



TerrEspoir

Spécial 10 ans

infoTerrEspoir

Organe d'information de la Fondation et de l'Association TerrEspoir

Editorial

TerrEspoir: une utopie réaliste

Il n'existe pas un commerce équitable. Il existe de multiples projets, nés d'histoires différentes, qui essaient d'instituer des pratiques économiques plus justes entre le Nord et le Sud. De même, il n'existe pas une recette universelle, une loi téléologique du commerce équitable. Il existe un dialogue, une recherche au Nord, au Sud, entre le Nord et le Sud.

En dix ans d'existence, TerrEspoir a connu maints défis et évolutions. Elle a dû s'armer d'une charte en Suisse, afin de clarifier ses lignes directrices et ses fondements. Elle a dû approfondir le dialogue et le suivi avec les producteurs du Sud pour leur permettre de s'approprier les critères de cette charte. Elle a dû faire face aux imprévus et aux incertitudes du terrain tout en répondant à l'augmentation des commandes qui sont passées de 100 kg/semaine, en 1993, à plus de trois tonnes/semaine aujourd'hui. Elle a dû constater les difficultés d'une expansion rapide en Suisse alémanique, tout en continuant de croire à ses possibilités de développement. A travers chacune de ces évolutions, TerrEspoir a dû s'interroger – avec ses partenaires du Sud – sur l'équilibre entre solidarité, économie et professionnalisme. Le commerce équitable est une histoire humaine en construction et c'est là, peut-être, sa plus grande richesse, car ce qui est humain est politique, social.

Au contraire des dogmes néo-libéraux qui affirment le caractère abstrait, inéluctable et universel de la loi du marché, des projets tels que TerrEspoir nous rappellent que nous pouvons agir dans le monde. Ils sont un acte de solidarité et de résistance, une façon de construire un monde plus juste, des échanges plus respectueux des êtres humains et de l'environnement.

Depuis dix ans, TerrEspoir prouve que ce type de commerce répond à un besoin: au Nord, celui de consommer des fruits «éthiques» et à la saveur intacte; au Sud, celui de recevoir des salaires plus justes et de construire une agriculture durable. Surtout, depuis une décennie, TerrEspoir prouve que le commerce équitable est une utopie réaliste. Grâce à vos dons, aux activités de l'Association de soutien et au travail des employés de Bussigny, TerrEspoir a pu surmonter tous les écueils et aujourd'hui, dix ans après son démarrage, la Fondation peut rêver d'un prochain autofinancement. Soyez-en ici remercié-e-s!

Chantal Peyer
Présidente de la fondation TerrEspoir

Dix ans, cinq succès et cinq défis

TerrEspoir fête cette année son dixième anniversaire. La jeune initiative de commerce équitable peut se targuer de quelques belles réussites. Mais sa situation reste fragile. L'ampleur des défis à relever est à la mesure de la foi qui l'anime. Ce qui n'est pas peu dire.

Dix ans déjà. L'occasion de se regarder dans le miroir. Pour rajeunir son look, mais aussi pour faire le point. Rétrospectif et prospectif. Que de chemin parcouru depuis qu'à fin 1992, Olivier Martin décidait d'importer – sur une base régulière et équitable – des fruits et légumes de qualité naturelle provenant de petites exploitations familiales camerounaises.

TerrEspoir voyait ainsi le jour. Elle était, d'une certaine manière, l'aboutissement d'un long partenariat entre le Service chrétien d'animation rurale (SCAR) et la Fédération des Eglises et missions évangéliques du Cameroun (FEMEC). En 1996, elle s'est donnée une assise institutionnelle et financière plus stable en se structurant en fondation, portée sur les fonds baptismaux par le DM-Echange et Mission et Pain pour le prochain.

Il y aurait, bien sûr, d'innombrables manières d'évoquer le passé et le futur de TerrEspoir. Nous avons tenté de les résumer en cinq succès et cinq défis.

