



HAL
open science

Amélioration de la stratégie commerciale de l'ONG Proyde

Ksenia Goncharova

► **To cite this version:**

Ksenia Goncharova. Amélioration de la stratégie commerciale de l'ONG Proyde. Economies et finances. 2012. dumas-00835069

HAL Id: dumas-00835069

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-00835069>

Submitted on 24 Jun 2013

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Rapport de stage

Ksenia GONCHAROVA

Master 2

Commerce International Équitable

Année Universitaire 2011-2012

Université du Sud Toulon-Var
UFR Sciences Économiques
et de Gestion

Association PROYDE



Septembre 2012

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	3
PARTIE I. PRESENTATION DE L'ONG	
1.1. Informations générales	4
1.2. Information financière	6
1.3. Activité de PROYDE	6
1.4. Commerce équitable chez PROYDE	10
PARTIE II.DEROULEMENT DU STAGE	
2.1. La mission et les responsabilités	14
2.2. Participation dans des évènements de l'ONG	18
PARTIE III. RESULTATS DU STAGE	
3.1. Le commerce équitable en Espagne et l'impact de la crise	24
3.2. Étude du commerce équitable chez PROYDE	27
3.3. Recommandations pour l'amélioration de l'activité	37
CONCLUSIONS	41
BIBLIOGRAPHIE	41
ANNEXES	42

INTRODUCTION

Dans le cadre de mes études en Master 2 Commerce International Équitable (CIE) à l'Université du Sud Toulon-Var, j'ai eu l'opportunité de réaliser un stage au sein de l'ONG espagnole PROYDE. Ce rapport présente le travail que j'ai effectué lors de mon stage au sein du département de Commerce Équitable dans le siège de l'ONG à Madrid qui s'est déroulé du 12 mars au 12 juillet 2012.

Depuis longtemps et surtout grâce à l'accent sur les aspects du développement qui est mis dans le Master, j'étais passionnée par l'économie alternative et le développement durable et ce stage était donc pour moi une occasion de découvrir le monde des ONGs d'un point de vue professionnel. J'ai donc intégré l'ONG PROYDE en tant qu'Assistant de Responsable du Département, en charge de l'amélioration de la stratégie commerciale, ainsi que de la gestion des opérations quotidiennes liées au commerce équitable. J'ai pu apprendre dans d'excellentes conditions et dans un collectif des salariés et volontaires engagés dans la démarche équitable.

Au-delà d'enrichir mes connaissances en Commerce Équitable, ce stage m'a permis de comprendre le rôle des ONGs dans la mobilisation sociale et dans le développement de l'économie solidaire.

Je vais exposer dans ce rapport en premier lieu la présentation de l'ONG. Ensuite j'expliquerai les différents aspects de mon travail durant ces quelques mois et enfin je résumerai les apports de ce stage.

L'élaboration de ce rapport a pour principale source les différents enseignements tirés de la pratique des tâches qui m'ont été déléguées et les publications des grands acteurs du commerce équitable en Espagne et les nombreux entretiens que j'ai pu avoir avec les employés des différents départements de l'ONG.

PARTIE I. PRESENTATION DE L'ONG

1.1. Informations générales

L'association PROYDE (Promotion et Développement) est une ONG à but non lucratif, fondée en 1988 avec l'objectif social prioritaire - coopération au développement¹. Comme indiqué dans ses Statuts, sa raison d'être est la promotion et le développement des personnes et des communautés dans les pays moins avancés à travers la mise en œuvre de projets liés à l'éducation. Le slogan distinctif de l'ONG est le suivant : "Beaucoup de petits gens qui font beaucoup de petites choses, dans beaucoup de petits endroits, peuvent changer le monde." Ce slogan, à mon avis, reflète bien les valeurs et la réalité de cette organisation.

Les principes de PROYDE sont:

- Toute personne a le droit à une vie décente et à une qualité de vie adéquate ;
- Les personnes et les communautés sont les protagonistes de leur propre développement ;
- Les personnes et les peuples ont leurs propres valeurs que nous devons connaître et accepter ;
- L'éducation est un moteur du développement ;
- Si nous créons des réseaux de solidarité, un autre monde possible.

Ces principes déterminent la mission de l'ONG, qui est de contribuer à construire un monde où tous les personnes vivent dignement.

PROYDE est liée aux Frères des Écoles chrétiennes de La Salle et se propose à tous les membres de la famille lasallienne et, à travers eux, à l'ensemble de la société, comme un canal privilégié pour la solidarité à la fois dans l'environnement proche et dans les pays moins développés. Bien que la fraternité soit à la base de ce lien et la collaboration des frères est très importante, cela ne fait pas de PROYDE une organisation religieuse. Ce lien lui transmet uniquement certaines valeurs de La Salle, comme la priorité donnée à l'éducation.

De même, PROYDE s'appuie sur le réseau de La Salle qui, depuis la fin du XIXe siècle, est présent dans de nombreux pays pauvres, en particulier en Afrique existent 75 écoles primaires et 16 écoles secondaires et de la formation professionnelle assistées par des frères africains et par un certain nombre d'Espagnols. Ainsi, l'organisation aide à renforcer le système éducatif des enfants, adolescents et adultes dans les pays en développement comme le Bénin, le Burkina Faso, Côte-d'Ivoire, la Guinée Conakry, Guinée équatoriale et le Togo.

¹ Ce chapitre est basé sur le Rapport annuel de PROYDE (2011), le site internet www.proyde.org et les entretiens personnels avec des collaborateurs.

PROYDE a un siège à Madrid et cinq bureaux répartis dans toute l'Espagne:

- Andalousie (Melilla, Séville) ;
- Nord-Ouest (Valladolid) ;
- Levanteruel (Valence) ;
- Aragon (Saragosse) ;
- La Rioja (San Asencio).

En 1998, PROYDE a été déclarée entité d'utilité publique et fait objet d'un audit financier annuel volontaire et d'audit mené par la Fondation loyauté (esp. Fundación Lealtad) sur la transparence et de bonnes pratiques pour les ONGs. Par conséquent, l'Association est reconnue socialement en tant qu'ONG cohérente avec sa mission et jouit d'une bonne renommée pour son travail dans l'éducation pour le développement, le plaidoyer, la promotion du bénévolat et la mise en œuvre des projets de développement.

PROYDE fait partie du Coordinateur National des ONG de l'Espagne et de nombreux autres groupes régionaux ainsi que du Coordinateur d'Etat du commerce équitable (l'équivalent de la Plate-forme pour le commerce équitable en France) et, par conséquent est considérée comme une organisation active dans son secteur.

On peut voir sur l'organigramme de PROYDE que l'activité quotidienne est divisée entre quatre départements: Organisation Interne, Coopération au développement, Ressources Humaines et Économiques et Sensibilisation. Dans le département de Sensibilisation, dans lequel j'ai travaillé, on distingue trois branches: Responsabilité Sociale des Entreprises(RSE) qui est en charge des relations avec des entreprises-partenaires, la Communication et le Commerce équitable. Un employé de chaque département fait partie du Comité de Gestion et est nommé responsable de la coordination du travail avec d'autres services.

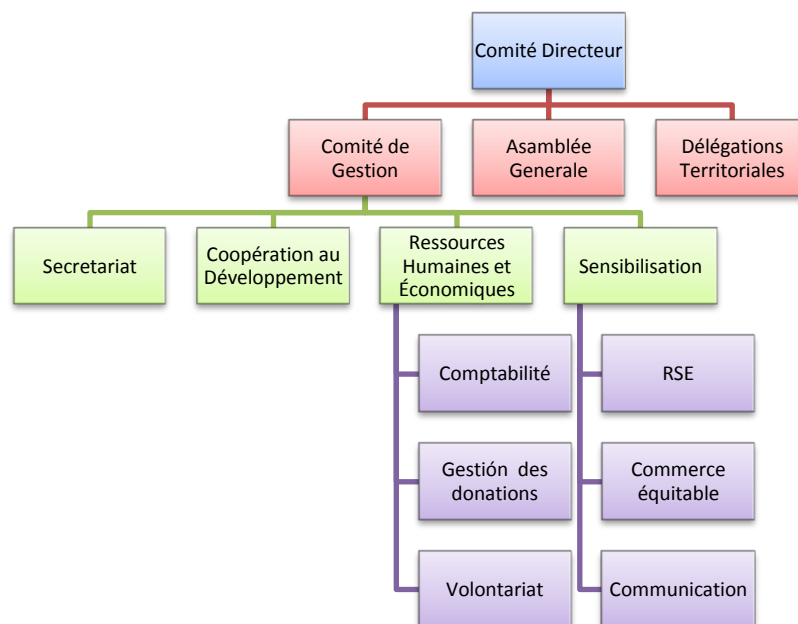


Image 1.1. Organigramme de PROYDE

1.2. Information financière

Par nombre de donateurs (actuellement 2343 personnes; l'objectif à atteindre a été trois mille personnes) et par le budget annuel (2.480.000€ en 2011), PROYDE est considérée une ONG moyenne.

Pour financer ses projets et son activité, PROYDE recourt au financement public (63% de recettes) et aux revenus propres (37%). Des recettes propres proviennent de trois sources principales: donations des particuliers, versements des entreprises, bénéfiques de l'activité du commerce équitable.

Le nombre des donateurs est fortement lié avec le budget, car cette source de financement externe définit les montants que PROYDE peut apporter à chaque projet. Dans certains cas, les projets sont entièrement financés par l'Association.

Quant à la distribution des coûts, la destination principale est le financement des projets de développement qui représente 88% des dépenses. Les autres coûts sont regroupés dans deux grandes catégories: la mise en place des campagnes de sensibilisation et des coûts opérationnels.

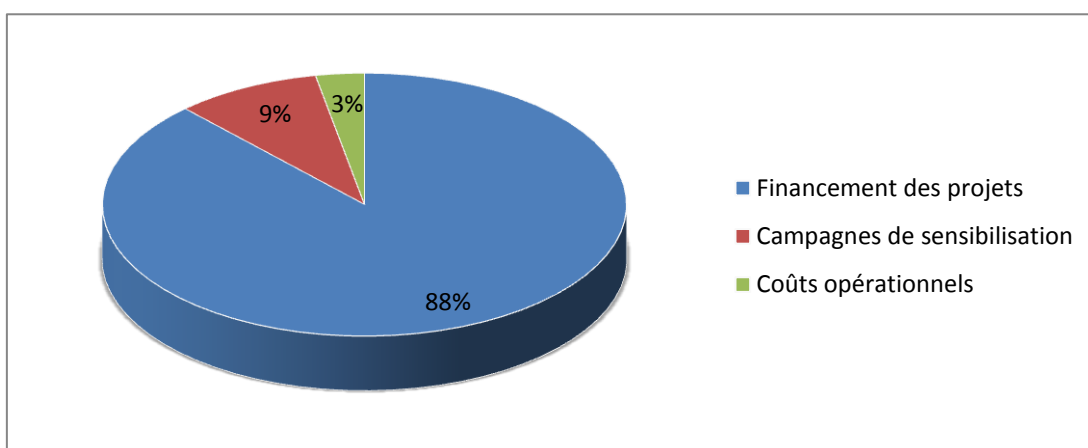


Figure 1.1. Répartition des coûts

1.3. Activité de PROYDE

Afin d'optimiser les actions de PROYDE, le Comité Directeur a adopté un Plan stratégique 2008-2014 et chaque année apparaît un Plan d'action pour l'année correspondante.

L'activité de PROYDE exige beaucoup de temps et de travail et donc l'implication de nombreuses personnes. PROYDE est une ONG basée sur le volontariat. Il n'y a que quatre salariés dans le siège mais l'ONG dispose actuellement de plus de 500 bénévoles répartis dans toutes les délégations dans 14 communautés autonomes espagnoles.

De nombreuses délégations ont déjà formé ou sont en cours de création des équipes de travail locales. C'est ici, dans ces équipes, où les bénévoles travaillent jour à

jour. Au siège, des bénévoles travaillent surtout au sein du secrétariat et dans les départements des projets et du commerce équitable.

Voici l'évolution des bénévoles fixes au cours de ces dernières années.

	2009	2010	2011
Siège à Madrid	25	16	25
Andalucía	281	265	264
Aragón		14	24
Levanteruel	36	36	36
Madrid et Îles Canaries	42	135	135
Nord-Ouest	21	35	44
TOTAL	405	501	528

Tableau 1.1. Numéro des volontaires par délégation, 2009-2011.

Tous les ans, d'ailleurs, il y a une centaine de personnes (enseignants, étudiants et autres) qui consacrent une partie de leurs vacances pour travailler sur certains projets offerts par PROYDE pour la période d'été. Les pays dans lesquels sont développés ces projets sont les suivants: le Mozambique, le Pérou, le Nicaragua, le Burkina Faso, le Guatemala, le Bénin, l'Éthiopie, le Kenya, l'Inde, etc.

✓ Département des projets

Il existe trois types de projets développés au sein de l'ONG PROYDE : la construction de nouvelles infrastructures, l'achat d'équipement et/ou des matériaux et le renouvellement, l'extension ou l'amélioration de l'infrastructure existante.

On peut distinguer également quatre grandes catégories des projets:

- **Projets d'infrastructure:** leur but principal est d'assumer le financement des coûts des programmes de développement, liées principalement à l'éducation ;
- **Projets de formation des enseignants et des agents de développement locaux** qui consistent à octroyer des bourses pour les autochtones responsables de futurs projets pédagogiques ou de développement ;
- Des **projets d'été** permettent d'envoyer des groupes de bénévoles pendant la période estivale pour collaborer à l'exécution de divers projets sur le terrain ;
- **Projets d'urgence:** leur objectif est de contribuer à atténuer les conséquences de situations d'urgence causées par des catastrophes naturelles ou de conflits armés.

