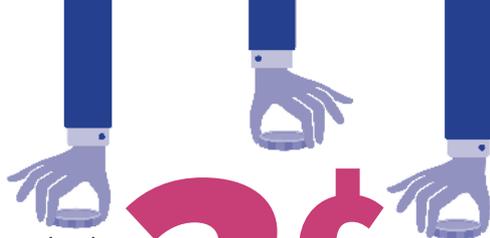


75%

En Italie, 75 % des femmes interrogées travaillant dans des exploitations de fruits et légumes ont dit qu'elles-mêmes ou un membre de leur famille avaient réduit le nombre de leurs repas au cours du mois écoulé par manque de nourriture.



3%



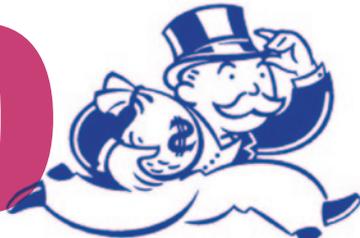
Il suffirait d'augmenter de **3 centimes de \$** le prix des melons au Honduras pour assurer à ceux et celles qui les cueillent un salaire vital.

4%

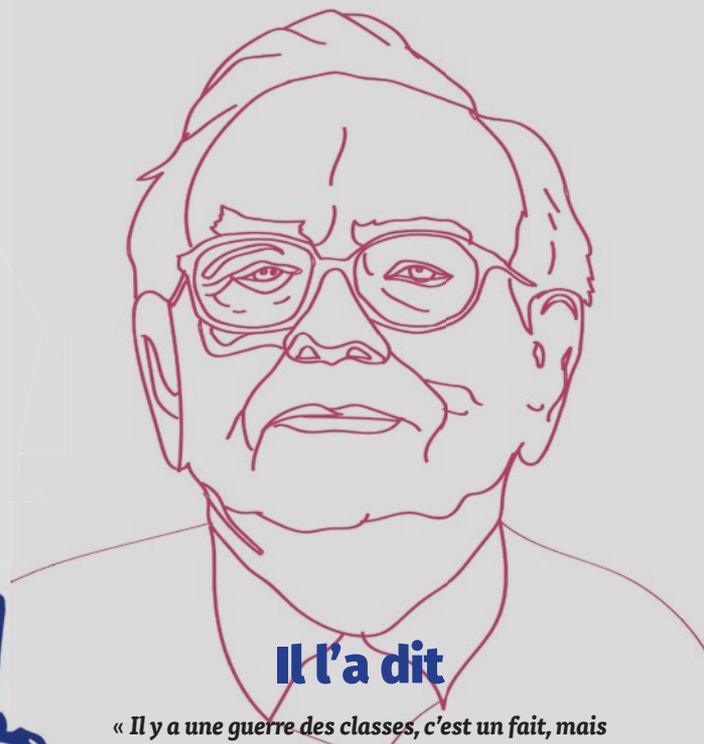
Le prix du jus d'orange brésilien a augmenté de **50 %** depuis le milieu des années 1990, mais la part que perçoivent les paysans et les travailleurs a chuté de **17 à 4 %**.



10



En Europe, **10 grands distributeurs** possèdent presque la moitié du commerce de détail. Pour la Belgique, les 5 plus grandes chaînes de supermarchés captent 64% du marché !



Il l'a dit

« Il y a une guerre des classes, c'est un fait, mais c'est ma classe, la classe des riches qui mène cette guerre, et nous sommes en train de la gagner ».

Warren Buffett
deuxième fortune mondiale.



BLITZ

C'est ainsi que l'on appelle les premiers mètres après les portillons dans un hyper-marché. Pourquoi cette allusion aux bombardements allemands sur Londres en 1940 ? Simplement parce que le client va y être littéralement bombardé... de promotions. Avant même d'avoir commencé ses courses, il aura déjà déposé dans son caddy quelques produits qu'il n'avait pas forcément pensé à acheter. L'air de rien, la grande distribution façonne notre esprit avec des slogans très connotés : guerre des prix, chasse aux bonnes affaires, black Friday, prix écrasés...

AVANT PROPOS

AVEC, SANS OU CONTRE LE POLITIQUE ?

Pour Oxfam-Magasins du monde, en tant qu'organisation porteuse d'une alternative, les élections européennes et fédérales de mai 2019 nous posent la question de notre rapport au monde politique. Il existe chez les acteurs et les actrices qui œuvrent pour la transition, différents positionnements –souvent complémentaires- par rapport aux pouvoirs politiques : certain·e·s s'inscrivent dans le « contre » et s'opposent aux lois en prônant par exemple la désobéissance civile. D'autres préfèrent agir « sans » le politique, en construisant par exemple leur propre alternative locale de manière autonome. Enfin, certain·e·s font « avec » le politique et tentent de faire pression en faveur d'orientations plus justes et plus durables : c'est ce qu'Oxfam veut faire à

l'occasion de ces élections, en soutenant une nouvelle loi pour la vigilance et la transparence dans les différentes filières de production (voir pages 16-17). En développant l'alternative du commerce équitable et des circuits courts, Oxfam-Magasins du monde a pris l'option de montrer au monde politique qu'un autre commerce est possible... Mais dans un monde où les règles du jeu favorisent majoritairement un modèle socialement et environnementalement inefficace et injuste, les alternatives peuvent difficilement se développer et devenir structurelles.

Lors de la dernière Assemblée Générale d'Oxfam-Magasins du monde, Olivier De Schutter insistait sur le rôle du commerce équitable comme outil en faveur de la transition sociale

et écologique. Loin d'être un combat du passé, il s'agit selon lui d'une niche d'innovation, d'un laboratoire dont toutes les politiques commerciales devraient s'inspirer.

Marre du greenwashing (voir page 12), du « genderwashing » (voir page 28) et de l'appropriation culturelle (voir page 30) par quelques multinationales et supermarchés qui s'accaparent et infiltrent les marchés mondiaux jusqu'aux marchés locaux ! En tant que citoyen·ne·s, nous pouvons et nous devons demander des lois imposant la transparence, le respect des droits humains et de l'environnement ! Et nous pouvons agir concrètement pour soutenir des systèmes alimentaires plus durables.

Sébastien Maes



DES CREVETTES ROUGE SANG

📷 Reportage

Désolé, mais en lisant ce reportage, vous risquez de ne plus avoir le même appétit face à votre assiette de crevettes. Car c'est bien d'esclavage moderne dont il est question. Comme nous l'évoquions en 2016¹, l'exploitation se trouve à tous les maillons de la chaîne, depuis les bateaux de pêche en Thaïlande où sont torturés des migrant.e.s jusqu'à ces usines de traitement en Indonésie où les crevettes sont décortiquées avant d'arriver dans les rayons de nos supermarchés.



▲ Crédit : Suthep Kritsanavarin / Oxfam

Prak, 30 ans, marin d'origine cambodgienne engagé sur un bateau de pêche en Thaïlande. Après être tombé malade, il a été congédié. On lui a dit qu'il devait 14 000 THB (environ 438 \$) aux opérateurs du bateau – argent qu'il n'a pas. Mais s'il ne paie pas, Prak ne pourra pas récupérer son passeport.

1 Oxfam-Magasins du monde, Analyse : Formol, chalutage et esclavage : une recette frelatée qui suscite l'initiative citoyenne dans le secteur de la pêche thaïlandaise, Sébastien Maes, Décembre 2016.

Melati* travaillait dans une usine indonésienne et devait éplucher 600 crevettes en une heure - une toutes les six secondes. Cet objectif était impossible à atteindre. Les conditions dans l'usine étaient dangereuses. Elle avait du mal à respirer et se brûlait les mains car elle ne disposait pas d'équipement de sécurité. « *Après des plaintes, on m'a finalement donné des gants en plastique* », témoigne Melati. Mais ces gants ne la couvraient pas au-delà des poignets. Or, elle devait plonger ses bras dans un seau de chlore pour préparer le chiffon de nettoyage. « *Mes mains brûlaient et j'étais à bout de souffle à cause du chlore. Le soir, je ne pouvais toujours pas respirer correctement.* »





© Adrian Mulya/The Sustainable Seafood Alliance Indonesia.



Mawar* 19 ans, vivait dans un petit dortoir avec huit autres travailleuses. L'endroit était sale et avait rarement de l'eau courante. Mawar a régulièrement subi des retenues sur son salaire, sans explication. Chaque jour, les surveillants la poussaient à travailler plus vite. *« Parfois, la société ne me donnait que 10 jours de salaire sur 30, je n'arrivais pas à joindre les deux bouts. On me criait dessus tous les jours, je me sentais mentalement épuisée. »*

*les nom ont été changés.

QUAND DES FRUITS ET LÉGUMES ISSUS DE L'ESCLAVAGE MODERNE SE RETROUVENT DANS NOS SUPERMARCHÉS



Mars 2017 – un incendie dans le « ghetto de Rignano », près de Foggia (Sud de l'Italie), détruit les baraques construites par les migrants, coûtant la vie à deux ouvriers agricoles maliens. © Caritas

En Italie, des milliers de femmes et d'hommes sont soumis à des conditions de travail inhumaines : jusqu'à 12 heures par jour dans des champs aspergés de pesticides toxiques sous des températures extrêmes en été comme en hiver. Tout ça pour un salaire d'à peine 15-20 euros par jour. C'est ce qui ressort du dernier rapport publié par Oxfam Italie : « *Au prix juste – Les droits humains dans la filière des supermarchés italiens* » .

“ Les habitations où on loge sont construites avec des matériaux de récupération qu'on trouve un peu partout... en ville, dans les maisons abandonnées. On doit par contre louer une fourgonnette 60 euros pour les apporter au ghetto. J'ai par exemple fabriqué ma propre "maison", avec des planches et des morceaux de plastique. ”
Ousmane Kassambara, migrant malien

DES TOMATES AU GOÛT AMER



Travailleur agricole saisonnier en Italie
© Rocco Rorandelli/Oxfam

Les tomates cultivées dans la province de Foggia traversent toute l'Europe (80% de la production est destinée à l'exportation). L'un des plus importants producteurs de Foggia, Antonino Russo, a récemment vendu son entreprise à Princes Italia, société britannique contrôlée par la multinationale japonaise Mitsubishi. Derrière un système de gestion mafieux et « paramafieux » - dans lequel de grands détaillants, entrepreneurs locaux et entreprises étrangères s'associent à la criminalité locale - se cache un marché dont le chiffre d'affaires a été de 272 millions d'euros en 2018 !

« J'ai travaillé un mois et demi, mais je n'ai jamais été payé. Je n'ai pas eu de contrat. Ils te disent que tu auras un contrat mais ils ne le font jamais. » Un ouvrier agricole toscan



Les migrant-e-s font partie des principales victimes du secteur agricole italien. La plupart sont engagés sans contrat, ou lorsqu'il y en a un, leurs heures de travail ne sont pas correctement déclarées. Les accidents sont fréquents, tant les conditions de travail sont dures. En 2018, la récolte de tomates a été tachée du sang : début août, 16 ouvriers agricoles sont morts dans la région de Foggia alors qu'ils revenaient des champs, entassés comme des bêtes dans les camions de leurs « caporaux ».



Foggia, Rignano Garganico, 8 août 2018 : des centaines de travailleurs et de travailleuses agricoles dénoncent la mort de 16 personnes victimes de deux accidents de la route après leur retour du travail. - © ZUMAPRESS

LE "DONUT", UNE BOUSSOLE POUR METTRE LE CAP SUR UN NOUVEAU MONDE

ROLAND D'HOOP

Le principal défi que doit relever l'humanité au XXIe siècle est d'éradiquer la pauvreté et d'assurer la prospérité pour toutes et tous, dans la limite des ressources naturelles de la planète. Pour cela, nous avons besoin d'un cadre, qui pourrait prendre la forme d'un donut, cette pâtisserie américaine. C'est ce qu'a imaginé en 2012 Kate Raworth, chercheuse pour Oxfam. Son concept a depuis été largement partagé par différentes institutions¹.



