

# QUEL EST L'IMPACT REEL DU COMMERCE EQUITABLE SUR LE DEVELOPPEMENT LOCAL ?

Au-delà du segment producteur-consommateur, quelle « plus-value solidarité internationale » apporte le commerce équitable promu par les associations ?

Il faut pour cela que l'impact du commerce équitable se ressente sur un développement durable à l'échelle internationale, au-delà du segment producteur-consommateur stricto sensu. Qu'en est-il exactement ?

Au-delà de l'accroissement des revenus du travail (agricole et artisanal), quels sont ses effets sur le développement local, celui de la communauté (sociétale et/ou géographique) d'appartenance des producteurs intégrés à la démarche ? Quelle redistribution ? Quels effets d'entraînement ?

Deux questions clés au final sur le développement local :

- Est-ce aussi une finalité du commerce équitable ?
- Y parvient-on ? Dans quelle mesure ? Et à quelles conditions ?

---

## Christophe Alliot – Max Havelaar France

Avoir un impact en termes de développement local demande beaucoup de temps. Il ne faut pas aller trop vite pour tirer des conclusions. La question centrale de l'impact est celle de l'attribution : est-ce que les résultats observés sont liés au seul commerce équitable ?

C'est une question fondamentale car il nous faut connaître les impacts de nos actions sur les endroits où la dynamique est ancienne et forte afin d'améliorer et de remettre en cause ce qui nécessite de l'être.

On « croule » depuis dix ans sur les études d'impact qui diffèrent toutes les unes des autres. On ne peut pas en comparer les résultats ni en tirer de conclusions. Il y a donc eu deux ans d'investissement sur une méthodologie générale établie par AVSF dont l'enjeu est de rester ouvert et d'être participatif. Il ne s'agit pas de faire des évaluations d'experts sans interaction locale, mais de privilégier une démarche participative.

Cette méthodologie se base sur cinq aires de changement : impact au niveau des familles, des organisations de producteurs, au niveau local et national (en dehors de l'organisation, c'est-à-dire impact sur ceux qui n'adhèrent pas à la démarche), sur les questions environnementales et écologiques et au niveau de la différenciation sociale (Qui bénéficie du commerce équitable ? Une communauté particulière ? Une ethnie particulière ?)

Les questionnements sont aussi importants que les résultats : Le commerce équitable bénéficie-t-il à l'ensemble des catégories sociales ? Au niveau des familles, le commerce équitable amène-t-il des familles à se « sur-spécialiser » ou promeut-il la diversification ? Sur le développement national, n'y a-t-il pas un effet de concentration sur les organisations de commerce équitable qui captent toutes les aides et financements ?

Une étude a été faite en Bolivie et une autre en Equateur, toutes les deux sur la filière café. En Bolivie, le commerce équitable a eu un impact majeur au moment de la crise du café. Le seuil de survie était de 700 dollars / an pour une famille type de caféiculteur. Avec le commerce équitable, les familles atteignaient 2000 dollars de revenus par an. D'où un investissement plus global. La Bolivie est un cas

particulier. Il y a un énorme effet levier de la prime<sup>1</sup>. Ils ont investi l'argent et ont réussi à convaincre les gouvernements locaux de compléter cet autofinancement pour développer notamment le réseau routier et remettre en marche le chemin de fer (avec un apport allant parfois jusqu'à 10 %). A un niveau plus national, un député élu est issu de l'une des coopératives certifiées équitable. Le prix minimum garanti par FLO pour le café est de 120 dollars au niveau international et ce prix n'a pas seulement bénéficié aux producteurs certifiés de Bolivie. En effet, depuis trois ans, le prix du café pour ceux qui ne sont pas dans le commerce équitable a cessé de suivre les fluctuations du prix commerce international et se rapproche de celui des standards du commerce équitable (il augmente proportionnellement à l'augmentation des volumes de café vendus avec la garantie équitable de FLO).

La Bolivie n'a pas de valeur d'exemple mais une valeur contextuelle. On a besoin de beaucoup plus d'études pour tirer des conclusions et rendre des comptes au grand public. Les premières études de cas ne sont pas suffisantes pour nous renseigner sur certains sujets clés (notamment en matière environnementale). On peut néanmoins déjà conclure, pour ce qui est du système de garantie FLO, qu'il faut tous les « ingrédients » de ce système pour avoir un impact positif et significatif: c'est-à-dire des critères adaptés, des contrôleurs (inspecteurs) professionnels et formés, un accompagnement des producteurs pour que la certification ne soit pas une simple sanction mais un véritable outil de progrès, , et des ventes dynamiques pour les producteurs (évitant ainsi la tentation de « captation » d'une niche par certains acteurs)

---

<sup>1</sup> Pour Max Havelaar France le prix d'un produit équitable comprend un prix fixe plus une prime de développement.

Quelles sont les synergies qu'attendent les acteurs du commerce équitable de la part des ONG de développement ?

Quels sont les vrais problèmes ? N'y a-t-il pas un processus de sélection sur le terrain ? La solidarité existe-t-elle réellement sur le terrain ?

Y a-t-il des causes d'échec ou des difficultés qui se retrouvent à différents endroits ?

Partons de l'étude d'impact réalisée en Bolivie, où le commerce équitable avait tendance à tirer vers le haut le prix du café pour tous les producteurs. Quelle plus-value du commerce équitable sur le commerce ? Continue-t-on à faire du commerce équitable si tout le monde en bénéficie ?

On ne prend pas en compte l'aspect préjudiciable des transports d'avion qui impacte aussi notre vision du tourisme, du commerce, etc. Comment allons-nous développer ces choses ?

Y a-t-il des études d'impact sur la dimension des formations et à travers quels critères ? Qui les a assumées ?

Beaucoup de personnes raisonnent encore en termes de marginalité sur le commerce équitable. Les études d'impact apprécient-elles le rôle du commerce équitable sur le commerce mondial ? Une certaine pensée économique dit que c'est la hausse du revenu paysan qui permet l'accumulation. Faut-il instaurer un revenu paysan ou pas ? C'est ce que font les indiens actuellement. Sinon, comment finance-t-on l'accumulation ? Le commerce équitable doit la prendre en compte pour se situer dans une nouvelle perspective, sans négliger des débats plus macro.