Comme on peut voir sur les graphiques suivants, PROYDE, limitée dans ses ressources, a fait le choix cohérent avec les valeurs de La Salle - cibler ses actions dans le domaine de l'éducation (92% du financement). Les deux régions qui reçoivent la

plupart de l'aide sont l'Afrique et l'Amérique du Sud avec 60% et 36% de financement respectivement.

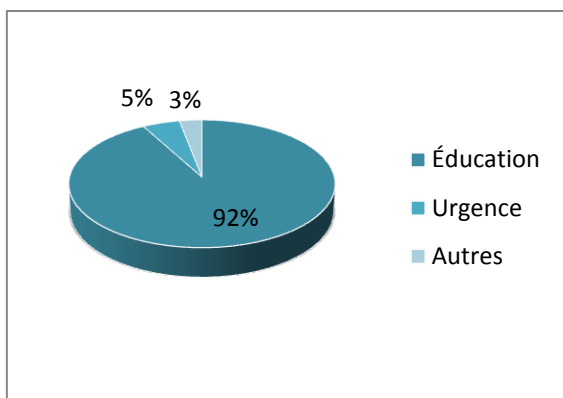


Figure 1.2. Répartition du financement par type de projet

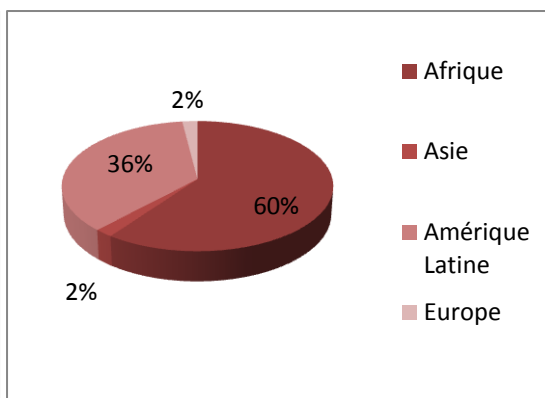


Figure 1.3. Répartition des projets par région

Quant au financement des projets, il est en général reparti entre PROYDE et des organismes publics dans les proportions différentes pour chaque projet. Par exemple, en 2011, la contribution de PROYDE a varié entre 11,68€ (Projet de reconstruction de l'habitat endommagé au Pakistan; le reste, 32.500 €, a été apporté par la Mairie de Burgos, Castille-et-León) et 222.019,42 € pour le projet d'urgence en Haïti. Dans ce dernier cas, l'argent de PROYDE a été complétée seulement par une contribution de la mairie de Chiclana (Andalousie) égale à 4.000 €. En règle générale, la part des ressources propres se situe entre 10% et 30% pour de grands projets et peut s'élever à 100% pour des projets qui génèrent des coûts inférieurs à 15.000 €.

Il est intéressant de voir des particularités de la gestion du cycle de projet chez PROYDE.

Comme il est indiqué dans ses principes, PROYDE ne propose pas de projets depuis l'Espagne. L'initiative de tout projet qui est retenu vient toujours du terrain et se prépare par les bénéficiaires eux-mêmes. Après la réception du formulaire rempli, le projet est étudié par des chargés de projets dans le siège de PROYDE. Si des éclaircissements et des explications supplémentaires sont jugés appropriés, celles-ci peuvent être demandées aux responsables sur place. Une fois que le Département des projets a examiné la demande, elle est soumise à l'approbation du Comité Directeur qui se réunit trois fois par an: en Janvier, Mai et Septembre. Si la demande est approuvée par le Comité, des fonds propres sont attribués au projet et le reste du financement nécessaire est sollicité auprès organismes publics et privés espagnols.

Quant à la mise en œuvre et le suivi, si le projet est complexe dans son exécution, PROYDE demande aux partenaires locaux un rapport semestriel. S'il est relativement simple ou si le partenaire local a déjà une certaine expérience dans la mise en œuvre des projets similaires, PROYDE ne demande qu'un rapport annuel. PROYDE effectue des visites régulières et fréquentes aux zones géographiques dans

lesquelles l'ONG réalise ses projets, à la fois pour garantir un bon suivi des projets en cours et pour connaître la réalité de ces pays. Cela permet de définir des perspectives pour de futurs projets.

En ce qui concerne des organismes qui ont attribué une aide financière au projet, PROYDE s'engage à les informer selon des procédures définies par cet organisme et ils sont toujours invités à visiter le lieu de réalisation du projet.

Enfin, pour évaluer un projet, PROYDE demande un rapport final auprès des interlocuteurs locaux. Ce rapport, accompagné par des pièces justificatives, doit comprendre une évaluation du degré de réalisation des objectifs et l'impact du projet.

✓ Travail de sensibilisation

Les campagnes de sensibilisation menées par PROYDE ont pour but d'informer la société sur les enjeux du développement et de changer les valeurs qui se trouvent dans l'origine de l'inégalité.

Les campagnes qui ont eu l'impact le plus fort sont les suivantes :

- "0,7%" dénoncer le manque d'engagement de la part des pays riches qui s'étaient engagés à consacrer 0,7% de leur PNB à l'aide au développement (2004) ;
- La campagne mondiale pour l'éducation universelle (2005);
- La campagne pour l'allègement de la dette externe des pays moins avancés (2006-2008) ;
- La campagne active (2009-2015) est mise en place en partenariat avec le Réseau des Associations pour le Développement Solidaire (REDES). Dans le cadre de cette campagne, sont publiées ressources qui visent à rapprocher les européens de la réalité de l'Afrique et à les informer sur l'éducation sur le continent, l'accès à l'eau ou les relations Afrique-Europe.

✓ PROYDE et RSE

PROYDE essaie de collaborer avec les entreprises au sens large, avec de multiples formes de la participation, tout en respectant l'objectif principal qui est de contribuer à un monde plus juste. Par conséquent, on établit des liens stables, fondés sur la solidarité et des approches durables en matière du rôle de l'entreprise dans la coopération au développement, en particulier.

PROYDE invite les entreprises et les institutions à :

- Financer des projets de développement ;
- Apporter leur savoir-faire sous forme des services non rémunérés ;
- Acheter des produits issus du commerce équitable ;
- Faire un changement important pour obtenir des bénéfices durables.

Quelques initiatives des entreprises qui travaillent avec PROYDE:

1. Deux stations d'essence de l'entreprise BATRA (Benicarló, Communauté Valencienne) commercialisent, depuis 2008, des produits issus du commerce équitable. Des cadeaux de Noël pour les employés sont entièrement composés des produits équitables ;
2. Une entreprise multidisciplinaire HITEC s'est engagée avec PROYDE en 2009 à vendre des produits du commerce équitable dans sa cafétéria sur le campus de l'Université Aravaca (Madrid) et à travailler sur la sensibilisation de leur clientèle ;
3. Le restaurant madrilène AMAIA permet à ses clients de contribuer au développement de projets socio-éducatifs. Le menu proposé dans ce restaurant comprend des produits du commerce équitable ;
4. L'entreprise TLK market (télémarketing) a signé un accord de RSE avec PROYDE et s'est engagée à verser 2% de leurs ventes mensuelles pour des projets et campagnes de sensibilisation ;
5. Le Groupe d'édition SM, situé à Madrid, emploie ses ressources pour imprimer et diffuser des matériaux de sensibilisation préparés par PROYDE et destinés aux collèges de La Salle.

Depuis sa création, PROYDE a reçu plusieurs prix reconnaissant sa contribution à la construction d'un monde plus juste, tels que :

- "Prix de la Paix et de la Solidarité - 2002" du Collège La Salle Montemolin (Saragosse) ;
- "Prix de la Solidarité 2004» décerné par SIMPROMI, SL (Promotion des personnes avec un handicap), Santa Cruz de Tenerife ;
- "Médaille d'or pour l'Initiative de développement", la ville d'Arcos de la Frontera (Cadix, Andalousie), 2012 ;
- Mention spéciale du Prix "Rapprocher les cultures", Centre UNESCO de Getafe (Madrid), 2012.

1.4. Commerce équitable chez PROYDE

L'histoire du commerce équitable chez PROYDE remonte en 1999, quand l'ONG s'est engagée à commercialiser des produits équitables tout d'abord au sein du réseau La Salle (dans les collèges, les associations des anciens élèves, etc.) et, plus tard, auprès du large public.

Cet engagement avec l'économie alternative s'inscrit dans le cadre de l'action pour l'éducation au développement y montre ainsi une alternative à la consommation traditionnelle qui devrait générer des changements importants dans la société. L'objectif principal du commerce équitable chez PROYDE est la sensibilisation, bien que

les bénéfiques sont aussi importants afin de maintenir l'activité et d'investir dans la mise en œuvre de projets de développement.

Depuis 2008, PROYDE fait partie du Coordinateur d'État du commerce équitable et, en collaboration avec d'autres organismes, réalise des projets importants visant à promouvoir le commerce équitable dans la société espagnole, tels que Villes pour le commerce équitable ou Centres éducatifs pour le commerce équitable, financé par l'AECID (Agence Espagnole de Coopération Internationale au Développement).

Depuis 2011, PROYDE possède un magasin à Madrid avec un accès plus facile pour le large public, en plus de son propre entrepôt en Andalousie et un système de 25 points de vente repartis dans toute l'Espagne.

L'ouverture du magasin a amélioré la visibilité du commerce équitable dans la zone madrilène. Le point de vente antérieur était accessible uniquement aux employés du centre d'affaires et de la résidence de La Salle, donc l'objectif était de faire connaître l'activité de PROYDE à de nouveaux clients. La visibilité du magasin a permis de faire un pas important pour la sensibilisation du grand public au commerce équitable et de projeter une croissance de l'activité dans le futur.

L'accès au magasin est situé au coin de la rue Marqués de Mondejar avec rue Bocángel (dans la zone privilégiée de Madrid, la quartier Salamanca), ce qui facilite l'entrée pour les personnes qui circulent dans les deux rues. Le magasin dispose de trois vitrines donnant sur les deux rues. Les vitrines sont renouvelées régulièrement et sont conçues pour attirer l'attention à un thème ou un type de produit choisi.

En mars 2012, PROYDE a célébré le premier anniversaire du magasin avec plusieurs événements thématiques (dégustations, conférences, tombolas, etc.) pour donner une nouvelle perspective au commerce équitable dans le quartier.

Les produits commercialisés par PROYDE proviennent uniquement du commerce équitable. La seule exception sont des livres qui, bien que ne soient pas produits selon des critères du commerce équitable, ont comme sujet le développement durable et l'économie solidaire et ne dépassent pas 0.5% des ventes annuelles.

PROYDE ne travaille pas directement avec des coopératives des producteurs mais passe des commandes aux importateurs qui lui accordent un prix grossiste. Cela permet de vendre au large public au même prix que dans les magasins des importateurs et proposer aux collègues et aux autres clients fidèles un prix réduit, nommé "prix collègue". Le budget annuel des achats est repartit entre les importateurs d'une manière qui permet de bénéficier des meilleures réductions (par exemple, à partir de 20.000€ de commandes annuelles chez IDEAS). Les principaux importateurs avec lesquels travaille l'ONG sont des organismes espagnols, tels que: IDEAS, Intermón

Oxfam, Alternativa 3, Equimercado et Espanica. Parmi ces fournisseurs il ya ceux qui se spécialisent dans un type de produit (par exemple, Espanica dans le café) et d'autres qui importent toutes les catégories des marchandises. Dans ce cas-là, PROYDE passe des commandes à l'organisation dont gamme est plus adaptée à la proposition de l'ONG au niveau de qualité, prix, pays de provenance, etc.

Le catalogue des produits est très vaste et comprend des produits alimentaires, ainsi que non alimentaires. Le catalogue est disponible sur le site de PROYDE et les actualisations sont envoyées aux clients fidèles par e-mail.

La gamme des produits alimentaires comprend les catégories suivantes: chocolat, café, thé, confitures et miel, sucre, bonbons, biscuits et snacks, boissons gazeuses et jus, boissons alcoolisées et accompagnement. Parmi les produits non alimentaires on distingue: décoration et habitat, bijoux, accessoires, papeterie, textile, jeux et jouets, instruments musicaux et bien-être.



Images 1.2. et 1.3. Le magasin de commerce équitable de PROYDE situé dans le quartier de Ventas à Madrid

En ce qui concerne des labels présents dans la gamme de PROYDE, il n'y a pas d'unanimité. Traditionnellement l'Espagne tend à reconnaître le label de l'importateur certifié, c'est-à-dire, la certification de la filière. Maintenant, plusieurs importateurs commencent à développer également le label Fairtrade Max Havelaar qui devient de plus en plus connu dans le pays, après l'arrivée récente des produits équitables dans les supermarchés espagnols.

Depuis 2011, PROYDE développe, en partenariat avec deux autres acteurs de référence (IDEAS et SETEM) le projet Centres éducatifs pour le commerce équitable. Ce projet s'inscrit dans le cadre du programme européen « Villes pour le commerce équitable » et s'appuie sur le financement de l'AECID (Agence Espagnole de Coopération Internationale au Développement). Cette initiative vise à donner la reconnaissance au travail de promotion du commerce équitable qui est fait, depuis des années, au sein des centres éducatifs (collèges, universités, etc.). Un centre éducatif peut être reconnu comme un centre pour le commerce équitable à condition de remplir les critères suivants:

1. Avoir un groupe de travail scolaire;
2. Rédiger et adopter une politique favorable au commerce équitable;
3. Promouvoir et utiliser des produits issus du commerce équitable au sein du centre;
4. Sensibiliser sur le commerce équitable au sein du milieu éducatif à travers des ateliers ou d'autres moyens.

PROYDE soutient les collèges à développer leurs démarches en mettant à leur disposition des matériels didactiques et des exemples des activités.

Le premier collège du réseau de l'ONG qui a obtenu ce titre a été le Collège La Salle de Ferrol (La Corogne). L'acte de remise du diplôme officiel a eu lieu en mars 2012 et actuellement (Août 2012) il existe déjà 8 collèges reconnus comme centres pour le commerce équitable en Espagne.