Le concept de développement durable, apparu à la fin des années 1980, a lui aussi été récupéré par le système néolibéral et par les marques, qui ont flairé l'opportunité de ce nouveau marché bien dans l'air du temps. On a assisté à un déferlement de produits teintés de vert, des voitures vertes, des agro-carburants soi-disant écologiques, des yaourts industriels avec « le lait de la ferme », des placements financiers prétendument durables... Tout cela cache mal le « business as usual » et risque de détourner le regard des vrais enjeux, en donnant la primauté à l'économie sur les questions sociale et environnementale.

Afin de replacer ces questions au cœur même de notre vision, Kate Raworth a imaginé en 2012 un nouveau concept : le « donut ». Son principe est de faire apparaître les balises au sein desquelles toute activité humaine devrait dorénavant s'inscrire, afin de maintenir le cap vers « un espace sûr et juste pour l'humanité ».

L'anneau intérieur délimite le plancher social du bien-être. Il reprend les

éléments essentiels, reconnus au niveau international, pour une vie digne : une alimentation suffisante, la santé, l'éducation, le logement, l'énergie... tout en visant plus d'équité sociale et d'égalité hommes-femmes².

**PRÈS DE LA MOITIÉ
DES ÉMISSIONS
MONDIALES DE CO2 SONT
OCCASIONNÉES PAR 10%
DE LA POPULATION**

L'anneau extérieur est celui du « plafond environnemental » : il délimite la pression que l'humanité peut exercer sur les systèmes vitaux de la terre sans risquer de les

mettre en péril au travers par exemple du changement climatique, de la perte de biodiversité ou de la destruction de la couche d'ozone³. **C'est entre ces limites sociales et planétaires que se trouve un espace juste et sûr pour l'humanité.**

Kate Raworth raconte comment elle a pensé à cette image du « donut » : « J'ai découvert, en 2009, le schéma qui décrivait les « 9 limites de la planète » : j'ai perçu comment ce diagramme faisait franchir un pas important dans la réécriture de l'économie. Il démontrait clairement que l'économie globale doit opérer à l'intérieur de limites qui bornent la pression qu'elle peut exercer sur des

1 Le concept a notamment été utilisé par l'ONU lorsqu'il a fallu déterminer les objectifs de développement durable. Il a également été adopté au niveau local par des urbanistes, des designers...

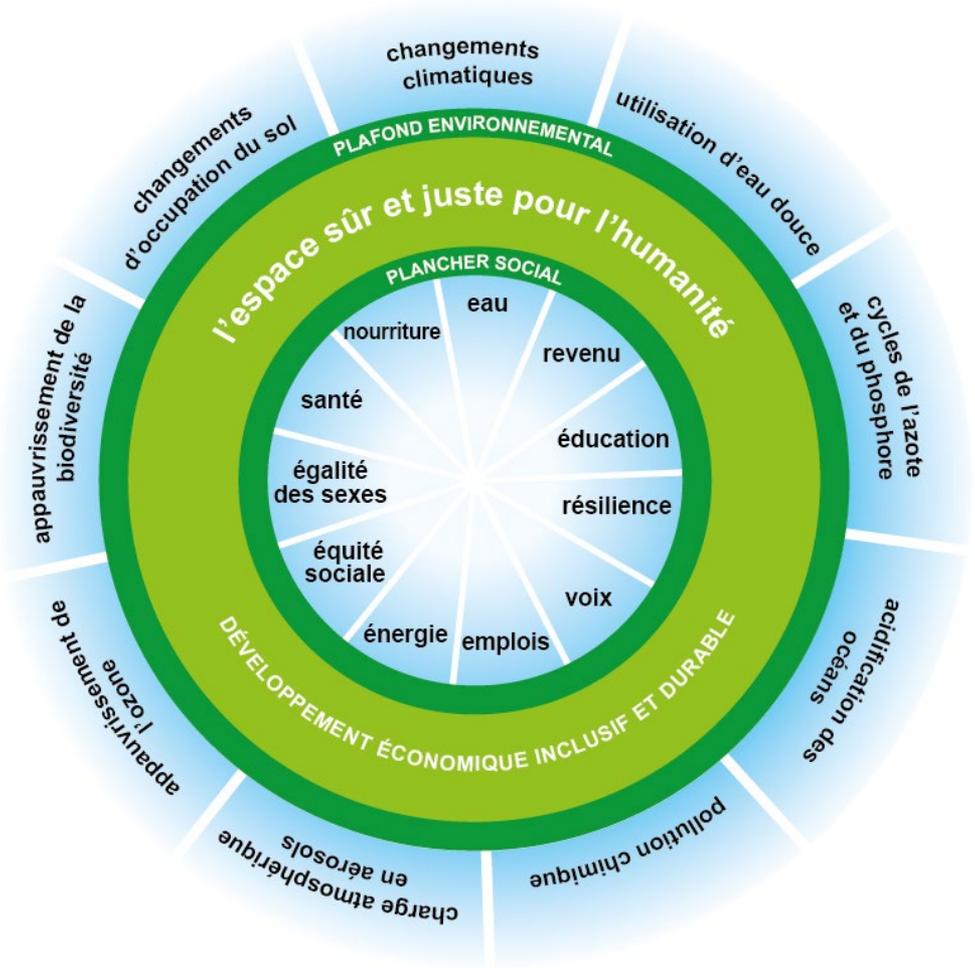
2 Ces limites sociales sont basées sur les 11 priorités approuvées lors de la conférence Rio+20 en 2012.

3 Il s'agit des limites environnementales planétaires définies par Rockström et al. dans l'étude publiée dans la revue Nature en 2009, voir goo.gl/ZxX76A

écosystèmes essentiels au maintien de la vie. Je travaillais alors chez Oxfam, entourée de travailleurs humanitaires qui répondaient à la dernière crise alimentaire au Sahel et de militants qui réclamaient des services de santé et d'éducation décents pour tous. J'ai pensé intégrer ces questions de justice sociale dans le diagramme. C'est ainsi que j'ai dessiné un « anneau » intérieur, représentant les limites sociales en complément des limites planétaires. Et quand j'ai montré le résultat à l'un des scientifiques à l'origine du concept de limites planétaires, il a dit aussitôt « c'est le diagramme dont nous manquons ! Ce n'est pas un cercle, c'est un donut ».

En équilibre sur un fil

Si l'on regarde le monde à partir de cette boussole, les nouvelles ne sont franchement pas très positives. Au niveau environnemental, le plafond a d'ores et déjà été dépassé pour au moins trois des neuf dimensions : les changements climatiques, l'utilisation d'azote et l'appauvrissement de la biodiversité. Quant au niveau social, la situation n'est guère plus rassurante, dénonce Kate Raworth : « Près de 13 % de la population mondiale souffre de la faim alors qu'il suffirait de 3% de la production alimentaire mondiale pour satisfaire ses besoins essentiels.



30 à 50 % de cette production est perdue après récolte, gaspillée dans les chaînes d'approvisionnement des supermarchés ou jetée à la poubelle. Près de la moitié des émissions mondiales de CO2 sont occasionnées par 10 % de la population – je les appelle « carbonistas ». La réduction des inégalités extrêmes d'accès aux ressources et d'usage est la clé pour faire des progrès aux deux limites du donut ».

Pour Kate Raworth, ce « donut » nous invite à un changement radical d'imaginaire collectif. Cette nouvelle mentalité à construire passera par l'acceptation des

limites à toute activité humaine : « La notion de « limites » est délicate pour les cercles politiques et les milieux d'affaires. Elle suscite même une certaine hostilité : on la présente volontiers comme une contrainte face au désir d'innover et au dépassement, comme un obstacle à des découvertes fondamentales. (...) Pourtant, nous nous portons mieux quand nous vivons à l'intérieur des limites des systèmes vivants, mais notre modèle centré sur la croissance résiste ! Dépasser cette obsession pour la croissance est une des transformations les plus difficiles et les plus nécessaires de notre siècle. » ■

DÉPASSER CETTE OBSESSION POUR LA CROISSANCE EST UNE DES TRANSFORMATIONS LES PLUS DIFFICILES ET LES PLUS NÉCESSAIRES DE NOTRE SIÈCLE

DERRIÈRE LE CODE-BARRE, DES VIES AU RABAIS

FLORINE DEVESELEER

SALAIRE VITAL = SALAIRE PERMETTANT DE VIVRE DIGNEMENT

Plus précisément ? Selon la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et selon l'Organisation Internationale du Travail (OIT)², le salaire vital est « une rémunération gagnée par un-e travailleur-euse en une durée normale de travail, qui couvre les **besoins essentiels** du/ de la travailleur-euse et de sa **famille** (se loger, se nourrir, se vêtir, se soigner, accéder à l'éducation) et lui procure un **revenu discrétionnaire**³, qui peut éventuellement servir d'épargne »⁴.

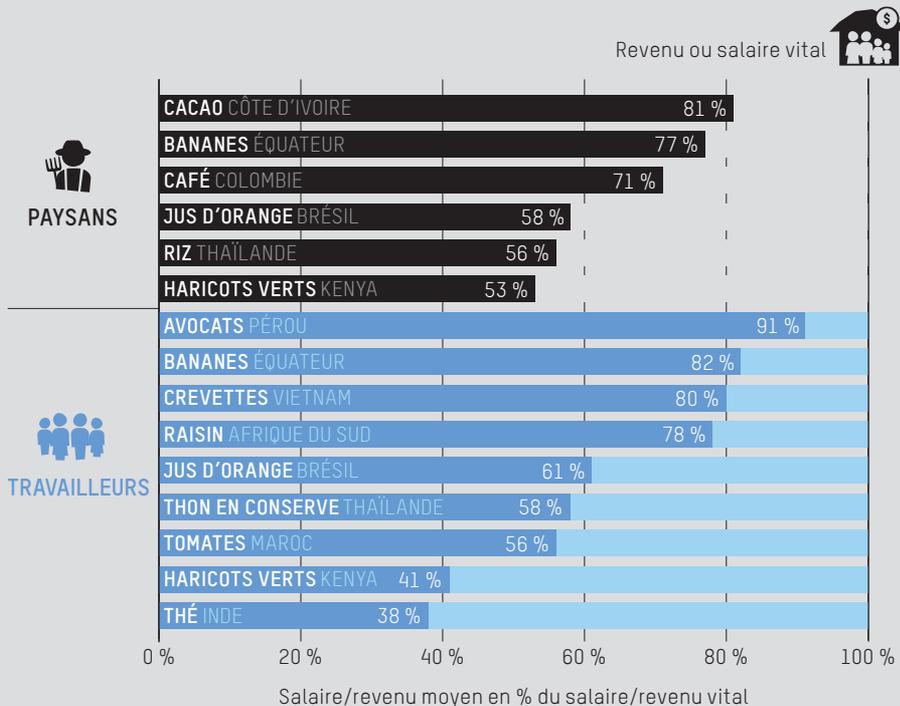
Extrait de la Déclaration universelle des droits de l'homme de 1948. Article 23 :

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

70 ans plus tard... Où en est-on ?

POURCENTAGE DU SALAIRE VITAL TOUCHÉ PAR LES PRODUCTEURS-TRICES

Graphique issu du rapport intitulé « Derrière le code-barre : des inégalités en chaînes », p. 15.