---

#### **Christophe Alliot – Max Havelaar France :**

Le processus d'entrée de nouveaux producteurs a été modifié depuis que FLO Cert a demandé à être certifié ISO 65 (norme internationale des certificateurs qui est respectée par les entreprises de certification comme EcoCert, Veritas, etc.). FLO Cert avait au début un système de sélection offre-demande (les producteurs devaient prouver qu'ils avaient un marché à long terme et rentable pour pouvoir demander la certification). Depuis deux ans, le système est beaucoup plus ouvert (Les organisations de producteurs demandant la certification doivent simplement prouver qu'elles ont un acheteur désireux de leur passer une commande).

Les limites et les échecs doivent être regardés en se rappelant que le système de garantie FLO est extrêmement dynamique et évolue très rapidement. Par exemple, concernant l'appui aux producteurs, FLO a longtemps sous-traité cette fonction aux ONG. Après 10 ans d'expérience, il est apparu que FLO devait fournir une assistance minimale à toutes les organisations de producteurs certifiés et FLO a désormais une trentaine de coordinateurs sur le terrain pour assurer cette mission.

Leur rôle est très précis : une fois que l'inspecteur de la société de contrôle FLO Cert a audité la coopérative et remis son rapport, le coordinateur de FLO vient (de manière indépendante) pour analyser et discuter ce rapport avec les producteurs. Ils regardent ensemble les éléments que l'inspecteur considère comme non respectés et décident s'ils veulent faire appel de certains d'entre eux, s'ils peuvent rapidement rectifier d'autres et enfin ceux sur lesquels l'organisation a besoin d'un fort soutien pour s'améliorer (formation, accompagnement...). Après cette séance de travail, le coordinateur fait le lien avec des ONG locales, les programmes de coopération ou les pouvoirs publics pour que des formations et du soutien se mettent en place.

En conclusion, il est fondamental de rappeler que, quand des producteurs bénéficiaires des garanties de FLO, ne respectent pas les critères, c'est la plupart du temps parce qu'ils ne peuvent pas le faire et non pas qu'ils veulent « escroquer » qui que ce soit.

Max Havelaar France, qui est à l'autre bout des filières, a également un grand besoin de communiquer fortement et régulièrement avec ces coordinateurs locaux pour savoir ce qui se passe sur le terrain.

C'est grâce à cela que l'on a été sensibilisé aux enjeux spécifiques des producteurs de coton ouest-africains qui avaient plus besoin de trouver des marchés que d'autres producteurs du Sud (en raison de la surévaluation du franc CFA qui les pénalise lourdement) et que l'on a réussi à motiver des entreprises françaises pour qu'elles achètent prioritairement du coton en Afrique de l'Ouest et pas uniquement en Inde comme la tendance le voulait.

Valeur Ajoutée locale et diversification ?

Dans les pays à revenus intermédiaires (PRI), il y a un changement en cours comme par exemple au Mexique, en Equateur et au Pérou. Historiquement, des coopératives ont commencé à se structurer depuis 15 à 20 ans grâce au système de garantie FLO / Max Havelaar. Puis, avec le temps et le succès du commerce équitable labellisé, certaines d'entre elles ont réalisé des niveaux de ventes très importants aux conditions de FLO, qui ont fini par représenter 60-70 % de leurs ventes totales. Les producteurs se sont alors mobilisés pour améliorer la qualité, diversifier leurs produits et leurs ventes (marché bio, marché gourmet...) et aujourd'hui transformer leurs produits dans leurs propres coopératives (torréfaction du café, fabrication de chocolat, fabrication de confitures...). FLO travaille même actuellement avec les organisations de producteurs certifiées pour qu'elles puissent elles aussi utiliser le label pour leurs produits (transformés) sur leurs propres marchés au Sud.

Dans les pays les moins avancés (PMA), on n'en est pas là : il faut absolument avoir une vision plus globale et favoriser les investissements (en infrastructures routières, accès à l'énergie, accès au crédit, en moyens logistiques et de transformation).

Ce qui est le plus fondamental pour FLO, c'est d'apporter des garanties pour faire en sorte que l'exportation puisse être un levier de développement (en bonne cohérence et complémentarité avec les cultures vivrières). Ainsi, grâce au commerce équitable, les marchés d'export peuvent être un catalyseur pour améliorer la qualité des produits et le prix minimum garanti peut devenir « price maker » (c'est-à-dire que les prix conventionnels augmentent sous la pression du succès du commerce équitable).

Quel impact sur le reste de la chaîne ? C'est une question essentielle qui demande à être approfondie (Y a-t-il eu des changements concrets de pratiques engendrés par le commerce équitable dans les entreprises? Si oui lesquels ?).

Le commerce équitable labellisé sur des produits importés a-t-il un effet négatif sur les producteurs locaux au Nord ?

L'exemple du miel est très intéressant à ce sujet : Les producteurs français ne produisent pas assez de miel pour fournir notre marché, il y a donc des importations importantes de miel étranger dans notre pays ; dans ce contexte, les producteurs français préfèrent être concurrencés par du « miel équitable » plus cher et garantissant des conditions minimum aux producteurs du Sud que de devoir se battre contre le dumping du miel chinois.

Est-ce que les coopératives boliviennes de café doivent sortir de la filière équitable à terme ? Pourquoi pas ? Ce qui est important c'est que ce ne soit ni une bulle ni un effet de mode pour les producteurs. L'étude Bolivie est disponible sur le site d'AVSF.

# **POURQUOI FLO TRAVAILLE AVEC DES PLANTATIONS ?**

## **QUELLE COMPATIBILITÉ ENTRE COMMERCE ÉQUITABLE LABELLISÉ ET BOUTIQUES SPÉCIALISÉES ?**

**Quelles finalités du commerce équitable ? Quelles stratégies ? Les différentes stratégies sont-elles complémentaires ou bien incompatibles ?**

Prenons comme hypothèse que la finalité du commerce équitable pour ces différents acteurs est un changement global des règles du commerce au niveau mondial dans un sens de plus de justice et de plus d'équité.

On peut se poser une première question : est-ce vrai pour tous les acteurs du commerce équitable ?

Si la finalité est la même pour les acteurs du commerce équitable, la question qui se pose ensuite est celle des stratégies à développer pour avancer vers cette finalité (et c'est, peut-être davantage sur les questions de stratégies que se porte le débat dans le milieu du commerce équitable).

