

L'or sale n'est pas une fatalité

CONSCIENCE Ancienne diamantaire, Veerle van Wauwe lance une start-up qui propose des bijoux fabriqués avec de l'or propre. La notion de commerce équitable gagne les produits de luxe, se réjouit Sabine Pirolt.

La scène est classique. Et toujours aussi romantique. Devant un autel décoré de fleurs, des mariés échangent un anneau, symbole de leur engagement pour la vie. Problème: la bague qu'ils glissent à l'annulaire de leur conjoint est, comme dans la majorité des cas, fabriquée avec de l'or «sale». Une sacrée tache sur un beau contrat. L'or sale n'est pourtant pas une fatalité. C'est ce que Veerle van Wauwe a décidé de prouver en lançant sa petite entreprise voici quelques mois. Son nom: Transparence SA. Son idée: commercialiser des designers qui utilisent de l'or propre et équitable pour la fabrication de bijoux.

Ancienne diamantaire, cette Belge établie dans le village genevois de Dardagny a travaillé pour une compagnie diamantaire, cliente du géant mondial De Beers. C'est dire si elle connaît le milieu des matières précieuses et l'opacité qui règne dans le secteur de l'exploitation aurifère. Au fait, quelle est la définition que cette ancienne spécialiste marketing chez Procter & Gamble donne de l'or propre? «Il existe aujourd'hui des conditions d'extraction de l'or qui respectent l'environnement, soit sans cyanure et mercure qui provoquent des dégâts épouvantables à l'environnement. Avec l'élargissement de la classe moyenne en Inde et en Chine, on assiste à une augmentation de la demande. Si l'on continue à miner comme on l'a fait ces cinquante dernières années, nous devons faire face à un désastre écologique. Il est tard pour réagir. Mais pas trop tard.» Veerle van Wauwe évoque ces régions dévastées par les produits chimiques, des étendues que les villageois ne pourront plus utiliser pour leurs plantations avant au moins vingt ans.

La notion d'or propre englobe également le respect



PHOTOS NICOLAS RIGNETTI/REZO

VEERLE VAN WAUWE Spécialiste des matériaux précieux, cette Belge promeut l'emploi de métal jaune produit dans des conditions décentes, tant pour les mineurs que pour l'environnement.

des conditions sociales et salariales des mineurs et l'interdiction de faire travailler les enfants. Actuellement, l'or qui permet de fabriquer les bijoux vendus par Transparence provient de Colombie, de Choco, une région au centre du pays. Les mineurs – l'or est extrait dans les rivières – se sont regroupés en une coopérative qu'ils ont appelée Oro verde (or vert) qui compte quelque 300 membres. Veerle van Wauwe explique: «S'il est possible de leur montrer que l'or propre est quelque chose de positif qui



ÉTHIQUE L'or utilisé pour les bijoux peut être extrait dans le respect de l'environnement.

permet à leur communauté de se développer, d'avoir notamment un service de santé adé-

quat et une école pour leur enfants, il n'y a pas de raison qu'ils retournent aux anciennes méthodes qui polluent leur environnement.» A l'autre bout de la chaîne, en magasin, le client paie son produit environ 20% de plus.

DÉBUT D'UN PROCESSUS Responsable Economie et droits humains au siège d'Amnesty International à Berne, Danièle Gosteli Hauser connaît bien le dossier des matières précieuses dont l'extraction et la vente engendrent

beaucoup de souffrance et de violence. «Nous assistons à une prise de conscience embryonnaire, car nous sommes au début d'un processus, comme nous l'étions il y a une vingtaine d'années pour le commerce équitable des bananes. Nous avons besoin de gens du métier comme Veerle van Wauwe. Des gens qui disent: «Nous ne jouons plus le jeu de l'opacité, nous voulons vous offrir une garantie de A à Z.» Cette garantie, de plus en plus de clients semblent y accorder de l'importance, comme le confirme Greg Valerio, fondateur et directeur de Cred, une compagnie britannique qui vend des bijoux estampillés éthiques, un

«Le commerce équitable sort du cliché des produits communs, comme le thé ou les bananes, pour s'étendre aux produits de luxe.»

