

DOSSIER DE PRESSE

Conférence de presse lors du lancement
de la campagne HELVETAS
Zurich, 31. mars 2009



DEMANDEZ DU BIO ET DE L'EQUITABLE AUSSI POUR LES T-SHIRTS




HELVETAS

Agir pour un monde meilleur

coop naturaline
BIO COTTON

SWITCHER

 Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Département fédéral de l'économie DFE
Secrétariat d'Etat à l'économie SECO





HELVETAS

Agir pour un monde meilleur

Association suisse pour la coopération internationale
Rue de la Mercerie 3, CP 6435, CH-1002 Lausanne
Tél. +41 (0)21 323 33 73, Fax +41 (0)21 323 33 74
romandie@helvetas.org, www.helvetas.ch

SOMMAIRE

| | |
|---|----|
| Communiqué de presse | 3 |
| Factsheet «Demandez du bio et de l'équitable aussi pour les T-shirts» | 6 |
| Faits et chiffres sur le bio et l'équitable | 10 |
| HELVETAS | 14 |
| «Le coton bio et équitable: pourquoi et pour qui?» | |
| Melchior Lengsfeld, Secrétaire général d'Helvetas | |
| SECO | |
| «Survie du plus apte»: les producteurs de coton biologique et la crise économique mondiale» | |
| Hans-Peter Egler, Chef du Secteur Promotion commerciale | 17 |
| COOP | |
| «Coton bio et commerce équitable: une alliance prometteuse» | |
| Jürg Peritz, Vice-Président de la Direction générale | 22 |
| SWITCHER | |
| «Un T-shirt transparent: réalité ou fiction?» | |
| Robin Cornelius, Président du Conseil d'administration | 38 |
| MAX HAVELAAR | |
| Factsheet | 40 |

Lausanne, le 31 mars 2009

Communiqué de presse

„DEMANDEZ DU BIO ET DE L'ÉQUITABLE AUSSI POUR LES T-SHIRTS“

Les Suisses sont les champions de la consommation de produits durables. Les ventes prennent l'ascenseur pour les aliments – malgré la crise économique. Avec sa campagne „Demandez du bio et de l'équitable aussi pour les T-shirts“ à l'occasion de l'Année des fibres naturelles de l'ONU, Helvetas veut contribuer à promouvoir les critères sociaux et écologiques dans la confection de vêtements. L'objectif est que la part du coton bio et équitable double pour atteindre 10% de part du marché.

Environ 5% des textiles en coton vendus en Suisse sont issus de cultures biologiques contrôlées, dont une grande partie est commercialisée équitablement. A l'échelle internationale, la Suisse se trouve sans conteste en tête. Mais pour l'organisation de développement Helvetas, cela ne suffit pas. C'est pourquoi elle lance une campagne nationale pour la promotion de la mode bio. D'ici à fin 2010, la part de marché de textiles en coton produits biologiquement et commercialisés équitablement devrait être doublée pour atteindre 10%.

Ce sont les populations des pays du Sud qui en bénéficieront. „Le coton bio et le commerce équitable sont une stratégie de diminution de la pauvreté“, explique Melchior Lengsfeld, Secrétaire général d'Helvetas. L'organisation de développement soutient la culture biologique du coton en Afrique de l'Ouest et en Asie centrale et favorise les contacts avec les acheteurs dans le Nord. „En renonçant aux engrais chimiques et aux insecticides, les petits paysans ne dépendent plus de lourds crédits et protègent tant leur santé que l'environnement“, ajoute Melchior Lengsfeld.

Mode bio et commerce équitable sur www.bio-fair.ch

Le Bio-Fashion Shop Finder sur www.bio-fair.ch est au cœur de la campagne d'Helvetas. Grâce à Google Map, les consommateurs sont informés sur les points de vente qui proposent des articles de mode bio et équitables dans leur assortiment. Si quelqu'un n'y trouve pas sa boutique préférée, il peut faire pression en envoyant un e-mail depuis le Bio-Fashion Finder.

Pour le lancement de la mode de printemps/été, Helvetas fait connaître à travers une campagne nationale d'affichage le Bio-Fashion Finder, et appelle la population à demander toujours plus de bio et de commerce équitable lors de ses achats de vêtements.

Bio et équitable : une chance dans la crise

Le Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO) soutient la campagne. Dans le cadre de la coopération au développement économique, le SECO collabore étroitement avec le Centre de compétences bio et équitable d'Helvetas. „Nous soutenons le commerce équitable avec le coton produit biologiquement, car aussi bien les paysans dans le Sud que les consommateurs suisses en profitent“, explique Hans-Peter Egler, chef du Secteur Promotion commerciale du SECO. „C'est justement en période de crise que les gens veulent agir autrement et faire du bien aux autres avec des produits sains et commercialisés équitablement, ce qui ouvre de nouvelles opportunités d'affaires pour les producteurs et entrepreneurs du Sud“, ajoute Peter Egler.

Jürg Peritz, membre de la Direction générale de Coop, est lui aussi convaincu que les produits durables seront le moteur de la croissance à l'avenir. „Avec Naturaline, nous sommes leaders et pionniers en matière de mode bio et de commerce équitable; il va de soi que nous soutenons la campagne d'Helvetas. Lorsque l'on concilie durabilité avec qualité et style de vie, on trouve les produits phares du futur“, affirme Jürg Peritz pour expliquer l'engagement de Coop.

„Pour Switcher également, le respect et la transparence sont les valeurs centrales de notre philosophie d'entreprise“, dit Robin Cornelius, fondateur de Switcher et Président du Conseil d'administration. „Le label Max Havelaar sur nombre de nos produits l'atteste“, complète-t-il. Une partie du coton acheté par Switcher, qui est également partenaire de la campagne, vient des projets d'Helvetas au Mali.

Ce qui est aujourd'hui évident pour de nombreuses consommatrices et consommateurs lors de l'achat de salades ou de bananes doit aussi le devenir pour les articles de mode bio et équitables.

Information

Pour le lancement de la campagne, **Helvetas organise le 31.3.2009 entre 12.00 et 14.00 un événement de lancement sur la Paradeplatz à Zurich.**

Des photos de presse seront disponibles dès le 31.3.2009 à 14.00 à la page www.helvetas.ch/communiqués.

Interviews et questions

Les personnes suivantes se tiennent à disposition pour des questions et des prises de position :

- Melchior Lengsfeld, HELVETAS Association suisse pour la coopération internationale, Secrétaire général
- Hans-Peter Egler, SECO, Chef du Secteur Promotion commerciale
- Jürg Peritz, Coop, Membre de la Direction générale
- Robin Cornelius, Switcher, Président du Conseil d'administration
- Martin Rohner, Fondation Max Havelaar (Suisse), Directeur général

Merci de prendre directement contact avec vos interlocuteurs ou avec le bureau de presse responsable :

Helvetas : Claire Fischer, Chargée de presse, 079 690 42 73,
claire.fischer@helvetas.org

Seco : Hans-Peter Egler, 031 324 08 13, hans-peter.egler@seco.admin.ch

Coop : Denise Stadler, Porte-parole, 061 336 71 10, 078 885 09 05,
denise.stadler@coop.ch

Switcher : Christelle Huwiler, Public Relations, 079 658 76 90, christelle.huwiler@switcher.com

Max Havelaar : Didier Deriaz, 024 425 56 33,
d.deriaz@maxhavelaar.ch ou Vesna Stimac, 044 278 99 06,
v.stimac@maxhavelaar.ch

Factsheet

«DEMANDEZ DU BIO ET DE L'ÉQUITABLE AUSSI POUR LES T-SHIRTS»

Campagne d'Helvetas pour l'année des fibres naturelles de l'ONU

Ce dont il s'agit

Nous sommes tous concernés par le coton, la principale fibre textile dans le monde: des millions de paysans le cultivent alors que des milliards de personnes portent des vêtements en coton. Ces dernières années, le chiffre d'affaires du coton bio commercialisé de manière équitable a connu une croissance constante. L'organisation de développement Helvetas veut encore encourager ce développement.

Dans le cadre de l'Année internationale des Fibres Naturelles de l'ONU, Helvetas s'adresse aux consommatrices et consommateurs suisses avec le slogan «Demandez du bio et de l'équitable aussi pour les T-shirts». Sur le site web www.bio-fair.ch, à l'aide d'affiches, d'annonces et d'actions publiques, Helvetas invite la population à s'engager et à demander des textiles bio et équitables dans les magasins de vêtements et autres boutiques de mode. L'augmentation de la demande poussera les commerçants à agir et à intégrer dans leur assortiment des articles produits de façon biologique et commercialisés de manière équitable.

Objectif de la campagne : doubler la part de marché

Aujourd'hui en Suisse, environ un tiers de la population favorise déjà les produits bio et équitables dans les achats d'aliments. A l'avenir, ces critères devraient influencer plus fortement les choix de vêtements et d'articles de la mode.

L'objectif de la campagne est de doubler d'ici à fin 2010 la part de marché du coton bio commercialisé équitablement en Suisse, qui est aujourd'hui de 5%. L'agriculture biologique préserve la population et l'environnement des nuisances des pesticides. Et le commerce équitable offre aux cultivateurs de coton en Afrique et en Asie des conditions de travail dignes, ainsi que la garantie d'un prix de base.

Helvetas peut aujourd'hui compter sur le soutien de partenaires comme Coop, Switcher, le SECO, Max Havelaar et d'autres encore, qui appuient cette campagne et sans lesquels elle n'aurait pas pu voir le jour.

Fashion Shop Finder www.bio-fair.ch

Lorsqu'on veut acheter des salades bio ou des bananes du commerce équitable, il est possible d'en trouver dans des magasins de quartier. La situation est par contre plus compliquée pour les consommatrices et consommateurs lorsqu'il s'agit de vêtements et de textiles. L'offre est encore limitée. C'est pourquoi, dans le cadre de sa campagne, Helvetas a développé un Fashion Shop Finder sur www.bio-fair.ch, qui doit faciliter les démarches : cliquer avec le bouton droit de la souris sur un lieu apparaissant sur la carte en ligne (basée sur Google Map), pour y trouver les points de vente proposant des articles de mode bio et équitables dans leur assortiment. La mise à disposition et l'enregistrement des informations est gratuit pour les magasins proposant des articles de mode bio et équitables. Si une boutique connue n'apparaît pas, et si vous connaissez les responsables, suggérez leur d'élargir leur assortiment à des textiles bio et équitables. Celles et ceux qui apprécient la plateforme web [bio-fair.ch](http://www.bio-fair.ch) peuvent aussi la recommander sur Facebook ou d'autres services.

