

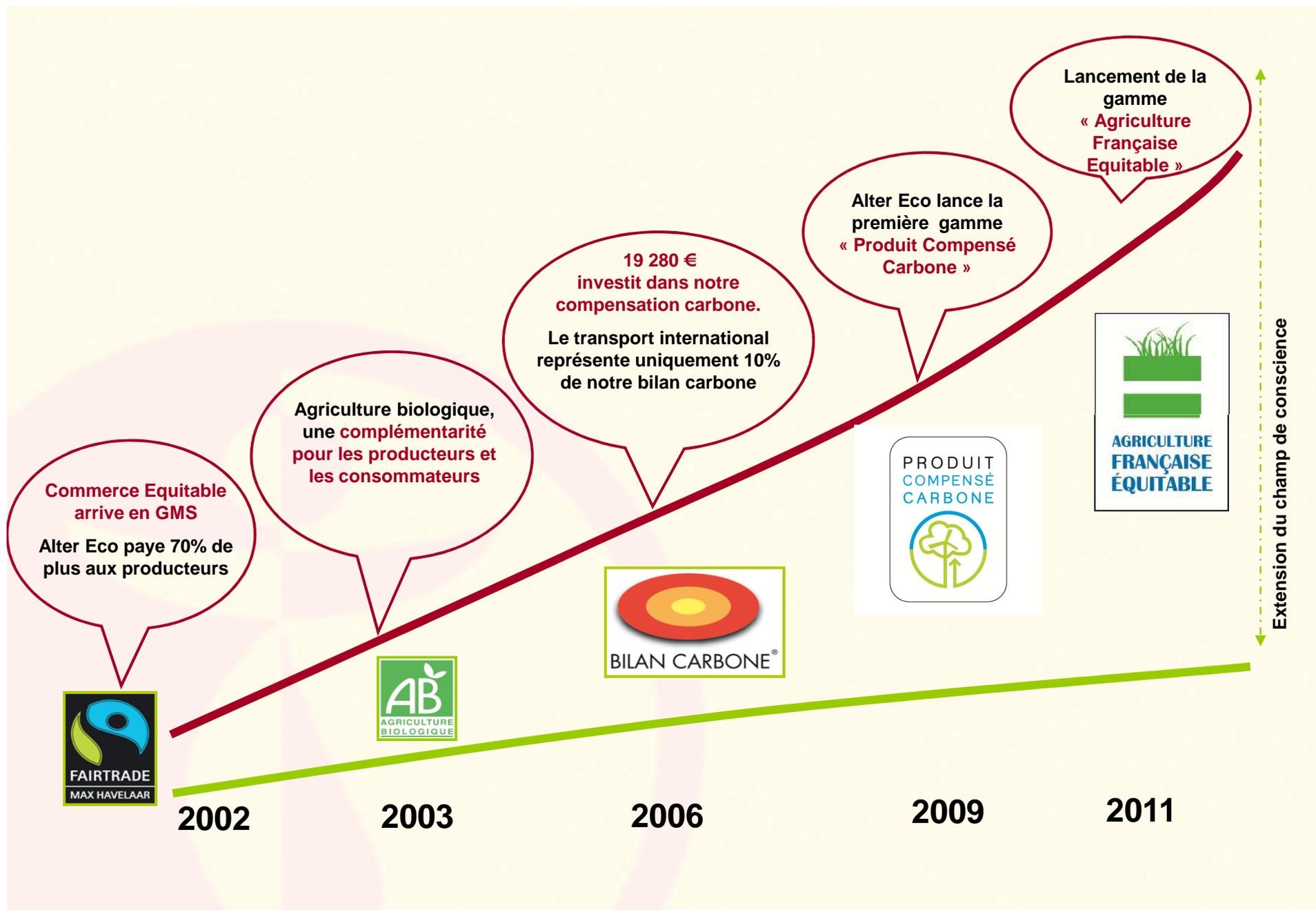
Vers une agriculture biologique & équitable

Les actions en 2012

Les coopératives partenaires d'Alter Eco



Alter Eco: une démarche pionnière avec l'intégration des enjeux du développement durable



Les outils Alter Eco: un moyen de suivre l'évolution des coopératives partenaires 1/2

AlterEcomètre© est la synthèse des principales informations qui permet d'évaluer précisément *les retombées économiques du commerce équitable pour les producteurs et les coopératives*, par rapport aux filières classiques .