L'autre question qui lui est liée est celle du changement d'échelle pour influencer réellement sur les règles du commerce mondial. Pour changer d'échelle, faut-il développer des circuits de distribution spécifiques « alternatifs » ou faut-il s'imposer dans les circuits de distribution classiques ?

Un premier type d'acteurs pense que si la filière du commerce équitable prend de plus en plus de poids dans le commerce international conventionnel cela poussera les acteurs de ce commerce à faire évoluer les règles pour les rendre plus équitables. L'objectif devient alors de permettre au commerce équitable d'occuper une part du marché de plus en plus importante. Pour ces acteurs, c'est grâce à la massification des débouchés pour les produits équitables que ceux-ci constitueront une part non négligeable du commerce, voire même que les opérateurs économiques, sous la pression des consommateurs, généraliseront ces critères pour un nombre de plus en plus important de produits.

Dans ce cas les filières labellisées « commerce équitable » sont totalement intégrées dans l'économie conventionnelle. Le commerce est dit équitable car les producteurs (ou plus exactement les organisations de producteurs) bénéficient de conditions commerciales considérées comme « justes ». A cela sont rajoutés d'autres critères : les organisations de producteurs doivent, elles-mêmes répondre à un certain nombre de critères en termes de structuration et de fonctionnement ; un certain nombre de critères concernent les méthodes de production ; un accompagnement des organisations de producteurs en vue de leur renforcement est réalisé.

Un deuxième type d'acteurs pense qu'il faut garder des filières dites intégrées « alternatives » à l'économie conventionnelle, répondant, de la production à la distribution, à des principes de l'économie sociale et solidaire (même si cela n'est pas vrai pour l'intégralité des acteurs de la filière, voir notamment le cas du transport international). Ces critères s'appliquent ainsi à l'ensemble des acteurs de la filière qui sont considérés comme des organisations de commerce équitable (OCE). Ce choix limite le développement du commerce équitable dans l'économie conventionnelle. Mais, pour ces acteurs, c'est la construction d'une économie alternative (sociale et solidaire) qui progressivement permettra la généralisation de principes équitables. Ces acteurs font alors le choix de mener, parallèlement au développement de leur filière « alternative », des campagnes de plaidoyer pour influencer sur les règles du commerce international (il est à noter que les acteurs du premier type peuvent, eux aussi, mener ce type de campagnes).

Ces deux stratégies peuvent-elles être complémentaires ? Ou bien y a-t-il incompatibilité, contradiction entre les 2 démarches ?

Pour les acteurs du premier type, une autre question est : jusqu'à quel niveau d'intégration à l'économie conventionnelle peut-on « parler » de commerce équitable, ou bien est-il pertinent et acceptable de pratiquer du commerce équitable ?

---

### **Christophe Alliot – Max Havelaar France**

FLO n'a pas développé des critères et garanties pour les travailleurs des plantations dans un but commercial pour augmenter les ventes globales de commerce équitable labellisé. Bien au contraire, Transfair ont travaillé sur cette question dès 1989 à travers la filière du thé en Inde. Il y a très peu de petits producteurs de thé dans le monde. Les contradictions que l'on voit aujourd'hui sont liées à cet historique et pas à une volonté de FLO d'embrasser tous les produits et toutes les filières. A l'heure actuelle, il y a « interdiction » des plantations par FLO sur le café et cacao (les standards de FLO pour les travailleurs des plantations ne sont applicables ni sur le café ni sur le cacao). Par contre, des plantations sont certifiées sur les filières thé, banane et fleurs (roses).

Les garanties et exigences de FLO ne concernent pas les plantations en tant que tel, mais la main d'œuvre salariée (les travailleurs) qui y travaillent. Elles portent sur la liberté d'association, la liberté syndicale et l'environnement. FLO y ajoute une prime de développement gérée par les travailleurs. Des avancées ont été faites pour aller encore plus loin : Max Havelaar Suisse a ainsi initié depuis 2001 une démarche pilote sur les fermes de roses suite à une importante campagne de dénonciation réalisée par des ONG sur les conditions de travail et la dégradation de l'environnement dans les fermes de roses.

Parmi les différents types de plantations, c'est un choix politique de FLO de repousser à l'heure actuelle les acteurs économiques intégrés (multinationales contrôlant tous les maillons de la plantation jusqu'au négoce et à la distribution). Cependant, sur le plan juridique, les règles internationales de la concurrence ne permettent pas d'écrire simplement ce choix dans les critères de FLO parce qu'un système de certification n'a pas le droit d'être discriminant et de fausser la concurrence. Formaliser et sécuriser nos choix politiques fait donc partie des débats de l'année à FLO.

Pour y arriver, nous devons gérer au sein de FLO de fortes dimensions culturelles. Les Français et les Latins sont très sensibles à la question de l'agriculture paysanne et familiale car elle fait partie de leur histoire et de leur réalité (par exemple en France, le soulèvement paysan est un des éléments majeurs de la révolution de 1789). Pour Les américains, la réalité des travailleurs employés dans les plantations (notamment de coton) fait partie de leur histoire, depuis le commerce triangulaire avec l'Afrique jusqu'à la guerre de sécession. Ils sont donc beaucoup plus sensibles que nous aux enjeux portant sur la main d'œuvre salariée.

Sur les fleurs, nous avons vu des résultats impressionnants : formations aux droits humains de l'ensemble des travailleurs (non seulement sur les conditions de travail et leurs droits associés, mais aussi et surtout sur leurs droits à l'éducation, à la santé et à l'accès aux ressources). En Equateur, le travail effectué a permis de dépasser les peurs très fortement ancrées (aussi bien du côté des travailleurs que du management) : désormais, les travailleurs n'ont plus de réticence à se réunir ensemble pour discuter de leurs situation, faire valoir leurs demandes et les négocier avec le management de la plantation. Au Kenya, dans un contexte plus syndicalisé, il y a même eu une introduction des syndicats dans les fermes de roses grâce au commerce équitable (malgré de nombreuses intimidations dans un certain nombre de cas : en effet, la loi au Kenya ne permet l'introduction d'un syndicat dans une plantation que si 60 % des travailleurs « s'expriment en faveur » de cette proposition, ce qui a parfois donné lieu à beaucoup de pression du management pour éviter de passer cette limite lors des votes organisés sous demande des inspecteurs de FLO Cert).

