

Lettre ouverte pour davantage d'équité dans le commerce

Paul Bulcke, CEO Nestlé
Herbert Bolliger, CEO Migros
Joos Sutter, CEO Coop
Urs Riedener, CEO Emmi
Juergen Steinemann, CEO Barry Callebaut
Howard Schultz, CEO Starbucks
Don Thompson, CEO McDonalds

Zurich, le 18 octobre 2013

Produits fairtrade – pour davantage d'équité

Mesdames, Messieurs,

Nous vous adressons le présent courrier en votre qualité de représentant(e)s d'entreprises influentes qui déterminent largement l'offre de produits alimentaires en Suisse. Ces dernières années, vous avez élargi une petite partie de votre assortiment à des produits labellisés fairtrade. Cette attitude est louable et très importante car grâce aux grandes quantités que vous écoutez, vous agissez dans l'intérêt des producteurs de matières premières dans le Sud.

Toutefois, malgré l'augmentation minime des revenus des producteurs, il est encore bien difficile de parler d'équité. En effet, actuellement, la valeur ajoutée générée par le label «fairtrade» reste majoritairement dans votre entreprise et seule une petite partie revient aux cultivateurs. Prenons l'exemple des bananes: sur les 1,13 francs de différence entre les «bananes fairtrade» et les «bananes bon marché», 75 centimes reviennent aux grands distributeurs contre 17 centimes aux producteurs. Il en va de même pour la plupart des autres produits. Pour ce qui concerne les produits transformés, le déséquilibre est encore plus accentué.

Nous vous demandons de rééquilibrer les bénéfices que votre entreprise tire de la vente de produits équitables par rapport aux bénéfices des producteurs et travailleurs du Sud. Plus vous gagnez d'argent avec les produits issus du commerce équitable, plus les producteurs devraient gagner en termes de participation, de profit et d'investissement. Un label garantit le respect des standards, cependant seuls le dialogue et l'engagement sur place permettent de parvenir à davantage d'équité. Vous avez la capacité d'influencer cela. Utilisez-la!

De surcroît, nous vous demandons de communiquer plus honnêtement et de ne pas attiser de fausses attentes dans le cadre de vos campagnes publicitaires. La vente de produits labellisés fairtrade ne saurait «sauver le monde» mais constitue seulement une petite contribution à un peu plus de justice et d'équité! Vous êtes en mesure d'accroître considérablement cette contribution en élargissant le concept de commerce équitable à l'ensemble de votre entreprise et pas seulement à une petite partie de votre assortiment.

Nous vous prions d'agréer, nos salutations les meilleures,

Nom, prénom	Adresse e-mail	Signature

Collectez des signatures et envoyez les à: gebana AG, Hafnerstrasse 7, 8005 Zürich