

quel commerce équitable pour demain ?

Corinne Gendron
Arturo Palma Torres
Véronique Bisailon

et

Julien Boucher, Alice Friser,
Rosemary Gomes, Chantal Hervieux, Pierre Johnson,
Julie Lafortune, Caroline Mailloux, Eugénie Malandain,
Olga Navarro-Flores, Ana Isabel Otero.

Quel commerce équitable pour demain ?

Pour une nouvelle gouvernance
des échanges

Éditions Écosociété
C. P. 32052, Comptoir Saint-André, H2L4Y5
Montréal (Québec)

Éditions Charles Léopold Mayer
38, rue Saint-Sabin Paris (France)

Remerciements

Les Éditions Charles Léopold Mayer, fondées en 1995, ont pour objectif d'aider à l'échange et à la diffusion des idées et des expériences de la Fondation Charles Léopold Mayer pour le progrès de l'homme (FPH) et ses partenaires. Les ECLM sont membres de la CoreDEM, une confédération de sites ressources pour une démocratie mondiale qui rassemble des partenaires autour d'une charte, d'un moteur de recherche et d'un wiki : www.coredem.info

Le présent ouvrage est réalisé en coédition entre deux membres de l'Alliance internationale des éditeurs indépendants. Créée en 2002, l'Alliance est une association à but non lucratif, qui anime un réseau international composé de 80 maisons d'édition et collectifs d'éditeurs de 45 pays différents. L'Alliance organise des rencontres internationales et mène des actions de plaidoyer en faveur de l'indépendance. Elle soutient aussi des projets éditoriaux internationaux – soutien qui peut prendre la forme d'une aide à la traduction ou à la coédition. L'Alliance participe ainsi à une meilleure accessibilité des œuvres et des idées, à la défense et à la promotion de la bibliodiversité.

Les auteurs

Corinne Gendron est professeure titulaire au département Stratégie, responsabilité sociale et environnementale à l'Université du Québec à Montréal (UQÀM) et titulaire de la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable. Elle a écrit plusieurs ouvrages et articles sur le commerce équitable ainsi que sur le développement durable et la responsabilité sociale. Elle intervient régulièrement en qualité d'experte auprès d'organismes privés et publics au Québec et à l'international.

Socio-économiste spécialisé en économie solidaire et en commerce équitable, Arturo Palma Torres est actuellement expert associé au CRIDA (France) et consultant au ministère du Développement agricole brésilien. Il est membre du mouvement pour l'économie solidaire en France et du réseau international ALOE (alliance pour une économie pluriel, responsable et solidaire).

Titulaire d'une maîtrise en sciences de l'environnement, Véronique Bisailon est coordonnatrice de la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable de l'École des sciences de la gestion de l'Université du Québec à Montréal (UQÀM).

Vous trouverez les biographies détaillées de tous les auteurs en fin de livre (p. 253).

Pour en savoir plus sur le commerce équitable, voir le site de la chaire : www.crsdd.uqam.ca

© Éditions Charles Léopold Mayer, 2009

Essai n° 175 * ISBN 978-2-84377-148-4

© Éditions Écosociété, 2009 * ISBN 978-2-923165-54-7

Graphisme et mise en page : Madeleine Racimor

Cet ouvrage est issu des réflexions menées dans le cadre du chantier commerce équitable de l'Alliance pour un monde responsable, pluriel et solidaire et de la chaire de responsabilité sociale et de développement durable de l'Université du Québec à Montréal (UQÀM), grâce au soutien de la Fondation Charles Léopold Mayer pour le progrès de l'homme. Il vise à contribuer à la nécessaire réflexion sur la gouvernance de nos économies à laquelle nous convient les Objectifs du millénaire et le projet d'un développement durable pour le présent et les générations à venir. Bien que ce manuscrit ne les engage aucunement, nous tenons à remercier Dario Iezzoni, directeur ventes et marketing chez Santropol/Copardès, et Laure Waridel, écosociologue, pour leurs précieux commentaires.

Introduction

Café équitable, sucre équitable, thé équitable, artisanat équitable... Vous connaissez probablement déjà ces produits qui interpellent votre fibre solidaire à l'occasion de vos achats hebdomadaires. Peut-être même fréquentez-vous régulièrement les Magasins du Monde ou des boutiques spécialisées exclusivement réservées à ces produits qui promettent d'améliorer le sort des populations du Sud. Mais qu'est-ce au juste que le commerce équitable ? Comment est-il organisé ? Qui en sont les principaux acteurs ? Quels sont les enjeux ? Et surtout, quel est son avenir ?

Autant de questions auxquelles ce livre se propose de répondre à travers sept expériences sur le terrain¹, à la découverte des multiples visages du commerce équitable tel qu'il se vit aujourd'hui dans différentes régions du monde, au Nord comme au Sud. Ce mouvement en pleine expansion vise à retrouver l'humain derrière le consommateur, la communauté derrière le producteur et à redéfinir le lien social et politique entre ceux qu'on a trop longtemps réduits à l'état d'agents économiques désincarnés. En marge des critiques stériles qui assaillent le commerce équitable ces dernières années, mais sans pour autant glisser dans un discours idéalisé, nous souhaitons réfléchir sur les enjeux que cette réalité soulève

1. Les situations présentées dans l'ouvrage impliquent soit des cas et des personnes réels, soit des cas inspirés de cas réels ou des personnages fictifs, notamment dans les situations où les protagonistes souhaitaient garder l'anonymat.

en regard des appels à un commerce international plus juste et des possibilités d'un marché alternatif fondé sur d'autres valeurs.

Qu'est-ce que le commerce équitable ?

Les gens sont de plus en nombreux à connaître ce terme dont la notoriété atteint plus de 80 % dans certains milieux². Mais cela ne signifie pas que tous soient en mesure de le définir, ni de distinguer les différents logos qui prétendent attester la qualité sociale ou environnementale des produits. D'ailleurs, le commerce équitable est plus large que le système codifié qui prétend en capter l'essence ; c'est d'abord un mouvement social qui revendique, depuis plusieurs décennies déjà, des échanges économiques plus justes entre le Nord et le Sud. Ce mouvement défend l'idée que la pauvreté des pays dits « sous-développés » ne s'explique pas tant par un retard de développement, mais qu'elle résulte de modalités commerciales désavantageuses fixées par les partenaires du Nord. Deuxièmement et plus concrètement, le commerce équitable repose sur les deux principaux systèmes de commercialisation qui se sont progressivement institutionnalisés au cours des dernières années pour proposer un marché alternatif régulé en fonction d'autres principes et impliquant d'autres acteurs que le commerce traditionnel : la filière intégrée et la filière labellisée du commerce équitable. L'une et l'autre s'appuient sur des ONG qui organisent le circuit commercial tout comme elles attestent les caractéristiques équitables des produits. Au sein de la filière labellisée, un logo apposé sur les produits offre cette garantie permettant de les identifier sur les linéaires de la grande distribution et même parmi la gamme de produits proposés par les grandes entreprises traditionnelles de l'alimentation. Du côté de la filière intégrée, cela se

2. Selon l'étude Ipsos réalisée en 2008 pour le compte de la Plate-forme pour le commerce équitable (PFCE), le ministère des Affaires étrangères et européennes et le Gret, plus de huit Français sur dix ont déjà entendu parler du commerce équitable. Voir Ipsos, *L'Achat équitable, une bonne action, mais pas seulement*, 2008. En ligne : <http://www.ipsos.fr/CanalIpsos/articles/2525.asp>

fait à travers une distribution spécialisée et relativement étanche qui mise d'abord sur l'engagement des différents acteurs tout au long de la chaîne à œuvrer pour un commerce équitable. Ce n'est pas le produit que l'on certifie dans ce cas, mais plutôt les pratiques des différents acteurs du circuit. Enfin, le commerce équitable représente aussi une idéologie selon laquelle le commerce et l'économie en général peuvent être mis au service du progrès social, de l'équité et des valeurs de solidarité entre les peuples et les individus. Dans cette perspective, il s'intègre à la grande famille de l'économie sociale et aux différentes formes de consommation responsable ou éthique.

Bref, même si on l'y réduit parfois, le commerce équitable est beaucoup plus qu'un logo, qu'il soit apposé sur un produit comme dans le cas de la filière labellisée ou accolé à l'enseigne d'une boutique du côté de la filière intégrée. Mais le logo porte néanmoins tout le questionnement et toutes les critiques qui habitent le mouvement du commerce équitable à propos d'un système commercial qui semble reproduire, sous le couvert d'une rationalité économique, des rapports de domination issus d'une autre époque.

Un peu d'histoire

Si le commerce équitable a connu son véritable essor il y a à peine une quinzaine d'années, il s'est construit à partir d'expériences plus anciennes qui avaient toutes pour ambition de proposer un commerce alternatif, qu'il s'agisse d'un commerce fonctionnant sur des bases différentes du commerce international traditionnel ou d'un commerce porteur de finalités sociales, politiques ou philanthropiques. Il est intéressant de se remémorer cette histoire du commerce équitable, car elle permet de saisir les défis particuliers auxquels il doit faire face, défis qui existent depuis longtemps bien qu'ils prennent place aujourd'hui dans un contexte inédit. Elle permet également de mieux comprendre les tensions qui

traversent le mouvement, tensions qui se font de plus en plus vives à mesure que celui-ci prend de l'ampleur.

Le commerce équitable s'inspire en premier lieu d'une tradition séculaire : la coopération. Certains principes du commerce équitable tels que le juste prix, l'organisation démocratique du travail ou la suppression des intermédiaires semblent d'ailleurs directement inspirés de l'expérience des premiers coopérateurs³. Mais la dimension Nord-Sud spécifique au mouvement équitable est l'écho d'une tout autre famille de pratiques davantage liées à l'aide internationale et aux revendications politiques que les pays du Sud ont commencé à faire valoir au tournant des années 1960. En effet, dès les années 1950, plusieurs coopérants et missionnaires organisent des ventes de produits artisanaux de provenance diverse à la sortie des églises en vue de réunir des fonds pour venir en aide aux réfugiés ou aux populations défavorisées. Bien ancré dans les communautés religieuses, ce « commerce de la charité » pratiqué par des organisations telles que Mennonite Central Committee (MCC, l'ancêtre de Dix Mille Villages), Sales Exchange for Refugee Rehabilitation and Vocation (SERRV), Oxfam et SOS propose en quelque sorte un nouveau véhicule philanthropique où le commerce est mis au service du financement du développement, sans pour autant que la logique intrinsèque du commerce international soit remise en question⁴. Ce n'est d'ailleurs que vers la fin des années 1950 que les produits artisanaux mis en vente commencent à être fabriqués par les communautés bénéficiaires des financements ainsi récoltés. À partir des années 1960, c'est un mouvement résolument politique qui émerge, visant à trouver des débouchés pour des produits issus de pays marginalisés. Ce

3. L. Favreau, « Commerce équitable, économie sociale et mondialisation », in C. Gendron (dir.), *Séminaire international sur le commerce équitable, les coopératives et le développement durable* (Montréal, 26 et 27 septembre 2002), chaire Économie et Humanisme, École des sciences de la gestion, université du Québec à Montréal, 2002, p. 2-14.

4. W. Low et E. Davenport, "Postcards from the Edge", *Sustainable Development*, n° 13, 2005, p. 143-153.

commerce « solidaire » ou « politique » est porté par des militants tiers-mondistes opposés au capitalisme et à l'impérialisme économique. Peu à peu, il prend forme à travers l'ouverture de boutiques spécialisées, les Magasins du Monde, véritables lieux de sensibilisation et d'éducation mis sur pied par Oxfam, Artisans du Monde et d'autres associations. Un commerce « pour le développement » émerge au cours de la décennie suivante, qui pose le commerce comme outil de développement tout en interrogeant la structure du commerce international et la détérioration des termes de l'échange, responsables du sous-développement des pays du Sud : "Trade, not Aid⁵!" clament les pays du Sud lors de la première Conférence des Nations unies pour le commerce et le développement (Cnuced) qui s'est tenue à Genève en 1964. À partir des années 1970 et jusqu'à la fin des années 1980, ces trois courants (charité, solidarité et développement) entameront peu à peu un dialogue pour se confondre dans un « commerce alternatif de bienveillance⁶ » proposant des produits artisanaux dans des boutiques spécialisées. Ce commerce s'inscrit dans une démarche caritative sans être exempt de message politique et ne vise ni la croissance des ventes ni la qualité des produits. La plupart des acheteurs qui fréquentent les boutiques ou font des achats lors de manifestations politiques sont déjà sensibilisés et ne rechignent pas à payer plus cher pour des produits de mauvaise qualité, car il s'agit pour eux d'une forme de don et non d'une transaction économique conventionnelle⁷.

Trois évolutions marqueront la transition de ce commerce de bienveillance vers le commerce équitable tel que nous le connaissons aujourd'hui. D'une part, les boutiques spécialisées se modernisent en réponse à l'arrivée de nouveaux acteurs commerciaux

5. « Du commerce, pas de l'aide ! »

6. Pour reprendre l'expression de Le Velly (voir note suivante) en référence à l'exemple du boucher et de sa bienveillance qu'Adam Smith opposait à la dynamique régulatoire du marché.

7. Voir R. Le Velly, *Le Commerce équitable : des échanges marchands contre le marché et dans le marché*, thèse de doctorat, université de Nantes, 2004.

(tels que Pier 1 Imports) et pour maintenir l'intérêt d'acheteurs dont le pouvoir d'achat diminue⁸. D'autre part, ces boutiques offrent peu à peu des produits alimentaires afin de ne pas être confinées à un marché artisanal de plus en plus précaire. Mais c'est tout spécialement l'arrivée de la certification, avec le logo Max Havelaar, qui, en ouvrant les portes de la grande distribution, marquera le nouvel âge de ce commerce alternatif qui deviendra le commerce équitable.

Filière labellisée et filière intégrée

L'association Max Havelaar et le logo du même nom ont été créés en 1988 par Nico Roozen et le père Van der Hoff, après deux ans de réflexion entre une communauté de producteurs de l'État d'Oaxaca au Mexique et l'ONG néerlandaise Solidaridad qui les assistait pour commercialiser leur café dans les Magasins du Monde. Dès le départ, l'ambition des deux fondateurs était d'introduire le café des producteurs dans le réseau de la grande distribution et ainsi d'augmenter le volume des ventes, donc les revenus et les conditions de vie des producteurs⁹. Ils pensèrent d'abord à créer une marque, mais durent renoncer rapidement devant les risques financiers et leur manque d'expertise en matière de commercialisation. Les fondateurs finirent par retenir plutôt l'idée d'un label reposant sur certains critères ainsi qu'un processus de certification externe. Cette décision allait ouvrir la voie à une diffusion exceptionnellement rapide de ce qui correspond à une véritable innovation sociale.

Dans les années suivant la création de Max Havelaar, non seulement plusieurs cafés furent labellisés, mais d'autres initiatives de labellisation virent également le jour dans plusieurs pays d'Europe et d'Amérique du Nord ainsi qu'au Japon, sous le nom

8. M. A. Littrell, et M.A. Dickson, *Social Responsibility in the Global Market – Fair Trade of Cultural Products*, Londres et New York, Sage, 1999.

9. N. Roozen et F. Van der Hoff, *L'Aventure du commerce équitable, une alternative à la mondialisation par les fondateurs de Max Havelaar*, Paris, J.-C. Lattès, 2002.

de Max Havelaar, mais aussi de Transfair ou Fairtrade notamment. Si bien qu'en 1997, il n'existait pas moins de dix-sept initiatives nationales de labellisation qui se regroupèrent sous une organisation commune : Fairtrade Labelling Organisations International (FLO). À l'heure actuelle, FLO regroupe plus d'une vingtaine d'initiatives nationales principalement issues de pays développés, mais compte de plus en plus d'initiatives de pays du Sud, dont celles, plus récentes, du Mexique et de l'Afrique du Sud.



La labellisation a donc ouvert une nouvelle ère pour un mouvement qui a résolument quitté la marginalité en s'adressant au consommateur « ordinaire » dans ses lieux d'achat traditionnels où il peut désormais repérer les produits issus du commerce équitable en cherchant le logo (voir les trois principaux logos de la filière labellisée ci-dessus).

Mais la filière dite « intégrée », caractérisée par un réseau de distribution qui lui est propre, n'a pas cessé d'exister pour autant. Et même si elle peut sembler maintenant secondaire aux côtés d'une filière labellisée dont les volumes de vente ne cessent de s'accroître, elle est souvent présentée comme incarnant de façon plus essentielle et définitive le caractère alternatif du commerce équitable.



Aujourd'hui donc, le commerce équitable se décline en deux filières de commercialisation portées par des institutions distinctes.

Du côté de la filière intégrée, l'IFAT¹⁰ s'est donné pour mission de mettre en réseau les organisations de commerce équitable et de les promouvoir. Créée en 1989, elle est aujourd'hui le plus vaste réseau d'organisations de commerce équitable avec, en 2008, plus de 325 membres répartis dans plus d'une soixantaine de pays majoritairement du Sud, mais aussi du Nord¹¹. À l'instar de la création du label Max Havelaar et de la fédération des différentes initiatives de labellisation sous l'organisme parapluie FLO du côté de la filière labellisée, la création de l'IFAT a constitué la première étape de ce processus de formalisation de la filière intégrée qui a abouti au lancement d'une reconnaissance pour les organisations équitables en 2004 au Forum social mondial de Mumbai, la « marque » d'organisation équitable (FTO Mark – Fair Trade Organization) permettant d'identifier les organisations membres de l'IFAT satisfaisant à ses principes équitables. L'IFAT travaille actuellement au développement d'un label faisant intervenir une certification par une tierce partie indépendante. Ce label est destiné aux organisations de commerce équitable et utilisable sur leurs produits, ce qui était impossible avec la marque d'organisation¹².

10. Lors de son assemblée générale en 2005, les membres de l'IFAT (initialement International Federation for Alternative Trade) se sont prononcés contre la motion proposant un changement de nom qui intégrerait le terme *fair*. L'enjeu du changement de nom avait aussi été discuté lors de l'assemblée générale antérieure. Étonnamment toutefois, sur le site Internet de l'IFAT en 2005, on utilisait déjà le nom International Fair Trade Association. En 2007, à l'occasion du Forum social mondial, Christine Gent de l'IFAT expliquait que, pour surmonter ce problème, l'IFAT cherchait désormais à se faire connaître comme l'« IFAT » et non plus comme la « Fédération internationale du commerce alternatif » ou comme l'« Association internationale de commerce équitable ». Sur son site Internet, l'IFAT se définissait ainsi comme le réseau mondial des organisations de commerce équitable (*global network of fair trade organizations*). Mais lors de son assemblée générale à l'automne 2008, les membres de l'IFAT ont entériné le nouveau nom de l'organisation: World Fair Trade Organization.

11. Voir www.ifat.org

12. IFAT to create label for certified Fair Trade Organizations. En ligne:

Fondée en 1990, l'EFTA (European Fair Trade Association) regroupe quant à elle onze organisations importatrices originaires de neuf pays européens avec pour mission de promouvoir le commerce équitable auprès des instances politiques et économiques et de le rendre plus efficient¹³. Enfin, les Magasins du Monde se sont progressivement organisés, de manière informelle tout d'abord, puis à travers la création en 1994 d'un réseau officiel, le Network of European World Shops (NEWS!), qui représente aujourd'hui pas moins de 2 500 magasins rassemblés à travers une quinzaine d'associations nationales issues de treize pays européens¹⁴. À ces réseaux au Nord il faut ajouter les initiatives qui ont vu le jour au Sud au cours des dernières années: le Forum asiatique de commerce équitable (Asia Fair Trade Forum en 2001; 80 producteurs, 12 pays asiatiques)¹⁵, le réseau africain COFTA (Cooperation for Fair Trade in Africa en 2004; 60 membres, 18 pays africains)¹⁶ et la Table de coordination des petits producteurs de commerce équitable d'Amérique latine et des Caraïbes (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de comercio justo, CLAC) en 2004¹⁷.

Du côté de la filière labellisée, FLO regroupe l'ensemble des initiatives nationales de labellisation et s'est récemment ouverte à des réseaux de producteurs du Sud tels que la CLAC, le Réseau africain de commerce équitable (African Fairtrade Network, AFN) et le Réseau des producteurs d'Asie (Network of Asian Producers, NAP)¹⁸.

Bien que le label FLO et le label d'organisation de l'IFAT soient les principaux systèmes de garantie pour le commerce équitable,

www.ifat.org/index.php?option=com_content&task=view&id=804&Itemid=1&lang=en

13. Voir www.european-fair-trade-association.org

14. Voir www.worldshops.org

15. Voir www.catgen.com/aftf/EN/

16. Voir www.catgen.com/cofta/EN/

17. www.clac-pequenosproductores.org/

18 FLO, *The producer networks become co-owners of FLO*, 2007. En ligne: [www.fairtrade.net/single_view.html?&cHash=878bf130b6&tx_ttnews\[backPid\]=168&tx_ttnews\[tt_news\]=20](http://www.fairtrade.net/single_view.html?&cHash=878bf130b6&tx_ttnews[backPid]=168&tx_ttnews[tt_news]=20)

il en existe plusieurs autres. La marque Bio Équitable mise en place par l'association du même nom en 2002¹⁹, le Label STEP²⁰ pour la filière du tapis, le programme Fibre citoyenne²¹ dans le secteur du textile, le cahier des charges de Minga²², le système d'évaluation de la PFCE²³ ou l'audit FTA200 d'Alter Eco²⁴ en sont quelques exemples²⁵.

Une définition commune du commerce équitable

Depuis 1998, les deux filières labellisée et intégrée se trouvent rassemblées dans un réseau informel dont la dénomination reprend la première lettre des quatre principales organisations, FLO, IFAT, NEWS! et EFTA : le réseau FINE²⁶.

C'est au sein de ce réseau que les principaux acteurs se sont entendus en 2001 sur une définition commune du commerce équitable comme système commercial alternatif :

Le commerce équitable est un partenariat commercial, fondé sur le dialogue, la transparence et le respect, dont l'objectif est de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions commerciales et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés, tout particulièrement au Sud. Les organisations du commerce équitable (soutenues par les consommateurs) s'engagent activement à soutenir les producteurs, à sensibiliser l'opinion et à mener campagne en faveur de

19. <http://www.bioequitable.com/>

20. Depuis le 1^{er} janvier 2007, le label STEP est géré en tant qu'unité commerciale autonome au sein de la Fondation Max Havelaar (Suisse).

Label STEP, *Qui sommes-nous ?* En ligne : www.label-step.org/fr/label-step/qui-sommes-nous/

21. <http://www.fibrecitoyenne.org/>

22. <http://www.minga.net/>

23. <http://www.commerceequitable.org/>

24. <http://www.altereco.com/>

25. Voir *Mémento 2006 : étude comparée de différents systèmes de garantie-qualité*, Paris, PFCE.

26. Voir www.fairtrade-advocacy.org/

changements dans les règles et les pratiques du commerce international conventionnel.

L'objectif stratégique du commerce équitable est de :

- travailler délibérément avec des producteurs et des travailleurs marginalisés afin de les aider à passer d'une position de vulnérabilité à la sécurité et à l'autosuffisance économique ;
- donner plus de poids aux producteurs et aux travailleurs en tant que parties prenantes de leurs organisations ;
- jouer activement un plus grand rôle dans l'arène mondiale pour parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial²⁷.

Cette définition est intéressante dans la mesure où on y reconnaît l'inspiration des courants fondateurs du commerce équitable et qu'elle reflète bien sa multiplicité actuelle : à la fois système commercial alternatif, mouvement sociopolitique et idéologie. En définissant le commerce équitable comme un « partenariat », elle rompt avec les représentations économiques traditionnelles où le lien entre les agents économiques n'existe que le temps de la transaction. Elle se rapproche simultanément de la terminologie qui caractérise le domaine de la coopération depuis les dix dernières années, où la relation d'aide a fait place dans les discours à un projet entre partenaires égaux. Pour caractériser un système commercial alternatif, cette définition synthétise les différents critères équitables. Si ces critères peuvent varier d'un organisme ou d'une filière à l'autre, ils reflètent néanmoins des principes de base communs à l'ensemble du mouvement que l'organisme Équiterre du Québec résume comme suit²⁸ :

27. FINE, *Fair Trade Definition and Principles*, 2001. En ligne : www.fairtrade-advocacy.org/documents/FAIRTRADEDEFINITIONnewlayout2.pdf

28. Bien que l'on se réfère couramment aux « principes équitables », ceux-ci ne sont pas formellement arrêtés comme c'est le cas, par exemple, des principes du mouvement coopératif établis par l'Alliance coopérative internationale (ACI). Conscients que nous aurions pu nous fonder sur l'interprétation des principes équitables donnée par bien d'autres organisations, la formulation faite par l'organisation Équiterre des principes équitables nous paraît intéressante pour les raisons suivantes. D'abord, Équiterre ne fait pas la vente de produits équitables, mais a une mission de sensibilisation des citoyens dans le cadre de laquelle

1. *Un commerce direct* : le produit est acheté par l'importateur du Nord directement de la coopérative ou de l'association de producteurs du Sud sans intermédiaire.

2. *Un juste prix* : le produit est acheté à un prix stable et constant, souvent de deux à trois fois supérieur à celui du marché conventionnel. Une prime supplémentaire est également versée pour les produits certifiés biologiques.

3. *Un engagement à long terme* : lorsqu'il achète un produit, l'importateur s'engage à acheter plus de deux fois à la même coopérative ou association, de façon à lui assurer une certaine constance dans ses ventes.

4. *Un accès au crédit* : selon leur demande, les coopératives de producteurs du Sud peuvent emprunter à un faible taux d'intérêt.

5. *Une organisation démocratique et transparente* : les producteurs du Sud se regroupent en coopérative, gérée de façon démocratique et transparente.

6. *La protection de l'environnement* : la culture des produits utilise des méthodes d'agriculture durable et respectueuse de l'environnement. La majorité des coopératives équitables sont également certifiées biologiques.

7. *Le développement local communautaire* : une partie des revenus est réinvestie dans la communauté sous forme de développement local, pour la réalisation de projets liés à l'amélioration de la santé, de l'éducation, de l'environnement et de l'économie locale²⁹.

À ces principes, qui concernent essentiellement les organisations du Sud, on peut ajouter les visées d'éducation et de sensibilisation aux effets du commerce international et aux conditions

s'inscrivent notamment l'éducation et la promotion du commerce équitable. Ce faisant, elle est relativement indépendante des instances internationales du commerce équitable tout en s'impliquant dans le mouvement équitable pour en devenir un symbole, à tout le moins pour la province du Québec. Enfin, son interprétation non institutionnelle des principes équitables reflète davantage la compréhension qu'en ont la majorité des acteurs du mouvement au Québec comme dans le reste du monde.

29. Équiterre, *Le Programme de commerce équitable*. Voir www.equiterre.org/equitable/index.php

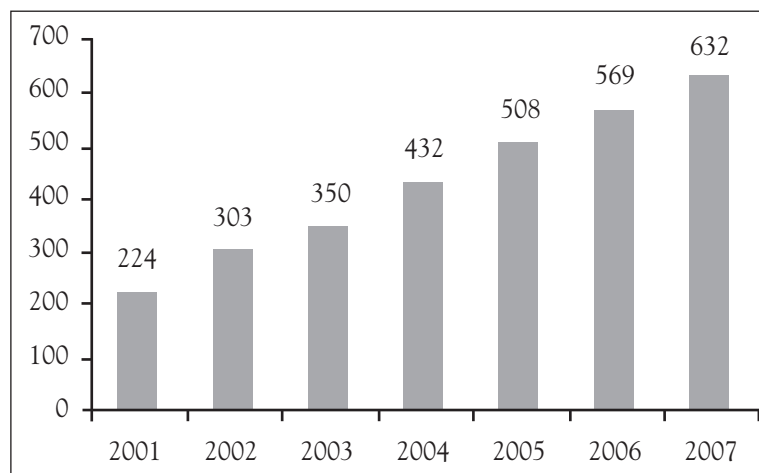
de vie des producteurs du Sud que doivent porter les organisations du commerce équitable au Nord.

Fort de ces principes et de son projet de réforme des règles du commerce international traditionnel, le commerce équitable s'est posé ces dernières années en véritable force d'émancipation pour les populations marginalisées du Sud. Et ses promesses ont l'heur de toucher la fibre solidaire des consommateurs du Nord qui, après s'être sentis impuissants devant la misère du tiers-monde, voient dans le commerce équitable un moyen concret de contribuer à leur échelle à un monde meilleur. C'est pourquoi le commerce équitable a connu un développement fulgurant au cours des dernières années. Pour la seule filière labellisée, en 2001, on recensait 224 organisations de producteurs certifiées alors qu'en 2007, on en dénombre 632, représentant plus de 1,4 million de paysans et travailleurs³⁰ (voir figure 1 en page suivante). En 2007, FLO estimait à plus de 7 millions le nombre de personnes bénéficiant du commerce équitable, incluant des paysans, des travailleurs et leur famille, répartis dans 59 pays en développement³¹.

30. Voir www.fairtrade.net

31. FLO, *Global fairtrade sales increase by 40% benefiting 1.4 million farmers worldwide*, 2007. Consultable sur [www.fairtrade.net/single_view.html?&cHash=cfb8ed22af&tx_ttnews\[backPid\]=168&tx_ttnews\[pointer\]=1&tx_ttnews\[tt_news\]=26](http://www.fairtrade.net/single_view.html?&cHash=cfb8ed22af&tx_ttnews[backPid]=168&tx_ttnews[pointer]=1&tx_ttnews[tt_news]=26)

Figure 1 : Évolution du nombre d'organisations de producteurs certifiés équitables



Source : www.fairtrade.net/figures.html

Cette croissance du nombre des organisations de producteurs certifiées s'explique évidemment par une accessibilité accrue des produits certifiés équitables dans les pays du Nord. Entre 2006 et 2007, le nombre d'entreprises licenciées a augmenté de 29 %, passant de 1 514 à 1 954³². Les ventes de produits labellisés équitables ont également bondi. Entre 1998 et 2005, les volumes de produits équitables labellisés vendus ont connu une augmentation de 549 % (voir tableau 1). De 1998 à 2004, la croissance même des volumes vendus a constamment augmenté, atteignant un taux de croissance inégalé de 56 % entre 2003 et 2004. Si la croissance a été moins forte entre 2004 et 2005, elle se situait néanmoins à 34 %, vitalité économique dont peu de secteurs peuvent se targuer.

32. *Ibid.*

Tableau 1 – Ventes de produits équitables labellisés³³

Année	Volume (en tonnes métriques)	Augmentation (en pourcentage)
1997	25 972	
1998	28 913	11 %
1999	33 495	16 %
2000	39 750	19 %
2001	48 506	22 %
2002	58 813	21 %
2003	80 633	42 %
2004	125 596	56 %
2005	168 476	34 %

Source : FLO et Raynolds et Long (2007).

De nouveaux produits sont désormais certifiés équitables : le coton, les fleurs, le vin. D'autres, plus connus, tels que le café, le cacao, les bananes ou encore le thé, ont bénéficié d'une croissance sans précédent. De nouvelles marques proposant des produits labellisés émergent régulièrement. La consommation de produits équitables par habitant s'accroît. Incidemment, on estime que le chiffre d'affaires global du commerce équitable, avec les filières labellisée et intégrée réunies, a augmenté de près de 42 % entre 2005 et 2006 pour atteindre 1,6 milliard d'euros, dont 88 % proviennent des ventes de produits labellisés³⁴. Au Canada, le chiffre d'affaires attribué à la vente de produits labellisés s'élève

33. www.fairtrade.net et L. T. Raynolds et M. A. Long, "Fair/Alternative Trade: historical and empirical dimensions", in L. T. Raynolds, D. L. Murray et J. Wilkinson (dir.), *Fair Trade / The Challenges of Transforming Globalization*, New York, Routledge, 2007, p. 15-32.

34. Il n'y a pas de compilation unifiée des statistiques du commerce équitable regroupant toutes les filières et opérateurs du commerce équitable. Les estimations sont tirées de Raynolds et Long, "Fair/Alternative Trade: historical and empirical dimensions", *art. cit.*

à 53,8 millions d'euros en 2006 ; en France, ce chiffre atteint 166 millions d'euros la même année³⁵. Simultanément à cet engouement, le commerce équitable fait l'objet de critiques. On le soupçonne tout d'abord d'exagérer ses impacts positifs, soit parce que le nombre de communautés qui en bénéficient demeure marginal par rapport aux conditions de vie qui caractérisent la majorité de la population des pays du Sud, soit parce que ses critères et leur application laissent de côté de nombreux enjeux de développement. On lui reproche également de reproduire, sous des prétentions de partenariat, un modèle de coopération dépassé où le Nord contraint le Sud à une relation de dépendance. On critique aussi le fait que des ONG non imputables envers le public et parfois peu transparentes se soient autoproclamées garantes du caractère équitable des relations commerciales internationales, et ce, sans impliquer suffisamment les acteurs du Sud. L'incursion du commerce équitable dans la grande distribution suscite des questionnements qui traversent le mouvement lui-même alors qu'on s'interroge sur sa capacité de demeurer fidèle à ses valeurs d'origine tout en frayant avec l'« ennemi », c'est-à-dire les grandes entreprises transnationales, qu'il s'attache pourtant à dénoncer en mettant en cause l'iniquité intrinsèque du système commercial international traditionnel. Certains s'en prennent également au caractère international du commerce équitable, défendant qu'un commerce équitable devrait d'abord et avant tout être un commerce de proximité qui privilégie la production et la consommation locales et non la production en vue de l'exportation, sans parler des impacts environnementaux qui en découlent, ne serait-ce qu'en raison du transport qui se fait sur de plus longues distances. On peut également soulever la question de la répartition de la valeur tout au long de la chaîne équitable, qui ne serait pas équitablement partagée avec le Sud.