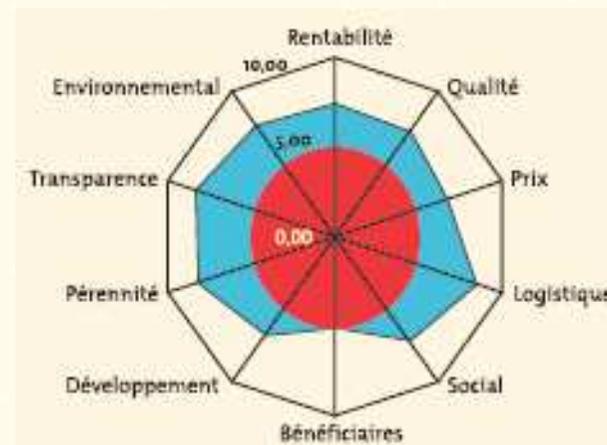


*Comparaison Alter Eco / marché conventionnel

Quand un client achète une boîte de thé Ceylan 2,70€, il est assuré que 1,21€ sera redistribué au Sri-Lanka.

FTA 200 est une méthodologie d'audit, qui permet d'évaluer la *triple valeur ajoutée (économique, sociale et environnementale) de la filière* dans son ensemble.

Exemple : cette coopérative assure une bonne transparence de ces pratiques mais présente un risque sur son futur développement.



Les outils Alter Eco: un moyen de suivre l'évolution des coopératives partenaires 2/2

Les **rapports d'audit complets**, réalisés dans toutes les coopératives partenaires, permettent d'avoir une **connaissance approfondie du contexte national, régional, local, des enjeux liés à la production et à l'organisation des producteurs.**



AEDI© (Alter Eco Développement Index) a pour objectifs : de dresser les portraits des producteurs, de connaître leur histoire et de **mesurer l'impact en termes de développement humain sur les personnes impliquées dans la relation de Commerce Equitable.**



Jasmar SINGH, producteur de riz
Fédération des producteurs de Khaddar
65 ans, marié, 2 enfants




Nom : SINGH
Prénom : JASMAR
Membre de la coopérative : Khaddar
Âge : 65 ans
Producteur de : Riz basmati
Statut : Marié
Nombre d'enfants : 2 enfants, 1 garçon et une fille
Groupe ethnique : Sikh
Situation des enfants : Son fils est marié et a lui-même 2 enfants et vit avec sa famille sous le toit de ses parents. Sa fille est marié et a quitté le domicile.
Revenu mensuel : 12 500 Rupees/month = 210 €/mois
Situation professionnelle : Consacre l'intégralité de son temps de travail à travailler sa terre.
Impact CE sur le prix payé au producteur : 263 €/MT contre 220 €/MT sur le marché conventionnel
Capacité de production : 9 MT en 2006
Surface cultivée : 4 hectares
Prestation médicale : Centre médical le plus proche à 16 km
Situation politique : Droit de vote + liberté d'expression
Langue maternelle : Indienne
Situation scolaire : a été à l'école jusqu'au primaire. Son fils est allé jusqu'au lycée (17 ans) et sa fille a quitté l'école à 14 ans.

Notre identité et nos différences font notre valeur ajoutée !

Une **transparence totale** :
Alter Eco met à votre disposition de nombreux outils.
- AlterEcomètre©
- Rapport d'audit par coopérative
- Traçabilité et origines garanties
- www.altereco.com, toute l'information sur le commerce équitable et Alter Eco

Une **prise de parole à l'intérieur des packs** à la fois didactique, ludique et ultra-gourmande !



Un **engagement clair** sur notre démarche de développement durable...



Une **qualité irréprochable** : des saveurs originales, un savoir-faire traditionnel, des produits naturels... Notre leitmotiv : plaisir et gourmandise !

