

DÉCLICS

ET DES CLAQUES

N°18
SEPTEMBRE 2014



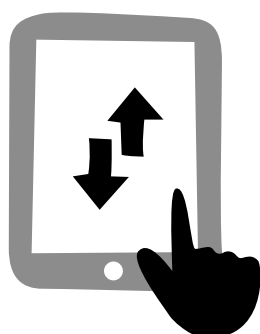
L'UNIVERS
IMPITOYABLE
DU COMMERCE
DE L'ORANGE



OXFAM

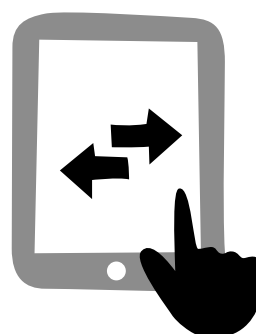
Magasins du monde

COMMENT NAVIGUER DANS LE DECLICS NUMERIQUE ?



NAVIGUER DANS LES ARTICLES

Faites défiler le contenu vers le haut ou le bas pour lire les pages d'un même article.



NAVIGUER ENTRE LES ARTICLES

Faites défiler le contenu vers la gauche ou la droite pour afficher un autre article.

Vous avez accès à du contenu additionnel ou à des fonctions spécifiques lorsque ces icônes sont affichées

SOMMAIRE

Revenir au sommaire



PLUS

Contenu lisible en pop-up



PARTAGE

Via les réseaux sociaux



VIDEO

Lire le contenu vidéo



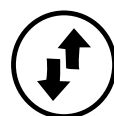
TAPER

Lire du contenu interactif



AGRANDIR

Agrandir une image



SCROLL

Faire défiler le contenu



LIEN

Accéder à du contenu sur internet



ORANGES AMÈRES

 Par Roland d'Hoop



Le métier de paysan devrait-il être bientôt rangé dans les vieux métiers d'autrefois, comme celui de montreur d'ours, d'allumeur de réverbère ou de sabotier ? Il y a en tout cas de quoi s'inquiéter. Partout dans le monde, les paysans disparaissent sous les pressions de l'industrie agroalimentaire. En réalité, ils ont le choix entre quitter leur terre pour s'agglutiner dans un bidonville ou accepter les conditions fixées par quelques multinationales... Quel destin !

Au Brésil, plus de la moitié des orangers sont détenus par à peine 2 % des paysans. L'industrie de l'orange brasse des millions et ne laisse que quelques zestes à des cultivateurs de plus en plus pauvres. Dans les immenses

plantations d'oranges de l'Etat de São Paulo, les travailleurs – dont des enfants – sont maintenus dans des conditions proches de l'esclavage. Ils n'ont souvent pas d'autres choix : c'est le seul travail qu'ils puissent avoir pour survivre vaille que vaille en dehors de la ville.

Ce dossier de Déclics vous explique comment ce système fonctionne et comment certains, comme notre partenaire brésilien Coopealnor, tentent d'y résister. Le commerce équitable n'est pas l'unique réponse à apporter à cette problématique complexe. Mais il a le mérite d'interroger les pratiques des multinationales, ces sociétés qui jouent sans scrupules avec la vie de millions de travailleurs, interchangeables et corvéables à merci.

DÉCLICS

DÉCLICS ET DES CLAQUES N° 18 - SEPTEMBRE 2014

Magazine d'Oxfam-
Magasins du monde
Paraît 3 fois par an

CONTACT

redaction@mdmoxfam.be
www.omdm.be/declics

RÉDACTION

Rédacteur en chef
Roland d'Hoop

Textes

**Olivier Bailly,
Roland d'Hoop,
Corentin Dayez,
Patrick Veillard
et Chloé Zollman.**

GRAPHISME ET RÉALISATION

Oxfam-Magasins
du monde
Lorent Fritsche

ILLUSTRATIONS

Coiffeurs pour
Dames : **Jurg et
Olivier Van Vaerenbergh**

Editeur responsable : Pierre Santacatterina, Oxfam-Magasins du monde, 285 rue Provinciale, 1301 Wavre.

Oxfam-Magasins du monde a.s.b.l. fait partie d'Oxfam-en-Belgique, qui est membre de la confédération internationale Oxfam.

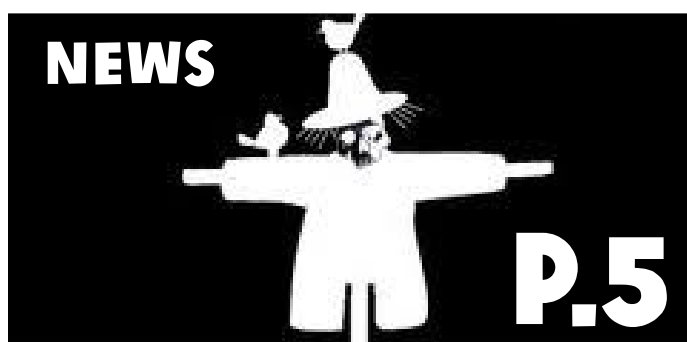
Ce magazine est réalisé avec le soutien de la Coopération Belge au Développement

