Bonnes œuvres à bon marché

Autor(en): **Tille, Albert**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **42 (2005)**

Heft 1657

PDF erstellt am: **24.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-1013630

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Domaine Public

domainepublic.ch

Bonnes œuvres à bon marché

Foire du commerce équitable à Berne et conférence sur le microcrédit à Fribourg. Au mois d'août, la Confédération a fait pleins feux sur deux formes d'aide au développement qui ne lui coûtent pas cher. Avec des retombées positives pour les grands distributeurs. Bon et bon marché. C'est parfait lorsque les caisses sont vides!

La Suisse n'est pas championne de la coopération au développement. Pour tenir ses engagements internationaux d'élever son aide à 0,4% du PIB le gouvernement a intégré le coût des demandeurs d'asile. Cette opération comptable n'est guère brillante. Mieux vaut mettre en évidence des réussites plus honorables. A Fribourg, un film sur la création d'une exploitation agricole au Bangladesh avec l'aide d'un microcrédit octroyé par la Suisse a prouvé que de «petits sous» peuvent générer de «grands bénéfices». A Berne, la foire du commerce équitable, qui a envahi les rues de la ville avec des produits tropicaux, a illustré l'exceptionnel succès du commerce équitable en Suisse.

Tout le monde connaît la marque Max Havelaar. Son taux de notoriété en Suisse est de 85%, une performance dans le monde de la publicité. Le label est connu. Son fonctionnement l'est un peu moins. En 1992, les œuvres d'entraide créent Max Havelaar Suisse dans le but de développer la vente de produits offrant un revenu équitable aux paysans du Tiers-monde. Cette fondation n'est pas elle-même un distributeur. Elle vend des licences qui donnent le droit de commercialiser des produits sous son label. Sa connaissance du terrain et ses contrôles garantissent que les cultivateurs obtiennent un revenu équitable, que leurs coopératives sont bien gérées et que la production respecte l'environnement. Les distributeurs peuvent, sans contrôle de leur part, faire promotion sur l'aspect éthique des produits offerts. Le succès est ébouriffant. En 2004, le chiffre d'affaires des produits vendus sous ce label atteint 210 millions de francs. C'est une croissance de 35% alors que le commerce de détail est en quasi stagnation. Les parts de marché sont impressionnantes: 47% pour les bananes, 28% pour les fleurs coupées, 15% pour l'ananas. Elles sont plus modestes, à 6%, pour le café, le riz et le jus d'oranges. Avec ces chiffres la Suisse est, de loin, championne mondiale du commerce équitable.

Les origines du succès sont diverses. Max Havelaar Suisse peut s'appuyer sur une structure internationale active dans quatorze pays européens, aux Etats-Unis, au Canada et au Japon. Son démarrage a été financé par le *seco* pour un montant de 2,9 millions étalés sur une décennie. Coop a donné la seconde impulsion.

*l'article d'*Albert Tille *continue en page 7*

Sommaire

La fiscalité de l'épargne enrichit la place financière suisse.
page 2
Le 25 septembre vu de Riga.
page 3
L'asile au fil du temps, à l'heure d'une nouvelle révision de la loi.
pages 4 et 5
Le dixième anniversaire de la fondation Hirondelle, faiseuse de radios.
page 6
Pro Helvetia récite l'alphabet de la culture.
page 7
Le couteau suisse résiste aux contrefaçons.
page 8

Pétrole

Réduire le niveau des taxes grevant le prix de l'essence pour préserver le porte-monnaie des consommateurs ne ferait que reculer l'échéance et rendre plus douloureuses des adaptations inévitables.
Car les gisements ne sont pas infinis.

Edito page 3

JAA 1450 Sainte-Croix
Annoncer les rectifications d'adresses

9 septembre 2005
Domaine Public n° 1657
Depuis quarante-deux ans,
un regard différent sur l'actualité

De Laurent de Médicis à Samuel Schmid

Pro Helvetia livre un glossaire entre art et tradition pour mieux s'orienter dans l'univers mouvant de la culture.

Deux nouvelles lois sont soumises à l'examen du Parlement. L'une sur la culture, l'autre définissant la mission de Pro Helvetia.

Dans l'espoir de contribuer au débat et d'éclairer quelques choix essentiels de la politique culturelle, Pro Helvetia a édité un petit glossaire où sont définis une sélection de mots-clé. Son titre : *De A comme art à T comme tradition.* (Plutôt pâteux, pour ne pas dire comateux ce «comme-art-à-T», l'euphonie ne devant pas être un critère pris en compte à Pro Helvetia).

