

Le commerce équitable : une alternative à la pensée unique

Autor(en): **Fischer, Claire**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Femmes suisses et le Mouvement féministe : organe officiel des informations de l'Alliance de Sociétés Féminines Suisses**

Band (Jahr): **87 (1999)**

Heft 1437

PDF erstellt am: **08.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-281674>

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.

Claire Fischer

Une alternative à la pensée unique

L'injustice n'est pas une fatalité. Pour encourager l'amélioration des conditions de travail dans les pays du tiers-monde, il est possible de consommer au profit d'un commerce équitable.

En Suisse, le « commerce équitable » est né de la prise de conscience de l'injustice et des inégalités des échanges commerciaux entre pays industrialisés et pays du tiers-monde, d'une part, de la volonté d'introduire des valeurs éthiques comme l'équité et la solidarité dans les relations commerciales d'autre part. Initialement considéré comme alternatif et marginal, le commerce équitable s'intègre aujourd'hui dans un courant qui vise à replacer l'humain au centre des échanges.

Une professionnalisation nécessaire

Les Magasins du monde ont été les pionniers de cette approche. Les produits qu'ils vendent ont en commun de répondre à des critères précis en matière de justice sociale, de développement et d'écologie.

Daniela Sgarbi Scioli, présidente de l'association des « Botteghe del Mondo » au Tessin, affirme que « même si nous sommes en marge du commerce traditionnel, nous devons nous professionnaliser pour mieux répondre à la demande des personnes consommatrices ». Avant, ajoute-t-elle, les gens acceptaient d'acheter un peu n'importe quoi, pourvu qu'ils aient l'impression d'aider. Désormais, la clien-

tèle réclame des produits de qualité et exige une information qui dépasse les mots d'ordre et la bonne conscience. Elle souligne également que pour les bénévoles, il s'agit d'un travail stimulant, enrichissant, mais extrêmement exigeant : le personnel chargé de la vente est maintenant amené à faire de la politique du développement, et non plus seulement de la vente.

La fondation Max Havelaar est un autre acteur du commerce équitable. Elle ne commercialise pas directement des produits « équitables », mais stimule la création de circuits de commercialisation répondant à des critères d'équité; elle distribue des licences aux producteurs, importateurs et distributeurs qui répondent aux critères de la fondation. En achetant des produits portant le label Max Havelaar ou en fréquentant les Magasins du monde, les gens contribuent à la multiplication de coopératives de paysannes, indépendantes des grands circuits commerciaux, et à l'instauration de conditions de production qui ménagent l'environnement dans les plantations.

L'information, pilier indispensable du commerce équitable

Lavinia Sommaruga, coordinatrice pour la Suisse italienne de la fondation Max Havelaar, insiste sur la nécessité de mettre l'accent sur l'information des consommateurs et consommatrices, afin de leur don-

ner des outils pour comprendre leur rôle dans l'établissement d'un commerce plus juste à l'échelle mondiale. « En achetant du miel, du jus d'orange, du café, vous êtes actrices, ou acteurs, du processus de développement », explique-t-elle. Acheter au sein des circuits parallèles du commerce équitable est une occasion offerte à chacun-e d'agir concrètement contre les lois injustes du commerce international.

Les femmes vecteurs du commerce équitable

Le commerce équitable se décline avant tout au féminin. Dans les pays de production, les femmes, souvent responsables de la subsistance de la famille, acceptent plus volontiers que les hommes d'emprunter de nouvelles voies. Elles n'hésitent pas à remettre en question des modalités de distribution bien ancrées et se montrent désireuses de collaborer avec les tenant-es du commerce équitable. Du côté de la distribution, les femmes sont également très présentes : on les retrouve comme vendeuses ou membres des groupes de pression qui se mobilisent pour imposer le café équitable dans leur supermarché local. On retrouve même une femme à la tête de la fondation Max Havelaar. Espérons que cela continuera et que la professionnalisation du secteur n'entraînera pas sa masculinisation. En attendant, allez donc goûter le quinoa des Andes...

