

Votre liste de courses peut aussi être «solidaire» ...et sans vider davantage votre porte-monnaie

L'objectif du commerce équitable est de participer au développement des petits producteurs du Sud grâce à des conditions commerciales avantageuses: le paiement d'un prix minimum garanti, le préfinancement des achats, des contrats à long terme, une surprime pour aider les producteurs à investir ou les communautés locales à se développer, etc. En réalité, le commerce équitable ne fait que tenter de rétablir un équilibre dans des échanges commerciaux qui depuis très longtemps sont en défaveur des pays en développement.

En achetant équitable, vous posez donc un acte de solidarité envers des communautés du Sud. La plaquette de chocolat ou le t-shirt que vous achetez ici peut donc avoir là-bas des répercussions bien plus importantes que celles que vous imaginez.

Malheureusement, le commerce équitable véhicule encore trop souvent de fausses idées. On le dit cher, certains le croient de moindre qualité... Rien n'est plus faux.

Le site internet www.equidurable.be, consacré au commerce équitable et durable, a mené sa petite enquête au mois de septembre. Un panier de trente produits (dont à peu près la moitié d'alimentation) a été choisi, et cinq points de vente ont été sélectionnés: deux chaînes de grande distribution qui vendent à la fois les marques classiques des produits équitables (Carrefour et Delhaize), une chaîne de magasins équitables (Oxfam-Magasins du Monde), une boutique indépendante (Ozfair, à Bruxelles) et un site de vente en ligne (Ethicstore).

Ensuite, les enquêteurs ont comparé tous les prix 'équitables' et ceux des marques classiques, en prenant bien soin de choisir des produits de qualité équivalentes s'il y avait le choix entre plusieurs modèles ou plusieurs marques.

La différence de prix entre produits équitables et classiques diminue.

Le résultat, vous le voyez sur le tableau ci-dessous, avec en rouge, les prix relevés les plus chers, et en vert, les plus bas.

Première constatation... la soi-disant domination des produits «classiques» au niveau des prix n'est pas évidente du tout. Certes, globalement, les produits «classiques» dans la grande distribution restent moins chers... mais peu s'en faut.

Huit produits du panier trouvent même leur meilleur prix dans le commerce équitable: le café moulu, le thé vert, le miel, le sucre de canne en morceaux, la bière spéciale, le foulard, le savon de douche hydratant et les préservatifs. Et trois ont exactement le même plus bas prix: les bananes, la confiture aux fruits exotiques et les roses.

Chez Carrefour et Delhaize, lorsqu'ils sont mis en concurrence, les produits des deux catégories font souvent jeu égal. A tel point que les bananes Chiquita et celles labellisée Max Havelaar sont exactement au même prix (avec même une promotion «points bonus» pour les équitables chez Carrefour). Chez Carrefour, la couette et ses deux taies sont au même prix (34,90 €) pour Home Linnen (non équitable) et La Maison Nature (Max Havelaar). Idem pour les fleurs chez Delhaize: 5,99 € pour 20 roses, qu'elles soient équitables ou pas.

Des concept-stores et une chaîne pour être plus solidaire

Ozfair, qui a la plus grande offre pour les produits recherchés, est en général un peu plus cher. Mais il s'agit ici d'un 'concept-store' indépendant, n'ayant pas la même puissance d'achat que ses concurrents. L'ambiance y est d'ailleurs tout à fait différente, plus conviviale. Qui plus est, les responsables de la boutique



