

Financité

magazine

DANS CE NUMÉRO

LA FinanCité SOUS LA LOUPE

p. 2 Friedrich Wilhelm Raiffeisen

L'inventeur du crédit mutuel au 19^e siècle.

p. 3 Le partage solidaire
Investir son argent et soutenir des projets sociaux.

MA FinanCité

p. 4 Confianza

Le micro-crédit pour les femmes péruviennes : un vrai succès !

p. 5 Age d'Or Services
Double objectif : briser l'isolement des personnes âgées tout en travaillant à la réinsertion d'autres.

p. 4 OXFAM – Magasins du Monde

S'habiller bien, pas cher tout en contribuant à des projets de solidarité.

p. 6 Deutsche Telekom
Comment fabriquer des GSM propres ?

MON ARGENT N'EST PAS TABOU

p. 6 Vous aussi, dites-nous ce que vous en pensez !

LA TRIBUNE FinanCité

p. 7 Nous sommes tous des consommacteurs.

p. 8 Produits éthiques et solidaires : la liste complète.

NUMÉRO 1 MARS 2006
TRIMESTRIEL GRATUIT
UNE PUBLICATION DU RÉSEAU FINANCEMENT ALTERNATIF
BUREAU DE DÉPÔT: 5000 NAMUR

Au portefeuille, citoyen !

La citoyenneté, qui fonde le lien social dans la société démocratique moderne, c'est, traditionnellement, la jouissance des droits civils et politiques. Mais, aujourd'hui, notre société s'organise de plus en plus autour d'un projet essentiellement économique et social, de moins en moins politique. Pour organiser effectivement les comportements collectifs, la citoyenneté doit s'ingérer sans vergogne dans cette économie omniprésente.

A vrai dire, la citoyenneté dans l'économie, en particulier dans son moteur qu'est la finance, n'est pas un sujet nouveau. En témoignent notamment ces expériences couronnées de succès que sont les caisses de crédit mutuel créées au milieu du XIX^e siècle. Mais elle est aussi un sujet d'une brûlante actualité, à l'heure où le consommateur découvre qu'il est un acteur important, indispensable et fondamental des circuits économiques. C'est ce que Éric Fouquier appelle l'alterconsommateur.

La dernière étude du Centre de Recherche et d'Information des Organisation de Consommateurs (CRIOC, Consumer Behavior Monitor, 2005) sur le comportement

des consommateurs confirme cette tendance : les critères éthiques ont présenté un intérêt croissant pour les consommateurs en 2005, après avoir connu, en 2004, une avancée importante. Ainsi, par exemple, pour l'acquisition d'un produit alimentaire, constituent des critères de choix le respect du bien-être des animaux (69%), de l'environnement (64%), du commerce équitable (59%) et des conditions de travail (58%).

Sur le plan financier, il n'en va pas autrement. Selon le Baromètre des finances solidaires publié par Finansol – la Croix – Ipsos (3^e édition, 2005), 30% des Français ont déjà entendu parler de l'épargne solidaire. Une notoriété qui a plus que doublé en quatre ans

(13% en 2001). Plus intéressant encore, après avoir précisé en quoi consiste l'épargne solidaire, 42% des français annoncent être prêts à souscrire solidairement, même si l'attrait financier est moindre, du moment que l'épargne est utile. Enfin, l'épargne solidaire n'est pas considérée comme une épargne marginale par les Français et pourrait devenir un mode d'épargne courant : en moyenne, sur 100 euros, les personnes interrogées placeraient 53,2 euros sur des produits solidaires.

Si, donc, nous ne sommes pas seuls, pour autant, nous ne sommes pas encore ensemble ! Le principal obstacle à ce contre-pouvoir développé par les citoyens, qui vise à modifier des pratiques de marché ou des pratiques institutionnelles auxquelles ils s'objectent (Michele Micheletti, Political Virtue and Shopping: Individuals, Consumerism, and Collective Action), est en effet l'organisation et la coordination de leurs actions car ils ne font généralement pas partie d'une organisation. Créer un espace collectif de citoyenneté financière, où circulent l'information, le débat et l'action, c'est précisément l'ambition du magazine que vous tenez entre les mains et de sa déclinaison sur la toile (financite.be). Ne pas faire l'impasse sur les enjeux collectifs de nos actes individuels d'épargnant, c'est notre responsabilité à tous, partageons-la !

D'après le rapport ISR 2005, **3,5 milliards** d'euros sont investis en Belgique de manière socialement responsable. C'est encourageant. Suivant le rapport de Netwerk Vlaanderen de décembre 2005, les banques ont investi dans le même temps **2,5 milliards** de dollars dans des sociétés actives en Birmanie, soutenant par là la junte militaire en place ! Pour faire stopper ces investissements honteux, AGISSEZ ! voir page 2.



589 communes interpellées. Et la vôtre ?

Birmanie est une dictature militaire. Ses dirigeants méprisent allègrement les droits de l'homme et sont responsables de travail forcé, d'arrestations d'opposants politiques, d'enrôlements d'enfants soldats et de supplices. En 1990, alors que Aung San Suu Kyi et son parti, la Ligue Nationale pour la Démocratie, remportent les élections avec 82% des voix, elle est mise en détention surveillée tandis que l'oppression s'abat sur les élus. Aung San Suu Kyi reçoit le Prix Nobel de la Paix pour son combat non-violent pour la démocratie dans son pays. Aujourd'hui, les généraux birmans viennent de reconduire la détention d'Aung San Suu Kyi et 1300 prisonniers politiques croupissent encore dans les prisons birmanes.

Les démocrates birmans appellent la communauté internationale à prendre des sanctions économiques contre la Birmanie. Leur message est clair : n'investissez pas dans notre pays pour le moment car vous ne feriez que renforcer le pouvoir en place au détriment du peuple birman et de ses aspirations démocratiques. L'appel a été entendu par plusieurs sociétés mais d'autres dont Total continuent leurs activités, soutenant par là financement et moralement la junte militaire.

Le 7 mars, les 589 communes de Belgique ont reçu une lettre envoyée par Actions Birmanie, le RÉSEAU FINANCEMENT ALTERNATIF et Netwerk Vlaanderen. Cette lettre demande deux choses. D'une part, que les bourgmestres offrent un soutien symbolique à Aung San Suu Kyi en la déclarant citoyenne d'honneur. D'autre part, qu'une motion soit votée pour faire pression sur les banques afin qu'elles cessent d'investir dans les sociétés présentes en Birmanie.

Vous aussi vous pouvez agir en interpellant directement votre commune et en lui demandant qu'elle fasse pression sur sa banque. Rendez-vous sur le site de FINANCITÉ (www.financite.be) pour envoyer automatiquement une lettre électronique à votre commune.

Ça passe par ma commune

CA PASSE PAR MA COMMUNE

Le RÉSEAU FINANCEMENT ALTERNATIF avec d'autres associations participe à «Ça passe par ma commune». Chaque mois, il enverra une newsletter aux communes pour les interpeller sur le thème des investissements éthiques et solidaires.