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



OXFAM

Magasins du monde

**DOSSIER****CARTEL ORANGE**

Jus concentré, pouvoir
concentré, travailleurs exploités

**PARTENAIRE****COOPEALNOR**

Une alternative face au rouleau
compresseur des multi-nationales

**C'EST POSSIBLE****INSTITUT R. SCHUMAN**

Le développement durable
à l'examen de la durée

**REGARDS CROISÉS****FAIRPHONE & ACHACT**

Organisation d'économie sociale
Organisation Non Gouvernementale



ÉPINGLÉS

UN « MADE IN EUROPE » PAS TOUJOURS TOP

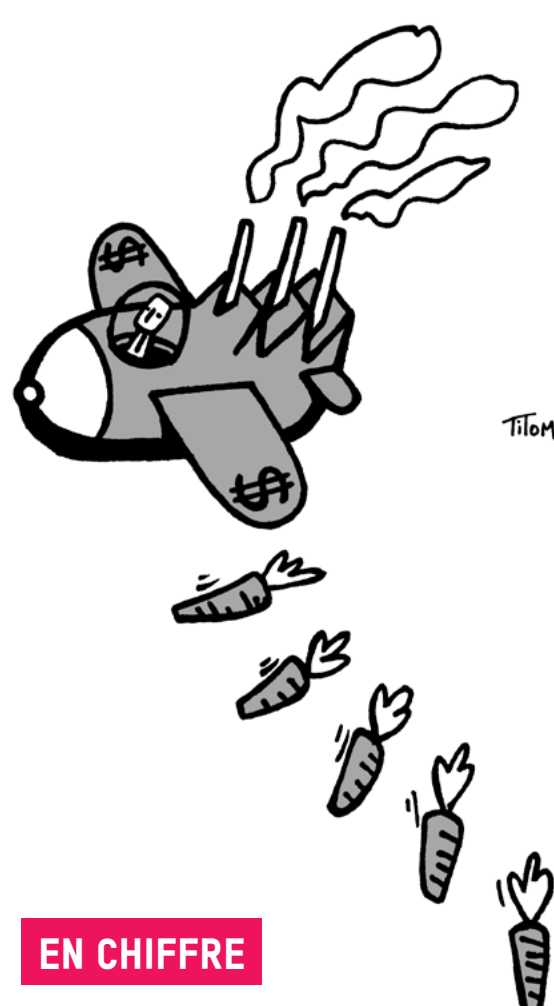
L'Union européenne garantit-elle un salaire décent à l'ensemble de ses habitants ? Le dernier rapport de la Clean Clothes Campaign montre que ce n'est pas le cas dans les usines de production de vêtements en Europe de l'Est et en Turquie. Salaires insuffisants pour vivre, heures supplémentaires non rémunérées, contrats précaires, ... les pays se livrent une concurrence effrénée pour attirer les marques. Et tout cela, orchestré par l'UE grâce au système « Lohn » qui facilite la délocalisation des étapes de production.

➤ Rapport à télécharger en pdf

KELLOGG ET GENERAL MILLS : ZERO POUR LE CLIMAT



Ces deux multinationales affichent un bulletin catastrophique en matière de lutte contre le changement climatique. Vous pouvez agir avec Oxfam en signant une pétition demandant de réduire leurs émissions de gaz à effet de serre. Et par la même occasion, d'user de leur influence pour pousser les gouvernements et les autres entreprises à agir à leur tour. Rendez-vous sur www.oxfamsol.be pour signer la pétition.



EN CHIFFRE

500 000 €

C'est la somme offerte par Monsanto aux paysans des Balkans (Croatie, Serbie, Bosnie-Herzégovine) touchés par les inondations de juin 2014. Un bel élan de générosité désintéressée ! Il y a bien des esprits chagrins qui osent déceler quelques intentions cachées dans ce beau geste de la multinationale. Puisqu'en fait Monsanto n'offre pas de l'argent mais l'équivalent de 500 000€ en semences hybrides. De là à voir une manière facile d'écouler sa marchandise, il y a vraiment un pas que personne n'oserait décemment franchir... pour ceux qui l'oseraient malgré tout, lisez l'article en ligne [disponible ici](#).



JUSTICE

ASSOCIATION DE MALFAITEURS NON COUPABLES !

Le 3 juin, l'Institut Flamand de Biotechnologie a demandé un report d'audience dans le procès qui l'oppose aux activistes anti-ogm qui s'étaient attaqué à son champ expérimental en plein air à Wetteren. Il faut dire que l'acquittement de 54 activistes pour des faits similaires par une cour d'appel française, suscite l'embarras. La tentative de criminalisation d'un acte de résistance citoyenne semble bel et bien dans l'impasse. Tant mieux pour notre démocratie !

CARTEL ORANGE



JUS CONCENTRÉ, POUVOIR CONCENTRÉ, TRAVAILLEURS EXPLOITÉS

INTRODUCTION

BRÉSIL, LE N°1 DE L'ORANGE !

Sur le podium mondial des producteurs d'oranges, le Brésil est à la toute première place. A lui seul, il fournit un tiers des oranges, plus de la moitié du jus d'orange et plus de 80 % du concentré de jus d'orange dans le monde. D'où provient ce succès ? Le pays possède un climat très favorable à la culture de l'orange, mais aussi un climat social très agréable pour les multinationales ! Résultat : grâce à des coûts de production défilant toute concurrence, le Brésil bat tous les records de productivité. Mais le revers de cette médaille n'a hélas rien de réjouissant : des conditions de travail désastreuses et de graves impacts sur l'environnement. Sans parler de ces milliers de paysans réduits à migrer vers les favelas, faute de pouvoir vivre de leur métier.

Au départ, le Brésil partait perdant dans cette course. Il y a cinquante ans, c'était la Floride qui était le champion de l'orange. Or, confrontée à des perturbations climatiques, elle s'est retrouvée incapable de satisfaire totalement la demande d'un marché en pleine croissance. Tout profit pour le Brésil, qui s'est alors saisi de cette opportunité pour développer sa propre production et s'assurer des bénéfices mirobolants en tablant sur l'exportation du concentré de jus d'orange.

Les Etats-Unis, pourtant fervents défenseurs du libre-échange, ont alors pris peur et ont tout fait pour étouffer ce nouveau concurrent en érigeant d'énormes barrières douanières pour protéger leur propre marché. Mais, loin de terrasser le pays, le bouleversement des règles du jeu n'a, en réalité, fait qu'exacerber l'industrialisation et la concentration des pouvoirs dans le secteur du jus d'orange : trois multinationales règnent désormais en maîtres sur le marché et s'entendent en cartel pour en fixer les règles.



Comment le Brésil est-il devenu le plus grand pays producteur d'oranges au monde ?

Intervention de Arne Schollaert, Responsable plaidoyer chez Oxfam-Wereldwinkels

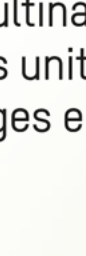
BIENVENUE DANS L'UNIVERS IMPITOYABLE DU COMMERCE DE L'ORANGE !



LA RECETTE DU POUVOIR

Au Brésil, la production du jus d'orange est essentiellement déterminée par trois multinationales, Citrusuco, Cutrale, et Louis Dreyfus Commodities, qui ont en main pas moins de 90% des moyens de production du concentré de jus d'orange du Brésil. Elles imposent à des milliers de producteurs des conditions de production au-delà de l'inéquitable, au bénéfice de leur propre compte. Une réalité sur laquelle le consommateur n'a malheureusement aucune emprise. Le pouvoir de ces trois multinationales est le fruit d'un lent processus historique qui en a fait des géants économiques désormais incontournables. La recette de ce miracle ? Elle tient essentiellement en trois points :

1



ELIMINATION DE LA CONCURRENCE

D'une part, des investissements stratégiques, des économies d'échelles et une importante capitalisation ont permis à ces trois multinationales d'éliminer ou d'intégrer en leur sein toutes les entreprises concurrentes.

2



CONTRÔLE DE TOUTES LES ÉTAPES DE PRODUCTION

D'autre part, elles ont réussi à intégrer différentes phases du marché du jus d'orange. De la production à la commercialisation, en passant par la logistique, ces multinationales ont un contrôle très étendu sur le marché de l'orange. Cela leur permet d'accroître davantage la pression qu'elles exercent à chacune des étapes.