En résumé, si le commerce équitable a plus que jamais le vent en poupe en termes de notoriété et de progression des ventes au

35. Voir www.fairtrade.net/

Nord, si de plus en plus d'acteurs du Sud se joignent au mouvement, il n'a jamais été aussi fragile dans son essence et dans la formulation de son projet de commerce alternatif. Le mouvement est ainsi traversé par des questionnements fondamentaux qui déchirent les organisations sur lesquelles il s'appuie, et cela à l'heure même où il commence à être institutionnalisé par les gouvernements et reconnu par les grandes organisations internationales. La question est donc de savoir comment le commerce équitable peut répondre à sa triple ambition de soutien aux producteurs du Sud, de réforme du système commercial international et d'éducation du consommateur. Comment le commerce équitable peut-il s'inscrire dans le cadre des nouvelles régulations face aux défis que posent la mondialisation et la problématique environnementale, et participer à une nouvelle gouvernance aux échelles locale et globale ?

Présentation du livre

Cet ouvrage se veut l'amorce d'une réflexion nécessaire qui, même si elle est fondée sur des constats, ne se limitera pas à un simple diagnostic, mais débouchera sur des propositions concrètes. Il s'agit en quelque sorte de repenser l'innovation socio-économique qu'est le commerce équitable qui, bien qu'exceptionnelle, menace de se figer et de perdre son dynamisme propre. Pour éviter d'être totalement récupéré par une logique exclusivement marchande qui en tuerait l'essence, le mouvement doit, selon nous, adopter une posture autocritique afin de conserver son potentiel de renouvellement au chapitre des régulations économiques et de participer à une nouvelle gouvernance des échanges. C'est à cette réflexion que cet ouvrage souhaite contribuer, en s'attachant à découvrir ce qui se cache derrière les logos, la définition et les critères du commerce équitable et en révélant les enjeux et les défis auxquels il fait face. Nous souhaitons donner au lecteur l'occasion de mieux comprendre à la fois les ambitions, le potentiel, mais aussi les limites du commerce équitable, et offrir au

mouvement des pistes de réflexion pour penser un avenir conforme aux idéaux de ceux qui le portent.

Nous commençons notre voyage au Chiapas, dans une petite organisation de producteurs de café³⁶. Nous y découvrons comment se vit la production dans la filière équitable, comment se concrétisent des critères comme le juste prix et la démocratie coopérative, mais aussi quels rapports entretient la filière équitable avec le marché traditionnel. Nous souhaitons analyser dans ce chapitre les impacts réels du commerce équitable sur la qualité de vie et sur le développement des producteurs du Sud, pour éventuellement dégager les autres facteurs indispensables à ses retombées positives. La logique commerciale traditionnelle demeure en effet très présente dans une filière qui se pose pourtant en contradiction avec elle en revendiquant être d'abord fondée sur des valeurs humanistes.

Le deuxième chapitre nous transporte en Bolivie en plein cœur de l'Altiplano où l'on produit le quinoa. L'engouement soudain des consommateurs du Nord pour cette denrée a encouragé certaines communautés à s'orienter vers une production de denrées primaires d'exportation au détriment des cultures vivrières. Ce cas permet de réfléchir sur le modèle de développement que porte le commerce équitable, qui reste encore résolument marqué par une dynamique Nord-Sud où le Sud approvisionne le Nord en denrées exotiques non transformées et où le Sud dépend des goûts et des envies du Nord pour assurer son développement. On s'interroge donc sur le rapport qu'entretient le mouvement équitable avec les questions de sécurité et de souveraineté alimentaires, mais aussi sur le potentiel d'un commerce équitable Sud-Sud ou encore d'un commerce de proximité pensé dans une perspective de subsidiarité. Cet enjeu est tout aussi important dans les pays du Nord

36. Chaque chapitre débute par un cas qui illustre une problématique. Le cas ne se veut pas emblématique ni représentatif, mais cherche à introduire différents enjeux qui font l'objet d'une discussion dans la suite de chacun des chapitres.

avec des initiatives comme l'agriculture soutenue par la communauté et les programmes d'achats locaux.

Dans le chapitre 3, nous assistons à une réunion d'associations de producteurs qui discutent des instances du commerce équitable encore dominées par les acteurs du Nord. Inspirées par un modèle de coopération Nord-Sud traditionnel, ces organisations ont été pressées au cours des dernières années de s'ouvrir à une participation réelle et effective des acteurs du Sud, qui veulent prendre part aux décisions et à la configuration du système équitable. Nous présentons les innovations de certaines organisations ayant réformé leur système de gouvernance pour laisser davantage de place aux acteurs du Sud et à leurs préoccupations. Nous tentons aussi d'analyser comment, au fil du temps, les acteurs du Sud se dotent eux-mêmes de structures qui leur sont propres dans une perspective d'autonomie d'un commerce équitable résolument « sudiste ». Ce commerce équitable pourrait ouvrir la voie à un système international décentralisé de commerce équitable regroupant ou agissant comme coordonnateur des diverses instances nationales.

Le chapitre 4 nous amène en Amérique du Nord pour réfléchir à la délicate question de la cohérence d'un mouvement qui se dédie aux producteurs du Sud, mais dont les exigences et les conditions ne s'appliquent qu'à ces derniers. Nous souhaitons mettre en lumière les questions encore laissées en plan par le système équitable telles que le partage de la valeur ajoutée et la responsabilité de la transformation, l'absence d'exigences s'appliquant aux acteurs du Nord qui se revendiquent de la filière équitable, la mission d'éducation d'un commerce équitable lorsque celui-ci est réduit à un logo sur un linéaire de grande surface, et enfin la concurrence et l'arbitrage nécessaire entre produits locaux et produits équitables.

Dans le chapitre 5, nous nous penchons sur le cas de la France où l'État multiplie les échanges avec le mouvement et le système équitable. Il est intéressant en effet d'analyser comment les pouvoirs publics interagissent avec le commerce équitable ; s'ils le

reconnaissent, l'appuient, l'encadrent et même l'utilisent comme politique d'approvisionnement par exemple. Simultanément, on peut se demander quels rapports le mouvement entretient avec les pouvoirs publics desquels il attend des financements, parfois des législations, mais dont il souhaite pourtant demeurer autonome, un peu à l'image de l'économie sociale cherchant à garder une distance critique face à une instance qui porte les régulations mêmes qu'il s'attache à contester.

Dans le chapitre 6, nous retournons au Sud, mais cette fois en Inde, pour explorer les formes moins traditionnelles du commerce équitable. En remettant en question un modèle qui ne leur est pas facilement transposable, de nouveaux produits qui souhaitent aussi se revendiquer de la filière équitable s'avèrent être peut-être ses principales voies de renouvellement. Mais se posent alors des défis quant à la définition même de l'équité et à la possibilité de mettre en place un commerce équitable « de masse » qui ne soit pas perverti par une logique marchande. Derrière ces débats se profile la question de la diversité des acteurs qui évoluent dans la nouvelle sphère de la consommation éthique et des interdépendances inévitables, mais parfois confuses, avec le commerce équitable traditionnel.

Ce sont des questions que nous approfondissons encore davantage au chapitre 7 qui nous convie à une navigation sur Internet pour observer comment les grandes entreprises de distribution alimentaire, interpellées par le mouvement équitable tout comme par les ONG, réagissent à l'engouement d'une nouvelle frange de consommateurs pour les produits « responsables ». À travers le cas de Chiquita, nous illustrons comment une grande entreprise a progressivement initié un dialogue avec les différents mouvements sociaux, tout spécialement les mouvements environnementaux et parfois le mouvement équitable, mais aussi comment elle les concurrence en mettant sur le marché une gamme de produits « verts », « philanthropiques », « responsables » ou « durables ». Ces produits ont notamment pour effet de diluer l'offre équitable et de semer la confusion en participant, avec d'autres initiatives

portées par les mouvements sociaux, à une véritable prolifération des logos et des certifications sociales et environnementales. Loin de mener à une impasse, il nous semble néanmoins qu'il faille voir là l'amorce d'un dialogue, sinon d'un débat social, où la responsabilité sociale, le commerce équitable et la consommation responsable seraient appelés à converger pour tendre vers un marché plus sensible aux dimensions sociales et environnementales de la production et susceptible d'insérer ces considérations dans son cadre de régulation.

Au terme de ce périple, nous proposons au lecteur une série de propositions permettant selon nous de repenser le commerce équitable non seulement comme système, mais aussi comme mouvement et comme idéologie à un moment où les préoccupations des autres mouvements sociaux et les transformations à l'œuvre sont propices à des métissages, à des collaborations et à une coordination des efforts pour une gouvernance économique plus en phase avec les besoins des populations en regard des formidables défis qui s'annoncent pour le siècle prochain.

1. Les impacts du commerce équitable au Sud

Café chiapaneco : quelle équité pour le commerce équitable³⁷ ?

En ce jour bien spécial de février 2005, les membres de l'organisation de producteurs du café équitable Café Chiapas, située dans l'État du Chiapas³⁸, se rendent à l'*acopio*³⁹. L'*acopio* est de loin le moment le plus attendu de l'année, puisque c'est le jour où les producteurs apportent à leur organisation le café récolté quelques semaines, voire un mois auparavant et sont enfin payés.

Pour se rendre à l'entrepôt de son organisation, Juan a une heure de trajet à faire en camionnette depuis la communauté où il habite, perchée à plus de 2 500 mètres d'altitude. Pour ses douze sacs de café récolté sur ses deux hectares situés à flanc de montagne, Juan s'attend à recevoir 8 400 pesos (environ 800 dollars américains). Et ce paiement n'est qu'un paiement partiel. Si les affaires vont comme l'an dernier, son organisation devrait lui verser pour

37. Cas tiré de V. Bisailon, *Commerce équitable et développement durable : le cas d'une organisation de producteurs de café au Mexique*, mémoire de maîtrise, université du Québec, Montréal, 2008.

38. Au sud du Mexique, à la frontière avec le Guatemala.

39. En espagnol, le mot *acopio* signifie « approvisionnement ».

sa production environ 2 600 pesos supplémentaires, mais qui ne lui seront payés que dans plusieurs mois. C'est donc un peu plus de 11 000 pesos que Juan devrait retirer de la vente de son café, c'est-à-dire 920 pesos par sac (environ 85 dollars). Considérant que les coyotes⁴⁰ payaient aux alentours de 450 pesos par sac l'an dernier, la vente de son café à l'organisation Café Chiapas est clairement avantageuse.

Pourtant, les 85 dollars par sac que recevra Juan paraissent bien en deçà du prix fixé par le commerce équitable qui est de 141 dollars pour le café biologique, un café qui doit satisfaire aux exigences de première qualité. La différence de 85 à 141 s'explique par le fait que le prix équitable est un prix pour le café arabica, lavé⁴¹ et Free on Board (FOB) au port d'origine. Bien que Juan ait procédé à quelques étapes de transformation après la récolte (dépulpage, lavage et séchage notamment), le café qu'il apporte à son organisation doit subir d'autres opérations avant de pouvoir être exporté. Malgré l'attention des producteurs à produire un café de première qualité, environ 20 % du café vendu à leur organisation ne satisfait pas aux standards de qualité pour être exporté. Ce café dit « naturel », cultivé de façon biologique mais dont la qualité est insuffisante, est écoulé sur les marchés nationaux à un prix qui varie selon les fluctuations du marché, mais qui est généralement bien en deçà de celui du commerce équitable. De plus, le prix FOB au port d'origine n'inclut ni le transport au port ni les taxes et autres frais afférents. Ces opérations de transformation, de commercialisation et de transport sont donc à la charge des producteurs et de leur organisation. Dans le cas de Juan, ce n'est pas Café

40. Le terme « coyote » désigne l'intermédiaire local qui représente à la fois le petit commerçant qui achète directement au producteur ou un plus grand négociant. Les coyotes détiennent généralement beaucoup de pouvoir et d'influence à l'égard des producteurs comme sur la scène politique locale et combinent souvent plusieurs positions clés dans les communautés. Voir L. Waridel, *Achter, c'est voter, le cas du café*, Montréal, Écosociété, 2005.

41. L'arabica est l'espèce de café la plus raffinée et la plus appréciée dont le prix est le plus élevé sur les marchés internationaux. Le café *lavé* est un café vert prêt à être torréfié et qui est de première qualité.

Chiapas dont il est membre qui prend en charge ces opérations, mais plutôt la fédération Café Alternativo à laquelle Café Chiapas appartient. Considérant que la fédération doit assumer ces frais de transformation, de commercialisation et de transport, ce n'est que vers le mois d'octobre, huit mois après l'*acopio*, alors qu'elle a fait le bilan des revenus de vente du café et de ses coûts d'opération, qu'elle est en mesure de verser la seconde et dernière partie du paiement du café aux producteurs membres de chacune de ses organisations.

Idéalement, la fédération Café Alternativo souhaiterait pouvoir octroyer un préfinancement aux producteurs avant la période de la récolte, mais elle n'a pas les ressources suffisantes pour le faire. Le préfinancement de la récolte des producteurs engendre par ailleurs un risque financier que ni la fédération Café Alternativo ni ses organisations membres ne sont prêtes à assumer. Il faut dire qu'elles ont eu de mauvaises expériences par le passé. Certaines des organisations ont accordé un préfinancement à leurs producteurs avant la période de la récolte, mais, lors de l'*acopio*, plusieurs producteurs n'ont tout simplement pas apporté le café dû. Résultat : plusieurs organisations, dont Café Chiapas, se sont retrouvées déficitaires. Mauvais contrôle de la part des organisations ? Mauvaise volonté ou inaptitude des producteurs à gérer adéquatement leurs ressources ? Les avis sont partagés sur les causes de ce fiasco, mais la conséquence directe est que les producteurs ne reçoivent plus de préfinancement et sont payés seulement en échange du café. Cette pratique est par ailleurs généralisée dans le secteur des organisations de café au Mexique. Bien que la fédération n'octroie pas de préfinancement aux producteurs, elle doit néanmoins financer l'*acopio* lors duquel elle paie les producteurs. Le plus souvent, elle obtient un crédit auprès d'une institution financière mexicaine spécialisée ou demande à ses acheteurs de lui payer une partie du café à l'avance, ce que certains refusent toutefois de faire.

S'ils ne bénéficient pas de préfinancement, comment les producteurs trouvent-ils les liquidités pour assumer les dépenses de

main-d'œuvre et d'équipement liées à la période de la récolte ? Les plus prévoyants et les plus aisés utiliseront le paiement final reçu pour le café récolté l'année précédente car, dans les faits, ce paiement leur est versé quelques semaines avant le début de la récolte suivante. Mais la plupart, comme Juan, continuent en fait de vendre une certaine partie de leur café aux coyotes. En dehors des douze sacs de café qu'il apporte aujourd'hui à Café Chiapas, il en a vendu quatre cette année à un coyote. Le café ainsi vendu aux coyotes est le premier récolté et de qualité inférieure en raison de la plus grande variation dans la maturité des cerises⁴². Puisqu'une grande proportion de ce café ne satisferait pas aux standards de qualité des marchés d'exportation, ce recours aux coyotes rend service à la fédération d'une certaine manière, car celle-ci ne trouve pas d'acheteur pour ce café de qualité inférieure, même s'il est biologique et équitable.

À l'approche de l'entrepôt de son organisation, Juan fait signe au chauffeur d'arrêter en tapant sur la carrosserie de la camionnette. Les autres passagers l'aident à descendre ses sacs et reprennent la route. Juan est le premier producteur à se présenter à l'entrepôt. Arturo, qui est le conseiller technique de Café Chiapas, va à la rencontre de Juan et l'aide à transporter ses sacs jusqu'au lieu de la pesée. Comme plusieurs organisations mexicaines, Café Chiapas bénéficie des services d'un ingénieur agronome, que l'on appelle couramment un assesseur. Depuis près d'un an maintenant, Arturo est l'ingénieur agronome qui assiste Café Chiapas dans toutes ses activités, que ce soit pour les formations sur l'agriculture biologique ou pour la planification des projets de l'organisation tels que la construction future d'un entrepôt et, bien entendu, pour l'organisation des journées d'*acopio*.

Avant de peser le café qu'a apporté Juan, Arturo ouvre l'un des sacs et prend une poignée de café dans ses mains. Il le hume et le fait rouler entre ses doigts en l'inspectant sommairement pour vérifier notamment qu'il a bien été séché et ne contient pas trop

42. La cerise est le fruit à l'état frais qui contient deux grains de café.

d'impuretés. Verdict : le café de Juan semble d'excellente qualité. Avec toutes les formations dispensées aux producteurs ces derniers mois sur les techniques de production biologique du café, Arturo n'en attendait pas moins. À l'époque où les producteurs n'avaient pour seuls acheteurs que les coyotes, la plupart leur vendaient leur café le plus souvent sous forme de café cerise, c'est-à-dire à l'état frais. Le café se détériorait rapidement s'il n'était pas traité. Les producteurs connaissaient donc à peine les techniques de contrôle de la qualité. Aujourd'hui, le café que les producteurs apportent à la fédération est un café qui a subi certaines opérations qu'ils effectuent avec le plus grand soin directement chez eux. Dès que les cerises sont cueillies, ils enlèvent la pulpe du café à l'aide d'un moulin conçu spécialement pour l'opération. Les grains de café sont ensuite lavés à l'eau claire et subissent une fermentation avant d'être séchés pendant plusieurs jours. On appelle *beneficio húmedo* ces étapes de transformation effectuées chez le producteur pour mettre en valeur le café lorsqu'il est à l'état frais (encore humide). Le café qui en résulte est appelé le café en *parche* ou *pergamino* en espagnol. En amont de ces opérations de *beneficio húmedo*, la production du café biologique implique la réalisation de nombreux travaux agricoles dont l'aménagement de terrasses, la taille des arbustes et le contrôle de l'ombrage généré par le couvert forestier sous lequel croissent les caféiers. La qualité des grains que produisent les caféiers est directement tributaire de l'ombrage qu'ils reçoivent, qui doit être ni trop important ni trop faible. La maîtrise de ces différentes techniques agricoles et du *beneficio húmedo* est cruciale compte tenu du fait que seul le café d'excellente qualité peut être exporté sur les marchés équitables.

Malgré tous les efforts déployés pour former les producteurs à maîtriser ces différentes techniques, les assesseurs sont confrontés à un problème récurrent lié à la main-d'œuvre. Car pour les aider à effectuer les travaux agricoles avant la récolte et pour la cueillette du café, les producteurs recourent la plupart du temps à des travailleurs guatémaltèques. Bien souvent, même si les producteurs ont suivi les formations, les techniques sont mal appliquées

sur leur parcelle tout simplement parce qu'ils n'ont pas nécessairement bien formé les travailleurs embauchés. D'autant plus que, d'une année à l'autre, les producteurs n'emploient pas nécessairement les mêmes travailleurs.

Pour la récolte qui vient de se terminer, Juan, comme plusieurs de ses compatriotes, a engagé deux travailleurs guatémaltèques dont un était accompagné de sa femme et de leurs deux jeunes enfants. La période des récoltes est tellement intense que la région vit une véritable pénurie de main-d'œuvre locale, notamment en raison de la proportion très élevée d'hommes qui migrent vers le nord du pays ou aux États-Unis. Les travailleurs et leur famille vivent dans des conditions difficiles; il n'est d'ailleurs pas rare de voir les femmes travailler un panier aux hanches pour récolter les cerises de café, leur dernier-né sur le dos. Juan tente pour sa part de bien traiter ses travailleurs, même s'il a connu quelques déconvenues (il y a deux ans, les Guatémaltèques qu'il avait embauchés sont partis alors que la récolte était à peine commencée, le laissant sans main-d'œuvre pour faire le travail).

Après avoir pesé le café et fait le décompte, Juan reçoit un chèque de 8 400 pesos comme il l'avait estimé. Fier de recevoir ce paiement, il constate que, depuis qu'il est membre de Café Chiapas, la situation économique de sa famille s'est grandement améliorée. Le supplément de revenu leur a permis d'acheter un peu plus de vêtements et des aliments de meilleure qualité. Mais s'agit-il pour autant d'un prix « équitable » ? Juan estime que le prix n'est pas assez élevé si on tient compte de tous les travaux d'entretien des plants de café qu'il doit faire tout au long de l'année, travaux qu'exige la production du café biologique. D'autre part, ces dernières années, les prix des biens de consommation ont augmenté – le maïs, les tomates, la farine, les vêtements –, alors que les revenus du café, qui constituent 80 % des revenus de sa famille, sont restés à peu près stables. C'est aussi l'avis de Javier, employé de la fédération et responsable de l'*acopio*, qui plaisante que le commerce équitable (*comercio justo* en espagnol) est peut-être « le moins injuste » qu'il connaisse ! Depuis quelques années,

la fédération a constamment diminué le prix payé aux producteurs parce que ses coûts d'opération n'ont cessé d'augmenter, notamment les frais de certification. Chaque acheteur du Nord a en effet ses propres exigences en matière de certification biologique. Par exemple, les acheteurs allemands exigent que le café soit certifié Naturland, pour le Japon, c'est le programme JAS, et ainsi de suite... Pour vendre leur café à ces différents acheteurs, les organisations de producteurs doivent donc adhérer à plus d'une certification biologique, ce qui augmente leurs coûts de production car il faut chaque fois payer pour la certification et les inspections qui y sont liées. De plus, la certification équitable autrefois gratuite exige désormais de nouveaux frais. Si bien que le commerce équitable s'avère plus avantageux certes, mais n'est peut-être pas si « équitable » qu'on l'imagine.

Avant de retourner chez lui, Juan relance Arturo et Javier à propos du système de gestion de la prime équitable qu'a instauré la fédération. Auparavant, la gestion de la prime était laissée à la discrétion de chacune des organisations et plusieurs la reversaient tout simplement aux producteurs. Désormais, la fédération va retenir la prime et l'octroyer à ses organisations membres pour le financement de différents projets qu'elles devront lui soumettre. Javier estime que cette mesure favorisera le renforcement des organisations tout en permettant de démontrer à FLO comment la prime a été investie. Juan est parmi les producteurs qui s'opposent à cette pratique, estimant que les opérations de transformation et de commercialisation leur coûtent déjà suffisamment. Arturo rappelle à Juan que Café Chiapas pourra profiter de cette mesure pour financer partiellement la construction d'un nouvel entrepôt sur le terrain qu'elle a acquis récemment. Mais la prime équitable n'est pas suffisante pour couvrir tous les coûts: l'organisation devra quand même trouver d'autres sources de financement. Elle pourra, par exemple, demander une contribution spéciale de ses producteurs membres, ce qui sera discuté lors de la prochaine réunion mensuelle de Café Chiapas, s'il y en a une... Car depuis l'élection du nouveau comité exécutif de Café

Chiapas il y a de cela un an et demi, l'organisation traverse une période difficile. Le changement de comité exécutif s'est fait dans une atmosphère de conflits et les producteurs participent désormais beaucoup moins à la gouvernance de l'organisation. Depuis des mois, le comité exécutif a promis de présenter les états financiers aux membres de l'organisation, mais ne l'a pas encore fait... Tout a commencé avec une histoire de prêt contracté par le comité exécutif sans l'accord de l'assemblée. Parce que l'organisation devait rapidement procéder à l'achat d'un terrain, le trésorier a lui-même fait un prêt à son organisation pour qu'elle achète le fameux terrain à un taux d'intérêt de 10 % par mois, sans que cette décision soit approuvée par les membres. Constatant ce fait, Arturo est intervenu. Mais plutôt que d'affronter le comité en place, l'ensemble des membres attend patiemment la fin du mandat dans six mois pour élire un autre comité exécutif. Les communications entre les membres de l'organisation sont d'autant plus difficiles que ceux-ci sont relativement dispersés sur le territoire. C'est dans cette atmosphère tendue que la fédération a assigné l'ingénieur Arturo à Café Chiapas dans l'objectif de renforcer la cohésion.

Il est maintenant 13 heures : Juan ira encaisser son chèque avant de retourner chez lui pour le repas du midi.

Le prix équitable : un juste prix ?

Si les producteurs de l'organisation du Chiapas présentée ci-dessus s'entendent pour dire que le commerce équitable a un impact positif sur leurs conditions de vie, ils se limitent bien souvent à en reconnaître les avantages économiques, à commencer par le meilleur prix reçu. Dans la myriade de certifications sociales et durables qui existent actuellement, la certification équitable se démarque parce qu'elle fixe un prix précis pour les produits certifiés. Le principe du juste prix ou du prix équitable est la pierre angulaire du mouvement équitable : il occupe une place centrale tant pour les producteurs que dans le discours des promoteurs du commerce équitable. Normalement plus élevé que le prix du

marché conventionnel, le prix équitable cherche à rémunérer plus justement les producteurs et ainsi à leur assurer de meilleures conditions de vie tout en dénonçant, voire en palliant, les injustices que génèrent les règles du système commercial international conventionnel. Mais le principe du juste prix soulève également plusieurs questions.

Une première difficulté liée au principe du prix équitable concerne la concrétisation pratique de ce qui n'est d'abord qu'un concept théorique. En principe, le prix équitable est défini comme un prix couvrant les besoins fondamentaux des producteurs et leurs coûts de production, incluant les coûts sociaux et environnementaux, et qui permet de dégager une marge pour les investissements en vue du développement⁴³. Or l'évaluation même des coûts sociaux et environnementaux de même que l'évaluation de la marge devant permettre les investissements posent un problème évident. Quels coûts ou externalités sont considérés ? Et à combien les évalue-t-on ? Dans le cas spécifique du café, produit vedette du commerce équitable et deuxième marchandise la plus échangée sur les marchés internationaux, le prix équitable a été fixé en 1988-1989 sur la base d'une étude mondiale de la FAO. Selon cette étude, le prix moyen permettant à une famille de petits producteurs de café de vivre de son travail était de 121 dollars pour 100 livres de café. FLO a fixé le prix pour le café lavé arabica (un café de qualité supérieure) sur cette base et prévoit une prime supplémentaire pour le café certifié biologique.

Le prix équitable des produits de la filière labellisée est donc fixé de façon uniforme, peu importent les variations géographiques des coûts de production. Or l'établissement d'un prix unique apparaît contradictoire avec l'idée même d'un prix équitable, puisque les producteurs des régions où le coût de la vie et les coûts de production sont les plus élevés reçoivent la même rémunération qu'ailleurs. Si le prix équitable (du café équitable, par exemple)

43. EFTA, *Mémento du commerce équitable* 2001.
Voir www.european-fair-trade-association.org/Efta/yb.php

ne reflète pas les variations régionales des coûts de production, on peut se demander s'il réussit vraiment à intégrer les coûts sociaux et environnementaux comme il prétend le faire... Mais la question de la variation géographique des coûts de production n'est pas simple puisque, d'un point de vue strictement commercial, une éventuelle différenciation du prix en fonction des coûts de production régionaux aurait inévitablement comme conséquence de favoriser les producteurs des régions où le prix est le plus faible, donc à discriminer certaines régions par rapport à d'autres, et ce, à l'intérieur même du marché équitable.

Cela nous amène à traiter d'un second problème lié à la transposition du concept du « juste » prix dans la réalité. Dès lors que le commerce équitable s'insère dans le marché traditionnel, l'établissement d'un prix juste, défini comme couvrant les frais d'une production durable, ne peut paradoxalement se faire sans tenir compte de la valeur du prix sur le marché conventionnel, qui, lui, ne considère pas ces éléments. En effet, si le prix équitable offert aux organisations de producteurs dépassait démesurément le prix du marché conventionnel, le café équitable trouverait de moins en moins d'acheteurs, si on suppose, bien sûr, que les autres agents de la chaîne continuent de pratiquer les mêmes marges. Malgré ses aspirations à instaurer un système commercial dont les règles seraient différentes de celles du commerce conventionnel, le mouvement du commerce équitable reste donc en partie prisonnier des pratiques conventionnelles et doit nécessairement en tenir compte au risque de mettre en péril sa propre viabilité.

Si le prix payé par les organismes acheteurs dans le système équitable est apparemment plus élevé que celui payé par les coyotes, le juste prix auquel se réfèrent souvent les promoteurs du commerce équitable est par ailleurs bien loin de correspondre à la rémunération proprement dite des producteurs, nuance qui est très peu présente dans leur discours. Comme nous l'avons déjà expliqué, le prix équitable est en fait le prix que les acheteurs versent à l'organisation de producteurs, qui n'en reverse de son côté qu'une partie aux producteurs eux-mêmes, selon les coûts de

transformation, de commercialisation et de transport du café ; or ces coûts peuvent facilement atteindre 30 à 40 % du prix équitable. Du côté des producteurs, le paiement reçu de leur organisation ne correspond pas non plus à leur revenu net, puisqu'ils doivent payer certaines dépenses encourues lors de la production de ce café, principalement liées à l'embauche de travailleurs agricoles pendant la récolte. En somme, non seulement le principe du prix équitable est difficile à traduire dans la réalité, mais le prix équitable n'est peut-être pas si équitable qu'il y paraît compte tenu de l'augmentation des coûts de production ces dernières années. Par ailleurs, il doit être clairement distingué du revenu net que touchent les producteurs.

Outre les problèmes découlant de la transposition du concept du juste prix dans la réalité, et bien que la certification équitable soit la seule qui permette d'obtenir un prix stable et apparemment plus élevé, ce dernier semble cependant anormalement stable. Pendant plus de vingt ans, le prix équitable du café n'a pas été ajusté à la hausse du coût de la vie partout dans le monde. Ce n'est que récemment, en 2007, que la fédération FLO a annoncé des augmentations de la prime équitable de 5 à 10 cents américains et de la prime biologique de 15 à 20 cents par livre de café pour finalement s'en tenir, en fin d'année, à une augmentation du prix minimal équitable de 121 à 125 cents par livre de café à partir de juin 2008⁴⁴.

De surcroît, ces dernières années, en plus de l'augmentation du coût de la vie, les coûts de production des producteurs ont monté en flèche en raison des coûts de certification. Notons tout d'abord que le processus de certification biologique est long et coûteux. Pour avoir la certification biologique, qui est un incontournable dans le secteur du café, les producteurs doivent attendre trois ans de transition pendant lesquels ils apprennent et mettent en pratique

44. FLO, *FLO International Adjusts Fairtrade Minimum Prices for Arabica Coffee to Cover Costs of Sustainable Production*, 2007.

Voir [www.fairtrade.net/single_view.html?&cHash=2c5d67f553&tx_ttnews\[backPid\]=168&tx_ttnews\[pointer\]=2&tx_ttnews\[tt_news\]=32](http://www.fairtrade.net/single_view.html?&cHash=2c5d67f553&tx_ttnews[backPid]=168&tx_ttnews[pointer]=2&tx_ttnews[tt_news]=32)

de nouvelles techniques de culture ; or c'est une période pendant laquelle ils ne reçoivent pas nécessairement un prix supérieur pour leur café parce que les organisations réussissent plus difficilement à écouler ce café de transition. À l'échelle de l'organisation, l'adhésion à des certifications exige évidemment des coûts d'administration et l'acquisition de connaissances sur plusieurs systèmes de certification qui sont souvent complexes. Et pour les producteurs, même une fois la certification obtenue, la charge de travail agricole demeure plus élevée, comparativement à celle des producteurs non certifiés. Par ailleurs, les acheteurs ont chacun leurs exigences spécifiques en matière de certification biologique selon leur pays d'origine. Cherchant à y répondre, les organisations sont ainsi contraintes d'adhérer à plus d'une certification, multipliant ainsi les démarches, inspections et incidemment les coûts de certification puisqu'il n'y a qu'une très faible harmonisation entre les différentes certifications biologiques. Et c'est sans compter la certification équitable qui doit désormais être assumée par le producteur et son organisation.

Dans la foulée de ce qui précède, le « juste » prix correspondrait peut-être davantage à un meilleur prix pour un café de meilleure qualité qu'à un prix juste ou équitable comme le prétend le mouvement. En effet, le cas de l'organisation de producteurs de café dont nous venons de parler illustre bien la place prépondérante qu'occupe la qualité, une condition pour espérer pénétrer la filière équitable. Dans l'évolution du mouvement équitable, la qualité marque en fait la sortie d'une logique de charité : le prix supplémentaire que payent les consommateurs ne doit pas constituer un don charitable, mais est lié à la qualité supérieure du produit⁴⁵. Aujourd'hui, non seulement le respect de standards de qualité est inscrit dans les critères de FLO, mais, dans la pratique, certains principes, tel l'engagement à long terme des acheteurs, se trouvent même subordonnés au maintien d'un haut degré de

45. R. Le Velly, *Le Commerce équitable : des échanges marchands contre le marché et dans le marché*, thèse de doctorat, université de Nantes, 2004.

qualité. C'est donc dire que la qualité est centrale, voire primordiale, pour le commerce équitable.

Comparons maintenant la situation des producteurs avant leur insertion dans le système équitable et après celle-ci. Autrefois, la qualité n'était absolument pas une préoccupation pour les producteurs, qui bien souvent vendaient leur café aux coyotes à l'état frais. Si certains effectuaient les premières étapes de transformation (*beneficio húmedo*), la qualité du produit était bien inférieure à ce qu'elle est maintenant grâce à la formation et à des équipements adéquats (tel un patio de béton pour assurer un séchage uniforme et rapide). On raconte également que les producteurs mexicains avaient une très mauvaise réputation parce que plusieurs d'entre eux avaient l'habitude de gonfler leurs sacs de café avec des détritiques et autres impuretés. Aujourd'hui, ils vendent leur café à leur organisation sous forme de café en *parche*, un café qui a été dépulvé, lavé et séché par les producteurs eux-mêmes suivant les formations sur le contrôle de qualité qu'ils ont reçues et avec un équipement plus adéquat par rapport à ce qu'ils utilisaient auparavant. Même si les producteurs considèrent que le commerce équitable leur est favorable d'un point de vue commercial et sont fiers d'offrir un meilleur café, la production d'un produit de qualité implique également des coûts de production plus élevés. D'ailleurs, certaines organisations sociales travaillant avec les producteurs de café au Chiapas soutiennent même que le prix du café certifié équitable et biologique est moins avantageux pour les producteurs que la production de café conventionnel, si on considère la charge supplémentaire de travail que cela exige des producteurs et les dépenses que cela engendre pour les organisations⁴⁶. En contrepartie, certains chercheurs ont également observé des effets positifs de la disparition du monopole ou de l'oligopole des coyotes à l'échelle des communautés : avec la présence des coopératives,

46. Cette observation est contraire à ce que l'on peut lire dans plusieurs autres recherches, dont les études du Fair Trade Research Group de la Colorado State University. Voir www.colostate.edu/Depts/Sociology/FairTradeResearchGroup/

ceux-ci ne peuvent plus offrir des prix aussi bas qu'auparavant⁴⁷. Ces effets dépendent grandement du contexte local, à commencer par le pouvoir des coopératives dans les communautés. Dans le cas présenté en début de chapitre, les membres de la coopérative étaient très dispersés sur le territoire, diluant d'autant le rayonnement de celle-ci.