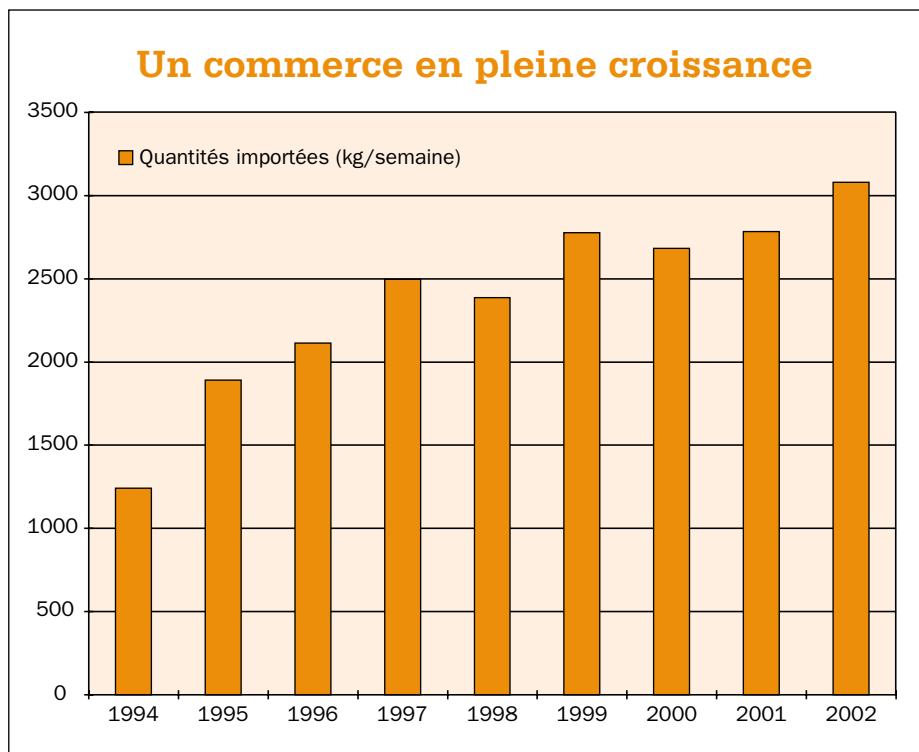


► Les succès

Succès 1 : la survie et la croissance.

Chiffres rouges, virevoltes puis débâcle de Swissair, transfert du chargement des produits de Douala à Yaoundé et du déchargement de Cointin à Klotten, augmentations chroniques du prix du fret, coups tordus ou malheurs de certains partenaires en Suisse... Mais aussi, au Cameroun, pannes récurrentes de camion, grèves à l'aéroport, dysfonctionnements internes et autres combats de coqs...

Quand on pense à toutes les épreuves, tribulations, grandes et petites catastrophes qui ont déjà émaillé son histoire, c'est presque un miracle que TerrEspoir soit encore en vie et debout. Non seulement elle a tenu bon contre vents et marées, mais elle s'est développée. Grâce notamment à l'engagement sans compter de son équipe, en particulier de son gérant Christophe Reymond. Grâce aussi à la qualité de ses produits, à la fidélité de ses clients et à un système unique de vente par réseaux, paroissiaux et privés.



En 1994, TerrEspoir importait en moyenne 1242 kg de produits par semaine. Aujourd'hui ce sont un peu plus de trois tonnes d'ananas, papayes, mangues, avocats, fruits de la passion, bananes, etc. Dans l'intervalle, il a fallu créer un outil informatique performant, constituer une équipe, mettre en place un système coûteux d'auto-contrôle pour se conformer aux normes phytosanitaires, déménager

de Chavornay à Bussigny dans des locaux plus vastes et mieux adaptés à la conservation des produits bio...

Cependant, rien n'est définitivement acquis. Chaque semaine est une nouvelle aventure qui commence, avec son lot d'aléas. TerrEspoir reste une frêle embarcation sur une mer incertaine, jamais à l'abri d'un mauvais grain.

Succès 2 : la valorisation des produits.

Au Cameroun, ce sont quelque 120 familles de producteurs et 8 groupements de sécheurs qui profitent directement de TerrEspoir. Grâce au paiement d'un prix «juste» (le double du marché local) et à une filière commerciale qui les libère des intermédiaires (véritables vautours), ils reçoivent chaque année un revenu supplémentaire de quelque 65 000 francs. Une contribution non négligeable à l'amélioration de leurs conditions de vie dans un environnement socio-économique très difficile.

La clé d'une initiative de commerce équitable n'est pas seulement d'offrir des débouchés et des



Fabrication de confitures.