3



POIDS POLITIQUE ET ÉCONOMIQUE

Enfin, le fait d'être présentes à chacune de ces différentes étapes et partout dans le monde, leur confère un poids politique et économique incontournable. Cette domination sape totalement le fonctionnement équitable de ladite « loi naturelle du marché ». Mieux vaut être costaud pour chanter les vertus du libre-marché dans ces conditions-là !

GLISSER VERS LA DROITE

LES USINES DE TRANSFORMATION

Les 3 multinationales détiennent 80% des unités qui transforment les oranges en concentré (de jus) dans le monde.

CONTRÔLE DE LA TRANSFORMATION

Les 3 multinationales manipulent la formation du prix de l'orange, le maintien artificiellement dessous des coûts de production en période de récolte.

LA PRODUCTION

Les 3 multinationales contrôlent directement 35% des exploitations d'orangers. Par la pression qu'elles exercent sur les prix, elles contraignent les autres 65% (producteurs indépendants) à se concentrer et à s'industrialiser.

L'ALTERNATIVE COMMERCE ÉQUITABLE

Outre la garantie d'un prix rémunérateur pour les producteurs, le Commerce Équitable assure le renforcement des négociations vis-à-vis des acteurs de la filière.

UN RÈGNE SANS PARTAGE

Les nombreux petits et moyens producteurs indépendants, n'ont généralement pas les reins assez solides pour faire face. En effet, leur production équivaut en moyenne à 30% de celle des grosses exploitations, plus denses, mieux administrées et pouvant recourir facilement à toute une série d'intrants (pesticides, fongicides, insecticides et fertilisants). Pour écouler leur production, pour autant de meilleure qualité, ils n'ont d'autre choix que d'accepter le prix fixé par le marché... Un marché influencé par ces mêmes multinationales qui ont donc tout intérêt à ce que le prix soit le plus bas possible. Cette réalité a déjà poussé plus de 20 000 petits producteurs à céder leurs terres en raison du prix trop bas offert pour leurs oranges. Ces terres sont souvent revendues à l'une de ces trois multinationales qui en profitent pour étendre encore un peu plus leur domination.



Voir le graphique sur la répartition des terres de culture de l'orange



Face aux multinationales du jus, quelle marge le petit producteur a-t-il pour négocier son prix ?

Intervention de Arne Schollaert, Responsable plaidoyer chez Oxfam-Wereldwinkels

SANS TERRE ET SANS DROITS

De nombreux travailleurs n'ont jamais eu le choix. Sans terre, ils ne font pas la fine bouche et doivent accepter les conditions de travail imposées sur les grandes exploitations détenues par les multinationales. Payés au kilo, ils récoltent environ 2 tonnes par jour pour avoir un revenu à hauteur du salaire minimum légal, qui est de 9 euros par jour, soit 260 euros par mois. Un salaire qui ne couvre même pas les besoins de base, car pour vivre des revenus du travail, il faut au moins 14 euros par jour ! Quant aux droits les plus fondamentaux des travailleurs, ils ne sont pas respectés. Une récente étude de terrain révèle de sérieux problèmes : aucune sécurité

d'emploi, un manque de règles transparentes et claires sur la rémunération du travail, des heures de travail excessives, non-respect des règles de santé et de sécurité élémentaires sur le lieu de travail, accès difficile aux facilités sanitaires, discrimination à l'embauche, et tout simplement aucune liberté d'association pour défendre le respect de ces droits.

« Un semaine de travail, c'est théoriquement 44h, mais dans la réalité, la pression est telle que les travailleurs ne prennent même pas le temps de manger »

« J'ai vu des collègues venir à l'usine avec de la fièvre, parce qu'ils ont tellement peur de perdre leur travail pour cause de maladie »

« Nous ne savons pas ce que nous allons obtenir par caisse récoltée chaque jour »

« L'externalisation et les conditions d'emploi précaires sont des problèmes graves dans la région agricole de São Paulo »



LES CONSOMMATEURS AUSSI PIÉGÉS

En Europe, ce continent qui importe plus de 70% du jus d'orange dans le monde, le pouvoir de ces trois multinationales est également gigantesque. En effet la plupart des chaînes de grande distribution négocient leur approvisionnement en jus auprès d'elles pour la simple et bonne raison que ces dernières sont en mesure de faire les offres les plus alléchantes. Mais ce sont toujours les mêmes acteurs, ces trois fameuses multinationales, qui abusent de leur position incontournable pour fixer les prix comme bon leur semble. Entre le prix payé aux producteurs et celui exigé du consommateur, le jeu du marché du jus d'orange engrange ainsi des marges bénéficiaires énormes dont jouissent seuls les actionnaires de ces multinationales. Face à l'injustice de ce marché de dupes, les marges d'action du consommateur sont

bien maigres. Certes, par son achat de produits issus du commerce équitable, il est en mesure d'envoyer un signal fort aux acteurs économiques pour que la situation sociale catastrophique des producteurs et travailleurs brésiliens soit enfin prise en compte. C'est définitivement un geste qui compte pour tous les producteurs qui ont fait le choix des filières du commerce équitable. Mais ce signal doit aussi être entendu par le monde politique ! Il est grand temps que celui-ci ouvre les yeux et admette que le manque de concurrence dans le marché du jus provoque des situations parfaitement inéquitables ! Assez de temps perdu, il est urgent de mettre en place des règles de commerce plus justes. Des règles qui devraient s'inspirer des principes qui guident les acteurs du commerce équitable tous les jours !

Corentin Dayez

FIN DE L'ARTICLE

Sources pour aller plus loin :

• Dusch Silva S., Wesenick K., Braunger I., Hamann A., « Orange juice : No regard for labour rights ? », Christliche Initiative Romero, 2013

disponible sur www.solmond.be/IMG/pdf/cir_orange_juice_study_low_sp.pdf

• Dossier de campagne Oxfam-Wereldwinkels :
- L'injustice dans les règles commerciales
- La concentration des pouvoirs dans les chaînes alimentaires

• Dossier de campagne Oxfam-Wereldwinkels: Etude de cas du jus d'orange, le protectionnisme qui favorise les plus grands

• Dayez, C., « Plus de concurrence pour un commerce véritablement équitable », Oxfam-Magasins du monde, analyse 2013



COOPEALNOR

UNE ALTERNATIVE FACE AU ROULEAU COMPRESSEUR DES MULTI- NATIONALES



Au Brésil, les « petits propriétaires » sont une espèce en voie de disparition. Les géants de l'agroalimentaire mettent en effet le grappin sur un nombre toujours croissant de surfaces cultivables. Seuls quelques irréductibles paysans parviennent à résister à cette tendance. Parmi eux, Coopealnor, une coopérative partenaire d'Oxfam. Peuvent-ils vraiment résister à la toute-puissance des multinationales ? Pour le savoir, nous avons interviewé Josete da Silva, la directrice de la coopérative.