PROYDE a un réseau puissant des partenaires dans le milieu des organisations sans but lucratif mais essaie d'élargir son impact à travers des entreprises en adaptant son offre à ses besoins particuliers. Plusieurs formes de collaboration sont proposées aux entreprises :

- **Organisation des journées de solidarité** au sein des entreprises qui comprennent des marchés avec une sélection des produits équitables. On cherche non seulement à augmenter le volume des ventes mais aussi informer les employés sur les principes du commerce équitable et son impact dans les pays moins développés.
- **La consommation des produits issus du commerce équitable dans l'entreprise** sous forme de consommation quotidienne (pause café, petit-déjeuner, etc.), ainsi que pour des occasions spéciales.
- **Cadeaux de Noël.** On propose des cadeaux (paniers des produits issus du commerce équitable) pour les employés, clients ou fournisseurs de l'entreprise. On recommande aussi d'inclure une carte explicative avec des informations sur le commerce équitable et la provenance des articles (coopératives des producteurs).
- **Commerce équitable pour traiteurs, restaurants, cafeterias.** La catégorie des boissons (jus de fruits, boissons gazeuses, café...) a vu ici un grand succès.
- **Promouvoir le commerce équitable auprès des employés, clients, fournisseurs** en facilitant toutes les informations et matériels nécessaires pour bien communiquer en interne et en externe sur l'engagement avec le commerce équitable.

PARTIE II. DEROULEMENT DU STAGE

2.1. Mission et responsabilités

La mission principale de mon stage était de faire une étude de l'activité et des résultats du département du commerce équitable au cours des dernières années, identifier des tendances et des problèmes et donner des propositions permettant d'améliorer la stratégie commerciale de PROYDE. Cependant, en tant qu'assistant de Responsable du Département du commerce équitable, j'ai accompagné l'activité quotidienne de PROYDE tout au long du stage. Dans cette deuxième partie du rapport je présenterai mes responsabilités quotidiennes. Le résultat de mon analyse apparaît dans la troisième partie.

Le début de mon stage a coïncidé avec le mois d'anniversaire du magasin de commerce équitable de PROYDE, donc mes premières responsabilités ont été liées avec des activités consacrées à cette date :

- Organiser des dégustations thématiques chaque semaine et donner la visibilité aux produits en dégustation ;
- Renforcer la publicité dans les réseaux sociaux ;
- Organiser une tombola à la fin du mois;
- Résumer les activités et l'impact et rédiger un article pour la page officielle à la fin du mois.

Tout au long du stage j'ai dû assurer la mise à jour et la traçabilité de l'activité à travers le logiciel de facturation DelSol (FactuSOL et TPV SOL):

- Effectuer gestion et l'actualisation du stock ;
- Contrôler des dates de péremption des produits alimentaires ;
- Faire l'entrée de nouveaux articles;
- Émettre des factures et des reçus pour les clients ;
- Registrer le déplacement des produits entre les entrepôts ;
- Actualiser les références.

L'activité du département s'articule autour des commandes passées par des clients à partir des catalogues mis à leur disposition (commandes sortantes) et des commandes passées par PROYDE Commerce Équitable à ses fournisseurs (commandes entrantes). Ma participation dans le contrôle des commandes consistait à :

- Recevoir des commandes sortantes par e-mail, déléguer aux bénévoles la préparation en fonction du degré d'urgence, choisir le transporteur et le tarif adapté, contrôler l'envoi. Dans le cas où il n'y aurait pas de stock des articles demandés, entrer en contact avec le client et lui faire une offre alternative ;
- Recevoir des commandes entrantes, vérifier le contenu, les quantités et l'état des marchandises.

Parmi mes tâches spécifiques, il est important de souligner la gestion et l'amélioration de l'offre. Cette mission se traduisait en :

- L'actualisation des catalogues sur les supports numériques : en format MS Excel (.xls), PDF, en ligne. Pour cela, je devais faire le suivi du stock, créer des références et faire des photos des produits pour qu'elles soient disponibles sur internet à tout moment. Les deux images suivantes montrent le résultat de ce travail :



Image 2.1. Catalogue de PROYDE en format .PDF



Image 2.2. Catalogue en ligne

- La recherche des informations supplémentaires sur des produits, des producteurs et des propriétés des produits afin d'informer les consommateurs ;
- L'élaboration des campagnes spéciales, surtout la campagne de Noël : préparation d'une offre personnalisée pour les entreprises et les particuliers, préparation des conditions de vente et des exemples des cadeaux. J'ai préparé également des éléments graphiques pour attirer l'attention à l'offre des cadeaux :



Image 2.3. Publicité de la campagne de Noël pour les particuliers et pour les collègues



Image 2.4. Publicité de la campagne de Noël pour les entreprises

Les conditions de vente finales sont les suivantes:

1. Modalités

- On offre des idées des colis de Noël prédéfinies avec un budget compris entre 7€ et 30 €;
- On fait une proposition personnalisée à chaque client s'il le souhaite;
- On peut fournir un produit spécifique pour inclure le commerce équitable à des colis existants.

2. Conditions

- Pour assurer la disponibilité des produits, on recommande de passer la commande à l'avance (environ 20 jours avant la date de réception souhaitée) ;
- A partir de 300 € d'achat PROYDE assume des coûts de transport. Pour les commandes entre 150€ et 300 €, les coûts sont partagés entre PROYDE et le client. Si le montant de l'achat est inférieur à 150 €, le client paie les frais de transport ;
- PROYDE propose un système des remises appliqué au prix de vente et les coûts d'emballage pour toute commande supérieure à 50 lots. Les tarifs sont calculés à partir du tableau suivant:

Nombre d'unités	Remise sur le prix	Prix d'emballage (par unité)
Moins de 50 unités	-	0.70€
50-100 unités	3%	0.50€
100-150 unités	5%	0.30€
Plus de 150 unités	7%	gratuit

Tableau 2.1. Le système des réductions pour les entreprises

- L'organisation d'un système de contrôle des dates de péremption des produits alimentaires: implantation d'un système de vérification et du suivi, des promotions sur des produits avec une date de péremption proche ;
- L'analyse des remises et des promotions possibles pour faciliter l'écoulement des marchandises : évaluation des offres (3x2, -20%, etc.), calcul des prix, préparation des packs, décoration et présentation dans le magasin ;
- La collaboration avec des volontaires pour améliorer le marketing du magasin: la présentation des produits, de la rénovation des vitrines, les informations sur des producteurs et des principes du commerce équitable, la qualité et les valeurs nutritives des produits ;

¡Descubre la frescura del coco y la suavidad del chocolate con praliné!

Chocolate praline

Chocolate con leche biológico con coco tostado



País de origen: Bolivia (El Ceibo)

País de origen: Ecuador (UNOACE)

El Ceibo es una Federación de 37 cooperativas formadas por unos 800 trabajadores. Se inició en 1977 en Sapecho y en El Alto, cerca de la capital. De su actividad de comercialización se benefician más de dos mil familias. En la actualidad El Ceibo produce cacao en polvo, manteca de cacao e incluso chocolate.

El sello "Bio Justo" garantiza a los consumidores el respeto común de criterios ambientales y de calidad de la agricultura ecológica y los criterios sociales y éticos de Comercio Justo.

En la actualidad, 18 cooperativas hacen parte de UNOACE (Unión Nacional de Productores de Cacao ECUADOR), lo que representa alrededor de 1.800 familias de agricultores en una superficie de 12.000 hectáreas de plantaciones certificadas como agricultura ecológica.

Image 2.5. Exemple de fiche des producteurs mise en place dans le magasin. Dans cet exemple il s'agit de deux types de chocolat: Chocolat Praliné de Bolivie et Chocolat au noix de coco d'Equateur.

- Préparation des offres des cadeaux pour les occasions spéciales: mariages, communions, baptêmes, départ des professeurs, etc.



Image 2.6. Propositions des cadeaux du commerce équitable pour les invités au mariage.

- Il a été décidé d'implanter une carte de fidélité pour les clients du magasin. Ma tâche était donc d'élaborer les conditions d'utilisation et de proposer une maquette double-face prête à l'impression :

Tarjeta de Fidelidad

1. La presente tarjeta de fidelidad es gratuita y se entregará en la caja de la Tienda a cualquier persona que la solicite.
2. Se sellará una casilla por cada 10€ de compra de cualquier producto de la tienda.
3. Una vez obtenidos 10 sellos, cambiaremos la tarjeta sellada por un regalo. El valor del regalo se establecerá entre 10 y 15€. Podrás escoger tu regalo entre tres opciones de valor idéntico.
4. Una vez obtenido el regalo, se entregará una nueva tarjeta para empezar de nuevo el proceso.
5. En el mes de tu cumpleaños, duplicaremos los sellos correspondientes a una de tus compras. Se pedirá el DNI u otro documento para comprobar la fecha de nacimiento.
6. Esta tarjeta no tiene fecha de caducidad.



Tienda de Comercio Justo

C/ Bocángel, 15 – 28028 MADRID
 Tel.: 91 356 06 07
comerciojusto@proyde.org - www.proyde.org

Image 2.7. Carte de fidélité

J'ai participé également à la **définition de la politique des prix et des ventes extérieures**. Il est important de savoir que ce n'est pas PROYDE qui établit des prix de vente mais les importateurs. La marge est donc prédéfinie et l'ONG s'engage à la respecter. La marge sur les produits non alimentaires est, en règle générale, plus élevée que celle des produits alimentaires qui ont plus de circulation. Cependant, PROYDE a la flexibilité d'établir le « prix-collège » qui s'applique au réseaux des institutions éducatives de La Salle. Ce prix qui représente environ 80-90% du prix de vente permet aux collèges d'avoir une petite marge et de couvrir leurs charges.

Il y a eu une montée des prix sur certaines catégories des produits alimentaires due à l'augmentation des prix sur les matières premières et le pétrole, ainsi qu'au changement du taux de change EURO-Dollar. J'ai dû donc reviser des prix établis chez PROYDE et **préparer un argumentaire** pour les volontaires qui sont en contact direct avec les consommateurs dans le magasin.

Durant mon stage, on a organisé trois marchés extérieurs avec la participation des employés et des bénévoles de PROYDE, ainsi que 9 marchés prêtés. J'ai organisé la **logistique de ces marchés**, tout d'abord sous le contrôle de la responsable du département, et plus tard en toute autonomie.

Comme la page internet est un des outils essentiels de diffusion du commerce équitable chez PROYDE, je donnais le support à la responsable en :

- Rédigeant des articles sur des activités du département du commerce équitable ;
- actualisant les catalogues en ligne et améliorant la présentation, les photos des produits, etc.;
- Publiant des informations supplémentaires sur des groupes des producteurs: localisation des coopératives, des projets mis en place grâce au commerce équitable, des bénéficiaires des projets, des problèmes résolus, etc.

En cas d'absence temporaire de la responsable du département, j'étais **en charge de l'équipe des volontaires**. Cela implique une bonne connaissance de l'activité pour leur déléguer des tâches adéquates et urgentes. Pendant la période des vacances de la responsable (deux semaines complètes), j'ai dû la remplacer dans le suivi de l'activité quotidienne, répondre à des sollicitudes et gérer toutes les opérations. C'était évidemment une grande responsabilité mais aussi une des meilleures expériences durant mon stage.

2.2. Participation dans des évènements de l'ONG

Par ailleurs, j'ai participé à **plusieurs évènements internes et externes** dans le domaine commercial ou de sensibilisation. En général, mon travail consistait à :

- Organiser la logistique des évènements;
- Recevoir et registrer des participants;

- Accompagner des intervenants;
- Créer, adapter y mettre des affiches;
- Communiquer sur les événements à travers des réseaux sociaux et des listesdes courriels ;
- Réaliser des ateliers;
- Assister à des conférences;
- Rédiger des compte rendus et des articles pour le site internet de PROYDE.

1. Journée de l'achat responsable

Date: 22/03/2012

Local: Mairie de Madrid

Organisation: Organisations du commerce équitable IDEAS, SETEM, PROYDE avec la participation de la Mairie de Madrid.

Objectif: Partager des expériences dans le domaine de la consommation collective responsable et encourager les organisations à faire le premier pas vers un système des achats responsables.

Résumé: La réunion a été organisée dans le cadre du projet Centres éducatifs pour le commerce équitable mené par des organisations comme IDEAS, SETEM et PROYDE. Les invités ont fait des discours sur leurs expériences en tant qu'écoles ou collèges. Les Universités de Jaén (Andalousie) et de Cantabrie ont présenté leurs plans de commerce équitable et ont donné plusieurs exemples d'actions concrètes: vendre le café et d'autres produits issus du commerce équitable dans des cafétérias universitaires, organiser des activités et des campagnes de sensibilisation, des semaines de solidarité. Un autre exemple marquant est celui de l'entreprise italienne Atromercato qui fournit des repas scolaires bio et équitables dans plus de 250 stations dans toute l'Italie.

2. Session de la formation interne sur l'impact social

Date: 26/03/2012

Local: Siège de PROYDE, Madrid

Organisation: Secretariat de PROYDE

Objectif: Donner de la formation aux employés, bénévoles et stagiaires de PROYDE sur l'impact social et politique des ONG.