► revenus décents aux producteurs du Sud ; c'est aussi de valoriser leurs produits. Autrement dit, de permettre une transformation de ceux-ci sur place, la création d'une plus-value à la fois économique et sociale, l'encouragement d'activités dérivées. TerrEspoir a multiplié les efforts et initiatives dans ce sens : fabrication artisanale de cartons à partir de chutes de papier ; séchage de mangues, ananas, papayes et bananes par des groupements de femmes et de jeunes ; production de jus de fruits et de nectars par de jeunes chômeurs ; vinaigrerie testée en Suisse et installée au Burkina Faso.

Succès 3 : le soutien aux producteurs.

Le commerce équitable est exigeant. Il faut assurer non seulement la régularité des arrivages, mais aussi la qualité et la traçabilité des produits. Cela suppose la mise en place de filières fiables et transparentes, une amélioration constante des méthodes de production, une bonne organisation des groupements, un système de contrôle efficient et participatif.

Dans cette perspective, TerrEspoir a élaboré un programme d'encadrement et de suivi des producteurs, financé par Pain pour le prochain, la Direction pour le développement et la coopération (DDC) et la Fédération vaudoise de coopération. Son responsable au Cameroun, l'agronome Maurice Tape, fait ainsi depuis plusieurs années un excellent travail de conseil, d'appui technique et d'animation, notamment dans la structuration des groupements et l'agriculture organique.

C'est grâce à ces efforts que TerrEspoir a pu obtenir au Came-

roun le label européen Ecocert pour la mangue, la banane, la papaye et l'ananas. Elle se bat depuis de longs mois pour obtenir l'équivalent en Suisse, essentiel pour pénétrer certains marchés. Mais vu les difficultés logistiques, organisationnelles

et administratives auxquelles elle se heurte, son Conseil de fondation a décidé de se concentrer sur la certification des produits séchés, qui pourraient plus facilement être expédiés séparément des produits frais.

Succès 4 : une identité affirmée.

Demandez aux délégués du DM-Echange et mission et de Pain pour le prochain – les deux œuvres d'entraide protestantes à l'origine de la fondation – quel est l'objectif premier de TerrEspoir. Tous seront d'accord sur les idées d'empowerment, d'alternative économique et sociale, de partenariat Nord-Sud, de valorisation de la personne. Mais, en termes de priorité, les premiers vous parleront plutôt de « témoignage prophétique » et « signe du Royaume des cieux », les seconds de « conformité croissante aux critères du commerce équitable », de « professionnalisation » voire de « logique de PME ».



Production de cartons : l'art du recyclage.

► Des accents complémentaires, bien sûr, mais dont la différence n'est pas toujours allée sans tensions au sein du comité. Grâce à un processus intense de dialogue et de réflexion, ses membres sont cependant parvenus à une vision commune. Celle-ci s'est exprimée dans la rédaction d'une « charte » – véritable fondement philosophique – qui affirme non seulement l'identité de TerrEspoir, mais aussi sa singularité dans le paysage du commerce équitable.

Succès 5 : l'intégration dans le commerce équitable.

Certes, d'aucuns ont contesté – notamment en Suisse alémanique – le caractère vraiment « équitable » et « durable » de TerrEspoir, à cause du transport par avion de ses produits. Certes, le commerce équitable – tout vertueux qu'il soit dans ses principes – n'échappe pas à la loi d'airain de la concurrence dans la réalité : TerrEspoir a pâti des attitudes sans sentiment, de la dureté dans les négociations et des pratiques parfois limites de certains partenaires.



Séchage d'ananas.

La critique sur le fret aérien s'est cependant fortement atténuée depuis que Max Havelaar – référence en termes de critères – y recourt pour les fleurs importées d'Afrique ainsi que pour l'ananas. Dans l'ensemble, TerrEspoir a su

faire sa place dans le commerce équitable helvétique. Plusieurs de ses produits – séchés notamment – figurent sur les étals des Magasins du Monde et de Claro. Elle a fondé avec cinq autres organisations (dont le Centre écologique Albert Schweizer et Genève Tiers Monde) une « plateforme de terrain » dont le but est d'accroître les synergies en matière d'importation, de commercialisation, de contrôle de qualité et d'appui technique au Nord et au Sud ; la vinaigrerie transférée au Burkina Faso en 2002 est sa première réalisation concrète.