Le site web propose également des informations de fond : les avantages du coton bio et équitable y sont expliqués, et des labels comme Naturaline et Max Havelaar y sont présentés, ainsi que des organisations comme la Fair Wear Foundation, qui garantissent des textiles produits de manière durable.

Notre engagement

Helvetas est l'une des principales organisations de développement privées de Suisse, elle est active dans une vingtaine de pays d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine. Elle s'engage pour un monde dans lequel tous les êtres humains peuvent vivre dans la dignité et la sécurité, tout en préservant l'environnement.

Depuis 2002, Helvetas encourage la culture et le commerce équitable du coton bio en Afrique de l'Ouest (Mali, Burkina Faso, Bénin et Sénégal) et en Asie centrale (Kirghizistan). Helvetas appuie les paysans en matière de formation et d'organisation de groupements de producteurs, qui assurent de leur côté la formation et la formation continue des petits paysans. Dans ces pays partenaires, Helvetas travaille étroitement avec des instituts de recherche et avec les sociétés cotonnières. Ces dernières achètent, égrenent, transportent et vendent le coton sur le marché mondial. Helvetas propose à la vente dans son propre FairShop des textiles en coton bio et équitable issu de ses projets .

Helvetas dispose également d'un centre de compétences bio et équitable à Zurich. Celui-ci développe de nouveaux systèmes de production, effectue un travail d'information au public et facilite des partenariats sur le long terme au sein de la chaîne commerciale textile, entre les producteurs dans le Sud et l'Est d'une part, et les clients dans le Nord d'autre part.

Du 21 au 25 septembre Helvetas organisera le Congrès mondial pour le coton bio „From Fashion to Sustainability“. Des sociétés cotonnières, des représentants de la mode et des responsables politiques débattront à Interlaken des innovations et des défis dans le marché du coton bio et équitable.

Nos partenaires de campagne

Coop

Switcher

Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO)

Max Havelaar

Hess Natur

Ville de Zurich

Fair Wear Foundation

Swiss Textiles

Claro

Sources d'informations utiles

Helvetas

www.helvetas.ch

Site web de la campagne „Demandez du bio et de l'équitable aussi pour les t-shirts“

www.bio-fair.ch

Congrès mondial "From Fashion to Sustainability"

www.fashiontosustainability.org

Année des fibres naturelles de l'ONU

www.naturalfibres2009.org

Coton

www.fao.org

www.icac.org

Coton bio

www.biobaumwolle.ch

www.pan-germany.org

www.organiccotton.fibl.org

www.organicexchange.org

www.OrganicCottonEurope.net

Textiles équitables

www.maxhavelaar.ch

www.fairtrade.net

www.swissfairtrade.ch

www.cleanclothes.ch

Contact

Claire Fischer, chargée de presse

079 690 42 73, claire.fischer@helvetas.org

FAITS ET CHIFFRES SUR LE BIO ET L'EQUITABLE

1. Le coton bio

1.1. Production

- En 2007/2008, 145'865 tonnes de fibres de coton bio ont été récoltées dans 22 pays. Ces dix dernières années, l'offre de fibres de coton bio a été multipliée par 26 (offre en 1997/98 : 5,56 tonnes). (Source : *Organic Cotton Farm and Fiber Report 2008*).
- En 2007/2008, la production mondiale totale de coton (conventionnelle et bio) s'est montée à 26 millions de tonnes de fibres. Environ 60 milliards de T-shirts pourraient être produits avec cette quantité. La part de coton bio produite était de 0.55%, ce qui rendrait possible la production de quelque 330 millions de T-shirts. (Source : *Organic Cotton Farm and Fiber Report 2008*).
- En Suisse, 5% des textiles en coton vendus en 2008 étaient en coton bio. Cela correspond à quelque 3000 tonnes. (Source : *Helvetas / Fédération suisse des textiles*).

Graphique 1 : Top Ten des pays producteurs de coton bio (récoltes 2006/07 et 2007/08)

| 2006 / 2007 | 2007 / 2008 |
|-------------|--------------|
| Turquie | Inde |
| Inde | Syrie |
| Chine | Turquie |
| Syrie | Chine |
| Pérou | Tanzanie |
| USA | USA |
| Ouganda | Ouganda |
| Tanzanie | Pérou |
| Israël | Egypte |
| Pakistan | Burkina Faso |

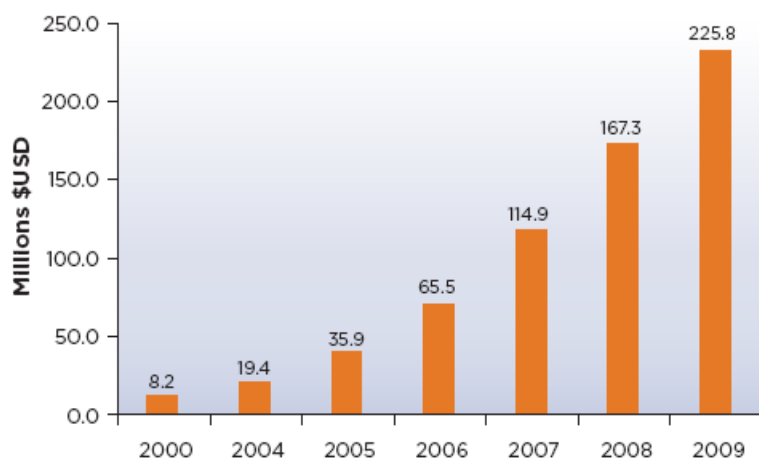
Source : *Organic Cotton Farm and Fiber Report 2008*

- Les cinq principales régions de production de coton bio sont l'Asie du Sud-est (51%), le Moyen-Orient (36%), la Chine (5%), l'Afrique orientale et méridionale (4%) et l'Amérique du Nord (2%). (Source : *Organic Cotton Farm and Fiber Report 2008*).
- Aucune autre culture n'est traitée aussi intensivement avec des intrants chimiques que le coton. Il est cultivé sur 2,5% des terres agricoles mondiales et consomme 16% des insecticides utilisés dans le monde. (Source : *De la plante au T-shirt, Helvetas*).

- Dans la production mondiale de coton bio, la part des cultivatrices de coton bio était de 18% en 2007/2008. Dans les projets d'Helvetas, cette part passe même à 40%. Grâce aux méthodes de culture bio, les femmes peuvent elles aussi cultiver du coton et obtenir un revenu. En revanche, elles cultivent peu le coton conventionnel car les produits chimiques sont trop coûteux et très dangereux pour la santé des femmes enceintes, ainsi que pour celle de leurs enfants les accompagnant aux champs. (Source : *Organic Cotton Farm and Fiber Report 2008*).

1.2 Demande

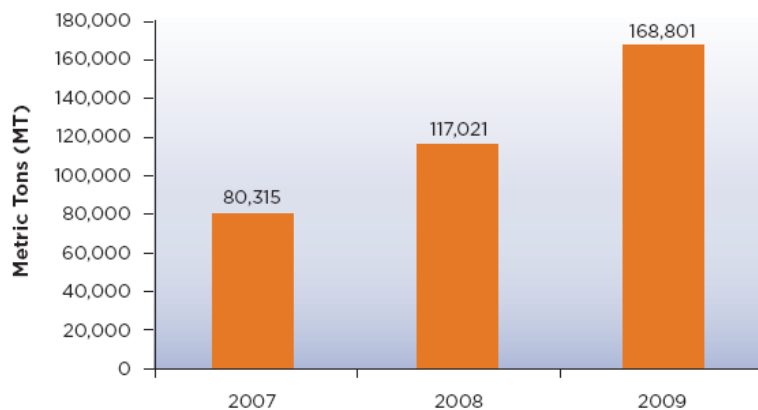
Graphique 2 : Chiffre d'affaires des fibres de coton bio 2000–2006 (estimations dès 2007)



Source : *Organic Cotton Market Report 2007*

Le chiffre d'affaires des fibres de coton bio dans le monde a été multiplié par huit entre 2001 et 2006, soit de 8.2 millions à 65.5 millions de dollars. Selon les estimations, cette valeur sera multipliée par 28 en 2009 par rapport aux chiffres de 2001.

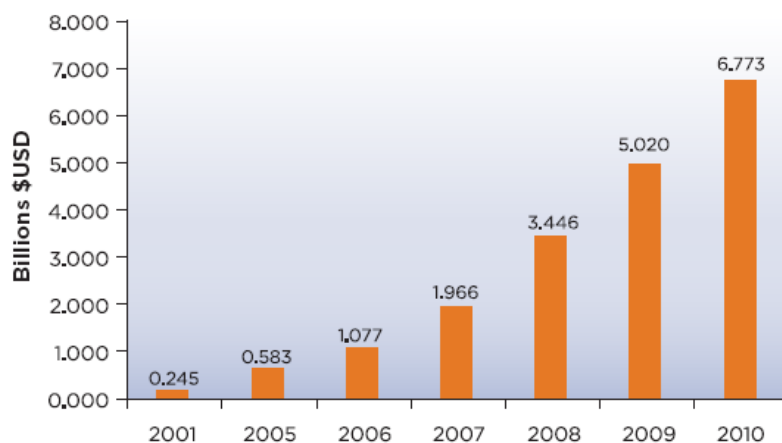
Graphique 3 : Estimation de la demande en fibres de coton bio 2007– 2009



Source : *Organic Cotton Market Report 2007*

Selon les estimations, la demande de fibres de coton bio par les entreprises de transformation de textiles bio devrait plus que doubler entre 2007 et 2009.

Graphique 4 : Chiffre d'affaires mondial des produits en coton bio 2001 – 2007 (estimations dès 2008)



Source : *Organic Cotton Market Report 2007*

Le chiffre d'affaires des produits en coton bio a été multiplié par huit entre 2001 et 2007, passant de 245 millions à 1.96 milliard de dollars. Selon les estimations, cette valeur serait multipliée par 27 d'ici à 2010 par rapport aux chiffres de 2001.