En somme, malgré ses intentions fort louables, le principe du juste prix soulève plusieurs questions et s'avère difficile à mettre en pratique. Au-delà de ses ambitions visant à instaurer un système où le prix payé aux producteurs serait un prix couvrant les frais d'une production durable, la transposition de ces aspirations dans la réalité pose une série de difficultés, d'autant plus que la fixation du prix équitable ne peut se faire *in fine* sans tenir compte du prix du marché conventionnel. Bref, s'il est vrai que le commerce équitable permet aux producteurs de s'affranchir des coyotes, son ambition d'équité apparaît quelque peu diluée par les exigences de qualité qu'il fait porter aux producteurs du Sud ; ce qui est présenté comme un juste prix correspond en fait bien souvent au prix majoré d'un produit de meilleure qualité. Parce que le produit coûte plus cher à produire, le prix équitable ne compense parfois que ce surcoût de production, sans véritablement offrir un prix couvrant l'ensemble des coûts sociaux et environnementaux assumés par les producteurs.

Le commerce équitable et l'environnement

Tout comme l'idée d'un juste prix, la dimension environnementale occupe une place centrale dans les préoccupations du mouvement équitable. Dans plusieurs secteurs tels que le secteur du café, les certifications équitable et biologique sont étroitement liées. La protection de l'environnement, qui est d'ailleurs inscrite dans les principes équitables, est souvent présentée comme une

47. Voir Waridel, *Acheter, c'est voter, le cas du café*, op. cit.

retombée majeure du commerce équitable comparativement à la production conventionnelle.

Comment se définit la relation entre les certifications équitable et biologique ? Et quelle est la performance environnementale du commerce équitable plus généralement ?

Dans le cas de l'organisation de producteurs de café que nous avons présentée, l'enjeu environnemental, qui est au cœur de leur mission, occupe une place très importante pour les organisations de producteurs. Ceux-ci se disent très sensibles à la protection de l'environnement qu'ils inscrivent dans une perspective à long terme : ils souhaitent pouvoir léguer à leurs enfants des terres fertiles susceptibles d'être cultivées. Il faut savoir que, lorsque l'on les interroge, leurs efforts de protection de l'environnement ne sont pas liés à leur appartenance à la filière équitable, mais bien à leur adhésion aux principes de l'agriculture biologique. La nuance est subtile, mais significative.

La performance environnementale du commerce équitable serait donc principalement imputable à l'adhésion des organisations aux principes de l'agriculture biologique. Cela vaut spécifiquement pour le secteur du café équitable où une très grande proportion des parcelles sont souvent certifiées biologiques ou sont en voie de l'être, mais est susceptible d'être valable pour d'autres filières équitables comme le coton. La comparaison des standards environnementaux des certifications équitable et biologique montre d'importantes différences entre les critères de l'une et de l'autre : les critères biologiques sont de loin plus exigeants et plus précis que les critères équitables en matière d'environnement. Par ailleurs, la certification biologique ne présente en pratique aucun critère social, contrairement à la certification équitable qui se démarque à cet égard.

On peut penser que si l'agriculture biologique est de loin plus solide en matière de protection de l'environnement, c'est qu'elle fait la plupart du temps l'objet de représentations beaucoup plus complexes que le commerce équitable pour les organisations et les producteurs, toujours dans le cas du café. Bien souvent, les

producteurs envisagent l'agriculture biologique d'une façon qui transcende la seule question technique de la certification. La famille, la protection de l'environnement, que l'on reconnaît comme support essentiel à la vie, la production et la consommation de produits sains, sans résidus toxiques et de qualité, ainsi que la reconnaissance de cette qualité sur les marchés sont les principaux éléments de la conception de l'agriculture biologique qui ont été mis en évidence dans le cas de l'organisation de producteurs de café. D'ailleurs, la formation dispensée aux producteurs concerne presque exclusivement l'agriculture biologique avec le contrôle de la qualité et, dans une moindre mesure, les processus organisationnels, ce que les producteurs mexicains appellent le « travail commun organisé »⁴⁸. Au contraire de l'agriculture biologique, le commerce équitable est bien souvent envisagé comme un simple segment de marché leur permettant d'avoir un meilleur prix pour leur produit biologique. Sur le terrain, le commerce équitable ne fait pas non plus toujours l'objet de formation spécifique qui en présenterait les objectifs, les principes, etc.

Malgré les différences exposées ci-dessus, les certifications biologique et équitable sont en fait étroitement liées. D'une part, le commerce équitable, en tant que segment de marché, devient en quelque sorte le mécanisme de reconnaissance de la qualité biologique pour les organisations de producteurs. Dans plusieurs cas, dont celui de la filière du coton, la certification équitable se présente comme un tremplin vers une conversion à l'agriculture biologique : le prix offert par les marchés équitables permet aux producteurs de compenser la baisse de rendement qu'engendre la période de transition au biologique⁴⁹. À l'inverse, bien que l'agriculture

biologique fasse l'objet d'une conception très large, elle est aussi un moyen permettant aux organisations de pénétrer les marchés équitables, qui sont très limités, et constitue en ce sens une stratégie commerciale, particulièrement dans le secteur du café. La certification équitable combinée à la certification biologique offre de meilleures perspectives de ventes que la seule certification équitable. Ainsi, bien que l'agriculture biologique occupe une place plus importante que le commerce équitable ou fasse l'objet de représentations plus larges, les deux certifications sont en fait étroitement associées.

La pénétration des marchés équitables implique aussi que le café soit de première qualité ; or l'agriculture biologique permet de produire un produit de qualité supérieure... Cela nous amène à discuter plus spécifiquement de la formalisation de la certification biologique comme un critère équitable. Il peut en effet paraître incongru qu'un système tel que celui du commerce équitable qui prétend au développement durable ne s'appuie pas sur les critères de l'agriculture biologique en matière de performance environnementale. Par exemple, selon les critères équitables, l'utilisation de certains produits agrochimiques est permise. Mais si l'absence de certification biologique comme critère du commerce équitable semble aberrante pour certains, l'imposition de la certification biologique pourrait au contraire risquer de se traduire par une barrière supplémentaire limitant l'accès des organisations à la certification équitable. Cela soulève un important problème d'équité, d'autant plus que les organisations doivent déjà se conformer à plusieurs critères pour obtenir la certification équitable, ne serait-ce qu'en matière de contrôle de la qualité, par exemple.

48. Toutefois, pour plusieurs producteurs, leur adhésion aux principes de l'agriculture biologique est bien souvent limitée à leur production de café : plusieurs ont en effet recours à des produits agrochimiques pour la culture des produits de base (fèves, maïs, légumes) destinés à leur propre consommation.

49. Si cela a été observé à plusieurs reprises (cf. Mailloux), l'inverse est aussi possible. Mentionnons à cet effet le cas de producteurs certifiés biologiques qui se sont intéressés au label équitable dans un second temps, essentiellement pour l'ouverture potentielle de nouveaux marchés, cas observé par Boucher.

J. Boucher, *Du biologique à l'équitable, un label en cachera-t-il un autre ? Étude de cas d'une filière de coton biologique et équitable en Inde*, mémoire de maîtrise en sciences de l'environnement, Montréal, université du Québec, 2009, à paraître. C. Mailloux, *Les Certifications sociales et environnementales comme réponse à la crise du coton et de l'industrie textile. Étude d'une filière bio-équitable en Inde*, mémoire de maîtrise en sciences de l'environnement, Montréal, université du Québec, 2009, à paraître.

Cette brève présentation permet de constater que la performance environnementale du commerce équitable est en fait largement tributaire de l'adhésion des organisations aux principes de l'agriculture biologique. Cela vaut pour le cas de l'organisation de producteurs de café présenté en introduction de ce chapitre, mais est aussi susceptible de s'appliquer à d'autres secteurs équitables.

Démocratie, participation et transparence

Si le commerce équitable est étroitement lié à l'agriculture biologique, il a aussi beaucoup de points communs avec le mouvement coopératif, même si les deux mouvements évoluent de façon assez indépendante. Nous l'avons vu en introduction de cet ouvrage, les principes équitables s'inspirent largement des principes coopératifs. Au Mexique, les coopératives de café ne sont pas nouvelles. Déjà, dans les années 1960, le gouvernement mexicain encourageait la formation de coopératives de producteurs de café, notamment pour organiser la production et l'*acopio* du café, alors que lui-même s'occupait de la distribution et de la vente. Mais, bien souvent, la participation des producteurs à la coopérative demeurait relativement limitée, de même que l'application des principes d'une gestion démocratique, transparente et participative. Ce n'est que vers la fin des années 1980, avec l'émergence du label équitable, que ces principes ont pris une plus grande importance, à titre d'éléments fondamentaux du commerce équitable. Mais encore aujourd'hui, l'application des principes de la démocratie, de la transparence et de la participation n'est pas chose simple.

Les problèmes liés à l'application des principes de gouvernance doivent être considérés dans la perspective plus générale de la connaissance qu'ont les producteurs du mouvement du commerce équitable. Comme nous l'avons déjà mentionné, le commerce équitable est en effet le plus souvent envisagé comme un simple segment de marché permettant de vendre les produits à meilleur prix, bref un *mercado alternativo* (marché alternatif), comme diront

les producteurs mexicains. En effet, contrairement au principe du juste prix qui, lui, est clairement associé au commerce équitable, les producteurs n'associent généralement pas la démocratie, la participation et la transparence aux principes du commerce équitable. Néanmoins, ils savent qu'ils appartiennent à une coopérative et ont eu une formation à cet effet sur le travail commun organisé, cette remarque ne peut donc tout expliquer.

L'opérationnalisation de certains principes équitables, et à plus forte raison ceux ayant trait à la gouvernance des organisations, doit en fait être considérée dans le contexte social, économique et politique dans lequel ils doivent se déployer. Les conceptions de la démocratie, de la participation et de la transparence varient en effet selon plusieurs facteurs : la situation géographique, le niveau d'alphabétisation et le type de gestion organisationnelle qui peut être davantage hiérarchique ou communautaire, par exemple. Dans plusieurs pays du Sud, l'analphabétisme, la marginalisation et même une longue période d'oppression ont laissé des séquelles importantes dans les communautés, séquelles qui influencent certainement la façon dont les producteurs d'aujourd'hui pratiquent la démocratie ou participent au fonctionnement de leurs organisations locales. Le cas des prêts usuriers des coyotes est particulièrement éclairant à cet égard. Bien que ces pratiques soient en partie à l'origine de la mise en place du système de commerce équitable, elles demeurent profondément ancrées dans le quotidien des paysans mexicains. Paradoxalement, les coyotes peuvent même être considérés comme des acteurs essentiels au fonctionnement du système du commerce équitable en jouant le rôle de fournisseur de liquidités de première ligne. Car le commerce équitable a réussi à briser la dépendance financière des producteurs par rapport aux coyotes, mais seulement dans une perspective de long terme. Malgré le principe de préfinancement devant garantir un accès au crédit en cas de demande, le système du commerce équitable ne réussit vraisemblablement pas à fournir le financement à court terme dont les producteurs ont pourtant besoin le temps des récoltes venues. Par ailleurs, les coyotes sont bien souvent

eux-mêmes des producteurs de café, et parfois même des membres d'organisations... Bref, des pratiques qui « contreviennent » en apparence aux principes équitables doivent être examinées dans le contexte dans lequel elles prennent place.

Mais surtout, les principes de participation et de transparence du commerce équitable sont largement inspirés des expériences occidentales, et non des expériences des pays du Sud. En fait, il serait plus juste de dire que l'ensemble du système du commerce équitable a été élaboré par le Nord pour le Sud. La formalisation de ces principes en des critères équitables soulève la question éthique de la transférabilité et de l'adaptabilité d'un modèle à une autre réalité, sachant que dans plusieurs cas ceux-ci sont en porte-à-faux avec les façons de faire usuelles. Enfin, ces principes démontrent avec force les limites du système du commerce équitable, car il n'est pas garanti que les organisations les adoptent, ou à tout le moins pas à court terme. Le déploiement de tels principes exige du temps et transcende la seule formalisation légale des groupes en organisations démocratiques. Si, à court terme, l'opérationnalisation des critères organisationnels que pose le commerce équitable semble être un échec, à plus long terme, l'expérience du mouvement coopératif est néanmoins encourageante.

Durant les années 1960 et 1970, l'aide au développement multilatérale et bilatérale⁵⁰ a valorisé la coopération comme instrument de modernisation et de développement rural dans les pays du Sud, notamment en Afrique et en Amérique latine. L'examen de ces initiatives a montré que les bonnes intentions ne se matérialisaient pas nécessairement en histoires à succès dans la pratique. En Afrique, par exemple, plusieurs études entreprises dans les années 1980 montrèrent les failles du modèle coopératif dans les milieux ruraux africains, les limites ainsi que les manquements

50. L'aide multilatérale désigne, par exemple, l'aide publique au développement des pays occidentaux acheminée aux pays du Sud à travers les institutions onusiennes. L'aide bilatérale prend plutôt la forme d'aide publique au développement gérée et acheminée vers les pays du Sud à travers les agences gouvernementales des pays occidentaux.

des acteurs impliqués en ce qui concerne la participation et le contrôle démocratiques, la libre adhésion et le maintien des réserves de développement social (par exemple, l'éducation coopérative) et économique (par exemple, l'investissement). Sans compter le népotisme, les détournements de fonds et le contrôle des gouvernements qui, dans certains pays, allait bien au-delà de ce que permettait la loi. Bref, dans les années 1980, l'Afrique était connue comme le « cimetière des coopératives ». Par ailleurs, en Amérique latine, les coopératives faisaient fureur dans les pays ayant adopté une idéologie sociale-démocrate. Mais dans les pays ayant des gouvernements totalitaires de gauche, les coopératives étaient en fait les instruments privilégiés de la planification nationale, où les membres exécutaient les politiques publiques de développement. À l'autre extrême, dans les pays ayant des gouvernements totalitaires de droite, la moindre revendication des membres des coopératives provoquait la colère des militaires aboutissant à la disparition des leaders coopératifs, à la destruction des cultures, à la persécution des promoteurs de coopératives et à d'autres atrocités qui ont malheureusement caractérisé les régimes totalitaires latino-américains jusque dans les années 1990, avec notamment le cas du soulèvement zapatiste dans l'État du Chiapas au Mexique.

Malgré ces contextes différents, les coopératives dans les pays du Sud se portent aujourd'hui vraisemblablement bien et on leur reconnaît plusieurs impacts positifs tels l'augmentation de la compétitivité des producteurs, des économies d'échelle, la création d'opportunités de crédit, l'encouragement à l'innovation technique, l'information et l'éducation des producteurs. Le succès que les coopératives connaissent aujourd'hui est le résultat de la persévérance des paysans producteurs qui ont collectivement cherché à sortir de leur pauvreté. Ce succès est aussi le fruit d'années de coopération internationale dédiées au renforcement des mouvements coopératifs locaux à travers la construction de partenariats Nord-Sud entre organismes coopératifs. Et, finalement, on ne peut oublier le rôle important de mouvements sociaux ou

religieux tels que le clergé catholique, plus spécifiquement les prêtres et missionnaires de la théologie de la libération, qui ont grandement fait la promotion de la coopération comme action concrète de lutte contre la pauvreté en Amérique latine (même s'ils peuvent être critiquables à d'autres égards). C'est donc à l'issue d'un long processus d'adhésion et d'adaptation par les populations locales, et ce, en prenant ancrage dans les mouvements sociaux locaux, que le modèle coopératif a progressivement contribué, et contribue encore, au développement des producteurs les plus pauvres des pays du Sud.

De façon plus générale, les principes de la démocratie, de la participation et de la transparence sont donc beaucoup plus complexes à mettre en œuvre que les principes plus techniques de l'agriculture biologique, par exemple. La démocratie, la participation et la transparence sont des notions plus abstraites. Mais aussi, puisqu'elles concernent directement les façons dont sont gérées les organisations, et incidemment les rapports entre les humains, le déploiement de ces principes exige du temps et transcende la seule formalisation légale des groupes en organisations démocratiques. Les acteurs du Sud doivent s'appropriier ces principes plus abstraits pour ensuite progressivement les adapter à leurs besoins, ce qui est plus ou moins facile selon le contexte local.

Émergence d'une nouvelle forme de commerce ou meilleure insertion dans le marché traditionnel ?

Par le biais de principes se déclinant dans les sphères économique, sociale, environnementale, le commerce équitable souhaite contribuer à l'amélioration des conditions de vie des producteurs tout autant qu'il aspire à transformer le système commercial international. Ainsi, le commerce équitable est porteur d'un véritable projet de développement pour les producteurs du Sud, mais s'inscrit aussi dans un système économique dont on souhaite revoir les fondements. Les prétentions du commerce équitable à contribuer au développement social s'incarnent donc théoriquement

au travers d'une nouvelle forme de commerce, c'est-à-dire un commerce plus juste et équitable que le commerce conventionnel.

Les impacts sociaux que l'on attribue au commerce équitable ne manquent pas : meilleur prix, formation, meilleure considération des producteurs et de leur famille, stabilisation de la situation économique, amélioration de la condition des femmes, diminution de la prévalence de la migration, développement communautaire, etc. Dans le secteur du café, on se réfère bien souvent à l'organisation UCIRI au Mexique, première organisation de producteurs de café équitable à l'origine même de la certification équitable, dont les activités ont permis la mise en place d'une clinique, d'une école, d'un système de transport collectif, etc. Cependant, le cas d'UCIRI, sorte d'« étoile » du commerce équitable, est loin d'être généralisé. Le cas de l'organisation de producteurs de café présentée dans ce chapitre montre bien les limites du modèle : d'une part, le rayonnement du commerce équitable à l'échelle de la communauté est très faible, pour ne pas dire nul, en raison essentiellement de la grande dispersion géographique des membres sur le territoire ; d'autre part, les bénéfices du commerce équitable ne semblent pas se répercuter sur les conditions de vie des travailleurs que les producteurs engagent. Par ailleurs, il semble que, dans la filière du café à tout le moins, les impacts sur la condition des femmes soient aussi très limités.

Il est donc sage de nuancer l'ensemble des impacts généralement attribués au commerce équitable. Ceux-ci ne peuvent être analysés de façon sectorielle et exclusive. La performance générale du commerce équitable est en fait dépendante du contexte sociopolitique général dans lequel évoluent les organisations de producteurs, ce qui implique de considérer, par exemple, l'influence d'autres mouvements sociaux (dont le mouvement coopératif et les mouvements locaux notamment), celle des leaders locaux, des religions et des partis politiques et, de façon plus nouvelle, l'impact des nouveaux moyens de communication et l'ouverture sur le monde qu'ils entraînent.

En premier lieu, la question de l'accès au marché est déterminante quant à l'impact du commerce équitable au Sud. Selon une étude de Max Havelaar datant de 2005, l'augmentation des volumes de vente permise par l'accès au marché international et le meilleur prix reçu pour les produits devraient permettre aux familles de producteurs de vivre de leur production à condition qu'ils écoulent au moins 70 % de leur récolte sur le marché équitable. Or on sait que les coopératives vendent généralement moins de 50 % de leur production sur les marchés équitables. Dans le secteur du café, ce chiffre masque de surcroît des différences importantes entre les organisations. Plusieurs très petites organisations ne réussissent tout simplement pas à vendre leur production sur les marchés équitables par leurs propres moyens, et ce, malgré le fait qu'elles soient certifiées équitables depuis plusieurs années. Au contraire, d'autres organisations, plus grandes, établies depuis plus longtemps et disposant de meilleures infrastructures, n'arrivent pas à répondre à la demande de leurs acheteurs avec la seule production de leurs membres, si bien qu'elles achètent la production des plus petites organisations. Ainsi, la contribution du commerce équitable au développement social est très variable et inégale d'une organisation à une autre selon ses capacités d'accéder directement au marché.

Outre le problème de l'accès au marché et des impacts variables du commerce équitable en termes de développement, on peut s'interroger sur la nature même du développement dont le commerce équitable est porteur : la contribution du commerce équitable au développement s'incarne-t-elle vraiment à travers une forme alternative de commerce ? C'est en valorisant la qualité des produits équitables, ce qui a impliqué des efforts de sensibilisation et de formation des producteurs, que le mouvement a pu se démarquer du commerce de charité. De ce point de vue, la contribution du commerce équitable est effectivement notable : les producteurs deviennent dans une certaine mesure les artisans de leur succès. Mais s'inscrivent-ils réellement dans un nouveau modèle de développement porté par des relations commerciales

inédites ? Ou ne bénéficient-ils pas tout simplement d'une meilleure insertion dans le marché conventionnel ?

D'une part, si les producteurs ne se sentent plus exclus du système commercial international lorsqu'ils sont insérés dans le circuit équitable, c'est surtout parce qu'ils se considèrent désormais comme parties prenantes des transactions économiques et y trouvent même une certaine reconnaissance : celle de la qualité de leur café sur les marchés équitables. Mais pour les organisations de producteurs, le commerce équitable consiste essentiellement en un segment de marché, plutôt qu'en un projet politique de transformation des règles du commerce international comme cela est clairement évoqué dans le discours des acteurs du Nord. Cela ne signifie pas que les organisations du Sud ne sont qu'exclusivement commerciales : au contraire, plusieurs sont animées par des idéaux politiques et sociaux qui rejoignent même très souvent ceux des promoteurs du Nord dans leur combat pour un commerce équitable. Mais, par exemple, les acteurs de l'organisation présentée en début de chapitre mènent leur lutte politique et sociale indépendamment du mouvement équitable, envisagé surtout comme un système de certification et de commercialisation. Et, de surcroît, les producteurs ne parlent pas du commerce équitable comme d'un marché juste et équitable, mais plutôt comme d'un marché moins injuste ou moins inéquitable, bref comme le « moins pire » des marchés.

Le deuxième élément venant appuyer notre synthèse est l'incapacité apparente du mouvement à effectivement mettre en œuvre un système commercial véritablement au service des producteurs défavorisés visant à plus d'équité. Le respect de standards de qualité et l'insertion dans des circuits de commercialisation internationaux se révèlent une véritable barrière limitant l'accès des petites organisations à la certification équitable. Il s'agit en effet d'une condition et d'un critère de la filière labellisée, ce qui est paradoxal par rapport aux ambitions du commerce équitable de travailler avec les producteurs marginalisés. Une fois la certification obtenue, plusieurs petites organisations n'arrivent

d'ailleurs pas à commercialiser leur café par manque d'expertise commerciale. Il y a donc d'importantes disparités entre les différentes organisations, disparités qui semblent même s'accroître au sein du commerce équitable.

Enfin, en voulant s'émanciper d'une logique caritative, le mouvement semble s'être peut-être exagérément centré sur la qualité aux dépens des producteurs qu'il s'est donné pour mission de soutenir. Ainsi, seul le café d'excellente qualité peut espérer des débouchés commerciaux. Or la production d'une organisation comporte nécessairement plusieurs qualités, et ce, nonobstant des processus de contrôle et un suivi. Au fur et à mesure qu'elles se consolident, notamment grâce à leur expérience organisationnelle et commerciale acquise dans le système équitable, les organisations déploient différentes stratégies pour valoriser le café dit « naturel » (certifié, mais de qualité inférieure) à l'extérieur des marchés équitables. Par ailleurs, en étant encouragées à se consolider et à acquérir une certaine autonomie, les organisations du Sud sont progressivement confrontées au défi de leur propre pérennité organisationnelle, qu'elles tentent de relever en élaborant des stratégies qui se déploient indépendamment du commerce équitable. Celui-ci s'apparente dès lors à une pépinière ou à une école qui permet dans un second temps aux organisations de faire leur entrée dans la cour des plus grands.

En somme, le commerce équitable contribue certainement à l'amélioration des conditions de vie des producteurs, mais le moyen pour y parvenir semble appartenir moins au monde alternatif qu'à la professionnalisation au sein de l'économie traditionnelle. La plus grande réussite du commerce équitable est sans doute d'avoir mieux formé les producteurs aux enjeux de la production d'un produit de meilleure qualité. Par ailleurs, la contribution du commerce équitable au développement ne peut être analysée en vase clos, car elle se déploie au sein d'un contexte social, économique et politique qui la rend possible. Bref, le commerce équitable ne suffit pas à assurer le développement social des communautés de producteurs, d'autant plus que l'accès aux

marchés demeure limité et difficile pour plusieurs organisations. L'expérience démontre que c'est moins à titre de nouveau système commercial que comme outil d'insertion dans le marché conventionnel que le commerce équitable agit actuellement comme vecteur de développement. Comme on peut le lire dans une étude menée par Artisans du Monde en 2004, le commerce équitable « améliore sans changer ».

Le commerce équitable et l'aide au développement

“*Trade, not Aid!*” Si ce slogan incarne aujourd'hui l'essentiel du message du mouvement équitable, il a d'abord été proclamé par les pays en développement en 1964 à Genève lors de la Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement, donc bien avant l'existence du mouvement équitable. En s'appropriant le célèbre slogan, les promoteurs du commerce équitable reconnaissent le rôle moteur du commerce dans le processus de développement tout en rejetant le modèle d'assistance qu'incarnent les programmes d'aide au développement. Le mouvement équitable s'affirme comme une activité économique et se distingue formellement de ces programmes, comme s'il craignait d'y être associé⁵¹. Pourtant, les deux mouvements ne sont pas si éloignés et la distance que cultive le commerce équitable à l'égard de l'aide au développement n'est peut-être pas à son avantage.

D'une part, il est illusoire de croire que les organisations de commerce équitable fonctionnent indépendamment de toute aide extérieure. Tout au long du circuit équitable, les organisations du Nord comme du Sud bénéficient de programmes d'aide et du soutien de bénévoles. Dans le secteur du café, par exemple, plusieurs organisations ont recours à des programmes gouvernementaux et d'organisations internationales, que ce soit pour la construction d'entrepôts ou pour l'achat d'équipements, et même pour les dépenses de fonctionnement. Donc, même si le commerce

51. Voir C. Lecompte, *Le Pari du commerce équitable*, Paris, Éditions d'Organisation, 2003.

équitable peut, dans une certaine mesure, se financer lui-même, l'autosuffisance et la sécurité financières des organisations comme des institutions du commerce équitable sont loin d'être assurées. Si bien que, à l'instar de l'aide au développement et comme nous le verrons dans le chapitre 5, le soutien de l'État tout comme la participation des bénévoles sont indispensables au bon fonctionnement du système.

D'autre part, le mécanisme de « prime équitable⁵² » peut paraître contradictoire avec les ambitions d'un commerce équitable soucieux de se distinguer de l'aide au développement et de se défaire de ses racines caritatives. En effet, l'instauration d'une prime équitable encadre l'utilisation du supplément de revenus dont les producteurs bénéficient dans le système équitable, car celle-ci doit être réinvestie dans des projets de développement. Sans nier l'intérêt d'une telle mesure, il faut préciser que la prime s'apparente à une forme d'aide pour laquelle les producteurs ont des comptes à rendre (les organisations doivent désormais montrer comment celle-ci a été investie). Or si cette prime devait véritablement correspondre à une juste rémunération et à l'autonomisation des producteurs, ne devrait-elle pas au contraire être libérée de toute prescription quant à son utilisation ? Par ailleurs, au-delà de son objectif de développement social, la prime assure également une fonction promotionnelle. En effet, pour maintenir sa crédibilité auprès des consommateurs du Nord et frapper l'imaginaire de ceux qu'elle veut rallier, la filière labellisée doit pouvoir montrer concrètement les réussites du commerce équitable chez les communautés de producteurs en indiquant à quoi a servi la prime, à quel projet de développement ou à quelle réalisation elle a contribué.

52. Dans la filière labellisée, le prix équitable est généralement constitué d'un prix minimal, qui varie avec le prix du marché si ce dernier dépasse le premier, auquel s'ajoute une prime, appelée « prime de développement », « prime sociale » ou « prime équitable », qui doit être réinvestie dans des projets de développement.

Le caractère distinctif du commerce équitable par rapport à l'aide au développement n'est donc pas si net. Et la dynamique commerciale assurant le succès de la certification pourrait stimuler une logique très linéaire de gestion de la prime équitable par résultats, où seraient privilégiés des investissements vers des résultats rapides et visibles comme la professionnalisation et l'acquisition de nouveaux équipements, au détriment d'améliorations moins éclatantes mais peut-être plus fondamentales comme l'éducation de l'ensemble de la communauté et la diversification des savoir-faire.

Désavouer l'importance de l'aide au développement, c'est aussi nier une partie des origines du mouvement du commerce équitable, comme nous l'avons vu en introduction de ce livre. Plusieurs organisations de commerce équitable, telles que Cooperacció, IDEAS et Intermón-Oxfam en Espagne, ou Plan Nagua et Equita d'Oxfam-Québec, pour ne mentionner que celles-là, sont à l'origine des organisations de développement international. Le succès que le commerce équitable connaît actuellement tient même, dans une certaine mesure, aux expériences de l'aide au développement, et particulièrement de la coopération internationale entre coopératives ces trente dernières années. On observe, par exemple, des coopératives de producteurs agricoles au Guatemala, au Nicaragua et en République dominicaine qui, ayant été bénéficiaires des programmes de coopération internationale depuis dix ans ou plus, font aujourd'hui partie d'un réseau de commerce équitable. L'aide au développement et les initiatives conjointes entre coopératives ont indéniablement contribué au succès du commerce équitable. On peut malgré tout se demander si le commerce équitable tire vraiment profit de cette filiation et des enseignements du secteur de l'aide au développement et des coopératives acquis après de longues décennies d'expériences.

Ainsi, en s'attribuant de façon peut-être trop exclusive les succès de certaines collectivités qui ont bénéficié du circuit équitable, le mouvement a parfois minimisé l'importance de différents facteurs locaux sur le processus de développement. Il a aussi eu tendance

à sous-estimer le rôle de ceux qui accompagnent les producteurs dans leurs démarches pour rejoindre le circuit équitable; alors qu'ils s'avèrent indispensables sur le terrain, ces professionnels du développement ne sont guère valorisés au sein des structures du commerce équitable. Par ailleurs, certains acteurs du mouvement équitable se sont inscrits en faux contre l'aide au développement en critiquant le rapport de force à la fois inégalitaire et infantilisant qu'elle perpétue auprès de ceux qu'on appelle généralement les bénéficiaires. Or, comme nous le verrons dans les chapitres 3 et 4, le fonctionnement des instances du commerce équitable n'est peut-être pas un modèle d'équité et de collégialité à l'échelle internationale, tandis que le secteur de l'aide internationale s'est résolument distancé du paternalisme pour développer avec les pays bénéficiaires de véritables relations de partenariat⁵³. On n'est donc pas surpris de constater les tensions qui existent entre les instances du commerce équitable et les communautés du Sud alors que celles-ci s'organisent et y revendiquent une place au même titre que les pays du Nord.

Enfin, on peut souligner que les mouvements de développement international ont réfléchi au modèle de développement à privilégier, ce dont le mouvement équitable semble avoir fait l'économie. À la différence du commerce équitable qui s'est d'abord développé comme un commerce international, l'aide au développement⁵⁴ a plutôt cherché à assurer l'autonomie des organisations à l'échelle locale. Certaines se sont taillé une place dans le marché local ou se sont jointes aux structures locales, telles les fédérations de coopératives, qui représentent leurs intérêts vis-à-vis du gouvernement et des bailleurs de fonds. Le développement international vise, et réussit dans bon nombre de cas, la prise en charge et l'autonomisation des organisations partenaires et bénéficiaires des programmes de développement. Et, pour cela, les ONG offrent leur accompagnement, l'assistance technique, la

53. O. Navarro-Flores, *Le partenariat en coopération internationale : paradoxe ou compromis*, Presses universitaires du Québec, Montréal, 2009.

54. À l'exception de l'aide liée.

formation, le financement, les échanges et le réseautage régional et international. Le commerce équitable, qui vise quant à lui à établir un réseau de commerce juste pour les producteurs du Sud et pour les consommateurs du Nord, demeure très centré sur l'enjeu commercial et la dimension internationale, ce qui soulève plusieurs critiques qui font l'objet du prochain chapitre.

Le commerce équitable entretient donc un rapport ambigu avec l'aide internationale et le secteur coopératif, et il est vraisemblablement le premier à en souffrir. Il aurait en effet tout avantage à travailler avec ces deux mouvements, dont il partage les objectifs et les ambitions ultimes, en vue de bénéficier de leur expérience, de leur expertise et même de leur réseau⁵⁵.

Conclusion : impacts variables et non automatiques du commerce équitable

L'objectif de ce chapitre était double, cherchant à la fois à décrire l'application des principes équitables sur le terrain et à présenter les impacts sociaux, environnementaux et économiques du commerce équitable sur les producteurs au Sud. À la suite des différents enjeux que nous avons abordés, plusieurs constats s'imposent. Tout d'abord, la mise en place des principes équitables sur le terrain apparaît beaucoup plus difficile que ce que laissent généralement entendre les organisations du Nord. Pour certains principes, comme ceux ayant trait à la gouvernance, il semble y avoir deux problèmes de fond freinant leur mise en œuvre. Premièrement, nous avons souligné le problème fondamental de la transférabilité et de l'adaptabilité au Sud de ces principes conçus par le Nord, considérant qu'ils sont susceptibles d'entrer directement en contradiction avec les façons de faire usuelles des populations locales. Deuxièmement, les critères de démocratie, de transparence et de participation sont par nature des notions plus abstraites et donc

55. Il existe déjà quelques organisations qui représentent de bons lieux pour ce type de dialogue, comme Equita d'Oxfam-Québec ou le Centre canadien d'étude et de coopération internationale (CECI).

plus difficiles à appliquer que des principes plus techniques tels celui de la protection de l'environnement ou même celui du juste prix, qui est très tangible puisqu'il correspond à une valeur précise. Ces principes de la gouvernance régissant directement les façons dont sont gérées les organisations, et donc les rapports entre les gens, leur déploiement exige du temps afin que les populations locales se les approprient et les adaptent à leurs besoins.