	Ethicstore	Ozfair	Wereldwinkel	Carrefour		Delhaize	
				Classic	Equit.	Classic	Equit.
Bananes				2,39	2,39	2,39	2,39
Pain d'épices (prix au kg)		10,33	8,60	4,97		3,50	
Confiture exotique (prix au kg)		9,16	5,97			5,97	
Café moka 250g		3,50	2,65	2,57	2,29	2,40	2,35
Thé vert (prix pour 100 g)		2,80	2,55	4,98	4,11	5,18	5,11
Chocolat noir tablette de 100g		2,30	1,65	1,15		1,40	
Pralines (prix au kg)		43,12	33,45			29,11	37,18
Miel pot de 500g		5,10	3,65	3,59	3,50	3,59	4,29
Riz basmati 500g		2,40	2,79	1,69	2,56	2,33	
Jus de fruits tropicaux 1l		2,50	1,59	1,47	1,49	1,55	
Vin argentin, cabernet sauvignon		7,80	5,49	4,99	5,99 (Af.Sud)	4,99	5,29
Sucre de canne en morceaux 1kg		2,60	3,98		2,19	4,63	2,26
Bière spéciale, grande bouteille			1,03	2,80		3,09	
Paire de baskets, type «Converse»		45,00					
T-shirt coton de qualité	29,00	24,90		9,90			
Jean classique	55,00	55,70		19,90			
Bijou fantaisie (en corne ou métal)	18,00	7,40	9,90	4,95			
Foulard		20,00 (soie)	14,75 (soie)	14,90 (lin)			
Jouet en bois		12,80	10,50				
Doudou pour bébé	11,50	10,40		8,50			
Douche hydratante (prix au litre)	7,80	24,00	35,00 (huile)	7,96		8,92	
Crème de nuit	24,50	25,40	16,75	12,13		17,57	
Huile d'argan 50 ml		22,90					
Quatre disques démaquillage (par 100)		2,83		3,98		2,41	
Préservatifs (par 12)		4,90		7,79		10,79	
Roses (par 15)				9,74	7,90	4,49	4,49
Plat style compotier	45,00	16,10	12,9	8,09 (verre)			
2 sets de table	10,00	11,00	12,50	5,00			
Petit objet de déco artisanal	20,00	25,00	9,90				
Parure de lit (couette + 2 taies)				34,90	34,90	29,90	

affichent systématiquement les prix conseillés par les producteurs «pour rester dans la logique du commerce équitable».

A l'inverse, les Magasins du Monde-Oxfam (et leur pendant flamand, les Wereldwinkels) sont plutôt bas au niveau des prix. Il faut dire qu'avec 90 magasins à Bruxelles et en Wallonie, et 213 en Flandre, ils ont une puissance d'achat importante... non pour imposer leurs prix aux producteurs, bien sûr, mais pour réaliser des économies d'échelle. De plus, les vendeurs des Magasins sont souvent des bénévoles convaincus par le commerce équitable et les autres actions de l'ONG parente des Magasins du Monde.

Une enquête similaire a été menée par des universitaires en avril 2008 pour comparer les prix de sept produits alimentaires chez Carrefour, Delhaize et Colruyt. Les résultats de cette enquête ont été analysés par Idea Consult dans le cadre d'une étude à la demande de la Coopération technique belge (CTB). Idea Consult a relevé la même disparité au niveau des prix que dans le «coup de sonde» d'Equidurable.be: *«Les plus grandes différences en pourcentage par rapport aux produits blancs s'observent pour le chocolat et le miel. Les différences les plus faibles se situent au niveau du jus d'orange et du café. Pour le café, la faible différence entre toutes les variantes du produit est notable.»*

L'équitable, c'est de la qualité !

Comment expliquer ces rapprochements ou écarts de prix ? Idea Consult présume que le consommateur est davantage prêt à payer



Ozfair, un concept-store bien fourni

plus cher – l'élasticité-prix de la demande, selon le jargon marketing – pour du miel ou du choco que pour le jus d'orange ou le café. *«Ceci a pour conséquence que les fixeurs de prix, qui cherchent à maximiser leur bénéfice, prendront des marges bénéficiaires inférieures sur ces produits.»*

Mais il y a sans doute d'autres facteurs qui jouent... Les volumes des produits en question, par exemple. Il est en effet curieux de constater que les produits dont les prix sont les plus proches (entre équitable et marques classiques) sont justement ceux qui, de très loin, représentent les plus gros volumes de vente du secteur équitable: les bananes (3.275 tonnes en 2007), le café (1.098 tonnes) et les jus de fruits (1,8 million de litres). Et est bien évidemment plus facile d'appliquer un bon prix sur un produit qui «part vite»...

Un autre critère dont il faut tenir compte est la qualité du produit. Et là, le commerce équitable offre parfois davantage. Par exemple, vous aurez un magnifique compotier de 30 cm en

céramique chez Ozfair pour 16 euros, alors que dans la grande distribution, vous devrez vous contenter d'un bête plat en verre de 25 cm à 8 euros. Idem pour les cosmétiques, où la qualité est plus souvent plus présente dans le commerce équitable qui est dans bien des cas associé au label bio.

Le commerce équitable n'a donc pas à rougir de la comparaison avec les marques classiques, ni en terme de prix ni en terme de qualité, ni même en terme de disponibilité de produits, puisque la gamme des produits équitables s'agrandit de jour en jour.

Le coup de sonde réalisé en septembre révèle que sur 26 produits comparables, 11 produits équitables étaient au moins aussi compétitifs sur les prix que les marques classiques. Cela bat en brèche l'idée communément répandue que payer une prime supplémentaire au producteur engendre obligatoirement un surcoût pour le consommateur.

(sources: www.equidurable.be, www.befair.be)