2. Le coton du commerce équitable

- En 2007, quelque 28'000 cultivatrices et cultivateurs de coton travaillaient dans des conditions équitables dans le monde selon le label Fairtrade (Source : www.fairtrade.net). 10'300 paysannes et paysans participent à des projets de coton bio en Inde et en Tanzanie, et fournissent le coton à des conditions équitables à Coop Naturaline. (Source: *Coop Naturaline*).
- En 2007, environ 14 millions de produits en coton du commerce équitable ont été vendus dans le monde, soit neuf fois plus de produits qu'en 2006. (Source : *Annual Report Fairtrade Labelling Organizations International 2007*).
- En 2007, environ 380 tonnes de fibres de coton bio commercialisées de manière équitable ont été transformées en Suisse en textiles et en produits ouatés sous le label Fairtrade (Source : *Rapport annuel 2007 de Max Havelaar*). Coop Naturaline transforme quant à elle 1'400 tonnes de fibres de coton bio et équitables. (Source : *Coop Naturaline*).

3. Les prix pour le coton bio et équitable

- En 2008, le prix du coton conventionnel au Mali était de 200 FCFA par kilo de coton brut (100 FCFA = 24 centimes). Le prix du coton bio et équitable selon les critères de la Fairtrade Labelling Organization (critères FLO) était de 368 FCFA par kilo de coton brut (composition: prix minimum du commerce équitable 268 FCFA/kg, prime bio 55 FCFA/kg, prime du commerce équitable 45 FCFA/kg).
- Le prix du coton influence le prix de vente final d'un vêtement de seulement 2 à 5%. (Source : *Helvetas*).

LE COTON BIO ET ÉQUITABLE: POURQUOI ET POUR QUI?

Melchior Lengsfeld, Secrétaire général d'Helvetas

Le bio et équitable en forte croissance, malgré la crise économique

Les Suisses sont les champions de la consommation de produits bio. De plus en plus de consommatrices et consommateurs remplissent leurs paniers avec des aliments de culture biologique. Et un nombre croissant d'entre eux paient volontiers un prix plus élevé pour des produits commercialisés de façon équitable. Le bio et l'équitable commencent aussi à faire leur place dans le secteur de la mode et des vêtements, même si l'offre et la demande restent encore modestes. Environ 5% des textiles en coton vendus en Suisse sont en fibres de culture biologique contrôlée, et une grande partie est commercialisée équitablement. Mais c'est insuffisant. Avec sa campagne, Helvetas veut donner de l'ampleur à ce secteur.

Malgré la crise économique, les chances sont bonnes. Car c'est justement dans ces périodes que s'impose le besoin d'agir de façon judicieuse, par exemple acheter des produits sains et commercialisés de manière équitable. Et lorsque une personne a opté pour des produits durables, il est rare qu'elle change d'avis. Les valeurs sociales et écologiques pourraient mener à une nouvelle prospérité économique. Les entreprises qui proposent des T-shirts bio ou des sous-vêtements commercialisés de manière équitable seront moins touchées par la récession et en sortiront renforcés.

Les avantages du bio et de l'équitable

Pour Helvetas, en tant qu'organisation de développement, il existe de nombreuses bonnes raisons pour que le coton soit produit de manière biologique et commercialisé selon les critères du commerce équitable.

- **Revenus**

Le commerce équitable est une stratégie de réduction de la pauvreté. Les familles paysannes dans les pays du Sud profitent d'une garantie d'achat et de prix minimaux fixes. Elles ont ainsi une chance de générer des revenus suffisants, et de s'affirmer sur le marché mondial. Grâce au commerce équitable, les producteurs peuvent améliorer par eux-mêmes leurs conditions de vie et de travail.

- **Santé**

Lorsque le coton est cultivé de manière biologique, les petits paysans et paysannes n'ont pas besoin de s'endetter pour acheter les engrais artificiels et les insecticides chimiques. Le fumier et le compost font office d'engrais et des méthodes naturelles sont utilisées pour la lutte contre les parasites. Ce qui préserve la santé des cultivateurs qui ne sont plus exposés à des produits chimiques dangereux. La culture conventionnelle du coton nécessite au contraire de très gran-

des quantités de produits chimiques : bien que le coton ne soit cultivé que sur 2,5% des terres cultivées dans le monde, il consomme 16% des insecticides utilisés.

- **Environnement**

La nature aussi profite, car le génie génétique et les produits chimiques sont interdits dans l'agriculture biologique. Dans la culture conventionnelle du coton, plus 50% du coton est déjà issu de semences génétiquement modifiées : les conséquences de cette intervention dans le patrimoine héréditaire de cette plante ne sont pas prévisibles. Les engrais chimiques lessivent les terres arables qui perdent ainsi durablement leur fertilité. Avec les insecticides et autres poisons, ils s'infiltrent dans l'eau souterraine. Avec la culture biologique du coton, par contre, les écosystèmes sont préservés et l'eau reste propre.

Helvetas : pionnière et experte pour le coton bio et équitable

Helvetas s'engage depuis dix ans pour promouvoir le coton biologique et sa commercialisation équitable. En Afrique de l'Ouest et en Asie centrale, nous appuyons des services de conseils agricoles pour les petits paysans et les soutenons dans la création et l'organisation d'associations de producteurs. En Suisse, Helvetas abrite le centre de compétences pour le coton bio et équitable. Au secrétariat central à Zurich, une équipe développe des systèmes de production et favorise des partenariats durables dans la chaîne commerciale des textiles. Durant la phase d'organisation des projets de coton, Switcher, entre autres, a apporté des garanties d'achat à un prix supérieur à celui du marché mondial, afin que les projets puissent être lancés en bénéficiant d'une sécurité commerciale. Helvetas soutient également le commerce équitable en tant qu'organisation fondatrice de Max Havelaar et vend elle-même des textiles dans son propre FairShop.

Campagne d'Helvetas: „Demandez du bio et de l'équitable aussi pour les T-shirts“

L'ONU a déclaré 2009 l'Année internationale des Fibres Naturelles. Comme le coton est de loin la plus importante fibre naturelle, la campagne menée par Helvetas veut renforcer la demande en textiles de coton bio et équitable. Afin d'avoir plus d'impact, Helvetas travaille avec des partenaires engagés provenant de différents secteurs. Quels objectifs voulons-nous atteindre avec cette campagne ?

D'ici à fin 2010, la part de textiles bio et du commerce équitable doit être doublée par rapport à aujourd'hui, soit atteindre 10% du marché. Nous invitons les consommatrices et consommateurs à acheter de manière responsable non seulement les aliments, mais également des vêtements bio du commerce équitable. Ce qui va de soi aujourd'hui pour de nombreux consommateurs et consommatrices en ce qui concerne la nourriture doit devenir une évidence en matière de vêtements.

Helvetas veut renforcer la demande et s'adresse aux consommateurs critiques, déjà attachés aux critères écologiques et sociaux pour les produits alimentaires. Sous la pression de la demande, les magasins de textiles et les créateurs de mode devront réagir et proposer des articles produits de manière écologique et commercialisés équitablement. Des pionniers comme nos partenaires de campagne proposent déjà de tels articles. Nous voulons que beaucoup d'autres leur emboîtent le pas et que l'offre se développe considérablement. Pour atteindre ces objectifs, les outils suivants sont mis en oeuvre :

-
- Site web : Le Fashion Shop Finder est au centre de la campagne. Sur www.bio-fair.ch, les consommatrices et consommateurs accèdent à l'offre actuelle en textiles bio et équitables. Les points de vente se présentent et apparaissent sur la carte. Si aucun article de mode équitable n'existe encore dans une boutique connue, on peut faire pression à l'aide d'un Mailtool.
 - Affiches : Dès aujourd'hui démarre une campagne d'affichage dans les trois régions linguistiques. Une deuxième vague est planifiée en automne. Des flyers et des affiches seront également placés dans les points de vente des partenaires commerciaux.
 - Événement : Du 21 au 25 septembre 2009, Helvetas organise le Congrès mondial pour le coton bio „From Fashion to Sustainability“ à Interlaken. Le congrès réunira des entreprises cotonnières, des représentants du secteur de la mode et des responsables politiques, afin de débattre des innovations et des défis dans le marché du coton bio et du commerce équitable.

Le bio et le commerce équitable étant tendance, nous sommes persuadés du succès de la campagne. Et c'est un pas de plus pour affirmer notre vision : un monde dans lequel tous les êtres humains peuvent vivre de manière autonome dans la dignité et la sécurité, tout en préservant l'environnement.



Exposé : « Survie du plus apte »: les producteurs de coton biologique et la crise économique mondiale »

Hans-Peter Egler, Chef du Secteur Promotion commerciale

1. Pourquoi une Année internationale des fibres naturelles ?

Les événements comme l'Année internationale des fibres naturelles, lancée par l'ONU, ont principalement pour fonction de placer un thème précis sur le devant de la scène. Leur effet est semblable à celui produit par des journées ou des événements fêtés chaque année, comme la Saint-Valentin le 14 février ou les semaines du commerce équitable organisées dans plusieurs pays.

Les fibres naturelles sont partout, et nous sommes quotidiennement en contact avec elles. Elles entrent dans la composition de sacs à café en jute, dans les matériaux destinés à l'industrie automobile (revêtements intérieurs) ou dans les dessous affriolants (comme ceux de la marque Victoria's Secret) ; depuis peu, on exploite même les fibres naturelles des bananes et des laitues.

La production de fibres naturelles représente avant tout un grand nombre d'emplois dans les pays en développement. D'où l'intérêt de consacrer une année internationale aux fibres naturelles. L'Année internationale des fibres naturelles a été proclamée par l'ONU sur proposition de la FAO.

Une initiative de ce type n'a de sens que si elle donne lieu à des actions concrètes et offre une vitrine au thème qui en est l'objet.