Lutter contre le surendettement

Aujourd'hui, 350.000 personnes ne peuvent pas rembourser à temps leur emprunt. Fort de ce constat, le Parti socialiste a déposé une proposition de loi pour lutter contre le phénomène. Il souhaite que le taux maximum d'ouverture de crédit soit fixé à 10 %. En effet, beaucoup de Belges achètent avec des cartes de crédit des biens de première nécessité (nourriture, vêtements...) à un taux de 19% l'an !

Le PS réclame également qu'un délai soit fixé pour le «zérotage». Cette pratique exige que les consommateurs renflouent intégralement la réserve d'argent qui leur est octroyée après un certain délai avant de pouvoir y puiser à nouveau. A l'heure actuelle, il n'y a pas de délai prévu, ce qui permet à quiconque de continuer à emprunter quand bien même l'emprunt précédent n'est pas totalement remboursé.

Le Politique s'y met aussi !

Les pouvoirs publics doivent montrer l'exemple. C'est en tous les cas le constat qu'en fait le MR et le PS. En décembre passé, le Parti socialiste a déposé dans toutes les assemblées où il est présent une proposition de résolution demandant aux pouvoirs publics d'intégrer des normes socialement responsables dans leurs politiques d'investissements. Début 2006, le Mouvement Réformateur a suivi en déposant également des textes législatifs au Parlement bruxellois et au Parlement wallon. Leur but est d'exiger, d'une part, une politique financière socialement responsable des pouvoirs publics régionaux et communaux et, d'autre part, d'instaurer une transparence sur la politique financière régionale et communale.

Ça passe par ma commune

CA PASSE PAR MA COMMUNE

La Princesse Mathilde honore Crédal

La campagne «ça passe par ma commune» a été officiellement lancée le 14 février. L'objectif de cette campagne est de favoriser des engagements concrets des pouvoirs publics locaux en faveur d'un développement durable, social et solidaire. Des propositions concrètes autour de 7 thémes – dont «Soutenir une économie sociale ou solidaire» – seront soumises aux communes. Vous retrouverez ces thémes dans 7 cahiers disponibles dans les magasins du monde-Oxfam.

Armées de ce dossier, des associations locales vont rencontrer les candidats des partis démocratiques aux élections communales et leur demander de s'engager sur un des thémes. Les groupes locaux feront un inventaire des engagements pris par les candidats et les présenteront par voie de presse locale. Ces engagements seront visibles sur www.capsse-parmacommune.be. Les progrès réalisés pourront y être suivis tout au long des 6 années de la prochaine mandature. Il s'agit de proposer un contrôle démocratique participatif.



Crédal est une coopérative de crédit alternatif qui rassemble du capital afin de proposer crédits et conseils à différents acteurs qui sont les entreprises d'économie sociale, les particuliers à faibles revenus et les micro-entrepreneurs. Fin de l'année passée, Crédal a reçu le Prix Princesse Mathilde d'une valeur de 9.000 euros pour son projet «Affaires de femmes, femmes d'affaires». Cette initiative offre à toute femme désireuse de créer son propre emploi une approche collective et intégrée du microcrédit en proposant une formation gratuite de 9 semaines et un accompagnement pendant toute la phase de mise en place.

Crédal reçoit le prix Princesse Mathilde.

Le partage solidaire

Aussi étonnant que cela puisse paraître, un compte d'épargne, une assurance-vie ou un produit d'investissement comme une SICAV peuvent être solidaires, c'est à dire soutenir des associations humanitaires, des projets à plus-value sociale, ...

Pourtant, ces produits financiers sont gérés de manière tout à fait classique : ils investissent selon les critères financiers traditionnels et offrent les mêmes caractéristiques de rendement et de risque que n'importe quel autre produit comparable sur le marché. Mais, en plus, ils sont solidaires : une partie des bénéfices est redistribuée au secteur associatif ! Vos bénéfices ? Pas forcément ! Tout dépend du mécanisme de solidarité en vigueur sur le produit que vous avez choisi.

TROIS MÉCANISMES DE PARTAGE SOLIDAIRE

Soit le promoteur (banque, assurance, société de gestion), seul, cède une partie des bénéfices réalisés sur le produit au profit de l'association bénéficiaire. Dans ce cas, pour vous, rien ne change, vous conservez totalement les bénéfices ou la plus-value de votre investissement. Par exemple, le promoteur partage avec l'association bénéficiaire les droits d'entrée que vous lui payez en achetant une SICAV ou encore abandonne chaque année à cette association un montant soit forfaitaire,



© Shutterstock

De la vache au crédit mutuel

En constatant la gravité de l'endettement des paysans, le jeune bourgmestre du district communal de Flammersfeld, en Rhénanie, Frédéric-Guillaume Raiffeisen (1818-1888) crée le 1er décembre 1849 la première véritable société de crédit aux agriculteurs, la « Société de secours aux agriculteurs impécunieux de Flammersfeld ». Prémissse du crédit mutuel.

Le 19^e siècle est une période d'essor industriel extraordinaire. Les hommes d'affaires s'enrichissent et la classe paysanne s'émancipe. Totalement inexpérimentés en matière économique, les paysans tombent rapidement et souvent dans la misère. En louant leur bétail à des gros propriétaires, ils sont à la merci de ceux-ci. Il suffit que l'année soit mauvaise

soit proportionnel aux montants placés sur un compte d'épargne solidaire.

Si, dans le premier cas, la solidarité est uniquement à charge du promoteur, d'autres produits prévoient la seule solidarité de l'épargnant : lui seul cède une partie de ses gains (intérêts ou dividendes) au profit de l'association bénéficiaire. Ainsi, vous souscrivez une assurance-vie et vous décidez que 25% de la plus-value dont vous allez bénéficier seront reversés à l'association que vous choisissez.

Enfin, dans une troisième catégorie de produits de partage solidaire, les deux, promoteur du produit et investisseur, font un effort de solidarité en partageant une partie de leurs gains avec le secteur associatif.

DONC, C'EST DU DON ?

Pas tout à fait ! Les deux démarches sont complémentaires mais obéissent à des logiques différentes. Le don, tel qu'il se pratique classiquement par le biais de récolte de fonds, est très souvent ponctuel et il ne garantit pas aux associations bénéficiaires un revenu récurrent, élément primordial pour un développement durable. Le partage solidaire s'inscrit davantage dans la durée et offre une source de fonds régulière à long terme aux associations bénéficiaires.

En outre, le partage solidaire n'implique pas forcément un coût pour l'investisseur puisque, en fonction des mécanismes de solidarité, il se peut que l'investisseur n'ait pas à renoncer à une partie de ses bénéfices. La «solidarité» d'un placement peut donc ne pas engendrer, à titre personnel, de coût supplémentaire, et permettre, néanmoins, à titre collectif un soutien financier non négligeable. Il ne s'agit pas de dons d'argent mais bien de permettre que le revenu des uns puisse profiter à d'autres.

Enfin, le partage solidaire est une démarche plus impliquée par rapport au monde financier que le don. L'épargnant solidaire décide de placer et de gérer son argent en étant attentif à l'affectation qui peut être faite d'une partie du revenu. Il agit, donc, en tant qu'investisseur responsable.

QUI EN BÉNÉFICIE ?

De nombreux projets, associations, structures alternatives rencontrent d'énormes difficultés à trouver des financements alors qu'ils répondent à des besoins essentiels. Il n'y a donc que l'embarras du choix !