La plupart des oranges brésiliennes viennent de l'Etat de São Paulo. A perte de vue s'étendent de gigantesques plantations industrielles d'orangers.

Les producteurs de l'Etat de Bahia, dans le Nord-Est, sont moins bien armés pour faire face à cette concurrence : ils sont plus pauvres, leurs lopins de terre sont plus petits, leur région est décentrée, le climat est moins avantageux...

C'est dans ce contexte que Coopealnor est née. La coopérative veut soutenir une agriculture familiale de qualité en prônant l'agriculture biologique. Un défi quotidien dans un pays où l'agriculture industrielle règne en maître.



INTERVIEW

Propos recueillis par
Roland d'Hoop



Josete da Silva
Directrice de Coopealnor

Déclics : Y a-t-il un risque de voir disparaître les « petits paysans brésiliens » au profit des grands propriétaires ou des multinationales ?

Josete da Silva : Oui, ce risque est bien réel. Les grandes entreprises achètent toutes les terres dans la région pour y planter du maïs transgénique ou des pins Eucalyptus.

Déclics : Quelles sont les raisons pour lesquelles les producteurs d'oranges vendent leurs terres ?

Josete da Silva : Il y a plusieurs raisons, dont la plus courante est un manque de motivation des petits agriculteurs. Ils ne parviennent pas à s'en sortir avec le prix qu'ils reçoivent, ils ne sont pas assez soutenus par le gouvernement. Celui-ci met bien des incitants en place, mais cela vient trop tard et y accéder n'est pas toujours facile..

Déclics : Les membres de Coopealnor sont-ils en mesure de faire face aux fluctuations du prix de l'orange ?

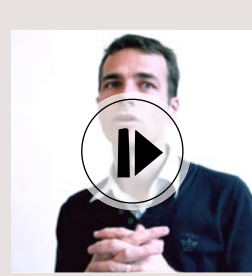
Josete da Silva : c'est difficile, mais ils résistent mieux grâce à la diversification des cultures. En plantant d'autres variétés de fruits ainsi que des céréales et des tubercules, ils parviennent à s'en sortir.

Déclics : Comment les encouragez-vous à passer au bio ?

Josete da Silva : Nous organisons des formations, nous fournissons une aide technique et des espaces pour stocker leur production.

Déclics : Quels sont les avantages du commerce équitable pour les agriculteurs ?

Josete da Silva : Ils sont nombreux. Il y a d'abord la possibilité d'avoir un accès au marché d'exportation, en garantissant un prix juste. Il y a aussi la prime qui est distribuée pour des projets communautaires. Enfin, nous offrons un soutien à des paysans assez pauvres, qui n'auraient jamais la possibilité de vendre leur production ailleurs. Notre coopérative fonctionne de manière démocratique, chaque membre peut donner son avis et prendre part aux décisions.



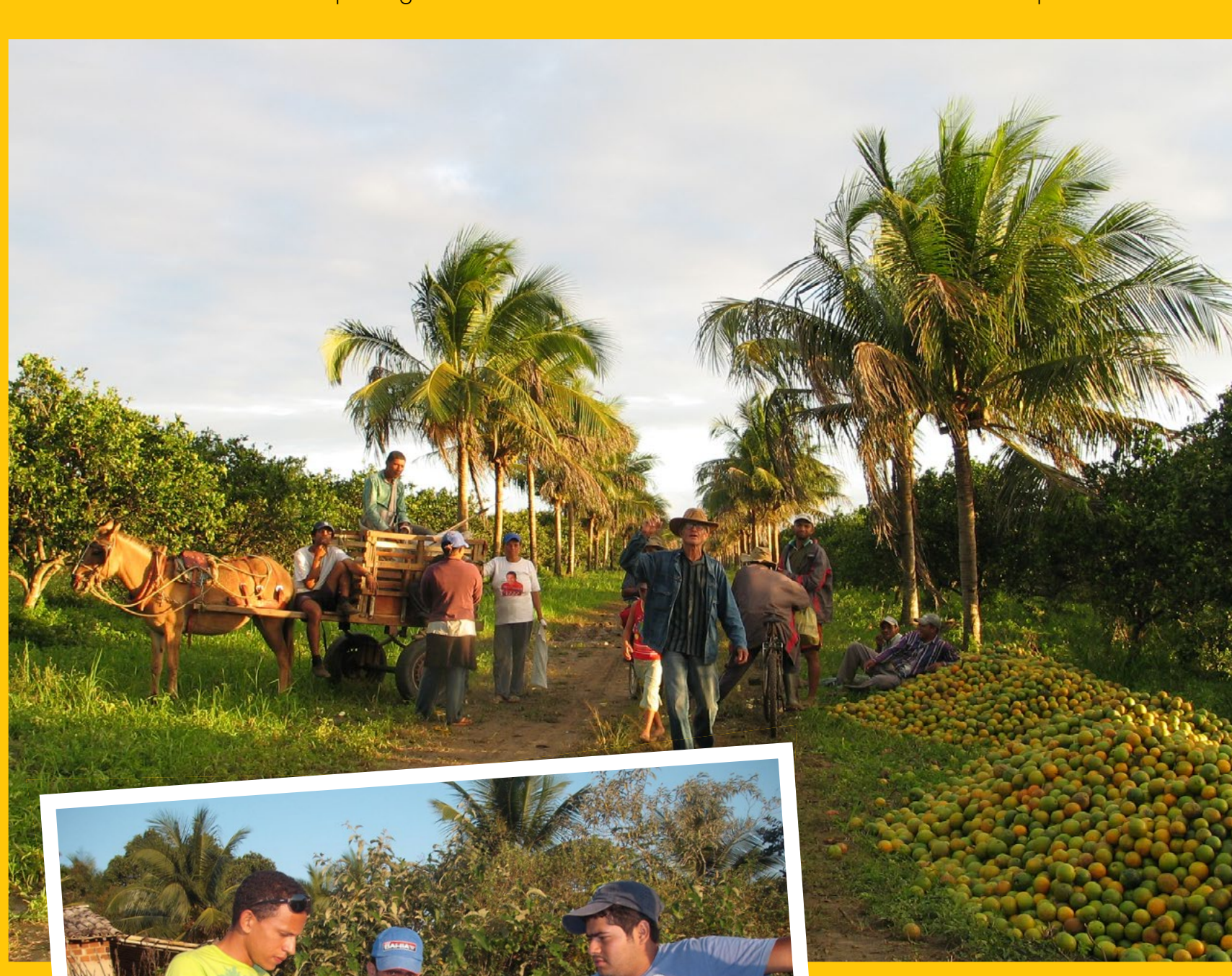
Comment Oxfam soutient ses partenaires au Brésil ?