Une **identité visuelle forte** : des produits identifiables par les clients en rayon grâce au logo Alter Eco et à notre **design spécifique en rupture** avec les codes du marché

La seule marque à préciser en facing **le nom de la coopérative et le pays**

Des produits **100% équitables et biologiques** ou en transition AB

La seule gamme de produits **compensée en carbone** au sein de l'univers épicerie

Au sud comme au nord, **un constat similaire** 1/3

✓ **Disparition d'un modèle agricole sur des surfaces à taille humaine**, de type polyculture (ex. du thé au Sri Lanka), trop souvent remis en question au sud comme au nord

✓ **Au sud:**

✓ **Des petits producteurs qui quittent l'agriculture familiale**, se mettent au service de grandes plantations ou émigrent vers des zones de forte urbanisation

✓ **Un pression agraire de plus en plus forte**: 30 millions d'hectares de terres arables disparaissent chaque année (dégradations environnementales, urbanisation, industrialisation des terres)

✓ **Au nord:**

✓ Des **fermes qui ne se sont pas ou trop peu repris** de génération en génération

✓ **90% des exploitations agricoles ont disparu** durant les 50 dernières années



✓ Au sud comme au nord, des enjeux similaires

✓ Des producteurs victimes **des fluctuations des cours des matières premières**

✓ Des producteurs **en polyculture en compétition avec l'agriculture intensive**

✓ Une situation de dépendance, **vente en dessous des coûts de production** et un appauvrissement chronique

✓ **Une complémentarité au niveau des projets mais également des produits**



- ✓ Une **certaine vision de la modernisation agricole** explique cette tendance:
 - ✓ Croyance que la **grande exploitation mécanisée est plus productive** que les exploitations de type polyculture sur des critères agro-écologiques
 - ✓ De plus, large exploitation en monoculture produisent **des externalités considérables:**
 - ✓ **Utilisation d'intrants dont les ressources sont limitées**
 - ✓ **Dégradation forte de l'environnement et conséquences sur la santé**
 - ✓ Avec un système basé sur la rentabilité et la fluctuation des cours boursiers, provoquant des dégâts considérables



- ✓ La Remise **en question de la pérennité de ce modèle avec comme alternative** :
 - ✓ **Une production « agro-écologique »** combinant les savoirs faire ancestraux avec les techniques modernes permettant d'obtenir un modèle agricole durable
 - ✓ Une agro-écologie permettant également d'appréhender la ferme comme **un écosystème vivant avec un équilibre à trouver et à tenir**
 - ✓ Le choix du **modèle des coopératives**: structures collectives, démocratiques et transparentes
 - ✓ Un **prix juste**, non dépendant des fluctuations des cours des matières premières, **basé sur les coûts de production** et les frais de fonctionnement des coopératives
 - ✓ Une **transparence dans les relations économiques** du producteur au consommateur



- ✓ La remise **en question de la pérennité de ce modèle avec comme alternative** :
 - ✓ **Le respect des parties prenantes: choix dans la taille des partenariats avec une dynamique territoriale**
 - ✓ Une vision sociétale **respectant l'histoire des hommes et favorisant le tissu social**
 - ✓ Un choix **d'alimentation de qualité supérieure**, sains et nutritifs respectant les matières premières
 - ✓ La construction d'une économie collective « non violente » au service de l'homme et l'environnement **avec au sud comme au nord une complémentarité des projets et des produits**





- ✓ **Avec des critères agro-écologiques** via une nouvelle vision de l'agriculture: réinventer le modèle agricole **via de l'innovation et la créativité**

- ✓ **Une obligation de transparence** (notamment sur le **prix et l'origine**)

- ✓ Une **différentiation « à la hausse »** via:
 - ✓ Des critères **sociaux** (prix juste) **& environnementaux** (agro-écologie mais également rôle des agriculteurs)

 - ✓ Des aspects **qualitatifs** (terroir...)

- ✓ La mise en avant **d'une alimentation saine, variée & gustative**

- ✓ Une responsabilité commune des parties prenantes avec une économie non violente **incluant les différents acteurs autour d'un même projet**



« Etre **un trait d'union alternatif** qui lie l'ensemble des parties prenantes dans un projet **engagé** qui promeut **l'agriculture familiale biologique & équitable** aux travers de **produits alimentaires de qualité** et aux saveurs authentiques. »



✓ Donner **la parole aux producteurs** et jouer un rôle de **trait d'union entre producteurs et citoyens**

✓ Une réflexion plus large sur:

✓ **Le rôle des producteurs** dans notre société

✓ La construction d'une **économie collective « non violente »** au service de l'homme et de l'environnement

✓ **Une réflexion sociétale plus large**





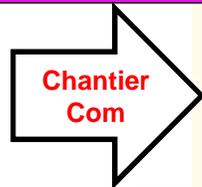
Chantier
Com

3/ Communication Citoyenne

UN NOUVEAU MONDE EN MARCHÉ



- A l'occasion de la plus grande marche organisée dans l'histoire de l'humanité à l'initiative d'Ekta Parishad
- Les producteurs français de la Corab marcheront avec les producteurs de Mineral Spring en Inde en août 2012