C'est pour promouvoir le partage solidaire et offrir à l'épargnant un large choix tant de produits que d'organisations bénéficiaires, que s'est créé, voici près de vingt ans, le Réseau Financement Alternatif. Il rassemble aujourd'hui 70 associations de Wallonie et de Bruxelles, qui sont actives dans des domaines aussi divers que l'économie sociale, l'environ-

nement, la lutte contre l'exclusion, la paix et les droits de l'Homme, l'éducation et la formation ou encore les relations Nord/Sud.

Toute organisation qui fonctionne sur des bases démocratiques, dans un esprit de coopération et dans le respect de la loi pour réaliser des projets qui offrent une plus-value sociale certaine peut adhérer au RESEAU.

site internet ou la Dépêche électronique.

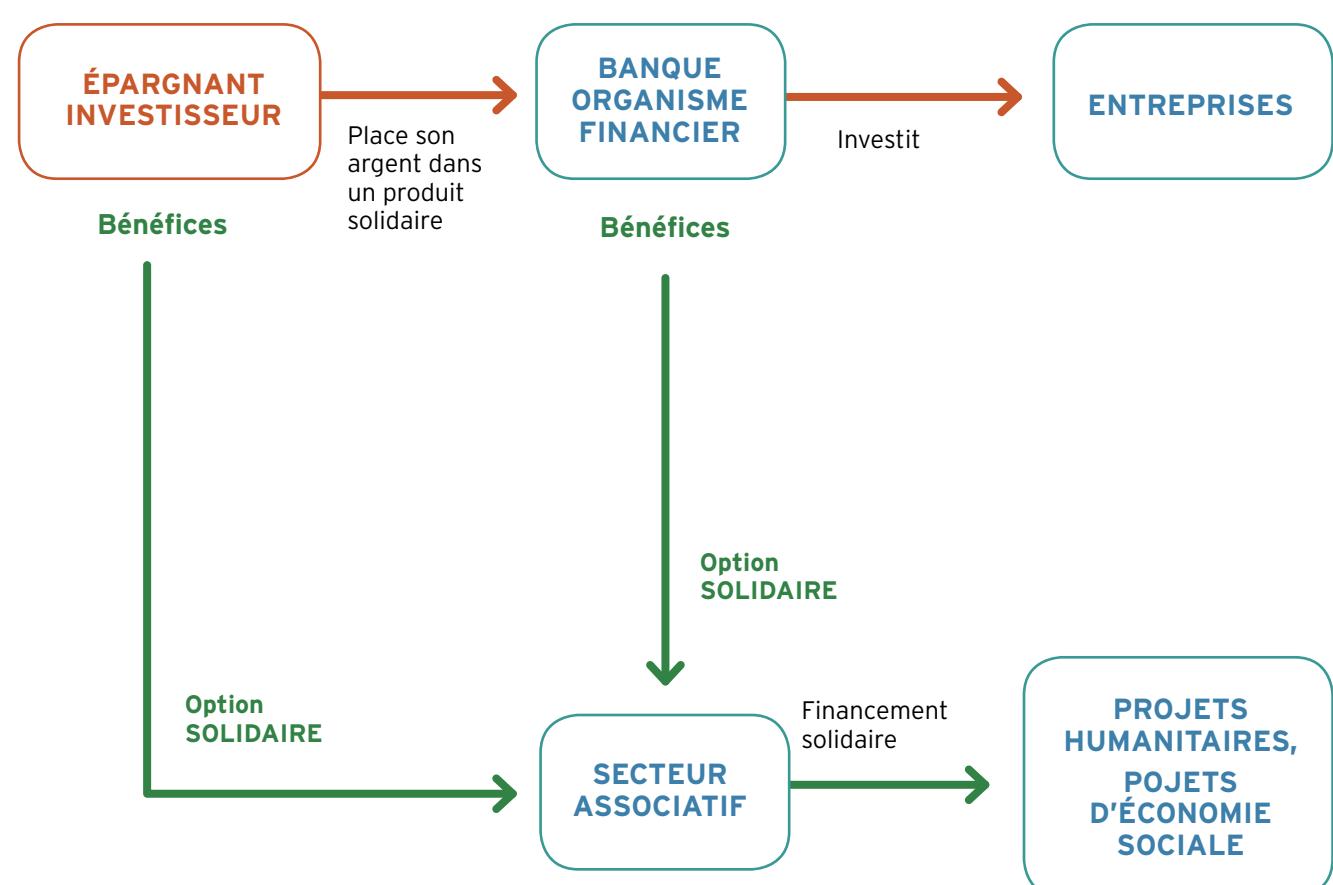
Enfin, il appartient à l'épargnant de s'assurer que la démarche solidaire du produit correspond à ses attentes. Certains promoteurs pourraient être tentés de pratiquer une «solidarité de façade» – solidarité réduite à sa plus simple expression, en vue de redorer leur image de marque. À l'investisseur d'être vigilant et critique sur la qualité de la solidarité qui lui est proposée.

LE GARDE-FOU

Il n'existe pas encore, en Belgique, de label solidaire, qui distingue les produits d'épargne solidaires des produits d'épargne classiques. Cela devrait toutefois être le cas rapidement puisque le Réseau Financement Alternatif réalise actuellement, avec l'association française FINANSOL et la Fédération européenne de Finances et Banques Éthiques et Alternatives (FEBEA), un programme financé par la Commission européenne dont l'ambition est précisément de créer un label solidaire européen.

Ce label concernera les produits de partage solidaire mais aussi les produits d'investissement éthique et solidaire, sur lesquels nous reviendrons dans un prochain article.

Placer son argent dans des produits solidaires n'est pas un don, c'est concilier investissement et générosité.



Quels sont les produits financiers éthiques et solidaire existants sur le marché belge francophone ? Réponse page 8



Frédéric-Guillaume Raiffeisen (1818-1888), un des précurseurs du crédit mutuel.

ou que la maladie frappe le bétail pour qu'ils ne puissent payer le prix de cette location à leur créancier. Ils sont alors forcés de vendre leurs biens pour se libérer de leurs dettes et, privés de leur propriété, de devenir journalier et donc de se proletariser.

DE LA SOCIÉTÉ COOPÉRATIVE AU CRÉDIT MUTUEL

Le concept de Frédéric-Guillaume n'aura de cesse d'évoluer. Il fonde bientôt l'«Association charitable d'Heddesdorf» avec une soixantaine d'habitants aisés. Il reprend les idées qu'il avait mises en application avant, mais l'objet poursuivi est plus vaste puisque l'association se propose de promouvoir l'amélioration de la condition matérielle par tous les moyens appropriés, tels que l'assistance aux enfants abandonnés et leur éducation, l'emploi de chômeurs et de délinquants libérés, la fourniture à crédit de bétail aux cultivateurs sans ressources, et enfin la constitution d'un caisse de crédit à l'intention des classes modestes. Ces caisses de crédit mutual se multiplieront dans toute l'Allemagne.

Frédéric-Guillaume Raiffeisen, le père du crédit mutuel, a aussi contribué à l'émergence de cette idée de regrouper les gens pour qu'ils s'entraident et peut également, à ce titre, être considéré comme un précurseur de la coopérative.