Intervention de
Arne Schollaert,
Responsable plaidoyer
chez Oxfam-Wereldwinkels

COOPEALNOR EN QUELQUES MOTS

PLUS DE 20 ANS D'EXISTENCE ET DÉJÀ QUELQUES SUCCÈS !

La coopérative Coopealnor voit le jour en 1993, quand 28 producteurs décident de se regrouper pour renforcer leur position dans les négociations commerciales. Aujourd'hui, la coopérative compte 75 membres dont 32 ont reçu le label bio. Chaque membre possède une moyenne de 11 hectares de terres sur lesquelles de nombreuses espèces sont cultivées : oranges, noix de coco, fruits de la passion, manioc, haricots et maïs. Environ la moitié de la production est vendue dans le marché du frais local, tandis que l'autre moitié va à l'industrie pour être transformée et exportée. Cette diversification du marché et des cultures assure une plus grande stabilité de revenus aux membres de Coopealnor.



MOTIVER LES JEUNES, TOUT UN DÉFI !

Coopealnor veut inciter les jeunes à s'engager dans l'agriculture, mais ce processus est lent : « les enfants des

producteurs ne se sentent pas encouragés à rester sur leurs terres », explique Josete da Silva. « Il y a le manque de sécurité, la violence contre les femmes ... Beaucoup de jeunes sont partis vers les grandes villes, se sont mariés. Nous essayons de sensibiliser les parents afin qu'ils encouragent leurs enfants à travailler dans l'agriculture. Cela prend du temps, il faut changer les mentalités... ».

DES PAYSANS MIEUX ARMÉS FACE AUX RISQUES DU MARCHÉ !

Depuis fin 2013, la coopérative exporte elle-même le concentré du jus d'orange. De cette façon, elle peut négocier directement avec les clients potentiels, sans l'intervention d'un tiers. Ainsi, elle contrôle une grande partie de la chaîne et peut garder une plus grande part de la marge bénéficiaire. Tout profit pour les paysans !



FIN DE L'ARTICLE

INSTITUT ROBERT SCHUMAN : LE DÉVELOPPEMENT DURABLE À L'EXAMEN DE LA DURÉE

Jean-Michel Lex paraît être une aberration statistique dans le milieu scolaire. Ce coordinateur en éducation au développement durable (DD) travaille à temps plein dans une école, l'Institut Robert Schuman (Eupen). Mieux, l'établissement compte une cellule DD riche de trois personnes. Miracle ? Non, convictions.

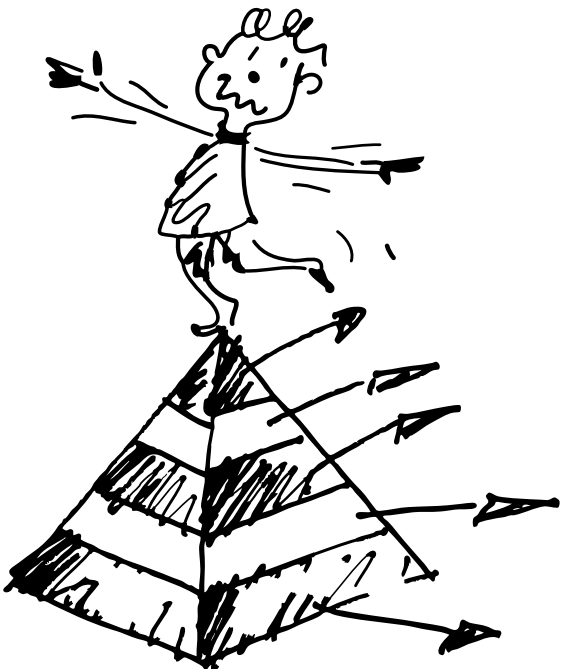
LE DÉVELOPPEMENT DURABLE À L'ÉPREUVE PRATIQUE

Aussi souvent que possible, l'IRS propose à ses étudiants des exercices liés au concept du Développement Durable. Par exemple, la section artistique passe un examen de qualification qui consiste en la création de la maquette graphique d'un dictionnaire des concepts de Développement Durable (au concours « Focus Earth »).



En menuiserie, ils travaillent à l'amélioration de la conservation d'énergie d'une véranda. En hôtellerie, les élèves confectionnent un repas avec des aliments produits dans un rayon de 30 kilomètres. Comme le constate Jean-Michel Lex, « *en Fédération Wallonie-Bruxelles, un des fondements actuels de la pédagogie est le travail par situation-problème. On y est.* »

Pour offrir des référentiels didactiques, un réseau mis sur pied par la Fédération Wallonie-Bruxelles a créé un outil global, avec une approche systémique : les Cahier du Développement Durable.



? POUR EN SAVOIR PLUS :

www.cahiers-developpement-durable.be



Jean-Michel Lex
Coordinateur en éducation
au développement durable


INTERVIEW
Propos recueillis par
Olivier Bailly

Il y a dix ans, l'Institut Robert Schuman (IRS) lançait un audit environnemental et vous passiez à temps plein en tant que coordinateur DD, un miracle ?

Non, c'est un travail long de trente ans. Nos premiers audits datent d'ailleurs de 1994. Dès le début des années 80, une multitude de petits projets menés par des professeurs dans notre école touchaient à un des quatre grands champs éducatifs que sont l'éducation à l'environnement, à la santé, à la solidarité Nord-Sud et à la citoyenneté. A l'IRS, on a considéré que toucher à l'un des champs amenait à questionner les trois autres. Ainsi, une boîte de Coca Cola peut amener des questions sur l'origine des matières premières et de l'eau, l'impact sur la santé, le choix de consommation du citoyen. Avec la consommation quotidienne, on peut faire rentrer la planète et l'Humanité dans ces questions. Régulièrement dans les classes, nous développons des projets pédagogiques interdisciplinaires autour de questions de ce type. Mais mon poste n'est pas l'œuvre d'un homme, c'est le projet d'un établissement. Si la direction ne croit pas en la démarche, aucun changement significatif n'est à attendre. Plus qu'une adhésion, il faut une démarche soutenue et voulue.

Comment ce DD se décline-t-il dans l'école ?

Souvent, le DD est une auberge peu visitée qui ferme avec le départ de son tenancier.

Le défi est de faire en sorte que le concept devienne un élément de la culture d'établissement. Aujourd'hui, on y est. Notre projet inclut cette mission d'éducation au DD. L'école se conforme progressivement aux critères durables, avec un vrai développement social et participatif. Le résultat le plus contemporain est le modèle de participation des élèves, très impliqués. On peut y déceler une tentative d'application de la déclaration de Rio préconisant la participation de la population. Notre école a obtenu le label ISO 14001, un label de management environnemental. Les auditeurs internes sont les élèves eux-mêmes qui suivent un module de formation pour devenir auditeur. Ils évaluent par exemple la politique d'achats de l'école, ils ont portes ouvertes de la direction, des gestionnaires, des collègues, pour mener leur enquête et suggérer des améliorations.