Pour d'autres principes, la difficulté réside moins dans leur opérationnalisation comme telle, mais se situe en amont, c'est-à-dire dans le concept même et sa transformation dans la réalité. Le principe du prix juste, par exemple, qui devrait couvrir les coûts d'une production durable, se heurte à la problématique de l'évaluation des coûts sociaux et environnementaux sur laquelle se penchent depuis plusieurs décennies déjà tant les écologistes que les économistes de l'environnement.

Nous pouvons identifier un quatrième problème qui découle plus généralement d'une adéquation difficile entre les ambitions politiques du mouvement équitable et la réalité économique dans laquelle il s'insère. Parce qu'il s'oppose au marché tout autant qu'il s'y insère et doit dans une certaine mesure s'y conformer, le commerce équitable est fondamentalement porteur de contradictions. À titre d'exemple, malgré ses aspirations à refléter les coûts d'une production durable, le juste prix ne peut pas être fixé sans égard au prix du marché. Enfin, les principes du commerce équitable semblent avoir subi une certaine hiérarchisation avec le temps, à tel point que certains sont relégués au second plan en fonction des enjeux quand d'autres ne sont ni appliqués ni même connus. Aujourd'hui, par exemple, l'enjeu de la qualité, sans laquelle, il est vrai, le mouvement n'aurait pu prendre son essor, conditionne l'application de certains principes comme celui de l'engagement à long terme.

Le deuxième constat concerne les impacts du commerce équitable sur les communautés du Sud. D'une part, ceux-ci sont beaucoup plus nuancés et subtils que ce qui est présenté dans les campagnes promotionnelles faites au Nord, qui reposent

essentiellement sur les cas des quelques coopératives vendant presque toute leur production sur le réseau équitable. D'autre part, nous avons montré que les impacts généralement attribués au commerce équitable ne sont ni automatiques ni exclusifs à l'insertion dans le circuit équitable ; ils sont tributaires d'un ensemble de facteurs inhérents au contexte sociopolitique et socio-économique dans lequel évoluent les producteurs et leurs organisations. Le commerce équitable s'inscrit le plus souvent dans un éventail de stratégies que déploient les organisations pour améliorer les conditions de leurs membres, si bien qu'il n'est jamais envisagé par les producteurs du Sud comme la concrétisation en soi d'une relation commerciale de nouvelle génération, mais plutôt comme un moyen d'atteindre des objectifs économiques, sociaux ou même politiques.

Cela nous amène à un troisième constat : il existe une distance considérable entre la conception du commerce équitable promue par les organisations du Nord et la façon dont les paysans du Sud le vivent au quotidien. Au Nord, on se fait une représentation idéalisée, voire romantique, de la situation des producteurs au Sud que l'on imagine se développer suivant une application intégrale et parfaite des principes équitables. Au Sud, et particulièrement à l'échelle des paysans, le commerce équitable est envisagé de façon très utilitaire comme un segment de marché permettant d'avoir une meilleure rémunération pour son produit, sans qu'il soit rattaché à son double projet de développement et de transformation des règles du commerce international. La notion de partenariat qui est inscrite dans la définition la plus communément admise du commerce équitable est donc diluée dans un circuit qui ne la concrétise pas véritablement.

Notre quatrième constat concerne le rapport ambigu qu'entretient le mouvement du commerce équitable vis-à-vis de mouvements qui l'ont précédé et desquels il a émergé, mais avec lesquels il n'entretient que très peu de liens ou même, dans certains cas, des relations plutôt conflictuelles. Comme nous avons tenté de l'illustrer, cela est particulièrement vrai du mouvement

coopératif et de la coopération internationale, desquels le mouvement équitable aurait tout avantage à se rapprocher pour tirer profit de leur longue expérience de développement avec les populations du Sud.

Enfin, notre cinquième constat s'attache à l'impact réel du commerce équitable en regard de ses deux objectifs fondamentaux : la contribution au développement des producteurs et la transformation des règles du commerce international. En principe, c'est à travers un commerce plus juste et équitable que le mouvement entend contribuer au développement des producteurs. Or l'examen de plusieurs expériences montre que le commerce équitable améliore les conditions de vie des producteurs plus parce qu'il leur permet une meilleure insertion dans le marché conventionnel, grâce à une stratégie de différenciation par la qualité, notamment sociale, du produit, que parce qu'il incarne un système commercial alternatif. Véritable pépinière d'organisations, le commerce équitable se développe au sein du marché conventionnel bien plus qu'il n'instaure un système commercial parallèle qui fonctionnerait selon les principes de justice sociale et d'équité.

2. Quel développement prôné par le mouvement équitable ?

Bolivie : le quinoa équitable ou la fin de l'agriculture de subsistance⁵⁶

C'est une journée froide à Challapata, l'une des principales villes du département d'Oruro, en Bolivie. Coincé entre les deux chaînes de la cordillère des Andes, le département d'Oruro est situé à 3 700 mètres au-dessus du niveau de la mer dans les montagnes de l'ouest du pays et fait partie de l'Altiplano, aussi appelé « plateau du monde ». Dans cette région aride, les paysages tournent au rouge au moment de la floraison du quinoa dont les grains sont aussi précieux que des perles pour bon nombre de familles boliviennes.

Au marché local, les femmes s'affairent à acheter des fruits et des légumes, du riz et de l'avoine, mais aussi des pâtes alimentaires faites de blé. Elles négocient le prix avec les marchands, une pratique bien ancrée dans la culture locale. Satisfaite du prix obtenu, l'une d'elles repart avec des pâtes. Elle traverse les rues de

56. Les données de ce cas sont tirées de *Perfil Nutricional de Bolivia*, FAO, 2001, en ligne sur <ftp://ftp.fao.org/es/esn/nutrition/ncp/BOL.pdf>; ainsi que de Z. Cáceres et A. Carimentrand, *El comercio justo de la quinua frente a los desafíos del desarrollo sustentable*, communication au deuxième colloque international sur le commerce équitable, « Commerce équitable et développement durable », 19-21 juin 2006, Montréal.

Challapata et file chez elle pour préparer le repas. Elle fait cuire les pâtes et des pommes de terre. Sa fille aînée l'aide à la cuisine alors que ses autres enfants jouent à l'extérieur. Une fois que son mari rentre de la plantation de quinoa, la famille s'installe à table pour le repas, après quoi il retournera au travail.

Pendant ce temps, de l'autre côté de l'Atlantique, une famille allemande prend place à table pour le repas du soir. Le plus jeune des enfants regarde son assiette remplie de ces minuscules perles qu'il voit pour la première fois. Devant l'air curieux de son enfant, sa mère lui explique qu'il s'agit de quinoa, un aliment très nutritif produit en Bolivie que les enfants de là-bas mangent également. Non seulement le quinoa qui se retrouve dans leur assiette est bon pour la santé, mais il contribue à la protection de l'environnement et à l'amélioration des conditions de vie des producteurs, puisqu'il s'agit de quinoa biologique et équitable.

Une nouvelle dynamique alimentaire semble prendre place : des Allemands qui découvrent le quinoa et des Boliviens qui choisissent des nouilles de blé. Il est en effet étonnant que les familles vivant dans la région d'Oruro en Bolivie, où le quinoa est traditionnellement cultivé depuis des siècles, s'alimentent de plus en plus de produits importés dont la valeur nutritive est souvent inférieure à celle du quinoa qui est, au contraire, réputé pour ses qualités nutritionnelles. D'autant plus que, d'un point de vue écologique, le quinoa est très bien adapté aux conditions arides et aux sols pauvres de l'Altiplano : il résiste bien aux variations climatiques tout comme il est peu exigeant en eau et en nutriments. Historiquement, le quinoa a toujours constitué un aliment de base du régime des peuples autochtones de Bolivie. Appelé *chisiya mama* (le « grain mère ») par les Quechuas, le quinoa revêt aussi un caractère sacré et il est, par conséquent, consommé lors des cérémonies. Bien que l'Occident vienne à peine de découvrir ses vertus nutritionnelles, le quinoa a une longue histoire. Sa culture, qui remonte à quelque cinq mille ans, s'étendait dans toute l'Amérique andine. L'aspect symbolique de cette plante qui incarne la résistance de l'Empire inca a vraisemblablement contribué à ce que

les conquistadores espagnols bannissent cet aliment utilisé lors des rites païens. Néanmoins, la constance des paysans a assuré sa pérennité.

Actuellement, le Pérou et la Bolivie sont les principaux producteurs de quinoa. En avril, les producteurs sont prêts pour la récolte qui s'effectue manuellement. Les paysans savent que cette opération doit être rapidement effectuée en raison des forts vents de la fin avril et du début mai. Ces vents balaient le sable qui contamine alors les récoltes, ce qui entraîne des pertes importantes. Après la coupe, les plants sont disposés en rangées doubles de vingt mètres pour le séchage. Le battage s'effectue mécaniquement. Lors du vannage, les grains sont triés afin de les débarrasser des petits cailloux et autres impuretés. Enfin, le quinoa est lavé de façon à éliminer la saponine, cette substance qui recouvre les grains et leur donne un goût amer.

Jusqu'aux années 1990, le quinoa était destiné principalement à la consommation locale. Tout le quinoa produit dans le département d'Oruro était essentiellement centralisé au marché de Challapata, où l'on y fixait le prix de référence en fonction de l'offre et de la demande. Historiquement, le prix du quinoa suit un cycle annuel. Le prix est à son minimum à l'époque de la récolte (avril ou mai) et peut augmenter de 30 à 40 % pour atteindre son maximum vers novembre ou décembre. Cette dynamique avantage les producteurs qui ont les capacités de stocker le quinoa jusqu'à ce que le prix soit à son maximum. Du côté de la demande, la population bolivienne urbaine mange peu de quinoa, un aliment désormais associé à l'alimentation des pauvres et des autochtones. Conséquence de son prix variable et de la faible demande intérieure, jusqu'au début des années 1990, le quinoa était loin de représenter un produit générateur de profit économique pour les producteurs de l'Altiplano.

À partir des années 1970, des recherches scientifiques mettent en évidence les propriétés nutritionnelles du quinoa, notamment sa richesse en acides aminés équilibrés et le fait qu'il ne contienne pas de gluten. De plus, son association à la culture inca en fait un

aliment exotique, voire mythique, attribut séduisant pour les consommateurs du Nord. Toutefois, ce n'est que vers la fin des années 1990 que les communautés boliviennes reçoivent pour la première fois des visites d'importateurs étasuniens et européens s'intéressant à ce produit. Considéré comme un produit à valeur limitée par les producteurs, le quinoa a progressivement pénétré le marché équitable, surtout en Europe. Dans la mesure où le circuit équitable offre un prix plus élevé que le marché local, les producteurs du département d'Oruro ont cherché à augmenter leur production de quinoa tout en se familiarisant avec les nouvelles méthodes comme l'agriculture biologique, ce qui leur permet de bénéficier d'un important soutien international. De fait, l'agriculture biologique offre de nouvelles possibilités aux producteurs de quinoa, mais celles-ci se déploient sur les marchés extérieurs à la Bolivie. Les producteurs qui n'arrivent pas à vendre leur production sur le marché international, soit équitable ou biologique, éprouvent désormais de la difficulté à le vendre sur le marché local : les consommateurs choisissent des aliments à base de blé dont le coût est moindre. De plus, le marché international conventionnel demeure peu développé, si bien que les quelque 2 000 producteurs de quinoa dépendent surtout des marchés équitable et biologique pour écouler leur production.

Le quinoa est donc progressivement passé d'une activité de subsistance à une culture d'exportation, ce qui a entraîné des conséquences importantes pour les communautés locales. Certes, cette mutation rapide a offert des revenus élevés aux producteurs et a freiné la migration massive vers les grandes villes. Mais la médaille a son revers : la hausse de la production a entraîné la stérilité définitive de certaines parcelles de terre, notamment à cause de l'utilisation de tracteurs, trop lourds pour une terre si fragile et aride. Or seulement 3 % des terres de la Bolivie sont aptes à l'agriculture. La plupart des aliments proviennent de petites fermes comme celles visitées dans le département d'Oruro⁵⁷. Même

57. *Perfil Nutricional de Bolivia*, FAO, *op. cit.*

avant l'arrivée du commerce équitable et l'essor des exportations, l'alimentation des régions comme Oruro reposait sur un fragile équilibre entre la production locale, les importations et l'aide alimentaire. Puis, avec la naissance du Mercosur⁵⁸, les marchés boliviens ont été inondés de produits brésiliens et argentins, dont des céréales comme le blé. Auparavant, les agriculteurs locaux produisaient la majorité des denrées alimentaires consommées dans leur pays. Mais avec la création du Mercosur et l'ouverture vers les marchés internationaux en général, la consommation de produits nationaux a nettement diminué.

Par ailleurs, le succès de cette culture empiète sur d'autres activités. Dans les années 1980, les paysans consacraient uniquement une portion de leurs terres à la culture du quinoa. À cette époque, la couleur rouge caractéristique du quinoa côtoyait les différents tons de vert des cultures de pommes de terre, de carottes et de haricots blancs. Les familles de Challapata mangeaient des aliments produits localement. Bien que ces produits soient toujours disponibles au marché, ils le sont en quantité insuffisante aujourd'hui pour nourrir la population locale. La production du quinoa a aussi des conséquences pour les éleveurs de lamas, de moutons et de chèvres, car elle se fait au détriment des pâturages et entraîne une diminution des ressources en fumure organique. Ainsi, une famille qui fait de l'élevage et qui habite à proximité d'une autre famille qui cultive le quinoa doit marcher parfois jusqu'à cinq kilomètres pour trouver des pâturages pour les animaux.

De façon plus subtile, c'est aussi le paysage social qui change dans le département d'Oruro, quoique l'ambiance y soit toujours aussi effervescente. En effet, les femmes se promènent, conversent et font le marché, accompagnées de leurs enfants comme à leur habitude. Cependant, les agents locaux qui négocient le prix du quinoa sont moins nombreux. Leur rôle est de moins en moins important car, désormais, le prix du quinoa se fixe ailleurs. Bien qu'ils aient

58 Le Mercosur est le marché commun de pays de l'Amérique du Sud.

toujours leur mot à dire sur le marché local, l'influence des prix des marchés internationaux dont celui du commerce équitable est devenue très importante et pousse le prix local à la hausse. Les producteurs de quinoa qui sont toujours présents au marché y vendent de moins en moins leurs produits car les consommateurs locaux choisissent des produits plus abordables. Le prix du quinoa a trop augmenté, surtout si on le compare au prix des céréales importées. Au marché, les femmes ne semblent pas s'inquiéter de cette transformation de leur économie puisqu'elles peuvent acheter d'autres produits. Évidemment, les producteurs qui réussissent à écouler une partie importante de leur production sur le marché équitable considèrent qu'ils font, pour leur part, une bonne affaire. Mais qu'advient-il de l'alimentation de base dans la région d'Oruro ?

Sécurité et souveraineté alimentaires : quelle position pour le mouvement équitable ?

Le cas bolivien met en exergue les mutations associées au passage d'une culture vivrière du quinoa à une culture de rente, qui a commencé au début des années 1990 et s'est intensifié récemment. Les exportations boliviennes de quinoa ont en effet bondi, passant de 0,3 million de dollars américains en 1990 à 1,8 million en 2000, puis à 14,3 millions en 2008⁵⁹, ce qui a entraîné certaines transformations : d'une part, le prix qui était fixé dans la région est désormais hors du contrôle des agents locaux ; d'autre part, l'intensification de la culture du quinoa entraîne des impacts environnementaux non négligeables, en matière de dégradation des sols notamment. Elle a aussi amené des changements dans l'utilisation du territoire : davantage de terres sont désormais consacrées à la production de quinoa au détriment d'autres productions.

59. Cáceres et Carimentrand, *El comercio justo de la quinua frente a los desafíos del desarrollo sustentable*, op. cit. Ceprobol, *Exportaciones bolivianas Enero a Septiembre Gestiones 2006-2007-2008*, 2008. En ligne : www.ceprobol.gov.bo/DocPDF/BCifras/boletin%20sep.pdf

Enfin, si l'insertion des producteurs dans les marchés d'exportation, dont le marché équitable, se traduit par une augmentation de leurs revenus, cette entrée a aussi eu pour conséquence de faire augmenter le prix du quinoa sur le marché local, réduisant de fait la consommation des populations les plus pauvres qui choisissent maintenant d'acheter du blé, plus abordable, mais qui est importé et présente des qualités nutritionnelles nettement inférieures.

L'approvisionnement et la disponibilité des denrées alimentaires soulèvent des enjeux que tentent de cerner les concepts voisins, bien que distincts, de sécurité et souveraineté alimentaires. La sécurité alimentaire est une préoccupation qui n'est pas nouvelle : le droit à l'alimentation est d'ailleurs inscrit dans la Déclaration universelle des droits de l'homme de 1948. La définition promulguée au Sommet mondial de l'alimentation, qui eut lieu à Rome en 1996, est la plus généralement admise : « La sécurité alimentaire existe lorsque tous les êtres humains ont, à tout moment, un accès physique et économique à une nourriture suffisante, saine et nutritive leur permettant de satisfaire leurs besoins énergétiques et leurs préférences alimentaires pour mener une vie saine et active. » En termes simples, la sécurité alimentaire peut être définie comme l'accès à la nourriture en quantité et en qualité suffisantes. Mais la notion de sécurité alimentaire est vaste, ce qui en fait une notion relativement complexe. Selon la FAO, la sécurité alimentaire sous-tend les enjeux de la *satisfaction*, de l'*accès*, du *risque* et de la *durabilité*⁶⁰. Elle concerne la *satisfaction* des besoins tant du point de vue de la quantité que de la qualité, c'est-à-dire aux niveaux nutritionnel, sanitaire et hygiénique. L'*accès* implique que les denrées soient à la fois disponibles à court terme, faisant ainsi référence aux capacités de production, d'importation et de stockage, et accessibles aux ménages et aux individus, ce qui renvoie à l'ensemble des facteurs physiques, économiques et

60. M. Padilla, « La sécurité alimentaire des villes africaines : le rôle des systèmes d'approvisionnement et de distribution alimentaires », in *Approvisionnement et distribution alimentaires des villes de l'Afrique francophone*, FAO, coll. « Aliments dans les villes », 1998, vol. 1, n° 98, p. 69-76.

sociaux qui conditionnent cette accessibilité. La notion de *risque* est également centrale, l'objectif étant de minimiser les risques susceptibles de porter atteinte à la sécurité alimentaire d'un territoire, d'un ménage ou d'un individu donnés. La *durabilité* renvoie pour sa part à l'état transitoire ou chronique de l'insécurité alimentaire. Le concept de sécurité alimentaire est donc très large et transcende la simple question de la distribution des ressources alimentaires à laquelle on le réduit trop souvent. En somme, la sécurité alimentaire s'intéresse à l'ensemble de la chaîne de production et de distribution des denrées alimentaires (l'offre), tout autant qu'elle concerne les facteurs permettant aux populations d'avoir accès à cette nourriture (la demande).

Si, pour certains, la libéralisation des échanges doit permettre une meilleure allocation des ressources, contribuant ainsi positivement à la sécurité alimentaire, d'autres concluent à l'inverse que cette même libéralisation des échanges a des impacts négatifs sur la sécurité alimentaire des populations⁶¹. Plus précisément, le choix d'un modèle de développement fondé sur les exportations de produits agricoles, tout en réduisant la production domestique, expose les producteurs à la volatilité des prix internationaux. C'est ce qui a été observé dans le cas de plusieurs produits de base, dont le café, au tournant des années 1990 lorsque les prix ont chuté, entraînant à la baisse les revenus des producteurs et, incidemment, les revenus d'exportation du pays. Dans le cas où le prix sur le marché international est supérieur au prix sur le marché local, ce sont les consommateurs locaux au faible pouvoir d'achat qui sont défavorisés. Pour certains, la libéralisation des échanges apparaît ainsi incompatible avec l'enjeu de la sécurité alimentaire.

C'est précisément en réponse aux effets du libre-échange sur la sécurité alimentaire des populations que le mouvement paysan international Via Campesina a présenté le concept de

61. E. M. Young, "Globalization and food security: novel question in a novel context?", *Progress in Development Studies*, vol. 4, n° 1, 2004, p. 1-21.

souveraineté alimentaire lors du même Sommet mondial de l'alimentation en 1996. Selon Via Campesina, la souveraineté alimentaire est « le droit des populations, de leurs États ou Unions à définir leur politique agricole alimentaire, sans dumping vis-à-vis des pays tiers⁶² ». Les concepts de sécurité et de souveraineté alimentaires ont ainsi évolué conjointement avec la montée du libre-échange depuis une soixantaine d'années. La création du Gatt, l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce, en 1947, marque en effet le début d'une intensification de la libéralisation du commerce. Le Gatt regroupait à l'origine plusieurs pays développés et seulement quelques pays en voie de développement. La vague des indépendances qui a marqué le continent africain au cours des années 1960 de même que les programmes d'ajustement structurel proposés par le FMI en Amérique latine dans les années 1980 ont contribué à l'adhésion de nombreux autres pays au Gatt. Ce faisant, tous ont été contraints de passer rapidement d'un modèle de développement dirigé par l'État à un modèle fondé sur le libre-échange et les exportations. Les accords de commerce multilatéraux se faisant de plus en plus nombreux au fil des ans, l'Organisation mondiale du commerce (OMC) est créée en 1994 en remplacement du Gatt, afin d'assurer la gestion des règles du commerce international. L'année suivante débute le cycle des négociations de l'Uruguay, qui vise à traiter l'agriculture au même titre que tous les autres secteurs économiques, sonnait ainsi la fin de l'exception agricole.

Or le concept de souveraineté alimentaire repose justement sur le postulat que le secteur agricole ne constitue pas un secteur commercial comme les autres, parce que l'agriculture répond au besoin essentiel des humains de se nourrir. Dans cette perspective, toujours selon Via Campesina, la souveraineté alimentaire donne la priorité à la production agricole locale pour nourrir la population, d'où la nécessité de réformes agraires, de la lutte contre

62. La Via Campesina: International Peasant Movement, *La Via Campesina: International Peasant Movement*, 2007. Voir <http://viacampesina.org>

les OGM pour le libre accès aux semences, et du statut de l'eau comme bien public. Incidemment, la souveraineté alimentaire affirme le droit des États à se protéger des importations agricoles et alimentaires à trop bas prix, autorisant de ce fait des soutiens publics aux paysans, à condition qu'ils ne s'en servent pas directement ou indirectement pour exporter à bas prix.

Le cas de la culture du riz au Burkina Faso illustre cette problématique de dumping⁶³. Le riz est un aliment de base des populations de l'Afrique de l'Ouest. Toutefois, depuis déjà quelques années, les producteurs du Burkina Faso, notamment ceux de la rizière de Bama, connaissent d'importantes difficultés financières. En effet, le riz qu'ils produisent est vendu sur le marché de Bobo-Dioulasso, deuxième ville en importance du Burkina, où des riz étrangers lui font concurrence. Ces denrées proviennent principalement de la Chine, de l'Inde et de la Thaïlande. En 2004, les Burkinabés ont acheté pour plus de trois millions d'euros de riz importé, ce qui représente près des deux tiers du volume consommé annuellement. Le gouvernement de la Thaïlande, tout en protégeant ses marchés intérieurs afin d'offrir des prix rémunérateurs à ses producteurs, leur fournit des subventions à l'exportation, ce qui leur permet de vendre le riz pour un montant largement inférieur à celui des producteurs burkinabés. Car au Burkina Faso, aucune véritable politique ne régit l'entrée de ces produits importés et aucune taxe ne leur est imposée. Par conséquent, les producteurs étrangers sont en mesure de vendre trois kilogrammes de riz pour un montant atteignant à peine un euro, prix avec lequel les producteurs locaux ne sont pas en mesure de rivaliser puisque cela ne leur permet même pas de couvrir leurs coûts de production. Cela rejoint un autre élément clé du concept de souveraineté alimentaire, selon lequel les prix agricoles doivent être liés aux coûts de production, ce qui n'est possible qu'à trois conditions : que les États aient le droit de taxer les importations à trop bas prix, qu'ils s'engagent pour une production paysanne durable et qu'ils

63. Sedelan, site abcBurkina, « Dossier riz ». Voir www.abcburkina.net/content/view/666/79/lang,fr/

maîtrisent la production sur le marché intérieur pour éviter des excédents structurels.

Les concepts de sécurité et de souveraineté alimentaires doivent par ailleurs être distingués de la notion d'autosuffisance alimentaire. Ce concept qui s'est développé à l'époque des indépendances comme partie intégrante de la stratégie de souveraineté nationale de ces pays exprime avant tout une ambition politique d'indépendance alimentaire pour un territoire donné⁶⁴. L'autosuffisance alimentaire prône la production nationale comme moyen exclusif pour répondre aux besoins des populations, alors que la sécurité alimentaire est surtout axée sur la finalité (l'accès à l'alimentation) et se présente comme le prolongement du droit à l'alimentation. Si l'autosuffisance apparaît de ce point de vue plus proche du concept de souveraineté alimentaire, mentionnons que ce dernier ne s'oppose toutefois pas aux échanges commerciaux comme tels, mais privilégie l'approvisionnement local. Le concept de souveraineté alimentaire ne se prononce pas spécifiquement sur l'accès à l'alimentation, notamment des populations les plus pauvres, mais pose plutôt la question du rôle des échanges internationaux, exprimant ainsi la volonté de réappropriation par les populations du choix des politiques agricoles et alimentaires⁶⁵. Les concepts de sécurité et de souveraineté alimentaires apparaissent alors comme complémentaires. La souveraineté alimentaire est une condition essentielle mais non suffisante pour atteindre la sécurité alimentaire, les deux devant être mises en œuvre dans une perspective d'équité sociale⁶⁶.

Dans les instances officielles de certification du commerce équitable, la question de la sécurité et de la souveraineté alimentaires n'est visiblement pas prioritaire, pourtant – est-il nécessaire de le rappeler ? – le commerce équitable est avant tout un commerce

64. R. Blein, « Souveraineté alimentaire : des principes aux réalités », *Grain de sel*, n° 37, 2006-2007, p. 13-15.

65. *Ibid.*

66. F. Menezes, "Food Sovereignty: A vital requirement for food security in the context of globalization", *Development*, vol. 49, n° 4, 2001, p. 29-33.

international, il soulève donc les mêmes questionnements que le commerce international conventionnel. Heureusement, bien que dans les critères de FLO et de l'IFAT il ne soit aucunement question des enjeux de la sécurité et de la souveraineté alimentaires, quelques acteurs du mouvement se prononcent néanmoins sur ces sujets. Parmi ceux-ci, Oxfam-Solidarité (Belgique), qui mène différentes campagnes dont une sur le commerce équitable, communique également sur le thème de la souveraineté alimentaire⁶⁷. Artisans du Monde pose l'enjeu de la souveraineté alimentaire dans le contexte plus global de la mondialisation et des faibles prix payés aux producteurs pour l'ensemble des autres produits vivriers qui ne sont pas commercialisés dans les filières du commerce équitable⁶⁸. Ces produits subissent la concurrence de produits du Nord tels que les céréales qui inondent les marchés locaux et subissent également le « dumping social » des grands propriétaires terriens. Dans ce contexte, Artisans du Monde avance qu'un éventuel rehaussement des prix serait principalement possible non par la multiplication des filières équitables, mais par la reconnaissance du droit à la souveraineté alimentaire. Plus concrètement, selon la coopérative Andines, qui importe et vend des produits du commerce équitable, le commerce équitable et solidaire doit donner « la priorité à l'autonomie économique et politique des populations, à la souveraineté alimentaire, aux marchés locaux et régionaux⁶⁹ ». Andines est membre de l'association Minga, reconnue pour ses positions dissidentes à l'égard de Max Havelaar et qui milite pour plus d'équité dans le commerce. Minga soutient que le commerce équitable doit répondre prioritairement à l'enjeu de la souveraineté alimentaire et du maintien de la biodiversité.

67. Site Internet d'Oxfam-Solidarité. Voir www.oxfamsol.be/fr/

68. Artisans du Monde, *Artisans du Monde : pour un commerce équitable*, 2007. Voir www.artisansdumonde.org/

69. Andines, *Les Engagements de la coopérative Andines*. En ligne : www.andines.com/rubrique.php3?id_rubrique=26

Évidemment, à la lumière du cas du quinoa discuté précédemment, on ne peut attribuer au commerce équitable la responsabilité de tous les problèmes de sécurité alimentaire. Néanmoins, dans la mesure où il propose un commerce effectivement plus équitable prétendant au développement des petits producteurs et à la sécurisation de leur situation, il ne peut faire fi des enjeux liés à la sécurité et à la souveraineté alimentaires. Le mouvement doit revoir le modèle de développement fondé sur l'exportation de produits agricoles qui le caractérise, et considérer notamment le fait que celui-ci se traduit bien souvent par une plus grande dépendance des pays du Sud vis-à-vis des pays du Nord et par la fragilisation de la sécurité alimentaire. En fait, il est indispensable pour le commerce équitable de s'assurer que le développement de ses filières ne se fasse pas au détriment des cultures vivrières, en incluant le principe de la sécurité alimentaire dans ses critères, d'une part, et en intégrant le droit à la souveraineté alimentaire dans son plaidoyer pour un commerce plus équitable, d'autre part.

Commerce équitable et mondialisation

En 1988, l'avènement du premier label équitable Max Havelaar a augmenté la notoriété tout comme les ventes du commerce équitable. Le café, qui en 2005 compte pour 59 % des ventes de produits labellisés équitables et plus de 50 % des ventes de l'ensemble des produits équitables, est principalement à l'origine de cette croissance⁷⁰. Deuxième produit le plus échangé après le pétrole, le café est rapidement devenu un produit stratégique pour le mouvement du commerce équitable, permettant de démontrer les insuffisances du commerce conventionnel. Le label équitable arrive en effet au moment où prend fin l'Accord international du café et où le prix du café atteint un niveau particulièrement bas

70. L. T. Raynolds et M. A. Long, "Fair/Alternative Trade: historical and empirical dimensions", in L. T. Raynolds, D. L. Murray et J. Wilkinson (dir.), *Fair Trade / The Challenges of Transforming Globalization*, New York, Routledge, 2007, p. 15-32.

(1989-1990), frappant de plein fouet les petits producteurs. Le mouvement équitable construit peu à peu son image sur le symbole de l'organisation des petits producteurs qui sont les laissés-pour-compte de cette mondialisation économique. Après le secteur du café, d'autres filières labellisées équitables voient le jour : celles de la banane, du cacao, du sucre et du thé, de même que celles du coton et des ballons de sport pour ne nommer que celles-là. Du côté de la filière intégrée du commerce équitable, on trouve principalement des produits d'artisanat. Aujourd'hui, bien que le commerce équitable propose une variété de produits non alimentaires, l'essentiel des ventes repose sur l'exportation de produits alimentaires peu transformés produits au Sud, ce qui correspond à 96 % des ventes de la filière labellisée et à 85 % de l'ensemble des ventes, filières intégrée et labellisée confondues⁷¹. Il y a là une contradiction profonde que porte le mouvement du commerce équitable. Tout en faisant reposer son projet de société sur la transformation des règles commerciales internationales pour plus de justice et d'équité, le mouvement équitable reprend en contrepartie la spécialisation primaire et l'agriculture de rente comme modèle de développement, lesquelles ont fait l'objet de nombreuses questions et critiques depuis les années 1950.

Le problème du sous-développement a longtemps été envisagé comme un simple retard de croissance. L'adoption d'une stratégie de « rattrapage » devenait alors tout indiquée pour combler cet écart entre les pays sous-développés et les pays industrialisés, stratégie à laquelle les premiers ont d'ailleurs largement adhéré, de gré ou de force. Le libre-échange et la spécialisation devaient permettre aux pays retardataires d'accéder au développement au même titre que les pays industrialisés. Cette stratégie repose essentiellement sur la théorie des avantages comparatifs de Ricardo, selon laquelle chacun gagne à se spécialiser dans la production et l'exportation de biens pour lesquels il présente une productivité relative plus élevée. Cette théorie confirme le rôle bénéfique du

71. *Ibid.*

libre-échange qui permet, tant à l'intérieur des pays qu'entre eux, la meilleure allocation des ressources. Mais cette théorie repose toutefois sur une série d'hypothèses qui sont rarement vérifiées dans la réalité, à savoir notamment qu'il n'y a qu'un seul facteur de production, le travail, sans prise en compte du capital ; que les facteurs de production sont immobiles ; que les taux de salaire sont les mêmes d'un pays à l'autre ; que les coûts de production sont constants, etc. Mais, surtout, cette théorie considère la faible rémunération des producteurs comme un avantage comparatif et enferme les pays exportateurs dans une logique de dépendance.

En 1949 paraît une étude de l'ONU selon laquelle il y aurait eu, entre 1876-1880 et 1936-1938, une détérioration de l'ordre de 40 % des prix des produits primaires par rapport aux produits manufacturés dans le commerce mondial (ce qu'on appelle les termes de l'échange), ébranlant ainsi les démonstrations théoriques en faveur du libre-échange. Selon cette étude, la spécialisation est en fait avantageuse pour les producteurs de biens industriels seulement et non pour les producteurs de produits primaires⁷². Or, du fait de leur passé de pays colonisé et de leur « retard » de développement en vertu duquel ils détenaient peu de capital, les pays du tiers-monde se sont spécialisés dans la production de produits primaires. Les effets négatifs de la spécialisation primaire des pays du Sud sont aujourd'hui largement reconnus⁷³. La détérioration des termes de l'échange, formalisée sous la théorie de « l'échange inégal » d'Emmanuel, prévoit une amputation progressive du revenu national au fur et à mesure qu'un pays se spécialise dans la production primaire, freinant par ailleurs les possibilités d'achat d'équipements techniques provenant de l'étranger et nécessaires à une industrialisation. Une relation de dépendance des pays qui se spécialisent dans la production primaire s'installe progressivement vis-à-vis des pays industrialisés. Pour acquérir l'équipement qu'il doit importer, le pays est en effet

72. E. Assidon, *Les Théories économiques du développement*, La Découverte, coll. « Repères », n° 108, 3^e éd., 2002.

73. *Ibid.*

contraint de s'endetter. Il devient également vulnérable à la variation du prix des denrées primaires qui est fixé à l'étranger. L'accroissement de l'offre n'est pas suffisant pour compenser l'évolution défavorable des prix à l'exportation, d'autant plus que les pays ont peu de contrôle sur celle-ci. En raison de la spécialisation et de la concentration de la propriété que la libéralisation des échanges entraîne, les populations rurales les plus pauvres sont progressivement marginalisées, ayant moins accès aux terres et au capital⁷⁴. L'industrialisation, qui engendre une répartition inégale des revenus, occasionne par ailleurs un courant d'importations de biens de luxe qui sont inutiles au développement des populations les plus pauvres.