Confianza UNE DES MEILLEURES EXPÉRIENCES DE MICRO-FINANCE AU PÉROU

On n'aurait pas pu trouver un nom plus adéquat pour définir cette institution de micro-crédit qui ose croire au potentiel de développement de milliers de petits paysans et micro-entrepreneurs andins du centre du Pérou. Depuis 1998, cette institution prête à ceux que les banques commerciales ont laissés de côté, soit qu'ils veuillent emprunter de petits montants, qu'ils aient peu de garanties à offrir, qu'ils vivent dans des régions retirées, ou simplement qu'ils ne puissent remplir les papiers de demande de crédit, faute de pouvoir lire ou écrire.

Près de 80% de la population active du Pérou est employée dans le secteur informel. Plus de la moitié sont des femmes qui gèrent de petites activités agricoles, de petits commerces ou des services. Elles se retrouvent souvent seules face à la lourde tâche de sortir leur famille de la pauvreté car, pour beaucoup, leurs maris sont partis vivre dans les villes situées à proximité des mines pour y travailler. Dans les provinces retirées de Junin et Huancavelica dans les Andes péruviennes, les familles sont totalement dépendantes de l'agriculture à petite échelle et de l'élevage de quelques bêtes. L'accès au crédit est pour elles une question de survie.

Heureusement, bon nombre de ces femmes ont croisé le chemin de l'ONG péruvienne SEPAR (Servicios Educativos, Promoción y Apoyo Rural), créée en 1987 avec comme mission d'aider les femmes de Junin et Huancavelica à mieux s'organiser et leur donner un accès au crédit pour financer leurs activités agricoles tout en leur proposant des formations en comptabilité et gestion. Dès qu'elles ont com-



Confianza offre aux micro-entrepreneurs plus qu'un soutien économique: elle leur permet aussi d'acquérir une certaine autonomie, une reconnaissance sociale, ainsi que plus de confiance et de responsabilité au sein de leur famille.

mencé à travailler avec SEPAR, les revenus de ces femmes ont sensiblement augmenté, ce qui a contribué à l'amélioration des conditions de vie de leur famille. Le succès de SEPAR était tel qu'il mena, en 1997, à la séparation des activités de crédit de SEPAR pour les mener au sein d'une entité indépendante: l'Edpyme CONFIANZA.

Lorsque CONFIANZA démarra officiellement ses activités en juin 1998, son portefeuille de crédit comportait 799 petits prêts pour une valeur totale de 389.000 dollars. En décembre 2005, CONFIANZA gérait un portefeuille de crédits de plus de 22 millions de dollars, pour 26.000 crédits en cours à près de 24.000 clients actifs, qu'elle sert au travers de ses 10 agences installées dans les campagnes des environs de Huancayo. CONFIANZA a diversifié son portefeuille et, bien que les femmes paysannes restent sa cible privilégiée, des hommes bénéficient aussi de ses programmes; en outre, CONFIANZA octroie, à présent, 1/3 de son portefeuille au secteur urbain, au travers de l'appui de petits commerces et services dans les villes. Tandis que CONFIANZA gère les crédits, l'ONG SEPAR se charge de donner les formations d'accompagnement en gestion, afin que les bénéficiaires puissent retirer une plus-value maximale de leur crédit.

Comment Confianza a aidé Macedonia

Malgré les crises économiques et politiques du pays, le taux de remboursement des crédits reste très satisfaisant: 96,5%. Selon une enquête menée auprès des bénéficiaires, la majorité des bénéfices des activités

Macedonia est une des femmes micro-entrepreneurs qui a trouvé un vrai appui auprès de SEPAR puis de CONFIANZA. A 40 ans, elle est veuve et habite Hualhuas, un village près de Huancayo. Son premier financement, d'un montant de 1.500 Soles (380 EUR), Macedonia l'a demandé à SEPAR, en 1993, afin d'acheter des veaux, les engranger et ensuite les revendre au poids sur le marché. Avant d'avoir accès au crédit, Macedonia ne pouvait élever que 2 veaux. Grâce aux micro-crédits qu'elle a reçus, Macedonia peut travailler avec 6 veaux et a pu acheter un terrain pour qu'ils puissent paître. Avec le bénéfice qu'elle retire de la vente de ses veaux (elle les acquiert à 1.000 Soles et les revend, après 3 ou 4 mois, à 1.500 Soles) et après avoir remboursé son crédit, elle achète des semences de maïs, qu'elle cultive sur 1,5 hectare et qu'elle vend après 7 mois de travail aux grossistes de Lima, la capitale du Pérou. Macedonia achète aussi de la laine et des tissus pour confectionner des habits qu'elle vend le dimanche sur le marché de Huancayo et dans la petite échoppe de vêtements que sa fille aînée.

Aujourd'hui, Macedonia a 6 crédits en cours avec CONFIANZA. Elle épargne pour pouvoir acheter un terrain plus grand, afin de cultiver davantage de maïs et des pommes de terre. Elle voudrait aussi acheter un ordinateur pour sa fille qui voudrait étudier à l'université.

«Grâce aux micro-crédits que j'ai reçus de CONFIANZA, j'ai pu investir et rendre mes activités plus rentables, et ainsi améliorer ma vie et celle de ma famille, ce que je n'aurais pas pu faire avec une autre banque, qui demande des taux d'intérêts trop élevés. J'ai aussi acquis plus de confiance en moi... et les autres aussi!» dit-elle.

qui met en action des citoyens dans leur diversité. Un travail d'éducation permanente, tourné vers un large public, permet de s'approprier collectivement des outils d'information et d'analyse critique de la société; d'amener une réflexion sur le statut et le rôle de chacun comme citoyen-consommateur-travailleur; de transformer un sentiment individuel d'impuissance en une force de changement collectif; de contribuer à réhabiliter le politique en valorisant la participation démocratique à tous les niveaux de la vie citoyenne.

Ces missions sont accomplies avec la participation de 3.000 bénévoles qui constituent les équipes locales de OXFAM-Magasins du monde, les J'M du monde, les groupes d'action. Ces bénévoles sont appuyés par une équipe de 70 permanents salariés regroupés dans le centre de Wavre et 5 bureaux régionaux.

Pour conscientiser le grand public à ces enjeux, Oxfam-Magasins du monde en collaboration étroite avec Oxfam-Solidarité, également actif dans la filière de vêtements de seconde main, a lancé l'opération: «Ils peuvent aller se rhabiller pour 10€!»

Plusieurs personnalités ont accepté d'être prises en photo avec une tenue vestimentaire de seconde main. Elles affichent ainsi leur adhésion à la démarche et une bonne petite dose d'humour.

Oxfam-Magasins du monde travaille sur ces deux axes en tant que mouvement

de seconde main. A travers une quarantaine de points de vente répartis en Région wallonne et à Bruxelles, grâce à l'appui des équipes locales de bénévoles, différents enjeux se juxtaposent.

Donner et acheter des vêtements de seconde main, c'est en effet:

- Contribuer concrètement et directement au financement des projets de solidarité d'Oxfam-Solidarité, leur partenaire.
- Lutter contre les inégalités sociales dans la consommation. Donner à toutes et tous la possibilité de s'habiller à un prix peu élevé.
- Participer au recyclage et à une geste citoyen de développement durable.
- Combattre le gaspillage.