Et au bout, un classement vertical...

Bien sûr que non ! Si on ne va pas jusqu'à une présentation claire devant la direction, on perd son temps et on fait perdre le leur. D'année en année, l'école s'oblige à travers son système de gouvernance et son système qualité à implémenter les propositions des élèves dans les plans de développement.

Avec un effet structurel dans l'école ?

Nous sommes une école en transition. L'IRS n'est pas une île paradisiaque, il reste beaucoup à faire. Mon discours donne une image partielle de notre école. 14 filières professionnelles s'y côtoient et sur une année, nous menons 2 ou 3 projets phares avec quelques-unes d'entre elles. Les élèves passés par ces projets développent à terme davantage leur personnalité et des compétences sociales. Celles-ci peuvent être appréciées sur le marché du travail.

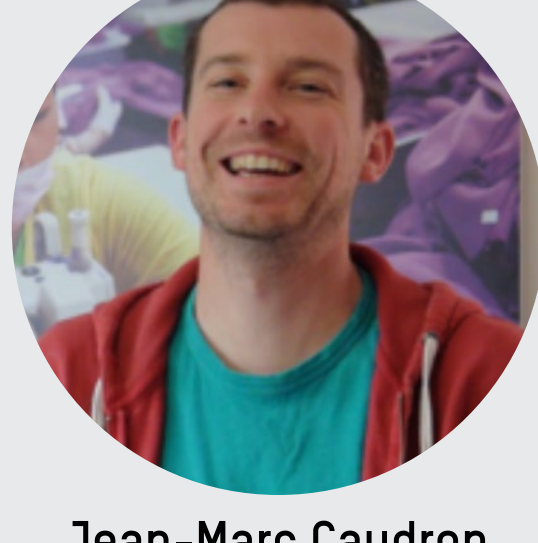
ORGANISATION D'ÉCONOMIE SOCIALE

ORGANISATION NON GOUVERNEMENTALE



Roos van de Weerd
Chargée de relations publiques

FAIRPHONE
Un smartphone avec
des valeurs sociales



Jean-Marc Caudron
Responsable actions urgentes

ACHACT
Plate-forme belge de défense
des droits des travailleurs.

LE FAIRPHONE : UNE INITIATIVE PILOTE À VALEUR D'EXEMPLE

Il y a quelques mois, une entreprise sociale hollandaise lançait officiellement le 'Fairphone'. Financé de manière participative, ce smartphone équitable est fabriqué en respectant une série de critères de durabilité: minerais garantis « sans conflits », meilleures conditions de travail pour les ouvriers chinois, transparence de la chaîne d'approvisionnement, téléphone fonctionnel et en partie recyclable, etc. Quelle est la valeur réelle de cette initiative? Comment l'améliorer? Les positions dans cet article de **Fairphone** et d'**Achact**.



© Fairphone



INTERVIEW

Propos recueillis par
Patrick Veillard
et Roland D'Hoop

Si l'on examine le premier maillon de la chaîne - l'origine des minerais - le Fairphone constitue-t-il une réelle alternative?

Roos van de Weerd : Le Fairphone intègre du tantale et de l'étain certifiés sans conflit (ndlr: via les garanties « Solutions for Hope » et « Conflict-free tin »). Cela constitue selon nous un premier grand pas. Mais sachant que notre production est très faible et qu'un téléphone contient de nombreux autres minéraux, on ne peut réellement parler d'alternative. Néanmoins, il est très important que des acteurs tels que Fairphone démontrent la validité de ce type de programme. Les principaux enjeux maintenant sont d'augmenter les volumes de production tout en s'attaquant aux conditions de travail dans les mines. C'est tout un système économique qu'il faut construire, ce qui prendra beaucoup de temps.



Jean-Marc Caudron : Il est vrai que la garantie « Solutions for Hope » sur l'origine des métaux est également utilisée par des marques telles que Nokia ou Apple. Néanmoins, aucun de ces acteurs classiques ne va aussi loin que Fairphone, en particulier en matière de transparence. Fairphone explique sa démarche et détaille le parcours de ses matières premières de façon très poussée. L'entreprise a ainsi publié la décomposition du prix de son smartphone, ainsi que le résultat de l'audit social effectué dans l'usine Chinoise où est assemblé l'appareil.

Qu'en est-il justement des droits des travailleurs dans les usines?

Roos van de Weerd : Nous avons choisi de travailler avec Guohong, un fabricant chinois partageant notre vision et nos valeurs. La première étape a été de conduire dans l'usine ce programme d'audit social que mentionne Jean-Marc, développé en collaboration avec l'organisation TAOS. Les points d'amélioration identifiés dans cet audit nous ont aidés, entre autres, à définir et à mettre en place un fonds de protection des travailleurs. Financé pour moitié par Fairphone et pour l'autre moitié par notre fournisseur, les objectifs de ce fonds sont multiples : améliorer les conditions de travail et les salaires des travailleurs, mais aussi leurs compétences et leurs canaux de représentation. Bien sûr, tout cela ne représente qu'une petite partie de la chaîne et il sera nécessaire de s'attaquer dans le futur aux autres maillons, en particulier les sous-traitants et les fournisseurs de composants.

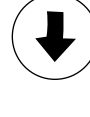
Jean-Marc Caudron : Ce fonds de protection des travailleurs est l'un des éléments les plus intéressants de la démarche selon moi. En Chine, les travailleurs ne peuvent rejoindre qu'un seul syndicat officiel. Ce fonds leur permet de contourner la limite légale. Ils doivent élire des représentants pour gérer ce fonds, représentants qui seront amenés à discuter avec la direction. Alors cela pose des problèmes, notamment le fait que cela peut déresponsabiliser l'employeur en matière d'augmentation des salaires. Mais le fait de tester ce type d'initiative pilote pour répondre à des problèmes que l'industrie classique n'essaie pas de résoudre a une grande valeur. Une valeur expérimentale et une valeur d'exemple : montrer toutes les difficultés et limites à fabriquer un smartphone respectant les droits des travailleurs questionne la manière de faire de l'industrie. Elle remet en question toutes les pratiques communes aux grandes marques de smartphone.

Cette initiative peut-elle réellement faire changer les pratiques des multinationales?