3/ Communication Citoyenne

Un nouveau monde en marche



➤ **Objectif:** Partager et porter lors de cette marche avec des producteurs français et indiens **un soutien international à une agriculture respectueuse de la dignité humaine et environnementale.**



Chantier
Com

3/ Communication Citoyenne

Un nouveau monde en marche



- **En amont de la marche: Interviews avec des personnalités phares en partant du cas des producteurs d'ici et d'ailleurs et en abordant des thématiques sociétales plus larges via le fil conducteur de la non violence**
- **Présence des interviews sur le site [www.JusteEt Bon.Com](http://www.JusteEtBon.Com)**



Chantier
Com

3/ Communication Citoyenne

Un nouveau monde en marche



➤ **Au retour de la marche, mise en place d'une conférence avec la présence des producteurs d'ici et d'ailleurs et des personnalités phares**

ANNEXES

✓ Des critères liés à l'exploitation:

- ✓ 100% biologique
- ✓ 100% des volumes dédiés à la coopérative
- ✓ Polyculture / polyculture-élevage
- ✓ Taille raisonnable
- ✓ Diversité de l'assolement
- ✓ Rotations pluriannuelles



✓ Des critères liés à la coopérative:

- ✓ 100% biologique
- ✓ Fonctionnement **démocratique**
- ✓ Offre produit qui reflète la pratique de la polyculture
- ✓ **Juste répartition** des volumes
- ✓ **Préfinancement** à la récolte aux adhérents
- ✓ Mise en place **d'un réseau d'échange de bonnes pratiques**
- ✓ Soutien aux **nouveaux adhérents**



Notre identité et nos différences font notre valeur ajoutée !

Une **transparence totale** :
Alter Eco met à votre disposition de nombreux outils.
- AlterEcomètre©
- Rapport d'audit par coopérative
- Traçabilité et origines garanties
- www.altereco.com, toute l'information sur le commerce équitable et Alter Eco

Une **prise de parole à l'intérieur des packs** à la fois didactique, ludique et ultra-gourmande !



Un **engagement clair** sur notre démarche de développement durable...



Une **qualité irréprochable** : des saveurs originales, un savoir-faire traditionnel, des produits naturels... Notre leitmotiv : plaisir et gourmandise !

Une **identité visuelle forte** : des produits identifiables par les clients en rayon grâce au logo Alter Eco et à notre **design spécifique en rupture** avec les codes du marché

La seule marque à préciser en facing **le nom de la coopérative et le pays**

Des produits **100% équitables et biologiques** ou en transition AB

La seule gamme de produits **compensée en carbone** au sein de l'univers épicerie

Les outils Alter Eco, un moyen de suivre l'évolution de nos coopératives...

AlterEcomètre® est la synthèse des principales informations qui permet d'évaluer précisément *les retombées économiques du commerce équitable pour les producteurs et les coopératives*, par rapport aux filières classiques .

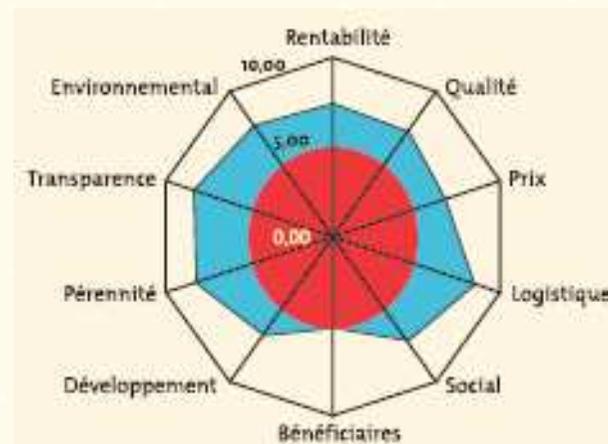


*Comparaison Alter Eco / marché conventionnel

Quand un client achète une boîte de thé Ceylan 2,70€, il est assuré que 1,21€ sera redistribué au Sri-Lanka.

FTA 200 est une méthodologie d'audit, qui permet d'évaluer la *triple valeur ajoutée (économique, sociale et environnementale) de la filière* dans son ensemble.

Exemple : cette coopérative assure une bonne transparence de ces pratiques mais présente un risque sur son futur développement.