Cette campagne s'est déclinée en plusieurs temps. L'«Autre Quotidien» (la publication d'Oxfam-Magasins du monde, genre «Métro») est distribué dans les gares dans le courant du mois de mars à 50.000 exemplaires. Des folders retracrant le cycle d'un vêtement sont disponibles dans tous les magasins

d'Oxfam-Magasins du monde et d'Oxfam-Solidarité.

Un ensemble de conférences de presse régionale, d'animations locales se sont déroulées aux quatre coins du pays dans les magasins de seconde main d'Oxfam-Solidarité et d'Oxfam-Magasins du monde. Enfin lors des dernières

Ils peuvent aller se rhabiller pour 10€ !

Oxfam-Magasins du monde bénéficie également du soutien de plusieurs produits éthiques et solidaires. Cette association qu'on ne présente plus, a lancé au mois de mars une nouvelle campagne pour sensibiliser le grand public à l'achat et à la vente de seconde main.

Acheter en seconde main!: c'est faire des économies... mais pas seulement.

Étes-vous hyper ou alter-consommateur?

Réponse page 7

Oxfam-Magasins du monde est une association qui travaille selon deux axes principaux. Développer le commerce équitable et les actions solidaires d'une part et former un contre-pouvoir face aux entreprises multinationales, interpellant les pouvoirs politiques pour les contraindre à agir pour le bien commun, dans l'intérêt de tous d'autre part.

Oxfam-Magasins du monde travaille sur ces deux axes en tant que mouvement

Age d'Or Services fait rimer proximité et qualité

Age d'Or Services est une coopérative à finalité sociale. Elle propose des services de proximité et de transport auprès des seniors et des personnes à mobilité réduite. En même temps qu'elle permet à ces personnes de sortir de leur isolement, elle fournit un travail à ceux qui n'en n'ont pas toujours eu, tout en garantissant une qualité de service irréprochable. Aujourd'hui, Age d'Or Services étend encore ses activités

Age d'Or Services voit le jour en mars 99 lorsqu'Eric Guyot, le directeur actuel, obtient pour la Belgique le «Master Franchise» de ce concept apparu en France en 1982. Aujourd'hui, la coopérative compte 463 collaborateurs et est devenue le premier réseau privé d'économie sociale spécialisé dans la prestation de services de proximité et de transport auprès des seniors et des personnes à mobilité réduite.

DE L'ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ AU DRIVE-IN DE REPASSAGE

Une large panoplie de services aux personnes âgées est proposée, depuis la mise à disposition d'un transport particulier jusqu'à la fourniture de services plus spécifiques tels qu'accompagner une personne à la banque ou l'aider à faire ses courses. Grâce à ses véhicules spécialement équipés et ses chauffeurs disposant d'un réel sens de l'accueil et de la proximité, les déplacements se font en toute sécurité. Depuis 2003, l'Age d'Or Services est agréé «titres-services», une facilité pour l'utilisateur qui réglera l'ensemble des services, y compris l'accompagnement personnalisé, via une prestation horaire de 6,7€.

Eric Guyot a obtenu en 2002 le Prix Mercure de l'Economie sociale. «Cela nous a incité à continuer sur la voie du professionnalisme. Briser l'isolement et la solitude par une présence active aux côtés de celles et ceux qui ont besoin d'un soutien dans leur mobilité, c'est le cœur de l'activité de l'Age d'Or Services.» explique le directeur de la coopérative.

Age d'Or Services a développé un nouveau service: le «Repass drive'in», un service unique de dépôt du linge préalablement lessivé. Mais là encore, Eric Guyot a misé sur la qualité de service et a mis en place «un puissant système de traçabilité jamais encore imaginé en Belgique. Il permet de connaître à tout ins-

tant l'état d'avancement des mannes à linge. Ce système unique fera l'objet d'un agrément ISO dans le courant 2006/2007».

COMBINAISON UNIQUE DE QUALITÉ ET DE VOCATION SOCIALE

Les services de proximité offerts par l'Age d'Or Services sont tous de qualité irréprochable. Mais en même temps, l'organisation offre des chances d'emploi à plusieurs personnes dont les chances d'en trouver un sur le marché de travail classique sont réduites. Cela ne veut pas dire pour autant que n'importe qui peut espérer être engagé. «Nos aides-ménagères sont rigoureusement sélectionnées en fonction



Briser l'isolement et la solitude par une présence active aux côtés de celles et ceux qui ont besoin d'un soutien dans leur mobilité, c'est le cœur de l'activité de l'Age d'Or Services.

© Bart Lasry

Journées Partenaires, deux objectifs ont été poursuivis:

- rencontrer 3 partenaires de commerce équitable Oxfam-Made in dignity pour échanger
- rencontrer 1 partenaire d'Oxfam-Solidarité soutenu grâce au fonds Made in dignity (commerce solidaire des vêtements de seconde main) pour échanger



Oxfam a donc accueilli Samy de Swate (Pour l'abolition de la discrimination des Dalits après le Tsunami en Inde), Swapna d'EMA (Le soutien d'artisans pour une production de qualité dans la région de Kolkata en Inde), Mlle Boonjira Tanruang de Green Net en Thaïlande (Pour une production agricole respectueuse de l'environnement) et Lenin de Prosalud initiative d'Oxfam-Solidarité (Pour l'accès à des services sociaux de base au Nicaragua) soutenue par les moyens issus de l'activité de vêtements de seconde main au sein de Oxfam-Magasins du monde.

Ethias Assurances soutient les projets d'Oxfam-Magasins du monde grâce à son produit Ethico Invest.

www.madeindignity.be

Ils peuvent aller se rhabiller pour 10€, ça veut dire que...

- quand je donne des vêtements de seconde main de qualité, ils peuvent se rhabiller
- grâce aux bénéfices, des partenaires du Sud peuvent s'organiser pour vivre décemment
- des gens en Belgique peuvent s'habiller à des prix abordables
- il est possible de s'habiller pour pas cher, je peux aller me rhabiller
- c'est à la mode
- c'est l'économie solidaire du réemploi
- je lutte contre la surconsommation, les multinationales peuvent vraiment aller se rhabiller
- en donnant des vêtements de qualité, j'accomplis une démarche respectueuse. Les associations ont en effet besoin de solidarité. Elles n'ont pas à gérer les rebut et déchets.



Mon argent n'est pas tabou

Que l'on soit fauché comme les blés ou riche comme Crésus, les rapports avec l'argent sont loin d'être neutres. Alors que ce formidable instrument d'échange devrait se borner à passer entre nos doigts sans nous troubler, il nous affecte et nous tourmente. Nous avons demandé à quelques personnes à quoi elles pensaient, quand elles songeaient à l'argent et quelle relation elles entretiennent avec lui.

Voici quelques morceaux choisis.

André Wallemacq
notaire, Bruxelles

En ma qualité de notaire honoraire et de grand-père, j'ai beaucoup (trop) à dire sur l'argent.

Je tiens l'argent pour utile et respectable.