Il n'y a presque pas de « grandes plantations » certifiées dans le système FLO actuel (mécanisées, intensives, appartenant à du capital étranger), mais la plupart du temps, ce sont des entreprises familiales de petite et moyenne taille. Nous pensons qu'il y a un problème de concurrence déloyale entre ces deux types de plantations : les plus petits ont beaucoup de mal à résister à la compétition directe sur les coûts et les économies d'échelle. Dans ce contexte, notre outil de commerce équitable n'est pas anodin. Il peut parfois renforcer involontairement le système commercial en excluant les plus petits. Il faut que nous nous penchions sur cette question pour peut-être imaginer de nouveaux critères : par exemple sur le propriétaire de la plantation (celui qui vit sur le territoire de la ferme a beaucoup plus de chances d'être soucieux du développement local qu'un fond de pension international). Il y a aussi la question de la taille de la plantation... Nous pensons qu'il ne faut pas exclure des préoccupations de FLO la main d'œuvre salariée, et surtout pas l'opposer aux « petits producteurs » de manière trop simpliste. En effet, il a des travailleurs saisonniers même sur les coopératives et FLO doit prendre en compte leur situation.

Ce qui est fondamental pour FLO, c'est de conserver un système dynamique qui évolue beaucoup pour améliorer et renforcer sans cesse ses garanties et son impact. Ainsi, nous avons travaillé en lien avec SA8000<sup>2</sup> et ETI<sup>3</sup> pour la certification de l'ensemble de la filière du coton équitable (et nous ne travaillons pas en Chine).

Concernant les critères et les risques au Nord, Il nous faut progresser sur les engagements des entreprises, c'est notre défi. Ainsi, au niveau de Max Havelaar France, nous nous recentrons sur notre rôle de mise en tension des entreprises (en promouvant celles qui s'engagent concrètement le plus et ainsi contrecarrer les tentations marketing que pourraient avoir certains).

Peut-on avoir un phénomène de contamination par la grande distribution ?

Je pense qu'il y a au contraire une chance et une opportunité à saisir. Certains exemples sont là pour montrer les avancées : Marks & Spencer (qui a passé sous garantie FLO 100% de son café et de son thé) et Sainsbury (qui s'est engagé de la même manière pour passer 100% de ses approvisionnements de bananes sous garantie FLO). Sainsbury a de plus utilisé son poids d'acheteur pour demander clairement que les plantations de bananes qui allaient être certifiées par FLO Cert se mettent en conformité et autorisent la création de syndicats sinon ils iraient s'approvisionner en bananes ailleurs (Rencontre Sainsbury & Colsiba). Il n'est pas si évident que tout ceci soit un simple effet de mode et retombe comme un soufflet car les entreprises prennent des risques en portant de tels engagements.

Le véritable enjeu central est celui des consommateurs. Plusieurs exemples d'actions de contrôle commencent à se concrétiser au niveau des associations de consommateurs et nous donnent beaucoup d'espoirs. Je pense à cette association de consommateur qui a dénoncé une enseigne de grande distribution sur les promotions pratiquées sur le café conventionnel alors qu'il réalise en même temps une forte promotion du commerce équitable (au final, cette association montre qu'on retrouve pour le même prix 3 paquets de café conventionnel en promotion et un seul paquet de café équitable labellisé Max Havelaar, quelle est la logique et l'impact d'une telle politique ?) ou a ces consommateurs qui ont refusé la mise en vente d'un café équitable à prix cassé.

---

<sup>2</sup> La norme SA 8000 porte sur la qualité sociale de l'entreprise qui en bénéficie. La SA 8000 repose sur le respect de la Déclaration des droits de l'homme, le pacte des droits économiques et sociaux, les conventions de base de l'Organisation internationale du Travail (OIT) et la convention de New York sur les droits de l'enfant. Elle garantit notamment que l'entreprise respecte un certain nombre de normes internationales en matière de travail, à savoir : les cinq principes de base (liberté syndicale et de négociation collective, absence de travail des enfants, absence de discrimination et de travail forcé) auxquels s'ajoutent les conventions internationales relatives à la santé et à la sécurité des travailleurs, au temps de travail et aux heures supplémentaires.

<sup>3</sup> Ethical Trading Initiative (ETI) est un collectif d'entreprises, d'ONG et de syndicats créé en 1998. L'ETI a développé un code de bonne pratique du travail, le 'Code conduite', qui reflète les normes internationales les plus pertinentes dans le domaine des pratiques de travail qui serviront de base à ses travaux.

Dans les plantations, la rémunération va vers le capital et non pas vers les travailleurs, que font le commerce équitable et Max Havelaar pour améliorer ce point ?

---

---

**Christophe Alliot – Max Havelaar France :**

Les garanties de FLO sont en cohérence avec les standards des différents pays et ne peuvent être moins disant (rémunération minimum, droit du travail). Ces garanties imposent également une obligation de discussion entre le management et les salariés sur la question des salaires (norme de progrès).

Au niveau de FLO, sur les fleurs, une seule « grande plantation » est actuellement certifiée par FLO Cert. Il n'y a pas de « grandes plantations » certifiées sur la production de bananes, uniquement des plantations familiales. En Inde, sur le thé, on est sur de plus grands ensembles, mais le contexte est très différent (la plupart appartiennent à l'Etat qui délègue la gestion à des personnes privées...).

Au niveau de Max Havelaar France, nous pensons qu'il est trop ambitieux de se lancer dans la certification des grandes plantations car nous ne sommes pas capables de contrôler effectivement et fermement à grande échelle.

Au niveau international, on peut noter plusieurs initiatives majeures qui associent les pouvoirs publics locaux et la société civile pour définir des démarches de commerce équitable au Sud à une échelle nationale : au Brésil, en Inde, en Afrique du Sud et en Afrique de l'Ouest (via ENDA). Elles vont nécessiter beaucoup de temps et d'énergie, mais elles constituent une formidable avancée. En Amérique latine, c'est difficile de se faire reconnaître par les gouvernements qui sont centrés sur l'agrobusiness. En Afrique, ça bouge plus rapidement.

Je considère qu'il y a un encore aujourd'hui un manque d'engagement de FLO sur les liens à faire avec les pouvoirs publics nationaux et internationaux.



Comment gérez-vous la concurrence entre « petits producteurs » français et ceux du Sud qui bénéficient du commerce équitable ? N'aide-t-on pas des agriculteurs à l'autre bout du monde au détriment de nos propres producteurs, notamment aux Antilles ?

