



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Roodt-sur-Syre, le 18 mars 2016

Le commerce équitable au Luxembourg : Crédible ? Connu ? Cher ? Compris ?

Presque 25 ans après l'apparition du premier paquet de café Fairtrade sur le marché luxembourgeois, le commerce équitable semble toujours avoir du vent dans les voiles. Peut-on conclure de cette hypothèse que les consommateurs au Luxembourg sont sensibilisés et motivés pour soutenir un commerce équitable ? Pour en savoir plus, TNS Ilres a récemment réalisé une enquête auprès de la population du Luxembourg.

Notoriété du label et des produits Fairtrade

Il est aujourd'hui difficile de passer complètement à côté des produits labellisés Fairtrade, vu que ceux-ci se retrouvent dans un grand nombre des enseignes commerciales au Luxembourg. Ainsi, il n'est pas étonnant que **89 %** des personnes interrogées ont déjà vu, lu ou entendu parler au sujet du commerce équitable, alors que **94 %** ont déjà vu le label Fairtrade. Quant aux produits, **83 %** ont répondu qu'ils connaissent des produits issus du commerce équitable.

Habitudes d'achat et de consommation de produits

Parmi toutes les personnes interrogées, **65 %** achètent des produits du commerce équitable.

Pas de surprise – parmi les produits les plus consommés on retrouve les produits phares du commerce équitable, à savoir le chocolat, les bananes et le café.

En demandant aux gens qui ne consomment pas de produits du commerce équitable s'ils étaient disposés à le faire à l'avenir, on constate beaucoup de potentiel : **8 sur 10 personnes** ont répondu positivement !

Au niveau de la **qualité**, une amélioration peut être constatée si on compare la perception des gens en 2015 et 2012. Parmi les personnes qui consomment les produits Fairtrade respectifs, les opinions sont en grande majorité très positives. La qualité de la banane, par exemple, est jugée comme excellente ou très bonne par 72% des personnes interrogées ; s'y rajoutent 25% qui la trouvent bonne. Pour les autres produits phares (chocolat, cacao, café, thé, roses, jus d'oranges), les résultats atteints sont très similaires. Les partisans du vieux préjugé « l'équitable n'est pas à mon goût » semblent devenir de moins en moins nombreux, ce qui n'étonne pas si on considère l'offre très variée de produits Fairtrade sur le marché luxembourgeois. À part les marques pionnières du commerce équitable de nos pays voisins, les fabricants luxembourgeois proposent une offre d'une

Fairtrade Lëtzebuerg a.s.b.l. 2a, rue de la Gare L-6910 Roodt-sur-Syre G.-D. de Luxembourg

Tél. : +352 35 07 62-26 Fax : +352 35 07 62-50 E-mail : veronique.heitz@fairtrade.lu www.fairtrade.lu

excellente qualité, qui permet aux résidents du pays de consommer équitable tout en soutenant les entreprises ou les petites structures locales du pays.

La **confiance** accordée aux produits Fairtrade se situe à **66 %**, toutes personnes interrogées confondues. Si l'on considère seulement les consommateurs de produits Fairtrade, ce taux augmente à **77 %**.

Critères et raisons d'achat des produits Fairtrade

Quelles sont les raisons qui poussent les consommateurs à opter pour des produits Fairtrade, et quels critères auxquels doivent répondre les produits labellisés Fairtrade sont jugés comme particulièrement importants aux yeux des personnes interrogées ?

Les **2 critères auxquels doivent répondre les produits issus du commerce équitable** qui se retrouvent en tête du classement, avec **93 %** d'approbation, sont l'interdiction de l'exploitation des enfants ainsi que le prix ou salaire minimum garanti pour les producteurs. Ces deux premières places du classement sont les mêmes que lors de l'étude précédente en 2012, ce qui montre que les consommateurs semblent être particulièrement sensibles aux critères sociaux et économiques. Le troisième pilier sur lequel repose le commerce équitable – l'écologie, avec par exemple les critères environnementaux – atteint également un haut pourcentage.

En classant par ordre d'importance, les **raisons d'achats** les plus pertinentes pour les personnes qui achètent des produits du commerce équitable sont la conscience et responsabilité sociale, la contribution à des relations commerciales plus justes en payant un prix juste, ainsi que l'aide directe aux petits producteurs.

Ce qui ressort également de l'analyse des raisons d'achat de produits Fairtrade est la forte augmentation des trois points suivants :

89 % des personnes interrogées consomment équitable dans un souci de conscience et de responsabilité sociale, contre seulement **53 %** en 2012. Le consommateur semble donc de mieux en mieux se rendre compte de sa responsabilité vis-à-vis des producteurs qui constituent la base de la chaîne d'approvisionnement des produits que nous consommons au quotidien. Ceci confirme l'importance des campagnes de sensibilisation de l'ONG Fairtrade Lëtzebuerg, qui visent à rendre attentif aux conditions inégales sur le marché mondial et à encourager le consommateur à s'engager pour des relations Nord-Sud équitables.

