

TABLEAU D'ÉVALUATION DE PÂQUES : DES ŒUFS « D'OR » ET DES ŒUFS « POURRIS » SONT DÉCERNÉS AUX CHOCOLATIERS POUR LEURS PRATIQUES EN MATIÈRE DE TRAVAIL DES ENFANTS ET DE DURABILITÉ

Tableau d'évaluation de Pâques 2021 : Le prix de l'« Œuf pourri » est décerné à Storck, tandis qu'Alter Eco, Tony's Chocolonely et Whittaker's reçoivent chacun un « Œuf d'or » ; dernier de la classe en 2020, Godiva progresse cette année.

Pâques est la période de l'année où l'on consomme le plus de chocolat dans le monde, et notamment dans les pays du Nord. Mais à l'approche de ces fêtes, de nombreux négociants en cacao, des chocolatiers et des détaillants, parmi les plus importants au monde, ne tiennent toujours pas compte des problèmes sociaux et environnementaux posés par leur activité. C'est ce que révèle le tableau d'évaluation de Pâques 2021 publié conjointement par [Be Slavery Free](#), [Green America](#), [Inkota](#), [Mighty Earth](#), et [National Wildlife Federation](#).

Storck, un confiseur possédant des sites de production en Allemagne et 21 filiales internationales, a obtenu les notes les plus basses — le prix de l'Œuf pourri — pour son manque de réactivité et de transparence. Les marques Werther's Original, Riesen, Toffifee, Merci, Colourful World et Bendicks font partie de ce groupe.

L'Œuf d'or a été décerné aux trois entreprises les mieux classées :

- [Alter Eco](#), une société basée aux États-Unis et qui vend ses produits aux États-Unis et en Europe, a reçu son premier Œuf d'or. Les ONG ont également reconnu les mérites de son partenaire [Chocolats Halba/Sunray](#) pour l'aide qu'Halba a apportée à Alter Eco pour atteindre ses objectifs de durabilité.
- [Tony's Chocolonely](#), une multinationale basée aux Pays-Bas, a reçu l'Œuf d'or pour la deuxième année consécutive.
- [Whittaker's](#), une entreprise néo-zélandaise dont les produits sont principalement disponibles en Australie et en Nouvelle-Zélande, a également reçu l'Œuf d'or pour la deuxième année consécutive.

Les précédents « lauréats » de l'Œuf pourri ont, depuis, considérablement amélioré leurs performances en matière de durabilité dans tous les domaines. [Godiva](#), le lauréat 2020 de l'Œuf pourri, a fait des progrès considérables sur les politiques en matière d'environnement et de revenu vital, tandis que le lauréat 2019 de l'Œuf pourri, [Sucden](#), a progressé dans toutes les catégories de durabilité.

« Grâce à ce tableau d'évaluation, les consommateurs des États-Unis, d'Europe, d'Australie, de Nouvelle-Zélande, du Japon et d'ailleurs peuvent acheter des chocolats de Pâques en toute tranquillité. Ils disposent désormais d'indications claires et précises sur les entreprises qui se soucient de la durabilité et sur celles dont les friandises sont probablement entachées de

déforestation et de violations des droits humains, a déclaré Etelle Higonnet, conseillère principale de la National Wildlife Federation. Les consommateurs peuvent désormais acheter du chocolat en toute connaissance de cause et utiliser leur pouvoir d'achat pour inciter les retardataires comme Storck à mieux faire et récompenser les leaders du secteur que sont Alter Eco, Tony's Chocolonely et Whittaker's. »

Les enquêteurs ont interrogé 31 entreprises du secteur du chocolat et fournisseurs de cacao dont on estime qu'ils représentent plus de 80 % des confiseries chocolatées produites dans le monde. Ces entreprises ont été notées sur les six enjeux de durabilité les plus urgents auxquels le secteur du chocolat est confronté : la diligence raisonnable en matière de droits humains, la transparence et la traçabilité, la déforestation et le changement climatique, l'agroforesterie, les politiques de revenu vital et le travail des enfants. Les marques ont ensuite été classées dans l'une des quatre catégories suivantes : un lapin vert pour les entreprises leaders sur ces enjeux de durabilité et détenant des preuves de la mise en œuvre de leur politique en la matière. Un lapin rouge a été attribué à celles qui ne disposent pas ou peu de politique sur ces sujets ou ne détiennent aucune preuve de leur mise en œuvre. Les entreprises qui ont choisi de ne pas participer au sondage ont également obtenu un lapin rouge.

