

## ASSOCIATION LOI 1901

Mouans-Sartoux le 31 Mai 05

Chers ami-e-s,

Au sommaire de cette lettre:

- o Les produits en vente à la boutique... les prix baissent ... mais..
- o Un rapport sur le commerce équitable en France
- o L'ouverture d'un point de distribution à Peymeinade
- o La formation de bénévoles: samedi 24 juin
- o L'amélioration de la communication sur ce qui nous sommes
- o La visite des exploitations des producteurs locaux

## Produits boutique

On a modifié les prix par étapes. Tout n'est pas fait !!!

La règle utilisée :

- 23% tous les produits (dont les cafés Libero Mondo) sauf :
- 10% : Huile d'olive de Nice
- 15% : Cafés Solidar'Monde et Malongo
- 17% : tous les produits frais sauf la viande de canard (23%)

La 1ère étape faite ce soir concerne Solidar'Monde et Commercio Alternativo.

On a corrigé les prix de vente de 4 produits :

- Raisins sultana : 3.22
- Dattes séchées Medjoul : 4.34
- Carcadé Kénia : 1.64
- Noix Amazonie : 1.45



## Rapport sur le commerce équitable en France

Ce rapport a été réalisé dans le cadre d'une mission parlementaire confiée à Antoine Herth auprès de Christian Jacob, ministre de la Consommation. Il analyse le phénomène du commerce équitable en s'appuyant sur l'état de lieux des initiatives françaises et internationales en la matière. Vous trouverez ce rapport à l'adresse suivante ([http://www.premier-ministre.gouv.fr/information/actualites\\_20/40\\_propositions\\_pour\\_soutenir\\_53088.html](http://www.premier-ministre.gouv.fr/information/actualites_20/40_propositions_pour_soutenir_53088.html)) et vous pourrez le consulter ou l'emprunter à la boutique pour les non connectés.

Ce rapport est très intéressant... pour les données qu'il réactualise, mais pour le reste, nous trouvons qu'il fait un peu trop la part belle à Max Haavelar et Malongo... On en fera l'objet d'une séance de formation.

## Ouverture sur PEYMEINADE



A l'initiative de M. BOUSIGUES, un adhérent de Peymeinade, la MCE livre les achats des adhérents de la MCE sur Peymeinade dans un local situé 34 av Boutigny PROXIM Services Esterel Azur. Cette livraison se fait un samedi tous les 15 jours de 10h à 12h à cette adresse... et il est possible de prendre sur place les commandes pour la permanence suivante.

Ainsi, ceux qui, par manque de temps ne peuvent se rendre à Mouans-Sartoux aux heures d'ouverture de la boutique, peuvent se procurer les produits équitables du sud et de l'arrière pays. Nous remercions Pierre Arnaud de son initiative qu'il met en œuvre avec l'aide de François DELETANG.

L'objectif est également de développer la sensibilisation au commerce équitable: de la documentation sera également disponible... et le premier jour a d'ailleurs été l'occasion de faire 5 adhésions...

## L'amélioration de notre communication à la boutique

Jean-Pierre Rimsky Korsakov nous a fait remarqué qu'au premier coup d'œil, en rentrant dans notre boutique, on ne pouvait pas voir ce qui faisait la différence avec les autres boutiques...

Il faudrait un ou deux bénévoles pour prendre en charge la communication dans la boutique: il n'apparaît assez clairement les engagements que nous prenons, les valeurs que nous défendons... on gagnerait à soigner notre image...

Il s'agit de Communication et aussi de savoir se servir des outils informatiques à notre service...

Si vous avez des idées et des compétences...

## **Formation des bénévoles sur Labellisation du coton par Max Haavellar, et "les noix de lavage".**

Dans le cadre de la formation des bénévoles, nous organisons une "table-ronde" autour des deux thèmes ci dessus. Nos échanges se feront à partir d'articles et de documents collectés sur ces sujets afin d'enrichir notre réflexion en la mutualisant ! Cette formation aura lieu **le samedi 25 juin, à la Maison Bleue (3ème étage) à Mouans-Sartoux de 10h à 12h00.**

Pour vous inscrire, merci d'informer Michela: [michela.bordin@wanadoo.fr](mailto:michela.bordin@wanadoo.fr) ou de vous signaler à la boutique. Cette formation est aussi ouverte aux adhérents, bien sûr.

## **Producteurs locaux: Visite des exploitations**

Un tableau des visites est affiché à la boutique. Il est mis à jour en temps réel par Magali et Armanda... Les producteurs sont très heureux de nous rencontrer... Ils apprécient le retour que nous leur faisons sur leur travail, autant que nous apprécions, lorsque nous dégustons leurs produits, de nous remémorer les lieux où ils sont fabriqués et .. les personnes qui les produisent... Alors, n'hésitez pas à vous inscrire: les adhérents s'organisent pour optimiser le remplissage des véhicules et passent la journée à la montagne ... Après la visite de l'exploitation du producteurs, un bon picnic, une petite sieste, et on redescend...