Le glossaire recense donc quelques mots incontournables, «artiste», «encouragement à la culture», «liberté artistique», les commente dans leur acception générale, mais aussi selon les spécificités suisses et les objectifs de Pro Helvetia.

Silvia Ricci Lempen et Christian Rentsch réussissent à leur honneur cette mission, ô combien périlleuse, qui touche à l'esthétique, la sociologie, le droit constitutionnel. Inévitablement, ils sont conduits à rappeler que l'art est éclaté, qu'il se sert des supports les plus variés, qu'il n'échappe pas à la globalisation des échanges mondiaux. Bref qu'on ne saurait définir abstraitement des critères de légitimité. Par conséquent, ce n'est pas sans tension que l'on peut demander à Pro Helvetia de faire connaître des œuvres suisses représentatives ou identitaires, tout en respectant la totale liberté de création. La dénomination «Pro Helvetia», ringarde, pour désigner une fondation censée repérer et faire connaître les créations les plus novatrices, exprime bien cette difficulté.

Politique culturelle

Même dans un paysage culturel éclaté, des supports essentiels et coûteux doivent être gérés : les bibliothèques, les musées, les théâtres, les orchestres, l'opéra. Ici interviennent les villes, premier soutien de la culture (873 millions) ou les cantons (823 millions, avec l'appui des loteries). En regard, l'apport de la Confédération est modeste: 9% du budget suisse. 210 millions sont notamment alloués à l'Office fédéral de la culture, dont 30 millions vont à Pro Helvetia, qui dispose donc d'un budget extrêmement modeste.

Le glossaire, où l'on trouve ces chiffres utiles, a le mérite de poser des questions pratiques: comment encourager la relève? Une troupe de théâtre ne peut, par exemple, être jugée sur un seul spectacle. Quel est le temps, non seulement de la création, mais aussi de la confirmation?

Et enfin, question qui n'est pas éludée, le financement est fait avec l'argent du contribuable. Or les créations culturelles classiques ne touchent que 10 à 15% de la population. Il y a de bonnes réponses à cette objection d'élitisme.

Les choix publics

Les magistrats politiques, en fonction, n'interviennent pas dans les choix des organes culturels. Ils ne veulent pas être soupçonnés d'ingérence étatique. De surcroît la structure fédéraliste multiplie les centres de décision. Et la Suisse n'a pas de capitale (Zurich y prétend peut-être) où se créent, à proximité du pouvoir, les courants novateurs, où s'affirme un style, où naissent les modes.

Cette absence de centre aux effets de résonance devrait être compensée par l'affirmation des choix personnels des magistrats les plus haut placés. Autant il est sain qu'ils n'interviennent pas dans les jugements des jurys, autant il serait souhaitable qu'ils disent qu'à titre personnel et en prenant le risque de le justifier et de l'assumer, ils retiennent et récompensent tel artiste, tel projet.

Dans cette optique, le président de la Confédération devrait avoir à attribuer un million du budget culturel. Cette décision rendue publique avec le cérémonial qui convient serait, démocratiquement, le fait du prince qui atteste que la création culturelle fait partie de la vie de la cité. *ag*

Silvia Ricci Lempen et Christian Rentsch,
De A comme art à T comme tradition.
Glossaire de la politique culturelle en Suisse.
Editorial d'Yvette Jaggi. Pro Helvetia, 2005.

Suite de la première page

Max Havelaar

La promotion du commerce équitable renforçait son image de défenseur de l'environnement. La concurrence a fait le reste. Migros a suivi et, plus discrètement, les autres distributeurs. Tout le monde est gagnant dans l'opération. Les petits producteurs reçoivent en moyenne des prix de 40% supérieurs aux cours mondiaux. La fondation est dans les chiffres noirs depuis 2002. Elle a encaissé l'an passé quatre millions pour la vente de ses licences. La Confédération peut faire valoir un beau succès à moindre coût. Moins de trois millions déboursés en dix ans, c'est une goutte d'eau en regard de l'enveloppe annuel des crédits pour le développement qui frôle les deux milliards. Quant aux grands distributeurs, ils se font de la publicité en vendant des produits plus chers, mais plus équitables. Les consommateurs paient au bout de la chaîne. Modestement. Quelque dix centimes pour un kilo de bananes ou nonante centimes pour un ananas. Et ils le font volontairement.

Le commerce équitable reste cependant un remède homéopathique dans la lutte contre la pauvreté. Il ne représente que 0,01% du commerce mondial. Mais il a l'ambition - la folle ambition - de montrer des pistes à l'OMC qui, à ce jour, n'est pas parvenue à prendre en compte les normes sociales et environnementales dans la réglementation des échanges mondiaux. *at*