Au niveau de la qualité des produits Fairtrade, **83 %** la considèrent comme une raison d'achat, une bonne augmentation par rapport aux **48 %** de 2012.

Et enfin, la disponibilité des produits dans le commerce est jugée comme un argument pertinent par **70 %** des gens, contre seulement **27 %** trois ans plus tôt.

En résumé, tout semble compter pour le consommateur de produits Fairtrade : la qualité des produits, les critères auxquels répondent ceux-ci, les répercussions de l'acte d'achat dans les pays du Sud. Par rapport à la dernière étude, la cohérence du comportement et des motifs d'achat des consommateurs paraît plus clairement identifiable.

Réticences et préoccupations du consommateur

Quelles sont les **raisons pour lesquelles 24 % des personnes interrogées n'achètent pas (et ne consomment pas) de produits Fairtrade ?**

Parmi les personnes réticentes à la consommation équitable, une grande partie déclare avoir une préférence pour « ses marques ». Pourtant, en sachant que 70% des répondants ont indiqué se soucier des conséquences de leurs achats de produits conventionnels dans les pays du Sud, la conclusion à en tirer reste que les grandes marques doivent être poussées à changer leurs politiques afin de répondre aux exigences des consommateurs. Il est essentiel de faire pression sur les multinationales pour les inciter à abolir des pratiques commerciales à travers lesquelles elles encouragent activement le non-respect de l'homme et l'exploitation des enfants, les deux sujets de préoccupation les plus importants pour la majorité des personnes interrogées.

Le Fairtrade dans les entreprises et en-dehors du foyer

Environ la moitié des personnes interrogées indiquent que des produits alimentaires sont vendus sur leur lieu de travail. Parmi ces entreprises, seulement un tiers environ propose des produits Fairtrade !

Les personnes qui travaillent dans une entreprise qui propose des produits Fairtrade à la vente, que ce soit à la cantine ou dans des distributeurs, sont en grande majorité (**90%**) satisfaits de cette offre.

Parmi les personnes qui travaillent dans une entreprise qui ne propose pas la vente de produits Fairtrade, presque la moitié montre son intérêt pour une telle offre.

Il est intéressant de constater qu'il y a donc un réel intérêt pour les produits Fairtrade dans les entreprises, alors que l'offre ne suit pas encore. En réponse à la question qui sont, dans l'ordre d'importance, les acteurs qui doivent favoriser le développement du commerce équitable au Luxembourg, **72%** des personnes ont d'ailleurs répondu positivement pour le cas des entreprises qui achètent des produits en grande quantité. Ce pourcentage correspond à une nette augmentation par rapport à la dernière étude réalisée en 2012, quand seulement 52% des gens avaient été d'accord que cet acteur devrait être un initiateur d'une démarche équitable.

Qu'en est-il des établissements au niveau des communes ? **8 sur 10 personnes** préféreraient que les cantines scolaires, les maisons relais, les crèches et les établissements publics établis dans leur commune respective utilisent des produits Fairtrade lorsque ces produits ne sont de toute façon pas cultivés dans nos régions.

Acteurs qui doivent favoriser le développement du commerce équitable au Luxembourg

Le pourcentage des personnes qui considèrent que les acteurs cités ont leur rôle à jouer en tant que « promoteur » d'un commerce équitable a augmenté, pour chaque acteur. Le consommateur reste en tête du classement, mais l'acteur cité le plus souvent comme le plus important est le gouvernement respectivement les autorités publiques. En effet, afin d'éviter qu'une main reprenne à travers les achats publics ce que l'autre donne grâce à l'aide au développement, tout le processus d'approvisionnement doit être remis en question. Fairtrade Lëtzebuerg s'engage depuis des années à

revendiquer un achat responsable dans le sens d'une cohérence des politiques, pour éviter de consommer au détriment des producteurs au Sud.

Conclusion

Le travail de Fairtrade Lëtzebuerg des dernières années porte ses fruits, mais dans certains domaines un travail de sensibilisation reste à effectuer.

Il y a un énorme potentiel au niveau des entreprises et de la restauration hors foyer. Ce domaine constitue l'un des piliers sur lesquels l'ONG va travailler dans les mois suivants, afin de motiver les acteurs à s'adapter à la demande des clients respectivement des employés pour les produits issus du commerce équitable.

Dans 74 pays en Afrique, en Amérique latine et en Asie, **1,6 millions de producteurs** sont regroupés dans 1 226 organisations certifiées Fairtrade. L'offre excède de loin la demande de produits certifiés Fairtrade : en 2014, les organisations de petits producteurs ont vendu 39 % de leur production sous les conditions du commerce équitable. Il faut donc continuer à mobiliser les acteurs ici au Nord afin de développer la demande de produits Fairtrade pour permettre aux petits producteurs de vendre plus et, par conséquent, renforcer l'impact du commerce équitable au Sud.