Depuis quelques mois, à la demande de Max Havelaar, TerrEspoir Cameroun est entré dans un processus d'évaluation qui pourrait déboucher sur un label pour les ananas et les mangues. Affaire à suivre avec prudence, car il n'est pas sûr qu'entre les chances et les risques d'une telle certification, le bilan soit finalement vraiment positif pour TerrEspoir.



Le gérant Christophe Reymond au magasin de Bussigny.

► Les défis

Défi 1 : atteindre l'autofinancement.

La marche des affaires est encourageante. Les importations hebdomadaires ont augmenté de 10% depuis janvier. Après quelques années de chiffres rouges – qui ont fortement entamé le capital de fondation – TerrEspoir a retrouvé un semblant d'équilibre financier. « Semblant », car encore dépendant de la subvention annuelle du DM-Echange et Mission (20'000 francs) et des coups de pouce substantiels de l'Association de soutien – fondée en 1999 – qui s'élèvent également à quelque 20'000 francs par an.

A l'inverse de Max Havelaar, STEP ou Claro, TerrEspoir n'a pas bénéficié d'un appui financier structurel conséquent de la Confédération et des œuvres d'entraide. Elle n'a jamais eu les moyens d'une politique commerciale et promotionnelle digne de ce nom, pourtant le nerf de la guerre sur un marché de plus en plus compétitif. Le seul « luxe » – qui n'en est pas un – qu'elle a pu s'offrir, est un prospectus quatre couleurs aujourd'hui vieillot, payé par l'Office suisse d'expansion commerciale (OSEC). Avoir d'excellents produits, au goût incomparable, c'est bien, mais il faut le faire savoir. Et d'une manière qui capte l'attention et séduise, comme l'a bien compris André Räss, jeune étudiant en commerce, qui s'est pris de passion pour TerrEspoir et travaille actuellement à redynamiser son image et son marketing.

C'est pourquoi le principal objectif et défi de TerrEspoir reste l'autofinancement. Autrement dit, un chiffre d'affaires suffisant pour pouvoir boucler les comptes sans aide extérieure, créer les réserves nécessaires pour faire face à



d'éventuels coups durs, se doter d'un vrai budget promotionnel, reconstituer le capital de fondation, finalement étoffer quelque peu les effectifs pour éviter un épuisement prématuré du gérant et générer des capacités dans le domaine commercial. Une nécessité car la concurrence s'accroît

chaque jour. Ainsi, la gamme de fruits séchés bio et équitables ne cesse de s'élargir, Claro propose aussi du vinaigre de mangues, Max Havelaar a lancé fin 2002 un ananas frais importé du Costa Rica et du Ghana, et des mangues (africaines ou sud-américaines) pourraient suivre.



Récolte d'ananas.

Défi 2 : pénétrer le marché alémanique.

Pour atteindre l'autofinancement, l'équation est simple : il faut augmenter les revenus. Cela signifie – l'élasticité des prix vers le haut étant réduite – accroître le tonnage hebdomadaire. Pour avoir vraiment une certaine sécurité économique, il faudrait grosso modo passer des 3 tonnes actuelles à environ 4 à 4,5 tonnes d'importations par semaine. TerrEspoir peut gérer jusqu'à 5 tonnes avec les structures actuelles.

Tout cela implique de développer les marchés existants et créer de nouveaux débouchés. Rien d'impossible, car le potentiel est loin d'être épuisé, même dans les paroisses de Suisse romande, qui représentent 44% des ventes ; si dix nouvelles paroisses commandaient des produits chaque semaine, un bon bout du chemin serait déjà accompli vers l'autofinancement. D'autres pistes sont actuellement étudiées par le Conseil de fondation: tenir un grand marché supplémentaire dans une autre ville, placer des

produits séchés dans les réseaux de kiosques, épiceries et stations-services, ouvrir un dépôt à Genève et à Fribourg, etc.

Concentré sur une poignée de réseaux paroissiaux dynamiques, quelques magasins Claro et la Kalebasse (Bâle), le marché alémanique ne représente que 13,4% du chiffre d'affaires. Il offre donc un potentiel prometteur, mais difficile à exploiter. Malgré le soutien pendant deux ans d'un programme de promotion des importations de la Confédération (SIPPO), les efforts entrepris jusqu'ici n'ont porté que des fruits limités. Il faut dire que TerrEspoir a joué de malchance : son nouveau partenaire (FairWorld) et principal relais vient de faire faillite.

