

<https://cdurable.info/Le-juste-fruit-une-campagne-internationale-pour-des-bananes-ananas-garantie-dignite-3183.html>

Dole, derrière l'écran de fumée... enquête dans les plantations de bananes d'Amérique latine

Le juste fruit : une campagne internationale pour des bananes et des ananas à teneur garantie en dignité



- Développement Durable en action -
Date de mise en ligne : lundi 18 juin 2012

Copyright © CDURABLE.info l'essentiel du développement durable - Tous droits réservés

La campagne internationale Le juste fruit est née de la coalition de quatre organisations dont l'objectif commun est de promouvoir des filières bananes et ananas qui soient socialement justes et durables sur le plan environnemental. La banane est le fruit exotique le plus consommé d'Europe, et le marché mondial de l'ananas a connu une expansion rapide depuis 1998 (quasiment 50%). Les modes de productions de ces fruits sont relativement identiques et impliquent les mêmes entreprises. Cependant, on observe aujourd'hui, dans la filière de production de la banane et de l'ananas, une augmentation des violations des droits du travail et des impacts environnementaux.

Un mode de production tourné vers le rendement

La banane et l'ananas sont cultivés sur de très grandes superficies en monoculture, un mode de production dégradant notablement l'environnement (notamment l'épuisement des sols). De plus, la production de la banane est, après le coton, celle qui consomme le plus de produits chimiques, dont certains classés dangereux par l'Organisation Mondiale pour la Santé. L'utilisation de ces produits chimiques toxiques entraîne à la fois une pollution des eaux ainsi que de graves problèmes de santé auprès des travailleurs-ses.

La super-puissance des distributeurs

Avec la concentration du marché de l'épicerie, les distributeurs peuvent faire valoir leur pouvoir auprès des fournisseurs et ainsi tirer les prix vers le bas. Cette course au prix le plus bas incite également les distributeurs à limiter les intermédiaires et à travailler directement avec les producteurs.

Localement, cette guerre des prix favorise des conditions de travail de plus en plus précaires dans les zones de production : croissance des violations des droits des travailleurs et de la discrimination sexuelle, dangerosité sanitaire pour les travailleurs, faible protection de l'environnement, etc. Ainsi, nombre de ces travailleurs perçoivent un salaire inférieur au seuil minimum vital.

Des solutions pour une chaîne de commercialisation équitable

- La certification d'un produit implique le respect de certaines règles notamment relatives aux conditions de travail, à la rémunération des travailleurs et à la protection de l'environnement. Il existe différentes certifications dont les plus connues sont la certification « Bio » ou encore « Commerce équitable » (selon la Fairtrade Labelling Organization).
- La responsabilisation des entreprises afin de leur faire prendre conscience de leurs impacts sociaux et environnementaux. Avec l'appui du gouvernement, mettre en place des outils juridiques qui obligent les organismes de distribution à respecter les droits des travailleurs dans les pays producteurs et réprimer les abus.

Mais, nous, consommateur, pouvons également faire entendre notre voix auprès des instances gouvernementales et des distributeurs afin que des décisions soient prises pour restreindre le pouvoir des grandes enseignes de distribution et les tenir responsables des conditions de travail dans les pays producteurs.

Pour en savoir plus sur cette campagne à l'initiative de **Banalink** (ONG britannique oeuvrant pour une production juste et équitable des bananes et ananas), **Spolecnost pro Fair Trade** (ONG tchèque de sensibilisation aux conditions sociales, environnementales et économiques de production dans les pays du Sud), **BanaFair** (organisme allemand de commerce équitable) et **Peuple solidaire** (organisation française de solidarité internationale) [cliquez ici](#). Vous retrouverez sur ce site de nombreuses informations, des solutions et des outils pour vous mobiliser.

Dole, derrière l'écran de fumée... enquête dans les plantations de bananes d'Amérique latine



Dole c'est la "success story" d'une entreprise fondée au milieu du XIXe siècle pour la production d'ananas, devenue aujourd'hui une multinationale agroalimentaire qui vend plus de 200 variétés de fruits, légumes et fleurs à travers le monde. Cette multinationale est le leader mondial et le numéro trois en Europe pour la production et la commercialisation de bananes. Un marché qui lui rapporte plus d'un milliard d'euros par an.

Dole se targue d'avoir des standards sociaux et environnementaux élevés. Grâce à un écran de fumée fait de doubles discours et de certifications privées, Dole réussit à convaincre un large public qui n'a pas accès à l'information relative à la situation réelle dans les plantations de bananes. Cependant, personne ne devrait garder l'impression que Dole est une compagnie qui accueille favorablement les syndicats indépendants et les négociations collectives tels que définis par le droit international. Quelques zones tampons le long des rivières et des fleurs à l'entrée des plantations ne devraient pas non plus convaincre le visiteur occasionnel que Dole est une entreprise citoyenne responsable envers l'environnement.

Ce document diffusé dans le cadre de la campagne internationale le juste fruit a été réalisé avec les contributions de gens sur le terrain, de personnes travaillant dans les plantations, de syndicalistes et défenseurs de l'environnement, principalement dans les pays producteurs de bananes. Son but : contribuer à un portrait plus exact de l'entreprise et la pousser à changer ses pratiques en prenant une direction en faveur d'un développement durable et en respectant pleinement les droits des travailleurs et l'environnement.

Pour télécharger cette enquête au format PDF, [cliquez ici](#).

Le juste fruit : une campagne internationale pour des bananes et des ananas à teneur garantie en dignité



Post-scriptum :