... et d'établir un lien privilégié avec les producteurs partenaires !

Les **rapports d'audit complets**, réalisés dans toutes les coopératives partenaires, permettent d'avoir une **connaissance approfondie du contexte national, régional, local, des enjeux liés à la production et à l'organisation des producteurs.**



AEDI© (Alter Eco Développement Index) a pour objectifs : de dresser les portraits des producteurs, de connaître leur histoire et de **mesurer l'impact en termes de développement humain sur les personnes impliquées dans la relation de Commerce Equitable.**



Jasmar SINGH, producteur de riz
Fédération des producteurs de Khaddar
65 ans, marié, 2 enfants




Nom : SINGH
Prénom : JASMAR
Membre de la coopérative : Khaddar
Âge : 65 ans
Producteur de : Riz basmati
Statut : Marié
Nombre d'enfants : 2 enfants, 1 garçon et une fille
Groupe ethnique : Sikh
Situation des enfants : Son fils est marié et a lui-même 2 enfants et vit avec sa famille sous le toit de ses parents. Sa fille est marié et a quitté le domicile.
Revenu mensuel : 12 500 Rupees/month = 210 €/mois
Situation professionnelle : Consacre l'intégralité de son temps de travail à travailler sa terre.
Impact CE sur le prix payé au producteur : 263 €/MT contre 220 €/MT sur le marché conventionnel
Capacité de production : 9 MT en 2006
Surface cultivée : 4 hectares
Prestation médicale : Centre médical le plus proche à 16 km
Situation politique : Droit de vote + liberté d'expression
Langue maternelle : Indienne
Situation scolaire : a été à l'école jusqu'au primaire. Son fils est allé jusqu'au lycée (17 ans) et sa fille a quitté l'école à 14 ans.

La plus large gamme au rayon Commerce Equitable !



Chocolats Alter Eco : la gourmandise sans compromis !



Rodolfo Cometeros Paime, producteur de cacao, Coopérative ACCOPAGRO, Pérou

LES + PRODUITS

1^{er} acteur du chocolat bio et équitable en France.

- 17 références intégralement fabriquée par un chocolatier suisse.
- Une saveur authentique : pur beurre de cacao, sans lécithine de soja ni arôme artificiel.
- Des grands classiques pour les connaisseurs et des recettes originales pour les plus gourmands !

NOS COOPERATIVES PARTENAIRES

- Dans le cadre d'un programme de l'ONU visant à substituer la culture de la coca par celle du cacao, les producteurs ont créé la coopérative afin d'écouler leur production.
- Projet de reforestation de la forêt Amazonienne péruvienne via le programme de compensation « Objectif Zéro Carbone ».
- Projet de développement d'une AOC « Alto Huayabamba » avec la coopérative.

L'ALTERÉCOMÈTRE	
Familles bénéficiaires	902
Surface moyenne cultivée	2 ha
Revenus supplémentaires pour les producteurs*	+18%
Revenus supplémentaires pour la coopérative*	+19%
Pourcentage du prix de vente pour le pays d'origine	13%

*Comparaison entre Alter Eco et le marché conventionnel

AlterEcomètre
Chocolat Noir Absolu

Que choisir

Le chocolat ALTER ECO NOIR INTENSE a été élu **meilleur choix de la catégorie chocolat noir avec une note de 18/20** par le magazine de l'association des consommateurs UFC Que Choisir - n°474 – Octobre 2009 !