Résumé: Selon PROYDE, l'impact social se compose de deux éléments: la revendication auprès le gouvernement et la mobilisation social. Objectifs:

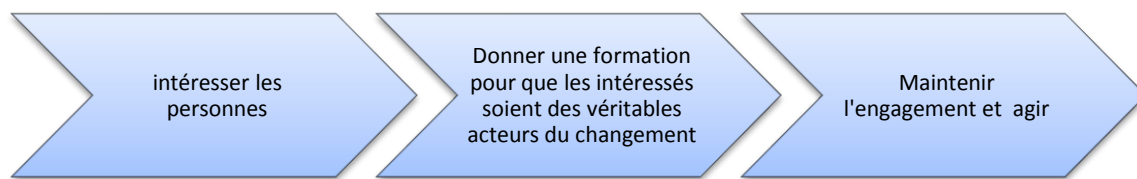


Image 2.8. La mobilisation sociale selon PROYDE. Source: élaboration propre à partir des concepts présentés lors de la session

Chez PROYDE le domaine de l'impact social fait partie de l'éducation pour le développement mais en automne de 2012 devrait commencer à travailler un département commun entre trois ONG espagnoles PROYDE, PROCLADE et SED. Fonctions:

- à long terme : observation et dénonciation des pratique non respectueuses ;
- à court terme : réalisation des projets concrets avec des municipalités, des écoles, etc. ;
- Études, réflexion, propositions et communication avec des représentants en Afrique pour que les propositions viennent directement de ceux qui connaissent bien la situation et des problèmes.

Après la formation a été proposé aux participants de remplir un formulaire individuel de réflexion: faire une liste des freins et des barrières au développement mis par les pays riches ; les prioriser selon l'importance de la participation de l'Espagne ; identifier les freins qui s'alignent mieux avec les objectifs et les priorités de PROYDE. Les réponses servent à définir les axes du futur département.

3. Assemblée du Coordinateur d'Etat du commerce équitable

Date: 24-25/03/2012

Local: Siège de PROYDE, Madrid

Organisation: Coordinateur d'Etat du commerce équitable (CECE) avec participation de PROYDE

Objectif: Trouver et prioriser des axes de travail des organisations membres. Prendre des décisions administratives.

Résumé: le travail de l'Assemblée était divisé en deux journées. La première journée était consacrée à la réflexion et à la discussion. Le Coordinateur (CECE) a un financement garanti jusqu'à 2014 mais souffre d'une dépendance absolue de l'AECID (Agence Espagnole de Coopération Internationale pour le Développement). La question qui se pose est s'il possible d'envisager d'autres sources de financement privé. L'opinion générale est qu'il serait préférable de l'éviter et de chercher d'autres propositions, telles que :

- Solliciter le financement européen qui est plus stable malgré la crise ;
- Réaliser des projets avec les donateurs ;
- Réduire des cotisations pour les petites organisations afin d'éviter la sortie de certaines entités ;
- Proposer aux donateurs de donner leur publicité sur la page web, etc.

En ce qui concerne l'orientation pour l'avenir, en période de crise, on cherche à consolider des groupes de travail et à concentrer les efforts dans les domaines et dans les régions où il existe déjà une forte présence des organisations membres. On mise sur les médias plus abordables: Internet, réseaux sociaux, autocollants, des panneaux d'affichage, etc.

Dans le cadre de la deuxième journée, les groupes de travail ont présenté le rapport de l'activité en 2011 et ont tracé des grandes lignes pour le travail d'ici à la fin de 2012. Suite à ces présentations, les délégués ont procédé au vote afin de prendre des décisions relatives à la composition et au fonctionnement de la CECE.

4. La Journée mondiale du commerce équitable

Date: 12/05/2012

Local: Centre culturel Conde Duque, Madrid

Organisation: les organisations du commerce équitable de Madrid

Objectif: Sensibiliser le plus large publique possible au commerce équitable

Résumé: Le 12 mai madrid a célébré la Journée mondiale du commerce équitable. Dans un local fourni par la Mairie de Madrid, les visiteurs ont pu participer à divers ateliers (pour les enfants ainsi que pour les adultes), assister à des concerts tout au long de la journée et faire un achat dans un magasin ou une cafétéria du commerce équitable. À midi on a célébré un acte symbolique de moudre le café accompagné par le slogan "Pour savourer un bon café, personne ne doit finir moulu" (esp. "Para disfrutar de un buen café, no hace falta que termine molido nadie").

5. Foire des importateurs

Date: 16/06/2012

Local: Centre intégré Arganzuela, Madrid

Organisation: Coordination d'Etat de commerce équitable

Objetif: Présenter des nouveautés du commerce équitable de la nouvelle saison

Résumé: tous les grands importateurs de l'Espagne ont participé dans cette foire annuelle: Alternative 3, COPADE, Equimerca, Espanica, Fundación Vicente Ferrer, IDEAS, Oxfam Taller de Solidaridad. Sur leurs stands respectifs, ils ont présenté de

nouvelles lignes, de nouveaux produits et des promotions à venir. Parmi les nouveautés les plus remarquables, on a vu le café biologique et équitable en dosettes et le lait de coco provenant du Sri Lanka, largement utilisé en Asie et aux Caraïbes en tant que base pour les plats et les sauces. Un autre nouveau produit est la marmelade de clementine produite à base des produits du commerce équitable et emballée par une coopérative de femmes à Cordoue (Andalousie). Par ailleurs, cette année Intermón Oxfam commence à commercialiser des produits de santé et d'herboristerie (propolis, comprimés digestifs et de thé vert), ainsi qu'une nouvelle ligne des crèmes (crème après-soleil, crème anticellulite, etc.) fabriquées uniquement à partir des ingrédients naturels.

Tout au long de la journée, les participants partageaient leurs expériences de travail avec des coopératives locales dans le Sud dans le cadre d'un programme des conférences. Tout d'abord, la coopérative COPADE a présenté sa nouvelle ligne Terre Équitable (esp. Tierra Justa), qui rassemble des critères du commerce équitable, de l'agriculture biologique et de l'économie sociale. Cet organisme développe également une ligne de papeterie Bois Équitable (esp. Madera Justa) basée sur l'utilisation de matériaux recyclés. Puis a intervenu une représentante de la coopérative française Ethiquable, Janine Leveque, pour partager leur expérience de la gestion d'une coopérative. Enfin, on a assisté à la présentation d'une nouvelle ligne de vêtements de commerce équitable. La nouvelle marque s'appelle Veraluna et a été développée par Intermón Oxfam en collaboration avec d'autres acteurs privés qui ont apporté généreusement leur connaissance, de la conception à la préparation des étiquettes et des photos.

6. Présentation de l'étude sur le Soudan du Sud

Date: 09/07/2012

Local: Université Comillas, Madrid

Organisation: Campagne Afrique de REDES (Réseau des entités pour le développement solidaire)

Objectif: Présenter l'étude «Soudan du Sud: passé, présent et avenir. Défis pour la coopération au développement » et échanger des expériences et opinions sur les principaux aspects de la coopération au développement de ce pays nouvellement créé.

Résumé: Les organisations espagnoles transmettent leur appui au nouveau pays et réaffirment leur engagement à faciliter le dialogue avec son voisin le Soudan de Nord, avec lequel se poursuit le conflit pour la division des zones frontalières riches en pétrole. L'Espagne continuera à appuyer la coopération avec le Soudan du Sud et à faciliter son entrée dans la communauté internationale. Selon un intervenant, un frère sud-soudanais Joseph Alak (membre de l'équipe de « Solidarity with Southern Soudan » et formateur d'enseignants dans la région de Yambio et de Agok), après une

année de l'indépendance, la situation du pays n'a pas beaucoup changé . Un cadre politique et juridique très important a été mis en place mais le Soudan du Sud a encore trois défis majeurs: la pauvreté, l'instabilité et la faiblesse institutionnelle du nouveau gouvernement.

7. Présentation de la publication "Perspectives globales pour une autre économie"

Date: 18/07/2012

Local: Siège de SETEM, Madrid

Organisation: SETEM, Fédération de 10 ONG de solidarité internationale, Madrid

Objectif: Présenter la publication "Perspectives globales pour une autre économie", écrite par Pablo Guerra, professeur à l'Université de la République (Montevideo, Uruguay), chercheur et promoteur de plusieurs initiatives de l'économie solidaire en Amérique Latine. Rencontrer des acteurs de l'économie solidaire en Espagne et dans les pays du Sud.

Résumé: De nombreuses expériences montrent comment l'économie mondiale peut être changée sur la base des valeurs comme la solidarité, l'équité, la justice, la coopération et le de l'environnement. Le livre présenté parle de quinze expériences réparties entre l'Afrique, l'Amérique latine et l'Espagne et entre les différents secteurs de l'économie: la production, la distribution, la consommation et de crédit. Les intervenants représentaient la banque éthique Fiare (Bilbao, Espagne), la coopérative du commerce équitable IDEAS (Cordoue, Espagne) et le centre de recyclage des sacs plastiques Le Gafreh (Bobo Dioulasso, Burkina Faso). On ne peut pas dire qu'une autre économie est possible mais elle existe déjà.

PARTIE III. RESULTATS DU STAGE

3.1. Commerce équitable en Espagne et l'impact de la crise

Dans pratiquement tous les pays européens se sont développées des initiatives de commerce équitable. Parmi les marchés les plus matures peuvent être cités le Royaume-Uni, l'Allemagne et les Pays-Bas. Le commerce équitable n'a pas autant d'ancienneté en Espagne, mais le marché a connu une croissance importante ces dernières années, que ce soit au niveau de notoriété, du nombre de magasins ou du chiffre d'affaires.

Les premières initiatives de commerce équitable ont surgi en Espagne en 1986 avec l'ouverture des premiers magasins dans le Pays Basque et en Andalousie². La reconnaissance au niveau national est venue en 1998 grâce à la loi sur la coopération internationale pour le développement (23/1998) qui mentionne pour la première fois le commerce équitable. En 2005, le Plan directeur pour la coopération espagnole reconnaît l'importance du commerce équitable comme un outil de développement. En 2007, la loi sur des contrats dans le secteur public cite le commerce équitable parmi les critères des achats publics³.

La composition du mouvement est caractérisée par un grand nombre d'importateurs qui ont souvent leurs propres points de vente et par contre un nombre limité (par rapport aux pays avec des traditions de l'achat responsable) de magasins indépendants. Les organisations du commerce équitable en Espagne s'organisent autour du Coordinateur d'Etat du commerce équitable qui regroupe 30 organisations membres.

La vente en hypermarchés et supermarchés a commencé plus tard que dans le reste de l'Europe et reste une question controversée. En ce qui concerne la certification, en 2005, a été établie l'Association du label Fair Trade (esp. Asociación del Sello de Productos de Comercio Justo) qui vise à promouvoir la commercialisation des produits certifiés, établir un réseau de distribution stable et rapprocher des produits équitables au points de grande affluence des consommateurs.

Il en résulte que le Coordinateur d'Etat du commerce équitable travaille sur un système de garanties par filière, tandis que l'Association du label s'inscrit dans la logique du commerce équitable labellisé. La polémique est due à la nécessité d'informer non seulement sur l'origine des produits mais aussi sur des conditions dans lesquelles ils sont vendus au consommateur final. D'un côté il est vrai que la logique

² Où va le commerce équitable en Espagne? (esp. ¿Hacia dónde va el comercio justo en España?). Actualités de Canalsolidario, 16/08/12 <http://www.canalsolidario.org/noticia/hacia-donde-va-el-comercio-justo-en-espana/8168>

³ Histoire du commerce équitable en Espagne. Page officielle du Coordinateur d'Etat du commerce équitable. <http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/historia/en-espana/>

d'un achat responsable sous-entend la compréhension de tout ce qui est derrière chaque produit mais de l'autre côté, les grandes surfaces représentent une grande source de croissance qui permettrait d'aider un grand nombre de petits producteurs.

En 2010, le chiffre d'affaires total du commerce équitable en Espagne était de 22,5 millions d'euros⁴. On observe une augmentation de 24,2 pour cent par rapport à 2009 et de 33,6 pour cent par rapport à 2008, selon une étude du Coordinateur d'Etat du commerce équitable, qui comprend les ventes de ses organisations affiliées et des produits certifiés par Fairtrade Labelling Organizations International (FLO).

Les données officielles du Coordinateur de 2011 n'ont pas encore été publiées, mais selon les statistiques publiées par FLO en juillet 2012, la croissance des ventes de produits avec le label FLO en Espagne était de 39%⁵. C'est un des taux de croissance les plus élevés dans le monde qui est principalement dû au fait que les produits équitables viennent de paraître dans les supermarchés et il y a encore un énorme potentiel inexploité.

Les dépenses par habitant sur les produits du commerce équitable dans les pays comme la Suisse, les Pays-Bas et la Grande-Bretagne sont environ 50 fois plus élevées qu'en Espagne⁶. Les raisons sont nombreuses: plus de 20 ans d'expérience, une forte présence dans tous les canaux de commercialisation, etc. En outre, la structure de consommation est différente et plus favorable aux principaux produits issus du commerce équitable au Nord de l'Europe. Par exemple, la consommation de café par habitant est le double de la moyenne espagnole et de thé - plus de 8 fois.

La plupart des produits importés procèdent de l'Amérique du Sud, de l'Amérique centrale, de l'Asie du Sud ou de l'Afrique. Actuellement on trouve en Espagne des produits importés de plus de 42 pays en développement. Les échanges commerciaux avec d'autres pays européens s'accroissent aussi, principalement grâce aux produits transformés (par exemple, des chocolats Mascao produits en Suisse à partir des ingrédients du commerce équitable).

Près de 70 pour cent des ventes totales sur le marché espagnol sont des produits alimentaires, notamment le café, le sucre et le cacao, suivis par l'artisanat provenant de 24 pays (neuf pays latino-américains, neuf asiatiques, cinq pays africains

⁴ *Commerce équitable en Espagne 2010: Crise, impact et alternatives (esp. El comercio justo en España 2010: Crisis, impactos y alternativas)*, CECE, juillet 2011.