J'ai trop vu des familles se déchirer pour l'argent mal pensé des successions pour ne pas insister ici sur la nouvelle donne en la matière: l'allongement de la longévité, les besoins légitimes des jeunes et l'avenir des très jeunes doivent inciter les parents non à thésauriser, mais à:

- donner à leurs enfants les moyens d'une existence qui ne soit pas asservie à boucler les fins de mois, au péril de leur ménage et de leur qualité de vie.
- investir dans l'avenir des petits-enfants, leur permettant de trouver au seuil de leurs études supérieures un capital-subsidy leur permettant d'optimiser celles-ci par un séjour à l'étranger, l'apprentissage d'une langue ou tout autre choix de promotion personnelle.

Il ne s'agit pas de se « déshabiller avant de se coucher » comme trop souvent déconseillé dans une vision à court terme, ni de couvrir d'or une vie trop facile parce qu'on a soi-même manqué, mais de gérer au présent la chance de disposer de biens.

Surtout s'il s'agit d'héritages, dont hier on s'est passé, et qui nous sont transmis au prix des efforts et des privations de ceux qui nous les laissent.

Les propos qui précèdent sont destinés aux nantis: qu'ils soient aussi écoutés parmi tant d'avis sur l'argent.

Sur www.financite.be
Vous rencontrerez:

Fédéric Soete
citant Homère

Pourquoi as-tu choisi un quartier et une maison si pauvres ?
Notre père, à la fin de sa vie, était pauvre, il l'a d'abord supporté, ensuite il l'a voulu.
Pourquoi ?
Il disait: Pas de fardeau inutile.

Fioreenza Molonia
presque grand-mère

J'ai de la joie à donner et cette joie est ma récompense.

Jean-Jacques Ozbakar
étudiant philosophe

Je sens, dès à présent que notre relation avec l'argent façonne, en quelque sorte, notre futur (...). L'argent ne peut-être une fin mais il peut-être un moyen vers un monde autre. A vous de jouer...

Si j'investis dans un produit éthique et solidaire, est-ce forcément à ma charge ?
Réponse page 3

VOUS AVEZ UN AUTRE AVIS SUR L'ARGENT ?
VOUS VOULEZ EN CONNAÎTRE D'AUTRES ?

Rendez-vous sur www.financite.be

MA FinanCité
ÉTHIQUE

Deutsche Telekom, performante et... éthique

Avec un chiffre d'affaires de 55 800 euros en 2003 et 251 000 personnes occupées, la société allemande Deutsche Telekom est la première société de télécommunications en Europe et l'une des plus grandes au monde. A cause d'une politique peu claire vis-à-vis du coltan, l'entreprise avait été évacuée des fonds d'investissement de la banque Triodos. Aujourd'hui, elle y figure à nouveau.

Cheminement d'une société qui se sent responsable de son environnement.

Le coltan est un minéral dont est extrait le tantale, un élément métallique utilisé dans l'électronique, l'aviation et l'industrie médicale. L'extraction du coltan est une activité lucrative mais elle mène dans certaines régions, notamment en République démocratique du Congo, à de graves préjudices. La plupart des mines se trouvent en effet dans des parcs nationaux et les rebelles qui gèrent ces régions se sont livrés à des atrocités humanitaires, à des déforestations, à des chasses illégales et à l'abattage pur et simple d'espèces menacées aux seules fins de l'extraction du minéral.

En juin 2005, Deutsche Telekom n'intervenait pas dans la politique de ses fournisseurs. Les lignes directrices de l'entreprise en matière de passation de marchés traitaient des aspects environnementaux, tels que la réduction des matériaux dangereux, mais la question du coltan n'était pas abordée explicitement.

RESPONSABLE AUSSI DE SES FOURNISSEURS

Bien sûr, les entreprises actives dans le secteur des services de télécommunication ne sont pas directement responsables de l'utilisation qui est faite du coltan. Toutefois, elles peuvent influer sur leurs fournisseurs à cet égard. Deutsche Telekom a commencé à prendre conscience du problème et rapidement, elle a lancé des enquêtes sur l'utilisation du coltan dans les produits de ses fournisseurs. Son fournisseur Siemens par exemple, et son principal sous-traitant Kemet ont assuré ne pas tirer la matière première coltan de régions où l'environnement risquait d'être mis à mal par l'extraction de ce minéral, du moins suivant leurs connaissances. Deutsche Telekom a également soumis à l'examen ses propres produits, manufacturés par HTC Taiwan.

Le fait que Deutsche Telekom ait modifié sa politique, l'a rendue transparente et ait pris des options claires par rapport à l'usage du coltan justifie son retour dans le fonds d'investissement de Triodos.

En décembre 2005, Deutsche Telekom a signé une déclaration sur le coltan. La société déclare n'acheter ni coltan ni tantale – le métal qui en est extrait – en tant que matière première.

Mais elle va plus loin. Comme elle vend de nombreux produits contenant du tantale, l'entreprise entend exploiter tous les moyens à sa disposition pour réduire et, à long terme, prévenir totalement tout préjudice occasionné aux personnes et à l'environnement pour extraire le minéral.

Pour y arriver, Deutsche Telekom a mis en place une politique spécifique pour ses fournisseurs de coltan. Tout d'abord, elle leur de-



Les sociétés de télé-
communication ont une
responsabilité devant
les atrocités commises
au nom du tantale.

Comment déterminer qu'une entreprise est apte à entrer dans un fonds de placement éthique ?

Le Triodos Values Fund et la gestion de fortune durable de la Banque Triodos appliquent des critères de durabilité auxquels les entreprises et organisations doivent satisfaire pour entrer en ligne de compte pour un investissement. Ces entreprises et institutions, sélectionnées au terme d'un screening sur base de critères sociaux et environnementaux, sont inventoriées dans une liste établie par l'unité de recherche Triodos Fonds Management. Le gestionnaire de portefeuille ou le gestionnaire de fortune investissent sur la base de critères financiers dans des entreprises et institutions qui sont reprises dans cette liste.

Dans une enquête de durabilité, l'entreprise est jugée en termes absolus et par rapport à ses concurrents dans le secteur. Dans un souci d'actionnariat actif, l'entreprise est informée du jugement rendu et les enquêteurs avancent aussi des suggestions d'amélioration.

→ LA TRIBUNE Financité

Eric Fouquier

Une étude menée par le bureau d'études Théma montre que 25 % des consommateurs sont en fait des alterconsommateurs. Ces gens-là, peut-être vous, achètent tout autant que les autres mais voient dans leur acte de consommation, un possibilité de faire évoluer le monde. Une nouvelle pleine d'espoir... dixit Eric Fouquier, le responsable de cette étude.

Financité : votre étude montre que 25 % des consommateurs sont en fait des alterconsommateurs. Pourtant les alterconsommateurs sont le parent pauvre du marketing ? Pourquoi ?

ÉRIC FOQUIER : Le modèle du consommateur que les gens du marketing adorent, c'est l'hyperconsommateur. Et on les comprend car c'est un consommateur qui a besoin d'objets pour exister, pour qui les objets de consommation deviennent véritablement des instruments de vie, des médiateurs obligatoires du bonheur et de la vie. C'est ce genre de consommateur que l'on trouve par exemple, à la télévision à 20H30 dans les écrans pub du monde entier. C'est celui qui sert assez souvent comme modèle d'inspiration de la publicité. Et ce modèle a fonctionné pendant des décennies.