Dans le cadre d'une grosse négociation avec les grandes surfaces, avez-vous le volume nécessaire ? Et que se passe-t-il sinon ?

Si le but est d'ouvrir le commerce équitable à tout le monde. Quelle prospective faites-vous pour les années à venir ?

Comment les organisations de commerce équitable peuvent-elle adopter une stratégie différente ? Il ne faut pas oublier que certains acteurs sont incontournables, notamment les entreprises et les multinationales. Le commerce équitable s'inscrit dans le cadre du développement durable, comme les initiatives lancées par les grandes multinationales, dont il existe une floraison plus ou moins exigeante. Nous prétendons être plus contraignants qu'elles. Je pense notamment à la démarche de la responsabilité sociale des entreprises (RSE) avec laquelle le commerce équitable est obligé de trouver de meilleures articulations. Comment les intervenants vivent-ils leur démarche au regard de la RSE ? Dans la RSE n'y a-t-il pas des opportunités de changement d'échelle ? Par exemple, des alliances sont à construire avec les associations de consommateurs ou les pouvoirs publics, voire même avec des entreprises pour mieux négocier le changement d'échelle et promouvoir l'équité dans le commerce au-delà de l'extension du commerce équitable actuel ?

Concernant l'éducation des consommateurs, ce que vous avez exprimé va dans le sens de la construction d'un rapport de force dans l'opinion qui permettrait de généraliser le commerce équitable soit en intégrant des règles de plus en plus contraignantes et intéressantes, soit en multipliant les zones ou les petits acteurs du commerce équitable. Max Havelaar, de par sa notoriété, est une tête de pont. Il y a un déficit d'utilisation de cette notoriété. Quand on n'entend pas Max Havelaar se positionner sur les problèmes avec Leclerc, par exemple, cela constitue un problème pour tous car Max Havelaar est un leader d'opinion. Pour votre image, c'est indispensable.

---

### **Christophe Alliot – Max Havelaar France :**

Concernant la question de la concurrence entre « petits producteurs » français et ceux du Sud qui bénéficient du commerce équitable, prenons l'exemple de la banane. Le marché français de la banane est différent de celui des autres marchés européens. Ce n'est pas un marché de qualité ; les consommateurs français ne privilégient pas la qualité lorsqu'ils achètent une banane. Petit à petit, on a fonctionnarisé la production dans nos anciennes colonies et les producteurs des Antilles ont perdu des marchés et ne vendent quasiment plus qu'en France. Or, la banane équitable est un produit de bien meilleure qualité. Elle est systématiquement bio et est vendue deux à trois fois plus cher que la banane classique. Pour le moment, il n'y a pas de concurrence directe entre ces deux familles de produits qui ne sont pas du tout comparables. Nous avons des réunions régulières sur ce sujet avec les producteurs de bananes des Antilles.

Carrefour a changé et opté récemment pour de la banane équitable (de huit origines différentes) sous sa marque propre. Les négociations avec Carrefour ont duré deux ans pour le passage de leur banane sous marque Carrefour depuis la seule certification bio vers une double certification bio + équitable (Ecocert + FLO Cert). C'est le coordinateur d'Euroban (ONG Internationale spécialisée sur les enjeux de la banane et les comportements des multinationales) qui a fait une mission pour nous aider à identifier et informer de nouvelles organisations de petits producteurs en capacité d'entrer dans le système FLO (pour pouvoir approvisionner les volumes de ces nouveaux marchés : Sainsbury comme Carrefour).

Que se passe-t-il si un acheteur arrête de passer commande ?

L'enjeu fondamental est d'appuyer et de renforcer la diversification au niveau des coopératives pour que les producteurs aient différents clients. C'est un de nos rôles essentiels vis-à-vis des acheteurs : nous leur expliquons que mettre tous leurs œufs dans le même panier affaiblit les producteurs. Aujourd'hui, l'enjeu se porte également sur la diversification des productions : passer du café aux fruits de la passion, etc. Les plus gros producteurs peuvent venir en appui aux plus petits. Les acheteurs ont tous le droit de s'approvisionner au Sud, mais il faut veiller à ne pas tous miser sur les mêmes coopératives, sous peine de les mettre en (grande) difficulté.

Ceux qui ont le plus de problèmes à rester dans les critères de FLO, ce sont paradoxalement les plus grosses organisations de producteurs au Sud (car quand le commerce équitable est un succès, cela attire de nouveaux producteurs qui demandent à adhérer vers les coopératives qui réussissent ; la transparence des décisions, des comptes et la bonne gouvernance deviennent alors de plus en plus complexes à mettre en œuvre). C'est pourquoi nous mettons beaucoup de moyens sur l'accompagnement des producteurs. Il faut permettre un effet d'entraînement.

Au Nord, nous venons de faire une enquête d'opinion en France (auprès d'un groupe qualitatif, représentatif de l'ensemble des consommateurs à l'exclusion de ceux qui rejettent d'emblée le commerce équitable). Nous avons été très intéressés et surpris de ses résultats. On discerne ainsi trois caractéristiques fondamentales du commerce équitable pour les consommateurs français : dans un premier temps les garanties économiques, sociales et environnementales, puis en second lieu la qualité du produit (le goût, l'apparence, l'aspect nutritionnel et santé...) et enfin l'aspect « terroir » et fabriqué à « échelle humaine » (dans la tête des consommateurs français, cela ne peut être de la grosse industrie).

Par contre, la porte d'entrée est très différente selon les tranches d'âge. Les plus âgés, sont d'abord axés sur les garanties, valorisent l'aspect « bon pour un producteur défavorisé » et sont teintés de logique plus caritative et de « sacrifice ». Pour les plus jeunes, c'est l'inverse : la qualité compte avant tout, sinon le commerce équitable se réduit à un acte caritatif qui ne pourra jamais être un comportement de tous les jours ; pour eux, le commerce équitable doit être une relation gagnant-gagnant entre consommateur et producteur.