24 tablettes de chocolat noir		Prix	Étiquetage % de cacao (minimum)	Nete sur 20	Jugement global	Étiquetage de l'origine	Proportion de cacao	Pur beurre de cacao	Dégustation
		€/kg							
1	Alter Eco Noir intense force brute coopérative Acopagro Pérou	13,90	95% minimum	18	***	***	***	***	***
2	Nestlé Noir intense 70 %	12,90	70% minimum	18	***	*	***	***	***
3	Valrhona Les grands crus Guamanja	48,57	70% minimum Pur beurre de cacao	17,3	***	*	***	***	***
4	1848 Bio noir 70 %	21,30	70% minimum Pur beurre de cacao	17,3	***	*	***	***	***
5	Michel Claisel Noir de Cacao 72 %	31,50	72% minimum Pur beurre de cacao	16,5	***	*	***	***	***
6	Écote Équitable noir dégustation 70% de cacao	14,20	70% minimum	14,8	**	*	***	***	**
7	Monoprix Gourmet Chocolat noir 72% de cacao Saint-Domingue	14,20	72% minimum	14,8	**	***	***	***	**
8	Fin Carré (Lidl) Chocolat noir supérieur	4,50	74% minimum	14,6	**	***	***	***	**
9	Bio Village Marque Repère (Leclerc) Chocolat noir 74 % cacao	9,50	74% minimum Pur beurre de cacao	14,3	**	*	***	***	**
10	Éco+ (Leclerc) Chocolat 70 % de cacao	4,20	70% minimum	14,1	**	*	***	***	**
11	1848 76 % Noir	12,90	76% minimum Pur beurre de cacao	13,6	**	*	***	***	**
12	Agir Carrefour Solidaire Chocolat noir 74 % cacao Équateur	14,70	74% minimum Pur beurre de cacao	13,3	**	***	***	***	**
13	U bio Chocolat noir 74% de cacao	12,60	74% minimum	13,3	**	*	***	***	**
14	Lindt Excellence 70 % cacao	13,80	70% minimum	13,1	**	*	***	***	**
15	Sélection Carrefour Chocolat dégustation extra noir 72 % cacao	8,50	72% minimum Pur beurre de cacao	12,9	**	*	***	***	**
16	Auchan Noir 72 % cacao	8,90	72% minimum	12,9	**	*	***	***	**
17	Premium Leader Price Sublime noir 70 % de cacao	8,10	70% minimum Pur beurre de cacao	12,1	**	*	***	***	**
18	Poulain Ligne gourmande Noir 70 %	14,90	70% minimum	11,4	*	*	***	***	*
19	Ethiquable Noir très doux et floral Pérou 72 %	22,90	72% minimum	10,7	*	***	***	***	*
20	Ivoria (Sélection Intermarché) Dégustation noir	9,30	70% minimum	10,7	*	*	***	***	*
21	Jeff de Bruges Les Origines 75 % de cacao Sao Tomé	33,80	75% minimum Pur beurre de cacao	10,5	*	**	***	***	*
22	Fine Ligne Leader Price Chocolat noir	11,70	70% minimum	9,9	*	*	***	***	*
23	Cémoi Bio équitable Équateur noir 72% de cacao	20	72% minimum Pur beurre de cacao	8,2	*	***	***	***	*
24	Côte d'Or Dégustation 70% noir intense	13,90	70% minimum Pur beurre de cacao	7	■	*	***	***	■

*** TRÈS BON - ** BON - * MOYEN - ■ MÉDIocre - ■ MAUVAIS



MEILLEUR CHOIX

Alter Eco Noir intense force brute Pérou

Belle saveur fruitée
Les dégustateurs ont été unanimement séduits. Fruité, avec un arôme de chocolat net, il se caractérise par une acidité marquée mais jamais désagréable. C'est aussi le seul produit à détailler l'origine de l'ensemble de ses ingrédients. Prix : 19,90 €/kg.

Focus sur l'Éthiopie et présentation de la coopérative partenaire Sidama



✓ L'Éthiopie :

✓ **2ème pays le plus peuplé** d'Afrique (anciennement appelé Abyssinie)

✓ **Considéré comme le berceau de l'humanité et du café**

✓ Pays qui n'a pas connu de colonisation

✓ **Une très grande diversité culturelle:** 80 ethnies différentes





✓ La coopérative Sidama :