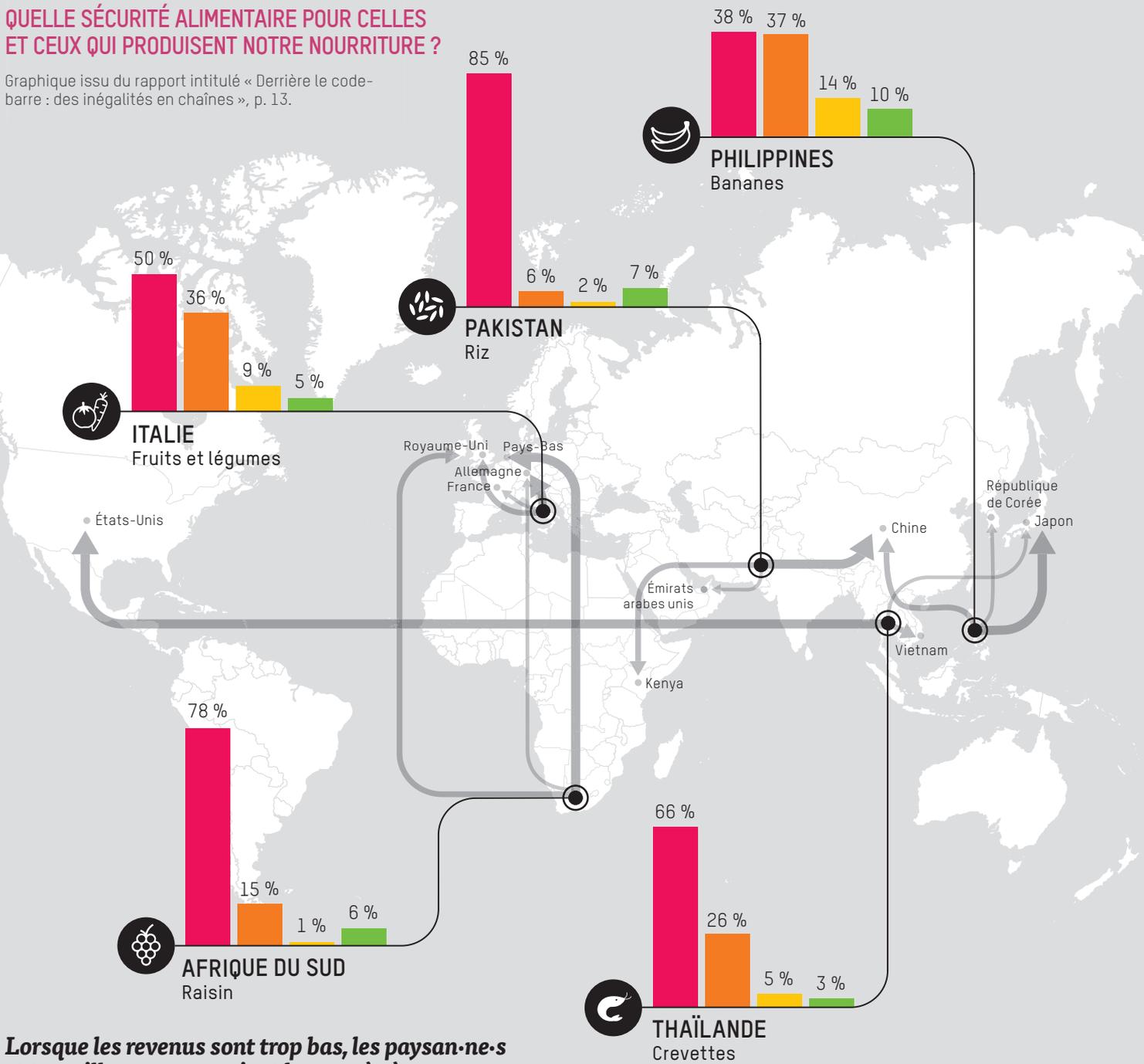
Le montant du salaire vital n'est **pas universel** : le coût de la vie varie fortement d'un pays à l'autre, voire au sein d'un même pays. Dès lors, le salaire vital est calculé dans chaque contexte. Le graphique ci-contre se base sur de tels calculs contextualisés.

Comme il ressort de ce graphique, dans de nombreuses chaînes d'approvisionnement alimentaire, les producteurs-trices sont loin de toucher un salaire qui leur permettrait de remplir leurs besoins fondamentaux. Les travailleurs-euses de la filière du thé ou des haricots verts ne touchent même pas la moitié du salaire vital.

Le terme « travailleurs-euses » se réfère aux individus doté-e-s de contrats de travail à durée indéterminée travaillant dans les grandes plantations ou dans des usines de transformation ou sur des bateaux de pêche. Certains produits apparaissent deux fois, étant produits à la fois par des paysan-ne-s et des travailleurs-euse.1

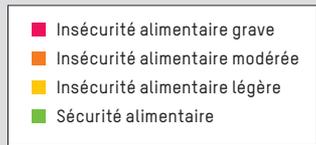
QUELLE SÉCURITÉ ALIMENTAIRE POUR CELLES ET CEUX QUI PRODUISENT NOTRE NOURRITURE ?

Graphique issu du rapport intitulé « Derrière le code-barre : des inégalités en chaînes », p. 13.



Lorsque les revenus sont trop bas, les paysan-ne-s et travailleurs-euses voient leur accès à une alimentation suffisante menacé. C'est là tout le paradoxe : ce sont celles et ceux qui nourrissent les autres qui ne parviennent pas à se procurer une nourriture suffisante, variée, saine et nutritive.

→ 1^{er} importateur
 → 2^e importateur
 → 3^e importateur



1 Données de 2015. Source : Derrière le code-barre. Voir la méthodologie dans l'Annexe 1 pour en savoir plus. Source : C. Alliot et al. Distribution of Value and Power in Food Value Chains. Recherche commandée par Oxfam et entreprise par BASIC
 2 Conventions 95 et 131 de l'OIT, Recommandations 131 et 135 de l'OIT et Article 23 de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme
 3 Revenu discrétionnaire = part de son revenu qu'un individu peut consacrer à des dépenses qui, dans sa classe sociale, ne sont pas considérées comme nécessaires". Académie des sciences commerciales.
 4 Pour plus d'infos sur la notion de salaire vital : goo.gl/6P4ws7

LE DEVOIR DE VIGILANCE DES ENTREPRISES, UN OUTIL AU SERVICE DES DROITS HUMAINS ET DE L'ENVIRONNEMENT

SÉBASTIEN MAES

Et si une loi imposait aux grandes entreprises, tous secteurs confondus, d'identifier et de prévenir les atteintes aux droits humains et à l'environnement ? Pas seulement au sein de leurs propres activités, mais aussi de celles des sociétés qu'elles contrôlent, ainsi que les activités de leurs sous-traitants et fournisseurs...

Avec une telle loi, les entreprises seraient contraintes d'évaluer et de traiter régulièrement les risques d'atteintes graves aux personnes et à l'environnement dans le cadre de plans de vigilance annuels et publics. En outre, toutes les parties prenantes (associations de défense des droits humains, de l'environnement, syndicats, individus ou communautés directement impactées), auraient le droit de demander des comptes aux multinationales, dont la responsabilité serait alors engagée devant un juge. Et si, à l'instar des filières équitables, on instaurait de la transparence au sein des chaînes d'approvisionnement qui lient les producteurs et les productrices aux consommateurs et consommatrices que nous sommes ?

Un droit de recours pour les victimes

Cela vous semble utopique ? Et pourtant, depuis mars 2017, c'est une loi de ce type, s'inspirant du principe de « devoir de vigilance », plus connu sous l'expression anglaise « due diligence » qui est entrée en vigueur en France¹ !

C'est également en ce sens qu'un traité contraignant est en phase d'élaboration aux Nations Unies :

le Binding Treaty. L'objectif est notamment de donner l'accès à une voie de recours juridique aux personnes victimes des pratiques d'une multinationale, comme par exemple l'accaparement de leurs terres, la violation de leurs droits, une atteinte à leur santé, etc., et de leur permettre d'obtenir



Des travailleurs sur un bateau de pêche en Thaïlande réparent les filets pour la prochaine sortie.
Photo : Suthep Kritsanavarin/Oxfam

réparation pour le préjudice subi².

En effet, les atteintes aux droits humains et à l'environnement sont une réalité omniprésente, notamment au sein des chaînes d'approvisionnement de la grande distribution³. La plupart des enseignes affichent pourtant un code de conduite censé garantir le respect des normes sociales et environnementales. Mais ces initiatives volontaires de responsabilité sociale des entreprises et/ou l'utilisation de labels ne permettent clairement pas d'assurer la prévention de telles atteintes ni d'instaurer la transparence sur les conditions de production des biens que nous consommons.

Grande distribution et concentration de pouvoir

Au fil de son industrialisation, tout au long des XX^{ème} et XXI^{ème} siècles, la production alimentaire a petit à petit changé de mission : au lieu de nourrir la population mondiale, il s'agissait surtout de générer un maximum de profit pour des grandes entreprises. Dans la grande majorité des filières industrielles, une poignée d'entreprises multinationales tirent encore les ficelles et engendrent d'énormes profits en faisant pression sur les producteurs et les productrices à la base de la chaîne, et en s'attribuant des marges démesurées sur les produits vendus aux consommateurs et aux consommatrices.

Les entreprises de la grande distribution, les supermarchés, représentent l'étape de la chaîne d'approvisionnement où l'on rencontre la plus grande concentration de pouvoir. C'est-à-dire qu'ils ne sont que quelques acteurs à se partager un marché qui regroupe des milliards de producteurs et de productrices d'une part, et de consommateurs et de consommatrices, d'autre part.

La Belgique à la traîne

Les Nations Unies ont déjà approuvé les « Principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme » en 2013 et avancent sur le Binding Treaty. Chaque pays doit traduire ces principes directeurs en un plan d'action concret. En avril, des chercheurs de HIVA-KU Leuven⁴ ont comparé les plans d'action de différents pays. En France, mais aussi en Allemagne et aux Pays-Bas, des lois vont dans ce sens. Le plan d'action belge est très faible. Il ne contient ni de stratégie à long terme, ni d'approche concrète. Il n'y a pas non plus de budget pour sa mise en œuvre. Nous devons exiger de notre futur gouvernement de faire un pas de plus.

La Campagne *Derrière le code-barre* vise à mettre les acteurs de la grande distribution face à leurs responsabilités et à inciter les hommes et les femmes politiques des différents niveaux de pouvoir à élaborer des lois relatives au devoir de vigilance. ■

Pour plus d'informations :

Entraide et Fraternité, analyse : *Une régulation des entreprises pour assurer le droit à l'alimentation : Vers la fin du business as usual ?*, Louise Pigeole, Décembre 2018. goo.gl/zNBvzq

Oxfam-Magasins du monde, analyse : *Le Devoir de Vigilance des entreprises : une nécessité pour plus de transparence*, Sébastien Maes, Février 2019.

- 1 Loi n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre : goo.gl/khQL3Y
- 2 C'est sur base Human Rights - Due Diligence en anglais.
- 3 Voir le rapport d'Oxfam "Derrière le code-barre, des inégalités en chaîne". goo.gl/6wKZz5
- 4 BELGIUM AND THE SUSTAINABLE SUPPLY CHAIN AGENDA: LEADER OR LAGGARD? : goo.gl/89ousV

UNE CAMPAGNE DE PLAIDOYER POUR UNE CONSOMMATION ET UNE PRODUCTION DURABLES

Le Fair Trade Advocacy Office (FTAO) est le bureau de plaidoyer pour le commerce équitable auprès des institutions de l'UE au sein duquel Oxfam-Magasins du monde est actif.

