

DE FAIRE KAFFI KRITT WELTWÄIT 30 JOER

D'UNE VISION À UN LABEL

Le label du commerce équitable Fairtrade est né en 1988 en réponse à l'appel de producteurs de café mexicains : « *Recevoir chaque année vos dons pour construire une petite école afin que la pauvreté soit plus supportable, c'est bien. Mais le véritable soutien serait de recevoir un prix plus juste pour notre café* ».

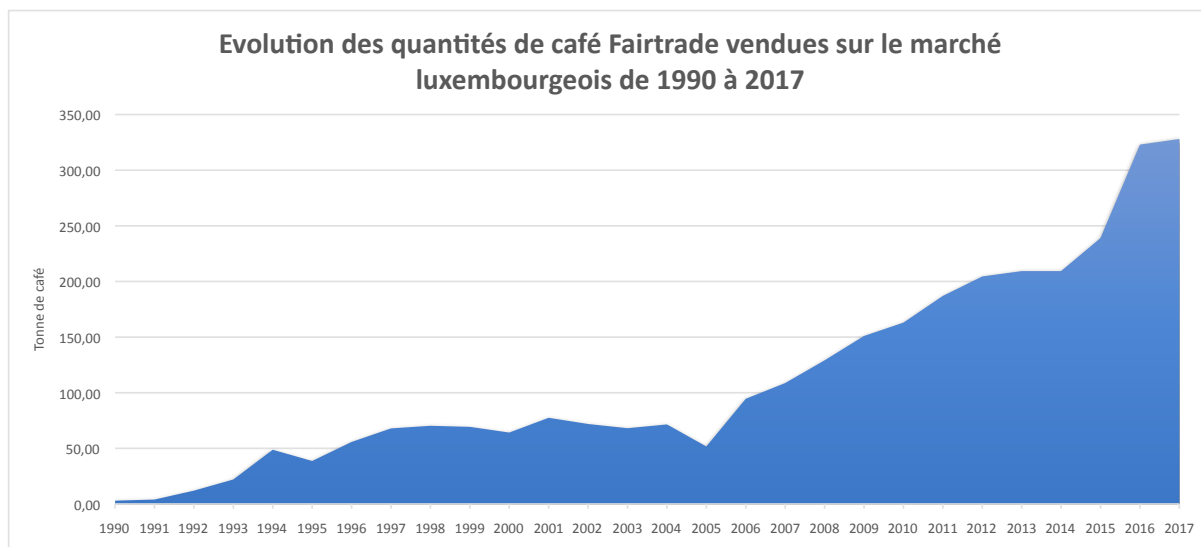
En 1981, **Francisco van der Hoff** assistait au Mexique à une réunion d'une centaine de caféiculteurs qui souhaitaient se constituer en coopérative, dans l'espoir d'améliorer leurs conditions de travail et de vie. Cette réunion jettera les bases de la création de l'Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo en 1983 (Uciri). En 1985, Francisco van der Hoff rencontre Nico Roozen de l'ONG « Solidaridad ». Cette ONG se limitait à l'époque à envoyer de l'argent aux pays en voie de développement. Mais elle s'est vite aperçue que c'était à peu près la pire chose qu'elle pouvait faire car pour combattre la misère et l'exploitation il fallait s'intéresser aux questions structurelles et surtout payer un prix juste les matières premières. C'est alors qu'émerge l'idée d'un « label » pour marquer les biens de consommation produits dans de meilleures conditions de travail. Le premier paquet de café équitable, issu de l'Uciri, est remis aux mains de l'époux de la reine Beatrix des Pays-Bas - en 1988. C'est le début du commerce équitable labellisé. « *De cette expérience, j'ai acquis la conviction qu'on pouvait changer le système dominant à l'échelle de la planète* » déclarait Francisco Van Der Hoff, lors de sa visite au Luxembourg en juin 2015.

D'UN PIONNIER À 11 ACTEURS

Au Luxembourg, le premier café labellisé Fairtrade (à l'époque Transfair) torréfié par un acteur local fait son entrée grâce à Monsieur Eich de la torréfaction Maison Santos, qui a été le premier à croire en cette alternative du commerce conventionnel. Après avoir vu les conditions de vie et de travail en Amérique latine, il a jugé le commerce équitable comme une réponse appropriée aux problèmes des producteurs de café.

Depuis, on décompte 11 acteurs luxembourgeois dont 6 torréfactions qui choisissent du café vert répondant aux standards Fairtrade. Sur 180 cafés Fairtrade présents au Luxembourg, **55 références** proviennent d'acteurs luxembourgeois. La consommation de café Fairtrade au Luxembourg est en constante évolution. Avec quelques tonnes de cafés consommés au début des années 1990 -12 tonnes en 1992-, le café Fairtrade a su se positionner comme un acteur

incontournable sur la scène luxembourgeoise avec **328 tonnes en 2017** et **une part de marché avoisinant les 10 %**. La vente de café d'acteurs luxembourgeois a augmenté de **7%** entre 2016 et 2017 et représente **42 %** du marché Fairtrade global.



