

Séquence 22 : Choix de consommation : quels enjeux ? Quelle sensibilisation ?

Intervenants

Animation : Nicolas WIT, Directeur général adjoint de Cités Unies France

Elus : Annick BOURSIER, Conseillère municipale à Saint-Herblain ; Marie-Françoise BURGAUD, Elue communautaire à Nantes métropole

Acteurs : Damien BOSSCHAERT, Responsable Grand Ouest de l'association Yamana ; Françoise COUTERON, Administratrice d'une Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne (AMAP) ; Jean-Pierre DOUSSIN, Président de Max Havelaar France ; Pierre FARDEL, Administrateur d'Artisans Du Monde Nantes ; Jean MARTIN GOUSSET, Administrateur de Tourisme et Développement Solidaires (TDS)

Nbre de personnes dans la salle (intervenants compris) : 40

I – Introduction

A. Les grands axes de l'intervention

Nicolas Wit rappelle l'importance relative (en chiffres) aujourd'hui des achats équitables mais il souligne que cette part ne fait qu'augmenter et permet à cette forme de consommation de s'inscrire dans le paysage.

Axe 1 : Partant de ce constat, il s'interroge sur l'existence ou non de freins au développement plus fort de ce type de consommation. Son intervention met d'ailleurs en exergue une évolution, et peut être une contradiction, qui se traduit par l'arrivée sur le marché de nouveaux acteurs et produits dits équitables venant a priori renforcer l'offre faite par Max Havelaar ou Artisans du Monde mais qui du même coup semblent créer la confusion dans l'esprit du consommateur sur les véritables garanties équitables des produits qu'ils achètent.

Axe 2 : Nicolas Witt propose de concevoir la question des choix de consommation de manière plus large et d'ouvrir l'éventail de l'offre responsable : aux produits autres qu'alimentaires ou textiles notamment, en profitant de la présence de TDS ; aux produits autres qu'équitables, en proposant d'y adjoindre tant les produits issus de l'agriculture biologique, que les démarches respectueuses d'une agriculture durable en s'appuyant sur la présence de l'AMAP. En considération de ces autres choix de consommation possible, il serait intéressant de chercher à mesurer le véritable poids d'une consommation différente.

B. Parti pris ou message général

- ▶ A travers la présentation de produits, services et démarches responsables par les différents acteurs, est-il possible de faire émerger des valeurs communes ?
- ▶ Dans quelles mesures, les collectivités peuvent intégrer ces valeurs dans les achats publics ?

II - Les principaux thèmes qui émergent du débat, les questions posées et propositions

Thème 1 : différentes méthodes pour le développement du commerce responsable

Questions posées et/ou propositions : Damien BOSSCHAERT salarié de l'association Yamana : « Cette structure travaille sur l'existant avec la demande de prise d'engagements, de respect de critères par des entreprises de textile déjà présentes sur le marché. » Pierre Fardel d'Artisans Du Monde & Jean-Pierre DOUSSIN de Max Havelaar : « Ces deux structures ont une autre démarche en créant et en structurant des filières. »

Thème 2 : Positionnement du commerce équitable avec la grande distribution

Questions posées et/ou propositions : Pierre Fardel d'Artisans Du Monde ; Jean-Pierre DOUSSIN de Max Havelaar : « Un parallèle peut être fait avec l'histoire de la distribution des produits issus de l'agriculture biologique. La distribution de masse a pu, par le passé, porter préjudice à l'image de l'agriculture biologique et de ces produits. Chaque structure a une approche différente. Max Havelaar poursuit l'objectif d'une diffusion des produits équitables à grande échelle à travers la distribution en Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) et des actions de sensibilisation. Artisans Du Monde voit le commerce équitable comme un moyen de mieux répartir les richesses, de la production à la consommation, en privilégiant les circuits courts et les magasins spécialisés. Artisans Du Monde insiste sur l'importance des volets éducatifs et politiques. »

Thème 3 : commerce responsable Nord-Nord

Questions posées et/ou propositions : Françoise COUTERON d'une AMAP : « Cette forme de commerce responsable permet la création de liens notamment avec la population urbaine, à travers une relation de confiance avec les agriculteurs locaux. L'accent est mis sur l'importance de l'apprentissage du goût, de l'environnement et de saisonnalité. Cet échange répond à une demande de transparence par rapport à la production. »

Thème 4 : Les enjeux du tourisme solidaire

Questions posées et/ou propositions : Jean MARTIN GOUSSET de TDS : « Le poids économique du tourisme est important et est amené à se développer. TDS veut fonder un tourisme basé sur la reconnaissance de l'autre dans l'échange en précisant que ce n'est pas un don mais bien une prestation de services. TDS forme des professionnels sur 3 ans sur les questions de mise en avant du savoir-faire, d'hygiène ou d'alimentation. L'ensemble des circuits financiers dégagés est un moyen de développement local. »

III - Les expériences ou initiatives liées

Initiative 1 : Association Yamana / Démarche de certification équitable / Intermédiation producteurs et collectivités / Damien BOSSCHAERT (02 97 57 93 51 - damien.bosschaert@yamana-mvd.org)