En 2019, FTAO lance une campagne dans le cadre des élections européennes pour une consommation et une production durables. L'organisation propose un agenda pour changer les chaînes d'approvisionnement afin qu'elles tiennent compte des questions sociales et environnementales et que ces chaînes ne soient plus caractérisées par un tel

déséquilibre de pouvoir. Cette campagne de plaidoyer traitera également de la question des revenus et des salaires des agriculteurs et des agricultrices, mettra en avant les chaînes d'approvisionnement équitables et les modèles commerciaux alternatifs qui luttent contre la diminution des ressources, pour la biodiversité, la réduction des émissions de CO₂ et l'agriculture biologique. Enfin FTAO veut sensibiliser aux dommages collatéraux et mettre au défi la "culture du bon marché".

Plus d'informations :
www.fairtrade-advocacy.org

LES ÉLECTIONS 2019 POUR LES NULS

SÉBASTIEN MAES

Les élections fédérales, régionales et européennes se tiendront le 26 mai 2019. Mais comment se retrouver dans ce labyrinthe institutionnel où l'on ne sait plus vraiment pour qui ni pour quoi l'on vote ? Petit rappel pour se rafraîchir la mémoire avant un vote crucial pour bien des enjeux, dont celui de la transparence des chaînes de production!

Tout d'abord un point commun entre ces trois niveaux de pouvoir : la durée de leur législature est aujourd'hui fixée à 5 ans.

Élections fédérales

En Belgique, le parlement fédéral est constitué de deux chambres : la Chambre des Représentants et le Sénat.

Si la plupart des sénateurs sont désignés par les parlements des communautés et régions, le 26 mai, nous retrouverons sur notre bulletin de vote les noms des représentant-e-s des différents partis qui souhaitent siéger à la Chambre des Représentants (ou « Chambre »). Au final, ce seront 150 député-e-s qui vont donc être élu-e-s directement au suffrage universel dans 11 circonscriptions électorales. Sur le plan linguistique, la Chambre est composée de 62 francophones et de 88 néerlandophones. Dans les faits, le Sénat n'a pas énormément de compétences, il participe au processus décisionnel fédéral tout en défendant les intérêts

des entités fédérées. **De son côté, la Chambre des Représentants bénéficie d'une série de compétences :**

- **Constituer une majorité gouvernementale** : sans la confiance d'au moins 76 député-e-s de la Chambre, le nouveau gouvernement fédéral ne pourra pas travailler.
- **Contrôler la politique gouvernementale** : seule la Chambre peut interpellier le gouvernement ou un ministre pour les rappeler à l'ordre et, si nécessaire, retirer sa confiance au gouvernement.
- **Contrôler les finances publiques** : elle seule vote les budgets et les comptes.
- **Légiférer**, c'est-à-dire voter des lois : selon les cas, elle le fait soit conjointement et sur un pied d'égalité avec le Sénat, soit seule en tenant compte, ou non, des modifications proposées par le Sénat. Dans ce deuxième cas, la Chambre a le dernier mot. Les lois peuvent être proposées par le gouvernement (projets de loi) ou par un ou plusieurs

parlementaires (propositions de loi).

- **La Chambre s'informe sur la gestion de l'État** : Les député·e·s posent annuellement \pm 1.500 questions orales et \pm 2.300 questions écrites. Ils ou elles peuvent créer des commissions d'enquête afin d'étudier des problèmes de société. Les recommandations de telles commissions peuvent susciter des initiatives législatives.
- **Et de nombreuses autres tâches** dont certaines sont primordiales pour les mouvements citoyens, comme la nomination du médiateur fédéral, qui a pour mission d'examiner les plaintes émanant des citoyen·ne·s, l'examen des pétitions des citoyen·ne·s, etc.

Élections régionales

La Belgique se compose de trois entités régionales : la Région flamande, la Région de Bruxelles-Capitale et la Région wallonne, ainsi que de trois Communautés (flamande, française et germanophone). Elles sont composées de parlementaires régionaux que nous élirons également en mai. Les trois régions ont des compétences dans les domaines qui touchent à l'occupation du « territoire » au sens large du terme.

Les parlements régionaux ont les mêmes rôles que la Chambre. Les lois y sont appelées « décrets » sauf dans la Région de Bruxelles Capitale où elles s'appellent des « ordonnances ».

Élections européennes

Enfin, nous devons voter pour les membres belges du Parlement européen. Si la Commission européenne, qui est la branche exécutive de l'Union européenne, et le Conseil, qui définit les grandes orientations et priorités politiques de l'Union européenne, sont basés à Bruxelles, le Parlement européen est,

quant à lui, basé à Strasbourg. Il est la seule institution européenne dont les membres sont élus au suffrage universel direct. Le Parlement européen est donc l'institution qui représente les peuples des États membres de l'UE. Ses compétences couvrent aujourd'hui trois champs :

- **Compétences législatives** : il participe à l'adoption des actes juridiques aux côtés du Conseil des ministres qui est composé des ministres des pays membres se réunissant selon leurs compétences en fonction des sujets traités.
- **Compétences budgétaires** : il établit, avec le Conseil, le

budget annuel de l'Union.

- **Compétences de contrôle de l'exécutif de l'UE** : il peut censurer la Commission (composée de commissaires issus des pays membres de l'Union désignés pour 5 ans) qui doit alors démissionner. Le président de la Commission est élu par le Parlement. Le choix des autres membres de la Commission est soumis à son approbation. Il peut aussi poser des questions écrites ou orales au Conseil et à la Commission, recevoir des pétitions émanant des citoyen·ne·s européen·ne·s et constituer des commissions temporaires d'enquête. ■

LA BELGIQUE MAUVAISE ÉLÈVE

Le 20 novembre 2018, le texte de la Déclaration des droits des paysan·ne·s, adopté au Conseil des Droits de l'Homme à Genève, a été mis au vote à la Troisième Commission de l'Assemblée générale des Nations Unies à New York. Résultat : les États ont massivement voté l'adoption définitive de la Déclaration par l'Assemblée générale des Nations Unies mi-décembre.

Une victoire pour les paysannes et paysans du monde entier, mais une déception teintée de révolte pour les organisations paysannes et la société civile européenne et belge en particulier. En s'abstenant de voter, la Belgique rate une fois encore l'occasion de soutenir les artisan·e·s du modèle agroalimentaire de demain.



UN MARCHÉ HYPER CONCENTRÉ

ROLAND D'HOOP

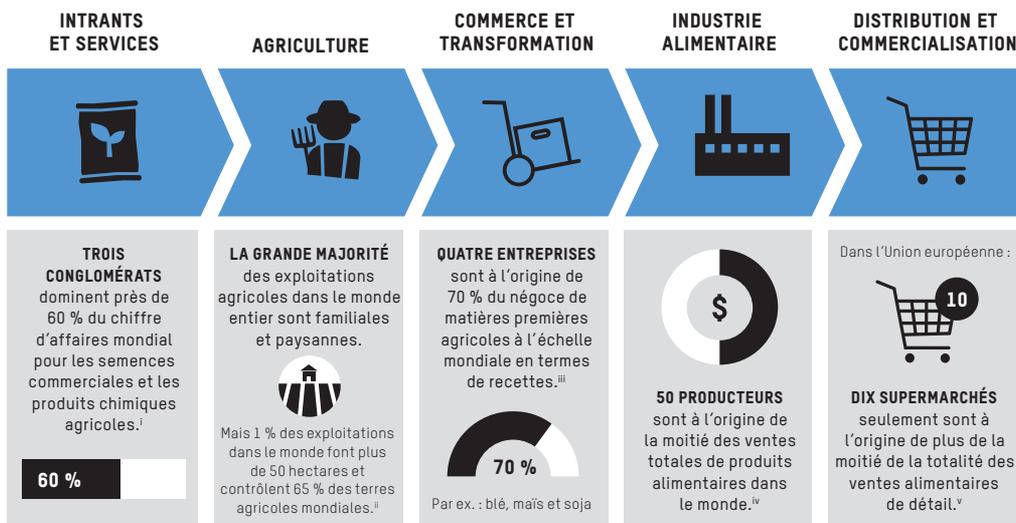


Dans « le meilleur des mondes capitaliste », pas besoin d'intervention de l'Etat dans l'économie. En théorie, le marché a des vertus autorégulatrices. D'après la « main invisible » d'Adam Smith, le marché, lorsqu'on le laisse fonctionner, génère lui-même son propre équilibre entre l'offre et la demande. Ça, c'est pour la théorie. Car en pratique, un très petit nombre d'acteurs contrôlent la relation entre les acteurs et les actrices de la production et de la consommation. C'est ce qu'on appelle l'hyper concentration du marché alimentaire.

Au cours des 30 dernières années, la crise mondiale des inégalités a eu pour effet d'accroître la puissance et la rétribution financière des grandes entreprises et d'autres détenteurs de capital aux dépens des citoyen-ne-s ordinaires, notamment de celles et ceux qui cultivent et transforment les produits

alimentaires que nous consommons. Comme le montre ce graphique, la concentration du marché du secteur agroalimentaire est plus extrême que jamais à tous les maillons de la chaîne d'approvisionnement alimentaire, et le secteur de la distribution alimentaire ne fait pas exception.

La forte concentration du marché dans les chaînes d'approvisionnement alimentaire



ⁱ Bayer-Monsanto, Dupont-Dow, et Chem-China Syngenta. Source: Friends of the Earth Europe, Heinrich Boll Foundation et Rosa Luxemburg Foundation. (2017). Agrifood Atlas: Facts and Figures about the Corporations that Control what we Eat ⁱⁱ S.J. Lowder, J. Skoet, T. Roney. (2017). The Number, Size and Distribution of Farms, Smallholder Farms and Family Farms Worldwide. *World Development*, 87, 16-29. Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture. (2008). Voir La situation mondiale de l'alimentation et de l'agriculture 2008. Rome FAO. ⁱⁱⁱ Archer Daniels Midland (ADM), Bunge, Cargill et Louis Dreyfus Co. Source Friends of the Earth Europe, Heinrich Boll Foundation et Rosa Luxemburg Foundation. (2017). Agrifood Atlas: Facts and Figures about the Corporations that Control what we Eat. Op cit. ^{iv} Friends of the Earth Europe, Heinrich Boll Foundation et Rosa Luxemburg Foundation. (2017). Agrifood Atlas: Facts and Figures about the Corporations that Control what we Eat. ^v Ibid.

Le règne tout-puissant de la grande distribution

Pendant les Trente Glorieuses, on assiste à la « révolution des supermarchés » due à l'augmentation des revenus et à l'urbanisation de la demande alimentaire. Les Européens effectuent 70% de leurs achats alimentaires dans les hypermarchés et supermarchés. Dans la plupart des pays développés et de plus en plus aussi dans les pays en développement, une poignée seulement de géants de la grande distribution dominent les ventes de produits alimentaires. Souvent au détriment des magasins et des marchés locaux. Après avoir assis sa domination dans les pays à revenu supérieur, le concept de la grande distribution est aujourd'hui en plein essor dans les pays à revenu intermédiaire, en commençant par ceux d'Amérique latine avant de se propager vers l'Asie du Sud-Est et des régions d'Afrique du Nord et subsaharienne (voir les « Regards croisés » à la page 26).

