



JUAN CARLOS ULATE REUTERS

Le café, qui fut la première denrée à faire l'objet d'un commerce équitable et qui demeure encore le produit le plus vendu, détient une part de marché d'environ 1 % au Canada et de 2 à 3 % au Québec.

P O R T R A I T

Le commerce équitable en pleine phase d'expansion

Autant au Québec qu'en France, les gros noms de l'alimentation entrent dans la danse

CLAUDE TURCOTTE

Ce samedi 13 mai est la Journée internationale du commerce équitable, célébrée au Québec comme dans beaucoup d'autres endroits dans le monde, afin de témoigner d'une démarche éminemment humanitaire mais néanmoins économique, celle d'établir un meilleur équilibre entre les faibles revenus obtenus par des millions de petits producteurs agricoles pour des produits qui sont vendus à prix fort ailleurs sur la planète. Il s'agit d'un courant mondial qui prend de l'ampleur au fur et à mesure que les efforts sont mieux structurés et que les consommateurs prennent conscience de l'importance de leurs propres décisions.

Depuis cinq ans, on organise chaque printemps, du 1^{er} au 15 mai, la Quinzaine du commerce équitable. Pour la première fois cette année, une vingtaine d'organismes de toutes les régions du Québec présentent une programmation commune. Avant que ne débute cette Quinzaine, Equiterre — un organisme sans but lucratif ayant pour mission l'éducation des citoyens à des choix écologiques et socialement responsables — diffusait un communiqué proclamant que *«les Québécois choisissent de plus en plus le commerce équitable: les ventes ont augmenté de 55 % par année en moyenne depuis cinq ans»*. Transfair Canada, qui est aussi un organisme sans but lucratif, le seul reconnu par l'Organisation internationale d'étiquetage du commerce équitable, affiche une liste de 160 compagnies accréditées et reconnues pour la vente de produits *«certifiés équitables»*, car le mot *«équitable»* pris isolément appartient à tout le monde, précise Chantal Havar, porte-parole de Transfair. Celle-ci constate que le Québec et la Colombie-Britannique sont les provinces canadiennes où le commerce équitable est le plus développé. Le café, qui fut la première denrée à faire l'objet d'un commerce équitable et qui demeure encore le produit le plus vendu, détient une part de marché d'environ 1 % au Canada et de 2 à 3 % au Québec. On compte aujourd'hui au Québec près de 3000 points de vente, en in-

cluant les supermarchés et les cafés dépotés. Outre le café, on trouve aussi parmi les produits équitables sur le marché québécois le cacao, le chocolat, le thé, le riz, les noix, et bientôt les épices. Ailleurs au Canada, on trouve aussi des fleurs, des bananes, des mangues et des ananas équitables. Il semble même que le coton s'en vienne!

Au Québec, les ventes de produits équitables ont augmenté de 55 % par année en moyenne depuis cinq ans

Peu à peu, le commerce équitable fait son entrée dans les grands réseaux de distribution alimentaire et de ventes au détail. L'an passé, Van Houtte lançait une nouvelle gamme de café équitable dans les cégeps et les universités du Québec et se disait prêt à distribuer ces produits dans toutes les écoles postsecondaires du Canada. Starbuck est entré dans le jeu également, ainsi que les grandes chaînes comme Loblaw et Metro, ce qui encourage les militants et promoteurs de cette cause humanitaire, qui est également politique et économique. Selon Transfair Canada, les ventes au détail de café, de thé, de cacao et de sucre équitables ont généré des revenus de 27 millions en 2004, en hausse de 55 % sur les résultats de 2003.

Dario Iezzoni est directeur général de Commerce équitable Québec, nom officiel de la filiale des produits Equita, détenue à 80 % par Oxfam et à 20 % par la CSQ. À son entrée en fonction en 2002, Equita générait des ventes de 421 000 \$. Pour l'exercice terminé le 31 mars 2005, les ventes atteignaient 1,3 million et les chiffres non vérifiés pour l'exercice 2006 sont de 1,97 million. *«Les ventes de café augmentent rapidement et nous diversifions notre offre dans d'autres produits d'alimentation non périssables, tels que le chocolat, le thé, le riz et les épices»*, dit M. Iezzoni. Celui-ci raconte qu'un travail effectué en préparant son MBA lui a bien fait comprendre toutes les embûches du commerce des produits périssables. Tous ceux qui travaillent à la promotion du commerce équitable au Québec sont encouragés de voir que le marché s'étend désormais dans plusieurs régions, de l'Outaouais jusqu'au Saguenay et pas uniquement à Montréal.