Roos van de Weerd : Sans doute pas directement non. Nous cherchons à instaurer un dialogue avec tous les acteurs industriels, afin d'améliorer les pratiques, la législation, connecter les différentes initiatives, etc. Les changements systémiques que nous visons ne peuvent se produire qu'au travers d'une collaboration. Nous n'allons pas changer l'ensemble du secteur par le biais de notre seule production. Notre objectif est de développer des innovations, notamment sociales, qui démontrent qu'il est possible de produire et consommer différemment. En faisant cela, nous espérons augmenter la demande pour des produits électroniques éthiques, ce qui devrait faire réagir le reste de l'industrie.

Ce type de projet ne constitue-t-il pas un alibi permettant d'éviter la mise en place d'un cadre réglementaire plus contraignant?

Jean-Marc Caudron : Je ne pense pas, au contraire. On a ici un acteur de marché qui veut développer un smartphone équitable et qui montre les limites pour le faire : la totalité des droits des travailleurs ne peut être garantie. Cela montre bien qu'il y a des questions fondamentales que la volonté des acteurs économiques dominants ne peut seule résoudre. Il faut une profonde remise en question de la manière de fonctionner de l'industrie. Selon moi, l'initiative Fairphone vient appuyer la mise en place d'un cadre contraignant, cadre devant s'appliquer à l'ensemble des acteurs.



Fairphone n'est-il pas avant tout un outil d'éducation des consommateurs?

Roos van de Weerd : Fairphone éduque les consommateurs en étant transparent et en montrant l'histoire derrière le produit. Le meilleur exemple de cette transparence est la décomposition des prix que mentionnait Jean-Marc. Mais nous montrons aussi des photos ou vidéos de l'usine d'assemblage en Chine, les processus d'extraction au Congo, etc. L'ensemble de la communication vers les consommateurs a pour objectif d'expliquer, d'inviter à débattre de ces sujets et à s'engager.

Quels sont les enjeux pour le futur de la démarche?

Jean-Marc Caudron : Un enjeu éducatif important selon moi est de toucher un public plus large, pas nécessairement intéressé de premier abord. Il faudra également maintenir ou améliorer la qualité factuelle des informations, en montrant les limites ou les avancées, si petites soient-elles. Enfin, un enjeu plus fondamental encore est de résoudre l'équation salaire - temps de travail : comment réduire le temps de travail pour respecter les normes nationales et internationales? Fairphone n'y est pas encore. De nouveau, il faut tester des solutions pour respecter ces normes tout en garantissant des salaires permettant aux travailleurs de couvrir leurs besoins de base, sans dépendre du revenu des heures supplémentaires.

RÉPARTITION DES COÛTS DU PREMIER FAIRPHONE

PRIX À LA VENTE : 325 €

TAXES ET MARGE DES REVENDEURS : € 67,50

PRIX DE REVIENT : € 257,50

COÛT DU PRODUIT € 185

conception, ingénierie, composants, fabrication
assemblage, certifications, tests, logistique, brevets et licences.

OPÉRATIONNEL € 45

Gestion de projet, prototypage, frais de personnel et mobilier,
frais juridiques, comptables, gestion événementielle et
communication, hébergement, gestion du site internet et de
la boutique en ligne, service clientèle et service après vente.

RÉSULTAT D'EXPLOITATION INITIALE € 5

Réserve (pour des choses inattendues), les investissements
et les coûts de financement

INITIATIVES À BUT SOCIAL € 22

Approvisionnement responsable (Conflict-Free Initiative)
Fait avec soin et le respect des travailleurs (commerce équitable)
Conception intelligente et ouverte (open source)
Valeur durable (programme de recyclage)



1 cube = €1

FIN DE L'ARTICLE

POURQUOI ON NE VERRA PLUS LE LABEL FAIRTRADE MAX HAVELAAR SUR LES EMBALLAGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES OXFAM?

POUR OXFAM, TOUT EST QUESTION D'OBJECTIF! SON BUT PREMIER EST DE SERVIR LES PRODUCTEURS MARGINALISÉS ET LES CONSOMMATEURS.



LES LABELS NE SONT DANS CE CADRE QUE DES OUTILS, QUE L'ORGANISATION UTILISE UNIQUEMENT S'ILS SERVENT SES VALEURS DE JUSTICE ÉCONOMIQUE ET DE DÉVELOPPEMENT DURABLE.

2 GRANDES RAISONS EXPLIQUENT LE CHOIX DE RETIRER LES LABELS DES PRODUITS :

1 METTRE EN AVANT LA MARQUE OXFAM, UN ACTEUR ÉQUITABLE CONNU ET CRÉDIBLE !

LE SIMPLE FAIT DE METTRE UN LABEL SUR UN PRODUIT REPRÉSENTE UN COÛT : C'EST CE QU'ON APPELLE LES DROITS DE LICENCE.



POUR UN ACTEUR CONVENTIONNEL COMME NESTLÉ PAR EXEMPLE, CE COÛT SE JUSTIFIE CAR LE LABEL EST AVANT TOUT UN OUTIL DE MARKETING QUI LUI PERMET DE DÉMARQUER SES PRODUITS ÉQUITABLES.



MAIS POUR OXFAM, UN ACTEUR 100% ÉQUITABLE TRÈS RECONNU EN BELGIQUE, L'INTÉRÊT EST BEAUCOUP PLUS LIMITÉ ! ET LA PLUPART DES PRODUITS ALIMENTAIRES D'OXFAM CONTINUERONT D'ÊTRE CERTIFIÉS COMME AUPARAVANT, VIA DES AUDITS RÉGULIERS TOUT AU LONG DE LA CHAÎNE DE PRODUCTION.

2 METTRE L'ARGENT LÀ OÙ C'EST LE PLUS UTILE !



L'ARGENT ÉCONOMISÉ PAR OXFAM LUI PERMETTRA DE SE CONCENTRER SUR SES MISSIONS PREMIÈRES, NOTAMMENT LE COMBAT POUR UN COMMERCE PLUS JUSTE, LE SOUTIEN AUX PRODUCTEURS ET LA SENSIBILISATION DES CONSOMMATEURS.



MOI JE VEUX BIEN MAIS NON

La rubrique résolument pessimiste mais ça ira, d'Olivier Bailly

Tu ne le sens pas? Ce léger vent de panique. Ce souffle de soufre et de peur qui calcine les cœurs et brouille les regards? Il y eut Peter Verlinden, journaliste à la VRT marié à une femme d'origine africaine, qui découvrit le mot «nègre» écrit sur sa façade.

Il y eut les dérapages racistes du journaliste sportif Hans Vandeweghe de De Morgen qui provoquèrent la fin du partenariat entre le journal et le KVS. Il y eut les «pommes pourries à écarter pour permettre le vivre ensemble, à terme» du président du PP, Mischael Modrikamen ou «intégrez-vous ou rentrez chez vous» de son ami Luc Trullemans. Il y eut à Bruxelles l'agression d'un homme, «soupçonné» d'être homosexuel par trois personnes. Il y eut le meurtre au Musée juif à Bruxelles.