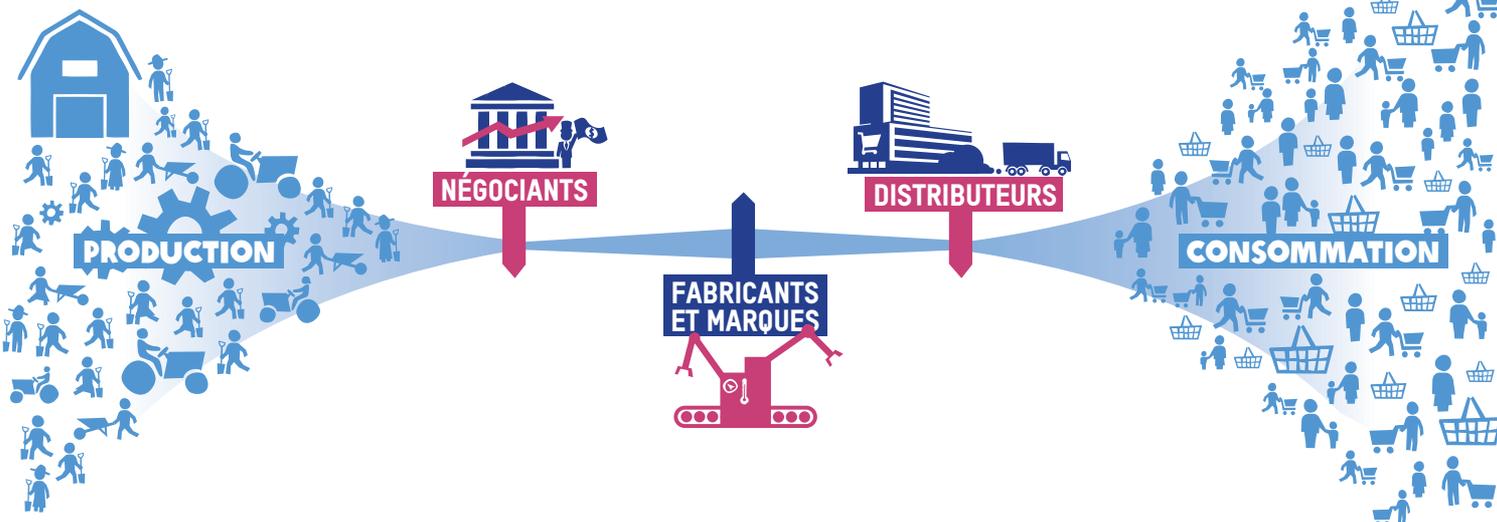
Cette emprise sur les marchés donne à la grande distribution une très grande puissance pour façonner la production alimentaire dans le monde entier. Par sa position de dernier maillon de la chaîne d'approvisionnement, elle exerce une pression continue sur les entreprises productrices et transformatrices, en leur imposant des normes toujours plus strictes.

Ce modèle commercial est responsable de prix bas, d'un choix inégalé tout au long de l'année et de la commodité de la livraison au

rythme des tendances de consommation. Mais derrière l'abondance des rayons, la grande distribution exerce une pression continue sur ses fournisseurs pour les amener à réduire leurs coûts et à assumer davantage les risques de la production agricole, tout en répondant à des exigences de plus en plus strictes. Résultat : celles et ceux qui produisent l'alimentation en vente dans les supermarchés du monde entier survivent à peine. Que ce soit les victimes du travail forcé à bord de bateaux de pêche d'Asie du Sud-Est, les femmes qui perçoivent un salaire de misère dans les plantations de thé indiennes ou encore celles qui souffrent de la faim dans les exploitations de raisin en Afrique du Sud¹... Rien ne peut justifier ces souffrances. L'augmentation des inégalités sur le plan mondial et l'aggravation du changement climatique rendent ce modèle de moins en moins viable.

Un goulet d'étranglement

L'intensification des échanges commerciaux favorise les acteurs du secteur agroalimentaire aux capacités les plus importantes et qui bénéficient d'un soutien important de la part des États. On assiste alors à une concentration du secteur agroalimentaire entre les mains de ces quelques acteurs économiques, de plus en plus influents sur les politiques commerciales et agricoles. Comme sur l'infographie ci-dessous, on peut comparer le marché alimentaire à un goulet d'étranglement où les intermédiaires (agrobusiness et distributeurs) ont le contrôle. ■



1 Plus de 90 % des femmes interrogées par Oxfam ont déclaré ne pas avoir eu assez à manger au cours du mois écoulé.

QUAND LE COMMERCE ÉQUITABLE DÉCONCENTRE LA FILIÈRE DU CACAO

SÉBASTIEN MAES

Les produits de nos chocolatiers font la réputation de la Belgique à travers le monde. Mais le chocolat est aussi un business à grande échelle avec ses parts d'ombre. Et la filière du cacao illustre bien ce qu'Oxfam veut dénoncer à travers la campagne « Derrière le code-barre » : une hyper concentration des acteurs, un manque de transparence et de nombreuses atteintes aux droits humains et à l'environnement.

Depuis quelques années, les rachats et les fusions d'entreprises dans le secteur du cacao n'ont laissé qu'une poignée d'acteurs contrôler les chaînes d'approvisionnement de fèves de cacao. Alors que les grands négociants, les chocolatiers et les supermarchés font les plus gros profits, ce sont à nouveau les agriculteurs et les agricultrices du Sud qui doivent assumer le plus de risques. Les droits humains dans la production de cacao sont systématiquement violés et le secteur du chocolat est une catastrophe environnementale.

Concentration des pouvoirs au sein de la chaîne de production

Chaque année, les agriculteurs et agricultrices produisent plus de 4 millions de tonnes de fèves de cacao. Un petit groupe de multinationales « productrices » de cacao achètent presque toutes ces fèves et les transforment en chocolat. Rares sont les barres chocolatées qui ne contiennent pas du chocolat passé « entre leurs mains ».

MULTINATIONALES TRANSFORMATRICES DU CHOCOLAT

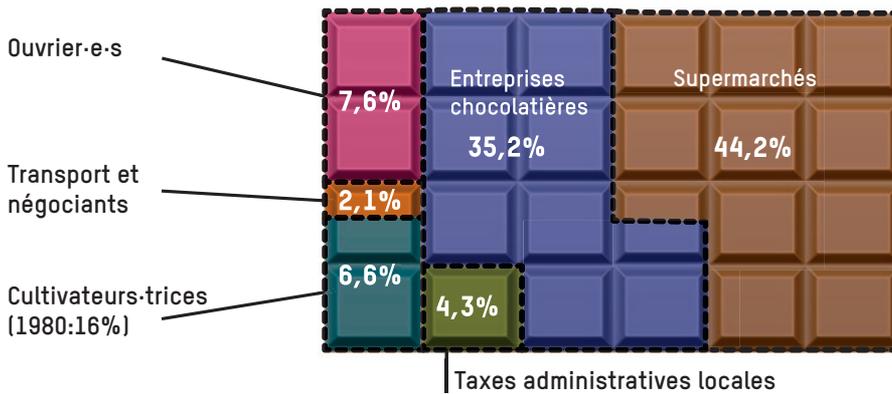
Avant de produire des barres ou tablettes de chocolat, il faut transformer la matière première, les fèves, en pâte de cacao. À ce niveau, seulement 8 entreprises se partagent la totalité du marché.

MULTINATIONALES AGROALIMENTAIRES « CHOCOLATIÈRES »

À l'échelon suivant, celui de la production, un groupe de sept puissantes entreprises chocolatières se partage environ la moitié du marché. À elles seules, ces 7 entreprises représentent 70 % du chiffre d'affaires mondial du secteur du chocolat.



Photo: Daniel Rosenthal/laif



Source: Baromètre Cacao 2015

LES SUPERMARCHÉS

Si l'on répartit le chiffre d'affaires total du secteur du chocolat dans une tablette de chocolat, les supermarchés obtiennent la part la plus importante (44,2%). Bien que les supermarchés fassent pression sur les autres acteurs pour qu'ils produisent le moins cher possible, ils prennent eux-mêmes une bonne marge des bénéfices. Dernier maillon de la chaîne, ils ont une grande responsabilité car ils peuvent exiger le respect des droits humains et de l'environnement de tous les maillons précédents. Les cacaoculteurs et les cacaocultrices doivent se contenter de 6,6% du bénéfice de la barre chocolatée. Cette part était encore d'environ 16 % dans les années 1980. Si le chocolat est devenu plus cher, le prix du cacao est, lui, resté au plus bas.

La plus-value du commerce équitable dans la filière cacao

Face à cette filière déséquilibrée et fortement concentrée, Oxfam-Magasins du monde et ses partenaires cherchent perpétuellement à améliorer la transparence, le respect des droits humains et de l'environnement afin de proposer du chocolat équitable et durable. Chez Oxfam, nous ne possédons pas notre propre chocolaterie, mais nous mettons un point d'honneur à connaître l'origine précise des fèves et des autres ingrédients de notre chocolat. Nous sélectionnons soigneusement chaque partenaire commercial, transformateur et chocolatier.

C'est un véritable exploit dans un secteur contrôlé par une poignée d'industriels. Pour notre chocolat, nous travaillons avec deux partenaires ivoiriens : Ecookim, une organisation faitière de coopératives qui unissent leurs forces pour revendiquer une plus grande part de la barre chocolatée, et Coopasa, une coopérative plus petite qui s'engage fortement pour les droits des femmes dans la culture du cacao. Notre asbl sœur Oxfam-Wereldwinkels effectue des recherches sur les chaînes d'approvisionnement en accordant une attention particulière aux failles du système qui impactent négativement les agriculteurs et les agricultrices du Sud. Avec ces analyses, nous alimentons le débat et encourageons les hommes et les femmes politiques ainsi que les entreprises à rechercher ensemble des solutions.

Bien que le prix minimum du commerce équitable et la prime que nous payons tendent à offrir aux agriculteurs et aux agricultrices une possibilité de subvenir à leurs besoins de base, il est urgent que ces prix soient revus à la hausse pour qu'ils et elles puissent réellement sortir de la misère. Mais une telle évolution ne se fera pas sans une prise de position claire des hommes et des femmes politiques à même de changer les règles du marché.

Les gouvernements et l'UE peuvent changer les choses

La politique commerciale européenne donne peu de chances à l'Afrique.

Sur la scène internationale, l'Union européenne est l'un des chefs de file de la lutte contre le changement climatique, pour le développement durable et pour le respect des droits humains. Mais la politique commerciale européenne n'en apporte guère la preuve. L'UE y défend principalement les intérêts des grands lobbies industriels. Les droits à l'importation de l'UE sur les matières premières en sont un exemple : plus les matières premières sont transformées, plus les taxes sont élevées. De cette manière, l'Europe empêche les pays africains de développer leurs propres industries et de bénéficier ainsi d'une plus grande part de la valeur ajoutée créée.

Malgré le travail fait par les acteurs du commerce équitable, la très grande majorité des volumes de cacao produits et consommés dans le monde, le sont dans des filières industrielles « conventionnelles ». La filière du cacao et ses dérivés illustre bien la nécessité d'avoir des lois qui contraignent les multinationales à plus de transparence, à rendre des comptes sur les pratiques sociales et environnementales. Il est urgent de défendre les droits des producteurs et productrices de cacao. ■

Pour plus d'informations :

Oxfam-Magasins du monde, analyse : *Filière cacao : ne tournons pas autour du pot ! Changeons les règles*, Sébastien Maes, Novembre 2018. goo.gl/DMFFAC

Bonnes nouvelles !

En décembre 2018, le ministre de la coopération au développement Alexander De Croo présentait le programme 'Beyond Chocolate', qui vise à rendre le chocolat belge durable et à garantir un revenu vital aux producteurs d'ici 2030. Dans la foulée, le label Fairtrade annonce une augmentation de son prix minimum ainsi que de la prime Fairtrade pour le cacao.

REGARDS CROISÉS SUR LES SUPERMARCHÉS AU NORD ET AU SUD

 Propos recueillis par Roland d'Hoop



Yuna Chiffolleau

Yuna Chiffolleau, ingénieure agronome et sociologue, directrice de recherche à l'INRA au département "Sciences pour l'action et le développement" Autrice de l'ouvrage « Les circuits courts alimentaires, entre marché et innovation sociale », paru aux Editions Erès en janvier 2019.