Il ne faut cependant pas se décourager, mais au contraire remettre la compresse. La prochaine campagne œcuménique de Pain pour le prochain et de l'Action de Carême, qui portera sur le commerce, pourrait être l'occasion de synergies fructueuses.

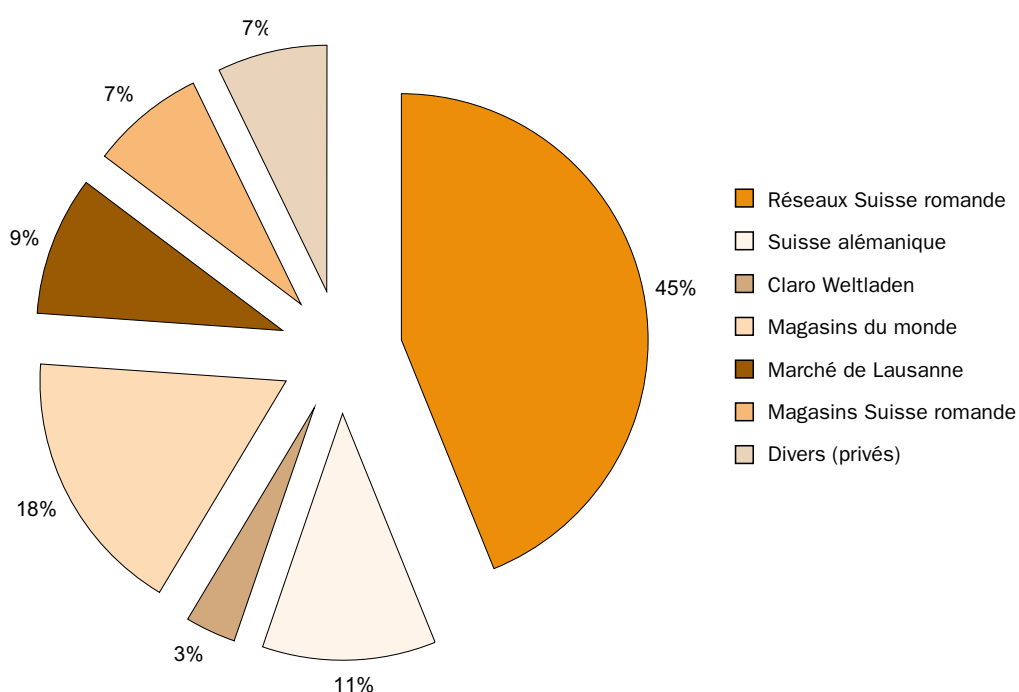
Défi 3 : partager les critères avec les partenaires africains.

TerrEspoir Suisse a élaboré une charte et une vision du commerce équitable, avec certains critères et exigences. Il convient maintenant de les partager avec les partenaires africains, en leur donnant l'occasion de les discuter et les moyens de se les approprier. C'est l'objectif de l'évaluation de terrain indépendante et du séminaire qui auront lieu cet été au Cameroun. Les résultats en seront discutés à l'assemblée générale du GIC TerrEspoir, point de départ d'un processus d'accompagnement rigoureux.

Ce projet s'inscrit non seulement dans une logique de partenariat, mais aussi dans une démarche essentielle d'amélioration et de renforcement des structures locales. Plusieurs audits réalisés sur place les deux dernières années ont en effet relevé un certain nombre de faiblesses et dysfonctionnements à différents niveaux : gestion et administration, répartition des commandes entre les membres, traçabilité problématique de certains produits secondaires, luttes de pouvoir internes...

Des mesures correctrices sont en cours. Il est évident cependant que la solution en profondeur et à long terme est indissociable d'une conscience claire et d'une intériorisation de l'esprit et des exigences du commerce équitable, que ce soit en matière d'éthique, de transparence, de fonctionnement démocratique et de structures coopératives. En Afrique, TerrEspoir est pour ses membres encore trop souvent d'abord une centrale d'achats et d'exportations à très bons prix – que l'on peine d'ailleurs à ouvrir à d'autres. Elle doit devenir de plus en plus un vrai mouvement de commerce solidaire et équitable.

Répartition du chiffre d'affaires



Défi 4:
diversifier les sources
d'approvisionnement.

