

Le commerce équitable est-il compatible avec les entreprises dominantes ?

Dès sa fondation, l'association Max Havelaar France a décidé de travailler aussi bien avec des entreprises de petite taille qu'avec les plus grandes. Multinationales de l'agroalimentaire, enseignes de la grande distribution, chaînes de restauration sont à la fois celles qui offrent le plus de débouchés et celles qui posent le plus de problèmes éthiques.

Selon d'autres visions, le commerce équitable doit l'être du début à la fin de la chaîne, et les pratiques de certaines entreprises sont incompatibles avec la notion d'équité. Max Havelaar pense au contraire qu'il faut introduire de l'équité précisément là où les marchés en manquent. De plus, elle estime que passer par elles est le seul moyen pour offrir des débouchés significatifs aux producteurs défavorisés du Sud.

Pour Fair(e) Actualités, Hélène Bouneaud, conseillère de l'espace international de la CGT, a accepté d'en débattre avec Vincent David, chargé des relations extérieures à Max Havelaar France.



Y a-t-il une réflexion sur le commerce équitable à la CGT ?

Hélène Bouneaud : Le débat et la réflexion sont engagés, mais n'en sont qu'à leur début. L'articulation du social et de l'environnemental dans un projet économique et commercial proposé par le commerce équitable nous paraît une idée intéressante et créative pour l'avenir. Nous sommes favorables à un commerce plus équitable et souhaitons œuvrer à la construction de ce nouvel équilibre.

Où est la limite entre le rôle d'un syndicat et d'une organisation de commerce équitable ?

Vincent David : On a besoin des syndicats sur place car les audits

sont ponctuels, et des violations peuvent avoir lieu en-dehors. Cela dit, si les employés des plantations travaillent dans des conditions déplorable et que les syndicats sont absents, le commerce équitable peut être le loup dans la bergerie pour permettre qu'un syndicat puisse se créer. Avec les standards de FLO, cette création est encouragée dans les plantations, et le respect des normes de l'Organisation internationale du travail (OIT) est obligatoire.

HB : Les rôles sont différents. Les syndicats sont absolument nécessaires et doivent avoir toute leur place. Dans l'industrie de la banane par exemple, certaines entreprises transnationales créent des organisations *ad hoc* qui ne sont pas des organisations syndicales habilitées à négocier

sur des conditions de travail et de salaire et n'ont aucune légitimité pour produire du droit reconnu par la communauté internationale, par exemple l'OIT. Pour cela, il nous semble que dans les standards de FLO la présence d'une organisation syndicale ne devrait pas être seulement encouragée, mais obligatoire, en particulier dans les plantations liées directement ou indirectement aux transnationales.

Le commerce équitable doit-il selon vous s'appliquer jusqu'à la fin de la chaîne de commercialisation ?

VD : Nous garantissons des standards exigeants pour les travailleurs du Sud. Nous avons encore besoin d'échanger pour progresser. Mais sur

les conditions de travail des marins sur les bateaux qui transportent les produits, les ouvriers des usines de transformation ou les employés des grandes surfaces, c'est aux syndicats d'intervenir.

HB : Le respect des droits sociaux et de l'environnement doit concerner la totalité de la filière. Le respect des législations du travail est clairement du

ressort des organisations syndicales, même si la fixation d'un certain nombre de critères à l'attribution de votre label pourrait y contribuer.

Une collaboration est-elle possible entre une association de commerce équitable et une grande entreprise ?

HB : J'imagine que cela doit poser un problème de contradiction entre les origines du commerce équitable, l'aide aux petits producteurs, et la réalité du monde globalisé d'aujourd'hui. Mais par la coopération avec les organisations de salariés qui veulent que la RSE soit autre chose que du marketing, je pense qu'on peut aller vers quelque chose de différent. Vous avez un rôle-charnière entre les producteurs et les distributeurs, et vous avez du poids. Vous pouvez jouer un rôle important si vous restez en conformité avec les idéaux de départ. Le tout est de pouvoir créer un rapport de forces, pour obliger les grandes entreprises à internaliser les coûts sociaux et environnementaux.

Les entreprises développent souvent un discours sur leurs responsabilités sociales et environnementales (RSE). Peut-on leur apporter quelque chose dans ce domaine, ou ce discours restera-t-il vain quel qu'il soit ?

HB : Les entreprises ne sont pas des

organisations philanthropiques. Pour certaines sociétés transnationales, la banane dite équitable est aujourd'hui considérée comme une niche de marché face à une production excédentaire et une consommation mondiale stagnante. La RSE est un argument de marketing pour la plupart des grandes entreprises. Cela étant, nous ne rejetons pas le concept, mais ce n'est pas exactement la même version de la RSE. Nous

devons les obliger à vraiment prendre leurs responsabilités par rapport au droit du travail, par rapport à l'économie du pays ou des régions et par rapport aux sociétés. Il faut les prendre au mot. Il y a une bataille à mener pour que l'entreprise ne se contente pas d'afficher un code de conduite, de faire des campagnes éthiques, mais soit responsable du début à la fin, de la production à la commercialisation.

VD : Le label Max Havelaar offre justement à certaines entreprises la possibilité de suivre des standards écrits par une organisation extérieure démocratique, et garantis par des contrôles réguliers. C'est un outil pour que les engagements ne soient pas que des mots.

Dans quelles conditions peut-on travailler avec les firmes transnationales ?

VD : Max Havelaar peut avoir des liens avec différents types d'entreprises. Il y a les grands groupes qui produisent et négocient les matières premières. Ces multinationales sont en partie responsables de la chute des cours, de l'exploitation des travailleurs dans les plantations... Si le commerce équitable se contente de créer des filières alternatives qui resteront très marginales, ça ne changera rien au sort des centaines de millions de producteurs qui travaillent

avec elles. Nous pensons que les consommateurs peuvent faire pression sur ces multinationales et changer leurs pratiques à travers le commerce équitable. Dans ce cadre, la collaboration avec les syndicats est essentielle, car elle peut nous permettre de mieux connaître l'entreprise de l'intérieur.

Ensuite, il y a les multinationales de la distribution. La philosophie de Max Havelaar a été dès le début la suivante : si on veut que les consommateurs et citoyens prennent davantage conscience des écarts Nord-Sud, que les producteurs trouvent des débouchés pour leurs produits ; et si on veut influencer le commerce international, alors nous devons aller dans les grandes surfaces pour toucher le plus grand nombre. Là où on doit être très prudents est le fait que les distributeurs ont intérêt à mettre des produits équitables en rayons pour leur image ou leur chiffre d'affaires. Mais si on leur enlève, ça ne changera rien à leur bénéfice. En revanche, la présence des produits équitables contribue à modifier les mentalités des consommateurs, voire des acheteurs de la GMS.

Rappelons que c'est suite à une campagne de pétitions menée avec Agir Ici et une cinquantaine d'organisations de solidarité internationale en 1998 que les grandes surfaces ont accepté de mettre des produits Max Havelaar dans les rayons. Nous sommes une sorte de cheval de Troie. Maintenant, les syndicats, les associations environnementalistes ou les associations de consommateurs doivent prendre le relais sur d'autres questions. ■

" Les standards du label sont un outil pour que les engagements ne soient pas que des mots. "

Vincent David