Ange-David Baïmey

Sociologue basé à Abidjan, travaille pour l'ONG Grain en Afrique qui s'intéresse au travail de soutien aux organisations paysannes, partout dans le monde. Coordinateur du programme de Grain en Afrique.

Le rouleau compresseur de la grande distribution a-t-il les mêmes impacts au Nord et au Sud de la planète ? Comment ce modèle tente-t-il de se réinventer ? Quelles sont les conséquences pour l'agriculture familiale et paysanne ? C'est ce que nous avons voulu savoir avec cette interview croisée entre Yuna Chiffolleau, directrice de recherche à l'Institut National de la Recherche Agronomique – INRA, en France, et Ange-David Baïmey, coordinateur de l'ONG Grain en Afrique.

Quels sont les impacts de la grande distribution sur les paysan-ne-s dans le monde ?

Ange-David : Le développement de ce modèle, surtout en Asie, dans des pays comme la Chine, où l'expansion a été très rapide après l'adhésion du pays à l'OMC, a eu des conséquences assez graves pour la petite paysannerie. La grande distribution a eu un autre impact sur les habitudes alimentaires : des aliments traditionnels très nutritifs ont été abandonnés par les populations au profit de la « junk food » importée via les supermarchés. Cela entraîne évidemment des problèmes de santé. En Afrique, les commerçant-e-s de rue ont également été impactés par l'arrivée de ces grandes surfaces. Ils et elles ont d'ailleurs essayé d'organiser une résistance, avec le soutien des paysan-ne-s.

Yuna : En France, les grandes surfaces perdent des parts de marché. Elles essayent donc de se refaire une image et cela passe notamment par la mise en valeur des produits locaux. Mais ceux-ci sont en fait surtout des produits

provenant d'exploitations moyennes ou grandes, capables de fournir des produits relativement standardisés en grande quantité et issus de l'agriculture conventionnelle. Cela ne correspond donc pas à l'attente des consommateurs et des consommatrices pour des produits locaux bio venant de « petites productions ». Il y a donc un malentendu sur l'aspect local, entretenu par le manque de transparence de la filière.

Ange-David : En Afrique, c'est plutôt l'inverse : avant de s'installer en Afrique, les grandes surfaces ont mené des études sociologiques. Elles ont vu l'émergence d'une classe moyenne qui aime les produits occidentaux, venant de pays « chics ». Ces produits plus « luxueux » côtoient également des produits locaux vendus au même prix que sur le marché. Cette stratégie de conquête suprême permet à la grande distribution de contrôler non seulement le secteur des produits importés mais également le marché des produits locaux, au risque d'anéantir tous les commerces de rue et la petite production locale.

Cette expansion des supermarchés en Afrique risque-t-elle de tuer l'agriculture paysanne au profit de l'agriculture industrielle ?

Ange-David : Oui, car les cahiers de charge imposés par la grande distribution sont beaucoup trop exigeants pour l'agriculture paysanne qui a du mal à répondre aux normes sanitaires, de qualité, de quantité et de prix exigés. Cela demande trop d'investissements et cela favorise donc l'agriculture industrielle .

Pensez-vous qu'il soit possible de réformer la grande distribution de l'intérieur, à l'instar de ce que prétend la campagne « Act for Food » de Carrefour qui défend l'accès au bio pour tous ?

Yuna : Nous n'avons pas d'a priori, on observe... En France, les agriculteurs et les agricultrices qui souffrent le plus, ce sont surtout ceux de taille moyenne, dont les produits sont mis en concurrence avec ceux importés de pays étrangers, comme l'Espagne, pour le sud de la France. Cette agriculture intermédiaire, qui n'est pas paysanne, a réellement besoin d'une transition agro-écologique. Si la grande distribution peut amener ce type d'agriculture à évoluer de manière plus durable sans lui mettre trop de pression, tant mieux. En défendant l'accès aux semences interdites par l'Union européenne et en s'associant au réseau « Fermes d'Avenir », Carrefour affiche clairement sa volonté de se rapprocher d'une agriculture plus durable. Mais les producteurs et les productrices ne sont pas dupes, ils et elles savent que la grande distribution exige également beaucoup en retour de leur part, même quand elle achète en direct, sans passer par la centrale d'achat : on leur demande

par exemple de faire de l'animation en magasin et de livrer des produits mûrs et goûteux mais qui se conservent longtemps, ce qui est difficilement compatible ! Certaines enseignes vont par ailleurs jusqu'à acheter des fermes, afin de contrôler directement la filière, avec des paysan·ne·s salarié·e·s.

Est-ce sincère comme démarche ? Ou est-ce surtout du marketing ?

Yuna : Il y a une forme de tricherie. L'agriculture paysanne vise à maintenir en vie des variétés locales, anciennes. La grande distribution va surfer sur cette mode des variétés anciennes en vendant par exemple de fausses tomates « cœur de bœuf ». Comme ils ne peuvent pas garder ce nom, ils vont inventer un nouveau nom qui s'en rapproche... pour désigner des tomates industrielles hybrides, de toutes les couleurs, ce qui, au final, trompe la clientèle.

Les supermarchés parviennent à s'implanter un peu partout au nom de la création d'emploi. Que pensez-vous de cet argument ?

Ange-David : Au contraire, il semble que pour un emploi créé dans la grande distribution, on voit disparaître de 3 à 5 emplois ailleurs, parfois plus. Il est difficile d'avoir des statistiques sur ce type de phénomène car il faut aussi tenir compte d'une forme de concurrence déloyale : les petits commerces vont payer proportionnellement beaucoup plus de taxes que la grande distribution et participent donc davantage à l'économie nationale que les grands groupes occidentaux.

Yuna : Il ne faut pas juste regarder l'aspect quantitatif de la création d'emplois, mais aussi la qualité de ces emplois.

On sait que dans le hard discount, il y a beaucoup d'emplois précaires, des conditions de travail difficiles, des maladies professionnelles... Par ailleurs, la robotisation des caisses enregistreuses risque de faire perdre pas mal d'emplois dans le secteur. On ne voit pas encore bien comment les caissiers et les caissières pourront être affecté·e·s à d'autres tâches, même si la grande distribution parle d'en faire des « conseillers en qualité ».

Que pensez-vous de l'émergence de l'e-commerce et de l'arrivée d'acteurs comme Ali Baba dans le secteur agro-alimentaire ?

Ange-David : Il y a un grand risque face à ce modèle. Qui sera responsable en cas d'intoxication alimentaire ? Et quel sera l'impact sur l'emploi local ? La situation des paysan·ne·s devient de plus en plus difficile, beaucoup se suicident, chez nous comme en Europe, car ils ne voient pas d'avenir.

Yuna : En France, il y a beaucoup de changements, avec des grandes surfaces aux abois qui essaient de réinventer leur modèle, avec le e-commerce mais aussi de nouvelles implantations en plein centre-ville. Certaines personnes ont vraiment envie de faire bouger les choses de l'intérieur, on peut trouver des partenariats très vertueux localement. Mais j'ai vu aussi beaucoup de triche, d'opportunisme, de récupération... Cela dit, on n'est pas inquiet, car il y a aussi d'autres circuits qui se développent, des boutiques de producteurs et de productrices, des supermarchés coopératifs, des drives fermiers... Eux aussi s'appuient de plus en plus sur l'e-commerce et plus largement, sur le numérique. Nous avons d'ailleurs lancé un nouveau programme de recherche sur ce thème pour voir ce que ça va donner. ■

POUR EN FINIR AVEC LE CAPITALISME, LE MONDE SELON JEAN ZIEGLER

Propos recueillis par Roland d'Hoop

Rapporteur spécial du Conseil des droits de l'homme des Nations Unies pour le droit à l'alimentation de 2000 à 2008, **Jean Ziegler** est actuellement vice-président du Comité consultatif du Conseil des droits de l'homme des Nations Unies. Auteur de célèbres ouvrages, professeur d'université, il continue son combat contre le pouvoir grandissant des multinationales et s'insurge contre le scandale de la faim dans le monde.



Photo: ©Cyrille Choupas

Dans son récent livre, « *Le capitalisme expliqué à ma petite-fille, en espérant qu'elle en verra la fin* » (éd. du Seuil), Jean Ziegler affirme sa conviction qu'on ne pourra pas trouver d'issue aux grandes tragédies contemporaines sans abolir le système capitaliste. Rencontre avec un homme révolté.

Dans votre livre, vous dites que le vrai pouvoir est détenu par les oligarques, ce petit nombre de personnes qui contrôlent le capital financier et sont devenus les maîtres du monde. Pouvez-vous décrire en quelques mots leur pouvoir ?

Les 500 plus grandes sociétés transnationales privées, tout secteur confondu, ont contrôlé en 2018 52,8% du Produit Mondial Brut, c'-à-d plus de la moitié de toutes les richesses produites en un an à travers le monde. Ces sociétés privées échappent à tout contrôle syndical, parlementaire, étatique ou interétatique.

"LES OLIGARQUES DU CAPITAL FINANCIER GLOBALISÉ DÉCIDENT CHAQUE JOUR DE QUI A LE DROIT DE VIVRE SUR CETTE PLANÈTE ET QUI DOIT MOURIR".

Elles ont un pouvoir que jamais un roi, un empereur, un pape n'a eu dans l'histoire. Leur seul objectif est la maximalisation du profit dans le temps le plus court et pratiquement à n'importe quel prix humain. Ces oligarques ont créé une dictature du capital financier qui menace non seulement la démocratie mais aussi la planète (climat, écosystème, biodiversité,...). Toutes les 5 secondes, un enfant de moins de 10 ans meurt de faim alors que, pour la première fois dans l'histoire de l'humanité, l'agriculture mondiale pourrait nourrir normalement –selon la FAO– 12 milliards

d'êtres humains, soit presque le double de la population mondiale. Si on appliquait les principes de solidarité et de réciprocité à la place des principes de profit et de soumission, on pourrait assurer l'existence matérielle satisfaisante de toute l'humanité.

Pensez-vous que les choses iraient mieux si l'on appliquait le principe de « devoir de vigilance » qui contraint les entreprises à plus de transparence, au respect des droits humains et de l'environnement ?

S'il y avait le respect des droits humains, de l'environnement, du salaire décent pour toutes et tous, l'interdiction du travail des enfants, etc., en effet, le monde changerait. Mais c'est une utopie puisque le pouvoir appartient à ces oligarchies. Le marché capitaliste n'acceptera jamais l'universalité des droits humains. Si Glencore appliquait ce principe dans les mines du Kivu, un concurrent prendrait sa place.

Les oligarques qui ont créé cet ordre cannibale du monde ne laissent aucune place pour ce principe qui réduirait leurs profits. C'est pour cela que la société civile, Oxfam en particulier et d'autres organisations, sont si importantes car elles constituent un réel contre-pouvoir.

Comment réagissez-vous en entendant Emmanuel Faber, le patron de Danone, déclarer : « Après toutes ces décennies de croissance, l'enjeu de l'économie, l'enjeu de la globalisation, c'est la justice sociale » ? Est-ce que vous le croyez ?

Je le croirai s'il change de pratique, je ne peux pas juger juste sur base de ses déclarations. Il a sans doute compris que le système qu'il sert ruine la planète. Mais peut-il vraiment convaincre l'ensemble de ses collègues oligarques de changer radicalement le système ? Personnellement, je ne le pense pas.

Mais pensez-vous qu'il soit possible de changer ce système ? On n'a pas un autre système de remplacement sous la main...

Le système capitaliste a permis de créer beaucoup de choses positives. Il y a eu beaucoup de progrès scientifiques, biologiques, des progrès extraordinaires en médecine, etc. Le problème c'est que ce progrès crée de la richesse qui ne se retrouve que dans les mains d'une minorité

d'oligarques. On ne peut pas « humaniser ce système », comme on ne pouvait pas améliorer ou humaniser l'esclavage, le colonialisme ni le féodalisme. Il est difficile de savoir comment émergera une nouvelle société, par quelle incarnation, à quel moment et sous quelle forme institutionnelle l'utopie deviendra réalité.

