



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Éducation nationale,
de l'Enfance et de la Jeunesse

NOS ACTIONS
Fairtrade



COMMERCE ÉQUITABLE: DÉFINITION

Chaque producteur ou chaque salarié qui travaille devrait être rémunéré de manière qu'il puisse assurer à lui-même et à sa famille une existence qui est conforme à la dignité humaine. Il en ressort que les prix d'achat des produits issus du commerce équitable doivent avant tout garantir une rémunération qui satisfait leurs besoins fondamentaux. La FINE, un réseau qui regroupe les quatre organisations mondiales principales du commerce équitable, définit le commerce équitable comme suit: «Le commerce équitable est un partenariat commercial, fondé sur le dialogue, la transparence et le respect dont l'objectif est

de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions commerciales et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés, tout particulièrement au Sud de la planète.»

Aujourd'hui, plus de 1,6 million de producteurs et leurs familles profitent des mécanismes mis en place par les organisations du commerce équitable. Une goutte dans la mer si on sait que 1,4 milliard de personnes doivent vivre avec moins de 1,25 dollar par jour.

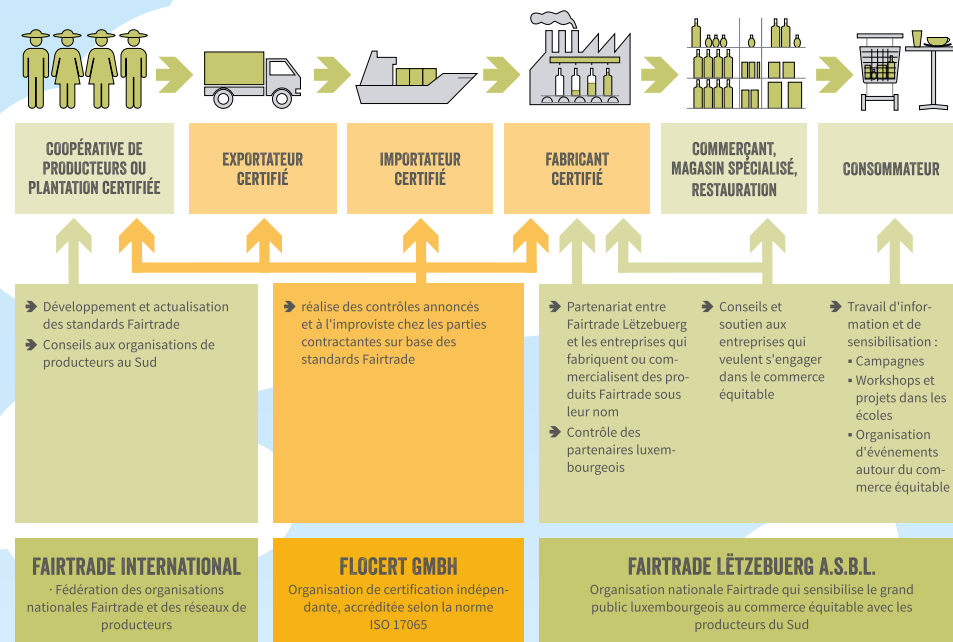
L'histoire du commerce équitable

Les débuts du commerce équitable ne datent pas d'hier. Dans les années 1950, quelques organisations non-gouvernementales en Europe et aux États-Unis avaient élaboré un premier modèle de commerce équitable avec des producteurs défavorisés. En 1988 fut créé aux Pays-Bas «Max Havelaar», le premier label «Fairtrade», qui a ouvert la voie d'une nouvelle ère. C'est avec ce label que le commerce équitable

a connu un succès croissant auprès des consommateurs et a accédé, grâce au café équitable, aux commerces conventionnels. Le nom «Max Havelaar» fut emprunté au héros du roman néerlandais «Max Havelaar ou les ventes de café de la compagnie commerciale des Pays-Bas» paru au 19^e siècle. Un livre, qui traite de l'inégalité du commerce et qui critique l'exploitation des populations indigènes.

COMMENT FONCTIONNE LE COMMERCE ÉQUITABLE?

LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT FAIRTRADE



source: Fairtrade Lëtzebuerg asbl

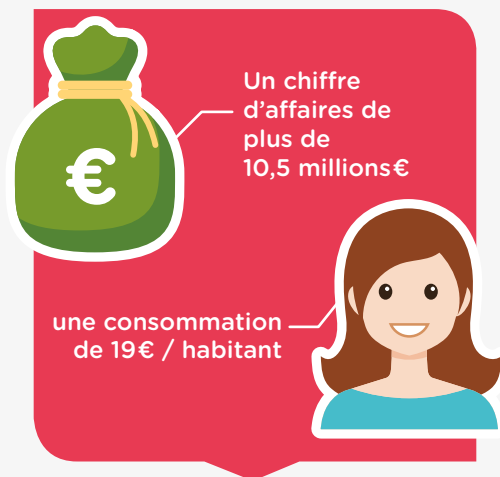


LE COMMERCE ÉQUITABLE AU LUXEMBOURG

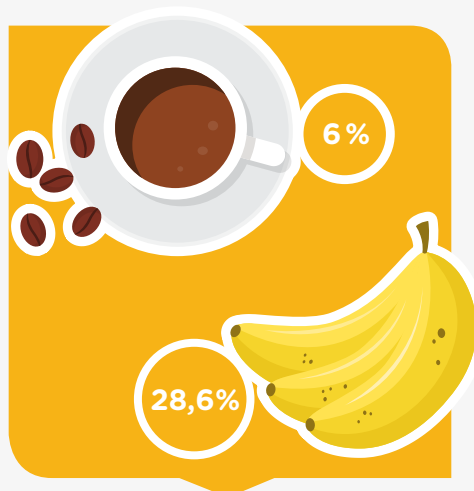
Le commerce équitable est venu assez tôt au Luxembourg. En 1992, quatre ans après la fondation du premier label «Fairtrade» aux Pays-Bas, a été créé au Grand-Duché «TransFair Minka», l'association qui a changé son nom en «Fairtrade Lëtzebuerg» en 2012. L'ONG, qui est membre de la fédération du commerce équitable «Fairtrade International», fait avancer la promotion du

commerce équitable au Luxembourg. De plus, l'ONG veille à ce que les critères du commerce équitable «Fairtrade», définis par «Fairtrade International», soient respectés. Selon un sondage réalisé en 2015, 94% des personnes interrogées au Luxembourg ont déclaré connaître le label «Fairtrade», 65% ont affirmé acheter régulièrement des produits issus du commerce équitable.