« Nous avons fait l'expérience de la création d'une filière de tapis en mettant en avant les conditions sociales de production. La mise en place a été difficile. C'est pourquoi nous travaillons maintenant sur l'existant avec des entreprises du textile. Nous ne pouvons pas encore parler de produits équitables mais nous avons obtenu des résultats positifs en

matière de conditions de travail et de vie »

Initiative 2 : Tourisme et Développement Solidaires / Voyager autrement / Responsabilisation ici et co-développement là-bas / Jean MARTIN GOUSSET (06 98 76 69 96 - jeanmartingousset@wanadoo.fr)

« Une étude action a été menée dans 4 villages ruraux africains sur la possibilité d'accueillir des petits groupes de touristes pendant la saison sèche. Nous avons monté un projet social en intégrant la population, en étant proche du terrain. Les villages sont volontaires. Les touristes sont accueillis dans les villages et ont les mêmes conditions de vie que les villageois. »

Initiative 3 : AMAP / Consommer responsable / Coopérative de consommation / Françoise COUTERON (02 40 04 45 09 - fracco@free.fr)

« Cette forme de commerce permet de pérenniser des exploitations, de créer des emplois et d'avoir des débouchés supplémentaires. Il est possible de créer d'autres AMAP, il y a du potentiel du côté de la demande comme du côté de l'offre. »

IV - Les pistes de collaboration pour l'avenir et les progrès à réaliser ensemble (entre collectivités et acteurs de l'ESS)

Piste 1 : Mener une politique claire, responsable de sensibilisation au niveau interne et externe est un enjeu majeur pour faire évoluer les comportements d'achat. Les collectivités doivent être un relais d'informations et expliquer les surcoûts d'une démarche responsable aux citoyens. Les collectivités ont un rôle exemplaire à jouer notamment pendant les manifestations grand public.

Piste 2 : Le travail pédagogique avec les enfants ne doit pas être négligé. Il nécessite la mise en place d'outils adaptés.

Piste 3 : L'adaptation de l'offre de produits ou services responsables à la demande des collectivités est nécessaire pour un réel développement de la consommation responsable. Les producteurs doivent ajuster le volume et le conditionnement de leurs produits aux besoins de la collectivité. Les collectivités doivent avoir une meilleure connaissance des produits, services et démarches responsables. La mutualisation des expériences et des diagnostics avec les autres communes ou collectivités territoriales de la région ou de France est nécessaire.

V - Commentaires divers

- ▶ Marie-Françoise Burgaud a découvert les principes de l'AMAP durant cette séquence. Ce type de structure est un bon moyen de soutenir la création d'exploitations agricoles, pérenniser celles existantes et mettre en avant le savoir faire des agriculteurs locaux.
- ▶ La reconnaissance du commerce équitable doit passer par une plus grande cohérence entre les acteurs. Les auto proclamations et auto labellisations rendent le concept flou pour les consommateurs et les acheteurs publics. La question de l'élaboration d'un label officiel de l'AFNOR (L'Association Française de NORmalisation) pourrait clarifier la situation.
- ▶ De nombreuses questions ont été posées à Jean Pierre Doussin (Max Havelaar France) sur la compatibilité du commerce équitable et de la grande distribution. « Est ce qu'un

produit équitable acheté en grandes surfaces est vraiment équitable ? ». La récupération marketing et les pratiques de la grande distribution posent des questions de crédibilité de la démarche.

ANNEXE : Les coordonnées des différents intervenants

Pierre FARDEL

Artisans Du Monde Nantes
02.40.89.33.47
pierre.fardel@libertysurf.fr
22 rue des Carmélites 44000 Nantes
<http://www.artisansdumonde.org>

Nicolas WIT

Directeur général adjoint de Cités Unies France
01 53 41 81 80
n.wit@cites-unies-france.org
9, rue Christiani 75018 Paris
<http://www.cites-unies-france.org/html/home/index.html>

Marie-Laure MOTREUIL

Conseillère régionale Pays de la Loire
02-28-20-50-00
marie-laure.motreuil@paysdelaloire.fr
Hôtel de la Région des Pays de la Loire 44966 Nantes cedex 9
<http://www.paysdelaloire.fr>

Damien BOSSCHAERT

Yamana
02 97 57 93 51
Damien.bosschaert@yamana-mvd.org
Yamana Ouest/Sud-Ouest 10 rue Mirabeau 56400 Pluneret
<http://www.cg44.fr>

Françoise COUTERON

AMAP
02 40 04 45 09
fracco@free.fr

Jean-Pierre DOUSSIN

Max Havelaar France
01 42 87 70 21
doussin@aol.com
Union locale CGT - 1 place de la gare de l'Etat 44276 Nantes cedex 2
www.maxhavelaarfrance.org/

Jean MARTIN GOUSSET

Colloque 2005 – Achats responsables

Tourisme et Développement Solidaires

06 98 76 69 96

jeanmartingousset@wanadoo.fr

rue Hautière 44240 Suce sur Erdre

www.tdsolidaires.africa-web.org/

Marie-Françoise BURGAUD

Nantes Métropole

02 40 99 48 48

Nantes Métropole 44923 cedex 9

<http://www.nantesmetropole.fr>

Annick BOURSIER

Saint-Herblain

02 28 25 20 20

2 rue de l'hôtel de ville 44802 Saint-Herblain cedex

<http://www.saint-herblain.fr>