Tu penses à des actes isolés? A cette loupe médiatique qui déforme nos vies? Il y aura toujours des pensées extrêmes, c'est vrai. Ce qui est révélateur de l'atmosphère de notre société, ce n'est pas tant la crétinerie de quelques-uns, mais le suivisme d'un plus grand nombre. De Morgen a défendu Hans Vandeweghe. Laurent Louis a récolté 17.000 voix dans le Hainaut, 56.000 à l'Europe pour Luc Trullemans. Il y a ce communautarisme politique larvé des partis politiques, il y a le vote européen extrême, il y a mes amis de longue date «qui sont ouverts, mais bon, faut quand même faire quelque chose parce qu'on ne peut pas

abandonner notre identité culturelle comme ça». Tout cela, c'était en mai et juin. Tu le sens à présent, ce léger vent de panique? Ce souffle de soufre et de peur qui calcine les cœurs et brouille les regards. Tu sais, les propos dénigrants et destructeurs ne disparaissent pas une fois prononcés. L'humain est géré selon Lavoisier. Rien ne se perd, rien ne se crée. Tout se transforme. Et ces derniers mois, cela virait plutôt à la putréfaction. Maintenant que le politique a haussé le ton de la discorde pour gagner des voix, maintenant qu'on a poussé un peu plus haut le curseur du communautarisme, maintenant que la Coupe du Monde est terminée, on fait comment pour vivre ensemble?

On sort de chez soi, on occupe les espaces publics, on refuse les petites injustices et les grandes discriminations, on lutte pour l'Autre avec le sourire, sur un air de fête. Parce qu'on n'a pas le choix. Parce qu'un ensemble reste la seule voie viable. Et comme disait Jacques, «si c'est pas sûr. C'est quand même peut-être.» Sans angélisme et sans cynisme, ces deux grands pourvoyeurs d'inertie, accrochons-nous à ce «peut-être».

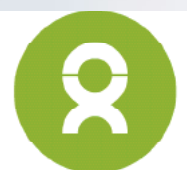
VENEZ AUX PETITS DÉJEUNERS OXFAM !

SEMAINE DU COMMERCE ÉQUITABLE

DU 1^{er} AU 12
OCTOBRE 2014



WWW.OXFAM.BE



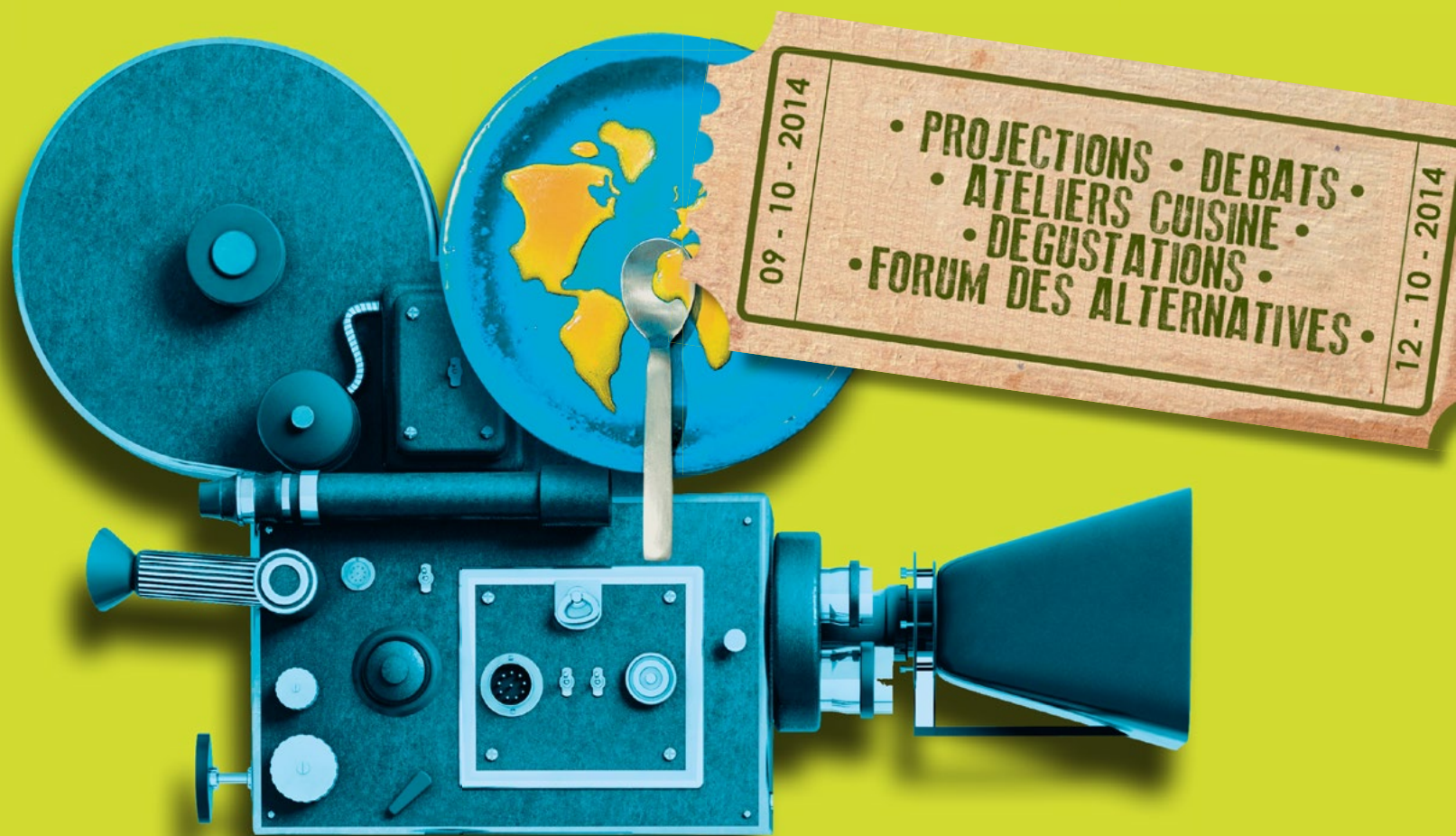
OXFAM

Magasins du monde

6^{ème} ÉDITION FESTIVAL DE FILMS ALIMENTERRE

DU 9 AU 12 OCTOBRE 2014

BRUXELLES • CINEMA VENDOME



DES IMAGES ET DES MOTS
SUR LES ENJEUX ALIMENTAIRES MONDIAUX

WWW.FESTIVALALIMENTERRE.BE

Éditeur responsable : Commune d'Ixelles - Chaussée d'Ixelles 168 - 1050 Bruxelles

Organisé par



En partenariat avec



Avec le soutien financier de