⁵ *La Certification Fairtrade se voit renforcée sur les marchés plus mûrs et se décolle sur de nouveaux marchés (esp. La certificación Fairtrade se afianza en los mercados más maduros y despegue en los nuevos mercados)*. Actualités de Fairtrade Espagne, 17/07/2012
http://www.sellocomerciojusto.org/news/es_ES/2012/07/17/0001/la-certificacion-fairtrade-se-afianza-en-los-mercados-mas-maduros-y-despega-en-los-nuevos-mercados

⁶ *Commerce équitable en Espagne (esp. Comercio Justo. Situación en España)*. Page officielle de Equimercado. <http://equimercado.org/elcomerciojusto/situacionenespana.htm>

et du Moyen-Orient)⁷. Parmi les 35 pays qui fournissent les produits alimentaires au marché espagnol à travers des importateurs membres du Coordinateur, quinze sont latino-américains, neuf - asiatiques et huit - africains, indique le rapport.

Les ventes réalisées en trois régions (Catalogne, Madrid et Andalousie) représentent plus de 50% du chiffre d'affaires.

Un trait distinctif du commerce équitable en Espagne est une grande importance donnée à la vente par le biais des groupes de bénévoles, des paroisses et des marchés.

Commerce équitable et la crise

La vente de produits du commerce équitable en Espagne a ressenti la crise économique et financière qui frappe les pays de l'Union européenne, bien que l'impact de la crise soit différent en fonction du canal de distribution ou du produit. Selon le département des études du Coordinateur d'État du commerce équitable, les échanges avec l'Amérique latine et les ventes dans les supermarchés ont été affectés moins que les autres. Depuis 2008, les produits certifiés par FLO se trouvent sur des rayons des supermarchés et leur chiffre d'affaire est en hausse constante, au détriment des magasins spécialisés et d'autres petits commerces qui ont pleinement ressenti les effets de la crise.

« On a remarqué une chute des ventes de l'artisanat et des articles de décoration »⁸, a dit à la revue *Tierramérica* la coordinatrice de marketing de la coopérative espagnole IDEAS, Mercedes Garcia. Alors que les ventes des produits alimentaires en 2010 n'ont guère souffert à cause de la crise et ont même augmenté de 0,4%, la baisse du chiffre d'affaire correspondant à l'artisanat était de 44,5%, selon l'étude du Coordinateur.

La crise a changé les habitudes de consommation des gens qui préfèrent acheter moins dans les petits commerces et plus dans des grandes surfaces qui sont en mesure de faire des réductions et proposer des articles moins chers pendant cette période difficile.

D'autre part, la crise économique, ainsi que les récents mouvements sociaux (par exemple, le 15M et les « indignés ») contribuent à la promotion de la consommation responsable, attirent l'attention sur les injustices sociales, incitent à dépenser moins dans les restaurants et à miser sur un régime alimentaire plus sain. En

⁷ *Commerce équitable en Espagne 2010: Crise, impact et alternatives (esp. El comercio justo en España 2010: Crisis, impactos y alternativas)*, CECE, juillet 2011.

⁸ «La récession espagnole respecte l'économie solidaire» (esp. *Recesión española respeta economía solidaria*), Article de Inés Benítez sur la plateforme de communication pour le développement humain durable et l'environnement *TIERRAMERICA.*, 02/06/2012.
<http://ipsnoticias.net/print.asp?idnews=100890>

Espagne, apparaissent nombreux groupes de consommateurs basés sur le commerce équitable qui cherchent à animer la conscience critique du consommateur.

Maintenant, le défi est de savoir si, une fois passée la crise, les petits magasins seront de nouveau le moteur de croissance de ce marché ou si la distribution par des grandes surfaces continuera à gagner le terrain.

3.2. Étude du commerce équitable chez PROYDE

La mission principale de mon stage était de rédiger une étude analytique sur l'activité du département du commerce équitable au cours des derniers cinq ans. Je devais réunir des statistiques, préparer des tableaux et des graphiques à partir des données comptables et identifier des tendances et des difficultés à lasquelles doit faire face PROYDE. Après avoir effectué des recherches, j'ai proposé un plan de l'étude qui a été approuvé par la Responsable du département de CE et par le Directeur de l'ONG. Le plan établi est le suivant:

- Historique du commerce équitable chez PROYDE et les évènements les plus marquants;
- Situation de Commerce Équitable en Espagne ;
- Résumé des ventes et des achats;
- Résultats nets;
- Répartition des ventes et le changement au cours des dernières années ;
- Chiffres agrégés de ventes par type de client et par région ;
- Recommandations personnelles.

Je présenterai dans cette partie du rapport les résultats obtenus qui n'ont pas été utilisés dans les chapitres précédents.

Evolution du commerce équitable chez PROYDE

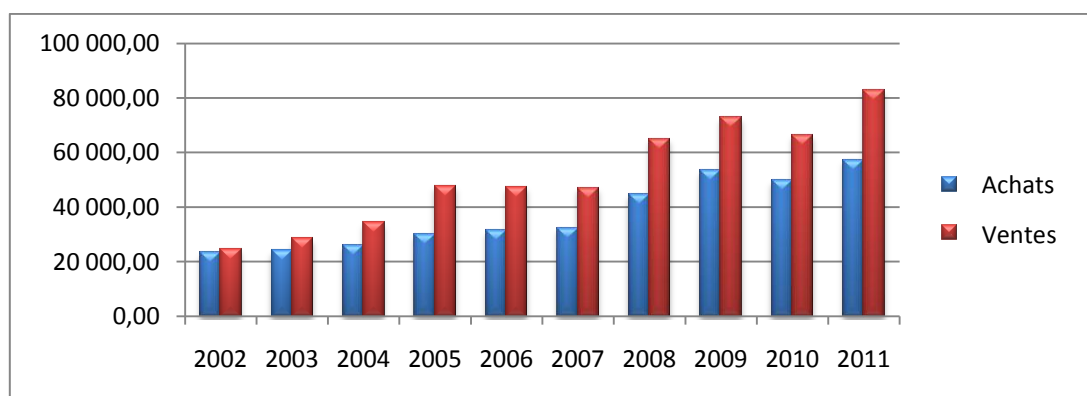


Figure 3.1. Évolution des ventes et achats annuels, 2002-2011⁹, en Euro (sans TVA)

⁹ Source de tous les graphiques utilisés dans cette étude : élaboration propre à partir des données comptables extraites du logiciel FactuSol et des archives comptables.

L'activité du commerce équitable a vu une augmentation importante sur toute la période entre 2002 et 2011. Les achats ont augmenté considérablement, ainsi que les ventes (graphique 3.1). Par les achats on entend des commandes passées par PROYDE à ses fournisseurs et par les ventes - à la somme des commandes facturées à tous les types de clients.

En 2011, le montant cumulé des ventes était de € 516 700 et celui des achats - de € 372 500. Le meilleur résultat a été observé en 2011 avec le chiffre d'affaires de € 82 900.

Depuis 2002, la différence entre les ventes et les achats reste positive et le chiffre d'affaires a multiplié par trois. Toutefois, la croissance n'a pas été uniforme au cours de cette période. Sur le graphique 3.2. on peut voir le taux de croissance par année.

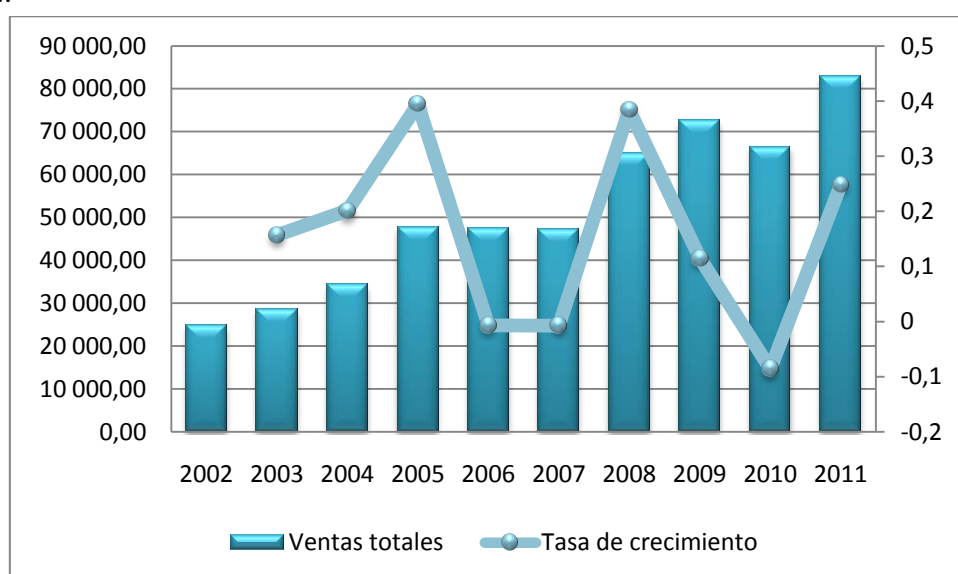


Figure 3.2. Ventas anuales (en Euro, sans TVA) et le taux de croissance (en pourcentage), 2002-2011

Le taux de croissance moyen du commerce équitable chez PROYDE est 15,56% par an. Bien que ce chiffre marque une tendance positive, il est important de considérer une variation significative due à divers facteurs internes et externes. Ces dernières années, nous constatons une tendance légèrement négative en 2006 et 2007, suivie d'une augmentation significative de deux ans, et une baisse de 8,5% en 2010. Par contre, en 2011, malgré une conjoncture économique instable, l'activité a repris son bon taux de croissance pour atteindre le plus haut chiffre d'affaires depuis le début du commerce équitable chez PROYDE.

Pour avoir une idée des raisons de cette variation, rappelons brièvement l'histoire du commerce équitable chez PROYDE.

PROYDE a commencé à contribuer au développement du commerce équitable en Espagne en 1999, dans le cadre de la politique d'éducation au développement de

l'ONG. Dans les années 2002-2005, PROYDE a fait un grand effort pour introduire le commerce équitable dans les habitudes des consommateurs. Cela a été récompensé par le succès des premières années et une hausse constante des ventes (40% de croissance entre 2004 et 2005). Alors il y avait une chef de service et un support important de la part des Collèges de La Salle qui s'engageaient avec le commerce équitable.

En ce qui concerne la stagnation des années 2006 et 2007, elle est due à la démission de la responsable du commerce équitable et aux difficultés dans la gestion de stock. Le problème a été résolu par l'embauche d'une autre personne en charge de l'activité (Charlotte Marion) qui dirige depuis lors le groupe de travail fixe dans le siège de PROYDE. En outre, on observe une croissance faible de l'activité entre 2008 et 2009 qui pourrait être expliqué par l'éclatement de la crise économique.

La crise économique internationale qui a éclaté en 2008, n'est pas passée inaperçue pour le commerce équitable en Espagne. Les ventes des produits équitables dans le pays ont baissé de 2,5% malgré le fait que le plafond structurel n'avait pas été atteint. Quant au volume des ventes en Espagne, la tendance négative a été dépassée en 2009 et la tendance positive se poursuit encore aujourd'hui, bien que les professionnels du commerce équitable signalent un danger de la baisse générale des petits commerces et de la baisse générale du pouvoir d'achat.

Contrairement aux chiffres agrégés en Espagne, l'évolution des ventes PROYDE semblait endurer les premières années de la crise, mais en 2010, pour la première fois on a observé une baisse des ventes et des achats annuels. Cela peut être expliqué, en plus du contexte de plus en plus complexe, par un effort important que l'équipe a dû faire lors des travaux dans les locaux de PROYDE afin de préparer l'ouverture du nouveau magasin. Son ouverture, bien sûr, a eu un impact positif à la fois sur la sensibilisation des clients et sur le volume des ventes. Après l'ouverture du magasin en mars 2011, les ventes annuelles directes ont presque doublé, comme on verra ci-dessous, dans une étude plus détaillée du chiffre d'affaires.

Le tableau "Achats et ventes annuelles" (annexe 2) permet de voir l'augmentation des bénéfices depuis les premières années qui ont atteint 25.525.90€ en 2011. Or il est important d'en déduire des coûts liés au fonctionnement du département pour analyser des résultats nets de l'activité. Parmi les coûts les plus importants on peut citer les salaires, les coûts de transport, des matériaux et des cotisations. À travers des données comptables, on obtient des résultats suivants :

2007	2008	2009	2010	2011
-4362.26	-3151.44	-3207.04	-16453.54	-7893.81

Tableau 3.1. Resultats nets du commerce équitable chez PROYDE, 2008-2011, en Euro.

Même si la différence entre les ventes et les achats annuels est stable et positive (même avec une tendance à la hausse dans de nombreux cas), l'activité dans son ensemble reste déficitaire. Cela est dû, premièrement, aux frais PROYDE se voit obligée à payer pour maintenir l'engagement avec le commerce équitable de son réseau de clients, surtout, le coût du transport. L'organisation considère qu'il est très important d'assumer ces frais pour que les clients soient en mesure de faire des commandes régulières.

Afin de minimiser ces coûts, on propose de regrouper les commandes provenant de la même zone géographique et on encourage les groupes de travail à faire des commandes plus importantes en tenant compte que les produits non alimentaires peuvent être remboursés dans des délais établis. Une autre initiative qui a eu lieu en 2009 est la différenciation entre les deux transporteurs (pour les commandes inférieures ou supérieures à 5 kg), ce qui permet d'économiser aussi sur les transports.

En outre, même si le contexte est de plus en plus complexe, la nécessité d'informer sur des façons de consommation alternatifs ne cesse pas d'augmenter. Donc PROYDE se voit obligé d'investir régulièrement dans des campagnes de sensibilisation et dans la formation de sensibilisation, ce qui alourdit considérablement le bilan, ainsi que le contrat de travail qui a été signé en 2007.

