

# La face cachée de certains produits

**Oxfam-Magasins du monde s'attaque à la face cachée des prix de certains produits.**

● **Patrick CHIARELLA**

Oxfam a lancé mercredi sa campagne «Prix tout compris» destinée à sensibiliser les citoyens à une consommation plus responsable.

ble. Jusqu'en février, Oxfam-Magasins du monde va mettre en évidence un produit de consommation courante «Prix tout compris» par mois. Ces dix produits ont été choisis pour toucher le plus grand nombre de gens. Ils font partie des catégories de consommation les plus répandues.

Offrir des habits toujours moins chers, voilà ce qui pousse l'industrie textile à se fournir en Asie, là où la main-

d'œuvre est la moins chère. Un ouvrier confectionnant un t-shirt aux Philippines est payé 2 \$ par jour, est parfois victime de harcèlement moral et sexuel et doit effectuer des heures supplémentaires.

Il y a heureusement des exemples positifs. L'achat de fruits et légumes issus de l'agriculture paysanne locale permettrait un soutien de cette agriculture et le respect de l'environnement.

De manière générale, cette

campagne vise à informer le consommateur des impacts favorables et défavorables de nos actes d'achat sur le respect des producteurs et des travailleurs, ou sur l'environnement du processus de production.

**Les enjeux**

**de consommation**

«C'est essentiellement un travail d'éducation permanente, nous voulons mettre en lumière l'ensemble des enjeux liés à la consommation.»

«Nous n'avons pas l'ambition de devenir un observatoire de la consommation responsable, mais nous voulons donner aux citoyens des clés pour mieux consommer», explique Jérôme Chaplier, responsable des campagnes chez Oxfam.

L'objectif est simple : montrer aux citoyens qu'il est possible de faire des choix de consommation critiques et responsables et que chaque produit, porteur de valeurs, possède des coûts et bénéfices cachés. ■

## Décoration



Oxfam

Un produit inutile, beau et pas cher reste avant tout... inutile! Chez Ikea, on crée le «besoin» en même temps que le produit, dit Oxfam. Danger pour l'environnement compris dans le prix.

## Boucherie



Oxfam

La surconsommation de viande porte atteinte à l'environnement. Et nuit à la santé. 36 kg de CO2 dégagés pour 1 kg de bœuf produit. Pollution comprise dans le prix.

## Textiles



Oxfam

Le prix bas de son T-shirt cache les bas salaires des travailleurs en Asie. 2 \$ par jour de travail, un grand nombre de répressions et d'heures supplémentaires compris dans le prix.

## GSM



Oxfam

Du coltan dans son GSM, extrait par des mineurs congolais. Des conditions de travail pénibles et à haut risque pour satisfaire nos besoins technologiques comprises dans le prix.

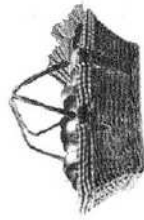
## Musique



Oxfam

Live Nation est américain, contrôle 1200 stations de radio et gère les plus grands festivals. La menace de la diversité de notre univers musical comprise dans le prix.

## Produit du terroir



Oxfam

Choisir des produits paysans. Permettre aux paysans de vivre décemment de leur travail. Des aliments frais et savoureux, le meilleur pour tous.

## Le bio



Choisir le commerce équitable des produits de l'agriculture biologique. Le bien-être des producteurs, le vôtre et celui de la nature le valent bien.

## Épargne



Oxfam

Choisir «Domino», de Crédal (coopérative de crédit alternatif). Elle fait primer le social et l'humain sur le rendement financier et construit la confiance entre client et prêteur.

## Seconde main



Oxfam

Choisir le commerce solidaire des vêtements de seconde main. Cela réduit les déchets, lutte contre l'exclusion sociale au Nord et soutient le développement au Sud.

## Commerce équitable



Oxfam

Choisir les produits du commerce équitable. La solidarité tout en vous faisant plaisir! Chez Oxfam-Magasins du monde, 4€ de réduction par tranche de 10 achats de 10€ de ces produits.

Consommation / Campagne d'Oxfam en faveur du commerce équitable

# Faire ses achats : une question de valeurs

Le pouvoir d'achat est incontestablement en baisse. Mais nos achats ont un pouvoir incontestable. C'est le sens du message qu'Oxfam-Magasins du monde délivre à l'occasion de sa dernière campagne « prix tout compris » visant à promouvoir le commerce équitable. « *Chaque produit est porteur de sens, de valeurs et d'un modèle de développement* », explique-t-on au sein de l'association. « *Par nos choix, nous pouvons freiner ou au contraire accélérer un modèle de dé-*

*veloppement durable*, indique Jérôme Chaplier, responsable de campagne. *De plus en plus de consommateurs se disent disposés à prendre en compte des critères environnementaux et sociaux lors de leurs achats* ».

Au cours de la campagne qui débute cette semaine, l'organisation mettra en évidence des bonnes et des mauvaises pratiques. Parmi ces dernières, la viande qui nécessite des quantités considérables de céréales et bat les records en matière d'émission de

CO<sub>2</sub>. Mais aussi les tee-shirts Made in Philippines, les produits Ikea, et l'exploitation, par la multinationale suédoise, du réflexe d'« achat compulsif » de ses clients. Les bons exemples ? L'artisanat équitable, les fruits et légumes du terroir, les vêtements de seconde main, l'épargne alternative... « *Aucun produit n'est neutre*, indique Stephan Vincent, secrétaire général d'Oxfam. *Chacun cache des coûts ou des bénéfices : le respect de l'environnement, la création d'emplois, la*

*protection de la santé, le respect des droits sociaux, la rémunération des producteurs...* Autant de critères qu'on peut prendre en considération au moment des achats ou sur lesquels on peut fermer les yeux. *Certes aujourd'hui il n'est pas facile d'être cohérent à 100 %. Le consommateur manque d'informations, il manque de moyen. Et parfois il n'y a pas d'alternatives. Mais on peut toujours se poser des questions, interpeller les entreprises, le monde politique* ». Les produits équitables

restent plus chers que les produits classiques. Mais la croissance régulière du chiffre d'affaires de l'organisation - de 10 à 12 % par an - montre que la filière a de l'avenir. « *Il ne faut pas négliger le problème de la baisse du pouvoir d'achat. Mais si consommer mieux peut avoir un surcoût, il faut aussi consommer moins. C'est aussi une des réponses* ». ■

MICHEL DE MUELENAERE

[www.prixtoutcompris.be](http://www.prixtoutcompris.be)  
[www.madeindignity.be](http://www.madeindignity.be)

[www.lesoir.be](http://www.lesoir.be)