**Armanda SCOZZARI**  
**Téléphone :04 93 75 52 23**  
**Ou Magali FLETCHER**  
**04 9292 0677**

*Pour l'équipe,*

## Le commerce équitable peut-il favoriser un nouveau rapport à la consommation ?

Interview paru dans l'édition de juin de "La Dynamo", la revue de l'APEAS (Association Provençale pour les Economies Alternatives et Solidaires)

Il peut être intéressant, notamment pour ceux qui viennent d'adhérer à la MCE, de s'approprier l'histoire et les projets de la MCE: cet article peut y contribuer.

Un commerce équitable qui s'affiche en grand dans nos rues et sur nos ordinateurs à l'occasion de la 5<sup>ème</sup> quinzaine lancée par la Plate-Forme du Commerce Equitable, faut-il y voir un succès pour le concept ou au contraire une opération réussie de récupération et d'affadissement du concept ? Peut-on encore, dans ce contexte, espérer du commerce équitable qu'il favorise l'émergence d'un rapport nouveau à la consommation ?

Sans aucun doute, les campagnes actuelles en faveur du commerce équitable semblent bien parties pour récupérer le commerce équitable, permettant au capitalisme de retrouver un peu de légitimité aux yeux de la société, notamment aux yeux des salariés et des consommateurs, et lui permettant de poursuivre sa route tout en engrangeant des profits croissants. Si cette évolution n'est pas totalement négative quant à sa possibilité de faire évoluer les modes de production, elle semble cependant peu apte à provoquer une réelle remise en question de nos modes de consommation.

Dans les Alpes maritimes, à Mouans-Sartoux une association, la MCE (Mouansoise de Commerce Equitable) tente d'apporter une réponse pragmatique à cette problématique.

Patrick RIBAS, l'un des animateurs de ce projets né il y a un peu plus de deux ans nous propose les solutions qu'ils ont mis en œuvre.

### Le commerce équitable nouvelle forme de charité ?

Lors de sa création, la poignée de militants d'Attac à l'origine de la MCE a posé le postulat suivant: pour aider les peuples du Sud, les actions de charités ne suffisent pas. Les échanges entre le Nord et le Sud doivent se faire sur un pied d'égalité.. Nous devons, lorsque nécessaire, acheter les produits du Sud en fournissant aux producteurs le

revenu qui va leur permettre de rémunérer leur travail à sa juste valeur et leur permettre de vivre dignement.

### Le commerce équitable ne touche pas que les producteurs au Sud

Cette analyse nous sommes nombreux à la partager... mais notre activité militante de ces dernières années nous a aussi apporté beaucoup d'éléments de réflexion sur les échanges Nord Sud avec une vision plus large: Attac, le CCFD, la Confédération Paysanne, ont des analyses convergentes sur l'inégalité des échanges Nord Sud. La création des AMAP dans les Alpes maritimes nous avaient sensibilisés également à la situation des petits producteurs locaux dans l'arrière pays niçois.

Le parallèle de situations entre un petit producteur de bananes en République Dominicaine et un petit producteur de fromages de chèvres à Collongues au dessus de Grasse est frappant: même si les difficultés prennent des aspects différents (pression des multinationales qui fixent les prix d'achat au Sud et pression des grandes surfaces au Nord), l'explication est de même nature. Dans les deux cas, l'acheteur-revendeur pour maximaliser sa marge, va vouloir faire baisser le prix de vente du producteur. La plupart du temps, cela se traduit par une baisse de la qualité du produit et par une dégradation de la qualité de vie du producteur et de sa famille.

Du fait cette analyse, nous soutenons, qu'ils soient bio ou non, des petits producteurs des Alpes Maritimes, des Alpes de Haute Provence, des Hautes Alpes et du Var. Au 1<sup>er</sup> mai 2005, ils sont 16 à avoir passé des contrats de partenariat avec la MCE: nous les rencontrons une fois l'an, ils nous font visiter leur exploitation et nous présentent leur métier. En boutique, nous savons parler d'eux et de leurs produits.

A ce jour, dans notre boutique, 40% des ventes sont réalisées sur des produits locaux et 60% avec des produits labellisés "commerce équitable".

Un modèle économiquement viable La MCE, créée en novembre 2002. Elle regroupait alors une trentaine de famille, aujourd'hui, nous sommes 400. En mai 2003, nous avons, avec l'aide de la mairie de Mouans-Sartoux ouvert une boutique (2 jours par semaine tenue par des bénévoles). En septembre 2004, nous avons créé un premier emploi (CDI temps partiel 50%) et en mars 2005, un second (CDI 30%).