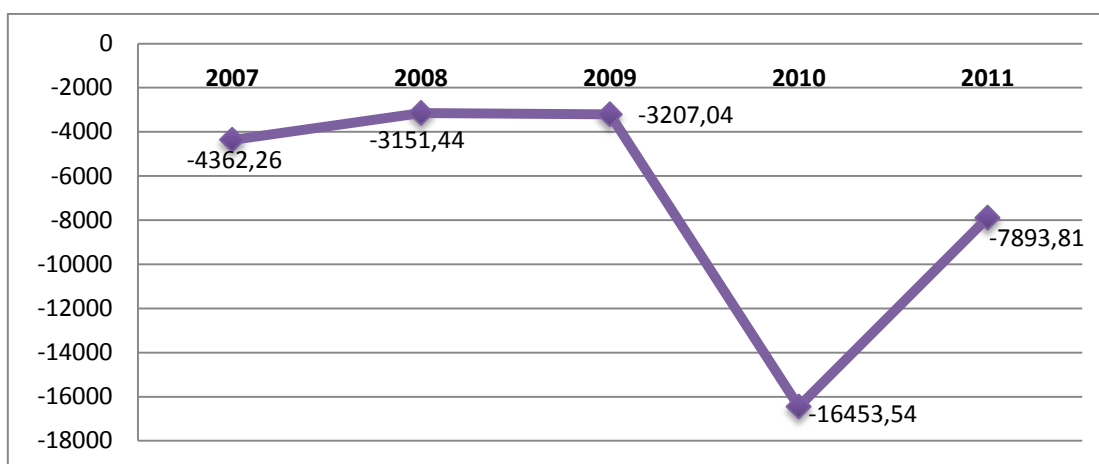


Figure 3.3. Resultats nets de commerce équitable chez PROYDE, 2007-2011, en Euro.

On peut voir sur la figure 3 que dans les années du meilleur chiffre d'affaires le département s'est approché à l'équilibre net tandis que, avec la baisse des ventes en 2010, il ya eu une baisse du résultat avec des coûts deux fois supérieurs aux bénéfices. Cet indicateur s'est amélioré de façon significative en 2011 mais la tendance reste préoccupant compte tenu de la nécessité de couvrir le déficit avec d'autres ressources de PROYDE.

Répartition des produits par catégorie

Maintenant nous allons voir quel genre de produits correspondent aux montants indiqués ci-dessus, dans l'analyse du volume total des ventes.

On distingue deux catégories principales de produits: produits alimentaires et de l'artisanat (non-alimentaires).

Une analyse montre que les aliments prennent peu à peu du poids dans la structure des ventes. Au début du CE chez PROYDE, les ventes des produits non alimentaires ont été meilleures que celles des aliments (par exemple, en 2001: € 14.000 pour l'artisanat contre € 8.000). Mais après 2005 et tout au long de la période étudiée, la répartition est assez stable : autour de 65% et 35% pour les produits alimentaires et de l'artisanat, respectivement. La croissance des ventes des produits alimentaires est due, en particulier, à la fidélisation des consommateurs du quartier qui viennent faire leur achat des produits de chaque jour (café, thé, riz, etc).

En général, la tendance à l'augmentation du poids des produits alimentaires est marquée en toute l'Espagne, selon les chiffres du Coordinateur d'Etat du commerce équitable. Au cours des dix dernières années, leur part est passée de 37,3% à 56,9% au détriment de l'artisanat. Dans le cas de PROYDE, ce changement n'a pas été aussi fort grâce à l'ouverture du magasin qui permet de présenter les produits non alimentaires d'une manière plus attirante.

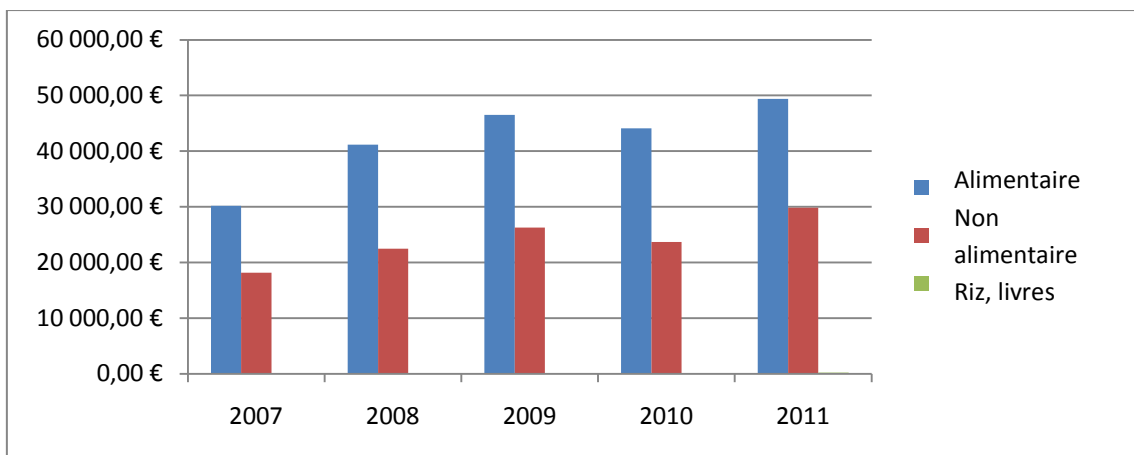


Figure 3.4. Ventes totales (en Euro) par catégorie des produits : alimentaires en bleu et artisanat en rouge

En ce qui concerne les produits alimentaires, les meilleures ventes en 2011 étaient le chocolat (tablettes de chocolat, beurre de cacao, etc.) qui représente plus d'un tiers des ventes totales d'aliments, mais aussi le café et des biscuits. Ensuite suivent d'autres produits tels que le sucre de canne, thés et infusions et les autres catégories ne dépassent pas 5% du chiffre d'affaires, bien que l'on observe une tendance croissante vers la diversification des denrées.

Chocolat	20.086,45	39,33%
Café	10.285,91	20,14%
Thé	3.166,60	6,20%
Confitures	2.047,06	4,01%
Sucre et bonbons	4.695,94	9,19%
Biscuits	7.342,70	14,38%
Boissons et jus	937,45	1,84%
Boissons alcoolisées	1.617,82	3,17%
Condiments et autres	893,94	1,75%
TOTAL	51.073,87	

Tableau 3.2. Ventes des produits alimentaires en 2011, en Euro.

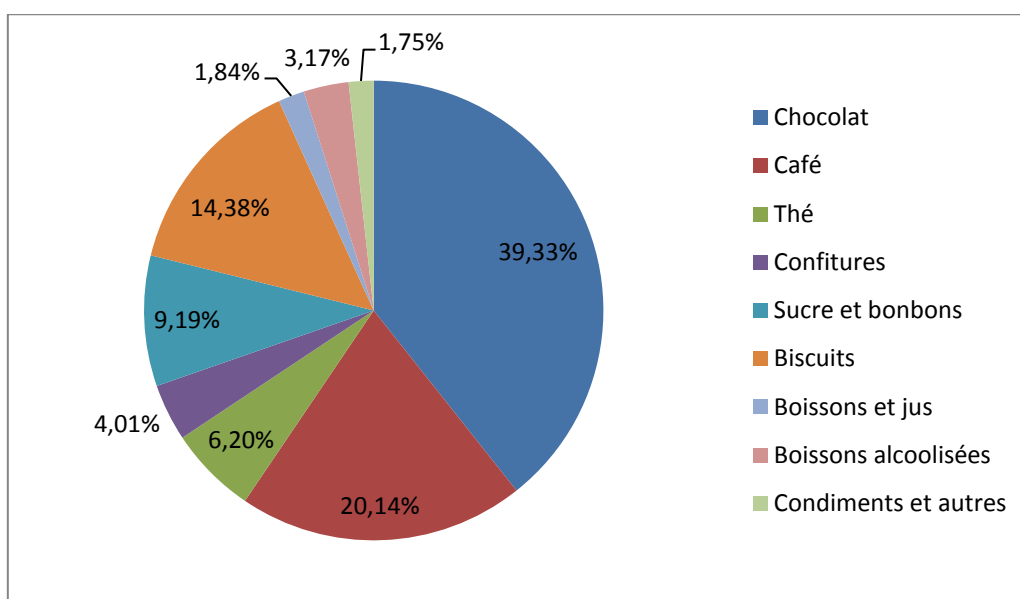


Figure 3.5. Vente des aliments, 2011.

Quant à l'artisanat, il y a trois groupes de produits les plus importants: bijoux (boucles d'oreilles, colliers, bracelets, etc.), Accessoires (foulards, sacs, sacs à main, etc.) et bien-être (savons, encens, produits de soin personnel). Chaque groupe représente plus de 20% du chiffre d'affaires. On bénéficie également de bonnes ventes de produits de la catégorie Ménage et Décoration, avec 17,14% du chiffre d'affaires.

Ménage et Décoration	4.784,08	17,14%
Bijoux	6.763,70	24,23%
Accessoires	6.220,10	22,28%
Papeterie	2.724,73	9,76%
Textile	52,55	0,19%
Jeux et Jouets	1.300,51	4,66%
Instruments musicaux	318,22	1,14%
Bien-être	5.748,10	20,59%
TOTAL	27.911,99	

Tableau 3.3. Ventes de l'artisanat en 2011, en Euro.

Il est important de noter que la répartition des ventes non alimentaires chez PROYDE est très différente de la moyenne espagnole. On travaille plus avec des bijoux qui ont un très bon accueil de la clientèle du magasin, composée essentiellement des femmes. Cependant, à part d'un nombre réduit des tee-shirts, on n'a aucune possibilité de développer une large gamme de textile: dans le cas de PROYDE, cette catégorie ne représente que 0,19% du total des ventes contre 18% chez des importateurs du commerce équitable en Espagne.

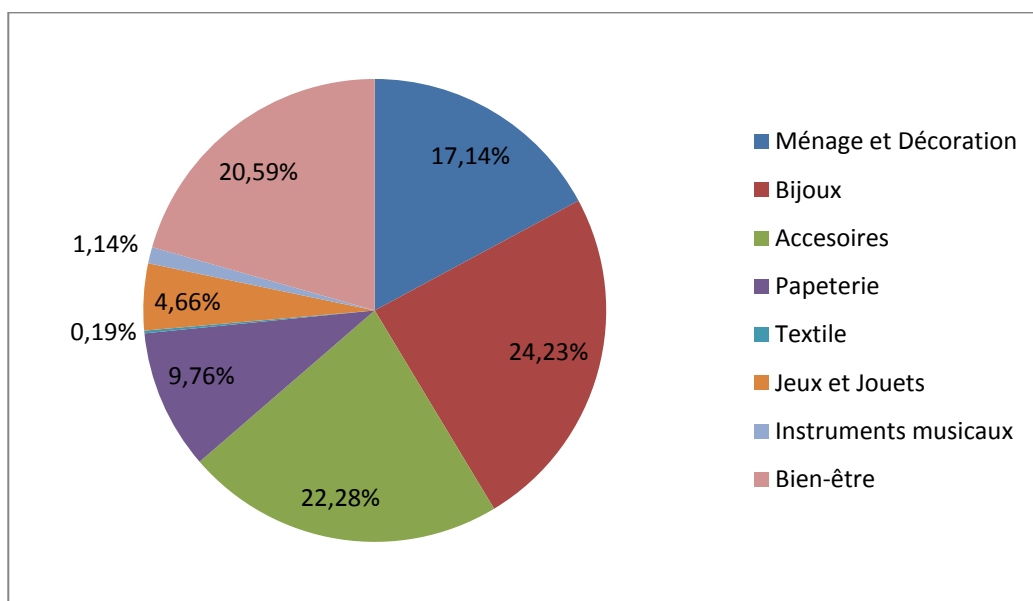


Figure 3.6. Ventes des produits non-alimentaires, 2011.

Pour soutenir les ventes de l'artisanat PROYDE concentre ses efforts, en premier lieu, sur une gamme de produits élargie et, en second lieu, sur la présentation directes et l'amélioration des catalogues.

Les ventes et les clients

PROYDE vend des produits du commerce équitable principalement par le biais de:

- la vente directe depuis le siège à Madrid;
- les marchés qui sont organisés par le siège ou sont prêtés à d'autres entités, comme les paroisses, qui font la vente lors de leurs événements;
- les commandes qui sont faites directement à la section du commerce équitable et envoyées au client.

Pour faciliter l'analyse, nous avons identifié trois grandes catégories des clients:

- Réseau PROYDE - La Salle;
- Vente directe;
- Ventes diverses.

Dedans la catégorie Réseau PROYDE - La Salle on différencie des points de vente fixes et des institutions qui font des achats occasionnels. Par un point de vente on entend une entité qui a un point de vente ouvert au public au moins une fois par semaine dans des horaires fixes. D'autres institutions apparaissent dans la catégorie «Ventes occasionnelles» parce que souvent il leur manque la continuité des commandes. D'autres institutions appartenant à La Salle (associations d'anciens élèves, maisons provinciales, etc.) sont prises en compte dans la catégorie Collectivités.

À part des organismes de La Salle, on a inclut dans les Ventes diverses la vente aux entreprises et aux particuliers et des marchés prêtés.

Enfin, deux types de vente font partie de la catégorie Vente directes aux consommateurs finaux: dans le magasin de commerce équitable à Madrid et lors des marchés organisés par le siège en collaboration avec plusieurs organismes partenaires locaux.

Le tableau dans l'annexe 3 nous permet de voir le chiffre d'affaires et le nombre des commandes par client et par an pour observer l'évolution du commerce équitable chez PROYDE au cours des cinq dernières années, c'est-à-dire, sur la période 2007-2011. Le plus important est que l'on peut voir la tendance positive dans toutes les catégories de clients, mais avec un taux de croissance différent. Grâce au nombre de points de vente à la hausse, les ventes ont augmenté de 130% au cours des cinq dernières années. Un bon taux de croissance est également observé dans le cas des entreprises, les marchés et de la vente directe: 64%, 60% et 52% respectivement. Le

résultat final de la vente occasionnelle, ainsi que dans le cas des collectivités et de la vente sur les marchés, on note une variation importante entre les années mais dans l'ensemble le volume des ventes se maintient au niveau stable.

