

Tekst 5

Le commerce équitable est à la mode



(1) Sur la place centrale de Puno, dans le sud du Pérou, il faut bien chercher pour trouver la petite boutique de produits artisanaux équitables. Sur chaque étiquette on peut lire qui gagne quoi, entre autres le producteur, l'intermédiaire et l'association. C'est un principe de transparence du commerce solidaire. Rien d'extraordinaire donc, mais à côté de la boutique se trouvent un bistrot et une agence bancaire équitables où l'on prête à 1,8% pour des projets agricoles ou artisanaux équitables. C'est aussi là qu'on distribue la «prime mortuaire» de 200 dollars lorsqu'il y a un décès dans la famille pour payer les frais d'obsèques. De nombreux producteurs au Pérou parlent volontiers de cette aide mortuaire perçue comme un acte de reconnaissance, de respect du petit producteur au moment où il vit un drame personnel. Tout comme la possibilité d'emprunter à 1,8% pour des frais d'hospitalisation.

(2) Au Pérou, le commerce équitable a changé la vie des agriculteurs et des artisans. Maintenant, ce sont eux qui s'adressent aux vendeurs pour entrer dans la filière et séduire l'importateur Ethiquable, les vendeurs Max Havelaar ou Artisans du monde. Tous ces organismes veulent aider les petits producteurs, mais ils ont d'autres idées quant à la manière de commercialiser leurs produits.

(3) Artisans du monde, pionnier en la matière, s'est lancé dans les années 1970 dans le commerce solidaire avec ses «boutiques tiers-monde», après l'appel lancé par l'abbé Pierre en faveur du Bangladesh. Avec 152 magasins tenus, en partie, par 6500 bénévoles, Artisans du monde refuse la vente en grande surface. Cédric Gervet, l'un des dirigeants, pense en effet que l'entrée du commerce solidaire dans les hypermarchés a «caché la dimension politique du commerce équitable».

- (4) Au contraire de Max Havelaar, un roi de la communication qui a réussi à imposer son logo un peu partout, à commencer par les grandes surfaces.
- 55 Avec un million de producteurs partenaires, l'association domine le marché, puisque 75% des produits équitables sont étiquetés Max Havelaar.
- 60 (5) Malgré leurs divergences, tous les organismes sont au moins d'accord sur un point: heureusement, le commerce équitable permet de rémunérer correctement les producteurs, de les
- 65 maintenir dans leurs champs ou leur atelier plutôt que de les voir partir à la ville. Ce commerce a un effet vertueux tout au long de la chaîne: le producteur est mieux payé sur la base d'un prix
- 70 juste et stable, il reçoit l'argent immédiatement; l'intermédiaire gagne sa vie et fait son métier; le consommateur peut acheter un produit en sachant que le producteur est respecté et bien rémunéré.
- 75 (6) Tous se retrouvent sur le terrain de la défense de l'environnement. C'est au stade de la vente qu'Artisans du monde va plus loin. Pour ses membres, le
- 80 commerce n'est pas une fin en soi et «il faut passer de l'acte de charité et de solidarité à la mobilisation politique». Ethiquable, AVSF¹⁾ ou Max Havelaar
- 85 ne se situent pas, officiellement, sur ce terrain, mais lorsqu'ils forment les paysans et les dirigeants des coopératives qui ensuite se présentent à des élections, ils font eux aussi de la politique. Mais autrement.

noot 1 AVSF: Agronomes et vétérinaires sans frontières

Tekst 5 Le commerce équitable est à la mode

- 1p 16 Quel est l'essentiel du premier alinéa?
Au Pérou,
- A certains artisans et agriculteurs peuvent avoir recours à plusieurs aides financières.
 - B la plupart des petits producteurs n'ont pas les moyens de payer les frais d'une assurance maladie.
 - C les frais d'obsèques sont tellement élevés que des producteurs ont décidé d'y contribuer par solidarité.
 - D les produits artisanaux équitables gagnent en popularité parmi les consommateurs.

- «le commerce ... des artisans» (lignes 26-28)
- 1p 17 De quel changement est-il question au 2ème alinéa?
- A Les agriculteurs et les artisans ont créé une association pour mieux organiser la vente de leurs produits.
 - B Les agriculteurs et les artisans prennent eux-mêmes l'initiative de trouver les meilleurs partenaires pour vendre leurs produits.
 - C Les importateurs essaient d'organiser une collaboration exclusive avec les agriculteurs et les artisans.
 - D Les importateurs négocient entre eux les conditions sous lesquelles la vente des produits doit se faire.
- 1p 18 Laquelle/Lesquelles des affirmations suivantes correspond(ent) aux 3ème et 4ème alinéas?
- 1 L'organisme Artisans du Monde ne permet pas la vente de ses produits dans les grandes surfaces.
 - 2 L'organisme Max Havelaar est le numéro un dans le commerce équitable dans le monde entier.
- A Aucune.
 - B La première.
 - C La deuxième.
 - D Les deux.
- 1p 19 Qu'est-ce qui est vrai selon le 5ème alinéa?
- A Ce sont en fin de compte les consommateurs qui tirent le plus de profit du commerce équitable.
 - B Grâce au commerce équitable, le dépeuplement des campagnes au profit des villes s'est enfin arrêté.
 - C Il y a de moins en moins de différences entre les organisations qui adhèrent au commerce solidaire.
 - D Le commerce solidaire s'est avéré avantageux pour tous les partenaires concernés.
- 1p 20 Que peut-on déduire de ce que dit l'auteur au dernier alinéa?
- A Artisans du monde est l'organisation qui réussit le mieux à attirer l'attention du public sur la charité et la solidarité.
 - B Artisans du monde, AVSF, Ethiquable et Max Havelaar exercent tous les quatre une influence sur la politique, que ce soit directement ou indirectement.
 - C Contrairement à Artisans du monde, AVSF, Ethiquable et Max Havelaar trouvent la défense de l'environnement le plus important.