Financité : Et les alterconsommateurs alors ?

ÉRIC FOQUIER : Il se trouve que cet alterconsommateur est un être qui pense que le monde matériel n'est pas le seul moyen pour accéder au bonheur. Il est à la recherche d'autre chose. Il entretient un rapport différent avec les objets. En plus, il développe une forme de doute sur la société de son temps, sur le « tout progrès », le « tout économique », le « tout marchand ». Il est au confluent de deux lignes de réflexion sur le matérialisme d'une part (est ce que le matérialisme est la seule issue pour l'homme ?) et sur la société qui l'entoure d'autre part (est ce que cette société actuelle de progrès intensif et progressif construite autour de la notion de société industrielle est la seule forme sociale qui nous permettra de nous développer en tant qu'être humain ?). Les alterconsommateurs ne sont pas très agréables aux oreilles des marketeurs et des publicitaires dans la caricature qu'on en fait, parce qu'ils représentent le caillou dans la chaussure, l'épine dans le pied. Ils empêchent de faire le métier comme on le faisait.

Financité : Les alterconsommateurs sont-ils juste un phénomène de mode ?

ÉRIC FOQUIER : Il y a une légère croissance annuelle depuis 3 ans de cette population en France. Ça veut dire que ce n'est pas une population éphémère comme on en entend parfois dans le marketing tels les bobos, une



population qui monte et puis disparaît. Ici, c'est une population qui reste et qui croît légèrement. C'est un courant d'idée qui touche une grande partie des gens dans l'Europe entière. Il est accroché au sentiment qu'ont les Européens que l'environnement est en danger et ils se demandent ce qui le met en danger: le progrès, le gaspillage et donc, dans une certaine mesure, les marques qu'ils consomment. Si j'achète une marque avec beaucoup de suremballage par exemple, je contribue au gaspillage. Si j'achète des marques qui créent de la pollution pour fabriquer leurs produits, je contribue à cette mise en danger de l'environnement. Cette prise de conscience alter est accrochée à ce souci pour l'environnement. Or, étant donné que les soucis pour l'environnement ne vont pas régresser – on sait bien qu'ils ont plutôt tendance à s'aggraver – on peut penser que cette population va plutôt avoir tendance à se développer qu'à se réduire.

Financité : De notre côté, on sent qu'un nombre de plus en plus grand de personnes souhaitent épargner ou investir leur argent différemment, en tenant compte non pas uniquement de critères strictement éco-nomiques mais aussi de critères humains, environnementaux, sociaux...

ÉRIC FOQUIER : Quand on interroge l'alterconsommateur pour le compte des banques et notamment pour des banques mutualistes, sur son rapport à l'argent, son rapport aux banques et dans le rôle que devraient jouer les banques dans la société, cet alterconsommateur tient le raisonnement suivant : « je suis libre d'investir mon argent par mes achats soit sur des marques qui sont correctes par rapport à l'environnement écologique ou social ou au contraire, je peux l'investir dans des marques qui ne le sont pas. Moi, consommateur alter, je décide de sponsoriser les marques correctes. » C'est-à-dire qu'avec son argent, il fait plus qu'acheter des produits qui répondent à certains critères économiques ou de qualité, il sponsorise des entreprises qui lui semblent aller dans le bon sens. L'alterconsommateur a une utopie d'un monde équilibré, sur le plan environnemental et social et il achète à des entreprises qui partagent la même utopie. Donc, c'est un sponsor. C'est le même mécanisme sur les placements éthiques. Je n'ai pas la mesure directe mais ce que je note, c'est la coïncidence entre l'alterconsommateur qui achète de la soupe au

« L'alterconsommateur a une utopie d'un monde équilibré, sur le plan environnemental et social et il achète à des entreprises qui partagent la même utopie. Donc, c'est un sponsor. C'est le même mécanisme sur les placements éthiques. »



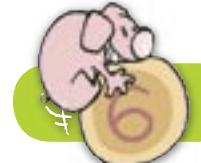
« Les alterconsommateurs ne sont pas très agréables aux oreilles des marketeurs et des publicitaires dans la caricature qu'on en fait, parce qu'ils représentent le caillou dans la chaussure, l'épine dans le pied. »

rayon de son hypermarché et l'alterinvestisseur qui achète des produits éthiques dans le rayon bancaire.

Financité : Pour initier cette rubrique du Financité Magazine, quelle la chose essentielle à dire par rapport à la finance éthique et solidaire ?

ÉRIC FOQUIER : Le message le plus important me semble-t-il est très bien exprimé dans le mot « consommatrice ». Le consommateur découvre qu'il est un acteur important, indispensable et fondamental des circuits économiques. Il essaie de peser sur l'évolution de son pays. Cela me semble être une nouveauté pleine d'espoir. Que les gens sortent de la passivité et commencent à vouloir intervenir. Avec la finance, on est au cœur de la machine, encore beaucoup plus qu'avec la consommation. Les alterinvestisseurs ne sont probablement pas des gens qui vont peser très lourd dans le jeu financier mais ils sont au cœur symbolique d'un mouvement. C'est assez intéressant de voir ce qui va se produire. Je ne crois pas que ça va aller très vite et très fort mais en revanche, ce sera très important.

« Avec la finance, on est au cœur de la machine, encore beaucoup plus qu'avec la consommation. »