Par rapport à la crise climatique, certains prônent une forme de dictature verte où la consommation

individuelle serait limitée en fonction des besoins et des ressources disponibles sur la planète, selon des règles équitables.

Qu'en pensez-vous ?

Un tel modèle pourrait en effet être positif, mais il implique une lutte des classes, car les oligarques ne céderont jamais librement leur pouvoir. C'est l'histoire qui nous l'apprend. Il faut donc un contre-pouvoir capable d'imposer une telle solution... Cela pourrait venir d'organisations telles qu'Oxfam, Greenpeace, Amnesty International, Via Campesina, Attac et d'autres mouvements de la société civile,... La société civile incarne l'espoir, face à un système mortellement dangereux pour la planète et les hommes, d'un monde plus humain, plus heureux, plus juste. Dans ce combat, l'engagement de chacun et chacune d'entre nous compte. ■

"SUR UNE PLANÈTE OÙ TOUTES LES CINQ SECONDES UN ENFANT DE MOINS DE DIX ANS MEURT DE FAIM, BRÛLER DE LA NOURRITURE POUR EN FAIRE DU CARBURANT CONSTITUE UN CRIME CONTRE L'HUMANITÉ. CE LIVRE DOIT ÊTRE UNE ARME POUR L'INSURRECTION DES CONSCIENCES. NOUS POUVONS OUVRIR LA VOIE POUR UNE SOCIÉTÉ ENCORE INCONNUE MAIS PLUS JUSTE ET PLUS HEUREUSE POUR TOUS LES ÊTRES HUMAINS".

WARNING : RISQUE DE "GENDERWASHING" DERRIÈRE LE CODE-BARRE ! LA MODE PEUT-ELLE ÊTRE FÉMINISTE ?

Estelle Vanwambeke

On ne s'étonne plus de voir, dans les rayons des grands magasins, des t-shirts, bikinis et autres accessoires de modes arborant des messages féministes. Souvent à des prix hyper compétitifs. Est-ce le signe que le féminisme est devenu populaire ? Qu'est-ce que traduit ce phénomène ? Ce qui nous intéresse, chez Oxfam, c'est de décaler le regard, pour le porter vers la chaîne de production et voir ce qui s'y trame, notamment en matière de droits des femmes.

Le « féminisme » se vend bien. C'était d'ailleurs le mot de l'année 2017, selon le dictionnaire nord-américain Merriam-Webster, c'est-à-dire le mot le plus consulté par les internautes en 2017. Une aubaine pour les marques ! Des sextoys aux compagnies de taxi, en passant par l'industrie textile, les marques semblent mettre tous les moyens en œuvre pour affranchir les filles et les femmes du patriarcat. Sauf que, à bien des égards, cette image féministe n'est souvent qu'un leurre marketing.

Un marketing asservissant

Les marques ont beau arborer des vêtements aux messages émancipateurs, cela ne les rend pas féministes pour autant. Elles s'intéressent au portefeuille de la consommatrice plutôt qu'à ses droits, en alimentant une illusion d'émancipation par le progrès individuel, plutôt que de promouvoir la solidarité sociale, collective, contre le patriarcat. Par « l'effet magique » du « genderwashing », ces marques espèrent s'offrir, sans grands efforts, une image « socialement responsable ». Résultat ? Des femmes encore plus asservies par une économie low cost, tant du côté des productrices que des consommatrices.

Certes, la clientèle féminine prend 85% de l'ensemble des décisions de consommation¹. Les femmes restent pourtant sous-payées par rapport aux hommes. N'y a-t-il pas une contradiction dans le fait d'inciter les femmes à dépenser plus alors qu'elles gagnent, encore aujourd'hui et dans la plupart des pays du monde, moins que les hommes ? Sans compter qu'un produit bon marché est souvent source d'exploitation d'autres femmes de l'autre côté de la chaîne : les ouvrières agricoles dans les plantations de thé en Inde, ou les couturières au Bangladesh ou en Ethiopie ne sont sûrement pas les gagnantes de ce marché de dupes. Selon la théoricienne féministe Nancy Fraser, la nouvelle forme qu'a pris le capitalisme repose lourdement sur les épaules des femmes, et en particulier des femmes plus précaires : cheffes de famille, racisées, isolées, sans diplômes, ... L'économie néolibérale triche donc en invoquant





Le féminisme est un ensemble de mouvements et d'idées politiques, philosophiques et sociales, qui a pour but de combattre les inégalités entre les hommes et les femmes, et de promouvoir les droits des femmes dans la société civile et dans la vie privée, sur les plans social, politique, économique, culturel et juridique. On parle de féminismes au pluriel, car il y a différents courants dans le féminisme.

L'empowerment, quant à lui, traduit le processus par lequel les femmes vont déjouer les rapports de domination entre hommes et femmes, non pas pour inverser les rôles, mais pour placer hommes et femmes sur un terrain d'égalité en matière de droits et d'opportunités. On retrouve dans ce terme le mot « power » (« pouvoir », en français). La notion fait ainsi référence au pouvoir que l'individu peut avoir sur sa propre vie, au développement de son identité, ainsi qu'à sa capacité et celle de sa communauté à changer les rapports de force dans les sphères économique, politique, juridique et socioculturelle. L'empowerment désigne le processus permettant aux femmes d'acquérir de l'autonomie dans un contexte patriarcal discriminant à leur égard. Empowerment et féminisme vont de pair.

l'empowerment des femmes, surfant sur la vague de la bataille féministe pour l'accès des femmes au marché du travail et à une redistribution du revenu familial. Une production et une consommation excessives, encouragées par un marketing alléchant, cachent souvent de nouveaux assujettissements des femmes.

S'inspirant des réflexions déployées par l'économie féministe, il est possible de défendre une mode authentiquement féministe, qui respecterait les droits sociaux des femmes tout au long de la chaîne de production et de consommation, et qui privilégierait la qualité au lieu de la quantité, en faisant un usage intelligent des ressources naturelles.

Le commerce équitable, levier pour une économie féministe

Le commerce équitable peut servir de levier à l'économie féministe. Les femmes y ont un rôle moteur ; en effet, de l'ensemble des personnes travaillant dans le secteur du commerce équitable à travers le monde, 76% étaient des femmes en 2016. Pour le commerce équitable, un travail décent au sein d'un groupe organisé solidairement est un levier d'émancipation pour les productrices, et permet de rétablir de la justice sociale et de genre.

Néanmoins, le mouvement du commerce équitable doit renforcer deux aspects s'il veut s'affranchir des codes du sexisme et enjeux marketing, et influencer le secteur de la mode. D'abord, il doit renforcer ses alliances et collaborations avec les mouvements féministes aux échelles locale, régionale et mondiale pour inciter les acteurs politiques à mettre en place des règles économiques ambitieuses et justes socialement. Fort de son réseau constitué de personnel salarié, bénévole et de partenaires aux quatre coins du globe, et de collaborations associatives locales, il a les moyens de renforcer son engagement féministe de manière stratégique et visible.

Ensuite, il doit investir plus franchement le secteur de la mode et de l'habillement. Aujourd'hui concentré sur la fabrication textile artisanale et la revente de vêtements de seconde main (du moins en Belgique), et dans une moindre mesure sur les petites industries de textile équitable, il représente à ce jour un faible opposant face à l'écrasante industrie de l'habillement. ■

Pour en savoir plus

Oxfam-Magasins du monde, analyse :
"Genderwashing, à quel prix?"
Estelle Vanwambeke, 2018
goo.gl/mSJZgw

1 Dans les années 90, les femmes dépensaient 70% de l'argent des ménages, elles en dépenseraient aujourd'hui plus de 85% selon le collectif Nous Sommes 52 : goo.gl/We2pAj

ARTISAN-E-S VS MULTINATIONALES DE LA MODE : COMMENT COMBATTRE "L'APPROPRIATION CULTURELLE" ?

Roland d'Hoop



À gauche, une blouse traditionnelle "Tenango". A droite, la blouse signée Isabel Marant.

L'industrie de la mode puise depuis longtemps son inspiration dans les cultures traditionnelles... Des multinationales comme Mango ou Nike ont ainsi reproduit des motifs mexicains sur certains de leurs produits. Simple emprunt, voire hommage à une autre culture ?

Au Mexique, beaucoup d'artisan-e-s sont en colère contre Mango. En octobre 2017, la marque espagnole est accusée d'avoir copié plusieurs motifs traditionnels, dont les fameuses broderies « Tenango » de l'Etat d'Hidalgo.

Plus de 1700 artisan-e-s pratiquent cet art de la broderie Tenango, inspiré par la flore et la faune locales et enrichi avec des symboles mystiques de

la région. Comme le témoigne Adelzayda Canales, une artisan-e, le combat est inégal : « *Le plagiat est presque inévitable. Même si nous avons enregistré notre marque, nous sommes une très petite entreprise et poursuivre ce genre de sociétés n'est pas facile* ». Beatriz Cajero, qui travaille comme brodeuse depuis l'âge de sept ans, est en colère : « *Cela me rend triste qu'ils nous copient. Comment est-il possible qu'ils piratent l'art indigène ?* » .

Au niveau des prix, y'a pas photo : alors que les artisan-e-s vendent leurs pulls faits main entre 700 et 800 pesos (37-42 dollars), Mango se permet de fixer sa copie industrielle à 1.599 pesos (84 dollars), soit le double du prix de la broderie d'origine locale.

En 2015, la designer française Isabel Marant a été poursuivie en justice pour plagiat par les artisanes de la communauté mexicaine des Tlahuitoltepec. Le tribunal parisien a finalement blanchi la styliste qui a reconnu s'être inspirée des motifs des artisanes mexicaines et a émis l'idée de collaborer plus directement avec elles.

Simple inspiration ou plagiat?

Cette série d'abus est loin d'être exhaustive. Mais pourquoi cela fait-il débat ? Ne pourrait-on pas considérer que les influences et échanges ont toujours existé entre les cultures ?

L'emprunt culturel existe en effet depuis la nuit des temps et il serait vain de vouloir conserver une culture isolée du reste du monde. Le vrai problème, c'est lorsque cet « emprunt » par les grandes marques se fait au détriment des communautés autochtones, dont les droits intellectuels ne sont en général pas reconnus ni même mentionnés. Pire, certaines multinationales comme Nike s'approprient carrément leur culture en faisant breveter des motifs traditionnels, comme les « yeux de Dieu » qui ornent les chaussures « Liberty ».

Une vision post-colonialiste ?

Né dans les années 90 dans le milieu universitaire, le concept anglo-saxon d'appropriation culturelle dénonce le rapport de

force d'une communauté dominante à l'égard d'une culture dominée. Peut-être sans le vouloir ou le savoir, les artistes occidentaux priveraient les artistes indigènes d'une possibilité de profit et de contrôle de leur patrimoine culturel.

Ces « emprunts » à des fins commerciales choquent d'autant plus lorsque les communautés visées ont dû se battre pour obtenir le respect de leur identité culturelle. Ainsi, lorsque la communauté noire reproche à des artistes de s'emparer d'éléments propres à la culture afro-américaine, elle dénonce en même temps la faible présence de mannequins noirs sur les podiums. En d'autres termes, l'élite blanche veut bien s'approprier des symboles culturels de la culture noire minoritaire tout en refusant à cette même minorité une représentation ou une participation équitable.

Selon Susan Scafidi, directrice du Fashion Law Institute, organisme de conseil juridique dans le secteur de la mode basé à New York, il faut s'interroger sur l'origine d'un emprunt culturel (la

communauté concernée), le sens de l'emprunt (est-ce un objet sacré ?) et les similitudes entre l'original et l'objet qui s'en inspire.

