

COMMUNIQUE DE PRESSE

Roodt-sur-Syre, le 30 janvier 2012

20 ans TransFair :

A chacun sa façon de contribuer au commerce équitable

1992-2012 : 20 années d'engagement en faveur d'un commerce équitable, 20 années de sensibilisation du grand public, 20 années de mobilisation pour créer un monde économiquement et socialement plus juste et 20 années d'élargissement continu de l'assortiment de produits Fairtrade.

En 1992, l'ONG TransFair-Minka voit le jour dans un but précis : promouvoir des alternatives commerciales viables et équitables et soutenir les petits producteurs des pays du Sud. Une histoire « équitable », qui débuta en 1992 avec la vente du café Fairtrade dans 3 trois petites boutiques du monde et qui s'est établi aujourd'hui dans plus de 170 points de vente.

TransFair-Minka tourne une page de son histoire en devenant Fairtrade Lëtzebuerg. Le nom change, la philosophie reste intact ! Afin d'harmoniser le système Fairtrade au niveau international, TransFair-Minka adopte également l'appellation internationale et c'est ainsi, que depuis le 1^{er} janvier 2012, l'ONG porte le nom de « Fairtrade Lëtzebuerg ».

L'année de jubilé commence par ce changement de nom et par un grand nombre d'évènements équitables. Tout au long de l'année 2012, Fairtrade Lëtzebuerg mettra l'accent sur un produit et un événement spécifique dans le but de démontrer le lien intrinsèque entre le producteur et son produit.

Une « succes story », qui dure depuis 20 ans

Commerce équitable, Fairtrade : des mots quasi inconnus il y a 20 ans...

En 1992, l'organisation TransFair-Minka est créée par les pionniers ASTM, Pax Christi et les Boutiques du Monde d'Ettelbruck, Esch et Luxembourg. Un début assez modeste avec le café comme seul produit proposé dans 3 boutiques du monde. Aujourd'hui le marché luxembourgeois compte plus de 800 produits issus du commerce équitable labellisés dans plus de 170 points de vente, du petit supermarché local en passant par les boutiques bio et les 8 boutiques du monde.

Des entreprises luxembourgeoises leurs ont emboîté le pas sur le long chemin équitable. Effectivement depuis 1992, 14 preneurs de licence nationaux ont, au fur à mesure, renforcé le marché grand-ducal. Le café, les produits chocolatés et les confitures existent en version équitable et « made in Luxembourg ». C'est certes un succès pour le commerce équitable, mais tout aussi pour le commerce local et régional. Fairtrade Lëtzebuerg est fier de pouvoir constater que la solidarité Nord-Sud va de pair avec la solidarité Nord-Nord ! Deux partenaires luxembourgeois nous montrent une belle illustration de cette solidarité qui combine équitable, social et local : depuis 2010-2011, la « ChocolaTri » du Tricentenaire et l'association Autisme a.s.b.l. produisent du chocolat et de la confiture Fairtrade dans leurs « ateliers protégés ». Ils permettent ainsi à des personnes en situation d'handicap de se développer et de s'épanouir professionnellement dans un cadre approprié tout en aidant parallèlement les producteurs du Sud.

Depuis 1992, la qualité et la diversité des produits du commerce équitable ne cessent de progresser, d'autant plus que l'offre va bien au delà des denrées alimentaires. Du coton, des fleurs, des ballons de football et bientôt de l'or Fairtrade complètent la gamme de produits du commerce équitable présente sur le marché luxembourgeois.

Grâce à d'intenses campagnes d'information et à des actions de sensibilisation, le commerce équitable a gagné en notoriété. Le label du commerce équitable est aujourd'hui connu par le grand public et la confiance apportée au système Fairtrade croît. Ces dix dernières années, au Luxembourg, le commerce équitable a généré 32,5 millions d'euros, dont 6,16 millions d'euros rien qu'en 2010. Certains produits sont devenus les produits phares du commerce équitable, comme la banane équitable, qui est le produit préféré des Luxembourgeois et le premier produit dont la part de marché a dépassé un pourcentage à deux chiffres en 2009 ! 450 tonnes de bananes équitables se sont vendues en 2010 et les 3 premiers trimestres de 2011 montrent déjà une croissance de 29% des ventes.

L'autre produit phare du commerce équitable est sans aucun doute le produit d'origine, le café, qui affiche fièrement une part de marché de 5,31%. Vendu à hauteur de deux tonnes lors de son année d'introduction en 1992, le café rencontre aujourd'hui un succès certain avec une vente de 165 tonnes. Depuis 1992, on estime que plus de 228 millions de tasses de café équitable ont été bues par les consommateurs et consommatrices du Grand-Duché.

Les roses Fairtrade lancées en 2010, peuvent elles aussi déjà se vanter d'être les détentrices d'un record. En 2011, TransFair-Minka avait symboliquement lancé un défi : fin 2011, il y aurait une rose Fairtrade vendue par habitant au Luxembourg. La réalité a dépassé nos attentes : pour 2011, on totalise 693400 roses Fairtrade vendues à travers tout le pays - défi relevé haut la main.