✓ **Fondée en 2011**

✓ 45 pays coopératives régionales

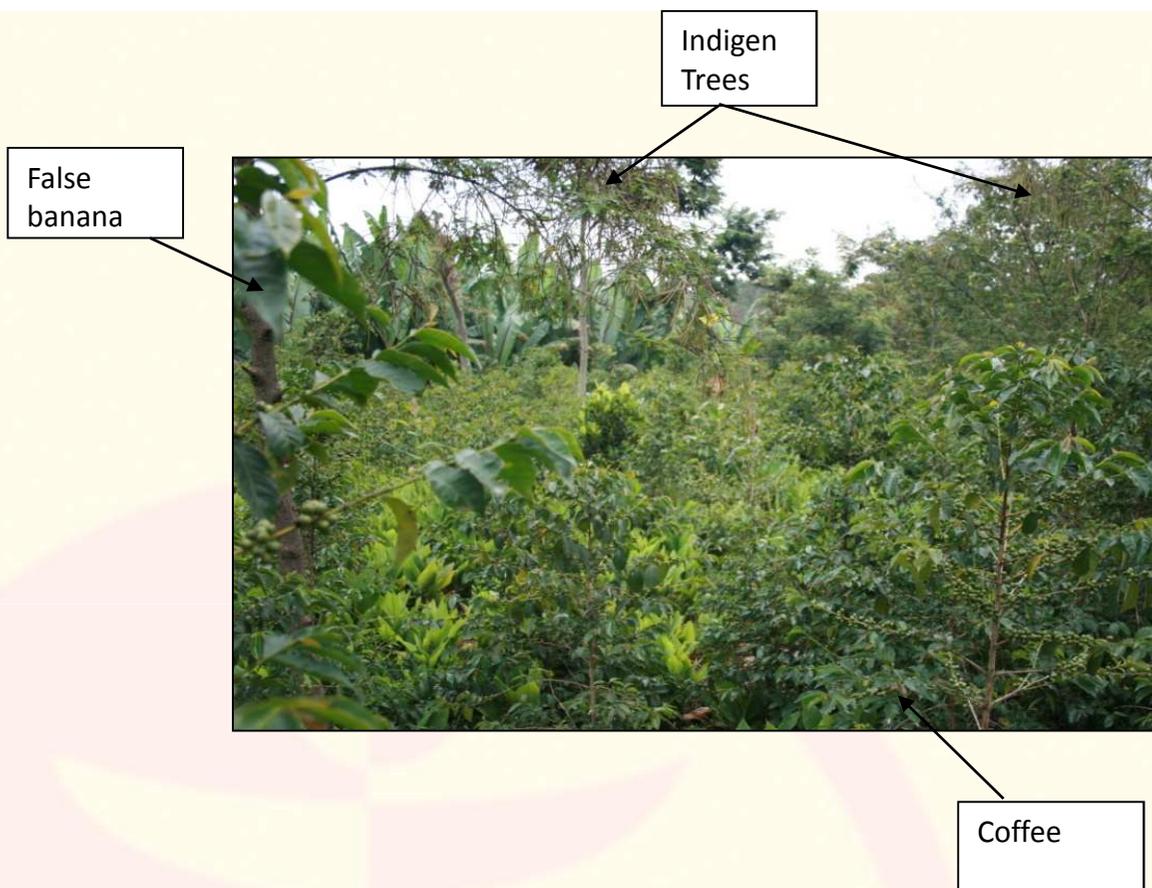
✓ 87 675 membres

✓ **Surface moyenne cultivée: 1 ha**

✓ Pur Arabica cultivé **entre 1770 et 2200 mètres**

✓ 1 **café unique** : doux, aromatique et légèrement acidulé

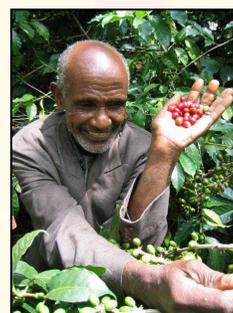
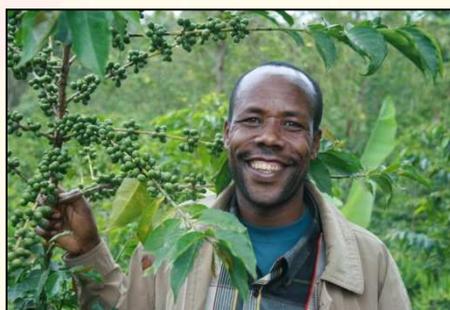
Focus sur l’Ethiopie et **présentation de la coopérative Sidama**



> La culture du café chez Sidama:

✓ **Une agriculture de type polyculture**

✓ Utilisation de fertilisants et composts naturels en adéquation **avec les critères de l’agriculture biologique**



> Producteurs de Sidama



✓ La nécessité de défendre
l'agriculture familiale biologique et équitable en Ethiopie:

✓ **Plantations de café** venant concurrencer les petits producteurs

✓ Rachat de terres arables par des sociétés et pays étrangers pour **leur sécurité alimentaire** via des « mega fermes » intensives:

✓ **Perte des terres familiales**

✓ Petits Producteurs qui deviennent travailleurs dans les plantations **ou qui rejoignent les zones urbanisés**

✓ Le commerce équitable: **des revenus permettant le financement de projet sociaux et une alternative au khat**