Les entreprises du secteur du cacao, notamment celles participant à l'Initiative Cacao & Forêts, ont pris des mesures de taille pour accroître la traçabilité de leurs chaînes d'approvisionnement en cartographiant plus d'un million d'exploitations depuis 2018. La plupart des grands chocolatiers ont divulgué au moins une partie de leurs chaînes d'approvisionnement en cacao ivoirien dans la Carte responsabilité pour le cacao de Mighty Earth ([Cocoa Accountability - Mighty Earth](#))

« C'est dans le domaine de la traçabilité que nous avons constaté les progrès les plus notables chez les acteurs du secteur du cacao ces dernières années, a déclaré Charlotte Tate, directrice de campagne sur le travail chez Green America. Ils s'améliorent rapidement sur cette question, mais la plupart sont encore loin du compte. Or, les entreprises doivent d'abord savoir d'où provient le cacao, avant de s'attaquer aux autres enjeux évoqués dans le tableau d'évaluation. Sans cette information cruciale, les espoirs de mettre fin au travail des enfants, à la pauvreté des agriculteurs et des agricultrices ou à la déforestation sont minces. Les entreprises doivent avoir des chaînes d'approvisionnement entièrement traçables, associées à des rapports transparents. »

Outre cette amélioration notable de la traçabilité, le tableau d'évaluation a permis de fournir un aperçu du revenu des agriculteurs et des agricultrices. **« 180 millions d'œufs en chocolat sont vendus chaque année à Pâques, et ce chiffre stupéfiant n'inclut pas les mini œufs et les œufs fourrés qui se vendent également très bien. De cette manne engrangée par le secteur du**

chocolat, seule une faible part revient aux pays producteurs de cacao ou aux cultivateurs de cacao eux-mêmes, a déclaré Fuzz Kitto, codirecteur national de Be Slavery Free en Australie. La plupart des cultivateurs de cacao gagnent moins d'un dollar par jour. Quant aux cultivatrices, elles ne gagnent que 0,30 dollar par jour. Ces producteurs ont par ailleurs été particulièrement touchés par les perturbations économiques engendrées par la pandémie de COVID-19. »

Une autre tendance esquissée par le tableau d'évaluation de Pâques est l'amélioration lente, mais constante des entreprises japonaises sur certains paramètres de durabilité, au cours des quatre dernières années. Toutefois, les entreprises japonaises de chocolat doivent encore adopter des politiques plus strictes, assorties d'un suivi et d'une mise en application pour mettre fin au travail des enfants, à la pauvreté et à la déforestation dans leurs chaînes d'approvisionnement en cacao. Le secteur japonais doit évoluer rapidement pour éviter d'être moins performant que ses homologues mondiaux. La création d'une nouvelle « plateforme du cacao » lancée par l'Agence japonaise de coopération internationale (JICA) en 2020 et réunissant le gouvernement, l'industrie et les ONG pourrait être une solution pour résoudre les problèmes de durabilité à l'échelle du secteur.

« Le tableau d'évaluation montre également que le rythme d'adoption de l'agroforesterie et de pratiques agricoles plus respectueuses du climat est beaucoup plus lent qu'espéré », a déclaré Samuel Mawutor, conseiller principal chez Mighty Earth. Or, transformer le secteur du cacao pour le débarrasser des monocultures problématiques ne peut être possible sans mettre davantage l'accent sur la restauration des forêts et des exploitations agricoles par l'agroforesterie. Il note que « les entreprises doivent cesser de distribuer des semis d'arbres et investir beaucoup plus de ressources dans la culture et l'entretien des arbres plantés dans les exploitations cacaoyères ainsi que dans la sécurité foncière des arbres, afin de garantir l'adoption de l'agroforesterie à grande échelle en Afrique de l'Ouest. »

« Ce tableau synoptique permet de tirer les choses au clair et de distinguer les actions superficielles de greenwashing des actions réelles, explique Johannes Schorling, coordinateur de campagne chez Inkota. Malgré des décennies d'engagement volontaire de la part du secteur du cacao, la pauvreté, le travail dangereux des enfants et la déforestation sont encore très répandus. La plupart des entreprises ont seulement commencé à exercer une diligence raisonnable et de nombreuses lacunes subsistent. Cette contre-performance des entreprises montre la nécessité d'une législation robuste en matière de diligence raisonnable. »

Organisations ayant conduit l'enquête :