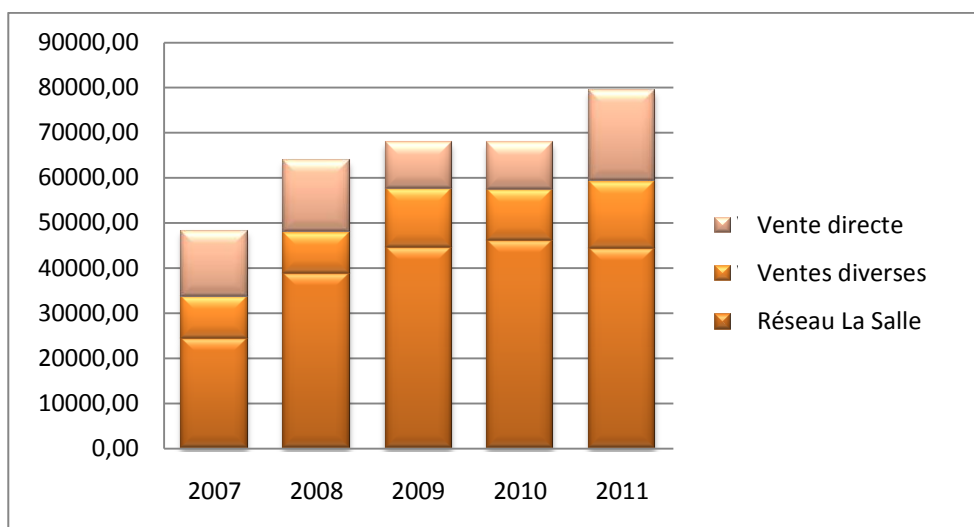


Figure 3.7. Ventes totales par catégorie, 2007-2011, en Euro

En analysant trois grandes catégories de clients mentionnées ci-dessus, on voit que la partie la plus importante des ventes annuelles correspond aux commandes du réseau PROYDE-La Salle. Malgré une forte croissance dans d'autres types de ventes pendant ces dernières années, le réseau continue à prendre du poids dans la répartition des ventes: 56% du chiffre d'affaires en 2011 contre 50,6% en 2007. On peut aussi décomposer les grandes catégories en plusieurs sous-catégories pour identifier les clients avec le plus fort potentiel.

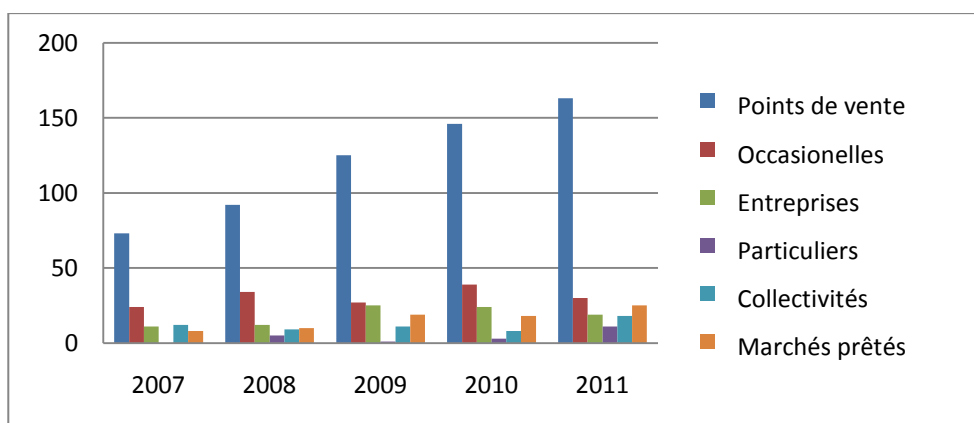


Figure 3.8. Nombre de commandes par an, 2007-2011.

En ce qui concerne l'évolution du nombre total de commandes, on note la prédominance des points de vente fixes leur constante croissance (163 commandes en 2011). Ensuite vient la vente occasionnelle qui varie légèrement lors de la période étudiée (de 25 à 39 commandes par an). Nous avons également observé une tendance à la hausse dans le cas des clients individuels, des collectivités et des marchés prêtés,

ce qui peut être considéré comme une opportunité pour transformer le nombre de commandes en volume des ventes.

Le commerce équitable est actuellement présent dans six délégations territoriales de PROYDE, mais en Catalogne, pour le moment, il n’y a pas de points de vente fixes et les seules ventes effectuées dans cette communauté sont occasionnelles. Les graphiques suivants montrent une certaine différenciation entre les délégations.

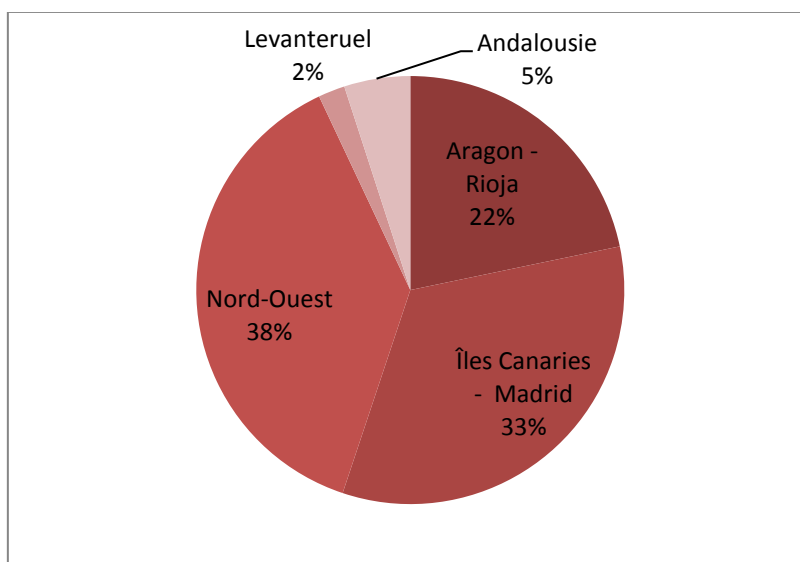


Figure 3.9. Chiffre d'affaire par région, 2011

En ce qui concerne les points de vente fixes, on observe sur le graphique 3.9. que seules deux délégations territoriales représentent près de 72% du chiffre d'affaires total: Madrid-Îles Canaries et Nord-Ouest avec 7 et 11 points de vente respectivement. Ce n'est pas seulement la conséquence d'un grand nombre de collègues sensibilisés dans ces secteurs, mais aussi d'un grand travail des équipes qui développe le commerce équitable sur place.

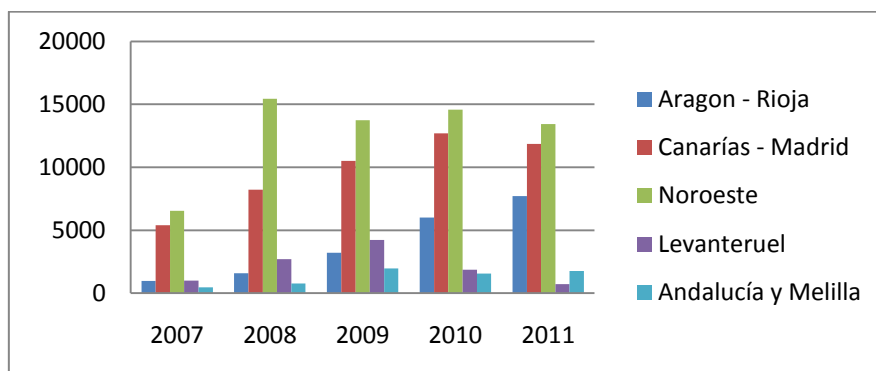


Figure 3.10. Ventas totales 2007-2011 par délégation territoriale, en Euro.

Une analyse temporelle montre que le taux de croissance n'est pas égal dans toutes les délégations. Deux régions les plus avancées montrent un certain niveau de stabilité au cours des cinq dernières années, tandis que les ventes dans Levanteruel (Valence), par exemple, ont commencé à décliner en 2010 et, en 2011, étaient inférieures au niveau d'il y a cinq ans. Dans le cas de l'Aragon et La Rioja, on peut noter une bonne croissance annuelle et la région qui dispose maintenant de trois points de vente à Saragosse, prend du poids dans la distribution de PROYDE. L'Andalousie est la délégation qui a le plus de potentiel, mais les collègues un fort ont besoin de soutien et des idées pour faire avancer le commerce équitable.

Quant aux autres types de clients (entreprises, particuliers, paroisses, etc.), la plupart se trouvent dans la région de Madrid mais ce n'est pas le cas des entreprises. Par exemple, un nombre plus grand de clients ne conduit pas nécessairement à de meilleurs résultats au niveau du chiffre d'affaires annuel: la délégation du Nord-Ouest, avec une seule entreprise qui a signé un accord de RSE (BATRA), dépasse la capitale en matière de volume de commandes.

Comme on peut voir sur le graphique 3.11, entre 2007 et 2010, la vente directe des produits du commerce équitable chez PROYDE restait à peu près au même niveau (entre 8.000 € et 10.000 € par an). Ensuite, à partir de 2011, l'activité a vu une forte croissance, principalement due à l'ouverture de la boutique de commerce équitable. En fait, les ventes directes ont presque doublé après l'ouverture du magasin.

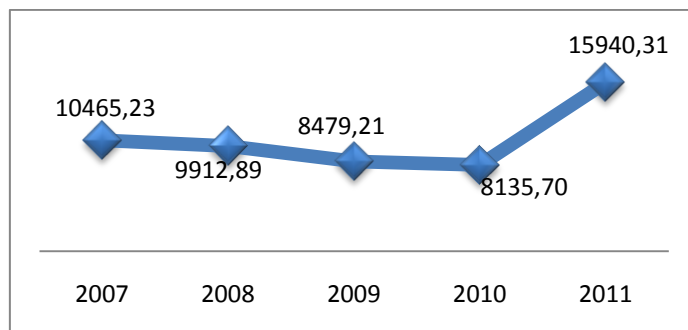


Figure 3.11. Vente directe, 2007-2011, en Euro.

3.3. Recommandations pour l'amélioration de l'activité

Les tendances identifiées avec l'analyse présentée ci-dessus nous ont servi à élaborer un plan des ventes pour 2012 et pour l'année scolaire 2012/13 en ce qui concerne des collègues. Ma tâche était de formuler des recommandations pour augmenter le volume des ventes que j'ai présentées dans l'étude sous forme de texte et d'un fichier de suivi sous format Excel. Les recommandations sont regroupées en quatre catégories, chacune d'elle représentant un axe de travail spécifique.

On a vu dans les chapitres précédents les résultats du commerce équitable chez PROYDE au cours des cinq dernières années. Selon les chiffres présentés, ce secteur est en plein développement et on observe un grand potentiel. Pour exploiter ce potentiel et pour mieux résister à la crise économique, PROYDE peut développer ses activités autour des axes suivants: le travail avec le réseau sensibilisé, orientation vers de nouveaux marchés, les activités marketing et l'amélioration de l'organisation interne.

Cependant, la possibilité de développer plusieurs initiatives simultanément est limitée par une charge de travail élevée de la responsable et un grand nombre de tâches quotidiennes assignées aux bénévoles. Par conséquent, il semble raisonnable de prioriser les recommandations en concentrant les efforts de toute l'équipe sur un ou deux objectifs de chaque groupe.

Comme la plus grande partie des ventes provient du réseau La Salle, il est important de continuer à promouvoir la consommation de produits du commerce équitable dans les écoles et à l'accompagnement des équipes de travail. On estime que les autres lignes de croissance avec le plus grand potentiel sont la vente directe dans le magasin à Madrid et la vente des cadeaux pour des occasions spéciales entreprises.

Les recommandations pour améliorer les résultats du département de commerce équitable sont les suivantes.

➤ **Travail avec le réseau**

- Les points de vente sont l'un des piliers du commerce équitable chez PROYDE et leur activité quotidienne a un impact de sensibilisation que l'on cherche à atteindre. Par conséquent, la communication et les synergies devraient occuper une place centrale dans la stratégie de développement du réseau. Ce travail est apprécié en particulier dans le cas d'absence ou congédiement de la personne responsable du CE, ce qui a parfois des conséquences graves sur la continuité des commandes. La proposition serait donc de créer une plate-forme ou un forum virtuel pour l'échange d'idées et d'expériences entre les responsables en toute l'Espagne;
- Afin de garantir la continuité des commandes et du travail de sensibilisation on peut mettre en place un système de suivi des équipes. Outre le diagnostic comptable il est important d'identifier les problèmes et les opportunités qui affectent le volume des ventes dans le cas concret de chaque client. Ainsi, à la fin de l'année scolaire on peut envoyer des questionnaires aux responsables du CE pour recueillir des opinions et des idées d'amélioration;
- Intégrer le travail effectué dans la même ville ou la même région pour arriver à avoir un réseau d'entrepôts dans plusieurs délégations de PROYDE, ce qui permettrait d'améliorer la logistique et réduire les coûts de transport;

- Développer le matériel éducatif pour promouvoir le commerce équitable dans des collèges (exemples d'activités, d'ateliers, etc.)