2. L'engagement du SECO dans le domaine du commerce biologique et équitable

Dans le cadre de la coopération économique au développement, le Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO) apporte depuis longtemps son soutien au commerce de produits agricoles respectant le développement durable, à la diversification économique et à la création d'infrastructures efficaces pour l'approvisionnement ; il contribue également à l'utilisation rationnelle des ressources dans le traitement des matières premières agricoles, au transfert de la technologie requise et à l'élaboration d'un cadre politique adéquat dans ces domaines.

La Suisse reconnaît que les labels ont une incidence positive sur le développement économique ; il est en effet prouvé que ces signes distinctifs peuvent exercer une influence sur le processus de production et sur le comportement des consommateurs. C'est pour cette raison que, dans sa stratégie en matière de labels¹, le Conseil fédéral a notamment chargé le SECO de soutenir la reconnaissance et la promotion des labels. La Suisse œuvre dès lors à l'élaboration, entre autres au sein de l'OMC, de conditions-cadre

¹ *Reconnaissance et promotion des labels*, Ci-Rio, Berne, 2000.

favorables à l'application de normes et de labels clairs et transparents qui soient accessibles aux producteurs de tous les pays intéressés.

Dans les pays en développement, un grand nombre de producteurs peuvent compter sur la demande croissante des pays industrialisés et émergents dans le créneau des produits biologiques et du commerce équitable. Le SECO soutient, dans les pays partenaires, des initiatives visant à élargir la gamme des produits biologiques et équitables et, ce faisant, à aider ces pays à s'affranchir de la dépendance que suscite l'exploitation d'une ressource unique. Les recettes supplémentaires que génère la vente de tels produits non seulement stimulent l'essor économique, mais favorisent une gestion durable des ressources naturelles.

Dans le domaine du coton biologique et équitable, SECO promeut en collaboration avec Helvetas toutes les activités de la chaîne, de la production à la vente. Il implique tous les acteurs importants, à savoir les producteurs, les sous-traitants, les organismes de certification comme Max Havelaar, et les distributeurs tels que Coop et Switcher. Le SECO assure le financement du projet, dont la mise en œuvre est confiée à Helvetas. C'est également à cette organisation qu'il incombe de sensibiliser les consommateurs au moyen d'opérations de relations publiques.

3. Potentiel du marché

Les producteurs du Sud qui sont le plus touchés par la crise financière et économique sont ceux dont les produits correspondent de manière insuffisante à la demande potentielle.

Le coton biologique et équitable cultivé par les producteurs bénéficiant du présent projet répond à une demande en forte hausse malgré une période économique difficile.

Il faut cependant s'attendre à ce que cette demande fléchisse en raison de la crise économique.

Au SECO, nous sommes fermement convaincus que la contraction de la demande de produits biologiques et équitables sera moins marquée que celle qui frappera les producteurs orientés vers le marché de masse, qui est à la fois volatile et indifférencié.

Les produits biologiques issus du commerce équitable occupent une position particulière. Selon les résultats communiqués la semaine dernière, le chiffre d'affaires des produits bio a connu une forte hausse l'an dernier. Autrement dit, ce segment du marché est, pour l'heure, épargné par la crise, qui n'a pas les mêmes répercussions dans toutes les branches. Des sondages réalisés auprès des consommateurs donnent d'ailleurs à penser que le commerce de produits biologiques et équitables sera moins durement touché que d'autres secteurs.

Grâce à une collaboration comme celle existante avec Helvetas, Coop, Switcher, Max Havelaar et d'autres acteurs utilisant les mêmes processus, les producteurs du Sud pourront répondre à des normes de qualité élevées et produire selon des méthodes modernes et durables. De plus, ils auront moins de difficulté à prendre en main leur développement et pourront cultiver, selon le principe de l'assolement, des produits pouvant être écoulés aussi bien sur le marché local qu'à l'international.

Ainsi, ce projet nous permet, en cette année Darwin, d'apporter notre concours à la « survie du plus apte » !

Facts and Figures

Dans le cadre de la coopération économique au développement, le Secrétariat d'Etat à l'économie SECO s'engage à promouvoir les intérêts des pays en développement dans les plateformes internationales. Les producteurs de coton en Afrique obtiennent par le biais de projets spécifiques la transmission de know-how requise afin d'être à même de présenter leurs produits d'exportation de manière optimale à niveau international. Au-delà de cette aide, les conditions cadres doivent aussi être assurées : à l'aide de leur initiative sur le coton, quatre pays d'Afrique (Mali, Burkina Faso, Bénin, Tchad) luttent aussi au sein de l'OMC pour des droits équitables afin que le secteur du coton central pour le développement de leurs économies soient libéralisé et que certains pays industriels réduisent leurs mesures protectionnistes dans ce domaine. A cet égard, le SECO mène une politique de soutien affirmée.

Du marché de niche au marché de masse

Burkina Faso : commerce équitable de coton bio pour le marché mondial

La demande de coton bio a explosé ces dernières années. Le SECO veut développer des relations commerciales durables en assurant un soutien coordonné.

Anhadi Bwangou est un agriculteur de Pintuagou, dans l'ouest du Burkina Faso. L'exploitation de ses champs lui procure un revenu global annuel de 900 francs, qui lui permet de nourrir les seize personnes composant sa famille. En mise sur la production biologique de coton, il obtient un prix d'achat garanti d'environ 70 centimes par kg, soit 80% de plus que pour du coton issu de la culture conventionnelle.

Relations durables

Ce paysan est bénéficiaire d'un programme de promotion mené par le SECO et l'organisation Helvetas. L'intérêt grandissant manifesté par divers acheteurs pour une marchandise produite dans des conditions durables a incité le SECO à lancer un programme au Burkina Faso, au Mali et au Kirghizistan, afin de promouvoir l'exportation de coton biologique commercialisé de manière équitable. Ce programme a pour objectif d'établir des relations commerciales durables, en collaboration avec les différents maillons de la chaîne de création de valeur que forment les associations paysannes, l'industrie de transformation, les commerçants et les importateurs. Le coton bio certifié commerce équitable ne doit pas rester un produit de niche, mais doit faire sa place sur le marché de masse. Une première étape a été franchie avec l'adoption de systèmes de certification agréés au niveau international pour la production, qui offrent aux paysans un potentiel considérable sur le marché mondialisé.

Les femmes s'investissent

Le projet du coton biologique affiche de bons résultats : les quantités produites (2006 : 143 t au Burkina Faso et 260 t au Mali) dépassent les objectifs initialement fixés. La part prise par le coton bio sur les importations totales en Suisse a progressé de 5 % en quelques années. Le marché équitable du coton s'accroît aussi de manière fulgurante. Pour les paysans comme Anhadi Bwangou, les prix équitables garantis et la qualité des conditions de production ont été des éléments déterminants dans leur décision d'entrer dans le programme. Alors que les femmes sont pratiquement exclues de la production conventionnelle du coton parce qu'elles n'ont pas accès aux crédits et que leur santé est fortement mise en danger par la nocivité des pesticides utilisés, 40 % des exploitations sont gérées par des femmes dans le cadre du programme bio. Ce dernier ne contribue donc pas uniquement à l'augmentation des revenus des producteurs de coton, il renforce également le rôle de la femme au sein de la famille.

Savoir c'est pouvoir

Doha : initiative en faveur du libre-échange sur le marché du coton

Quatre pays d'Afrique de l'Ouest réclament, dans le cadre de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), la suppression des subventions sur le coton accordées par les pays riches. La Suisse accompagne les diplomates africains à travers un programme de formation et de conseil.

Le Bénin, le Burkina Faso, le Mali et le Tchad sont des pays producteurs de coton, dont l'économie est fortement tributaire du prix de cette denrée sur le marché mondial. Mais la concurrence est totalement faussée par les subventions accordées par des pays plus riches à leurs propres producteurs de coton, principalement les Etats-Unis, et dans une plus faible mesure la Chine et l'Union européenne. Lors de la conférence de l'OMC à Cancún en 2003, un groupe de quatre Etats ouest-africains (C-4, « Cotton Four ») a demandé pour la première fois l'abolition des subventions à l'exportation du coton qui causent des distorsions du marché.

Formation sur mesure

L'initiative des quatre pays producteurs d'Afrique de l'Ouest a obtenu le soutien de la Suisse. Le SECO a chargé le bureau d'experts IDEAS Centre d'aider les gouvernements du C-4 à mieux saisir la réglementation de l'OMC et à en tirer profit pour atteindre leurs objectifs. La formation et les conseils sur mesure dispensés aux diplomates africains ont créé les conditions permettant à ces quatre pays de défendre de manière professionnelle leurs intérêts dans les négociations de l'OMC. Dans la requête qu'il a déposée auprès de l'OMC, le C-4 demande la suppression dans les pays industrialisés des subventions qui faussent le marché. Cette requête est conforme aux principes de l'OMC (libre-échange).

A l'ordre du jour

Les incidences de la requête du C-4 sont importantes : c'est la première fois que des petits pays très pauvres ont réussi, par une démarche concertée, à amener les grands Etats membres de l'OMC à débattre sur les effets dévastateurs des subventions agricoles sur l'économie des pays africains. Durant les cinq dernières années, le C-4 est parvenu à hisser la question du coton au sommet de l'ordre du jour de l'OMC. Leur initiative montre que les pays les moins avancés peuvent également se familiariser avec une réglementation internationale pour en tirer profit. Elle contribue aussi à asseoir la crédibilité du régime de l'OMC, en montrant que même les petits Etats qui ont peu de poids dans les négociations bilatérales peuvent tirer avantage des règles internationales de l'organisation.

Coton bio et commerce équitable: une alliance prometteuse

Jürg Peritz, vice-président de la Direction générale
Conférence de presse Helvetas à Zurich, 31 mars 2009



Mesdames, Messieurs,

Pour commencer, permettez-moi de remercier Helvetas pour son invitation. Je suis très heureux de participer à cette conférence de presse.



Parmi les questions qui se posent de plus en plus fréquemment à nous, en cette époque mouvementée, il y a celle-ci: qu'est-ce qui compte le plus: le chronomètre ou la boussole? La performance ou l'efficacité? Pour moi la réponse est claire: les deux sont nécessaires, mais je donnerais néanmoins une priorité très nette à la boussole.