Une des façons de récupérer des devises et de payer la dette est de se tourner vers des cultures de rente tels le café, le sucre et le cacao. Ce faisant, le secteur agricole des pays en développement se transforme progressivement pour servir à alimenter prioritairement les marchés d'exportation, ce qui limite d'autant la disponibilité des stocks nationaux destinés à l'alimentation de la population locale. En s'engageant dans la production de cultures de rente, les pays en développement deviennent ainsi plus vulnérables aux fluctuations des prix qui sont fixés hors de leurs frontières et qui sont influencés par les subventions et les pratiques de dumping des pays développés. Cela dit, on voit mal comment un pays en développement pourrait vivre en autarcie et espérer se développer, comme certains courants des théories du développement l'ont laissé entendre à une certaine époque (développement autocentré). Dans le contexte actuel de la mondialisation économique, les pays développés comme les pays en développement sont au contraire appelés à avoir de plus en plus de relations entre eux, y compris des relations commerciales. L'enjeu est donc de s'interroger sur le mode d'insertion dans la mondialisation que favorise tel ou tel modèle de développement. Or comme nous l'avons dit, les perspectives de croissance et de développement

74. Young, "Globalization and food security: novel question in a novel context?", *art. cit.*

que devait apporter la spécialisation primaire ne se sont pas matérialisées pour les pays en développement. Au contraire, ceux-ci ont été entraînés dans une relation de dépendance économique et technologique vis-à-vis de leurs homologues industrialisés avec le problème de la dette auquel on tente de répondre en instaurant une agriculture de rente qui ne parvient plus à satisfaire les besoins des populations nationales. Bref, nous y voyons tous les éléments d'une insertion défavorable des pays en développement dans la mondialisation économique, éléments qui fondent paradoxalement l'essentiel du modèle de développement que le mouvement du commerce équitable valorise pour les producteurs du Sud.

Le mouvement du commerce équitable est donc appelé à se positionner plus clairement sur la question. Aujourd'hui, l'essentiel de ses activités repose sur la production de denrées de base par les producteurs du Sud pour l'exportation, reproduisant, voire cautionnant la spécialisation primaire et l'agriculture de rente comme modèle de développement malgré leurs effets destructurants sur les pays du Sud. Heureusement, comme nous le verrons plus loin dans ce même chapitre, des initiatives de commerce équitable cherchent à transcender ces modèles passésistes ; elles se développent en marge du courant dominant du commerce équitable qu'incarne principalement la filière labellisée, mais aussi, dans une certaine mesure, en marge de la filière intégrée. S'il aspire véritablement à travailler avec des producteurs et des travailleurs marginalisés afin de les aider à passer d'une position de vulnérabilité à la sécurité et à l'autosuffisance économiques tout en cherchant à transformer les règles du commerce international, le mouvement équitable doit donc plus que jamais réfléchir sur les modèles de développement qu'il favorise pour les paysans du Sud dans le contexte de la mondialisation économique.

Et le commerce équitable Sud-Sud ?

Depuis quelques années, plusieurs acteurs du mouvement cherchent à transcender le modèle « traditionnel » de développement que semble cautionner le commerce équitable pour des raisons

tant idéologiques que commerciales. D'un côté, on souhaite que le commerce équitable, un système foncièrement élaboré par le Nord pour le Sud, tienne davantage compte de la réalité des pays du Sud. De l'autre, on s'inquiète de la saturation des marchés équitables du Nord dans certains secteurs, alors que l'enthousiasme des producteurs à intégrer le commerce équitable croît sans cesse. C'est dans ce double esprit que s'est propagée l'idée d'un commerce équitable qui prendrait racine au Sud et dont on peut identifier différentes formes.

L'élaboration du label mexicain de commerce équitable Comercio Justo Mexico, premier label équitable du Sud pour le Sud, visait à instaurer un appareil qui tiendrait davantage compte de la réalité mexicaine et qui serait plus accessible financièrement aux organisations mexicaines tout en faisant la promotion du commerce équitable sur la scène nationale. Ce système émanant du Sud s'est dès lors heurté au problème de sa reconnaissance à l'échelle internationale, c'est-à-dire, plus prosaïquement, par les acteurs du Nord. Des discussions ont rapidement eu lieu entre le label mexicain et FLO avec l'objectif d'en arriver à un arrimage entre les deux systèmes. Bref, le label mexicain est un exemple réussi de l'appropriation du système équitable par les acteurs du Sud, qui leur permet désormais de mieux faire entendre leur voix au sein de FLO.

L'adoption d'une Charte nationale du commerce équitable en 2006 à Dakar constitue un autre exemple, mais avec un succès peut-être plus mitigé. Cette charte vise à ce que les réalités des producteurs et des transformateurs locaux soient davantage prises en compte au sein du commerce équitable. Selon l'organisation Environnement et développement du tiers-monde qui s'est impliquée dans le processus d'élaboration de cette charte et qui accompagne des groupes de base notamment dans la recherche de marchés, cette charte se positionne comme étant « l'instrument qui va sonner le déclic et éviter de reproduire *in extenso* les stratégies élaborées par les organisations du Nord dans le cadre du commerce équitable ». Elle énonce des principes éthiques, sociaux,

environnementaux et économiques, dont les plus récents concernent notamment le développement de filières locales, la promotion de la transformation locale pour une meilleure valeur ajoutée et la promotion d'échanges Sud-Sud. Elle s'inscrit dans un processus plus global d'élaboration d'un système de certification adapté au contexte africain dont les coûts seraient abordables pour les petits producteurs. De telles initiatives d'appropriation du commerce équitable par les producteurs au Sud peuvent certainement avoir des impacts bénéfiques en matière de renforcement des capacités et de développement d'un savoir-faire local. Mais, dans ce cas précis, la charte et la mise sur pied d'un éventuel système de certification apparaissent d'abord pensées dans l'objectif de faciliter l'insertion des producteurs au Sud dans le marché international⁷⁵.

Le second visage de ce commerce équitable dans le Sud est ce que plusieurs nomment le « commerce équitable Sud-Sud », qu'il s'effectue entre pays du Sud ou à l'intérieur d'un même pays. Cette idée d'un commerce qui s'exercerait en marge des pays du Nord est un symbole fort des pays du Sud, qui cherchent à rompre avec le modèle néocolonial. Mais, jusqu'à présent, un tel commerce équitable Sud-Sud souffre de plusieurs problèmes. L'idée d'établir des zones commerciales entre pays du Sud n'est pas nouvelle, mais elle s'est toujours heurtée à différents obstacles. Bien que le commerce entre pays en développement ait connu une croissance annuelle de 10 % au cours de la dernière décennie, soit un taux deux fois supérieur à celui du commerce mondial selon la Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement (Cnuced), les pays en développement présentent inévitablement

75. Voir le site d'Enda tiers-monde, organisation à l'origine de la charte : « Afin de pénétrer le marché international, ces organisations de producteurs et de transformateurs ont ainsi développé, avec le soutien d'Enda, différentes stratégies et travaillent, depuis 2005, en collaboration également avec la coopérative de conseil Tukki, sur un projet intitulé « Développer des pratiques de commerce équitables au Sénégal » dont l'objectif à terme est de mettre en place un système de certification adapté au contexte africain, dont les coûts seraient à la portée des petits producteurs. » Voir <http://www.enda.sn/sia.htm>

un potentiel de marché limité comparativement aux pays industrialisés en raison de leur faible PIB. Une précision s'impose toutefois ici. L'expression « commerce Sud-Sud » fait un amalgame de tous les pays en développement en un bloc monolithique dans lequel la Chine, l'Inde et le Brésil côtoient le Bénin, la Bolivie et le Burkina Faso, alors qu'il y a évidemment une très grande variabilité et de très grandes disparités entre ces pays. La Cnuced reconnaît d'ailleurs que la progression du commerce Sud-Sud est avant tout attribuable à la forte croissance de la Chine. Incidemment, pour qu'il y ait commerce, il doit inévitablement y avoir un vendeur et un acheteur. Dans le cas particulier du commerce équitable dont les produits se vendent généralement plus cher, le développement d'un commerce équitable Sud-Sud est intimement lié à la présence d'une importante classe moyenne, qui reste malheureusement marginale dans la plupart des pays du Sud.

Par ailleurs, l'augmentation des échanges entre pays du Sud n'est pas toujours synonyme de progrès. Dans un communiqué, la Cnuced présente l'exemple de la noix de cajou comme une réussite discutable du commerce Sud-Sud⁷⁶. La coquille de la noix de cajou contient une résine très caustique qui est notamment utilisée par l'industrie de l'aéronautique, ce qui constitue un grand potentiel de valeur ajoutée, mais l'opération de décorticage est difficile. Dans les années 1960 et 1970, le Mozambique était le principal pays producteur et exportateur de la noix de cajou. Vers la fin des années 1980 et le début des années 1990, à la suite des conseils de la Banque mondiale, le Mozambique a levé l'interdiction d'exportation de noix non décortiquées, qu'il avait établie une quinzaine d'années auparavant de façon précisément à favoriser la transformation locale. À terme, cette mesure d'ouverture des marchés a mené à la fermeture des installations nationales de transformation qui ne pouvaient concurrencer les producteurs de noix décortiquées des autres pays, notamment l'Inde qui importe

76. Cnuced, *Noix de cajou : le commerce Sud-Sud et le dilemme de la transformation*, 2007. Voir : www.unctad.org/Templates/Webflyer.asp?docID=8311&intItemID=1634&lang=2

les noix non décortiquées pour les exporter décortiquées aux pays industrialisés. L'instauration de relations commerciales entre pays du Sud a dans ce cas signifié la fragilisation de l'économie du Mozambique.

Un autre problème qui nuit considérablement au développement du commerce Sud-Sud est le manque d'infrastructures des pays en développement, que ce soit, par exemple, l'absence de promotion du commerce et de chambres de commerce ou le manque de services bancaires ou de moyens de transport et de télécommunications adéquats⁷⁷. Par le passé, le développement du commerce entre pays en développement était également limité par la faible complémentarité des produits à savoir que les pays en développement fournissaient des produits similaires, constitués principalement de matières premières et de produits de base. Dans le vaste champ du commerce international, cet enjeu n'est probablement plus aussi critique puisque la production des pays du Sud est désormais beaucoup plus diversifiée, encore que l'on puisse arguer qu'il y a d'importantes disparités entre l'ensemble des pays du Sud. Mais, dans le cas du commerce équitable qui repose sur un éventail très réduit de produits, la question de la complémentarité des produits est sans doute un enjeu qui limite la progression du commerce équitable Sud-Sud. Si on considère les difficultés à établir des relations commerciales conventionnelles entre pays du Sud ainsi que les difficultés spécifiques au commerce équitable Sud-Nord, le commerce équitable Sud-Sud, compris comme un commerce équitable entre deux pays du Sud, est loin d'être une réalité. Sans compter que ce commerce ne permet pas d'acquérir les devises fortes dont les pays du Sud ont besoin pour rembourser le service de la dette.

À plus petite échelle, il existe par ailleurs diverses initiatives de commerce local dont l'objectif tourne autour du

77. Centre du commerce international, « Commerce Sud-Sud : en exploiter le potentiel », *Forum du commerce international*, n° 3, 2004. Voir www.forumducommerce.org/news/fullstory.php/aid/666/Commerce_Sud-Sud:_en_exploiter_le_potentiel.html

développement de solidarités locales et régionales et qui misent sur la diversification des activités cherchant à conserver le maximum de valeur ajoutée issue de la transformation, par exemple, plutôt que sur la spécialisation. À titre d'illustration, le réseau Afrique verte fait la promotion d'un modèle de développement qui serait centré sur les enjeux de la sécurité et de la souveraineté alimentaires⁷⁸. Le principal objectif de l'organisme est de faire en sorte que les petits producteurs et leur communauté soient en mesure non seulement de vivre de leur production, mais également d'approvisionner leur pays par l'entremise de celle-ci. Afrique verte encourage également les activités de transformation des produits céréaliers dans les pays producteurs mêmes, afin que ceux-ci puissent être ravitaillés en produits de qualité. Si, d'un point de vue idéologique, ces initiatives cadrent tout à fait avec les objectifs du mouvement du commerce équitable, elles sont généralement bien plus assimilées à l'ensemble des pratiques d'économie sociale et solidaire qu'au commerce équitable, qui est surtout compris comme un commerce international Sud-Nord.

Si les systèmes équitables développés au Sud comportent un intérêt indéniable, le problème de leur reconnaissance et de leur crédibilité à l'échelle internationale demeure entier dans la mesure où ce sont les acheteurs du Nord qui, *in fine*, déterminent les normes qui garantissent ce qui constitue à leurs yeux la « qualité équitable ». Et malgré les différentes initiatives de commerce équitable local, le commerce équitable demeure pour plusieurs raisons un commerce Sud-Nord ayant de grandes parentés avec le système commercial international traditionnel.

Commerce équitable et développement durable

Depuis quelques années, le commerce équitable a renouvelé son discours en s'associant directement au développement durable, au même titre que les gouvernements, les ONG, les

78. Ugocom, *Afrique verte international : les Sahéliens peuvent nourrir le Sahel*, 2007. En ligne : <http://www.afriqueverte.org/>

institutions et même les entreprises⁷⁹. Bien que le concept demeure flou et varie selon les acteurs, plusieurs jugent que le développement durable nécessite un changement de paradigme où le développement social reprendrait sa place d'objectif ultime des politiques, tandis que la protection de l'environnement en serait une condition et l'économie un moyen⁸⁰. L'équité vient s'ajouter à ces pôles comme un noyau central du développement durable, étant à la fois un objectif, une condition et un moyen, tandis que l'instauration d'un système de gouvernance assurant la participation de la population en permet l'opérationnalisation.

Comme nous l'avons dit précédemment, le commerce équitable se décline en deux objectifs fondamentaux. D'une part, il tend à l'amélioration des conditions de vie des producteurs marginalisés en leur octroyant de meilleures conditions commerciales, dont une juste rémunération, l'accès au crédit et des relations commerciales durables, et exige que les revenus des ventes des produits équitables contribuent au développement social. D'autre part, le commerce équitable cherche à rendre le système commercial plus juste et équitable, ce qui passe autant par la démonstration que le commerce peut s'effectuer autrement que par l'information des consommateurs et surtout le lobbying auprès des instances politiques. C'est pourquoi, selon ses promoteurs, non seulement le commerce équitable s'inscrit tout à fait dans les visées du développement durable, mais il l'incarne : les producteurs et les acheteurs s'engagent dans un partenariat commercial fondé sur le respect des droits des producteurs et sur le principe d'une production respectant l'environnement, le tout dans une perspective à long terme. Bref, le commerce équitable s'assure que le commerce est au service de l'humain et non l'inverse. En proposant des balises aux échanges commerciaux, le commerce équitable rappelle que le système économique est bien un construit

79. W. Low et E. Davenport, "Postcards from the Edge", *Sustainable Development*, n° 13, 2005, p. 143-153.

80. C. Gendron et J.-P. Revéret, « Le développement durable », *Économies et Sociétés*, série R, n° 37, 2000, p. 111-124.

social, et donc que ses règles ne sont pas données, mais peuvent être changées.

Considérant ces objectifs d'équité, de développement social, de protection de l'environnement et de transformation des règles commerciales, le mouvement équitable estime que le commerce qu'il prône relève de l'essence même du développement durable. Pourtant, si les principes de l'un et de l'autre paraissent sans nul doute concordants, il nous semble nécessaire d'examiner plus en détail la formalisation et la mise en œuvre des principes équitables sur le terrain avant de poser un diagnostic définitif sur leur contribution au développement durable. Or l'examen des principes équitables permet de mettre en lumière certains points de tension. Pour commencer, la filière labellisée prétend « travailler délibérément avec des producteurs et des travailleurs marginalisés afin de les aider à passer d'une position de vulnérabilité à la sécurité et à l'autosuffisance économiques », mais exige dans la foulée que ceux-ci soient en mesure de produire un produit d'excellente qualité et de l'exporter. Compte tenu des équipements et de la professionnalisation que cela suppose, c'est comme si le commerce équitable fixait un « niveau de marginalisation optimal » selon lequel les petits producteurs doivent être suffisamment marginalisés tout en ne l'étant pas trop pour pouvoir montrer des capacités de production à la hauteur des exigences du Nord. La question du niveau de marginalisation est en fait un sujet délicat au sein du mouvement. D'après certains acteurs tels que la Plate-forme pour un commerce équitable, il est essentiel de travailler avec les producteurs *les plus* marginalisés. Mais les producteurs les plus marginalisés étant généralement les plus défavorisés, les plus éloignés et les moins bien organisés, l'application de ce critère est difficile de l'aveu même des acteurs. Les acheteurs préfèrent évidemment s'approvisionner auprès d'organisations relativement bien établies qui présentent un risque plus faible.

Par ailleurs, le commerce équitable semble faire l'impasse sur certains enjeux au cœur du développement durable, telle la sécurité alimentaire, par exemple. La capacité à exporter et la solidité

des organisations apparaissent souvent plus importantes pour le circuit équitable que la question de la sécurité alimentaire. Pourtant, depuis les années 1980, avec les famines qui sévissent en Afrique, les impacts négatifs des politiques d'ajustement structurel sur les populations ainsi que les avancées conceptuelles sur le sujet, la sécurité alimentaire est reconnue comme un principe de base du développement⁸¹. Sans passer en revue tous les principes équitables, on constate que, tout en s'intéressant à chacune des dimensions du développement durable (environnement, développement social, économie, équité et gouvernance), le mouvement équitable présente certaines limites dans la mesure où il ne se prononce pas sur des enjeux prioritaires bien documentés par le mouvement de l'aide au développement.

De plus, comme nous l'avons illustré au chapitre précédent, l'opérationnalisation des principes équitables connaît quelques ratés, que ce soit en raison de problèmes techniques, culturels (transférabilité, adaptabilité et appropriation) ou à cause d'impératifs marchands. Sans compter que la capacité générale du commerce équitable à contribuer à l'amélioration des conditions des producteurs est en fait dépendante du contexte sociopolitique national et régional dans lequel les producteurs, leur famille et leur organisation évoluent. Ajoutons que le développement durable ne se limite pas à l'amélioration de la qualité de vie des producteurs, d'un côté, ou à la protection de l'environnement, de l'autre. Il appelle à repenser la notion de progrès et ainsi à définir les bases nouvelles d'un véritable projet de société par les acteurs eux-mêmes. C'est sans doute là, dans la définition de son projet de développement à l'échelle des producteurs comme à plus grande échelle, que le mouvement du commerce équitable a sans doute le plus à faire. À l'échelle des producteurs, nous avons vu que le commerce équitable agit surtout comme un véhicule d'insertion

81. S. Maxwell et M. Smith, "Household Food Security: A conceptual Review", in S. Maxwell et T. R. Frankenberger (dir.), *Household Food Security: Concepts, Indicators, Measurements. A technical review*, New York, Unicef/IFAD, 1992, p. 1-72.

dans le marché conventionnel, de laquelle découlent des améliorations notables des conditions de vie des producteurs (voir chapitre 1). Parce qu'il est le plus souvent conçu comme un segment de marché, il n'incarne pas le nouveau système commercial plus juste et équitable qui permettrait le développement des producteurs. À l'échelle du mouvement, nous avons mis en lumière le fait que le modèle de développement sur lequel le mouvement du commerce équitable s'est historiquement construit, dont deux des piliers sont la spécialisation primaire et l'agriculture de rente, constitue un mode d'insertion désavantageux des pays du Sud dans le commerce international. Ce modèle confine les pays du Sud dans une relation de dépendance économique et technologique vis-à-vis des pays du Nord, menaçant la sécurité alimentaire notamment. Qui plus est, les hautes instances du mouvement équitable, essentiellement situées au Nord, perpétuent ce modèle, voire le cautionnent, sans prendre acte des dernières réflexions en matière de coopération internationale et d'aide au développement. En somme, malgré ses idéaux qui convergent en apparence avec les visées d'une conception significative du développement durable, le mouvement équitable adopte une conception plutôt passéiste d'un développement qui ne peut être pensé qu'à travers le commerce et sa croissance. Il aurait donc avantage à mener une réflexion plus approfondie sur le sens et l'opérationnalisation d'un développement durable susceptible de renouveler ses pratiques, avant de s'en revendiquer sans plus d'examen.

Conclusion : penser le commerce équitable de façon plus intégrée

Le mouvement équitable est porteur d'une véritable contradiction : tout en souhaitant améliorer les conditions de vie et le développement des producteurs du Sud, il reproduit et cautionne même un modèle de développement depuis longtemps contesté par les acteurs du Sud et les spécialistes du développement. La contradiction est d'autant plus inconfortable que le commerce équitable demeure pensé comme un commerce Sud-Nord qui rend

difficiles l'intégration et la promotion par le mouvement des pratiques de commerce de proximité avec lesquelles ses objectifs convergent pourtant.

Par ailleurs, le mouvement équitable doit impérativement réfléchir sur les implications et le sens profond du développement durable avant de s'en revendiquer. Certes, il existe une convergence entre les idéaux du mouvement équitable et une conception progressiste et significative du développement durable. Toutefois, cette convergence trouve des échos limités sur le terrain, et ce, au Nord comme au Sud. Le développement durable pourrait servir d'assise au mouvement équitable pour une réflexion sur ses principes comme sur ses pratiques telles qu'elles sont vécues par les producteurs, ce qui lui permettrait de se renouveler et d'aspirer à une nouvelle légitimité à l'ère où la communauté mondiale s'est dotée d'Objectifs pour le millénaire. D'une part, cela devrait se traduire par la révision de chacun des principes équitables tant sur le plan de la formulation que sur celui de la mise en œuvre. Pour assurer leur harmonisation et éviter l'émergence de contradictions paralysantes, ces différents principes devraient par ailleurs faire l'objet d'une hiérarchisation, et ce, toujours dans la perspective du développement durable. D'autre part, compte tenu de l'orientation historique du mouvement vers un commerce d'exportation de produits issus du Sud vers le Nord, il apparaît essentiel de lancer un chantier de réflexion sur la place du commerce international, régional et local dans la perspective d'un commerce effectivement plus juste et équitable. D'un côté, la présence des exportations est susceptible d'avoir des effets indésirables, tant en termes de sécurité alimentaire que de déstructuration des communautés locales. De l'autre, le commerce équitable, comme l'ensemble des activités commerciales en cours aujourd'hui, ne peut être pensé comme totalement autarcique et refermé sur lui-même : il prend place dans le contexte général de la mondialisation économique qui est bien réelle, mais dont les modalités sont à définir et à modifier par les acteurs eux-mêmes, qu'ils soient issus du mouvement équitable ou d'ailleurs. Bref, nous y voyons les assises d'un nouveau

principe : celui de la subsidiarité dans les échanges permettant justement de baliser et de hiérarchiser les types de commerce selon leurs différents rôles et impacts économiques et sociaux.

Ensuite, les problèmes découlant de la spécialisation primaire devraient inciter les acteurs du mouvement à réfléchir sur le modèle de développement qu'ils encouragent. Comme nous l'avons montré au chapitre 1, les producteurs insérés dans la filière équitable bénéficient de meilleures conditions commerciales essentiellement en raison du « virage qualité » de leurs organisations. Mais les producteurs demeurent des fournisseurs de matière première et l'essentiel de la valeur ajoutée qu'engendrent les étapes ultérieures de transformation du produit demeure donc entre les mains des agents du Nord, comme nous le verrons plus loin. Le commerce équitable doit donc renouveler le modèle de développement qu'il promeut pour envisager le développement d'une économie à plus haute valeur ajoutée dans les pays du Sud.

Enfin, à plusieurs reprises, nous avons traité de la représentation relativement réductrice dont fait l'objet le commerce équitable, notamment auprès des producteurs du Sud, qui l'envisagent bien souvent comme un simple segment de marché un peu moins inéquitable. Il y a là un message très important pour les hautes instances du mouvement équitable qui doivent non seulement sensibiliser davantage les organisations de producteurs du Sud au projet politique du mouvement, mais les inclure comme parties prenantes dans les structures de gouvernance du mouvement, au même titre que les organisations du Nord. Il faudrait mieux concilier les activités politiques et commerciales : d'un côté, les producteurs et les organisations au Sud doivent prendre part non seulement au projet commercial du commerce équitable, mais aussi à son projet politique, adhésion qui n'est possible que si le projet politique a un certain ancrage local ; de l'autre, les hautes instances du mouvement doivent reconnaître les organisations du Sud comme des acteurs à part entière du commerce équitable en leur donnant les moyens de s'impliquer et de s'approprier le projet de développement dont il est porteur.

3.

La démocratie des instances internationales de commerce équitable

Transparence et équité des relations Nord-Sud⁸²

Oaxaca est une belle ville coloniale située dans une vallée de la sierra Madre del Sur appelée Huaxyacá par les Aztèques, ce qui signifie « près du lieu des acacias ». Elle est située dans l'État mexicain du même nom, à l'ouest de celui du Chiapas. C'est l'une des régions les plus pauvres du Mexique et pourtant l'une des plus riches en ressources naturelles. Les longues chaînes montagneuses qui bordent le paysage offrent un spectacle des plus majestueux aux producteurs de commerce équitable qui arrivent de différents pays d'Amérique latine. Les membres de la Coordination latino-américaine et caribéenne des petits producteurs du commerce équitable (CLAC) s'appêtent à tenir à Oaxaca une réunion clé pour l'avenir de leur organisation.

La journée du 11 août 2004 commence tôt pour les participants à la réunion. Une centaine de représentants des petits producteurs de seize pays sont présents. Leur agenda, réparti sur trois jours, est chargé. À leur arrivée, les participants prennent

82. Ce cas a été élaboré à partir des déclarations et comptes rendus des réunions disponibles sur le site Internet de la CLAC (<http://claccomerciojusto.org/>) et à partir de l'expérience de participants.

un petit-déjeuner local, qui inclut des *tamales* (une sorte de pâte de maïs enveloppée dans des feuilles de bananier et cuite à la vapeur) et du chocolat chaud. Après l'inscription, ils s'installent dans la salle. Chaque producteur dispose d'un carton rouge qu'il doit montrer pour faire valoir son vote. La première discussion portera sur un projet important : la constitution formelle de leur organisation.

Bien que la CLAC existe déjà en tant que plate-forme de discussion des enjeux liés au commerce équitable, ce n'est qu'à l'occasion de cette rencontre qu'elle sera créée formellement. Les règlements sont préparés par les membres de la Coordination latino-américaine des petits producteurs de café (CLA) et du Réseau latino-américain de petits producteurs de miel, deux organisations créées en 1996. Les deux coordinations ont décidé de créer un vaste réseau pour inclure d'autres producteurs (de bananes, de cacao, de fruits, de sucre, de quinoa, de thé, etc.)⁸³.

Une fois la nouvelle constitution adoptée, les participants se penchent sur plusieurs enjeux tels que l'importance de leur implication directe dans le système du commerce équitable et au sein de ses instances, tout spécialement FLO. Ils définissent une position commune afin de mieux représenter leurs intérêts. Ce processus d'articulation régionale permet d'augmenter significativement leur présence, leur influence et leur visibilité sur la scène internationale du commerce équitable. En discutant, les producteurs s'accordent sur le fait que le système du commerce équitable est devenu trop abstrait et impersonnel. Ils n'arrivent plus à se

83. Ainsi, 300 organisations d'une vingtaine de pays, impliquant plus de 200 000 familles, participent actuellement à la CLAC, qui est désormais une instance de représentation sectorielle et de participation des organisations de producteurs du commerce équitable en Amérique latine et dans les Caraïbes. Son objectif est de promouvoir le développement du commerce équitable par le biais de rencontres, d'analyses et du dialogue entre ses membres. Si cet objectif est atteint, les producteurs membres de la CLAC seront en mesure d'améliorer leurs conditions de participation aux instances de certification, de proposer des transformations de ce système en fonction de leurs intérêts, et donc d'avoir une plus grande emprise sur leur avenir au sein du mouvement du commerce équitable.

retrouver comme partenaires à part entière des acteurs du Nord et ont l'impression qu'ils n'ont aucun contrôle sur les processus de prise de décision. Car la complexification croissante et la réorganisation des institutions de certification altèrent les relations avec les producteurs. En effet, malgré la présence de quelques représentants des producteurs aux instances de FLO, les membres de la CLAC ont un sentiment d'exclusion, de manque de transparence et de déséquilibre des pouvoirs. Les discussions s'achèvent devant le plat du soir : une généreuse portion de sauterelles grillées, spécialité d'Oaxaca, pour les plus audacieux, ou du poulet au *mole* noir (une sauce épicée à base de cacao) pour les convives moins intrépides.

Le lendemain, dernier jour de la rencontre, les participants traitent de sujets épineux comme le paiement des frais d'adhésion et d'inspection de FLO et la modification du prix équitable. FLO a en effet récemment décidé d'imposer des frais d'adhésion aux producteurs, ainsi que des frais de certification. Elle a aussi développé une méthodologie pour calculer les prix équitables sans tenir compte des coûts réels de production, allant même jusqu'à proposer de diminuer le prix payé aux producteurs. Ces décisions ont été prises sans consulter les producteurs. Les membres de la CLAC souhaitent présenter un front commun pour contester de telles décisions et faire valoir l'intérêt mais aussi la légitimité des producteurs à participer au processus décisionnel. Cette fois, les discussions se terminent par un spectacle de danse traditionnelle de la région. Huit femmes vêtues de leur costume typique et coiffées de longues tresses présentent la *Danza de la flor de la piña*. Cette danse est une célébration de la récolte de l'ananas et, dans le cadre de la réunion de la CLAC, celle d'une nouvelle étape qui pourrait redéfinir la trajectoire du commerce équitable.

À la suite de cette réunion, les membres de la CLAC comptent bien investir les rangs de FLO et décident du même coup de mettre en place leur propre système régional de certification. C'est dans cet esprit qu'ils préparent leur participation au deuxième Forum international Tourisme solidaire, commerce équitable et

développement durable (FITS), où ils comptent revendiquer une place spécifique dans le système équitable. Les producteurs remettent en effet de plus en plus en cause leur assujettissement à des normes imposées par le Nord, et sur lesquelles ils n'ont pas de contrôle. La CLAC a beaucoup d'attentes concernant cet événement. Non seulement le FITS est censé faciliter l'échange, stimuler la réflexion et proposer des actions concrètes concernant le tourisme solidaire et le commerce équitable, mais il s'agit d'une occasion unique de regrouper les acteurs du Nord et du Sud dans un contexte particulier. En effet, l'ambiance plus décontractée qui prévaut dans le cadre du FITS semble offrir une meilleure occasion pour les membres de la CLAC de faire valoir leur point de vue. Ils ne sont pas contraints par des procédures de prise de décision ou de participation précises. Par ailleurs, la presse est présente, et l'opinion publique internationale très attentive à cet événement teinté d'une certaine couleur politique par la présence du gouverneur du Chiapas, du ministre français du Tourisme et des secrétaires d'État du gouvernement mexicain qui en assurent l'inauguration. Il est donc possible de profiter d'une grande diffusion médiatique.

Dans la foulée de ces échanges se tiennent finalement des rencontres à huis clos entre la CLAC et FLO, alors que sera lancée en parallèle l'Initiative latino-américaine et caribéenne des petits producteurs de commerce équitable. Cette initiative vise à renforcer une conception du commerce équitable axée sur la participation des producteurs et le rapprochement par la solidarité entre les acteurs du Nord et du Sud. En résulte un nouvel emblème des petits producteurs membres.

Participation et démocratie dans les instances internationales de commerce équitable

Pour comprendre comment un système de certification indépendant des pouvoirs publics et des entreprises qui se veut « au service des petits producteurs marginalisés » a pu faire l'objet d'autant de critiques par ces mêmes producteurs moins de dix ans après

sa création, il importe de s'intéresser au mode d'organisation des instances du commerce équitable et à leur évolution, notamment en ce qui concerne la structure de décision et de participation des producteurs. Les organisations internationales qui fédèrent les acteurs du mouvement équitable ont été créées au tournant des années 1990, avec chacune une nature assez différente. L'IFAT, qui naît en 1989 à la suite d'une série de rencontres informelles des organisations de commerce alternatif en Europe et de leurs partenaires des pays en développement, fédère des organisations de commerce équitable et n'a pas originellement comme objectif de certifier celles-ci. FLO (Fairtrade Labelling Organizations International) est née de la fédération en 1997 des initiatives nationales de labellisation du commerce équitable existant en Europe, puis en Amérique du Nord et dans le Pacifique. Elle est clairement orientée vers une certification de produits se voulant objective et rationnelle, certification pouvant permettre la reconnaissance des produits équitables sur les linéaires des supermarchés, reconnaissance qui suscite des enjeux de crédibilité comme nous le verrons plus loin.