Dans l'ensemble, la plus grande réussite du commerce équitable est qu'il a contribué à changer l'image des pays du Sud dans l'opinion publique française. Les consommateurs français se sont construit un imaginaire positif qui va bien au-delà de la communication simplifiée (d'aucuns disent simplificatrice) sur le commerce équitable que l'on a pu faire dans la presse et les médias. En effet, pour les consommateurs français, les producteurs familiaux du commerce équitable véhiculent une image valorisée des pays du Sud qui possèdent des savoir-faire importants, font des bons produits, ont de bons professionnels malgré le manque de moyens et doivent donc être défendus ; ils ont une place dans le monde à défendre car ils font du bon travail et pas seulement parce qu'ils sont pauvres.

Par contre, les consommateurs ont besoin d'être rassurés sur le fait de savoir si tout ceci est bien vrai en pratique. Des doutes subsistent. Le commerce équitable a réussi à créer ce que seul le tourisme avait réussi. Il a réussi à bâtir une image positive des pays du Sud dans un contexte de vision (assez) catastrophiste du monde. Il nous faut continuer et pérenniser cette mission en informant le grand public sur les impacts réels du commerce équitable labellisé sur le terrain.

Concernant la distribution, il nous faut voir bâtir une stratégie globale. Celle de Leclerc est de pousser des marques indépendantes de commerce équitable portées par des PME (Alter Eco, Ethiquable...) sans y engager pour l'instant sa marque propre de distributeur. Carrefour fait de son côté un engagement de ses marques propres (« Carrefour Agir », « Champion » et « Grand Jury ») sur une large gamme de produits de commerce équitable labellisé (café, chocolat, jus de fruits...). Cette initiative pourrait au final être beaucoup plus importante en termes de vente de commerce équitable labellisé. L'enjeu est de ne pas s'arrêter là. Il faut utiliser cette dynamique pour demander aux enseignes de continuer à s'engager toujours plus.

# QUELLES GARANTIES POUR LE COMMERCE ÉQUITABLE ?

## FAUT-IL UNE RÉGULATION PUBLIQUE ?

### Quelles garanties pour le commerce équitable ?

Quels sont les objectifs et les cibles de la garantie ?

- Asseoir la confiance du consommateur du Nord : assurer que le produit acheté a bien été produit selon les critères du commerce équitable
- Protéger le commerce équitable de dérives le vidant de son sens : assurer le respect des fondamentaux pour éviter qu'il ne devienne qu'une « niche marketing »
- Améliorer les pratiques du commerce équitable : se donner des critères de progrès et des moyens de contrôle pour un processus d'amélioration continue.

Quelle élaboration des standards ou engagements de commerce équitable ? Quelle mise en œuvre ? Quel contrôle ?

- Quelles parties prenantes sont associées au processus d'élaboration des standards et des engagements du commerce équitable ? (Associations de consommateurs, acteurs du CE, producteurs, ONGs de développement...)
- Sur quels maillons doit porter la garantie ? Sur les seules organisations de production (au Sud) ou sur l'ensemble de la filière ? Garantir l'ensemble de la filière est-il réalisable ?
- Quel que soit le système de garantie retenu, les rapports de force en place permettent-ils une véritable négociation avec les producteurs du Sud ?

Faut-il une régulation publique du commerce équitable ?

- Face aux risques de récupération du concept de commerce équitable, les pouvoirs publics, porteurs de l'intérêt général, doivent réguler l'utilisation du concept «commerce équitable ».
- Mais une régulation publique, à l'échelle d'un seul Etat ou de l'Europe, représente-t-elle l'intérêt général dans un commerce équitable mondial ? Des systèmes privés avec un équilibre des pouvoirs peuvent-ils être une autre forme de réponse ?
- La mise en œuvre d'une régulation publique présente le risque, compte tenu des rapports de force actuels, de faire reconnaître une définition « a minima » du commerce équitable. Les acteurs du CE doivent garder la maîtrise.
- Comment cette question se pose-t-elle dans d'autres pays en Europe ou au Sud ?

---

### Christophe Alliot – Max Havelaar France :

A bien écouter, on parle très peu de prix minimum garanti, mais trop souvent de « prix juste ». Par souci de transparence, il est important de détailler ce point. Sur les produits concernés, FLO définit un prix minimum garanti (« prix plancher ») au niveau international. Ce prix minimum doit couvrir les coûts de production. En aucune manière, nous ne pouvons tolérer que les producteurs soit acculés à vendre à perte (par analogie avec la Loi Galland en France).

Pour établir ces prix minimum, des missions d'expertise sont réalisées dans les différents pays en fonction des produits. Elles commencent toujours par calculer avec les producteurs des moyennes sur les coûts de production (en estimant le temps passé sur la parcelle à l'année, en estimant la rémunération horaire moyenne en fonction de la législation des pays, en calculant le coût des intrants et de la logistique...).

On obtient un chiffre que l'on compare au revenu de la famille (besoins fondamentaux) et au prix pratiqués par les acheteurs. Pour estimer l'effet attendu sur le revenu des familles, on fait des hypothèses sur le volume vendu aux conditions FLO par producteur et par an. Ensuite, on simule les revenus supplémentaires que cela induit et on évalue si cela permettra à une « famille type » de subvenir aux besoins de logement, nourriture, transport, éducation des enfants... En ce qui concerne les acheteurs, on organise une concertation pour avoir leur avis sur « l'acceptabilité » par le marché de ce nouveau prix (en termes de surcoût...).

Au final, la fixation du prix minimum est décidée par un comité multipartite où sont représentés les producteurs, les entreprises, les syndicats et les consommateurs.

Lorsque les cours mondiaux sont supérieurs à ce prix minimum, les acheteurs payent bien sûr les producteurs au prix du cours mondial.

Il faut ici rappeler que la notion même de prix minimum est interdite par les règles internationales de la concurrence, notamment celles de l'Union européenne décrites dans le traité de Rome. Des exceptions sont possibles si c'est « dans l'intérêt des producteurs ET des consommateurs ». Cet aspect n'est pas négligeable et fera rapidement l'objet de débats dès que le commerce équitable aura atteint une part de marché significative.

De plus, la certification réalisée par FLO Cert porte non seulement sur les producteurs, mais aussi sur l'ensemble de la chaîne jusqu'aux détenteurs de licence (entreprises utilisant le logo Fairtrade / Max Havelaar sur les packagings des produits).

C'est au niveau des organisations de producteurs et de leurs acheteurs directs que se portent les principales garanties (prix minimum, prime de développement, longueur des contrats et préfinancement...) et les principales exigences (gouvernance interne, transparence des prises de décision, protection de l'environnement, facteurs de progrès...).

