

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (2017)
Heft: 2174

Artikel: Choba Choba - un pour tous, tous pour un : un chocolat suisse différent, qui bénéficie directement aux producteurs péruviens qui en sont les actionnaires
Autor: Robert, Charlotte
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1014361>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 15.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

parcourent naturellement tout corps politique.

Et une histoire nationale, narrée sous toutes ses facettes, ne pourrait-elle pas apparaître comme un terrain où les Suisses et les «*habitants en Suisse*» pourraient se retrouver? Cultiver la connaissance de l'histoire «*nationale*» est-elle forcément une barrière à l'Autre? Je crois exactement le contraire!

Ma propre expérience m'a convaincu que l'on est d'autant plus apte à recevoir le métissage culturel que vous appelez de vos vœux si l'on

maîtrise sa propre histoire. Car l'Autre vient avec la sienne: comment le comprendre si nous n'avons à lui offrir que la négation de notre propre histoire? Il en sortira un triste relativisme, terreau d'une incompréhension réciproque, gage d'un échange voué à l'échec.

Permettez-moi une dernière remarque. Une votation difficile nous attend sur l'initiative dite de la primauté du droit national et qui vise à la fois le droit ressenti comme envahissant en provenance de l'Union européenne et l'«*impérialisme*» présumé des droits de l'homme tels qu'ils

seraient interprétés par les juges de Strasbourg. Libéraux, attachés à une compréhension des droits de l'homme qui puise dans les premières déclarations américaine et française de la fin du 18e siècle, et socialistes, qui font volontiers leurs les droits de l'homme tels qu'ils ont été redéfinis depuis la victoire sur le nazisme, devront travailler ensemble pour faire barrage à cette initiative. Vos déclarations placent ce combat sous de bien mauvais auspices.

Veuillez agréer, Madame la conseillère nationale, chère Madame, mes salutations respectueuses.

Choba Choba – un pour tous, tous pour un

Un chocolat suisse différent, qui bénéficie directement aux producteurs péruviens qui en sont les actionnaires

Charlotte Robert - 16 août 2017 - URL: <https://www.domainepublic.ch/articles/31969>

Sainsbury's, le géant britannique du commerce de détail, a décidé de ne plus vendre de produits portant le label Fairtrade ([DP 2113](#)). Il va créer son propre système de commerce équitable.

C'est ce qu'a révélé récemment le [Guardian](#). L'article précise que les produits Fairtrade vendus par Sainsbury's en 2016 avaient rapporté aux 1,6 million de paysans concernés 1,3 dollar par mois de supplément de prix et 1 dollar par mois pour les investissements

communautaires contrôlés par Fairtrade.

De l'autre côté de la planète, au Pérou, des paysans cultivateurs de cacao, disaient à un «*col blanc*» de Fairtrade: vous êtes bien sympathique, mais votre système ne nous mène à rien. Ces paysans avaient quitté la coca pour le cacao et avaient travaillé huit ans avec Eric Garnier et Christoph Inauen. Qui de son côté, constatait également les désastres de l'industrie du chocolat au Ghana où il voyait les enfants participer à la

récolte du cacao.

Ces deux hommes, qui se connaissaient bien, décidèrent de chercher un système, une structure, une rémunération... qui changeraient quelque chose. Pendant deux ans, ils ont discuté avec les familles de producteurs des communautés de Pucallpillo et de Santa Rosa en Amazonie péruvienne. Et, à l'automne 2015, ils ont créé [Choba Choba](#) et se sont lancés sur le marché suisse.

La codécision comme processus solidaire

L'entreprise a pour objectif de produire un chocolat de haute qualité qui va justifier son prix élevé. Eric et Christoph détenaient au départ 93% de cette société anonyme au capital de 100'000 francs. Les cultivateurs avaient réussi à rassembler 7'000 francs pour acquérir 7% des parts. A la fin de chaque année, 5% du chiffre d'affaires de Choba Choba sont directement transférés aux producteurs péruviens, cofondateurs de l'entreprise. Ces derniers peuvent ainsi, s'ils le désirent, augmenter leur participation. Début 2017, grâce à ce fonds, ils ont choisi de racheter des actions supplémentaires aux deux entrepreneurs. Ils détiennent aujourd'hui 12% de la société suisse.

Ce n'est pourtant qu'une petite partie de l'histoire. Il faut comprendre que le travail après récolte est considérable et que l'amélioration de la rémunération des paysans permet d'obtenir un cacao d'une bien meilleure qualité. Autre élément important: l'individualisme européen n'attire en rien les communautés de producteurs d'Amazonie. Ils ont l'habitude de travailler ensemble, de s'entraider. Les 36 familles travaillant avec Christoph et Eric ont formé une coopérative et toutes les décisions sont prises en commun.

Les producteurs peuvent par exemple décider eux-mêmes des prix auxquels ils fourniront

leur cacao à leur propre société. Début 2017, les prix qu'ils touchent sont trois fois plus élevés que les prix du marché; en 2016, chaque famille a touché 734 francs de revenu supplémentaire. Seuls 15% de la production des cultivateurs participant au projet est exportée en Suisse. Mais Eric a déjà trouvé un acheteur aux Etats-Unis prêt à payer le prix fort pour obtenir cette belle qualité.

