

# Acheter, c'est voter : Le cas du café

Laure Waridel, Acheter, c'est voter : Le cas du café  
Équiterre et Éditions Écosociété, 176 p., 2004  
Sylvie Guyon  
<https://doi.org/10.4000/vertigo.5309>

Référence(s) : Laure Waridel, Acheter, c'est voter : Le cas du café, Équiterre et Éditions Écosociété, 176 p., 2004.

Deux ans après nous avoir invités à scruter l'envers de nos assiettes (voir L'envers de l'assiette Vertigo Vol.4 No3 de décembre 2003), Laure Waridel nous invite aujourd'hui à découvrir les dessous de notre tasse à café. Dans son essai paru aux éditions Écosociété Acheter, c'est voter : Le cas du café (2005), l'auteure s'efforce encore une fois de nous convaincre d'opter pour un mode de consommation plus responsable en privilégiant le commerce équitable, biologique et des produits cultivés sous couvert forestier.

Dans ce plaidoyer pour un commerce au service des personnes, le commerce du café est utilisé comme un exemple particulièrement révélateur des rouages économiques à la base de l'exploitation des pays du Nord par ceux du Sud. En suivant avec l'auteure la route du café des plantations du Sud à nos tasses, nous prenons peu à peu conscience de l'ampleur de l'exploitation et de l'appauvrissement des producteurs de café par les intermédiaires. Depuis 1997, les prix – établis aux bourses de New York et de Londres – ont chuté de 70 %, tombant au-dessous des coûts de production et seuls les producteurs ont subi l'impact de ces chutes, permettant aux intermédiaires de continuer à accroître leurs profits. À titre d'exemple, les paysans mexicains obtiennent environ 0.44 \$ pour un kilo de café alors qu'il en coûte aux consommateurs de 8 à 30 \$.

Pour illustrer les alternatives à la route traditionnelle du café qui permet aux multinationales de s'enrichir au détriment des producteurs du Sud, tout un chapitre est consacré à la présentation de l'Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI). L'une des premières coopératives mexicaines à exporter du café équitable et biologique. En nous racontant l'histoire de la mise sur pied de cette coopérative et en partageant avec nous les témoignages de ses représentants, Laure Waridel nous fait comprendre de l'intérieur que le passage au commerce équitable représente à la fois un énorme défi et une formidable opportunité de prise en charge (d'empowerment) économique et social à l'échelle de la communauté.

L'auteure, pragmatique, nous outille aussi pour devenir des consommateurs plus avertis en nous aidant à faire la part entre les diverses appellations à saveur "naturelle" et les logos du commerce équitable qui garantissent un commerce direct (réduction du nombre d'intermédiaires), un juste prix payé aux producteurs, un engagement à long terme entre acheteurs et producteurs, un accès à du crédit (à des taux d'intérêt raisonnables), la volonté de protéger l'environnement (en supprimant ou en limitant l'utilisation de pesticides et d'engrais chimiques) et la préoccupation du développement communautaire (via la mise sur pied de divers projets décidés par les communautés de producteurs).

Domage que Laure Waridel s'adresse essentiellement à des lecteurs-consommateurs et oublie de parler des limites du commerce équitable comme levier de changement pour établir des rapports égalitaires entre les pays du Nord et ceux du Sud. Ce choix risque de donner aux lecteurs l'impression que leur seul pouvoir en est un de consommation alors qu'ils sont aussi des citoyens, des électeurs, des militants, des acteurs socioéconomiques au potentiel politique bien plus grand.