

## Du business raisonné et des prix équitables

Solidarité

ZOOM



Frédéric Journo, et Clément Dub hier matin à Fenouillet lors de la première livraison de lait issu du business raisonné. /Photo reproduction DDM

Les 18 palettes de lait Candia déchargées dans les entrepôts du Secours populaire à Fenouillet ont inauguré, hier matin, l'arrivée du business raisonné dans l'approvisionnement des associations d'aide aux plus démunis. Le business raisonné est le petit frère franco-français du commerce équitable. Pour fournir des produits de qualité aux personnes à faible revenus aidées par les réseaux associatifs, ses créateurs appliquent aux denrées de première nécessité les principes de l'achat direct aux producteurs et de la réduction des circuits de commercialisation qui ont fait florès chez le Hollandais Max Havelaard. Les 15 552 litres de lait livrés hier matin à Fenouillet ont ainsi été achetés 2 centimes d'euro au-dessus du prix du marché aux producteurs. Puis conditionnés à prix préférentiel par le premier groupe coopératif laitier français. Résultat, les producteurs y retrouvent leur compte, et le Secours populaire économise 6 centimes d'euro par litre par rapport au prix du marché, soit 1 800 litres de

laits gratuits sur une livraison de 15 552 litres. Mais pour promouvoir leur nouveau modèle économique, les inventeurs du business raisonné ont également choisi de développer une vraie politique de filière. Demain, huit gros producteurs laitiers sous contrat avec l'association du Business raisonné se réuniront à Toulouse pour réfléchir à la création d'un réseau de laiteries solidaires. Insérées dans des pôles d'insertions ces laiteries emploieront des exclus du monde du travail et assureront au réseau associatif un approvisionnement régulier indépendant des marques.

Des contacts ont également été pris avec les deux plus gros pêcheurs du port de Sète pour organiser l'approvisionnement en poisson. « En revanche, les conserveries que nous avons sollicitées se sont contentées de nous proposer leur 2e choix alors que nous avons la volonté de ne distribuer que des produits de qualité », explique Frédéric Journo, cofondateur et vice-président de l'association du Business raisonné. Rompus aux méthodes du commerce de gros, les promoteurs de ce commerce équitable à la française n'oublient pas que même raisonnées les affaires restent les affaires. Ils ont donc choisi de communiquer pour se faire connaître, mais en s'associant à des sponsors... solidaires (lire encadré).