Depuis sa création, FLO coordonne le processus de certification et harmonise les critères de commerce équitable. L'organisme assume aussi une fonction de soutien au développement commercial des organisations de petits producteurs. Mais la promotion commerciale de son système de labellisation est rapidement devenue l'une de ses priorités. Si bien que la fédération multiplie les produits certifiables en développant autant de critères, sans trop se préoccuper de la cohérence de sa gouvernance avec les principes qu'elle met en avant : équité, participation, transparence. Les initiatives européennes de FLO proposent donc, sans véritable concertation avec les producteurs, des critères pour de nouveaux produits issus non seulement de petits producteurs (cacao, jus de fruits, sucre), mais également de plantations privées (de thé et de bananes, notamment) et plus récemment des entreprises de textile, ce qui heurte les petits producteurs. Au tournant des années 1990, les organisations latino-américaines de producteurs de café se sont

d'ailleurs opposées à la certification des plantations de café alors que FLO certifiait déjà les plantations de thé ou de bananes.

Voulant asseoir la crédibilité de son système de certification selon des critères formels, FLO décide de réorganiser la certification afin de répondre aux exigences de la norme ISO 65 pour les organismes de certification. Cette norme interdit à un organisme de certification d'apporter un soutien aux organisations certifiées. Elle suppose une séparation entre l'entité à l'origine de l'élaboration des normes, l'organisation qui soutient les producteurs et l'entité en charge des inspections. Un nouvel organisme est donc créé en 2003 avec un statut de société commerciale, FLO-Cert GmbH, auquel FLO e.v. (association) transfère les fonctions d'inspection et de certification ainsi que les ressources correspondantes. FLO-Cert est officiellement indépendante juridiquement, fonctionnellement et financièrement de FLO e.v. Cette dernière en est cependant la seule actionnaire et n'est donc pas indépendante, ce qui va à l'encontre de l'esprit de la norme.

Mais la critique la plus problématique que l'on peut adresser à FLO réside dans les attentes non satisfaites des petits producteurs bénéficiaires du système équitable qui réclament depuis plusieurs années une plus grande participation au système de certification. Dans ce système, les projets et les décisions proviennent essentiellement du Nord, c'est-à-dire des « initiatives nationales » et du bureau de FLO. Originellement, les organisations de producteurs étaient seulement consultées au sein d'instances continentales n'ayant pas de pouvoir de décision au sein de FLO. C'est la préoccupation du développement commercial du commerce équitable, principalement porté par les importations du Nord, qui a justifié jusqu'à récemment un tel mode vertical de gouvernance au détriment d'une ouverture aux petits producteurs.

En 2001, sous la pression des organisations de petits producteurs, FLO accepte une représentation limitée des producteurs dans son conseil d'administration (quatre membres sur treize), qui discute et définit les politiques et les stratégies. On instaure également un meilleur équilibre dans le comité des normes où se

côtoient les fournisseurs (producteurs, liaison de FLO, syndicats de travailleurs et travailleurs) et les utilisateurs (initiatives nationales de labellisation, commerçants). Enfin, depuis le 25 mai 2007, les organisations de petits producteurs, dont la CLAC, l'AFN (African Fairtrade Network) et le NAP (Network of Asian Producers), sont membres à part entière de l'assemblée générale de FLO. Cette ouverture tend à donner à FLO l'allure d'une organisation multipartite, ce que saluent les producteurs. En réponse à leurs revendications, ils ont désormais toute leur place au sein de la « rencontre des membres », l'organe décisionnel le plus élevé de FLO, dans lequel les initiatives nationales de labellisation étaient jusque-là majoritaires.

Le mécanisme de fixation du prix du café équitable, produit vedette du commerce équitable, montre les limites qu'a entraînées une participation limitée des producteurs au système FLO quelques années plus tôt. Le chiffre d'affaires du café représente la moitié du chiffre d'affaires de toutes les filières labellisées. Ce prix a été fixé par FLO en 1988-1989, il est égal dans le monde entier et n'a été ajusté qu'en 2006 comme nous l'évoquions plus tôt. Dans le passé, la CLAC a présenté à l'occasion de la tenue du conseil d'administration de FLO une demande d'augmentation, qui a été unanimement rejetée par le comité des normes. Depuis, le comité a reconnu les défaillances de son système décisionnel et accepte l'idée d'une négociation permettant aux producteurs de faire valoir leurs véritables coûts d'opération dans le cadre de décisions collégiales. Si bien que, en attendant les réactions de toutes les parties prenantes, le comité des normes a autorisé, en février 2007, une augmentation de la prime sociale de 10 cents par livre de café et de 15 à 20 cents pour le café biologique.

Le cas de l'IFAT (fédération d'organisations de commerce équitable fondée en 1989) illustre bien comment peut fonctionner un système de garantie participatif avec une organisation internationale plus horizontale. Au tournant de l'année 2003, la fédération décide de mettre au point son propre système de garantie applicable aux organisations. Les normes pour les organisations de

commerce équitable (FTO) sont présentées et approuvées lors de la 6^e conférence biennale à Arusha en Tanzanie en 2001. Elles s'appliquent à toutes les organisations : importateurs, vendeurs, producteurs, sociétés ou organisations de soutien. Par ailleurs, les relations entre organisations membres sont beaucoup plus horizontales que celles qui prévalent entre organisations du Nord et du Sud dans les autres instances internationales de commerce équitable. Deux ans seulement après sa constitution, l'IFAT intègre déjà en son sein des organisations de producteurs, au même titre que les organisations du Nord. Réunis en association internationale sans but lucratif, ses membres représentent près de trois cents organisations du Nord et du Sud, ayant une voix égale dans l'assemblée générale, organe suprême de l'IFAT. Réunie tous les deux ans, l'assemblée générale décide des projets sous la forme d'un plan biennal et élit le comité exécutif chargé de les mettre en œuvre. Chaque continent est représenté au sein du comité exécutif par deux membres élus par le biais du COFTA (Cooperation for Fair Trade in Africa), de l'AFTF (Asia Fair Trade Forum), de l'IFAT Amérique latine et de l'IFAT Europe.

L'acception plus large qu'a l'IFAT du commerce équitable est à l'image de cette organisation décentralisée. Pour l'IFAT, le commerce équitable se décline également au niveau local ou régional, notamment au Sud, pourvu que les pratiques obéissent aux valeurs et aux dix critères du commerce équitable définis par la fédération. Ces critères concernent la création d'opportunités pour les personnes économiquement désavantagées, la transparence et la responsabilité dans la gestion, le renforcement des capacités, la promotion du commerce équitable, le paiement d'un prix juste, l'égalité hommes-femmes, le travail des enfants, les conditions de travail, l'environnement et l'établissement de relations commerciales équitables. Les délégués approuvent également le système de garantie, fondé sur l'autoévaluation et le contrôle par les pairs.

Tandis que les cinq premiers critères impératifs reposent sur des indicateurs communs, les cinq suivants renvoient à des indicateurs continentaux. Depuis sa création, l'IFAT s'est en effet

progressivement dotée de fédérations décentralisées sur les principaux continents. Dans chaque région, les membres de l'IFAT ont développé des indicateurs de conformité aux normes adaptés à leur contexte particulier. L'IFAT tend ainsi au développement d'un système clair et accessible, reposant sur un niveau de subsidiarité continental.

Le principe de subsidiarité active permet de dépasser l'opposition classique entre l'approche centralisatrice, selon laquelle, au nom de l'unité, toute légitimité du pouvoir politique procède d'*en haut*, et l'approche fédéraliste, selon laquelle, au nom de l'autonomie, toute légitimité du pouvoir politique procède d'*en bas*⁸⁴. La participation des producteurs aux instances de l'IFAT est ainsi plus directe, plus simple et plus transparente.

Mais comme nous l'évoquions ci-dessus, on peut constater également à quel point FLO se transforme sous la pression des producteurs du Sud, ce qui lui permet d'atteindre une certaine cohérence en leur offrant un véritable rôle de partenaires dans le système de certification, comme le suggère la définition officielle du commerce équitable présenté comme un « partenariat commercial ».

L'accès des producteurs au système de commerce équitable

La participation des producteurs aux instances internationales du commerce équitable demeure un aspect à améliorer dans la gouvernance du mouvement international de commerce équitable. Toutefois, d'autres enjeux s'avèrent importants dans la relation entre les producteurs et ces instances, notamment le simple accès au circuit commercial du commerce équitable labellisé, dont le premier obstacle à surmonter est l'insuffisance de la demande

84. P. Calame, *Repenser la gestion de nos sociétés : 10 principes pour la gouvernance du local au global*, Paris, Éd. Charles Léopold Mayer, 2003.

par rapport à l'offre. Si ceux qui participent déjà au système éprouvent de la difficulté à y assurer leur place en raison de la complexité des critères et du coût du processus de certification, ceux qui demeurent à l'extérieur ont du mal à y accéder, freinés par des barrières à l'entrée de plus en plus importantes.

Le commerce équitable souhaite faciliter aux producteurs l'accès aux marchés du Nord dans des conditions plus justes, c'est-à-dire à un meilleur prix. Or, si les volumes de vente n'ont cessé d'augmenter depuis les années 1990, du point de vue des producteurs, les conditions d'entrée dans le circuit équitable restent souvent inaccessibles. Tout d'abord, le système de labellisation comporte un registre des producteurs certifiés qui n'augmente que lentement, en fonction de la croissance des marchés dans les différentes filières équitables. L'offre des petits producteurs et les demandes d'entrée dans les registres dépassent de beaucoup la demande même croissante de produits équitables. Si bien que FLO impose aux producteurs candidats à la certification d'avoir des clients internationaux potentiels avant d'envisager leur certification. Ce mécanisme de contrôle de l'offre protège les producteurs qui vendent déjà sur le marché équitable et sur le marché mondial, mais marginalise du même coup les producteurs qui n'ont encore accès ni à l'un ni à l'autre.

Par ailleurs, les producteurs vivent souvent dans des zones reculées où les infrastructures de communication sont insuffisantes, voire inexistantes, et où le niveau de scolarité est très faible. Il ne leur est pas toujours possible de s'informer ou de bien comprendre le système équitable. Si bien que les producteurs dépendent le plus souvent d'organisations externes qui, à l'instar d'un organisme d'aide, les soutiennent dans leur démarche vis-à-vis des instances du commerce équitable en les aidant, par exemple, à compléter les formulaires, à comprendre les procédures, etc. À titre d'exemple, Cooperative Coffees accompagne les producteurs de café tout au long de la démarche de certification. D'autres coopératives recourent aux services d'un conseiller ou créent leur propre entreprise de commercialisation. L'expertise de ces

acteurs, si elle ne facilite que partiellement la compréhension du système à l'ensemble des producteurs, le rend au moins plus accessible. Mais dans les plus petites organisations moins bien structurées, les producteurs ne sont souvent pas en mesure de comprendre les critères, et par conséquent de les adopter. Sans compter que, comme nous l'avons vu au chapitre 1, les critères de qualité exigés par les importateurs rendent l'insertion dans les circuits du commerce équitable plus difficile pour les producteurs.

Non seulement le respect des critères et des normes de qualité représente en soi une barrière à l'entrée pour de nombreux producteurs, mais le système de participation aux frais de certification mis en place par FLO en 2003-2004 constitue un nouvel obstacle pour les plus petits. Au moment de la création de FLO, les organisations de producteurs ne payaient aucun frais d'inspection et de certification. Mais la professionnalisation du système et la création d'une instance spécialisée dans la certification exigent plus de ressources. Depuis janvier 2004, les producteurs doivent donc payer des frais d'adhésion et des frais d'inspection. En cas de non-respect de certains critères, ils doivent également assumer des frais de suivi. Malgré les possibilités de réduction des coûts d'adhésion et de certification appliquées par FLO-Cert dès 2007 (diminution des frais de certification pour les très petits producteurs, révision des frais de voyage des inspecteurs, déduction des frais de 10 % pour les organisations 100 % biologiques, entre autres), ces frais créent malgré tout d'importantes barrières à l'entrée pour certains groupes de producteurs.

Sans s'opposer systématiquement au principe du paiement des frais, les producteurs demandent des clarifications concernant la formule utilisée pour le calcul du coût de la certification ainsi que des factures plus détaillées. Comme le fait valoir Enda-Sénégal, ONG sénégalaise qui tire ses origines d'Enda-Europe, le système de certification FLO présente plusieurs limites, qui vont du caractère élevé des coûts de certification pour les petites organisations à l'absence de préfinancement et à la longueur du circuit qui engendre de longs délais de paiement, sans parler de l'absence

d'information aux producteurs sur le circuit commercial du produit. L'ONG africaine estime que FLO-Cert a une approche par produit, et non par organisation ou par filière, ce qui privilégie l'exportation de matière première au détriment de la transformation locale. Enfin, les exigences de la certification édictées par le Nord ne sont pas toujours adaptées au contexte socio-économique africain. Par exemple, FLO-Cert considère plusieurs associations comme des organisations de troisième degré (dans le sens où ce sont des « organisations d'organisations »), tandis que plusieurs regroupements de producteurs et des unions villageoises qui permettent de faciliter la communication au sein de la fédération n'ont pas nécessairement de reconnaissance juridique et sont en fait des structures informelles. Les inspecteurs exigent pourtant que chaque type d'organisation fournisse la documentation prouvant son fonctionnement démocratique et équitable alors que ces organisations sont, pour l'essentiel, constituées à 95 % d'analphabètes.

Heureusement, des organisations continentales facilitent l'accès de leurs membres au système de labellisation du commerce équitable. Comme nous l'avons déjà évoqué, la CLAC participe au système FLO, à son conseil d'administration et à d'autres instances, et informe ses membres des mises à jour du commerce équitable. Les procès-verbaux des rencontres sont disponibles sur le site Internet de la CLAC. Certains enjeux font même l'objet de débats qui peuvent inciter FLO à réviser sa démarche et ses façons de faire. Toutefois, l'adhésion à un réseau comme la CLAC implique des frais additionnels pour les organisations de producteurs (un dollar américain par producteur affilié, plus des frais annuels de participation), et les coûts associés aux déplacements pour participer aux assemblées générales dépassent les capacités financières de nombreuses organisations. Ce faisant, c'est encore une fois l'élite des organisations de producteurs qui a accès à l'information.

Les dynamiques nationales dans certains pays pourraient faire évoluer les relations dans le système de labellisation du commerce équitable vers un meilleur accès pour les producteurs. Tel est le cas

de l'Espagne, où un long débat sur l'opportunité d'un label national de commerce équitable a abouti à la création de l'Association espagnole pour le label de commerce équitable. Les discussions ont eu lieu au sein de la Coordination étatique de commerce équitable, qui regroupe non seulement des organisations de commerce équitable, mais aussi des ONG de coopération internationale et des organismes comme l'Unicef. Un label FLO spécifique à l'Espagne entre finalement en vigueur en octobre 2005, encadré par la nouvelle organisation composée de dix membres, dont quatre organisations de commerce équitable, trois organisations de coopération internationale et environnementale, une association de consommateurs, la Coordination étatique de commerce équitable et la CLAC. Comme on peut le constater, la structure de l'Association espagnole pour le label de commerce équitable est donc ouverte à la participation des producteurs et favorise même leur participation.

Dans des structures internationales qui sont d'emblée plus décentralisées, comme l'IFAT, les différentes représentations continentales peuvent guider les producteurs qui veulent accéder au commerce équitable. Par exemple, le COFTA organise des activités dans plusieurs pays africains et essaie d'attirer un plus grand nombre de groupes de producteurs. Grâce à ses ateliers d'information, les producteurs intéressés sont en mesure de mieux comprendre les principes du commerce équitable. Les critères de l'IFAT sont moins rigides que ceux de FLO, et la participation des acteurs du Sud à leur rédaction et à leur déclinaison continentale a contribué à les rendre plus pertinents sur le terrain. Les frais d'adhésion et de vérification sont aussi plus modestes et varient en fonction du chiffre d'affaires des organisations.

Compte tenu de toutes ces remarques, on peut souhaiter que le mouvement du commerce équitable, tout spécialement celui de la filière labellisée, considère comme un véritable enjeu l'accès des producteurs marginalisés au circuit équitable et ne se préoccupe plus exclusivement de la croissance de la demande. Il s'agit en effet de ses bénéficiaires désignés, et la qualité du lien que les

instances du commerce équitable établissent avec eux est au cœur non seulement de leur mission, mais aussi de la crédibilité de leur message. À cet égard et au-delà de leur valeur symbolique, des formules de gouvernance participative peuvent être garantes d'une meilleure prise en compte des besoins locaux et d'un ancrage plus solide dans les communautés visées par le projet équitable.

Les initiatives nationales de labellisation : une véritable prise de pouvoir des producteurs ?

Depuis la fin des années 1990, des organisations de petits producteurs de café en Amérique latine s'interrogent sur la pertinence des stratégies de commerce équitable uniquement tournées vers l'exportation. En effet, si la labellisation internationale du commerce équitable a indéniablement contribué au développement des exportations de petits producteurs à des conditions plus favorables que celles du marché conventionnel, les organisations restent à la merci d'un marché international largement spéculatif pour une grande partie de leur production. Le commerce équitable est souvent pour elles un moyen de différencier leur production, au même titre que les cafés biologiques ou de spécialité. Mais les différentiels ainsi obtenus ne suffisent pas à garantir un revenu minimal à tous les producteurs. La réflexion de ces organisations porte donc sur le potentiel de leurs marchés nationaux et la complémentarité entre les différentes échelles de commercialisation.

L'existence d'une classe moyenne urbaine significative dans les principaux pays du continent, qui est de plus en plus intéressée par des produits de qualité biologique, est perçue comme une opportunité d'assurer de nouveaux débouchés aux producteurs. Cette réflexion, menée par des organisations ayant bénéficié du commerce équitable international, ne fait d'ailleurs que suivre d'autres initiatives, souvent plus modestes, visant les marchés locaux, telles celles qui se sont fédérées dans le Réseau latino-américain de commercialisation communautaire (RELACC).

Au Mexique, par exemple, ce réseau regroupe au début des années 2000 une quinzaine d'organisations et organise régulièrement des marchés proposant des produits locaux, souvent biologiques. Des organisations de producteurs, comme La Selva depuis 1994, ouvrent également avec beaucoup de succès des points de vente sous la forme de cafés urbains, jusqu'à l'étranger, en l'occurrence en Espagne. Ces cafés urbains permettent d'offrir aux producteurs des prix nettement plus élevés que sur le marché conventionnel et une publicité locale pour leurs produits.

C'est encore au Mexique que naît en 1997 une initiative pour la labellisation et la certification locales de la production biologique des petits producteurs. Visant à proposer aux producteurs une échelle plus pertinente pour l'inspection et la certification rendues de surcroît moins coûteuses, la nouvelle agence de certification biologique Certimex obtient peu à peu la reconnaissance des agences de certification des pays du Nord. La mobilisation des producteurs réunis dans la CLAC au Forum international du tourisme solidaire et de commerce équitable traduit bien les insuffisances du système de certification FLO telles qu'elles sont souvent ressenties par les organisations de producteurs. Or, une enquête effectuée en 2003 révéla que celles-ci perçoivent l'inspection par une organisation nationale comme une solution aux problèmes rencontrés avec un système piloté depuis le Nord. Les inspecteurs de Certimex sont considérés comme ayant beaucoup plus d'expérience avec les organisations de petits producteurs, dont ils sont souvent directement issus. De plus, Certimex est déjà certifiée suivant la norme ISO 65. Un autre avantage est la possibilité qu'a Certimex de réaliser conjointement l'inspection biologique et sociale d'une organisation de producteurs, permettant un gain de temps et de moyens considérables, et une inspection sociale plus poussée. Le système de certification et de labellisation est moins coûteux, plus transparent et peut mieux se coordonner que les autres systèmes de certification biologique, de biodiversité, de qualité ou forestière.

Par ailleurs, prenant acte de leur fort niveau de structuration et des limites de certains marchés, les organisations de producteurs du pays ne se contentent pas d'un système local d'inspection et de certification : ils initient le projet de création d'un label national de commerce équitable, le premier dans un pays producteur. Les avantages d'un label national de commerce équitable paraissent multiples : le rapprochement entre les producteurs et les consommateurs locaux pour favoriser une culture de la « consommation responsable » dans le pays producteur ; le développement de nouveaux marchés pour la production locale ; la valorisation de produits locaux pour lesquels le marché international n'existe pas, ou est trop étroit ou spécifique (c'est le cas, par exemple, des produits du maïs au Mexique, du karité ou de céréales comme le fonio en Afrique de l'Ouest). Il permet aussi l'élaboration de normes et de critères locaux ainsi qu'une meilleure adaptation des normes internationales aux réalités locales et l'encouragement à l'intégration de filières de commerce équitable de sorte que les producteurs ne se contentent plus de commercialiser la matière brute.

Le Mexique est le premier pays du Sud à avoir mis en place un système de labellisation et un ensemble de normes de commerce équitable spécifiques, reposant sur une réorganisation des modèles de certification existants en fonction des réalités locales. Le « système mexicain de commerce équitable » comprend trois instances. L'association Comercio Justo México (CJM) promeut le commerce équitable au Mexique et encadre le travail de définition des normes de commerce équitable. L'agence de certification Certimex, après son lancement comme agence de certification biologique, a été choisie et accréditée par Comercio Justo México pour vérifier, par des inspections dans les organisations des producteurs, l'application des normes mexicaines de commerce équitable. Enfin, l'entreprise Agromercados, propriété d'un collectif d'organisations de producteurs, permet la transformation et la distribution locales des produits du commerce équitable.

Cette architecture repose sur le système de normes élaboré entre octobre 1999 et mai 2001, qui conjugue une norme générale définissant le commerce équitable et les relations qu'il introduit, une norme pour les points de vente, une norme pour les entreprises de commerce équitable et des règlements par produit (café, miel, etc.). La définition des bénéficiaires du commerce équitable établie par Comercio Justo México est différente de celle de FLO et d'autres instances de commerce équitable. En effet, pour Comercio Justo México, le commerce équitable se définit par « des relations commerciales entre organisations de petits producteurs et organisations ou entreprises de commercialisation et/ou de transformation qui permettent aux petits producteurs, aidés par la reconnaissance de la qualité intégrale de leurs produits par les consommateurs, d'obtenir un revenu digne et stable et d'impulser leurs processus autonomes de développement économiquement, socialement, culturellement et écologiquement durable » (norme générale de commerce équitable, § 1.6. : « Le concept de commerce équitable »). À la différence de FLO, les organisations mexicaines regroupées autour de Comercio Justo México ont pris l'option de faire des organisations indépendantes de petits producteurs le seul type de producteur légitime pour le commerce équitable, à l'exclusion des plantations ou des unités de fabrication individuelles. Comercio Justo México ancre donc clairement le commerce équitable dans une économie sociale et solidaire.

L'émergence d'un système de labellisation au Mexique pose donc pour la première fois dans le mouvement du commerce équitable la question de l'articulation entre la labellisation locale et la labellisation internationale. La demande d'intégration de Comercio Justo México à FLO est acceptée fin 2003, mais au seul titre de membre associé. Il semble que les différences dans les normes du commerce équitable et les règlements de produits entre les deux instances soient difficiles à surmonter, car l'idée de subsidiarité entre les deux systèmes n'est pas officiellement admise, et FLO voudrait que les mêmes normes s'appliquent dans le monde entier.

Pourtant, l'idée d'échelles de gouvernance existe depuis de nombreuses années dans les mouvements de l'agriculture biologique regroupés au niveau international dans l'IFOAM⁸⁵, et les reconnaissances mutuelles de systèmes de certification nationaux légèrement différents y sont des pratiques courantes. Le système de certification forestière du Forest Stewardship Council fonctionne depuis douze ans en articulant des principes globaux avec des initiatives nationales qui développent des critères locaux. Le système comporte de multiples parties prenantes et représente à la fois des intérêts sociaux, économiques et environnementaux.

L'émergence de systèmes nationaux de labellisation du commerce équitable s'effectue largement en dehors de l'initiative des réseaux internationaux du commerce équitable et annonce une remise en cause ou un réaménagement profond des relations entre instances nationales et internationales du commerce équitable. Ces initiatives nationales d'un nouveau type sont tissées en amont par des organisations comme Comercio Justo México, à travers la mise en place de groupes de travail auxquels participent des organisations de producteurs et de la société civile. Bénéficiant de l'expérience mexicaine, le Brésil et le Sénégal pratiquent une concertation plus large, avec d'autres composantes de la société civile et avec l'État, avant de lancer eux aussi des labels nationaux.

Au Brésil, le Forum d'articulation du commerce éthique et solidaire (FACES do Brasil) est né en 2002 à l'initiative d'organisations non gouvernementales, porteuses de programmes de soutien aux producteurs ou à l'économie solidaire, et de la Fondation Friedrich Ebert⁸⁶. Il se propose de « créer un environnement favorable à la construction et à la mise en œuvre d'un commerce éthique et solidaire ». Cet objectif s'est traduit concrètement par un processus consultatif national qui a abouti à la rédaction d'une

85. International Federation of Organic Agricultural Movement (Fédération internationale des mouvements pour l'agriculture biologique).

86. Voir le chapitre 5 pour plus de détails sur le FACES do Brasil.

Charte des principes et critères du commerce éthique et solidaire du Brésil.

Le choix de l'intitulé « commerce éthique et solidaire » illustre la distance prise volontairement avec le commerce équitable Sud-Nord. La nature de la consultation traduit un processus plus large et ouvert, mais aussi plus progressif et donc plus lent que celui ayant abouti à l'élaboration du label mexicain de commerce équitable, puisque le FACES do Brasil regroupe non seulement des organisations non gouvernementales et des organisations de producteurs, mais aussi des entreprises, des syndicats et des représentants du gouvernement. Le Sénégal avance dans une voie similaire, dans le cadre du projet « Développer des pratiques de commerce équitable au Sénégal » initié en 2005 par l'ONG Enda tiers-monde basée à Dakar et la coopérative de conseil Tukki. Outre ces deux organisations, l'initiative sénégalaise réunit parmi ses parties prenantes des producteurs et des transformateurs, des associations de consommateurs et des organismes étatiques.

Après pas moins de quatre ans d'échanges et de consultation, l'initiative brésilienne est aujourd'hui sur le point d'aboutir au lancement d'un label fondé sur un processus de certification dont les caractéristiques sont encore en cours de discussion. Pour sa part, après avoir élaboré une charte qui décline au niveau national les valeurs et principes du commerce équitable, l'initiative sénégalaise doit développer des critères sur la base de projets pilotes locaux par filière ou transversaux. Un groupe de travail a été constitué au niveau sous-régional (Afrique de l'Ouest) avec des initiatives par pays. Des contacts ont également été pris avec les organisations africaines membres du COFTA, la plate-forme continentale de l'IFAT, en vue de développer des échanges d'expériences et de méthodes.

Conclusion : la subsidiarité, un nouveau principe pour le commerce équitable

Depuis la création de la filière labellisée, le commerce équitable s'est structuré autour d'objectifs économiques et d'un axe exclusivement Nord-Sud. S'il a pu rassurer les consommateurs du Nord et demeure à ce jour le plus lisible et le plus simple, le système de garantie mis au point par FLO n'est pas sans défi pour les producteurs pourtant bénéficiaires désignés du commerce équitable. À des conditions d'accès difficiles s'ajoute l'irritation envers un système de gouvernance peu participatif où les pays du Nord continuent de dicter l'essentiel des exigences et des modalités du circuit équitable. En fait, pour beaucoup de producteurs, le système s'avère abstrait et impersonnel, et il est semblable à n'importe quel système de normes et de critères imposé par le Nord.

Or, depuis quelques années, les acteurs du Sud ont commencé à se structurer au niveau continental, notamment en Amérique latine. Les producteurs fédérés en de nouvelles organisations revendiquent le droit de participer aux instances internationales du commerce équitable, ce qui a donné lieu à quelques tensions. Celles-ci ont abouti à des compromis, comme l'entente intervenue entre FLO et la Coordination latino-américaine et caribéenne des petits producteurs du commerce équitable (CLAC) sur la nouvelle définition du prix équitable du café. La modification de la constitution de FLO pour y inclure les producteurs est jusqu'à maintenant la meilleure preuve d'une évolution permettant une véritable participation des producteurs dans le processus de prise de décision. De son côté, l'Association internationale de commerce équitable, l'IFAT, encourage déjà depuis plusieurs années ses organisations membres à se regrouper au niveau continental en coordinations, en vue de participer officiellement à la gouvernance de la fédération, et notamment du système de garantie qu'elle a mis en place depuis 2004.

Par ailleurs, les organisations du Sud, qu'elles soient issues du Mexique, du Brésil, de l'Afrique du Sud, du Sénégal ou de l'Inde,

explorent actuellement le potentiel d'un commerce équitable national que certains qualifient de commerce équitable Sud-Sud. Des initiatives se construisent dans ces pays, qui partent des besoins des producteurs vers les marchés, et non à rebours. L'émergence de labels et de plates-formes nationales de commerce équitable au Sud est un élément fondamental qui annonce un rééquilibrage du mouvement international du commerce équitable et une évolution des systèmes de labellisation. En outre, la mise en place de réseaux nationaux de commerce équitable permet de mieux articuler production et consommation et donc d'encourager la souveraineté alimentaire.

Les tensions et les initiatives qui naissent dans le contexte du mouvement international du commerce équitable nous incitent à mettre en avant la notion de *subsidiarité* comme un des principes essentiels pour un rééquilibrage du mouvement et une actualisation des modes de gouvernance de ses instances internationales. En s'inspirant des principes de gouvernance définis par l'Alliance pour un monde responsable, pluriel et solidaire⁸⁷, on peut résumer cette notion en trois idées fondamentales pour le mouvement du commerce équitable : les différents niveaux partagent une responsabilité commune, et l'essentiel est de savoir comment ils coopèrent entre eux pour assumer cette responsabilité ; chaque niveau doit trouver les réponses spécifiques les plus pertinentes à des principes directeurs communs ; aucun niveau ne dispose d'une souveraineté absolue sur un territoire, il s'agit plutôt de trouver pour chaque question l'échelle la plus pertinente de décision et d'action. Ce principe de subsidiarité va de pair avec le dialogue et illustre une coordination bien orchestrée des différentes échelles de gouvernance, ce que traduit bien le système de certification forestière FSC qui a su combiner l'universalisme d'une certification internationale avec la flexibilité, la pertinence et l'ancrage d'un système géré localement. Mais la subsidiarité se pense aussi au niveau de la production proprement dite, et pas seulement à

87. Réseau constitué de personnes, d'institutions et de mouvements qui réfléchissent sur un monde plus responsable et solidaire. Voir www.alliance21.org

celui de la prise de décision : consommer la production locale et réserver les échanges aux denrées qui ne peuvent être produites sur le territoire, dans une perspective de souveraineté et d'autonomie alimentaires tant au Nord qu'au Sud.

L'exemple de l'IFAT tout comme celui du FSC témoignent qu'il est possible, pour les organisations de commerce équitable, de s'organiser au niveau international, tout en laissant un espace d'autonomie aux initiatives continentales et nationales. Une architecture internationale de commerce équitable respectant le principe de subsidiarité active encourage la participation et la démocratie en permettant aux initiatives locales, nationales ou régionales de trouver leur place dans le mouvement du commerce équitable. Un tel rééquilibrage en faveur du niveau national et local diminuerait notamment la charge de travail des instances internationales de certification, rendrait celles-ci plus accessibles aux producteurs et leur offrirait également de nouvelles perspectives de débouchés sur les marchés nationaux et régionaux. Une nouvelle définition du commerce équitable incluant la reconnaissance de ce principe de subsidiarité active contribuerait au développement d'initiatives partant de la culture et des contextes locaux, et non des seules exigences des consommateurs du Nord. Il permettrait ainsi une ouverture du mouvement aux initiatives qui viennent vivifier et rééquilibrer le système, au Sud comme au Nord.

4.

Cohérence et incohérence du commerce équitable : le commerce équitable au Nord

Le cas de Cooperative Coffees : rencontre entre producteurs du Sud et torréfacteurs du Nord⁸⁸

En cette rentrée 2005, dans le bureau de Cooperative Coffees à Montréal, Ariane, représentante des producteurs chez Cooperative Coffees et responsable de la gestion des réceptions de café vert, se prépare pour l'arrivée des commandes de café en provenance du Sud. Dehors il fait très froid et le givre colle aux fenêtres. Ariane est en train de vérifier que les commandes ont bien quitté les pays de l'Amérique du Sud pour se diriger vers les entrepôts de Cooperative Coffees situés en Nouvelle Orléans et à Toronto. Elle prépare aussi la réunion annuelle qui doit avoir lieu en septembre et contacte les torréfacteurs membres de Cooperative Coffees afin de confirmer leur participation à cette rencontre. C'est donc assise à son bureau, munie de son ordinateur et de son téléphone, qu'Ariane passe la plus grande partie de son temps. Aujourd'hui elle est un peu inquiète : la situation n'est pas normale

88. Ce cas a fait l'objet d'un mémoire de maîtrise : C. Hervieux, *Les Enjeux de l'entrepreneuriat social : le cas de Cooperative Coffees une entreprise de commerce équitable au Nord*, Montréal, université du Québec, 2007.

car les commandes de café en provenance du Sud tardent à arriver, certaines n'ont d'ailleurs toujours pas quitté les pays producteurs.

Ariane redouble donc d'efforts pour prendre contact avec les coopératives de café. Lorsqu'elle parvient finalement à joindre les organisations partenaires, les nouvelles sont pour le moins surprenantes et inquiétantes : n'ayant pas reçu suffisamment de café de leurs producteurs membres, certaines d'entre elles ne seront pas en mesure d'honorer leurs contrats. Cette situation est problématique pour Cooperative Coffees qui a elle aussi des engagements à respecter vis-à-vis de ses membres au Nord. Ariane contacte les torréfacteurs membres de Cooperative Coffees et les informe de la situation. Ceux-ci décident de tenir la réunion annuelle au Guatemala et d'y ajouter une rencontre préalable avec les producteurs afin qu'ils puissent échanger ensemble sur les problèmes rencontrés au cours de l'année. Les torréfacteurs décident d'y inviter aussi des représentants des coopératives de producteurs de la grande majorité des pays d'Amérique latine d'où provient leur café.