Notre objectif est de démontrer que le commerce équitable, en sus d'être éthique, est économiquement viable. En 2004, la subvention de la commune représentait 3% sur les 56 000€ de nos produits d'exploitation. Et cette subvention ne couvrirait même pas le seul fonctionnement associatif de la MCE: la lettre d'information mensuelle aux adhérents, l'assurance de type association, les formations,... représentent plus du double de la subvention. La MCE a donc la capacité financière de payer (charges comprises) 80% d'un salaire calculé sur la base de 120% du SMIC. Nous avons pour objectif d'autofinancer en 3 ans 1,5 emploi de CDI et pour ce faire nous comptons sur un aide de la région PACA.

Les aides publiques viennent pallier en la matière le manque de capitaux pour financer ce type de projets. Dans le cas de la MCE, nous avons travaillé 2 ans et demi pour établir la légitimité de notre travail et prétendre à une aide conséquente des institutions. Pendant 2 ans et demi le travail fourni par les bénévoles de l'association a représenté 1,5 emploi (la mesure de l'activité des bénévoles nous est apparu nécessaire pour justifier de notre positionnement différent vis à vis des commerçants locaux).

### **La capacité du capitalisme à récupérer la critique pour se doter d'une image propre**

Pour ce qui est des campagnes de pub du Commerce Equitable, du rôle que jouent les grand labels au sein de cette campagne, de la récupération de l'image positive du Commerce Equitable, nous avons débattu dans la MCE. Notre conclusion: cela ne sert à rien de s'opposer à la récupération des grandes surfaces... il faut au contraire récupérer leur pub en communiquant dans les espaces qu'elles oublient de remplir. Le public découvrent le commerce équitable au travers d'une grande marque de café fabriqué par une grande enseigne (dont les usines sont situées dans les alpes maritimes). Tant mieux! C'est la première étape... la seconde étape ce sera de rencontrer cet acheteur, au moyen d'un article dans le journal régional ou une revue associative, de le rencontrer lors d'une foire ou d'une manifestations associatives et de lui expliquer que le Commerce Equitable , ce n'est pas seulement le Café Max Haavelar de Malongo (zut, je l'ai dit...). Ainsi le contact est établi... il faut passer à la phase 2.

#### **Le pouvoir d'action des consommateurs**

La phase 2 est une phase d'éducation: nous accompagnons les consommateurs adhérents dans une réflexion sur l'acte d'achat qui va les

amener progressivement à se poser les questions suivantes lors de tout achat: quelles sont les conditions dans lesquelles ce produit a été fabriqué, au regard du producteur et de l'environnement? Il ne s'agit pas de développer un stress chez l'acheteur, bien au contraire, car une fois que les critères de choix ont été mis en évidence, les achats ont plutôt tendance à provoquer chez les acheteurs consommateurs, un état de bien être provoqué par la mise en cohérence de leur système de valeurs avec leurs actes.

Pour nourrir cette réflexion nous proposons des réunions de réflexion sur un ou des thèmes que l'un d'entre nous aura préparé (la vente de produits équitables en ligne via Cdiscount, par exemple). Nous mettons par ailleurs en pratique nos analyses. Ainsi, nous préférons proposer à produit égal, les produits locaux aux produits importés du Sud. Un cas significatif est celui du miel: le miel de l'arrière pays grassois est d'un moindre coût écologique que le miel maya qui a fait 5000 km pour arriver jusqu'à nous.

Le débat fait partie de notre action d'éducation populaire, et il n'aboutit pas toujours sur un position claire, comme ce fut le cas avec la vente de ces œufs au chocolat qui renferment un petit bibelot équitable, que certains de nos adhérents utilisent comme un moyen pédagogique pour

aborder le sujet avec les enfants, et que d'autres adhérents soupçonnent d'être un apprentissage à la consommation du superflu.

Ainsi, en nous revendiquant d'une action d'éducation populaire, nous encourageons une réflexion chez nos adhérents-consommateurs qui doit les amener à consommer des produits de saisons et plutôt locaux.

#### **Les axes de développement**

Depuis fin mars, avec 3 autres associations (Planeterre, libraire-éditeur alternatif, la Confédération Paysanne 06 et l'ADDEAR , un organisme de formation paysan) nous regroupons nos moyens pour plus d'efficacité: nous louerons ensemble le même espace et mettrons nos moyens matériels en commun: là aussi, dans le domaine associatif, il est important à mon avis de "consommer local" (un travail de proximité, avec des acteurs de proximité) et équitables (on partage les objectifs, les moyens, les ressources, ...) En agissant ainsi, on ne se coupe pas du Monde, je pense qu'on a au contraire su intégrer sa vraie dimension, en débarrassant les échanges de tout mercantilisme pour ne retenir que le plus important, l'échange culturel... Mais bon, là je vais sans doute trop loin, il nous reste encore un "peu" de travail pour en arriver là.. et puis, on est pas tous obligés d'y arriver en même temps...