Le long de la filière, les audits annuels de FLO Cert viennent vérifier que la chaîne complète est transparente avec une totale traçabilité depuis le producteur jusqu'au détenteur de licence. Les lots de produits labellisés commerce équitable sont stockés à part, avec interdiction de les mélanger avec des produits conventionnels. Mais, attention, cela ne veut pas dire que la transformation ou le transport soient « équitable » en eux même (pour l'instant).

Il y a chez FLO Cert 70 inspecteurs locaux dans le monde pour 550 organisations de producteurs.

De son côté, le rôle de Max Havelaar France se situe en aval sur les acteurs français : depuis les détenteurs de licence (Malongo, Alter Eco, Ethiquable...), en passant par l'ensemble des réseaux de distribution (grande distribution, magasins spécialisés, hôtels-restaurants, achats publics...) jusqu'aux consommateurs et au grand public en général. Selon nous, il ne faut jamais oublier que l'enjeu central du commerce équitable est sur cet acteur clé : le consommateur (plus que sur les entreprises). Si l'on ne le convainc pas le consommateur, cela restera un effet de mode sans lendemain.

Notre fédération internationale FLO a créé la société privée FLO Cert pour organiser la certification selon les normes internationales en vigueur (ISO 65) et lui donner toute la crédibilité nécessaire. FLO Cert est en cours d'audit pour obtenir la certification ISO 65 (« certification des certificateurs »). Pendant un an et demi, la discussion a été intense pour savoir si FLO Cert était certificateur de produits ou d'organisations (car ce sont bien les coopératives qui sont certifiées, mais pour un ou plusieurs produits spécifiques). Pour les autres acteurs de la filière, seul le produit est certifié et en aucune manière les entreprises qui l'importent, le transforment ou le commercialisent). C'est la certification de produits qui a finalement été adoptée.

De plus, la norme ISO 65<sup>4</sup> stipule que toute organisation audité doit payer le temps passé par l'inspecteur au nombre de jours réels de son contrôle. Selon les normes internationales, cette certification payante est la clé de l'autonomie des organisations certifiées. Pour permettre aux plus petites coopératives de payer ces coûts, une première idée a été de créer une caisse de compensation mais elle a finalement été refusée par les inspecteurs ISO 65 (dans ce modèle, les plus grosses coopératives payaient pour les plus petites, alors que l'ISO 65 exige que chacun paye pour son véritable coût de certification en toute transparence). FLO a donc créé un fond de certification pour aider les organisations de producteurs à payer les premières années de certification FLO Cert (avant que les ventes ne soient suffisantes pour rentabiliser cet investissement).

Enfin, cette certification ISO 65 en cours a permis de mettre en évidence une caractéristique fondamentale du système FLO qui est basé sur des critères minimums fixes et un « univers » de critères de progrès, car pour FLO, le commerce équitable labellisé doit être avant tout un outil pour le développement. L'application stricte de la norme ISO 65 ne permet pas pour l'instant de reconnaître cette spécificité : quand des critères de progrès existent, ils doivent tous être remplis sous une certaine échéance, sinon il n'y a pas de certification possible. Ceci est une contradiction complète avec la philosophie de FLO : les critères de progrès sont un outil proposé aux coopératives qui ont toute liberté de choisir, en fonction de leurs moyens, les domaines où elles veulent progresser (la protection de l'environnement, les conditions des travailleurs saisonniers...). Il est seulement exigé des organisations de producteurs qu'elles s'engagent dans une démarche de progrès dont elles sont propriétaires. On ne doit pas leur imposer leur chemin de développement, d'autant plus qu'il serait stupide d'avoir les mêmes exigences pour une petite coopérative isolée et pour une très grande coopérative rassemblant des milliers de producteurs et très bien insérée dans le marché...

FLO dans son ensemble, grâce au travail d'accompagnement des producteurs sur le terrain et au lien étroit avec les consommateurs maintenu par les associations nationales comme Max Havelaar France, est un système de garantie qui va au-delà d'un simple système de certification. L'enjeu du consommateur est central, s'il n'y croit plus c'est foutu ! Notre capacité à rendre des comptes est donc fondamentale et réside dans notre capacité à développer les moyens de la transparence et de la concertation.

Si l'ISO voulait développer une norme internationale de commerce équitable, on se demande comment cette organisation peut nous garantir que les plus faibles pourront y faire valoir leurs intérêts face à des grands pouvoirs économiques ? Comment équilibrer les forces de négociation entre les organisations de « petits producteurs » et les acteurs tels que Nestlé, Chiquita, Nike, GAP ou H&M ? Le système de l'ISO, malgré une ouverture vers plus de participation de la société civile, est encore organisé de telle sorte qu'il marginalise ceux qui n'ont pas les moyens de suivre les débats et d'y faire entendre leurs voix (traductions, frais de transports...). De plus, il est important de rappeler que l'OMC a décidé que les normes ISO prévaudraient systématiquement sur les règles et lois nationales dans un but de libéralisation des marchés et de disparition des freins à la circulation des produits entre les pays.

Selon des études menées par des chercheurs français, il y a même aujourd'hui un mouvement de fond au sein des filières pour rendre transparent la répartition de la rémunération sur toutes les étapes depuis la production jusqu'à la distribution. En effet, devant la disparition du pouvoir de régulation des états, la suppression des organismes internationaux de régulation des marchés agricoles et la libéralisation accélérée soutenue par l'OMC, les entreprises (surtout internationales) se retrouvent les seules à avoir une emprise sur les marchés internationaux. Or elles ont de plus à gérer aujourd'hui un important risque de réputation et d'éthique par rapport à leurs pratiques (surtout au Sud). On voit donc s'ouvrir de plus en plus de lieux de négociations entre entreprises sur la répartition de la valeur le long des filières : groupes de travail sous égide de l'UNESCO, plateforme 4C des industriels internationaux du café... Les chercheurs considèrent qu'aux origines de ce mouvement de fond qui n'en est qu'à ses débuts, on trouve tout naturellement l'agriculture biologique et le commerce équitable...

---

<sup>4</sup> La norme ISO 65 «Exigences générales relatives aux organismes procédant à la certification de produits».

