

Les principaux enseignements de la table ronde



« Comment favoriser une transition durable et équitable du chocolat genevois ? »

Traçabilité et transparence ?

Poser des questions ! Car poser les questions, c'est mener la danse. Il est nécessaire de fournir des efforts pour garantir une chaîne d'approvisionnement équitable pour tous les ingrédients, pas seulement le cacao (sucre, lait, beurre de cacao, etc.).

Labels et modèles de prix équitables ⚖️

Le recours aux labels comme Fairtrade, qui garantit des conditions de travail équitables et un prix juste pour les producteur-trice-s ou au modèle d'Equal Profit, qui propose une distribution proportionnelle des revenus en fonction des coûts réels, assurant une rémunération juste tout au long de la chaîne de valeur.

Visibilité des producteurs 🧑🌾

Face au « chocolatier-ère star », le « producteur-trice invisible » est un problème systémique. Il est essentiel de valoriser ce savoir-faire, de donner un visage et une reconnaissance aux agriculteur-trice-s, souvent exclu-e-s de la valorisation de leur propre travail. Une telle valorisation n'engendre pas forcément de surcoûts importants mais revêt un impact fort ; Treegether est une référence dans ce domaine. Des exemples comme Fairafric, qui revalorisent le travail fait sur place existent et permettent d'apporter plus de profit dans les pays producteurs.

Union et collaboration 🤝

Entre d'un côté les producteur-trice-s, à travers la force des coopératives, et de l'autre les chocolatier-ère-s, avec leur faïtière ou des associations (comme la Plateforme suisse du Cacao Durable). Ces unions et collaborations permettent de relever les défis ensemble et de partager des ressources et les connaissances.

Valorisation de l'engagement 💡

Communiquer en amont sur son chocolat permet de le valoriser ainsi que le savoir-faire. Faire connaître et reconnaître les méthodes artisanales et durables des producteur-trice-s, en particulier celles et ceux des petites coopératives, en expliquant leur travail aux consommatrices et aux consommateurs.

Concentration du marché 📊

Les petites chocolateries et confiseries représentent seulement une part minime du marché global. Leur impact reste limité face aux grandes entreprises et aux États qui fixent des prix souvent trop bas pour les producteur-trice-s (ex. Côte d'Ivoire, Ghana). Néanmoins, l'opposition entre « bons » et « méchants » n'est pas une approche constructive et contribuer à une part minime du marché ne signifie pas que l'on est sans impact.