D'UNE COOPÉRATIVE À 474 ORGANISATIONS CERTIFIÉES

Au niveau international, désormais **812 000 petits producteurs** de café réunis dans **474** coopératives en Amérique Latine, Afrique ou Asie profitent des conditions du commerce équitable. Fairtrade renforce la position des petits producteurs sur le marché mondial. Grâce aux normes Fairtrade, les conditions de vie et de travail des producteurs et de leurs familles s'améliorent. Les normes Fairtrade sont définies sur base des trois piliers du développement durable, à savoir l'économie, le social et l'environnement. Un prix minimum garanti couvre les coûts d'une production durable et permet aux familles de vivre dignement. En plus du prix minimum, les organisations certifiées Fairtrade reçoivent une prime Fairtrade. Les producteurs décident de manière démocratique dans quels projets sera investie cette prime. Les producteurs de café associés à Fairtrade sont tenus d'investir un quart de la prime dans la productivité et la qualité.

En 2016, les coopératives de café certifiées Fairtrade ont reçues **67 millions d'euros de primes Fairtrade**. Une partie de la prime a été utilisée pour l'amélioration des infrastructures, de l'équipement et pour la mise en place de formations internes. Une autre partie a été investie en faveur des producteurs, par exemple sous forme de crédits et d'aides financières pour les producteurs.

D'UN CONTEXTE ÉCONOMIQUE DIFFICILE AUX DÉFIS DU CHANGEMENT CLIMATIQUE

La culture du café occupe environ 25 millions de personnes, fait vivre 125 millions de personnes à travers le monde et constitue un pilier économique important pour plusieurs pays en Amérique latine, en Afrique et en Asie. Seconde matière première la plus commercialisée dans le monde, le café est aujourd'hui plus que jamais le grain d'une guerre économique.

La plupart des producteurs de café doivent survivre aujourd'hui encore **avec moins de 2 \$ par jour et possèdent moins de 10 hectares de terres cultivables**. Les producteurs sont soumis aux intermédiaires locaux et ne possèdent pas d'accès aux informations relatives au marché, ni au prix. 45% du marché mondial du café sont gérés par cinq multinationales.

Les petits producteurs de café sont également **confrontés aux conséquences du changement climatique**. Les plants de café sont très sensibles aux variations de température. Une augmentation des températures de 1 degré Celsius a un impact avéré sur la qualité du café. Une augmentation des températures de 2 degrés Celsius entraîne une plus faible récolte. Une augmentation des températures de 3 degrés Celsius met en difficulté la survie même de la plante.

Le changement climatique aggrave le travail de millions de producteurs de café, parce qu'il amène des conditions météo imprévisibles et favorise la propagation de certains parasites et maladies. Le champignon « *Hemileia vastatrix* » préoccupe particulièrement certaines régions d'Amérique Latine. Ce parasite infecte le caféier, ce qui entraîne une chute des feuilles et, parfois, la mort du végétal. A cause du changement climatique, beaucoup de producteurs ont perdu la plupart de leur production et par conséquent leur seule source de revenus.



« On essaye de vivre avec les impacts du changement climatique. Avec 300 autres femmes, j'ai reçu une formation continue sur des meilleures pratiques agricoles. Dans ce cadre, nous avons également appris à cultiver d'autres productions comme des haricots ou des bananes sur nos champs de café. Celles-ci nous offrent d'autres sources de revenus et d'alimentation. En outre, on plante de grands arbres, pour assurer de l'ombre aux plants de café et pour rendre la terre plus fertile. » (Zeddy Rotich, productrice de café, Kenya)

DE JEAN PÜTZ À ANTOINE GRIMÉE

Jean Putz a été depuis ses années de jeunesse sensibilisé aux causes des pays du Sud et a organisé en tant que président du réseau des étudiants internationaux à Cologne des visites /études dans les pays du Sud.

Il a été le premier qui a réalisé un reportage sur les conditions misérables des producteurs de café au Costa Rica avec son émission télévisée "Hobbythek". En tant qu'ambassadeur du commerce équitable, il a contribué au Luxembourg et en Allemagne dès le début à la promotion d'un commerce plus équitable avec les producteurs du Sud. Au Luxembourg, il a participé à plusieurs actions de sensibilisation au cours des années, surtout pour le café.



La nouvelle campagne de sensibilisation « **WIN WIN** » : **Choisir un café certifié FAIRTRADE, c'est lier un acte d'achat responsable au plaisir** a pour objectif de sensibiliser davantage de consommateurs mais également des acteurs publics et des responsables d'achat de grandes entreprises.

Déguster un café respectant les normes Fairtrade, définies sur base des trois piliers du développement durable permet de replacer les producteurs au cœur des échanges commerciaux et de devenir acteur d'une économie fondée sur le respect des droits humains et le respect de l'environnement.



L'ONG Fairtrade Lëtzebuerg propose également une nouvelle offre pédagogique pour les générations futures. Conscients que la sensibilisation ainsi que l'éducation à la citoyenneté représentent des éléments indispensables pour construire une société active et responsable, l'ONG a adapté l'offre aux attentes et besoins des enfants et jeunes d'aujourd'hui. **Une grande nouveauté est le dossier pédagogique qui accompagne la nouvelle bande dessinée d'Antoine Grimée « De Coyote am Schofspelz ».** Pour les écoles fondamentales, l'ONG Fairtrade Lëtzebuerg lance un concours qui permettra aux 3 classes gagnantes de prendre part à un atelier avec Antoine Grimée.

(Comment y participer ? C'est très simple : rendez-vous sur notre site internet, inscrivez-vous et téléchargez notre dossier pédagogique réalisé pour cette même bande dessinée, traitez-le avec vos élèves et vous aurez peut-être la chance d'être tirés au sort parmi les participants. Les heureux gagnants prendront part à un atelier de création avec notre ambassadeur qui leur révélera ses secrets pour la réalisation d'une bande dessinée pleine de suspense et d'intrigues !)