# LE COMMERCE ÉQUITABLE PEUT-IL ÊTRE AUSSI NORD/ NORD ET SUD/ SUD ?

## Le commerce équitable se limite-t-il au Nord-Sud ?

Le commerce équitable est né de la volonté d'organisations de solidarité internationale de soutenir le développement de pays du Sud par la voix d'un commerce plus juste qui permette aux petits producteurs de vivre dignement de leur travail.

Des voix s'élèvent aujourd'hui au Nord pour dénoncer un système commercial prédateur qui fait des victimes tant au Sud qu'au Nord. Elles interrogent le commerce équitable et son champ d'application.

- 1- Faut-il réserver le commerce équitable aux relations Sud-Nord en partant du constat que la situation des producteurs du Sud (absence de politique agricole, de régulations sociales, etc.) est peu comparable à celle des producteurs du Nord ?
  - N'enferme-t-on pas les pays du Sud dans un schéma assistancialiste, charitable... en leur réservant un traitement spécifique au détriment d'une lutte nécessairement globale ?
  - Quid alors du commerce équitable Sud-Sud ? Où en est-on ? Quelles perspectives ?

ou

- 2- Faut-il, à l'instar de la pétition lancée en 2006 par la Confédération Paysanne et Minga, étendre le concept de commerce équitable aux producteurs du Nord qui souffrent aussi d'un commerce inéquitable ? Une telle position ne permettrait-elle pas de mettre en évidence la concordance d'intérêts entre producteurs / travailleurs au Nord et au Sud ?
  - N'y a-t-il pas, à l'inverse, un risque de noyer la dimension solidarité internationale dans un ensemble plus vaste ? Ne faudrait-il pas plutôt trouver un autre terme pour le Nord/Nord (par exemple : commerce solidaire, etc.) ?
  - L'élargissement du concept doit s'accompagner de conditions. Quels sont les critères spécifiques pour le commerce équitable au Nord ? Quelles propositions pour qu'il y ait une ambition de transformation de l'ensemble du commerce sans laquelle il y aurait un risque de « dépolitisation » du concept de commerce équitable ?

---

## Christophe Alliot - Max Havelaar France :

Le commerce équitable n'est pas que Nord/Sud.

Ainsi, une initiative nationale du label FLO a été créée au Mexique depuis 3 ans pour promouvoir le commerce équitable labellisé auprès des consommateurs mexicains. Ils sont confrontés aux mêmes blocages que l'on a rencontrés chez nous, comme le cantonnement des produits de commerce équitable au bas des rayonnages des supermarchés...

Au Brésil, le développement d'un commerce équitable Sud/Sud est également en court à travers une initiative qui associe les pouvoirs publics et la société civile pour définir des démarches de commerce équitable à une échelle nationale. Max Havelaar a participé au financement de ce projet. En Inde et en Afrique du Sud un processus similaire est également en cours.

Mais on se situe là dans des pays émergents ou à revenu intermédiaire.

Dans les autres pays, FLO travaille avec les coopératives pour leur donner la possibilité d'utiliser le label FLO sur leurs propres produits transformés sur leurs propres marchés locaux. On voit là l'une des missions essentielles à laquelle FLO désire apporter sa contribution : Développer l'entrepreneuriat local au Sud pour qu'il puisse se lancer dans la transformation de produits pour les marchés locaux, et ainsi développer un tissu industriel propre dans les pays du Sud. Toutefois, il faut rappeler que les premiers résultats obtenus sont encore des micro-expériences qui ne font que débiter et que la labellisation n'est ni le seul levier disponible, ni la solution la plus adaptée à tous les contextes.

Par exemple au Brésil, les acteurs locaux s'approprient le commerce équitable en très fort lien avec l'économie alternative, sociale et solidaire). Quant au développement d'un commerce équitable national au Sénégal (porté par ENDA), il se focalise pour l'instant sur l'étude des critères existant pour se les réapproprier dans un cadre africain : « Que veut dire un prix juste dans leur contexte ? », etc.

Enfin, il est important de rappeler que tout n'est pas réductible au commerce équitable. Par exemple, au Mexique, une coopérative certifiée par FLO Cert a eu l'idée de commercialiser un jus en bouteille à partir d'un fruit local produit depuis très longtemps et que personne n'avait jamais eu l'idée de transformer pour le vendre. Au final, ce jus de fruit s'avère même plus rémunérateur que le café équitable ! Par ailleurs, quand c'est possible, le « café équitable vendu au Sud » est plus rémunérateur pour les organisations de producteurs que celui exporté au Nord.

En France, il nous semble que l'accélération de l'engouement pour le commerce équitable depuis 3 ans a créé un appel d'air : beaucoup de gens donnent le nom « commerce équitable » à des démarches différentes et plus anciennes pour leur donner de la visibilité. C'est ainsi qu'on finit par mélanger commerce équitable, commerce solidaire, éducation populaire, filières agricoles courtes, etc. Il nous semble que la richesse de chacune de ses démarches doit être assumée et renforcée en évitant de tout mélanger et de transformer à terme le commerce équitable en mot « fourre-tout » ce qui ne peut que grandement lui nuire.

Cela ne veut pas dire que le commerce équitable doive se réduire à des échanges Nord-Sud, mais qu'il faut à tout prix préciser le concept et les définitions si on l'étend au commerce Sud-Sud et au commerce Nord-Nord.

Sur la question controversée de la Grande Distribution, nous pensons qu'il serait injuste de cantonner les producteurs familiaux du Sud à des marchés alternatifs de niche en Europe. Nous nous battons pour que les paysans du Sud aient accès au marché général auquel ils ont droit, ce qui ne veut pas dire que l'on soit dupe des pratiques plus générales de la Grande Distribution. Quant à exiger des prix à la grande distribution, voici un exemple édifiant. Il y a quelques années de cela Danone est entré en rapport de force avec Carrefour pour exiger de meilleures conditions de prix. Devant le refus de Carrefour, Danone a retiré tous ses produits de cette enseigne. Mais 72h après, ils sont revenus en arrière devant les pertes immenses engendrées. Tout cela pour dire que Max Havelaar a encore un pouvoir modeste dans ce contexte et essaie au quotidien de maximiser son influence sur les pratiques...

Sans oublier que ce qui nous rendra plus fort, nous donnera plus de pouvoir et de crédibilité, c'est le consommateur et le citoyen, car il est le seul à pouvoir imposer ses choix aux acteurs économiques, c'est ce qu'on appelle la loi du marché !