Plus de 95% des produits de TerrEspoir proviennent du Cameroun, le reste étant fourni aujourd'hui essentiellement par l'Afrique du Sud et le Tchad. Cette situation n'est pas favorable. Pour deux raisons. D'une part, elle rend TerrEspoir extrêmement vulnérable, à la merci des premiers troubles politiques et sociaux graves dans le royaume népotique et corrompu du président Biya. D'autre part, l'interdépendance structurelle et existentielle entre Bussigny et Douala est telle, la relation si « fusionnelle » qu'elle rend très difficile cette « juste distance critique » nécessaire à de saines relations économiques.

Depuis des années, TerrEspoir a essayé de diversifier ses sources d'approvisionnement. Non seulement pour éliminer ce talon d'Achille, mais aussi pour élargir la gamme de ses produits et obtenir des mangues entre novembre et février, les mois creux au Cameroun.

Les initiatives se sont multipliées, malheureusement sans grand succès jusqu'ici. Mettre sur pied une filière stable et efficiente, avec des variétés et une qualité de produits correspondant à la clientèle en Suisse, est une entreprise ardue et de longue haleine, qui se heurte à de nombreux obstacles. Ainsi, le Congo-Brazzaville – qui avait bien démarré – a plongé dans la guerre civile, le coordinateur en Côte d'Ivoire est décédé tragiquement, le doublement du prix du fret par Air France suite à la banqueroute de Sabena a sonné le glas de l'expérience béninoise et mis en veilleuse le réseau togolais. Le projet en Tanzanie a buté sur des problèmes d'emballage, celui de Madagascar sur les coûts exorbitants de transport aérien. Pour de nombreux pays, l'absence de vols



Une belle variété de produits.

directs vers la Suisse constitue un véritable casse-tête. Les espoirs reposent maintenant sur l'Afrique du Sud où une filière se met péniblement en route, malgré d'importantes tracasseries administratives. Le défi est de pouvoir exporter une mangue naturelle qui soit conforme aux directives du ministère de l'agriculture sud-africain.

Défi 5:
développer le commerce
Sud-Sud.

Un point essentiel pour TerrEspoir est que l'exportation de produits ne doit pas porter préjudice à l'autosuffisance alimentaire des populations locales ni aux cultures traditionnelles que sont le riz, le petit mil ou le manioc. Les groupements ne doivent pas devenir dépendants des débouchés offerts par TerrEspoir. Le commerce n'a de sens que s'il contribue à la sécurité alimentaire. Les marchés de proximité – moins voraces en énergie et en coûts de transports – sont en ce sens plus importants pour le développement local que les

marchés d'exportation. A cet égard, les quantités exportées du Cameroun par TerrEspoir ne représentent pas plus du dixième de ce qui est écoulé localement.

A moyen terme, l'objectif de TerrEspoir est de développer les échanges Sud-Sud. Selon les spécialisations productives et saisonnières, mais aussi des zones excédentaires vers les régions à pénurie. Cela suppose la mise en place de réseaux à l'intérieur et à l'extérieur du pays.

Des embryons de tels échanges ont commencé avec les jus de fruits à Yaoundé et la vinaigrerie au Burkina Faso. Tout reste cependant à faire.

Malheureusement, les difficultés logistiques et organisationnelles, mais aussi le manque de capacités voire de conviction des partenaires locaux, n'ont pas permis jusqu'ici le développement de cette dimension pourtant essentielle du commerce équitable. Le chantier doit être poursuivi.

Michel Egger
Membre du conseil de fondation.

Les recettes d'infoTerrEspoir

Noix de coco, gingembre, plantains, citrons verts, etc. Tous ces produits sont disponibles à TerrEspoir, au marché, au travers les réseaux, dans les Magasins du Monde pour beaucoup, ou encore à Bussigny (de jeudi à samedi matin).

Curry d'agneau et de bananes (4 personnes)

100 g de noix de coco râpée
30 g de gingembre frais râpé
1 gros oignon
2 gousses d'ail
1 piment
1 c. à s. de «ghee» (beurre à rôti)
800 g de viande d'agneau (épaule, coupée en gros dés)
poudre de curry de Madras
5 dl de bouillon de légumes
2 bananes plantains mûres, jaunes
bouquet de coriandre

Hacher l'oignon et l'ail. Fendre le piment en deux et en retirer pédoncule et grains. Détailler la pulpe en fines lanières.