Quelques chiffres de Fairtrade Lëtzebuerg



**LE COMMERCE ÉQUITABLE
AU LUXEMBOURG EN 2015***



**PART DE MARCHÉ
DES PRODUITS PHARES
AU LUXEMBOURG EN 2015***

* source: Fairtrade Lëtzebuerg asbl

RESTOPOLIS STEPS TO FAIRTRADE

COMMENT RESTOPOLIS SOUTIENT-IL LE COMMERCE ÉQUITABLE ?

Le service de restauration scolaire et universitaire du Ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse soutient depuis de nombreuses années les actions de «Fairtrade Lëtzebuerg» et poursuivra son engagement envers le commerce équitable à l'avenir. La coopération prometteuse entre Restopolis et l'ONG a débuté en 2009 avec l'organisation d'une première semaine thématique «Semaine du monde et du commerce équitable» sous le slogan «Restopolis meets Fairtrade». Depuis lors, l'utilisation des produits «Fairtrade» est un engagement ferme de Restopolis.

1) PRODUITS ÉQUITABLES CHEZ RESTOPOLIS

Depuis 2009, la liste des produits équitables vendus et travaillés a progressé constamment:



mais aussi: Bio chocolat noir, bio cacao en poudre, cœur de palmier et muesli «fait maison».

2) LES SEMAINES THÉMATIQUES

Restopolis organise chaque année une semaine thématique «Fairtrade» sous différents slogans comme par exemple «Fit a fair» qui permettra de familiariser les convives avec le sujet du commerce équitable et pendant laquelle sont préparés quotidiennement des plats à base de produits «Fairtrade». Dans le but de dialoguer avec les convives, Restopolis se rend pendant chaque semaine thématique «Fairtrade» dans des établissements scolaires et universitaires avec des stands d'information pour chercher le dialogue avec les convives.

3) UNE GAMME «FAIRTRADE» DANS LES DISTRIBUTEURS AUTOMATIQUES

Restopolis a choisi une large gamme de boissons et confiseries portant le label «Fairtrade» à intégrer dans les distributeurs automatiques installés dans les établissements scolaires et universitaires.

4) LES ACTIONS SAISONNIÈRES

Les actions saisonnières comme par exemple les Saint-Nicolas et lapins de Pâques en chocolat offerts aux convives sont également issus du commerce équitable.

5) LES SOUMISSIONS PUBLIQUES

Restopolis s'engage à soutenir activement les petits producteurs regroupés en coopératives par le biais de la vente et de la transformation de produits portant le sceau «Fairtrade». Les critères d'attribution de soumissions publiques prévoient que des produits comme le café, le thé, les bananes et les ananas doivent être issus du commerce équitable.

6) BANDE DESSINÉE «LA RÉCOLTE DE L'ESPOIR»

Afin de sensibiliser aussi ses convives, Restopolis a soutenu la bande dessinée «La récolte de l'espoir», écrite et dessinée par Marc Angel. Cette publication a permis d'expliquer aux jeunes de manière divertissante le sujet du commerce équitable.

7) PROGRAMME «FRUIT FOR SCHOOL»

En 2010 a été introduit le programme européen «Fruit for School» dans les lycées luxembourgeois avec une semaine thématique «Fruit for School». Des paniers avec des fruits avec entre autres des bananes «Bio Fairtrade» sont gratuitement mis à disposition tous les jours dans tous les lycées.

8) «SCHENK ENG BANANN»

Restopolis assure la promotion de la vente des bananes «Bio Fairtrade» par le biais de la mise à disposition quotidienne de bananes dans toutes ses cafétérias sous le slogan «Schenk eng Banann».

«Fairtrade Zones» de Restopolis

Tous les points de vente de Restopolis sont certifiés «Fairtrade Zone» par «Fairtrade Lëtzebuerg». Le label «Fairtrade Zone» est réservé aux établissements de restauration qui distribuent dans leur offre au moins deux produits alimentaires équitables, dont obligatoirement le café.



COMMENT POUVEZ-VOUS SOUTENIR LE COMMERCE ÉQUITABLE ?

De nos jours, les produits équitables sont indispensables du quotidien. Chaque consommateur est dans la mesure de contribuer au commerce équitable: optez dans les restaurants et cafétérias de Restopolis pour les produits portant le label «Fairtrade». Les entreprises du grand commerce et de la grande distribution proposent une large offre de produits munis du label «Fairtrade»: le consommateur peut ainsi choisir entre le produit équitable et le produit traditionnel.

Le label «Fairtrade»

Les produits issus du commerce équitable sont perceptibles pour les consommateurs grâce au label tricolore «Fairtrade». Le bleu symbolise l'optimisme, le vert la croissance et le bras stylisé l'autonomisation des producteurs. Les produits qui portent le label «Fairtrade» garantissent au consommateur qu'ils répondent aux critères internationaux du commerce équitable, définis sur base des trois piliers du développement durable, à savoir l'économie, le social et l'écologie.