Afin de surmonter le problème, elle pense que les artistes devraient collaborer directement avec les artisan-e-s. Un avis partagé par George Nicholas, anthropologue à l'université Simon Fraser au Canada, auteur d'un guide à destination du monde de la mode.

Commerce équitable et artisanat 2.0

La prise de conscience de la part des consommateur-trice-s, des Etats et des entreprises est un enjeu fondamental dans cette lutte pour le respect de la propriété intellectuelle des communautés autochtones.

À cet égard, le mouvement du commerce équitable constitue un exemple de transparence et de respect des identités culturelles. Mais à l'heure de l'impression 3D, des « makers » et de l'artisanat 2.0, un des plus grands défis auquel devront faire face les artisan-e-s sera de répondre aux attentes du marché et d'évoluer grâce aux nouvelles techniques, notamment digitales. En effet, pour qu'une tradition artisanale survive, il faut qu'elle évolue avec son temps, tout en restant fidèle à ce qui crée son identité culturelle, sa fonction sociale et son caractère authentique et esthétique... Bref, en gardant tout ce qui la différencie de la production de masse industrielle standardisée. ■

Pour en savoir plus

Etude d'Estelle Vanwambeke «*Défis et perspectives de l'artisanat équitable : une analyse sous le prisme du design*», goo.gl/aZ7veC



BELGIQUE : QUAND LES CITOYEN-NE-S SE MOBILISENT

En Belgique, la société civile n'a pas dit son dernier mot face au manque de transparence des filières agro-industrielles, de la finance ou de la « fast fashion ». Les actions peuvent s'inscrire dans la désobéissance civile, dans l'action directe non violente ou encore sous d'autres formes plus classiques. Voici quelques exemples parmi les nombreuses actions menées ces derniers mois.



En novembre 2017, une vingtaine de membres des Brigades d'action paysanne (BAP) ont voulu dénoncer le greenwashing de l'enseigne Lidl, qui présente son supermarché comme écologique alors qu'il distribue des produits ayant un impact désastreux sur l'environnement, l'agriculture et les travailleurs-euses.

© FIAN



Janvier 2018 : en période de soldes, des jeunes militant-e-s d'Oxfam-Magasins du monde et d'AchACT remettent une pétition internationale de 70.000 signatures à Primark pour savoir où et dans quelles conditions leurs vêtements sont produits. Quelques semaines plus tard, la multinationale publie enfin la liste de ses fournisseurs.





Octobre 2018 : une quinzaine d'ONG dénoncent le greenwashing pratiqué par ING. Les manifestant-e-s dénonçaient les investissements d'ING dans la société belgo-luxembourgeoise SOCFIN, qui exploite des plantations de palmiers à huile et d'hévéas à caoutchouc, le plus souvent après accaparement de terres dans des pays d'Afrique (Sierra Leone, Liberia, Côte d'Ivoire, Cameroun). www.greenwash-ing.be

© FIAN



Mars 2018 : Action « greenwashing gratuit » lors du FFA (Forum pour le Futur de l'Agriculture) organisé par Syngenta, un géant de l'agrochimie (action menée par les BAP, Quinoa, la Fugea, le MAP et d'autres associations). « *Que ce soit au Sud ou au Nord, les ennemis sont les mêmes. Nous avons besoin d'une vraie solidarité pour libérer la planète, la mère-nature et l'humanité des pièges et griffes de ces prédateurs.* » Patrice Sagbo, membre d'Action pour le Développement Durable (ADeD-ONG), une association de producteurs au Bénin qui a participé à cette action.

LE 12 MAI À VOUS DE JOUER !



Dans le cadre de la campagne Article 23 de TAM TAM, une grande mobilisation citoyenne aura lieu le 12 mai afin de de porter des alternatives et d'adresser un message clair au prochain gouvernement : cette politique-là, plus jamais ! Un autre monde est possible.

L'article 23 de notre Constitution garantit aux citoyen-ne-s le droit de vivre une vie digne, ce qui passe notamment par l'élaboration de lois imposant le devoir de vigilance aux grandes entreprises. Notre gouvernement a piétiné cet article pendant 4 ans. Il est temps de se réveiller !

L'OPEN FOOD NETWORK UN NOUVEAU SYSTÈME ALIMENTAIRE POUR RÉUNIR TOUTES LES FORCES POSITIVES

Théodore Gallez

Le monde bouge à toute vitesse. Oxfam-Magasins du monde ne se contente pas de dénoncer les travers des multinationales ou des États. Nous voulons également mettre notre réseau et notre organisation à disposition des alternatives de l'agriculture paysanne, durable, ici comme ailleurs.

Depuis quelques années, Oxfam-Magasins du monde vend des produits du « Nord », fabriqués en Belgique ou en Europe, à côté des produits du Sud. Comme dans le commerce équitable classique, ces produits doivent répondre à une charte spécifiant des critères environnementaux et sociaux et être validé par la commission partenaire. Mais Oxfam veut également s'inscrire dans le mouvement de la Transition, en développant des synergies avec d'autres acteurs. Ainsi, le magasin « TransiStore » à Etterbeek réunit à la

fois Oxfam-Magasins du monde, la coopérative Agricover et un groupe de citoyen-ne-s portant les valeurs de la transition. De même, à Herve, Oxfam s'est associée à l'épicerie « Nos Racines ». Autre exemple à Malonne où l'équipe locale d'Oxfam a ouvert un dépôt avec les Paysans Artisans. À présent, Oxfam-Magasins du monde franchit un pas supplémentaire en déployant la version belge de l'Open Food Network, une plateforme internet qui a déjà fait ses preuves en Australie, en Angleterre, en France et dans d'autres pays.

« Parfois, le meilleur moyen de réparer le système, c'est d'en inventer un autre ».



L'Open Food Network, une plateforme internet « open source »

Open Food Network est un projet initié et développé en Belgique par Oxfam-Magasins du monde. Des initiatives de circuits courts foisonnent déjà un peu partout et répondent à une demande des consommateurs-trices pour l'accessibilité à une alimentation saine et de proximité. Mais il manquait encore un outil efficace rassemblant ces différentes initiatives.

MUTUALISER LES ÉNERGIES

Alors que l'enjeu des producteurs et des productrices est de valoriser leur "savoir faire", ils et elles se voient souvent contraints de déployer des ressources importantes au développement d'outils de communication et de distribution propres, pas toujours performants et qui nécessitent une évolution technologique souvent manquante. L'Open Food Network est une réponse commerciale et logistique capable de fédérer les réseaux des circuits courts grâce à la mutualisation d'un outil commun sans but lucratif. Il s'agit d'une plateforme coopérative internationale « open source » qui rassemble, sur une carte interactive, les réseaux de producteurs, transformateurs et distributeurs de produits locaux, équitables et artisanaux. Son objectif est de promouvoir et accompagner la diversité des modèles de production, de transformation et de commercialisation qui reconnectent les échelons de la production et de la consommation.

INCLUSIF ET TRANSPARENT

Open Food Network se veut inclusif dans le sens où les producteurs-trices / revendeurs-euses sont référencés même s'ils n'ont pas l'obligation d'utiliser l'outil de commandes en

ligne. Les descriptions renvoient, le cas échéant, vers leur site d'achat et/ou web. L'outil permet d'assurer la transparence tant sur l'origine des produits que sur leur qualité et la fixation de leur prix.

UN COMMUN NUMÉRIQUE QUI ALLIE LE GLOBAL ET LE LOCAL

La plateforme a pour vocation d'évoluer constamment et d'être un outil de partage. Dès qu'une fonctionnalité est évaluée comme nécessaire par plusieurs utilisateurs-trices, des collaborations sont mises en place pour adapter le code de l'outil au bénéfice de toutes et tous. Cette adaptation est alors utilisable par l'ensemble des utilisateurs-trices à travers le monde. Cela permet des économies d'échelle importantes et un partage des connaissances et des compétences. Open Food Network permet d'améliorer le réseautage, de partager les expériences et de sensibiliser les citoyen-ne-s. Cet outil a la capacité de booster la souveraineté alimentaire de la Wallonie et de valoriser des produits du terroir provenant d'acteurs et d'actrices locaux. Concrètement, Oxfam-Magasins du monde a déployé l'outil. Chacun-e est invité-e à rejoindre la communauté pour utiliser, financer et faire évoluer la plateforme au gré des besoins. ■

Vous avez du temps, des moyens financiers ou des espaces pour favoriser les échanges commerciaux équitables, bio et locaux ? Ce projet a besoin de vous !

00 32 499 646 553
openfoodnetwork.be
hello@openfoodnetwork.be

POUR UN DROIT À UNE NOURRITURE SAINE

Se nourrir de manière saine est-il un luxe réservé aux plus nantis ? Les personnes à faibles revenus sont-elles condamnées à la malbouffe ? Selon la Déclaration de Rome sur la sécurité alimentaire mondiale, les Etats doivent garantir à tout le monde « une nourriture suffisante, saine et nutritive ». Or, la Belgique est le second pays européen produisant le plus de produits alimentaires et en même temps le deuxième plus grand gaspilleur en Europe (un tiers de la nourriture humaine jetée chaque année), avec 1 personne sur 7 dans la pauvreté (1 650 000 personnes) et près de 6% de sa population en situation de privation matérielle sévère.

Cette situation nécessite non seulement une politique de lutte contre les inégalités mais aussi la mise en place de systèmes alimentaires durables accessibles aux plus précarisés. Parmi les initiatives existantes, citons la plate-forme d'achats solidaires de la Croix Rouge, « Solifood » ou les épiceries sociales regroupées dans le réseau Répis. Certains CPAS proposent des épiceries solidaires et durables, comme Caba Jette en partenariat avec la coopérative Agricover. Autre exemple avec la Ferme Delsamme qui dépend du CPAS de La Louvière et qui propose des programmes d'insertion socio-professionnelle dans le maraîchage biologique, l'entretien d'espaces verts, l'événementiel, la formation d'ouvriers polyvalents et la restauration.

Mickaël Béji

COMMENT

AGIR ?

SOUTENEZ LES CIRCUITS COURTS

Vous cherchez des produits locaux, durables, près de chez vous ? Oxfam-Magasins du monde est en train de développer l'Open Food Network, un outil permettant de mettre en contact les producteurs-trices et les consommateurs-trices.

Plus de détails sur
openfoodnetwork.be



MANIFESTATION TAM TAM LE 12 MAI

Rejoignez le mouvement citoyen Tam Tam et venez manifester avec nous pour réclamer une loi de « devoir de vigilance » obligeant les multinationales à assurer une transparence et le respect des droits humains tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

Plus de détails sur
campagnetamtam.be

PARTICIPEZ À UN (PRÉ)APÉRO POLITIQUE AVEC LE CNCD-11.11.11

Dans votre province/région participez à une rencontre pour interpeller les candidat-e-s aux élections régionales et fédérales.

Plus de détails sur
cncd.be

JOURNÉE SLOW FASHION LE 26 AVRIL À LA TRICOTERIE (SAINT GILLES)

Plus de détails sur
slowfashion.be

JOURNÉE INTERNATIONALE DES LUTTES PAYSANNES DU 17 AVRIL

Venez interpeller nos parlementaires sur leur positionnement au sujet de la transition du modèle agricole.

Plus de détails sur
luttespaysannes.be

TOUTES LES INFOS SUR

www.omdm.be



OXFAM

Magasins du monde

SIGNEZ LA PÉTITION

Et demandez la fin des conditions de travail dangereuses et inhumaines, l'implémentation d'un salaire équitable ainsi qu'un emploi sûr et décent pour toutes et tous.

Plus de détails sur
behindtheprice.org