Les années qui viennent de s'écouler nous ont montré vers où se dirige la société lorsque l'aiguille de la boussole est bloquée sur l'axe de l'égoïsme et du jetable, à l'opposé de celui du développement durable.

En faisant de 2009 l'Année internationale des fibres naturelles, l'ONU émet un signal fort, car la production de textiles en coton conventionnel a des effets catastrophiques sur l'environnement et sur la santé.

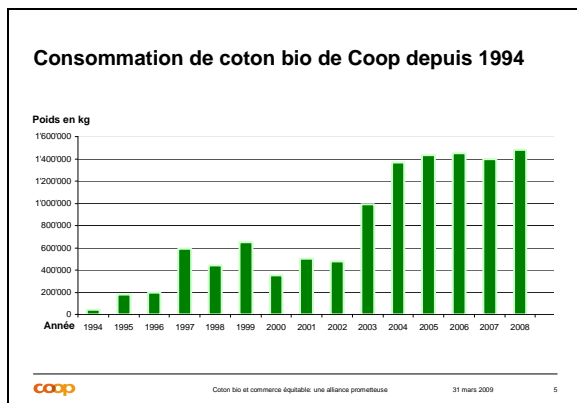


Pour ceux qui ne connaîtraient pas mon parcours professionnel, je dirai rapidement que j'ai débuté dans le secteur de la mode à l'âge de 20 ans. A partir de 1979, j'ai parcouru la Chine et l'Inde comme acheteur de vêtements pour Jelmoli. J'y ai vu des choses incroyables, tant au point de vue social qu'écologique, et j'ai très vite identifié les dangers qui se profilaient à l'horizon. J'ai eu l'occasion d'observer l'évolution de la situation pendant une dizaine d'années, et je me suis mis en tête de trouver des solutions pour sortir de cette impasse.

En 1990, j'ai pris en charge le secteur Habillement de Coop. Le lancement de notre ligne bio Coop Naturaplan dans le domaine de l'alimentation m'a donné l'idée de créer, en 1993, son équivalent pour les vêtements: le label Coop Naturaline.



Notre partenariat bio-social avec la société Remei AG et les projets bioRe® en Inde a débuté en 1994. Avec Patrick Hohmann et son équipe, nous avons fait œuvre de pionnier en créant un marché de toutes pièces. Cette aventure nous a fait passer par des hauts et des bas, et nous a surtout beaucoup appris.



Chez Coop, nous avons porté le chiffre d'affaires de 3 à 60 millions de francs. Depuis 1994, nous avons transformé pour Naturaline 11 500 tonnes de coton bio et mené à bien un grand nombre de projets sociaux avec l'aide de la Fondation bioRe®.

Principes directeurs de la fondation bioRe®

Agriculture biologique et biodynamique

Création d'infrastructures dans les domaines de l'éducation, de la santé, de l'alimentation et de l'agriculture

Mise en place de structures et constitution de capital

coop
Coton bio et commerce équitable: une alliance prometteuse
31 mars 2009
6

Cette combinaison entre culture de coton biologique et prestations sociales est pour moi le véritable pivot du projet Naturaline. Car la commercialisation du coton bio est loin d'être le seul enjeu.

Prix majorés de 15% + garantie d'écoulement

+15%
+
garantie
d'écoulement

coop
Coton bio et commerce équitable: une alliance prometteuse
31 mars 2009
7

Parmi les missions que nous nous sommes données, il y a aussi l'encouragement de l'agriculture biologique. Nos paysans ont non seulement l'assurance d'écouler toute leur production, ils bénéficient aussi d'un prix supérieur de 15% à la moyenne des prix constatés sur le marché au cours des 5 dernières années.

Nous donnons aux paysans les moyens de devenir autonomes. Avec les moyens de la Fondation, nous agissons en faveur de l'éducation, de la santé et de l'alimentation, et soutenons la mise en place de structures et la constitution de capital.



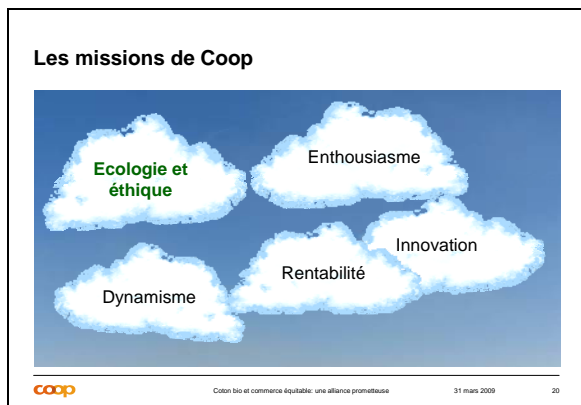
Mesdames et Messieurs, j'en suis convaincu: le développement durable est le moteur de la croissance de demain.

Les consommateurs sont de mieux en mieux informés, et il est de notre devoir de veiller à ce qu'il en soit toujours ainsi. Le monde gagne chaque jour en transparence, et plus cela va, plus la demande influera sur la production, et non l'inverse.

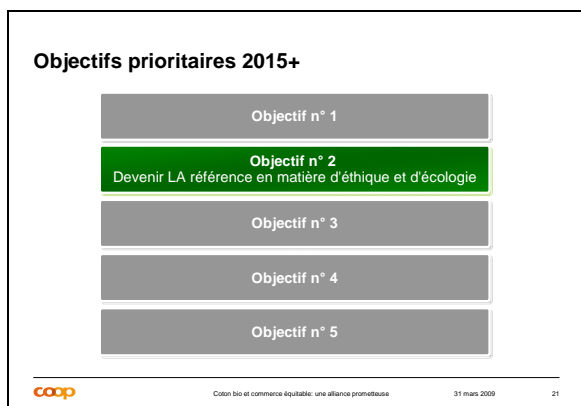
Il ne faut toutefois pas oublier une chose: il ne suffit pas qu'une prestation soit durable pour que le succès soit au rendez-vous! Les clients veulent des produits adaptés à un mode de vie moderne, d'une qualité irréprochable et compatibles avec le développement durable.



Un produit qui réunit ses trois caractéristiques est de facto un produit d'avenir. Il n'y a pas l'ombre d'une utopie là-dedans.



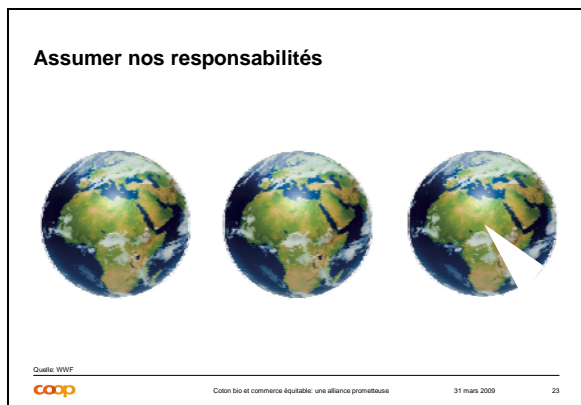
Le développement durable fait partie intégrante des missions de Coop...



...ainsi que de ses objectifs stratégiques.



Chez Coop, les labels tels que Naturaplan, Naturaline, Pro Montagna ou Oecoplan sont sortis de leur niche depuis belle lurette. Leur taux de croissance est exceptionnel et leur popularité progresse d'année en année. Nous sommes fiers d'être les leaders de ce marché: nous avons cru en lui, et eu le courage d'y investir alors que la plupart des entreprises ignoraient encore totalement le sujet. Sortir ainsi des sentiers battus nous a beaucoup appris, et l'aventure ne fait que commencer!



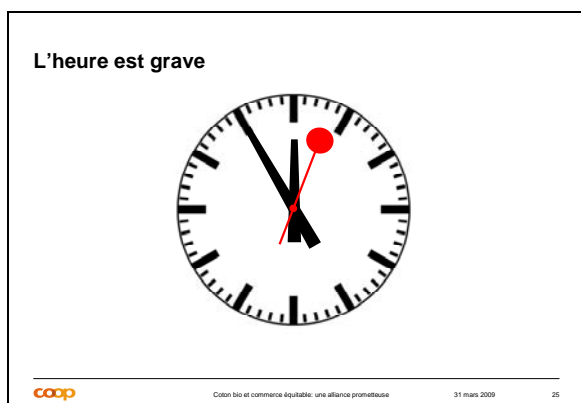
En tant que grand entreprise suisse et que coopérative, nous entendons assumer nos responsabilités.

La préservation de nos ressources est une question de morale. Si tous les habitants de la planète utilisaient autant de ressources que nous, en Suisse, il nous faudrait 3 planètes!



Ces derniers temps, j'ai souvent entendu la question suivante: *"Le contexte économique actuel permet-il encore d'investir dans le développement durable?"*

Bien sûr qu'il le permet. Il nous y oblige, même! Les prestations durables, les investissements en faveur de la réduction des émissions de CO₂ et la diminution de la consommation d'énergie et de carburants sont aujourd'hui plus nécessaires que jamais. Ce sont eux qui permettent de résoudre l'équation entre rentabilité, écologie et éthique.



Mesdames, Messieurs,

Comme on le dit en allemand: il est minuit moins cinq. L'ancien président français Jacques Chirac avait exprimé cette idée en disant "la maison brûle". Bref: il est urgent d'agir. Notre environnement change à vue d'œil, et les tensions sociales s'accroissent sans cesse.



Nous devons prendre conscience du fait que chacun de nos actes laisse une empreinte...



Nous n'avons qu'une planète. Et il est de notre devoir d'en préserver les richesses, grandes ou petites, pour les générations à venir.



Selon le point de vue duquel on se place, l'impact des prestations bio-sociales est considérable ou très modeste. Pour ma part je suis convaincu, comme ancien acheteur de vêtements et comme vice-président de la Direction générale de Coop, que ces efforts

contribuent efficacement à rendre le monde plus juste, mais aussi plus performant économiquement.



Les problèmes posés par la culture conventionnelle du coton sont bien connus, à commencer par l'usage intensif d'engrais et de produits phytosanitaires chimiques très coûteux. 2,4 % des surfaces cultivées dans le monde sont consacrés au coton, et ils absorbent à eux seuls 25 % des pesticides vendus dans le monde, au détriment non seulement de la nature, mais aussi de l'homme.