L'importance vitale du long terme

Les paysans de l'Alto Huayabamba (un affluent de l'Amazone sur les pentes de la cordillère orientale) sont des entrepreneurs comme tous les paysans du monde. Ils veulent certes gagner de l'argent pour envoyer leurs enfants étudier, mais aussi assurer l'avenir de leur activité. Ils ne raisonnent plus seulement à court terme, mais pensent comme des entrepreneurs puisqu'ils sont aujourd'hui copropriétaires de Choba Choba. De leur côté Christoph et Eric savent que la plus-value est captée par les intermédiaires. *Bean to Bar* (du grain à la plaque), il faut aller au plus court.

Pour le moment, le chocolat de Choba Choba est produit par Felchlin à Schwyz. Car les deux entrepreneurs suisses ne peuvent se permettre d'investir dans les équipements de production et n'ont la prétention de rivaliser avec le travail exemplaire de Felchlin. Leur chocolat est vendu sur Internet ou par abonnement, directement aux amateurs de

chocolat haut de gamme, sans intermédiaires.

Christoph et Eric visent le long terme et un objectif très ambitieux. Ils veulent mener la *Chocolate Revolution*, à savoir se différencier du produit bon marché, de plus en plus gras et sucré. A l'instar de ce que les vignerons ont réussi à faire: un chocolat dont on connaît la provenance, payé suffisamment bien pour financer tout le travail d'après récolte et ainsi assurer un cacao de qualité.

Les paysans de l'Alto Huayabamba se sont regroupés non seulement dans une coopérative mais aussi dans une association à but non lucratif. Celle-ci emploie une personne sur le terrain qui appuie les producteurs dans les méthodes de récolte et d'après récolte, étudie les variétés locales et développe des projets de conservation. Un *scoop* pour DP: la nouveauté d'automne sera fabriquée avec le cacao sauvage poussant dans la forêt tropicale: le Nativo.

En outre, deux autres personnes supplémentaires travaillent en permanence au Pérou pour accompagner les producteurs dans leur transformation en véritables entrepreneurs (comptabilité, organisation, marketing, communication). Les 5% du chiffre d'affaires transférés aux producteurs constituent le *Revolution Fund* et la coopérative décide des actions qu'elle désire financer. L'an dernier, le *Revolution Fund* a reçu 30'000 francs. Il en a consacré 4'000 à la production

de bio-engrais, 13'000 au capital de départ de la coopérative, 5'000 à l'achat d'actions de Choba Choba et 8'000 aux paiements directs aux producteurs.

Pour ce modèle, Choba Choba a reçu l'an dernier le [prix du](#)

[social innovator d'UBS](#).

D'où vient le nom Choba Choba? Eric révèle que Christoph et lui ont longtemps cherché un nom percutant pour l'entreprise et n'ont rien trouvé qui plaise aux Péruviens. Alors ces derniers ont décidé de la

nommer Choba Choba, ce qui signifie en ketchua: je t'aide, tu m'aides! Pour que nos enfants puissent continuer à manger du chocolat, il faut que les enfants des cultivateurs de cacao y trouvent un avenir et souhaitent reprendre l'activité de leurs parents.

Le cinéma européen: grosses productions ou cinéma d'auteur

Valérian à l'assaut d'Hollywood

Jacques Guyaz - 10 août 2017 - URL: <https://www.domainepublic.ch/articles/31858>

Le cinéma actuel a un gros problème parfaitement mis en évidence par les journalistes présents au festival de Locarno. Ainsi l'envoyé spécial du *Monde*, [Thomas Sotinel](#), parle d'un «*monde où les grands écrans se font de plus en plus rares pour le cinéma d'auteur*» et souligne dans son [blog](#) «*le fossé qui se creuse entre d'une part, un public jeune qui fait le succès des blockbusters et celui, vieillissant, de ce qui est convenu d'appeler le cinéma d'auteur*».

Il suffit d'examiner les [entrées](#) dans les salles en Suisse romande pour la dernière fin de semaine de juillet : les huit films ayant rassemblé le plus grand nombre de spectateurs ressortent de la catégorie des *blockbusters*, autrement dit des spectacles d'action et de super héros conçus spécifiquement pour un public d'adolescents et de jeunes adultes. Le cinéma est en train de connaître la

même évolution que la musique avec une coupure complète entre les créations populaires et les œuvres plus savantes.

Dans les rubriques cinéma de nos journaux, les articles sur le cinéma d'auteur sont paradoxalement nombreux, diversifiés et très complets. La critique de film est un genre en soi. On a parfois l'impression que les journalistes spécialisés cherchent davantage à épater leurs confrères en montrant l'étendue de leur culture cinématographique plutôt qu'à éclairer avec simplicité le spectateur potentiel. De toute manière le public jeune visé par les *blockbusters* ne lit pas les journaux et ignore les papiers des critiques.

Les analyses de la presse devraient davantage s'attacher aux *blockbusters*. Qu'est-ce que l'on voit vraiment dans des films comme *Spiderman* ou *Baywatch*? Quelles sont les valeurs véhiculées par ces films

à grand spectacle? Qu'est ce qu'ils induisent comme vision du monde, comme comportements? Les adultes n'en savent rien. Il est donc important de voir ces films et de les analyser. Encore bien sûr faut-il en avoir envie.

Dans cette catégorie, [Valérian et la cité des mille planètes](#) est le film le plus intéressant du moment, moins pour ses qualités propres, que parce qu'il n'est pas américain, mais français, entièrement tourné dans les studios de Luc Besson au nord de Paris, à la fois producteur à travers sa société Europa Corp. et réalisateur, inspiré d'une bande dessinée on ne peut plus française des années 70. Le film a coûté plus de 180 millions d'euros et des capitaux chinois ont participé au financement à hauteur de 30%. Luc Besson est donc totalement hors du système hollywoodien.

La conséquence ne s'est pas