Cette décision de rencontrer les producteurs s'inscrit dans la mission de Cooperative Coffees. En mettant sur pied la coopérative d'importation de café équitable en 1999, ses fondateurs visaient à constituer une entreprise démocratique, comme cela est exigé des producteurs du Sud par les critères du commerce équitable. Cooperative Coffees poursuit une mission sociale et cherche à établir des relations durables et justes avec les producteurs, que les membres considèrent comme de véritables partenaires. Cela explique aussi leur choix de se diriger vers le commerce équitable, un choix cohérent avec les objectifs sociaux de l'organisation. C'est donc dans cet esprit de partenariat que les membres de Cooperative Coffees ont pris la décision d'aller au Guatemala afin de mieux comprendre les difficultés rencontrées par leurs partenaires producteurs du Sud. Ces rapprochements entre les acteurs du Nord et du Sud sont encouragés par le commerce équitable sans pourtant être obligatoires. Or, selon Cooperative Coffees,

il n'est possible de bâtir réellement une relation durable avec les partenaires producteurs du commerce équitable que si cette relation est soudée par des rencontres où les acteurs du Nord et du Sud peuvent discuter et se comprendre.

En septembre 2005, Ariane arrive à l'aéroport de Guatemala City. Un soleil torride, une cacophonie de klaxons, les vapeurs de diesel et des gardes armés l'accueillent. Sur le trottoir devant l'aéroport, des producteurs de café et des torréfacteurs se retrouvent avant de prendre la route pour la ville de Quetzaltenango, connue localement sous le nom de Xela. Avec l'arrivée d'Ariane, le groupe est maintenant au complet ; les gens embarquent dans de petites camionnettes et quittent la ville pour les montagnes. Le paysage est superbe, les montagnes sont si hautes qu'on peine à en voir le sommet de la fenêtre de la camionnette lorsqu'elles pointent hors des nuages. À perte de vue, sur le flanc des montagnes, s'accrochent des plants de maïs qui dessinent des mosaïques semblant peintes à la verticale tellement les pentes sont abruptes.

Le lendemain, à Xela, une charmante petite ville de style colonial, se tient la première journée des rencontres entre les producteurs et les torréfacteurs. Un à un, les producteurs de chaque pays se lèvent et discutent des problèmes. Comme l'explique José, représentant d'une coopérative, le fait que plusieurs producteurs n'aient tout simplement pas livré le café qu'ils leur avaient pourtant promis pose problème. Les torréfacteurs écoutent attentivement et cherchent à comprendre pourquoi on en est arrivé là ; ils supposent qu'il s'agit d'une simple question de prix. José, un producteur, se lève et explique que plusieurs d'entre eux ont décidé de vendre la totalité de leur production aux coyotes, car ces derniers, en plus de leur offrir un excellent prix, leur assurent aussi le paiement de la livraison en totalité et immédiatement, ce que la coopérative équitable n'est pas en mesure de faire par manque de liquidités. Selon lui, le prix équitable et ses modalités de versement ne sont tout simplement pas intéressants pour les producteurs.

À la fin de cette journée de discussions intenses, les membres de Cooperative Coffees invitent les producteurs à venir visiter la coopérative Santa Anita le lendemain. Il s'agit d'une petite coopérative équitable mise sur pied par un regroupement d'ex-mercenaires qui, rapatriés et pardonnés après leur exil, ont décidé de s'installer sur le site d'une ancienne plantation de café. Drôle d'image que de voir vingt producteurs et vingt torréfacteurs débarquer dans cette toute petite coopérative. Pour Cooperative Coffees, la visite à Santa Anita offre l'occasion de tester l'idée d'un réseau créé pour les producteurs et auprès duquel les torréfacteurs pourraient s'approvisionner en café. En permettant aux producteurs de plusieurs pays d'Amérique latine de se rencontrer, les membres de Cooperative Coffees souhaitent les encourager à créer des liens d'entraide. Cooperative Coffees prévoit d'apporter son soutien à la mise en œuvre de ce réseau alors que, comme l'explique Ariane aux producteurs, il est prévu de créer sur le site web de Cooperative Coffees un lieu où les producteurs pourront discuter entre eux et aussi avec les membres de Cooperative Coffees. Accueillant favorablement cette proposition, José suggère d'associer chaque coopérative au Sud à un torréfacteur au Nord de manière à assurer un contact plus direct et plus rapide en cas de besoin. Ariane et les torréfacteurs ne sont pas contre cette idée et vont la prendre en considération lors de la conception de leur nouveau site web.

Le surlendemain, c'est au tour des torréfacteurs de discuter des problèmes rencontrés au Nord. Tom se lève et mentionne que les torréfacteurs sont prêts à augmenter le prix payé, et qu'ils vont le faire, mais demande que les producteurs considèrent également leur réalité du Nord. Les torréfacteurs expliquent aux producteurs que la nécessité de rester concurrentiels sur le marché limite le prix qu'ils peuvent payer aux producteurs ; ils ne sont que de très petits acteurs ayant peu de pouvoir sur le marché. Cet enjeu est important pour les petits torréfacteurs qui sont seuls à absorber les hausses du prix équitable. Ariane et Tom ajoutent qu'il y a aussi le défi de la concurrence entre les grandes entreprises et les petits

torréfacteurs : ces derniers sont souvent « 100 % équitables » alors que les produits équitables représentent rarement plus de 2 % des ventes des grandes entreprises. Comme l'achat d'une licence du commerce équitable ne nécessite qu'un faible engagement de la part des acteurs du Nord et que les principes équitables sont majoritairement applicables aux organisations du Sud, plusieurs entreprises du Nord obtiennent une licence pour vendre un infime pourcentage de produits équitables, ce qui leur permet néanmoins de s'afficher comme faisant du commerce équitable. De plus, contrairement à Cooperative Coffees et d'autres petits acteurs qui cherchent à être 100 % équitables, la majorité des détenteurs de licences équitables ne sont pas des entreprises démocratiques. L'achat d'une licence équitable au Nord n'exige en rien un changement dans la structure et la gouvernance de l'organisation, alors que, pour le Sud, adopter une forme de gouvernance démocratique est un critère incontournable de la certification équitable.

Ainsi, la licence équitable amalgame au Nord les acteurs 100 % équitables et ceux qui n'offrent que 2 % de produits équitables. Pour les torréfacteurs qui misent sur cette qualité sociale pour se différencier, les conditions d'octroi de la licence équitable posent un véritable problème. Ils estiment injuste que la licence qu'ils achètent soit la même que celle à laquelle peuvent prétendre les grandes entreprises traditionnelles et qu'elle ne permet pas de différencier les acteurs véritablement impliqués dans le mouvement équitable de ceux qui n'y adhèrent que de façon superficielle.

Le problème pour les torréfacteurs au Nord et aussi pour Cooperative Coffees ne se résume pas à une simple question de concurrence et de coûts. Comme l'explique Ariane, le manque de communication avec certaines coopératives s'avère aussi très problématique. Elle ajoute que, lorsque les représentants de ces coopératives ne communiquent pas avec elle, il est impossible de réagir rapidement aux problèmes liés aux récoltes. De leur côté, les producteurs expliquent qu'ils sont parfois inquiets lorsqu'ils croient ne pas être en mesure de respecter leurs contrats avec les acheteurs du commerce équitable, car ils ne veulent pas risquer de

perdre la certification. Mais les membres de Cooperative Coffees assurent qu'ils vont continuer à travailler avec les coopératives, même celles qui n'ont pas été en mesure de remplir la totalité de leurs obligations. Ils expliquent qu'ils sont prêts à attendre et sont disposés à accompagner les coopératives de façon à ce qu'elles puissent répondre à leurs exigences. Car pour eux, les relations avec les producteurs vont au-delà d'une relation commerciale : il s'agit d'un véritable partenariat.

Les réunions entre les producteurs et les torréfacteurs se terminent par une séance d'enseignement sur la torréfaction du café. Pour les torréfacteurs membres de Cooperative Coffees, il est important de partager leurs connaissances avec les producteurs afin que ceux-ci puissent être plus autonomes. Ils enseignent donc le processus de torréfaction et le test de tasse (test qui permet de déterminer la qualité du café) aux producteurs. Sur une grande table sont disposées les tasses de café, et tout autour producteurs et torréfacteurs discutent entre eux d'une saveur, d'une odeur pour un café particulier ; les rencontres se terminent ainsi sur un air de fête et de partage.

Quelques jours plus tard, chacun rentre dans son pays respectif. De retour à Montréal, Ariane prépare son agenda pour les prochains mois qui s'avèrent très chargés. Elle doit notamment préparer, avec le comité des relations publiques, des projets d'éducation pour les consommateurs. Ariane et plusieurs membres de Cooperative Coffees prévoient également de participer à des conférences et à des forums sur le commerce équitable. L'éducation est une dimension importante du commerce équitable pour les acteurs du Nord. De leur côté, les torréfacteurs écrivent les prochains textes qui paraîtront sur leur site web. La majorité d'entre eux contribuent à un bulletin d'information publié régulièrement à l'intention des consommateurs et portant sur le commerce équitable, mais aussi sur les problèmes du commerce mondial, les projets des producteurs de café et de multiples autres sujets qui touchent leur communauté locale. Quelques mois plus tard, Ariane devra de nouveau planifier la réception des commandes, car le

cycle va recommencer et nul ne connaît les surprises que réserve la prochaine année.

Commerce équitable et partage de la valeur ajoutée : une reproduction du modèle commercial dominant ?

Dès ses débuts, le commerce équitable s'est posé en critique d'un modèle commercial jugé injuste pour les producteurs du Sud. Cette iniquité systémique est intimement liée à la baisse globale, progressive et continue du prix des matières premières au cours des dernières décennies. En voulant construire un mode d'échange alternatif, le commerce équitable a tenté, à travers l'idée d'un prix juste, d'introduire davantage d'équité dans les relations commerciales internationales. Par ce prix juste, qui inclut une prime au développement et un circuit commercial plus court, ce système vise à équilibrer un rapport commercial désavantageux pour les pays du Sud. Mais y parvient-il vraiment ?

En premier lieu, il faut reconnaître que ce n'est qu'au niveau de l'achat de la matière première que s'applique le principe du prix juste, alors que le prix de vente du produit transformé reste sujet à une dynamique marchande même dans la filière équitable. En fin de parcours, le prix du café demeure par conséquent davantage tributaire des lois traditionnelles de l'offre et de la demande que d'un réel souci d'équité entre le Nord et le Sud.

Par ailleurs, dans le secteur du café, les chiffres démontrent que le prix équitable ne correspond pas à une répartition de la valeur ajoutée entre le Nord et le Sud différente de celle qui peut être observée dans le commerce traditionnel. Sur un paquet de café de 250 grammes, la part des revenus pour le producteur passe de 0,19 euro sur le marché conventionnel à 0,58 euro sur le marché équitable⁸⁹. Un prix plus élevé, certes, mais qui est offert à la

89. C. Jacquiau, *Les Couloirs du commerce équitable*, Paris, Mille et une nuits, 2006.

coopérative en contrepartie d'un produit davantage transformé et de meilleure qualité, comme nous l'expliquons au chapitre 1. En partie répercuté sur les consommateurs du Nord, ce prix ne modifie pas la rémunération des acteurs du Sud, même si ceux-ci changent puisque la coopérative vient remplacer le coyote. Les acteurs du Nord qui participent au commerce équitable retiennent en fait la même part de la valeur ajoutée que ceux qui évoluent dans le commerce conventionnel⁹⁰. Le prix juste est plutôt financé par l'élimination du coyote, un intermédiaire du Sud, dont le profit (c'est-à-dire la part de valeur ajoutée) revient désormais à la coopérative. En bref, il n'y a donc pas, derrière le prix juste, de nouvelle répartition de la valeur ajoutée entre le Nord et le Sud mais plutôt une redistribution de la valeur ajoutée parmi les acteurs du Sud.

Plus problématique encore, il semble que le surpris rattaché à la différenciation sociale obtenue grâce à la certification équitable ne bénéficie pas en totalité aux acteurs du Sud. Si le café de spécialité parvient à se différencier du café de masse et de ce fait génère une forte valeur ajoutée, celle-ci reste majoritairement accaparée par les opérateurs du Nord⁹¹. Si on fait abstraction de cette dynamique commerciale et si on élude la question du partage Nord-Sud de la valeur ajoutée, on peut se demander si le commerce équitable peut réellement atteindre son objectif d'une plus grande équité Nord-Sud dans les échanges. Surtout lorsque l'on sait que la différenciation repose sur des exigences exclusivement assumées, ou presque, par les opérateurs du Sud.

Plusieurs facteurs expliquent une dynamique commerciale internationale défavorable aux pays du Sud. Les étapes de production sont réparties de telle sorte que les activités à faible valeur ajoutée ont généralement lieu au Sud, alors que celles à forte valeur ajoutée sont réalisées au Nord, scénario que reprend

intégralement la filière équitable. Il est vrai qu'aujourd'hui, les producteurs procèdent à l'enlèvement de la pulpe, mais cette étape était déjà effectuée au Sud, certes par des acteurs différents (les intermédiaires locaux). Si bien que le commerce équitable aura permis une nouvelle répartition des étapes de production entre acteurs du Sud, mais pas du Nord vers le Sud. Subsistent au Sud les étapes à faible valeur ajoutée associées à la récolte (culture du café vert), alors que les étapes de transformation à forte valeur ajoutée continuent d'être prises en charge au Nord (torréfaction, emballage et commercialisation).

Donc, pour qu'une plus grande valeur soit perçue au Sud, il faudrait notamment que des étapes de production à haute valeur ajoutée soient effectuées au Sud. Certaines coopératives de producteurs en sont au début de ce processus, et l'exemple de Cooperative Coffees démontre qu'avec le soutien des entreprises au Nord, les coopératives au Sud peuvent entreprendre la torréfaction. Cooperative Coffees intervient auprès des coopératives de producteurs afin de leur montrer comment procéder pour torréfier le café. En leur donnant aussi des formations sur les tests de tasse, Cooperative Coffees les aide à améliorer cette étape de transformation. Ces initiatives sont très récentes, mais un transfert vers les pays du Sud de processus à haute valeur ajoutée, comme la torréfaction, semble indispensable à un meilleur partage de la valeur ajoutée. Or la délocalisation des étapes de torréfaction au Sud constitue un réel enjeu compte tenu des préférences des consommateurs qui varient d'un pays et d'une région à l'autre et de la faible durée de conservation du café torréfié, mais aussi des politiques douanières qui visent à décourager l'exportation par les pays du Sud de produits transformés. Le commerce local peut constituer une piste, mais il ne résout pas la question fondamentale de l'équité des échanges internationaux dans les filières de produits destinés au Nord.

Ainsi, un produit équitable emballé et prêt à la vente qui arrive du Sud sur les linéaires des supermarchés, comme le riz équitable d'Equita, risque de coûter beaucoup plus cher que son concurrent

90. *Ibid.*

91. Voir à ce sujet S. Ponte, "The 'Latte Revolution'? Winners and Losers in the Restructuring of the Global Coffee Marketing Chain", CDR Working Paper Sub-series on Globalisation and Economic Restructuring in Africa, 2001.

conventionnel, et ce, non en raison d'un meilleur prix payé au producteur, mais tout simplement à cause des tarifs douaniers couplés au dumping du riz américain sur les marchés locaux.

C'est pourquoi d'autres voies méritent d'être explorées, comme la redistribution systématique d'une partie de la valeur ajoutée captée par les acteurs du Nord. Cooperative Coffees en est un exemple. Quand elle offre un prix supérieur à celui du commerce équitable, c'est une redistribution de la valeur ajoutée créée par les torréfacteurs membres de Cooperative Coffees qui retourne vers le Sud. Mais Cooperative Coffees ne s'arrête pas là, puisqu'elle accompagne également les producteurs dans l'acquisition des compétences et des technologies nécessaires à la prise en charge d'activités de production à plus forte valeur ajoutée telles que la torréfaction du café destiné au marché local. Si bien que c'est en allant au-delà des exigences que le commerce équitable pose aux opérateurs du Nord que cette organisation semble véritablement répondre à l'ambition du mouvement équitable de construire des échanges commerciaux plus justes entre le Nord et le Sud.

Et l'équité du commerce équitable au Nord ?

L'équité promue par le commerce équitable concerne le Sud, mais paradoxalement, c'est aussi le Sud qui doit répondre à des exigences pour pouvoir se réclamer du mouvement équitable. Ainsi, les producteurs du Sud doivent adopter un système de gouvernance, respecter l'environnement, mettre en avant des projets de développement tout en respectant des contraintes strictes de qualité pour pouvoir accéder à un système qui prétend leur offrir une place plus avantageuse dans les relations commerciales internationales. De l'autre côté, les acteurs du Nord participant à la filière équitable n'ont curieusement que peu ou pas d'obligations à respecter, d'où une véritable asymétrie entre les conditions d'entrée du Nord et celles du Sud dans la filière équitable. Si cette situation peut s'expliquer par le rôle différencié de chacun au sein du système, les producteurs étant dépendants des volumes de vente

que l'on cherche à favoriser en imposant le moins de restrictions possible à la distribution des produits équitables, elle pose problème sur le plan symbolique d'une part et sur l'équité au Nord d'autre part.

En ce qui concerne la dimension symbolique tout d'abord, il est paradoxal qu'un système qui prétend rétablir l'équilibre entre un Nord dominant et un Sud dominé se traduise par des exigences pour ce dernier, sans contrepartie pour les acteurs les plus puissants. Quant au problème d'équité engendré au Nord, c'est précisément l'absence d'exigences qui tend à mettre sur un pied d'égalité « équitable » les petits opérateurs et les grands distributeurs commerciaux. Des exigences précises destinées aux acteurs du Nord permettraient au contraire de discriminer ceux qui commercialisent les produits équitables dans une perspective de niche de marché de ceux pour qui l'offre de produits équitables s'inscrit dans une refonte plus fondamentale de l'organisation où l'activité économique est d'abord pensée comme un moyen d'atteindre des objectifs sociaux.

En fait, les petits torréfacteurs de la filière équitable sont doublement désavantagés. D'une part, étant privés d'une certification attestant leurs caractéristiques particulières aux plans démocratique, solidaire et environnemental notamment, ils ne peuvent monnayer leur plus-value à titre d'entreprise sociale. Une exception toutefois : au Canada, Transfair offre une ristourne de 10 % sur les droits de licence pour les entreprises qui font plus de 95 % d'équitable⁹². D'autre part, l'absence d'exigences qui ouvre le marché équitable aux grands distributeurs permet à ceux-ci d'entrer dans le même espace de compétition que les petits opérateurs, avec, bien entendu, des armes très inégales. Or cette lutte se fait précisément au détriment des acteurs qui répondent le plus à l'esprit du mouvement équitable.

92. Cette mesure n'est pas généralisée parmi les différentes initiatives nationales.

À titre d'illustration, ce sont les petits torréfacteurs qui absorbent la hausse du prix équitable payé aux producteurs sans pouvoir la répercuter sur les grands distributeurs qui leur imposent des prix fixes. Et c'est sans compter l'entrée de ces grands distributeurs dans le marché de la torréfaction, qui risque de marginaliser encore davantage de petites entreprises qui ne peuvent rivaliser avec ces géants de l'alimentation. Bref, le commerce équitable ne semble pas en mesure de réaliser ses idéaux d'équité au Nord et participe même aux rapports de pouvoir qui s'y déploient sans les contester, et peut-être même en les renforçant.

Bien entendu, le mouvement équitable ne pourrait se permettre de se couper des grands distributeurs, qui sont d'ailleurs à l'origine de sa démocratisation et de son succès commercial. Et l'infime pourcentage de vente de produits équitables de ces grandes entreprises correspond à la majorité des produits équitables en circulation. Mais on peut s'interroger néanmoins sur ce peu de considération accordée par le système du commerce équitable aux petits opérateurs du Nord, la plupart du temps militants, qui cherchent à traduire chez eux d'abord les principes que le mouvement promeut à l'international. Le commerce équitable aurait certainement intérêt, dans un souci de cohérence notamment, à reconnaître la plus-value sociale des produits équitables ayant transité non seulement par de petits producteurs au Sud, mais également par de petits opérateurs au Nord, acteurs en marge du système commercial traditionnel qui cherchent à traduire au quotidien une autre façon de faire du commerce. N'est-ce pas là l'une des ambitions originelles du commerce équitable ?

Produits locaux versus produits équitables

Les ambitions d'équité Nord-Sud et de développement des petits producteurs que porte le mouvement équitable renvoient à une question simple : il est louable de soutenir le Sud, mais qu'en est-il de nos producteurs au Nord ? La question a acquis d'autant plus d'actualité que l'agriculture des pays du Nord connaît de

profondes mutations et que les petits producteurs sont en voie de disparition, croulant sous les dettes. Reprenant le proverbe « Charité bien ordonnée commence par soi-même », plusieurs militants estiment qu'on ne saurait s'engager dans le mouvement équitable sans d'abord s'interroger sur les conditions de vie des producteurs du Nord, afin d'accueillir les produits équitables dans le cadre d'une préoccupation plus large, globale et intégrée faisant autant de cas de la pauvreté du Nord que de celle du Sud.

L'une des questions souvent posées à propos du commerce équitable ces dernières années est justement celle de savoir s'il faut, entre deux produits similaires, privilégier le produit local ou le produit équitable. La réponse peut être plus simple que prévu si l'équitable inclut le local dans le cadre d'une définition du commerce équitable qui dépasse la problématique Nord-Sud pour appréhender l'équité dans sa dimension plus fondamentale, c'est-à-dire celle du rapport entre les nantis et les pauvres, peu importe qu'ils soient du Sud ou du Nord. Il s'agit dès lors de reconnaître que, malgré son ampleur, la problématique Nord-Sud n'est pas la seule fracture sociale et que celle-ci se décline au sein même des pays et des villes, tout comme elle se manifeste entre les hommes et les femmes, les jeunes et les aînés, les bien portants et les handicapés... Bref, à un commerce équitable Nord-Sud répond la nécessité tout autant d'un commerce équitable Sud-Sud, comme nous l'évoquions dans les chapitres précédents, que d'un commerce équitable Nord-Nord.

Il est vrai que le commerce équitable a fait ses débuts avec des produits agricoles destinés principalement à l'exportation, tel le café : cultivé dans les pays du Sud, il ne menace pas les productions du Nord. Mais de nouveaux produits équitables suscitent des questionnements en raison de la compétition qu'ils représentent pour les produits locaux comme le miel, les fleurs, le vin, certains fruits frais, etc. À titre d'exemple, le Québec, lui-même producteur de miel, importe pourtant 80 % de sa consommation. Des organismes comme Équiterre refusent sciemment de promouvoir le miel équitable d'origine étrangère, et, selon Transfair Canada, aucun

détenteur de licence équitable n'importe du miel. En France, c'est le vin qui suscite des inquiétudes, et l'association Artisans du Monde a tout simplement décidé de ne pas offrir de vin équitable dans son réseau.

Ainsi, dans cette perspective plus globale, le produit équitable doit d'abord être local, et cela lui permet de surcroît d'être plus écologique, puisque transporté sur de moins grandes distances. Le mouvement équitable peut donc promouvoir la production locale dans un souci de subsidiarité et de protection de l'environnement à travers un soutien aux produits du terroir notamment, tout en offrant des produits internationaux porteurs d'une plus grande équité Nord-Sud. Par une mise en valeur de la production locale simultanée à l'offre de produits équitables de l'étranger, le commerce équitable s'inscrit dans la mouvance d'une consommation responsable qui interroge non seulement la problématique Nord-Sud, mais aussi la structure du marché de l'alimentation, les conditions environnementales de production, le traitement réservé aux agriculteurs et aux travailleurs des secteurs de l'alimentation et de la restauration, etc.

Commerce équitable et économie sociale et solidaire⁹³

Si le commerce équitable peut se rattacher à la consommation responsable, il possède également certaines affinités avec l'économie sociale par la nature et les visées des principales organisations qui le portent. Depuis déjà un certain nombre d'années, quelques réseaux de commerce équitable des pays du Nord s'associent formellement à l'économie solidaire. Par exemple, le Chantier de l'économie sociale au Québec a organisé, en collaboration avec d'autres acteurs, la Foire nationale de l'économie sociale et

93. Conscients qu'il existe des débats autour de la définition de l'économie sociale et des distinctions possibles avec l'économie solidaire, nous emploierons néanmoins indistinctement les expressions « économie sociale », « économie solidaire » et « économie sociale et solidaire ».

du commerce équitable, où les acteurs québécois du commerce équitable partageaient la scène avec des organisations d'insertion sociale, de finance solidaire et d'économie sociale, entre autres. Pour les participants à la foire, le lien entre les deux mouvements semble clair, puisque le but de chacun s'inscrit dans la même optique : promouvoir le développement par le biais d'activités économiques alternatives. Toutefois, l'insertion des acteurs du commerce équitable dans le mouvement de l'économie sociale est plus souvent une approximation intuitive que le résultat d'une réflexion approfondie sur les natures respectives du commerce équitable et de l'économie sociale et solidaire. Malgré un certain nombre de rendez-vous manqués et une préférence manifeste pour le développement sectoriel, le commerce équitable se retrouve rapidement propulsé, avec la finance solidaire et sans plus d'analyse, au rang d'exemple réussi de l'économie sociale et solidaire. Mais le commerce équitable est-il nécessairement de l'économie sociale et solidaire ?

Le concept d'économie sociale et solidaire fait référence aux activités économiques organisées démocratiquement, dont l'élément central n'est pas la propriété du capital, mais le travail et les relations de solidarité (coopération, réciprocité, entraide mutuelle). Les activités sont d'utilité sociale et contribuent au développement local durable, et leur financement est hybride (marges commerciales, épargne privée de proximité, subventions publiques, travail volontaire). Si on compare le commerce équitable et l'économie solidaire sur le plan des valeurs et des principes, la filiation paraît évidente. En effet, la solidarité, la coopération, l'organisation démocratique, l'utilité sociale et le développement durable sont des valeurs et des principes communs. L'économie solidaire et le commerce équitable sont d'ailleurs fortement ancrés dans les mouvements sociaux qui aspirent à créer une nouvelle société, un modèle de développement alternatif. Cela ne signifie pas pour autant que ceux qui distribuent des produits équitables s'inscrivent tous dans les mouvements d'économie solidaire.

Il existe ainsi des différences importantes entre les deux secteurs, surtout depuis l'entrée des entreprises transnationales dans le marché équitable et l'arrivée de ce dernier dans la grande distribution. En fait, tout dépend du rapport qu'entretient le commerce équitable avec les grandes entreprises traditionnelles, et la place qu'il réserve aux entreprises d'économie sociale telles que *Cooperatives Coffees*. Décliné au niveau de telles organisations, le commerce équitable peut véritablement se qualifier en tant qu'activité d'économie sociale, comme le démontrent plusieurs initiatives. À titre d'illustration, l'organisation espagnole IDEAS (Initiatives d'économie alternative et solidaire) a pour mission de contribuer à un monde plus juste et solidaire ainsi qu'à une transformation sociale et économique⁹⁴. Son objet social est donc plus vaste que le seul commerce équitable et inclut la consommation responsable et la finance solidaire. Même si le commerce équitable est un outil privilégié pour diffuser les valeurs sociales et solidaires auxquelles IDEAS adhère, il n'est qu'un outil parmi d'autres. Selon l'organisation, si le but est vraiment de modifier les règles du commerce international qui marginalisent les petits producteurs au Sud, il faut transformer le système commercial en entier, c'est-à-dire le système financier, les réseaux de distribution et jusqu'aux habitudes de consommation. Pour ce faire, l'insertion dans l'économie solidaire est un moyen privilégié.

Pour Carola Reintjes, chargée du volet d'éducation et de sensibilisation chez IDEAS, l'économie sociale et solidaire est plus qu'un outil visant à instaurer un contexte plus juste pour la distribution équitable des ressources. Puisqu'elle contribue à la démocratisation de l'économie, elle doit être un facteur de transformation sociale, économique, politique et culturelle. Il ne s'agit pas de créer un autre secteur de l'économie, mais de proposer une approche transversale incluant des initiatives dans tous les

94. A. I. Otero, « Étude de cas de l'organisation de commerce équitable IDEAS », *Cahier de la chaire de responsabilité sociale et de développement durable*, Montréal, École des sciences de la gestion, université du Québec, n° 06-2007, 2007. En ligne : www.crsdd.uqam.ca.

secteurs de l'activité économique : la consommation éthique, les initiatives des femmes, les projets communautaires, l'agriculture écologique, les monnaies sociales, la finance éthique et solidaire, le commerce équitable, l'appropriation et la démocratisation des outils de développement, etc. L'économie solidaire est d'ailleurs un outil de prise de pouvoir citoyen, de transformation sociale fondée sur la responsabilité et la prise de conscience. En effet, lorsque le citoyen a le contrôle de sa consommation, de sa production ou de son épargne, il est plus facile de créer un nouveau modèle économique, ancré dans la communauté et qui respecte les droits de la personne et l'environnement ; c'est ce que prône l'économie sociale et solidaire. Ainsi, le potentiel transformateur du mouvement social transcende les frontières et l'économie sociale devient un véritable outil de développement local, autant au Nord qu'au Sud.

IDEAS répond également aux principes du mouvement coopératif. Ainsi, alors que plusieurs acteurs du commerce équitable préfèrent adopter un statut d'ONG ou parfois même d'entreprise privée, les membres d'IDEAS se contraignent au respect des critères d'organisation démocratique et de transparence imposés par le système équitable aux acteurs du Sud, à l'instar d'autres organisations comme *Artisans du Monde* en France. En réponse aux principes coopératifs, chaque personne détient un vote lors des assemblées générales d'IDEAS. La participation y est très importante et les rapports de travail sont plutôt horizontaux, avec peu de hiérarchie. Le salaire est lui aussi égalitaire, sans lien avec le poste de la personne. Les cadres ont en effet renoncé à recevoir un salaire plus élevé pour des raisons idéologiques. Cette organisation considère que l'effort que chaque individu fournit pour son travail est également utile, indépendamment de sa formation. C'est une façon de mettre en valeur les qualités de chaque membre ou de chaque employé. Dans ce contexte, l'économie solidaire et solidaire n'est pas uniquement un secteur de l'économie, mais aussi une façon de gérer où l'on intègre la démocratie, les valeurs sociales et un engagement fort avec la société locale. Cette vision

fait en sorte que le développement local soit tout aussi important au Nord qu'au Sud. En effet, IDEAS mène des projets locaux de consommation responsable simultanément à ses projets de commerce équitable.

Bref, selon son libellé et ses exigences actuelles, le commerce équitable ne s'insère pas nécessairement dans l'économie sociale et solidaire, mais il semble évident qu'une telle insertion, lorsqu'elle se concrétise, renforce son message et contribue à la cohérence entre les valeurs qu'il proclame et la réalité qu'il incarne.

De la promotion des produits équitables à l'éducation des consommateurs

Comme nous l'avons vu au début de ce chapitre, Cooperatives Coffees fait le choix d'informer ses clients et ses consommateurs sur les conditions de production de café de ses partenaires, c'est-à-dire sur l'identité des producteurs et les réalités de leur quotidien, sur leur forme d'organisation économique et sociale, ainsi que sur les raisons de leur propre démarche de commerce équitable. Ce travail d'information et d'éducation réalisé par les organisations est un principe du commerce équitable. C'est à travers ces messages, diffusés sous forme de brochures, par le biais de sites Internet ou encore à travers l'échange avec les vendeurs, que les consommateurs peuvent nouer une relation de proximité (ou qui s'en approche) avec les producteurs et ainsi comprendre (ou imaginer) la réalité des échanges dans le commerce conventionnel.

En communiquant sur sa propre démarche, Cooperatives Coffees souhaite montrer qu'une autre forme d'échange, respectueuse des principes du commerce équitable, est possible. Cette organisation porte donc en elle un message de nature plus politique qui remet en question le système actuel des échanges économiques mondiaux. D'autres organisations de commerce équitable telles qu'Oxfam et Équiterre, conscientes que la simple somme de comportements individuels responsables ne pourra réussir à changer durablement le modèle de consommation actuel, s'engagent

plus directement dans des actions d'interpellation des responsables des gouvernements et des entreprises. À travers des campagnes de mobilisation, ces acteurs promeuvent des formes de régulation publique qui assurent des comportements responsables à tous les niveaux. Il apparaît que le commerce équitable représente beaucoup plus que des formes solidaires d'échange de produits et de services, il est aussi porteur d'un projet d'éducation populaire.

Néanmoins, cette éducation implique que soient expliqués ce qu'est le commerce international, ses principes fondamentaux, ses principales institutions de régulation, ses conséquences sur les producteurs de pays en développement, etc. Comprendre ces mécanismes complexes relève de la pédagogie, constitue un métier en soi et nécessite un effort de financement non négligeable. Or, avec le développement actuel du commerce équitable, peu d'acteurs considèrent cet effort comme prioritaire, se contentant souvent d'apposer des certifications supposées être des systèmes informatifs fiables, professionnels et indépendants qui permettront de transformer le modèle économique actuel. L'ensemble des informations qualitatives est symbolisé à travers un simple logo, tout du moins dans l'acte d'achat.

Le développement du commerce équitable passe beaucoup par la grande distribution qui permet d'augmenter les ventes des produits équitables en les rendant accessibles à une clientèle plus vaste. Or ce tournant vers le marché de la grande distribution se fait malheureusement au détriment du projet éducatif du commerce équitable, mieux porté par les boutiques spécialisées. Sans compter que les boutiques spécialisées poursuivent généralement la mission d'être aussi des lieux de débat, de conscientisation et d'information politique contrairement à la grande distribution qui n'est qu'un lieu de consommation.

Pour les entreprises de la grande distribution, l'offre de produits biologiques, équitables, verts, durables ou responsables ne représente qu'un nouveau segment du marché visant une clientèle se voulant plus responsable. Différencier les produits équitables des autres produits « responsables » présents dans les rayons de la

grande distribution devient un enjeu marketing. Pour faire reconnaître le logo équitable, les acteurs qui le soutiennent doivent en faire la promotion, ce qui est bien différent de l'exigence d'éducation prévue par les principes du commerce équitable. Il faut s'engager, il est vrai, dans un véritable travail de promotion afin de convaincre le consommateur de choisir le produit équitable plutôt qu'un autre. C'est pourquoi, certains acteurs du commerce équitable ont recours à des outils marketing et publicitaires classiques. Mais peut-on alors parler d'éducation des consommateurs ? Sur les linéaires des supermarchés, le produit équitable perd de sa dimension politique, car il n'y a pas dans les allées, d'acteurs concernés et impliqués prêts à porter le discours politique du commerce équitable pour accompagner le produit.