Le coton bio, en revanche, outre son aspect écologique, présente de nombreux avantages sociaux: les paysans échappent à la spirale de l'endettement puisqu'ils n'ont pas besoin d'acheter de pesticides, d'engrais chimiques ni de semences génétiquement modifiées, et ils restent en bonne santé puisqu'ils ne sont plus exposés à ces substances toxiques.

La transformation du coton emploie elle aussi un grand nombre de produits chimiques nocifs pour l'environnement et pour la santé, qui finissent par être en contact avec notre peau lorsque nous portons ces textiles.

La chaîne du coton continue en outre de faire travailler ses ouvriers dans des conditions sociales déplorables, et de recourir à la main-d'œuvre enfantine. Depuis 1993, Coop tourne le dos à ces pratiques.



1993, c'est l'année du lancement de Coop Naturaline, un label de vêtements écologiques. Deux ans plus tard, en 1995, la totalité de l'offre était convertie au coton bio équitable.

Coop travaille en étroite collaboration avec le fabricant suisse de fil et de vêtements Remei AG, qui a mis en place des projets de culture biologique de coton en Inde, à Maikaal, ainsi qu'en Tanzanie, dont elle soutient le développement par l'intermédiaire de sa fondation bioRe®.

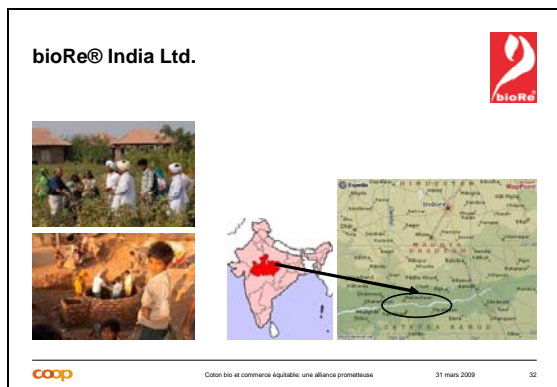
La fondation a été créée dans le but d'encourager la culture de coton bio, de soutenir les paysans pauvres, de créer des infrastructures sociales dans les domaines de l'éducation, de l'alimentation et de la santé, et de favoriser la commercialisation de produits bio.

Plusieurs des projets de bioRe® bénéficient du soutien du Fonds Coop pour le développement durable.

Tout le coton utilisé pour les textiles Naturaline provient d'Inde et de Tanzanie. Depuis 1994, c'est-à-dire depuis 15 ans, Coop est le premier distributeur mondial de textiles équitables en coton bio.



Le coton bio est cultivé en Inde et en Tanzanie selon des règles très strictes, qui imposent notamment la lutte contre les nuisibles par des moyens naturels, une utilisation parcimonieuse de l'eau et l'interdiction des semences génétiquement modifiées. L'écologie et le social dictent aussi le processus de transformation du coton, et c'est ce qui fait la particularité de Naturaline, car la culture n'est pas tout. Ainsi, l'absence de métaux lourds dans les teintures employées et le blanchiment des textiles sans chlore sont des impératifs non négociables.



Le projet "coton bio" bioRe® de Maikaal constitue le premier maillon de la chaîne textile bioRe® intégrée, qui crée un partenariat entre paysans, industrie textile et commerce. La culture de coton bio a fait ses preuves: au terme d'une période de conversion, le rendement est nettement supérieur à celui de la culture conventionnelle.

Parmi les questions centrales qui se posent il y a celle-ci:

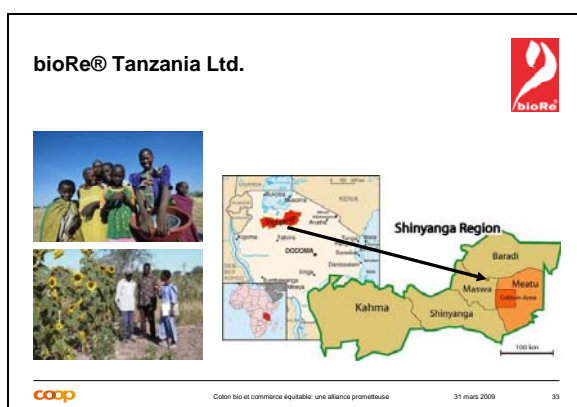
"A quelles conditions les producteurs de coton bio peuvent-ils vendre leur récolte?"

Les paysans qui participent aux projets bioRe® bénéficient:

- d'un prix de 15% supérieur à la moyenne des prix constatés sur le marché au cours des 5 dernières années et
- de l'assurance d'écouler la totalité de leur récolte.

Le projet bioRE® a aussi un volet social important: un centre de formation où les paysans apprennent les principes de l'agriculture bio et bénéficient de conseils en permanence, la construction d'écoles, et un dispensaire mobile qui offre un suivi médical aux habitants de la région.

Aujourd'hui, à Maikaal, près de 8000 paysans participent au projet bioRe®. Ils produisent chaque année près de 8000 tonnes de coton bio, ce qui fait de bioRe® India la plus importante communauté de production de coton bio du monde.



D'envergure plus modeste, le projet bioRe® Tanzania regroupe 2300 paysans. Il comprend, comme son pendant indien, des centres de formation et de conseil, mais aussi la construction

de fontaines pour l'approvisionnement de la population locale en eau, et une offre de cours de couture à l'intention des femmes, qui ont la possibilité d'améliorer durablement leurs revenus grâce au produit de la vente de sacs en coton cousus main.

J'aurais du mal à résumer en quelques mots ce que ces projets représentent pour les paysans concernés. Pour s'en faire une idée précise, il faut aller sur place, rencontrer les gens et voir à quel point l'agriculture biologique a transformé leur vie et celle de leurs familles.



Mais comme je vous l'ai dit tout à l'heure, la culture du coton bio n'est que le premier maillon de la chaîne. Les étapes successives qui aboutissent au T-shirt fini sont nombreuses, et chez Naturaline, elles sont toutes soumises à des règles sociales et d'équité, que nous imposons d'ailleurs aussi à notre vingtaine de partenaires commerciaux directs et à leur soixantaine de sous-traitants (usines de tricotage, de tissage, de teinture, d'impression et d'ennoblissement).

Des organismes de contrôle indépendant surveillent l'ensemble de la chaîne, depuis le champ de coton jusqu'au vêtement fini, sur les points suivants:

- respect des directives de l'UE relatives à la culture biologique (bio.inspecta)
- respect des exigences sociales externes ("BSCI") imposées à la transformation (SGS)
- respect des exigences écologiques internes imposées à la transformation (SGS)

Des laboratoires externes et l'Assurance qualité Coop recherchent régulièrement les résidus de substances toxiques dans les produits finis, pour garantir le respect des seuils définis.

Pour le client

- Naturaline est un label **unique** alliant **haute tolérance cutanée** et **valeur ajoutée du coton bio équitable**.
- **Un vaste assortiment**: en vente dans près de **140 supermarchés et hypermarchés Coop** et dans **les 33 Grands Magasins Coop City**. Il comprend **440 modèles de chaussettes et de vêtements pour bébé, enfant, homme et femme**, ainsi que du **linge de lit et de toilette**.

Le logo Coop est visible en bas à gauche, et le texte 'Coton bio et commerce équitable: une alliance prometteuse' et '31 mars 2009' sont en bas au centre.

Le coton bio et les règles imposées à sa transformation confèrent aux textiles Naturaline une haute tolérance cutanée. La traçabilité parfaite de toute la chaîne de transformation garantit au client qu'il porte un vêtement irréprochable au double point de vue de l'écologie et du commerce équitable.

L'assortiment, en vente dans près de 140 supermarchés et hypermarchés Coop et dans les 33 Grands Magasins Coop City, comprend 440 modèles de chaussettes et de vêtements pour bébé, enfant, homme et femme, ainsi que du linge de lit et de toilette.



Pour conclure, je dirai que Coop et Remei ont au moins trois raisons d'être fières du travail accompli: la première, c'est d'avoir réussi à produire des textiles en coton bio équitable, la deuxième, c'est de s'être fixé des objectifs ambitieux en matière de compensation du CO₂ émis par la production des textiles, et la troisième... c'est d'avoir su convaincre Melanie Winiger de devenir l'ambassadrice de Naturaline! A la fois moderne et responsable, la jeune femme est l'incarnation parfaite de la nouvelle façon de porter des textiles écologiques et fera, nous en sommes certains, de nombreux émules.

Fiche d'information sur Coop Naturaline

Mars 2009

Qu'est-ce que Coop Naturaline?

Coop Naturaline est une gamme de textiles qui compte quelque 440 modèles en coton biologique. Plus de 4 millions d'articles Naturaline ont été vendus en 2007. Cette offre étendue fait de Coop le premier distributeur mondial de textiles en coton bio issu du commerce équitable. Lancé en 1993, le label de qualité Naturaline vise à concilier les impératifs de santé et ceux d'une production de textiles et de linge de maison respectueuse de l'homme et de l'environnement. Depuis 1995, les textiles sont fabriqués exclusivement avec du coton bio qui provient d'Inde et de Tanzanie, où il est cultivé dans le cadre des projets bioRe®. De la plantation au produit final, l'ensemble des étapes et processus de la chaîne de transformation du coton satisfont à des exigences sociales et écologiques très strictes.

Grâce aux partenariats qu'elle a mis en place et développés au fil du temps, Coop connaît chacune des étapes de la transformation et entretient des relations partenariales avec ses fournisseurs et sous-traitants. Une fois par an, un organe de contrôle indépendant vérifie par ailleurs la conformité de la production aux critères sociaux et écologiques définis d'un bout à l'autre de la chaîne.

Quels sont les effets visés par le lancement de Naturaline?