20 ans après ses débuts, Fairtrade Lëtzebuerg peut être fière du travail accompli et du développement des ventes. En 2010, une croissance des ventes de 16% a été enregistrée et le Luxembourg occupe la 6^e place mondiale en ce qui concerne la consommation de produits issus du commerce équitable avec une dépense moyenne de 12 € per capita. Ces résultats sans précédents sont surtout un succès pour les producteurs du Sud, pour lesquels les retombées sont hautement positives.

Une des raisons, qui expliquent cette « succes story », sont sans aucun doute le travail de sensibilisation et d'information ainsi qu'une bonne collaboration avec les partenaires commerciaux. Le travail réalisé auprès des « grands consommateurs » que sont les établissements gastronomiques, les lycées et les administrations communales, porte également ses fruits. Fairtrade Lëtzebuerg encourage ces établissements et institutions à s'engager davantage pour le commerce équitable et à consommer des produits Fairtrade. Les chiffres de 2012 font état de 109 « Fairtrade Zones », 10 « Fairtrade Gemengen » et 6 « Fairtrade Schools ».

Lobbying et sensibilisation pour un monde plus juste

Tout au long des 20 dernières années, le travail de Fairtrade Lëtzebuerg s'est diversifié et professionnalisé. En 1992, l'équipe de TransFair-Minka était composée de bénévoles. Aujourd'hui, 4 employées, ainsi que des volontaires européens et de coopération se chargent de développer une dynamique équitable au Luxembourg. Pour sensibiliser un maximum de personnes, Fairtrade Lëtzebuerg cible différents publics et travaille sur plusieurs fronts : travail éducatif dans les écoles, campagnes nationales et interactives pour le grand public, communication constante via les médias, projets spécifiques pour le secteur de la gastronomie, les lycées et les communes. Parallèlement aux volets de la sensibilisation et de l'information, Fairtrade Lëtzebuerg décerne le label Fairtrade aux partenaires commerciaux luxembourgeois et contrôle sa bonne mise en place.

Le travail effectué dans les écoles, lycées et à l'université s'est également fortement intensifié. Tout au long de l'année, des ateliers englobant diverses thématiques, des projets scolaires, des journées de présentation et des événements spécifiques sont organisés. Ces mesures servent à sensibiliser la jeunesse au commerce équitable. Grâce au projet « Fairtrade School », la consommation durable est à l'ordre du jour dans les lycées. En effet, en tant que « Fairtrade Schools », les lycées s'engagent pour le commerce équitable en incorporant cette thématique dans le travail éducatif et en agrandissant l'offre de produits Fairtrade au sein de leur établissement.

Au niveau politique, Fairtrade Lëtzebuerg s'engage déjà depuis des années pour que les critères du commerce équitable soient pris en considération lors des achats publics. Quelques initiatives louables ont déjà vu le jour dans certains ministères, mais il reste encore à mettre en œuvre à large échelle les propositions du programme gouvernemental en cette matière.

Les administrations communales par exemple, disposent d'un potentiel économique non négligeable et font en même temps figure de modèle à suivre. C'est pour ces raisons que le concept « Fairtrade Gemeng » a été lancé en 2011. Ce concept dépasse largement la simple consommation de produits équitables, puisqu'il consiste à sensibiliser au commerce équitable tout en intégrant tous les acteurs de la commune.

Fairtrade Lëtzebuerg a également travaillé en collaboration avec le secteur de la gastronomie pour que ceux-ci diversifient leur palette des produits équitables. C'est dans cette optique que le projet « Fairtrade Zone » a vu le jour en 2008. Les établissements de l'Horesca, qui offrent des produits issus du commerce équitable et qui s'engagent à respecter les critères d'une « Fairtrade Zone », sont ainsi certifiés « Fairtrade Zone ». Avec plus de 100 établissements labellisés, le projet est un franc succès. D'autant plus, que la plupart des exploitants vont bien au delà des critères minima en offrant une vaste gamme de produits du commerce équitable.

Des prix pour la qualité et le goût

La qualité des produits du commerce ne cesse de progresser depuis 20 ans. Effectivement, il n'est pas rare que ceux-ci reçoivent des prix tant pour le goût que pour la qualité ou bien encore pour leur dimension sociale, écologique et durable en tant

qu'alternative de choix. Plusieurs produits également disponibles sur le marché grand-ducal ont convaincu un large public et sont reconnus au niveau national et international. Ainsi, le jus d'orange « Fair Globe » et la pâte à tartiner au nougat de « Gepa Bio Cocoba » ont obtenu en mars 2008 et juin 2009, la meilleure note lors des évaluations de « l'Oekotest » et une appréciation globale désignée par un « très bien ». Le chocolat « Noir intense et force brute Pérou » de la marque Alter Eco peut s'enorgueillir de sa réussite lors d'un test à l'aveugle effectué par des experts, en obtenant le prix d'excellence parmi un assortiment de 24 chocolats. De plus, le riz « Basmati », ainsi que le riz « Thai » de la même marque ont décroché la première place dans le classement UFC « Que choisir ? ». La marque « Belvas » peut facilement rivaliser avec les plus nobles chocolats du monde grâce à son chocolat aux truffes qui a gagné le « Quality Food Award » en 2009.