Dans un faitout, faire chauffer la moitié du ghee et saisir les dés d'agneau. Retirer la viande et réserver. Baisser la température et faire revenir l'oignon, l'ail, le piment, le gingembre et le curry, remuer sans cesse. Ajouter la noix de coco râpée et mouiller avec le bouillon. Remettre les dés de viande et couvrir. Laisser mijoter à petit feu pendant 1 h, en remuant de temps en temps.

Eplucher les bananes et les couper en tronçons biseautés de 2 cm. Les faire dorer dans le reste du ghee, saupoudrer de 1 c. à café de curry. Ajouter à la viande et laisser cuire à découvert 20 min.

Décorer avec la coriandre ciselée et servir.

Accompagner de lentilles, riz basmati pilav.

Dernières nouvelles du terrain et de la base

Nouveau logo

Comme vous aurez pu le relever, TerrEspoir s'est donné un coup de brush, de neuf et de jeune. Elle est passée du vert à l'ocre : son nouveau logo, tout en ocres, nous rappelle la terre africaine, souvent jaune ou rouge de soufre ou de latérite, et conserve un des produits phare de TerrEspoir, l'ananas.

La marche des affaires

Progression en 2002 de 10% (chiffre d'affaires et tonnage). Une nouveauté débarque : le safrouti, un produit d'appel à l'intention de la clientèle africaine. Disponible au marché et à Bussigny.

SwissStory

Les responsables informeront le 22 juin de la restructuration prévue. On devrait passer de 26 à 18 longs courriers. Croisons les doigts pour que l'escale de Yaoundé soit maintenue...

Collaboration avec Max Havelaar

Max Havelaar importe déjà des ananas du Ghana et du Costa

Rica. Des experts de FLO (organisation de labélisation) Afrique se rendent en juin au Cameroun pour de premiers contacts avec notamment le GIC TerrEspoir.

Festival international de films de Fribourg

Présents pour la 4^e fois au festival de films du Sud de Fribourg en mars, nous avons pu assurer la promotion de TerrEspoir en offrant les «dējà» traditionnels plateaux de fruits pour les apéritifs, tout en dégageant un modeste bénéfice, en hausse par rapport à l'année dernière. C'est devenu une tradition: les festivaliers semblent attendre avec impatience autant les films du Sud que les mangues et les ananas de TerrEspoir Cameroun!



Une assemblée générale plus un anniversaire

Comme vous avez pu le lire à plusieurs reprises dans ce numéro 7/8 d'infoTerrEspoir, la Fondation TerrEspoir fête ses dix ans. Nous avons voulu marquer cet anniversaire de manière plus festive et originale que d'habitude. Premier changement, l'assemblée générale de l'Association de soutien a été déplacée et se tiendra cet automne,

le 13 septembre 2003

10h30 à l'Hôtel-de-Ville de Bussigny

L'assemblée générale sera suivie d'un repas et d'une animation diverse l'après-midi. Amis, sympathisants et toutes personnes intéressées au travail et aux destinées de TerrEspoir sont les bienvenus au repas et à l'animation, dans les locaux de TerrEspoir à Bussigny. Nous vous invitons à indiquer votre participation au repas en prenant contact avec Catherine Bigler, tél. 021 922 67 62.

A cette occasion, nous présenterons les résultats d'un séminaire et voyage d'évaluation au Cameroun à fin juillet, auquel auront participé notamment Chantal Peyer (Pain pour le prochain) et Michèle Zufferey, membres du conseil de fondation. Nous parlerons aussi du questionnaire envoyé aux réseaux, sur le degré de satisfaction. Une initiative d'André Räss, qui réalise, au cours de cette année, un travail de diplôme sur TerrEspoir et qui nous fournit d'utiles et fructueuses impulsions de marketing.



IMPRESSUM Editeur: Fondation TerrEspoir et Association de soutien à TerrEspoir, case postale 472, 1030 Bussigny, tél. 021 703 00 42, fax 021 703 00 45, e-mail: info@terrespoir.com, Internet: www.terrespoir.com. **Responsable de la rédaction:** Camille Egger. **Photos:** Michel Egger, André Räss. **Graphisme et impression:** Groux arts graphiques SA, Le Mont/Lausanne. **Tirage:** 3000 exemplaires.