Coop a lancé Naturaline dans le but d'apporter une contribution durable à l'homme et à l'environnement. Parmi ses multiples effets positifs, il convient de citer d'abord les améliorations sensibles que Naturaline a entraînées pour les travailleurs des usines de transformation du textile, notamment en application du Code de conduite pour le commerce et l'industrie de la confection que Coop a élaboré sur la base des expériences recueillies dans le cadre de ses activités de confection conventionnelles. Dans le sillage de l'adhésion à la Business Social Compliance Initiative (BSCI), en 1995, ce code a été remplacé par le code de conduite BSCI, dont les exigences correspondent en grande partie à celles du code initialement rédigé par Coop. Citons à titre d'exemple l'interdiction du travail des enfants, l'obligation de verser des salaires à même d'assurer des conditions de vie décentes ainsi que l'obligation de garantir des conditions de travail dignes et équitables. A noter enfin que la transformation des textiles Naturaline est soumise à des directives sévères qui imposent, entre autres, un blanchiment sans chlore, une teinture sans métaux lourds ainsi qu'un finissage sans formaldéhyde.

Qu'est-ce que le projet bioRe®?

Le projet bioRe® a vu le jour en 1991 grâce à l'initiative conjointe de Remei AG, une société suisse spécialisée dans le commerce du fil, et la filature Maikaal Fibres. Il a été lancé sur un terrain d'une surface de 6 hectares de l'État indien de Madhya Pradesh, dans la ceinture du coton.

bioRe® est aujourd'hui l'un des plus grands projets de ce type au monde: outre les plus de 10 000 planteurs locaux qui y participent, il emploie près de 95 personnes, la plupart en tant que consultants agricoles, et assure une production annuelle de coton brut de culture biologique de 8000 tonnes environ. Le projet poursuit deux objectifs: améliorer les conditions de vie des petits producteurs par la culture de coton biologique et intégrer les planteurs dans la chaîne textile. Il repose sur trois structures juridiques: bioRe® India Ltd, la Fondation bioRe® et l'Association bioRe®.

Quels sont les objectifs communs de bioRe® et de Coop Naturaline?

Les projets bioRe® se proposent de fournir aux producteurs des conseils et un soutien logistique intense. Ils sont conduits au début de la chaîne textile intégrée bioRe®, à laquelle collaborent en partenariat producteurs, acteurs de l'industrie textile et professionnels du négoce. Dans le cadre d'un travail unique en son genre entamé en 1995, Remei et Coop ont développé ensemble la chaîne de textile durable pour Naturaline (voir également le point «Quels sont les effets visés par le lancement de Naturaline?»). Au travers de leur collaboration, les deux entreprises aspirent avant tout à promouvoir la culture durable du coton ainsi que la fabrication de textiles selon des critères sociaux et écologiques responsables en Inde et dans d'autres pays. Dans le cadre des projets bioRe®, elles offrent ainsi aux producteurs les prestations suivantes:

- Formation: des experts enseignent aux planteurs les méthodes de culture biologique. Les centres de formation modernes et bien équipés sont financés par Coop.
- Garantie d'achat: les producteurs sont assurés de pouvoir écouler leur récolte de coton.
- Prime: en plus du prix du marché, les planteurs touchent une prime destinée à financer le surcoût induit par le recours à des méthodes de culture biologique.
- Gestion et constitution de capital: bioRe® assure le transfert continu de savoir-faire et le coaching ciblé du personnel local. Les investissements (p. ex. dans les installations d'égrenage) bénéficient intégralement aux planteurs et les bénéfices sont réinvestis sur place.

Cette initiative conjointe a valu à Coop et à Remei AG plusieurs distinctions, parmi lesquelles, en 2002, à Johannesburg, le Prix du développement durable au Sommet de la Terre des Nations Unies

Quel objectif la Fondation bioRe® poursuit-elle?

La Fondation bioRe® a été créée en 1997 par la société Remei AG dans le but de soutenir, tant financièrement que par des mesures d'accompagnement, des projets bioRe® destinés à promouvoir l'agriculture biologique en Inde et en Tanzanie. Conformément à la philosophie de la stratégie durable de Naturaline, Coop est représentée dans le Conseil de fondation. Le but de la Fondation consiste à favoriser l'autosuffisance des planteurs. Dans le cadre d'une action menée conjointement avec la Fondation bioRe®, Coop apporte son soutien aux producteurs bio en mettant sur pied des centres de formation et divers projets communautaires visant à améliorer les conditions de vie et de production. Cinq pour cent des recettes du coton bio sont versés à la Fondation et affectés à des projets individuels ou communautaires. La Fondation encourage en outre les activités de conseil au niveau de la culture, de la distribution et de la commercialisation des produits bio ainsi que la mise en place d'infrastructures sociales dans les domaines de la formation, de la santé et de la nutrition. Au cours des premières années, elle a surtout soutenu le développement des infrastructures à même de favoriser le passage à l'agriculture biologique, telles que des conduites d'eau, des puits ou encore des installations au biogaz.

Quel est le but de l'Association bioRe®?

Instituée en 2003, l'Association bioRe® est une organisation de producteurs qui a pour mission de venir en aide aux producteurs pour toutes les questions agricoles et de développer la communauté locale. Elle est détenue intégralement par les producteurs qui y ont adhéré sur une base volontaire, ces derniers représentant en outre la majorité au Conseil de surveillance. Elle donne aux planteurs la possibilité d'unir leurs forces, mais aussi d'échanger leurs expériences. L'Association s'emploie tout particulièrement à mieux comprendre les conditions de vie des producteurs et à les soutenir de manière ciblée au travers de différents projets. Les donations de la Fondation bioRe® sont affectées à la mise en œuvre de projets sociaux en Inde.

Quel est l'avantage du projet bioRe® en termes économiques?

Le projet de coton biologique bioRe® a pour objectif de permettre une accumulation de capital sur place et d'encourager la gestion autonome des projets à moyen terme. La présence de planteurs indiens dans l'actionnariat de bioRe® India Ltd garantit leur pleine intégration dans la chaîne textile. Pour autant qu'ils soient impliqués dans le projet depuis cinq ans et qu'ils appliquent rigoureusement les directives biologiques, tous les producteurs enregistrés ont la possibilité de participer au capital.

Fondée par Remei AG, bioRe® India Ltd est une société spécialisée dans le négoce du coton qui vise à favoriser la constitution de capital au niveau local en aidant les producteurs à emballer la fibre de coton en vue de sa commercialisation.

Quels sont les projets bioRe® auxquels Coop a apporté son soutien?

Depuis 1995, bioRe® a permis de mener à bien plusieurs projets sociaux, parmi lesquels la construction de quelque 200 installations au biogaz, la mise en place de 90 systèmes d'irrigation goutte-à-goutte et de 40 installations de lombricompostage. Parmi les autres réalisations, il convient de citer l'ouverture, avec le soutien du Fonds Coop pour le développement durable, du premier centre de formation indien dédié à l'agriculture biologique en 2005, et d'un second centre de ce type – également financé par Coop – en Tanzanie, en septembre 2005. Dans les régions où ils sont implantés, les centres de formation s'emploient à promouvoir l'agriculture biologique et s'érigent peu à peu en centres de compétences régionaux. Ils sont non seulement dotés d'une ferme expérimentale, mais proposent également des solutions d'hébergement aux producteurs, facilitant ainsi la mise en pratique directe des connaissances acquises.

Citons enfin la mise en opération, grâce à l'aide financière du Fonds Coop Naturaplan, d'une unité mobile de soins qui a pour vocation d'offrir à la population de la ceinture du coton en Inde une offre étendue de prestations de soins, parmi lesquelles l'établissement de diagnostics médicaux, l'administration de traitements ou encore le suivi de la grossesse. Au travers de films et de discussions, elle se propose en outre de sensibiliser la population aux questions d'hygiène et de nutrition.

Quel est l'objectif de Naturaline en matière d'émissions de CO₂?

L'assortiment Naturaline doit afficher un bilan CO₂ neutre d'ici à 2012. Dans cette perspective, Coop et Remei multiplient les projets pilotes de modeste envergure pour acquérir l'expérience nécessaire. Chaque étape de la production, depuis la culture du coton jusqu'à l'acheminement du vêtement fini, doit être prise en compte. La réussite d'un tel projet implique une transparence totale d'un bout à l'autre de la chaîne de production. Un premier projet pilote a été réalisé en Inde en 2008; deux autres sont prévus pour 2009. Coop et Remei ont décidé de mener à bien leurs projets CO₂ de façon autonome au lieu, par exemple, de travailler en partenariat avec myclimate. Cette décision est motivée par le fait qu'ils peuvent, par la même occasion, améliorer les conditions de vie des paysans locaux qui travaillent pour le projet bioRe. Elle s'inscrit ainsi dans le droit fil de l'engagement à long terme pris par Coop et Remei.

Pourquoi Melanie Winiger a-t-elle été choisie pour représenter le label?

Coop s'efforce d'élargir chaque jour un peu plus la notoriété de Naturaline. Elle a trouvé en Melanie Winiger l'ambassadrice idéale pour ce label: une femme célèbre, doublée d'une maman jeune, moderne et sensible au développement durable. Bref, la cliente Naturaline par excellence.

Quels sont les ingrédients du succès de Naturaline?

C'est le partenariat de longue date de Coop avec la société productrice de fil Remei AG qui a permis de créer une chaîne du textile transparente, depuis la culture du coton bio jusqu'aux rayons des magasins Coop, en passant par la transformation. Coop connaît tous les fournisseurs et les sous-traitants, dont la plupart sont ses partenaires depuis de nombreuses années. Coop und Remei ont accompli en cela un véritable travail de pionnier, posant d'importants jalons en matière de traçabilité des produits textiles. Pour Naturaline comme pour toute autre marque, c'est la demande des consommateurs qui fait la différence. Naturaline offre des matières de qualité, à la fois souples et résistantes. Son coton bio est bien entendu transformé selon des méthodes garantissant une haute tolérance cutanée. Naturaline, c'est la preuve que mode et protection de l'environnement peuvent très bien aller de pair, sans qu'il soit nécessaire de dépenser des fortunes.

Pages web

www.coop.ch/naturaline
www.remei.ch

Interlocuteurs

Susanne Erdös, responsable des relations avec les médias
061 336 71 96
susanne.erdoes@coop.ch

Nicolas Schmied, porte-parole
061 336 71 39
nicolas.schmied@coop.ch

Karl Weisskopf, porte-parole
061 336 71 07
karl.weisskopf@coop.ch

Denise Stadler, porte-parole
061 336 71 10
denise.stadler@coop.ch

Un T-shirt transparent: réalité ou fiction?