VOIR PAGE C 5: ÉQUITABLE

ÉQUITABLE

SUITE DE LA PAGE C 1

«Nous sommes dans une phase d'expansion des marchés, nous avons des clients qui nous disent: amenez-nous de nouveaux produits, nous allons les vendre», dit M. Iezzoni, dont l'objectif est de «créer une vague de fond durable». Les profits d'Equita, de 15 000 \$ à 20 000 \$, sont réinvestis dans des campagnes d'éducation auprès de la clientèle potentielle jeune, qui se trouve dans les milieux scolaires. Il faut donc lutter contre les habitudes de consommation et créer des réseaux «d'acheteurs précoces», qui deviennent la base de la croissance vers une plus large clientèle constante.

Equita dit avoir présentement un réseau de 600 points de vente. Ses revenus de presque deux millions proviennent à plus de 35 % de ventes au détail et à 30 % de campagnes de présentation dans les écoles et auprès de groupes divers; 30 % proviennent aussi du marché des pauses-café et d'une clientèle d'entreprise, comme le café vendu au siège social du Mouvement Desjardins et à la cafétéria du Cirque du Soleil. Enfin, le reste des revenus provient de ventes aux grandes chaînes de distribution comme Loblaw et Metro, qui mettent les produits équitables sur leurs tablettes réservées aux produits naturels.

La stabilité des ventes est importante pour ceux qui vendent les produits, mais encore plus pour ceux qui les produisent. Equita, qui présentement effectue des achats de 120 tonnes de produits équitables, s'approvisionne auprès de 19 coopératives ou fédérations de coopératives auxquelles participent 216 338 petits producteurs dans les pays du Sud. «À terme, notre objectif est de faire en sorte que ces coopératives puissent se débrouiller seules pour trouver leurs marchés internationaux», souligne M. Iezzoni.

Car il s'agit bien d'un marché mondial, qui a déjà recruté des membres dans plus de 60 pays. Le commerce équitable a connu son plus grand développement en Europe, où on compterait 79 000 points de vente avec des revenus au détail dépassant 660 millions d'euros, en comparaison de 260 millions il y a cinq ans. Il s'agit donc d'un marché en très forte croissance. On dénombre 200 compagnies d'importation de produits venant d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine. Dans certains cas, la part de marché des produits est tout à fait étonnante: 47 % pour les bananes, 28 % pour les fleurs et 9 % pour le sucre en Suisse. Au Royaume-Uni, le thé et les bananes équitables occupent respectivement 5 et 5,5 % du marché, et le café moulu, 20 %.

Mardi dernier, le quotidien *Le Monde* faisait le constat que le commerce équitable était devenu le «nouveau filon pour les géants de l'alimentaire». Tous les grands noms de l'alimentation vendent des produits équitables: Carrefour, Monoprix, Leclerc. En plus de ces distributeurs, de grands transformateurs jugent que le temps est venu d'entrer dans la danse. En



MYCHELE DANIAU AGENCE FRANCE-PRESSE

En France, tous les grands noms de l'alimentation vendent des produits équitables.

ce qui concerne le café, qui compte pour 70 % du commerce équitable en Europe, les torréfacteurs géants, tels qu'Altria, Nestlé, Sara Lee et Procter & Gamble, ont lancé ces derniers mois des produits étiquetés «équitables» ou «solidaires».

Le monde politique n'est pas en reste. Par exemple, Christine Lagarde, ministre déléguée du Commerce extérieur, s'est rendue cette semaine dans un hypermarché Carrefour pour vanter les mérites du commerce équitable. Bien qu'il s'agisse encore d'un secteur modeste de l'économie, puisqu'il ne représente que 0,1 % du commerce entre l'Europe et les pays en développement, il y a eu une croissance de 50 % en 2005. En France, le commerce équitable est passé de 100 millions d'euros en 2004 à 150 millions l'an passé. Il y a quelques jours, le président Jacques Chirac a lui aussi fait la promotion du commerce équitable, qu'il présentait comme «la réconciliation de l'acte de la consommation avec la défense des valeurs éthiques et de la dignité humaine».

Pendant ce temps, de ce côté-ci de l'Atlantique, c'est le grand silence dans l'univers politique. Si en Europe le commerce équitable a pris plus d'ampleur, explique-t-on, c'est parce qu'il y a eu au départ de l'aide gouvernementale pour appuyer les organisations non gouvernementales, qui ont fait les premiers efforts en vue de construire de nouvelles relations d'affaires.

Le Devoir