Investissez dans des produits éthiques et solidaires Financité magazine

Financité magazine

Contre les investissements en Birmanie ? Agissez via www.financite.be



Épargner/Investir

LES PRODUITS FINANCIERS ÉTHIQUES ET SOLIDAIRES EXISTANTS SUR LE MARCHÉ BELGE FRANCOPHONE

NOM	TYPE DE PRODUITS	RISQUE	INVESTISSEMENT MINIMUM	TYPE DE MÉCANISME SOLIDAIRE	TYPE DE PROJETS BÉNÉFICIAIRES
Epargne Triodos (Banque Triodos)	Compte d'épargne	0	Pas de montant minimum	Produit d'investissement et de partage solidaire : *votre épargne est réinvestie selon la philosophie de la Banque Triodos qui se veut une banque durable pour l'ensemble de ses activités. *Le promoteur et vous éventuellement (en option) rétrocédez une partie des bénéfices à une association de votre choix.	*Investissement uniquement dans des projets ou entreprises porteurs d'une valeur ajoutée pour l'Homme, la culture et l'environnement. *Partage au bénéfice d'associations actives dans l'économie sociale, l'environnement, la lutte contre l'exclusion, l'éducation & la formation, les relations Nord-Sud,...
Epargne Cigale (Fortis Banque)	Compte d'épargne	0	Pas de montant minimum	Produit de partage solidaire: *le promoteur et vous éventuellement (en option) rétrocédez une partie des bénéfices à une association de votre choix.	*Partage au bénéfice d'associations actives dans l'économie sociale, l'environnement, la lutte contre l'exclusion, l'éducation & la formation, les relations Nord-Sud,...
Epargne de proximité L'AUBE, LA BOUÉE, LES ECUS BALADEURS, LA FOURMI SOLIDAIRE, LE PIVOT	Mise en commun d'épargne privée, à des fins sociales	0	Pas de montant minimum	Produit d'investissement solidaire: *vous investissez directement votre argent dans des projets/associations.	*Investissement uniquement dans des projets ou entreprises actives dans l'économie sociale, la lutte contre l'exclusion, l'éducation & la formation, la santé et la culture.
AlterVision Balance Europe (Fortis Banque)	Fonds de placement	2 sur une échelle de 6. 50% actions 50% obligations	+/-330 €	Produit de partage solidaire: *le promoteur rétrocède une partie des frais d'entrée à une association de votre choix.	*Partage au bénéfice d'associations actives dans l'économie sociale, l'environnement, la lutte contre l'exclusion, l'éducation & la formation, les relations Nord-Sud,...
Evangelion (Fortis Banque)	Fonds de placement	1 20% actions, 70% obligations, 10% instruments du marché monétaire libellé en €	+/- 275 €	Produit de partage solidaire: *le promoteur rétrocède une partie des frais d'entrée à une association de votre choix.	*Partage au bénéfice de la formation à l'Evangile et au soutien aux médias chrétiens.
Triodos Values Fund European Bonds (Banque Triodos)	Fonds de placement	1 100% obligations	250 €	Produit de partage solidaire: *le promoteur rétrocède une partie des frais d'entrée à une association de votre choix.	*Partage au bénéfice d'associations actives dans l'économie sociale, l'environnement, la lutte contre l'exclusion, l'éducation & la formation, les relations Nord-Sud,...
Triodos Values Fund International Equities (Banque Triodos)	Fonds de placement	3 100 % actions	250 €	Produit de partage solidaire: *le promoteur rétrocède une partie des frais d'entrée à une association de votre choix.	*Partage au bénéfice d'associations actives dans l'économie sociale, l'environnement, la lutte contre l'exclusion, l'éducation & la formation, les relations Nord-Sud,...
Certificats d'action de la banque Triodos (Banque Triodos)	Période de souscription écoulée	0	xxx	Produit d'investissement solidaire: *la Banque Triodos se veut une banque durable pour l'ensemble de ses activités.	*Investissement uniquement dans des projets ou entreprises porteurs d'une valeur ajoutée pour l'Homme, la culture et l'environnement.
AlterVision Croix Rouge (Fortis Banque)	Fonds de placement	75 % obligations 25% actions	+/-1430 €	Produit de partage solidaire: *le promoteur et vous éventuellement (en option) rétrocédez une partie des bénéfices.	*Partage au bénéfice de la Croix Rouge.
Obligation du Fonds de l'économie sociale et durable	Période de souscription écoulée	0	xxx	Produit d'investissement solidaire: *le promoteur investit directement votre argent dans l'économie sociale et durable.	*Investissement uniquement dans des projets ou entreprises de l'économie sociale et durable en Belgique.
Ethico Invest (Ethias Assurances)	Produit d'assurance	4 sur une échelle de 6.	+/-120 €	Produit de partage solidaire: *vous éventuellement (en option) rétrocédez une partie des bénéfices à une association/projet de votre choix.	*Partage au bénéfice d'associations actives dans l'économie sociale, l'environnement, la lutte contre l'exclusion, l'éducation & la formation, les relations Nord-Sud,...
Parts de coopérateur CREDAL - CRÉDAL	Parts de coopérateur	0	10, 100 ou 500 € selon la formule	Produit d'investissement solidaire: *vous investissez directement votre argent dans des projets soutenus par la coopérative.	*Investissement uniquement dans des ASBL et entreprises d'économie sociale et actives dans la lutte contre l'exclusion.
Parts de coopérateur VOOC -SCOD	Parts de coopérateur	0	250 €	Produit d'investissement solidaire: *vous investissez directement votre argent dans des projets soutenus par la coopérative.	*Investissement uniquement dans des projets dans les pays en voie de développement.
Parts de coopérateurs Alterfin	Parts de coopérateur	0	130,20 €	Produit d'investissement solidaire: *vous investissez directement votre argent dans des projets soutenus par la coopérative.	*Investissement uniquement dans des projets dans les pays en voie de développement, dans les relations Nord-Sud

Produit de partage solidaire VS produit d'investissement solidaire : quelle différence ?

Un produit de partage solidaire signifie qu'une partie du bénéfice tiré de votre argent est reversé à des associations ou projets.

Un produit d'investissement solidaire est une démarche plus impliquée. Cela signifie que, via le promoteur du produit, vous investissez directement le capital dans une association ou projet solidaire.

Agir

IL Y A DIFFÉRENTS MOYENS DE FAIRE ENTRER LA CITOYENNETÉ DANS LE CHAMP DE LA FINANCE. LEQUEL CHOISISSEZ-VOUS ?

ENVOYER À VOTRE COMMUNE UNE CARTE ÉLECTRONIQUE

pour qu'elle fasse pression sur sa banque et que celle-ci cesse d'investir dans des sociétés qui ne respectent pas les droits de l'homme.

Pour envoyer la carte, rendez-vous sur www.financite.be

Mais aussi

SOUTENIR FINANCITÉ MAGAZINE et permettre qu'il soit diffusé à plus grande échelle encore. Versez 10€ sur le compte 001-1010631-64.

VISITER LE SITE www.financite.be vous y trouverez une foule d'informations et d'outils sur la finance solidaire.

DEVENIR MEMBRE DU RÉSEAU FINANCEMENT ALTERNATIF, à l'initiative du projet FINANCITÉ. En plus de recevoir le FINANCITÉ magazine, le Guide des placements éthiques et solidaires, vous aurez la possibilité de participer et voter aux assemblées générales du RÉSEAU.

DEVENIR AMBASSADEUR POUR FINANCITÉ pour vous impliquer dans cette démarche citoyenne.

Pour tout renseignement, vous abonner, devenir membre ou bénévole, rendez-vous sur www.financite.be ou téléphonez au 081/ 7115 71.

FINANCITÉ Magazine est une édition du RÉSEAU FINANCEMENT ALTERNATIF. Son but est de faire connaître la finance solidaire à un public le plus large possible.

Ce numéro est réalisé grâce au soutien de la Région wallonne et de nos partenaires: Alterfin, Crédal, Ethias Assurances, la Fondation Saint Paul, le Fonds de l'économie sociale et durable et Triodos.

Rédaction et abonnement:
Avenue cardinal mercier 53 - 5000 Namur
Tél: 081/ 7115 71 - Fax: 081/ 74 27 71
Ou via notre site www.financite.be

Editeur responsable:
Bernard Bayot

Ont collaboré à ce numéro:
Bernard Bayot, Julie Delpechin, Lise Disneur, Jean-Denis Kestermans, Nathalie Lemaire, Françoise Radermacher, Laurence Roland, Lieve Schreurs.

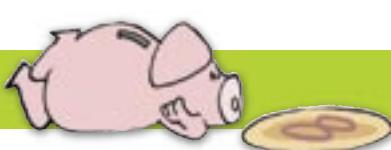
Illustrations: Vince (www.vince-cartoon.be)

Graphisme et mise en page:
Louise Laurent (www.louiselaurient.be)

Partenaires presse



www.journaldumardi.be



Conciliez finance et citoyenneté **Financité** magazine