Greg Valerio, fondateur et directeur de Cred

des pionniers en matière d'or propre et équitable. L'Anglais explique: «Nous assistons à une évolution fantastique: depuis 2005, nous avons augmenté nos ventes de 15 à 20% par année. Nous avons des clients dans le monde entier. La notion de commerce équitable est en train de suivre une évolution intéressante: elle sort du cliché des produits communs, comme le thé ou les bananes, pour s'étendre aux produits de luxe.»

Si, pour le moment, Veerle van Wauwe distribue les produits du bijoutier anglais Cred, elle ne compte pas en rester là: «Notre but est d'avoir le maximum de designers qui s'engagent à travailler avec des matériaux éthiques et de vendre leurs bijoux.» Bijoutière à Genève, Gundula Papesch est séduite par l'initiative de Transparence. Si elle confirme que la notion d'or propre n'est pas encore dans la


tête de ses clients, les réactions positives qu'elle entend, lorsqu'elle en parle, la réjouissent. Le temps de finir ses stocks d'argent et d'or sales, elle pense se lancer dans cette voie. Avec une question en tête pourtant, la même que doivent se poser beaucoup d'amateurs de bijoux en or propre: «Comment être sûr qu'on ne me mène pas en bateau?»

UN MILIEU OPAQUE S'il n'existe encore aucune certification reconnue, à l'instar par exemple du label FSC pour le bois, des ONG comme Artminers aux Etats-Unis (dont le projet de minage sans mercure a reçu le soutien financier de la Banque mondiale) ou Solidaridad

aux Pays-Bas, veillent au grain en contrôlant la production sur place. Directrice d'Artminers, Kristina Shafer reconnaît que le processus de certification de l'or propre (traduit par *green gold*, «or vert») prendra du temps. «Certains mineurs travaillent dans des régions très isolées. Ils

pourraient être tentés de reprendre leurs anciennes méthodes de travail avec le mercure s'ils ne sont pas suivis et soutenus financièrement.»

Auteur de *L'Or africain*, un ouvrage passionnant qui parle des pillages et des trafics liés au commerce aurifère, Gilles Labarthe se félicite de toute initiative qui viserait à limiter la pollution et à encourager la prise de conscience du consommateur. Il remarque: «On se met beaucoup de gens à dos lorsqu'on se lance dans un commerce comme celui-ci. Le milieu de l'or est opaque. Il faut montrer que la transparence est possible.» Le processus est en marche. Une marche pouvant relever de l'utopie, comme le souligne encore Danièle Gosteli Hauser, qui espère que l'initiative de Veerle van Wauwe fera bouler de neige. La bague est dans le camp des consommateurs. I



www.epfl.ch/mot/bio

Increase your competencies in Bio tech, Medtech and Pharma "Ventures"

5 Modules

organized under the umbrella of the Executive MBA program in Management of Technology (MoT) led by EPFL & UNIL-HEC


Topics:

- Module 1: Strategic Alliances, Partnership & Outsourcing February 19-21, 2008
- Module 2: Marketing of Biotech, Medtech, Pharma March 10-12, 2008
- Module 3: Assessing the Valuation of New Ventures April 15-17, 2008
- Module 4: Clinical Trial Management & Regulatory Affairs May 13-15, 2008
- Module 5: Project Management June 10-12, 2008

Information: College of Management of Technology, EPFL
CH-1015 Lausanne Tel: 021 693 5324

Unil UNIL | Université de Lausanne HEC Lausanne

Registration: www.epfl.ch/mot/bio



ÉCOLE POLYTECHNIQUE FÉDÉRALE DE LAUSANNE

Je lutterais bien contre le réchauffement climatique.

Mais je ne suis qu'une annonce.

Vous, vous pouvez agir:
Soutenez le Plan
d'action Climat du WWF.
www.wwf.ch/climat