En ce qui concerne les produits non alimentaires, on peut constater que les roses Fairtrade ont reçu les meilleures notations parmi les 22 bouquets testés lors de « l'Oekotest » en mai 2011 en obtenant la note « bien ».

Sur le plan national, Fairtrade Lëtzebuerg a gagné en 2011, le 2^e prix du « Grand Prix Paperjam – Communication, Marketing, Design » pour la campagne « Fairtrade Kaffi Dag ». Cette année, Fairtrade Lëtzebuerg fait également parti des nominés pour sa campagne « Ambassadeur Fairtrade ».

Un écho positif au Sud

Momentanément 905 organisations de petits producteurs et travailleurs, dont 509 en Amérique latine, 253 en Afrique et 143 en Asie, travaillent selon les normes du commerce équitable. Suivant le produit, comme le café, le cacao, le coton et le riz, qui sont essentiellement produits par de petites exploitations agricoles, Fairtrade certifie exclusivement des organisations de petits producteurs. Dans les plantations, les travailleurs doivent être organisés de façon démocratique afin d'être certifié et avoir le droit de vendre sous le label Fairtrade. 70 % des produits Fairtrade sont issus d'organisations de petits producteurs et 30 % de plantations. Plus de 1,15 millions de petits producteurs et de travailleurs, répartis dans 63 pays, bénéficient directement des avantages du commerce équitable. Ce chiffre ne cesse d'évoluer, notamment avec une croissance de 18 % depuis 2008. En 2009-2010, les organisations de producteurs ont reçu 51,5 millions d'euros reversés sous forme de primes sociales du commerce équitable, en plus des prix minima garantis. Ainsi, grâce au système Fairtrade plus de 6 millions de personnes ont pu améliorer leurs conditions de vie et de travail. Le commerce équitable contribue sur le long terme à cette amélioration, mais également à la stabilité et au développement de nombreuses régions du Sud, qui sont trop souvent économiquement défavorisées.

Au niveau international, la révision et la réorganisation des standards Fairtrade ont fait parti des projets phares de 2010-2011. Grâce au « New Standards Framework (NSF) », les standards Fairtrade sont plus compréhensibles et la prise en compte de l'environnement local des producteurs joue un rôle accru. De plus, depuis octobre 2011, les producteurs Fairtrade ont 50 % des droits de vote au sein du système Fairtrade. C'est le seul système, dans lequel les producteurs ont un vrai pouvoir de décision.

Le système Fairtrade compte 25 membres : 19 initiatives de labellisation, 3 réseaux de producteurs, 3 partenaires-membres, qui s'engagent pour le commerce équitable au niveau local et national. En 2010, le chiffre d'affaires a atteint 3,9 milliards d'euros, une augmentation de 15 % par rapport à l'année précédente. 27000 produits Fairtrade sont en vente dans plus de 70 pays à travers le monde.

Fairtrade 20+ : Les défis pour l'avenir

Il est impensable de marginaliser le commerce équitable vu l'actualité de la situation économique délicate. Les crises financières et alimentaires ne font que renforcer la précarité et la situation désastreuse des populations des pays les plus pauvres. Le commerce équitable s'installe alors comme une évidence. Le défi consistera à consolider et à développer le commerce équitable dans le Nord afin de perpétuer les efforts de soutien aux petits producteurs et leur permettre d'exister de leur métier.

Le désir le plus cher de Fairtrade Lëtzebuerg serait de voir les critères Fairtrade figurer en bonne et due place tant au niveau gouvernemental, que dans le secteur de l'entrepreneuriat. Ces « consommateurs de masse » ont un potentiel économique conséquent et en achetant des produits issus du commerce équitable, ils peuvent contribuer fortement à l'amélioration de la vie des producteurs du Sud. Le but est d'introduire et de renforcer la vente et la consommation de produits Fairtrade par le biais des restaurants, des cafétérias et des distributeurs automatiques des grandes et petites entreprises ainsi que des bâtiments publics.

Il est également très important de sensibiliser les grandes entreprises au commerce équitable, d'entamer et de continuer les collaborations avec celles-ci. Certaines grandes entreprises comme « Ben&Jerry's » donnent l'exemple : tout leur assortiment de glace est certifié Fairtrade. Ceci montre bien, que les grandes entreprises multinationales peuvent emprunter le chemin équitable. Ce n'est ni un effet de mode, ni une image attendrissante, mais bien une réelle philosophie d'entreprise ! Il est également

important de trouver de nouveaux partenaires commerciaux au Luxembourg pour cette belle aventure qu'est le commerce équitable. De l'agrandissement de la palette de produits dans les supermarchés jusqu'à la réalisation de nouveaux produits « made in Luxembourg » : Fairtrade Lëtzebuerg s'est donné beaucoup de défis pour les 20 prochaines années.

Avec une bonne dose d'idéalisme, Fairtrade Lëtzebuerg espère, dans les 20 prochaines années, voir le commerce équitable sortir des marchés de niche, pour s'établir comme un modèle commercial d'une toute simple évidence.