Robin Cornelius, Switcher, Président du Conseil d'administration

1) Le nouveau credo

Switcher – made with respect !

Le **respect** et la **transparence** sont les **valeurs cardinales de la philosophie d'entreprise de Switcher** et sont étroitement liées à la rentabilité économique, à la conscience environnementale et à la responsabilité sociale. Switcher, l'entreprise textile suisse, est un leader dans le développement durable, encourage l'utilisation de matériaux recyclables et s'engage pour des conditions de travail équitables sur l'ensemble de la chaîne de production. Tous nos partenaires commerciaux partagent avec nous cette mission commune et apportent ainsi leur contribution à la conservation de notre planète pour les générations à venir.

made with respect ! C'est sous ce credo que nous avons lancé le T-shirt BAO, il y a quelques semaines. Le nouveau T-shirt BAO de Switcher est proposé en 38 couleurs. Les critères suivants font du BAO « le T-shirt probablement le plus propre du monde » :

- coton biologique
- commerce équitable (Fair Trade)
- compensation du CO₂
- traçabilité sur l'ensemble de la chaîne de production

Grâce à des émissions réduites sur l'ensemble de la chaîne de production, la collection des T-shirts BAO présente également un bilan de CO₂ neutre. Les émissions restantes sont entièrement compensées chez *myclimate* pour des projets de protection du climat.

Le coton provient d'un projet de l'organisation suisse d'aide au développement **Helvetas** au Mali. Le label de qualité **Max Havelaar** garantit un commerce équitable et la **Fair Wear Foundation** garantit des conditions de travail correctes dans la production. Comme tous les produits Switcher, le T-shirt BAO peut également être suivi sur Internet – www.respect-code.org/bao

2) Relations avec Max Havelaar

Depuis 2005, nous achetons en Inde et en Afrique (Mali, Burkina Faso) du coton issu d'un commerce équitable. La même année, nous avons lancé la première collection en coton bio avec Max Havelaar. Ce label garantit un commerce équitable et un salaire minimum aux producteurs de coton, ce salaire n'étant jamais inférieur au prix courant du marché et couvrant entièrement les coûts de production. Avec le label Max Havelaar, Switcher utilise déjà, dans le secteur agricole, de nombreux instruments qui ont fait leurs preuves, afin d'optimiser encore la chaîne de production.

Faits et chiffres :

- Achats en 2008 : 300 t de coton brut provenant du Mali et 145 t d'Inde. Total : 445 t de coton brut.
- Volume des primes pour le commerce équitable de Switcher en 2008 (total) : 22'250 euros
- Revenu supplémentaire des planteurs de coton grâce au prix minimum pour un commerce équitable : 58'540 euros
- Grâce au prix minimum pour un commerce équitable du coton, qui était situé environ 65% au-dessus du prix du coton conventionnel en 2008, les planteurs de coton en Afrique ont bénéficié de recettes supplémentaires de 58'540 euros à travers les commandes de Switcher.

Conséquence positive du commerce équitable en Afrique grâce à une certification de commerce équitable :

Sira Tiécoro Sidibé, 63 ans, marié, 16 enfants, a travaillé pendant 18 ans comme planteur de coton dans une plantation conventionnelle de coton. Il participe à MOBIOM depuis la certification de commerce équitable. Son champ de coton s'étend sur 1,5 ha et sa production annuelle est d'environ 1 tonne.

- « Depuis la certification de commerce équitable, ma famille et moi-même vivons mieux. Nous nous sentons soutenus et encouragés. Avant, j'avais le sentiment que le monde avait oublié les pauvres planteurs de coton du Mali que nous sommes. »

- « Grâce au commerce équitable, les femmes peuvent également devenir des planteuses de coton indépendantes. Avant, elles pouvaient exploiter des champs, mais elles n'avaient pas le droit de posséder leurs propres terres. Celles-ci étaient toujours au nom du mari. Dans le cadre de la coopérative MOBIOM, les femmes peuvent posséder leurs propres terres (à leur nom) et les exploiter. Le commerce équitable de coton devient ainsi également très attrayant pour les femmes d'Afrique. Elles sont accueillies au sein de MOBIOM, y sont respectées et ont leur mot à dire. »



3) Transparence

Code du respect – le code pour une chaîne de production transparente

Principes

- Le code du respect donne au consommateur les bases de décision pour agir de manière éthiquement correcte, respectueuse et responsable socialement et envers l'environnement.
- Le code du respect permet l'accès à des informations contrôlées sur l'origine, la chaîne de production ainsi que les conditions de travail économiques, écologiques et sociales d'un bien de consommation et de produits industriels.
- Ces informations sont accessibles librement sur www.respect-code.org.
- Toutes les données publiées sont obligatoirement contrôlées au moyen d'audits.

Groupes cibles

- **Marques** dont les responsables sont prêts à publier les informations relatives à l'origine et la fabrication de leurs produits.
- **Consommateurs** avec un style de vie axé sur la santé et le développement durable (Lifestyle of Health and Sustainability).
- Organisations non gouvernementales – **ONG** – qui connaissent les conditions de travail et qui souhaitent évaluer les mesures relatives à l'environnement.
- Organisations, **autorités**, entreprises ayant besoin d'informations sur les produits qu'elles achètent.
- **Journalistes** recherchant des informations.

Ensemble, nous contribuons à l'amélioration des conditions de vie des employés et de la société civile, nous réduisons la consommation d'énergie ou encourageons l'utilisation d'énergies renouvelables.



Stifter
Svizzera
HEKS
Helvetas
Fostensapier
Caritas
Brot für alle

Fondateurs
Svizzera
Eper
Helvetas
Action de Carême
Caritas
Pain pour le prochain

Fondatori
Svizzera
Acos
Helvetas
Sociedade Quaresimal
Caritas
Paino per tutti

Fondatori
Svizzera
Swiss Inlandchurch Aid
Helvetas
Series Catholic Lenten Fund
Caritas
Bread for All

Factsheet

31. März 2009

Textiles en coton labellisé Max Havelaar

| | |
|--------------------------------|---|
| Introduction en Suisse: | 28 avril 2005 |
| Ventes 2007*: | 933 tonnes coton brut (+ 50%) |
| Chiffre d'affaires 2007*: | CHF 10'547'000 (+ 83,1%) |
| Provenance: | Inde, Mali, Burkina Faso, |
| Assortiment: | T-Shirts, tops, baby-bodies et pyjamas, soquettes et bas, linges frottés, coton-tiges, rondelles et pads, nouveau depuis 2008 sous-vêtements hommes |
| Partenaires commerciaux | Manor, Swicher, Migros, Caritas, Helvetas, La Redoute, Le Shop, divers fabricants textiles spécialisés |
| Part de l'offre bio 2007*: | 98% |
| Volume primes Fairtrade 2007*: | CHF 72'446 |

* Les chiffres 2008 sont disponibles à partir de mai

| Prix coton | Burkina Faso | Inde |
|----------------------------------|-------------------------|--------------------------|
| Prix du marché moyen 2008: | FCFA 165/kg (Euro 0.25) | Euro 0.45/kg (30 INR/kg) |
| Prix minimum Fairtrade Bio 2008: | FCFA 272/kg (Euro 0.42) | Euro 0.46/kg |
| Primes Fairtrade 2008: | FCFA 34/kg (Euro 0.05) | Euro 0.05/kg |

-> En 2008 le prix minimum Fairtrade garanti au Burkina Faso se situait à env. 60% au-dessus du prix mondial, tandis qu'en Inde il était pratiquement identique.

Impact du coton Fairtrade en Afrique de l'ouest et en Inde

- Amélioration du revenu et de la sécurité par le prix minimum Fairtrade garanti
- Meilleur accès au marché et création de débouchés
- Promotion de la culture biologique. D'où meilleures conditions de travail des petits paysans dans la région. Souvent des mères avec leurs enfants.
- Amélioration des techniques agricoles et économie en eau d'irrigation. Construction d'installations d'irrigation (Inde).



Stifter
Svizzera
HEKS
Helvetas
Fosteneapier
Caritas
Brot für alle

Fondateurs
Svizzera
Eper
Helvetas
Action de Carême
Caritas
Pain pour le prochain

Fondatori
Svizzera
Acos
Helvetas
Sacriside Quaresimale
Caritas
Paino per tutti

Fondatori
Svizzera
Swiss Inlandchurch Aid
Helvetas
Swiss Catholic Lenten Fund
Caritas
Bread for All

- Promotion des femmes (en particulier dans le contexte africain) et de la communauté villageoise en général.
- Amélioration des infrastructures par l'argent des primes, p. ex. entrepôts répondant aux règles de stockage du coton, établissements scolaires, lampes solaires, équipements agricoles, etc., micro crédits.

Citations

«Depuis la certification Fairtrade, nous nous sentons beaucoup mieux ma famille et moi-même. Avant, j'avais le sentiment que le monde nous avait oublié, nous autres pauvres cultivateurs de coton.»

Sira Tiécoro Sidibé (63), cultivateur, coopérative Mobiom, Mali

«Avant les femmes craignaient de s'exprimer. Aujourd'hui les femmes apportent des idées et les hommes nous écoutent. »

Aissatou Koné (36), cultivatrice de coton, coopérative Mobiom Kolondiéba, Mali

Max Havelaar en bref

La fondation Max Havelaar (Suisse) octroie un label pour des produits issus de régions défavorisées du Sud, qui sont commercialisés équitablement et cultivés selon des standards sociaux et, partout où c'est possible, dans le respect de l'environnement. Le respect des standards Fairtrade est vérifié par un organisme indépendant de certification et contrôle. Le label Max Havelaar existe pour les bananes, ananas, mangues, avocats, jus de fruits et autres boissons, café, thé, chocolat, cacao, miel, sucre et confiseries, riz, fruits secs et noix, fleurs et plantes ainsi que les produits textiles et articles en ouate.

www.maxhavelaar.ch

Plus d'information

Service de presse Max Havelaar (Suisse): Didier Deriaz, d.deriaz@maxhavelaar.ch,

tel. 024 425 56 33 ou Vesna Stimac, Tel. 044 278 99 06, v.stimac@maxhavelaar.ch