➤ **Recherche de nouveaux marchés**

- À travers de diverses associations, identifier des entreprises qui pourraient être intéressées à inclure des produits issus du commerce équitable à leurs achats quotidiens ou occasionnels. Envoyer la proposition (toujours à l'avance, par exemple, en septembre pour Noël) précisant les conditions de vente, les éventuelles remises, etc. Organiser un suivi des entreprises contactées, relancer par e-mail ou par téléphone ;
- Diffuser une proposition avec un ou plusieurs produits alimentaires du CE dans des cafétérias et des restaurants qui sont géographiquement proches aux entrepôts de PROYDE ou dans ceux qui peuvent s'intéresser à force de leur vision et leur stratégie (restaurants bio et végétariens, cuisine latino-américaine, etc.). Comme le niveau des prix des produits équitables est généralement plus élevé que celui du commerce traditionnel, il est important que la proposition soit accompagnée par des matériels qui aideraient à valoriser l'engagement en faveur du commerce équitable;
- Contacter les donateurs de PROYDE à travers une newsletter afin de donner des propositions leur permettant d'enrichir leur impact avec l'achat les produits équitables;
- Contacter des institutions voisines (écoles, paroisses, etc.) pour organiser des séances de formation sur le commerce équitable;
- Développer une stratégie des ventes pour des occasions spéciales: mariages, baptêmes, communions, etc. Augmenter la présence sur les pages web thématiques. Renouveler la section sur cette option sur le site internet de PROYDE;
- Participer à l'élaboration des répertoires des magasins de commerce équitable et assurer l'intégration dans les guides locaux.

➤ **Actions marketing**

- Dans les temps difficiles que nous devons affronter, les campagnes de marketing deviennent un élément-clé pour la croissance du commerce équitable, tant au siège que chez les clients-intermédiaires. Par conséquent, il convient de préparer un plan marketing annuel avant le début de l'année scolaire. Ce plan doit définir des actions, des thèmes des vitrines, des promotions et des remises pour chaque mois de l'année en alternant des produits d'alimentation et de l'artisanat;
- Communiquer sur le Plan préparé aux délégations pour faciliter l'écoulement des marchandises ;

- Créer et maintenir actualisée une liste de courriels des clients du magasin. Envoyer des nouvelles et des offres mensuelles et proposer aux nouveaux clients de s'inscrire au newsletter à travers un formulaire mis à leur disposition à la caisse;
- Mettre en place des promotions mensuelles (un pourcentage de remise, «trois pour deux», un cadeau, etc) sur les articles avec la date d'expiration la plus proche, avec un stock important;
- Créer un mini-espace des cadeaux avec quelques exemples de valeur variée. Comme de nombreux clients viennent au magasin pour trouver un cadeau, on pourrait attirer leur attention aux colis préparés et à la possibilité de créer leur propre paquet;
- Afin de mettre en équilibre les ventes tout le long de l'année, il est important de préparer l'offre bien avant la saison la plus chargée qui est la période de Noël. Envisager la possibilité d'encourager les ventes anticipées avec un système de remises ou des bonus;
- Exploiter le potentiel important des réseaux sociaux: créer un profil spécifique de Proyde-Commerce équitable sur Facebook, Twitter, Foursquare, LinkedIn, etc. Mettre à jour régulièrement et publier des actualités du magasin;
- Introduire une carte de fidélité pour les consommateurs dans le magasin et les récompenser avec un cadeau pour un nombre important d'achats cumulés;
- Envisager un système de vente par Internet (une boutique en ligne). A la condition d'une bonne gestion des dépenses et de la disponibilité des produits, cette nouvelle forme de marketing peut augmenter considérablement le chiffre d'affaires de PROYDE.

➤ **Amélioration de l'organisation interne dans le siège**

- Améliorer l'information sur le commerce équitable dans le magasin pour sensibiliser les clients à la situation socio-politique des pays moins avancés, présenter la structure des coopératives avec lesquelles on travaille. Il est important d'attirer l'attention sur la répartition du prix final entre les producteurs directs et les intermédiaires;
- Élargir les heures commerciales et laisser le magasin ouvert au moins jusqu'à 19h. Étudier la possibilité d'ouvrir le magasin samedi matin et prévoir une autre façon de faire l'achat pour le grand public qui ne peut pas aller au magasin durant les horaires d'ouverture (recevoir des commandes par courrier électronique et fixer une date d'enlèvement des produits);
- Améliorer la répartition des tâches entre les bénévoles ou d'équilibrer leur présence durant la semaine. Définir une personne responsable pour les tâches qui nécessitent un contrôle continu (dates de péremption, affiches dans les vitrines, étiquettes de prix, étiquettes de traduction, etc.)

CONCLUSIONS

Ce stage au sein de PROYDE m'a fait découvrir le monde des ONG et la réalité du commerce équitable en Europe. L'esprit de coopération y est très présent et le lien entre le domaine commercial et la solidarité apparaissait dans chaque tâche qui m'a été déléguée.

Cette période de quatre mois m'a permis de développer une vision plus large de la distribution des produits équitables et de participer dans l'optimisation des pratiques du travail quotidien et dans la définition de la stratégie commerciale. J'ai pris conscience de l'importance de la volonté et l'implication de toute la société pour changer le monde.

Parmi les points positifs, je dois citer une bonne intégration à l'équipe permanente de PROYDE et une ambiance très ouverte et respectueuse. Je tiens à souligner des qualités professionnelles et personnelles de ma responsable de stage, Charlotte Marion, qui a dédié beaucoup de temps à ma formation et qui m'a délégué des tâches variées de haut niveau de responsabilité.

Je n'ai pas rencontré de majeures difficultés durant ces mois. Néanmoins, le contexte de la crise était très présent dans toutes les décisions prises en cette époque difficile, et notamment, le manque du financement à investir dans la sensibilisation du grand public qui devrait être moteur du développement du commerce équitable. D'autre part, cette crise économique contribue à la promotion de la consommation responsable en attirant l'attention aux injustices dans le monde d'aujourd'hui et en animant des mouvements sociaux.

BIBLIOGRAPHIE

1. Rapport annuel de PROYDE 2011. Madrid, 2012;
2. Plan stratégique de PROYDE, 2008-2014 ;
3. Plan d'action de PROYDE 2012 ;
4. Commerce équitable en Espagne 2010. Crise, impact, alternatives (esp. "El comercio justo en España 2010"). Icaria editorial, Madrid, 2011;
5. Perspectives globales pour une autre économie (esp. « Miradas globales para otra economía »), SETEM, Barcelone, 2012.

ANNEXES

Asociación PROYDE (Promoción y Desarrollo)

Marqués de Mondéjar, 32 -28028 MADRID

(0034) 91 356 06 07 - www.proyde.org

À Madrid, le 5 Juillet 2012

Ksenia Goncharova a effectué son stage de fin d'études dans le département de Commerce Équitable de l'Association PROYDE entre le 12 Mars et le 12 Juillet 2012. Durant la période de son stage elle a fait preuve de nombreuses qualités professionnelles ainsi que personnelles.

J'ai pu déléguer à Ksenia tout type de tâches avec la tranquillité qu'elle les réaliserait sans aucun problème, tout en respectant les délais et en prenant l'initiative d'y ajouter sa touche de créativité. Elle a contribué au développement de notre réseau de clients et des démarches marketing du département ; elle a collaboré également à l'élaboration de la campagne de Noël et d'un rapport analytique sur l'activité du département au cours des dernières années. En réalisant cette mission, Ksenia a été en mesure de résoudre des situations difficiles avec autonomie et d'utiliser ses qualités communicatives pour fidéliser nos clients. En général son esprit analytique et sa capacité à bien gérer le temps lors de périodes dont la charge de travail était élevée nous ont permis d'améliorer notre stratégie commerciale.

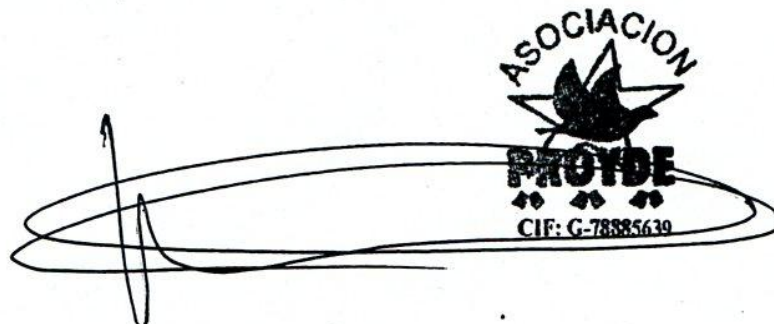
Ksenia est une personne de confiance, dynamique et très agréable. Elle a réussi à s'intégrer dans notre ONG dès le début et à prendre assez souvent en charge l'équipe de bénévoles du département du Commerce Équitable. Par ailleurs, il est important de souligner sa maîtrise des langues, elle parle en effet couramment l'espagnol, le français, l'anglais, le portugais et le russe, sa langue maternelle.

C'est sans nul doute que je recommande Ksenia, quel que soit le poste et l'organisme, car sa présence au sein d'une équipe de travail est un atout fortement appréciable.

En espérant ces informations utiles, je vous adresse mes meilleures salutations.

Charlotte Marion

Responsable de Commerce Équitable



Annexe 1. Lettre de recommandation de la Responsable du stage

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
ACHATS	23.735,47	23.400,17	24.048,27	26.116,22	30.082,36	31.433,03
VENTES	23.025,86	24.631,20	28.498,63	34.236,32	47.744,84	47.406,31
Difference ventes/achats	-709,61	1.231,03	4.450,36	8.120,10	17.662,48	15.973,28

	2007	2008	2009	2010	2011
ACHATS	32.333,37	44.535,29	53.250,19	49.895,11	57.394,99
VENTES	47.065,59	65.134,72	72.636,92	66.419,66	82.920,89
Difference ventes/achats	14.732,22	20.599,43	19.386,73	16.524,55	25.525,90

Annexe 2. Achats y ventes totales, 2001-2011, en Euro (sans TVA)

		2011		2010		2009		2008		2007	
		Commandes	Ventes	Commandes	Ventes	Commandes	Ventes	Commandes	Ventes	Commandes	Ventes
Réseau La Salle	Points de vente	163	35676,70	146	36724,42	125	33627,53	92	28224,65	73	15465,42
	Occasinelles	30	8741,72	39	9404,21	27	11038,58	34	10628,03	24	8991,13
Ventes diverses	Entreprises	19	4829,11	24	3449,43	25	6471,21	12	3736,93	11	2941,31
	Particulaires	11	1726,62	3	648,78	1	25,86	5	155,74	0	0,00
	Collectivités	18	2552,82	8	2049,13	11	2753,81	9	2313,22	12	2782,61
	Marchés prêtés	25	5791,40	18	5170,04	19	3586,64	10	2945,09	8	3606,36
Vente directe	Vente directe magasin		15940,31		8135,70		8479,21		9912,89		10465,23
	Marché du siège	9	4101,00		2154,65		1863,35		5882,06		4031,51

Annexe 3. Répartition des ventes par client, 2007-2011, en Euro (sans TVA)

Ksenia está haciendo sus prácticas universitarias en Comercio Justo



Ksenia ha llegado hace unas semanas a PROYDE desde la Universidad del Sur de Toulon-Var (Francia), donde hace el segundo año del máster en Comercio Internacional Justo y Desarrollo. Cuando, en el mes de julio, termine sus prácticas en el Departamento de Comercio Justo de PROYDE, dará por terminado también su máster.






Se encontró con PROYDE buscando a través de la página web de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo, en la que aparece PROYDE como una organización de Comercio Justo. “PROYDE fue la primera organización en contestar, y por eso estoy aquí”.

Ksenia estudió Administración de Empresas en la Universidad de Moscú y tuvo la oportunidad de estudiar, en un año de intercambio, en Francia. En esta estancia en Francia, vio que su futuro profesional sería el Comercio Internacional aplicado al Comercio Justo y el Desarrollo, por eso volvió para hacer el máster que está realizando. Durante sus estudios universitarios ha hecho prácticas en Brasil, en un proyecto social con adolescentes, y en la Representación de Turismo de Francia en Moscú. Así que no sorprende que hable, ruso (su lengua materna), francés, inglés, portugués y castellano. El castellano, dice que lo ha aprendido leyendo, viendo películas y con amigos castellanoparlantes.

De lo que está haciendo ahora le interesa tanto el desarrollo del día a día del Departamento y de la Tienda de la sede central de PROYDE, como los aspectos de planificación y gestión que se llevan adelante en PROYDE. Eso, según ella, le está llevando a conocer mejor como funciona en la práctica el Comercio Justo y las ONGDs que están comprometidas con esta alternativa de comercio internacional.

Nos ha dicho, que en PROYDE se encuentra como en familia y no es de extrañar, pues Ksenia es una joven agradable, siempre dispuesta a hacer bien su trabajo y a echar una mano a los demás. Le damos la bienvenida y esperamos que su estancia en Madrid y en PROYDE sea, como hasta ahora, muy agradable para ella.

Annexe 4. Article « Ksenia fait son stage dans le département du commerce équitable » apparu sur le site de PROYDE le 20 mars 2012

PROYDE en las IV Jornadas de cooperación y desarrollo, de la Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Telecomunicación de la Universidad Politécnica de Madrid   

Del 20 al 26 de marzo de 2012, tuvo lugar en la Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Telecomunicación de la Universidad Politécnica de Madrid, las IV Jornadas de cooperación y desarrollo que organiza ONGAWA, Ingeniería para el Desarrollo Humano.



Durante estos días se realizaron mesas redondas, conferencias, videoforum y debates, etc

Los días 20 y 21, PROYDE estuvo presente en las animando una dinámica-juego para poner de manifiesto de forma práctica las relaciones de producción y comerciales entre las diferentes regiones del mundo. Con esta presentación contribuimos a la divulgación de los valores del Comercio Justo entre estudiantes y profesores de la Escuela. También hubo oportunidad de comprar productos de alimentación y artesanía de Comercio Justo en el mercadillo montado en el hall de la Escuela.

Los estudiantes de la Escuela mostraron un año más su interés y su implicación en los temas desarrollo y los problemas de los países empobrecidos.

Queremos agradecer a ONGAWA, Ingeniería para el Desarrollo Humano, la invitación que nos ha vuelto a hacer este año.

Annexe 5. Article « PROYDE en IV Journées de coopération et développement de l'École Technique Supérieure de l'Ingénierie de Télécommunication de Madrid » apparu sur le site de PROYDE le 22 mars 2012