Be Slavery Free

Be Slavery Free est une coalition d'organisations de la société civile, de communautés et d'autres organisations qui travaillent ensemble pour prévenir, abolir et démanteler l'esclavage moderne en Australie, aux Pays-Bas et dans le monde entier. Be Slavery Free possède une expérience de terrain solide en matière de prévention, de démantèlement et de remédiation de l'esclavage moderne, et travaille plus particulièrement à identifier l'esclavage dans les chaînes d'approvisionnement. Be Slavery Free a contribué à l'adoption de la loi australienne sur l'esclavage moderne. Depuis 2007, l'association collabore avec le secteur du chocolat et plaide en faveur de la lutte contre le travail des enfants et l'esclavage dans le secteur du cacao. Vous trouverez de plus amples informations sur Be Slavery Free à l'adresse suivante : <https://beslaveryfree.com>. Contact : Be Slavery Free (Australie), Fuzz Kitto +61(0)407.931.115, (heure d'Australie orientale) fuzz.kitto@beslaveryfree.com. Be Slavery Free (Pays-Bas) - Esta Steyn (heure d'Europe centrale) +31 6 3457 1595 esta.steyn@beslaveryfree.com.

Green America

Green America est la principale organisation américaine consacrée à l'économie durable. Sa mission est de tirer pleinement parti du pouvoir économique des États-Unis — la puissance des consommateurs, des investisseurs, des entreprises et du marché — pour créer une société socialement juste et écologiquement durable. Fondée en 1982, Green America fournit aux entreprises et aux particuliers les stratégies économiques, le pouvoir d'organisation et les outils pratiques nécessaires pour résoudre les problèmes sociaux et environnementaux actuels. Vous trouverez de plus amples informations sur Green America à l'adresse suivante : <http://www.GreenAmerica.org>. Contact : Max Karlin (heure normale de l'est des États-Unis) +1.703.276.3255, mkarlin@hastingsgroup.com.

Inkota

Depuis 50 ans, INKOTA milite pour mettre fin à la faim et à la pauvreté et pour que la mondialisation profite à tous. Grâce à des campagnes ciblées, INKOTA souhaite sensibiliser le public allemand aux côtés obscurs de la mondialisation et à l'importance des droits humains. INKOTA coordonne la campagne « Make Chocolate Fair! » (Faire du chocolat une denrée équitable !), qui plaide pour de meilleures conditions de vie pour les producteurs de cacao en Afrique de l'Ouest. En outre, INKOTA coopère avec des organisations partenaires de la société civile dans le Sud, en les aidant à faire campagne pour la justice et l'égalité dans leur pays d'origine. Vous trouverez de plus amples informations sur INKOTA à l'adresse suivante : <https://www.inkota.de/english/>. Contact : Johannes Schorling (heure d'Europe centrale) +49 30 4208202 57 schorling@inkota.de.

Mighty Earth

Mighty Earth est une organisation de campagne environnementale mondiale qui œuvre pour la protection des forêts, la conservation des océans et la lutte contre le changement climatique. Mighty Earth s'efforce de susciter une action à grande échelle en faveur d'une agriculture écologiquement responsable qui protège les écosystèmes indigènes, la faune et la flore sauvages ainsi que l'eau, et respecte les droits des communautés locales — y compris dans le secteur du cacao. L'équipe de Mighty Earth a joué un rôle décisif en persuadant certaines des plus grandes entreprises agroalimentaires du monde d'améliorer considérablement leurs politiques et pratiques environnementales et sociales. Vous trouverez de plus amples informations sur Mighty Earth à l'adresse suivante : <https://www.mightyearth.org/chocolate/>. Contact : Samuel Mawutor (États-Unis, heure du Pacifique) +1 541 368 8603 samuel@mightyearth.org. Contact au Japon : Roger Smith, roger@mightyearth.org

National Wildlife Federation

Comptant plus de 6 millions de membres, la National Wildlife Federation est la plus grande organisation Nord-américaine de protection de la nature. Elle s'efforce d'unir les Américains de tous horizons pour soutenir la vie sauvage. Depuis 1936, NWF est aux avant-postes de la protection de la faune et de la flore sauvages, luttant pour

les valeurs de conservation qui font partie intégrante de l'héritage collectif de l'Amérique. Le programme International de NWF combine une expertise en économie des ressources naturelles, en télédétection et en SIG, en droit international et en écologie tropicale pour faire avancer les solutions axées sur le marché et les politiques publiques afin d'éliminer la perte des forêts tropicales. NWF encourage l'agriculture « zéro déforestation », en se concentrant sur les matières premières ayant le plus d'impact sur les forêts et la faune. Vous trouverez de plus amples informations sur NWF à l'adresse suivante : <https://international.nwf.org/about/>. Contact : Etelle Higonet, +1.202.848.7792.