En négligeant le volet d'éducation du consommateur, le commerce équitable ouvre la voie à la récupération du concept par les acteurs commerciaux traditionnels au lieu de nourrir une réflexion sur les conditions d'échange Nord-Sud dans une perspective démocratique où une population sensibilisée pourrait exiger des changements de la part de ses gouvernants. Nous pensons que les acteurs du commerce équitable doivent s'engager dans une véritable action permanente d'éducation populaire, à partir des objectifs du commerce équitable qui sont, entre autres, de contribuer au développement durable des territoires où vivent les petits producteurs, avec le souci de produire en respectant les êtres humains et l'environnement. De plus, les acteurs du commerce équitable pourraient aussi s'associer à d'autres initiatives, telles que celles de la consommation responsable, du Slow Food et de la consommation locale, afin de construire un discours politique plus vaste et plus cohérent face à la société de consommation.

Dès lors, le commerce équitable peut-il être considéré comme une forme de « consommation politique » s'il se limite à l'acte de consommer ? Consommer équitable devrait aussi se traduire non pas par consommer plus, mais par consommer mieux, tant sur le plan socio-économique que sur le plan environnemental. D'où

l'importance de mettre en avant des critères de responsabilité, de justice sociale, de distribution équitable de la richesse et de préservation des ressources naturelles quand nous faisons des choix de consommation. De ce point de vue, le commerce équitable peut s'avérer être une véritable alternative au consumérisme ambiant et un excellent outil d'éducation des consommateurs en s'ouvrant à la question plus large de la consommation responsable et de la surconsommation.

Bref, en dénonçant les iniquités Nord-Sud et en proposant des formes alternatives d'échanges économiques, le commerce équitable comporte une dimension politique. Or celle-ci tend à s'effriter avec le développement du marché de l'équitable et de la certification et à se réduire à de la communication et à du marketing. Cherchant avant tout à sensibiliser le citoyen, l'éducation du consommateur passe sans doute par des formes plus subversives d'interpellation, dont l'impact sera d'autant plus réussi qu'elles seront portées conjointement avec d'autres mouvements sociaux tels que les écologistes, par exemple, afin de proposer ensemble des alternatives au modèle économique libéral traditionnel.

Conclusion : un système équitable au Nord comme au Sud

Le commerce équitable s'érige en alternative commerciale porteuse d'une plus grande équité Nord-Sud. Pourtant, sa pratique n'est pas toujours en phase avec ses principes et les ambitions annoncées. Dans les secteurs emblématiques comme le café, le circuit équitable usuel, même s'il offre de meilleures conditions aux producteurs du Sud, ne se traduit pas véritablement par des échanges plus équitables puisqu'il ne modifie pas la répartition de la valeur ajoutée entre le Nord et le Sud. Ce n'est qu'à travers des initiatives allant au-delà des prescriptions du système équitable que les producteurs du Sud peuvent espérer bénéficier d'une meilleure répartition. Ces initiatives sont mises en avant par des organisations comme Cooperative Coffees qui se démarquent au sein

du mouvement équitable en multipliant les mesures permettant d'atteindre une plus grande équité dans les échanges Nord-Sud, et en allant bien au-delà du cahier des charges que le système équitable propose aux acteurs du Nord désireux de s'insérer dans la filière.

D'autre part, on peut s'étonner de la proportion des exigences qui frappent les producteurs du Sud souhaitant prendre part au système équitable, alors qu'ils en sont formellement les premiers bénéficiaires. En comparaison, les acteurs du Nord ne sont soumis à aucune exigence, ou presque. À cet égard, le commerce équitable semble porteur d'une asymétrie qui pose problème tant sur le plan symbolique que sur le plan pratique. Sur le plan symbolique, en effet, il est difficile de justifier qu'un mouvement réclamant davantage d'équité entre le Nord et le Sud propose un système n'imposant d'exigences qu'aux acteurs du Sud. Et, en pratique, l'absence d'exigences au Nord a pour effet de mettre sur un même pied des organisations 100 % équitables avec de grandes entreprises traditionnelles, sans leur offrir d'outil de différenciation qui leur permettrait de monnayer leur qualité sociale et, par conséquent, de pérenniser leur activité. Il semble pour le moins incongru que les organisations les plus en phase avec les principes équitables n'obtiennent pas de la part du système équitable une reconnaissance particulière qui leur permettrait de se différencier aux yeux des consommateurs sensibles à la justice sociale. En n'appuyant pas ces organisations qui répondent davantage aux principes dont il se fait le chantre, le commerce équitable en arrive à consolider la position marchande dominante des grands distributeurs, dont la gouvernance se situe bien souvent à l'opposé au chapitre de la démocratie ou de l'éducation.

Une association plus nette avec l'économie sociale et solidaire permettrait de clarifier et de maximiser l'impact d'un commerce équitable pensé en fonction tant du Sud que du Nord. Les organisations du Nord qui reprennent à leur compte les principes du commerce équitable dans leur propre gouvernance s'inscrivent en effet dans ce courant où l'activité économique est pensée

comme un moyen d'atteindre des objectifs sociaux et d'incarner une nouvelle solidarité non seulement entre le Nord et le Sud, mais aussi avec les acteurs marginalisés du Nord. C'est ainsi que le système équitable, s'il veut véritablement être cohérent, doit reconnaître à la fois la plus-value sociale des organisations du Nord et la pauvreté et les besoins des populations marginalisées. Dans cette perspective, le commerce équitable ne peut faire l'économie d'une réflexion sur son articulation avec la consommation de proximité, qui vise à favoriser les petits producteurs locaux et les produits du terroir. Plutôt que d'entrer en compétition avec cette autre dimension « équitable », le mouvement peut penser son action en complémentarité avec les initiatives locales dans le cadre d'une consommation responsable et en respect du principe de subsidiarité et de l'environnement : produire et consommer localement ce qui peut l'être, et réserver l'approvisionnement international aux denrées qui ne sont pas disponibles sur le territoire.

Ce repositionnement du commerce équitable par rapport à l'économie sociale, au développement local et à la consommation de proximité accompagne tout naturellement l'exigence d'éducation posée aux acteurs du Nord, mais pourtant rarement exigée des opérateurs de cet hémisphère. Alors que les grands distributeurs se contentent bien souvent d'offrir les produits équitables sur leurs linéaires, ce sont les petits opérateurs issus de l'économie sociale ou encore des associations militantes qui mènent les différentes activités d'éducation avec des moyens fort modestes. Là encore, le système équitable montre quelques défaillances et fait preuve d'incohérence en faisant peu de cas d'une de ses propres exigences adressée au Nord, l'éducation, et en n'offrant aucune reconnaissance particulière aux acteurs qui s'y consacrent ou qui incarnent à de plus hauts degrés ses principes et ses objectifs par l'adoption d'une gouvernance démocratique et la mise en œuvre d'initiatives permettant une répartition plus juste de la valeur ajoutée des produits équitables et, par conséquent, des échanges plus équitables. Laisser ainsi autant de marge de manœuvre aux

grands distributeurs commerciaux frise la complaisance et mine la crédibilité d'un mouvement qui voulait proposer une alternative, mais semble au contraire, par son insistance sur les volumes de vente au détriment de la qualité sociale des acteurs impliqués, renforcer le système dominant.

5. Le commerce équitable et l'État : une relation ambiguë

Le Système brésilien de commerce juste et
solidaire source d'inspiration⁹⁵ ?

Juillet 2007 : une soixantaine d'acteurs du commerce équitable venus de plusieurs continents se retrouvent à Cuzco, au Pérou, pour discuter de la question des systèmes de garantie du commerce équitable. Ces acteurs, essentiellement des organisations de producteurs sud-américains, mais également quelques représentants asiatiques ainsi que quatre acteurs français appartenant à la Plate-forme française pour le commerce équitable (PFCE), sont réunis à l'initiative du Comité catholique contre la faim et pour le développement (CCFD), l'une des plus grandes ONG françaises de solidarité internationale qui compte également parmi les membres fondateurs de la PFCE.

Durant toute une semaine, des conférences en séance plénière sont organisées chaque matin autour de différents thèmes : les objectifs du commerce équitable, ses critères, les systèmes de garantie, les problèmes d'accès aux marchés ainsi que ses impacts. L'après-midi, ces enjeux sont déclinés au sein d'ateliers plus

95. Ce cas a été élaboré à partir de l'expérience de participants à la rencontre.

informels autour des trois principales filières sectorielles du commerce équitable : l'alimentaire, le textile et l'artisanat. Ces journées de travail sont ponctuées de moments de détente pour rassembler tous les participants. La rencontre se déroule au Centro Bartholomé de las Casas (CBC), un centre d'accueil et d'hébergement qui accueille les communautés andines de passage en ville. Elle est donc aussi l'occasion pour le centre de faire connaître la culture et les problématiques de cette population pauvre et discriminée du Pérou.

Des rencontres plus directement liées au commerce équitable sont également à l'ordre du jour. Une journée « sur le terrain » est organisée, durant laquelle les participants peuvent soit rencontrer des tisserands andins travaillant l'alpaga, soit visiter une coopérative qui commercialise le maïs blanc de la vallée Sacrée. Durant la matinée, ils peuvent observer les modes de production traditionnels et constater la portée sociale de ces activités au sein des communautés organisées autour de ces savoir-faire. L'après-midi est consacré aux échanges et aux discussions sur le thème du commerce équitable au gré des questions et des attentes de chacun. Cette visite donne aux tisserands l'occasion de faire connaître leurs produits, voire de trouver d'éventuels acheteurs, mais aussi de partager les difficultés qu'ils ont à vendre leur production. Le soir de la visite, l'une des participantes colombiennes explique à quel point elle a été touchée tant par l'extrême précarité dans laquelle vivent ces communautés que par l'importance que prend le culte à la terre (Pacha Mama) et la solidarité dont elles font preuve. En revanche, pour les visiteurs de la coopérative de maïs, la rencontre a offert un regard nouveau sur le commerce équitable.

Pour commencer, une brève présentation à la mairie de Calca permet au groupe de constater que la coopérative ne fait ni du commerce équitable ni de l'agriculture biologique. Toutefois, l'entreprise bénéficie d'une certification pour les produits d'origine : le maïs géant blanc de la vallée Sacrée ne pousse qu'à cet endroit du monde. Les membres du groupe étant particulièrement

sensibles aux questions environnementales, ils essaient de comprendre pourquoi la coopérative n'a pas cherché à obtenir la certification biologique. Plus tard dans l'après-midi, alors que tous sont assis au pied des montagnes après avoir visité l'usine et dégusté du poisson grillé arrosé de chicha, une discussion s'ouvre sur les avantages et les inconvénients de s'engager dans l'agriculture biologique. Lorsque les participants essaient de convaincre les représentants de la coopérative des avantages de l'agriculture biologique en faisant valoir notamment le respect de la biodiversité, ils se retrouvent confrontés à des arguments économiques tels que la rentabilité ou le coût à concilier avec des exigences de qualité, dans la mesure où la coopérative exporte pas moins de 70 % de sa production en Europe et aux États-Unis. Viennent alors les arguments d'investissements à long et moyen terme, de l'ouverture de nouveaux marchés et du respect des hommes et de l'environnement. Les trois représentants de la coopérative, tout en hochant la tête silencieusement, semblent néanmoins sceptiques et expliquent qu'ils n'ont de toute façon pas le soutien du gouvernement pour s'engager dans cette démarche. Sans l'appui de l'État, le commerce équitable et l'agriculture biologique risquent de demeurer marginaux au Pérou.

Cette journée dans la vallée Sacrée s'est révélée être une excellente préparation pour assister aux conférences du lendemain, consacrées aux systèmes de garantie du commerce équitable. Fabiola, coordinatrice du FACES do Brasil (Forum d'articulation du commerce éthique et solidaire), va offrir aux participants un nouveau regard sur la place de l'État dans le développement du commerce équitable. Le FACES do Brasil est composé de dix-huit membres, parmi lesquels des ONG, des syndicats urbains, des organisations paysannes, des organisations de producteurs et des organisations de commerce équitable. Il a été créé en 2001 par des organisations de la société civile brésilienne pour donner un cadre de réflexion aux pratiques de commerce équitable et solidaire au Brésil. Après cinq ans de consultation et de réflexion avec des organisations d'économie solidaire, de commerce

équitable et des instances gouvernementales, dans différents États du pays, le FACES a défini des principes et des normes pour le commerce équitable brésilien et a proposé au Secrétariat national de l'économie solidaire (SENAES, organisme du ministère du Travail et de l'Emploi) d'entamer des discussions et des négociations afin de créer un système national de commerce équitable au Brésil. Avec la participation de trois réseaux représentant la société civile et de trois ministères, un groupe de travail s'est constitué pour fixer un cadre de régulation publique. Ce cadre a été mis au point au sein d'un projet de norme, toujours en discussion, pour créer le Système brésilien de commerce équitable et solidaire (SBCJS). Concrètement, il s'agit de permettre à des entrepreneurs de l'économie sociale et solidaire, reconnus comme tels par une commission nationale d'évaluation, de bénéficier d'un label en fonction de critères liés à l'agriculture biologique, à la qualité des produits et au modèle d'organisation. Mais la place de l'État dans ce processus de régulation est encore mal définie et fait l'objet de négociations. Le groupe de travail s'interroge en effet sur la présence de l'État dans le système en création et le rôle qu'il doit jouer dans un système public de régulation des relations commerciales.

Trois cas de figure sont possibles. Dans la première situation, le gouvernement reconnaît comme agents régulateurs un ou plusieurs organismes externes au système. Dans ce cas, l'État peut se contenter de définir le SBCJS ainsi que les normes de contrôle, celui-ci étant délégué aux organismes privés (entreprises, ONG, organismes de la société civile, etc.). Dans la deuxième situation, l'État est l'unique promoteur et régulateur du système. Il définit le système, établit les conditions pour y participer et, de manière périodique, procède à un travail de *monitoring* et d'évaluation (vérification par échantillon). Les résultats de l'évaluation conditionnent l'accès aux bénéfices pour les acteurs. Enfin, dans la troisième situation, l'État est promoteur, régulateur et contrôleur du système, mais au travers de mécanismes qui assurent la participation des acteurs. Dans ce cas, l'État crée un système – donc reconnaît et normalise – et appelle la société civile à y participer en

tant que bénéficiaire, mais aussi en tant que consultante dans la définition des instruments de régulation. Autrement dit, soit l'État intervient *a minima* et laisse libre cours au marché de la certification, soit il intervient et le contrôle devient alors le monopole de l'État, soit, enfin, l'État est garant d'un système participatif, laissant intervenir la société civile à tous les niveaux de régulation : la définition du concept, de l'objectif, des bénéficiaires, des normes, du système de surveillance et de contrôle. C'est cette troisième voie que soutient le groupe de travail, mais il reste encore beaucoup de travail pour convaincre l'ensemble des parties prenantes.

Déjà, le SBCJS remet en question la définition du commerce équitable dans une approche Nord-Sud. Ce système en voie d'être mis en place est très critiqué au Brésil, notamment par le mouvement des « sans-terre » pour qui le commerce équitable ne doit pas promouvoir les exportations ni la participation des grandes entreprises. Il s'agit donc d'instituer un commerce équitable avant tout brésilien dans lequel le consommateur se situe sur le même territoire que le producteur. Cette approche contient un élément central de la définition du commerce équitable : la relation de proximité entre le producteur et le consommateur. Le Brésil est alors considéré à la fois comme un pays producteur, mais également comme un pays consommateur ou acheteur.

Le système propose ensuite un modèle innovant de régulation : une régulation publique avec un système de vérification participatif qui suppose l'implication de l'ensemble des parties prenantes dans les processus de décision. Ce dispositif est donc relativement complexe et prévoit notamment vingt-sept commissions régionales dans la commission d'évaluation nationale afin que soient prises en compte les spécificités de chaque région.

Ensuite, l'ambition du SBCJS suppose une forte solidarité et une collaboration entre les différents ministères impliqués. Le projet s'inscrit dans une politique publique interministérielle qui regroupe le ministère du Travail, le ministère du Développement agricole et le ministère de l'Environnement. Le ministère du Développement agricole, engagé depuis une dizaine d'années dans

le soutien à l'agriculture biologique, gère un programme de renforcement des capacités en agriculture familiale auprès d'un million de familles. L'objectif est d'intégrer ce programme dans le projet de norme porté par le ministère du Travail : l'agriculture familiale sera incluse dans la définition du commerce équitable, ou *justo* pour utiliser la terminologie brésilienne et espagnole. Une fois qualifiées d'économie sociale et solidaire par la commission, les organisations pourront par ailleurs bénéficier d'un programme soutenu par le ministère du Développement social dans le cadre de la campagne « Faim zéro ». L'objectif de cette politique d'achats publics est d'assurer la sécurité alimentaire des producteurs, et plus largement des citoyens, en payant à l'avance les produits. Pour l'inscrire dans le cadre du SBCJS, le ministère du Développement social discute avec les régions pour que leurs achats soient faits auprès d'organisations de producteurs solidaires. Vingt mille organisations sont déjà répertoriées dans une base de données nationale.

Le SBCJS propose des outils d'adhésion volontaire aux organisations de producteurs pour leur permettre d'inscrire leur travail dans une démarche de commerce équitable et solidaire. Ainsi, afin d'encourager leur implication, le système prévoit l'octroi d'avantages tels que des bénéfices fiscaux, l'accès aux marchés publics, la valorisation des produits, la hausse de la qualité des produits, l'augmentation des revenus, l'amélioration de la qualité de vie et des relations de travail, une gestion plus performante et de nouvelles pratiques autour de la fixation des prix (prix juste, coûts de production, coûts sociaux, coûts environnementaux, un rééquilibrage dans les négociations, des processus participatifs, l'organisation en filières productives ou en réseaux de production, la commercialisation et la consommation, la transparence, la consommation responsable ou encore la prise en compte des facteurs environnementaux).

Face à cet exemple du Brésil pour le moins novateur dans le secteur du commerce équitable, les questions des participants à la rencontre ne se font pas attendre. Qu'advient-il lorsque le

gouvernement actuel, de gauche, ne sera plus au pouvoir ? La société civile n'est-elle pas dépendante de l'action gouvernementale pour institutionnaliser son projet ? Pourtant, l'autonomie vis-à-vis de l'État fait également partie de la définition du commerce équitable et solidaire du SBCJS. Bref, si le lobbying est toujours nécessaire pour inscrire la norme à l'agenda politique dans la mesure où elle devra être portée par un ministère et signée par le président de la république, le SBCJS est avant tout un projet politique porté par un mouvement social. L'objectif sur le court terme est de mettre en place un système légal, un système de contrôle social, incitatif, motivant et graduel pour permettre un changement politique et social dans la société brésilienne. Et ce système a d'autant plus de chance de voir le jour et d'être fiable qu'il est soutenu et promu par l'État.

L'État comme promoteur

Le développement actuel du SBCJS doit beaucoup à l'arrivée du gouvernement Lula en 2002. Le soutien des pouvoirs publics a donné à l'initiative l'impulsion nécessaire à sa mise sur pied et à sa viabilité. En fait, même si le commerce équitable se veut autonome par rapport aux pouvoirs politiques, on constate, en analysant les diverses initiatives, que les États jouent un rôle central dans son développement, tant dans les pays du Nord que dans ceux du Sud. Qu'ils soient producteurs, consommateurs, « développeurs » ou régulateurs, ils font la promotion du commerce équitable en finançant certains de ses acteurs en fonction des priorités de leur agenda politique, qui dépend aussi bien des mobilisations sociales sur leur territoire que des intérêts qu'ils cherchent à défendre sur la scène politique internationale. Ces stratégies sont donc définies dans des contextes politiques spécifiques et peuvent varier selon l'alternance des partis politiques au pouvoir et la vigueur des mouvements sociaux.

Traiter de la question du rôle des États comme promoteurs du commerce équitable conduit en fait à analyser leurs politiques

publiques en tenant compte justement des alternances politiques, mais également de la continuité de l'action publique dans le temps. La politique des États en faveur du commerce équitable varie ainsi selon la politique économique du gouvernement au pouvoir, qu'elle soit libérale – c'est-à-dire orientée vers une régulation des marchés par les acteurs économiques – ou interventionniste, c'est-à-dire tournée vers une régulation des marchés par les pouvoirs publics. Mais la politique des États en faveur du commerce équitable est aussi largement influencée par les revendications que les acteurs du mouvement formulent à leur égard.

La campagne française « 2007 : état d'urgence planétaire » initiée par le CRID (Centre de recherche et d'informations pour le développement) dans le cadre de la campagne présidentielle et relayée par les principaux acteurs du commerce équitable en France véhiculait plusieurs revendications : un « soutien et un renforcement des acteurs du commerce équitable » allant des organisations de producteurs aux réseaux de distribution, un « soutien à l'éducation au commerce équitable et à son intégration dans les manuels scolaires », la « promotion d'une législation qui protège le commerce équitable » et la « promotion de politiques publiques contribuant à rendre équitable l'ensemble du commerce international ». Les deux mots-clés de cette campagne sont donc « soutien » et « promotion », c'est-à-dire des financements et des engagements au niveau tant national qu'international. C'est précisément le type d'appui que l'État français apporte au mouvement : un soutien à travers des campagnes politiques et promotionnelles et, plus directement, une aide au renforcement de la structure des organisations de commerce équitable par le biais de subventions.

L'adoption par le Parlement européen, le 15 janvier 1999, du rapport initié par le député travailliste Richard Howitt, *Critères applicables aux entreprises européennes opérant dans les pays en voie de développement : vers un code de conduite européen*, est souvent présentée comme la première reconnaissance du commerce équitable à l'échelle européenne. S'inscrivant pleinement dans une logique de changement d'échelle politique du commerce équitable, ce

rapport se pose en faveur d'un label social européen, relayant ainsi les campagnes du collectif « De l'éthique sur l'étiquette » qui promeut un label social en France depuis 1995. Il s'agit là des initiatives prises par un certain nombre d'acteurs du commerce équitable et d'ONG européennes, visant à élargir le champ d'incursion de l'éthique dans les affaires pour y inclure la production et la commercialisation des produits industriels. Le niveau des exigences faites aux entreprises est moindre que dans le commerce équitable – « respect des droits de l'homme au travail », avec une référence explicite aux règles de l'Organisation internationale du travail (OIT) – et ces exigences se rapprochent de ce que l'on connaît aujourd'hui comme la responsabilité sociale et environnementale des entreprises. On parle alors de « commerce éthique » pour le différencier du commerce équitable.

C'est dans cette perspective qu'a été mis sur pied le collectif « De l'éthique sur l'étiquette », relais français de la campagne européenne « *Clean clothes campaign* » lancée en mai 1994 par des ONG anglaises, hollandaises, italiennes, françaises et allemandes. L'objectif était d'initier une campagne internationale dénonçant les pratiques des multinationales à l'encontre de leurs sous-traitants et de les inciter à mettre en place des codes de conduite respectant les principales conventions de l'OIT. Chaque relais national définissait une stratégie d'action spécifique qui dépendait des conditions sociales et politiques du pays, puis recherchait des fonds européens ou nationaux pour financer les campagnes qui étaient elles-mêmes relayées par des collectifs locaux.

En France, le collectif « De l'éthique sur l'étiquette » a fait le choix de promouvoir un label social et s'est donné deux principaux interlocuteurs : les consommateurs, afin qu'ils constituent une demande en faveur de l'adoption de codes de conduite par les entreprises, et les pouvoirs publics pour qu'ils mettent en place un label social ou une régulation publique. Ainsi, une double pression était exercée sur les entreprises. Entre 1995 et 1999, le collectif a mené trois campagnes nationales : « Libère tes fringues », « De l'éthique sur l'étiquette » et « Jouez le jeu, faites gagner les droits de

l'homme ». Financées aux deux tiers par des fonds européens et par le ministère des Affaires étrangères, avec un budget annuel de 38 millions d'euros, ces campagnes visaient à faire signer par les consommateurs des pétitions en faveur du label social et à les envoyer aux entreprises.

Grâce à une couverture médiatique de plus en plus importante, due au choix de cibler les grandes marques de la distribution, ces campagnes ont permis effectivement un engagement de ces entreprises en faveur des codes de conduite pour garantir de meilleures conditions de travail chez leurs fournisseurs et sous-traitants. Face à cette réaction des entreprises, le collectif a néanmoins été amené à effectuer un choix : continuer sur la même lancée en dénonçant les pratiques des entreprises ou accompagner celles-ci pour qu'elles améliorent leurs pratiques. Cette seconde option a été privilégiée, ce qui a suscité des tensions au sein du collectif : alors que les syndicats souhaitaient continuer à mener des actions militantes en direction des entreprises, l'association Max Havelaar, qui mène campagne pour que ses produits « certifiés » commerce équitable soient distribués dans le circuit de la grande distribution, a quitté le collectif en 1999.

Les nouvelles campagnes du collectif se tournent alors vers les pouvoirs publics, plus précisément en ce qui concerne les achats publics. L'objectif est d'abord d'inciter les mairies à promouvoir la consommation citoyenne et à développer la consommation publique de produits équitables. C'est ainsi que des administrations, des Parlements, des mairies et des écoles se fournissent désormais en produits équitables en Europe. Cette impulsion permet à la PFCE de gagner en importance. Constitué de façon informelle en 1997, ce collectif d'une trentaine de membres, dont Max Havelaar France et Artisans du Monde, reçoit en 2000 ses premières subventions européennes et françaises qui lui permettent de se doter d'une coordination. En janvier 2001, elle se structure officiellement en tant qu'association loi 1901, reçoit une subvention du ministère des Affaires étrangères et rejoint le groupe de travail de l'Afnor pour élaborer une définition juridique du commerce

équitable. Enfin, la même année, elle se lance dans la campagne de sensibilisation annuelle « La Quinzaine du commerce équitable ».

Au dire des acteurs de l'époque, le secrétariat à l'Économie sociale et solidaire (SESS), une institution créée par le gouvernement, souhaitait la formalisation d'un organe représentatif des acteurs du commerce équitable en France afin de faciliter le dialogue avec les pouvoirs publics. Toutefois, comme nous le verrons plus loin, ce dialogue a été écourté par la création d'une commission d'évaluation à l'initiative de l'État, ce qui a fait aboutir les revendications des acteurs du mouvement équitable sur la création d'un code de conduite plus qu'à la concrétisation d'un label social.

C'est en prêtant attention à ces revendications, qu'elles soient portées par le collectif « De l'éthique sur l'étiquette » ou par la PFCE, puis aux décisions financières prises effectivement par les pouvoirs publics, que l'on voit se dessiner l'évolution des politiques publiques mises en place en matière de commerce équitable en France depuis une dizaine d'années. Cette évolution est marquée par une forte dépendance financière de ces médiateurs vis-à-vis des pouvoirs publics, qui permet à ces derniers de conserver un certain contrôle sur ce « mouvement social ». Toutefois, cette dépendance est acceptée, car elle confère en contrepartie un monopole de la représentation à certains acteurs et une certaine légitimité. Le choix de financer des acteurs portant des systèmes de garantie et la création unilatérale d'une commission d'évaluation président sans doute à la délégation par les pouvoirs publics d'une partie des fonctions de régulation du secteur du commerce équitable à des certificateurs privés, opérateurs ayant dès lors une légitimité reconnue par les pouvoirs publics.

Ce rôle de soutien des pouvoirs publics s'accompagne d'une inscription du commerce équitable dans les politiques d'aide au développement de l'État en direction des « pays du Sud ». Dans ce cadre, les acteurs du commerce équitable semblent rechercher une nouvelle légitimité comme acteurs de développement, à

l'instar de l'association Max Havelaar qui se revendique désormais comme une « ONG de développement ». Pour accentuer cette politique, il est même question que les subventions soient dorénavant versées par l'Agence française de développement (AFD), la principale institution de développement du ministère des Affaires étrangères.

Cette perspective « aide au développement » du commerce équitable peut laisser songeur lorsqu'on se remémore le slogan prôné par l'ensemble des acteurs, "*Trade, not Aid*". Faut-il requalifier le commerce équitable comme un outil de développement, au risque de reproduire ce que ses initiateurs cherchaient justement à dénoncer il y a plus de quarante ans ? À l'opposé, faut-il abandonner le rôle des États pour laisser libre cours aux opérateurs privés ? La réponse est loin d'être évidente. L'action publique est nécessaire pour ordonner les initiatives et donner une légitimité aux opérateurs, mais elle crée également une relation de dépendance qui relativise l'autonomie et la dimension politique du mouvement. La proposition du FACES do Brasil d'instaurer un organisme national multipartite de régulation peut être une piste intéressante pour répondre à ces interrogations.

L'État comme consommateur

L'État peut promouvoir des initiatives de commerce équitable et soutenir les acteurs qui les portent, mais il peut aussi contribuer à son succès en raison de son poids économique. En adoptant lui-même des politiques d'achats équitables ou responsables, il participe en effet à une consolidation de la demande nécessaire à la viabilité économique du mouvement équitable. C'est dans cette optique que le projet Fair Procura a mis en avant une série de mesures visant à accroître la participation des pouvoirs publics comme « consommateurs équitables ».

Fair Procura a été inauguré en octobre 2004 par le réseau EFTA, CTM Altromercato, FTO, IDEAS et OWW, des organisations respectivement italienne, néerlandaise, espagnole et belge, et a été

cofinancé par la Commission européenne EuropeAid⁹⁶. Il s'agit d'un programme visant la prise de conscience des États européens vis-à-vis de leur comportement d'achat et l'accroissement des ventes de produits équitables ; le commerce équitable étant considéré pour beaucoup comme un moyen de réduire la pauvreté dans le monde et une façon de véhiculer le concept de développement durable. Les achats publics correspondent à 16 % du PIB européen, soit 1 500 milliards d'euros par an⁹⁷. Et cela, les instigateurs du projet Fair Procura l'ont bien compris en choisissant de se concentrer sur les gouvernements locaux, les hôpitaux, les écoles, les universités et les entreprises en devenir. Un groupe d'animateurs a été engagé pour y faire la promotion du commerce équitable. Le projet a également permis la création d'un site Internet répertoriant les bonnes pratiques à privilégier, ainsi que la diffusion de brochures destinées aux autorités publiques et d'un rapport de recherche portant sur les directives européennes liées au commerce équitable.

Adopter un comportement d'achat équitable se traduit par un renforcement des politiques d'achats responsables pour les États entretenant une relation de longue date avec le mouvement, comme la France, la Belgique et l'Italie. Dans plusieurs pays, néanmoins, l'élaboration de stratégies d'achats responsables peut se heurter à bien des obstacles tels que la rigidité de certaines lois nationales touchant aux dépenses publiques. Il peut alors s'avérer difficile au niveau local et régional de prendre les devants et de faire avancer la cause équitable, sans compter qu'elle doit être justifiée aux yeux de la population. Or élaborer un plan de communication précis peut également être laborieux lorsqu'il s'agit d'expliquer à la population en quoi les autorités publiques

96. Fair Procura, 2007. En ligne.

<http://www.european-fair-trade-association.org/FairProcura/presentation.php>.
97. Ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire, *Plan national d'action pour des achats publics durables*, 2007. En ligne : www.ecologie.gouv.fr/IMG/pdf/PNAAPD.pdf durables.

cherchent à devenir plus équitables et pourquoi ; sans parler de la question de la transparence, à savoir prouver en quoi les changements opérés portent leurs fruits et surtout proposer une définition claire du commerce équitable et un système de vérification visible et adéquat qui permettrait d'évaluer ces changements.

À titre d'illustration, c'est à la Commission européenne seule que revient le droit de modifier le Code européen des marchés publics, de proposer des amendements et d'offrir au commerce équitable la possibilité de se différencier des autres politiques de développement durable. En ce sens, tant que celle-ci n'aura pas établi la meilleure approche à adopter pour soutenir le mouvement équitable, c'est-à-dire publié une recommandation sur le commerce équitable à l'intérieur même du Code des marchés publics ou renvoyé la question à différents niveaux politiques, la possibilité d'amarrer une fois pour toutes le mouvement équitable aux comportements d'achat des États restera en suspens.

Cela n'empêche pas certaines initiatives nationales. La France, notamment, a acquis au fil des ans une certaine renommée en ce qui concerne ses politiques d'achats équitables, et ce, à travers une combinaison de trois principes fondamentaux définis dans « l'accord Afnor ». Il s'agit d'équilibrer les relations d'échange entre les partenaires et les contractants, de soutenir les producteurs membres du réseau équitable et d'offrir l'information nécessaire à la sensibilisation des consommateurs au sujet du commerce équitable. En pratique, l'Assemblée nationale, le Sénat, le ministère des Affaires étrangères et les bureaux présidentiels, parmi d'autres administrations, étatiques ou locales, utilisent à l'heure du café des produits certifiés équitables pour montrer l'exemple.

En parallèle, l'organisation Max Havelaar France a développé des campagnes visant à engager un maximum d'acteurs dans la consommation de produits équitables, telles que « 500 villes s'engagent pour le commerce équitable » qui s'adresse aux institutions publiques, des campagnes de promotion du mouvement auprès des sociétés ou encore des campagnes de participation adressées aux étudiants. L'exercice semble être efficace : en 2000, seul 9 %

du public français avait entendu parler du commerce équitable, alors qu'en juin 2005, les chiffres s'élevaient à 74 %, pour atteindre 81 % en mars 2007.

Bien sûr, la France n'est pas le seul pays où les pouvoirs publics prennent des mesures en vue d'accroître les ventes du commerce équitable. La campagne citée précédemment, « 500 villes s'engagent pour le commerce équitable », lancée en 2002 en France, est en fait une initiative née de l'autre côté de la Manche deux ans auparavant : c'est Garstang au Royaume-Uni qui est devenue en 2000 la première ville équitable au monde en s'engageant à soutenir le commerce équitable et à utiliser uniquement, pour les besoins de la municipalité, des produits certifiés équitables tels que le café, le thé, le sucre, etc. Afin de respecter son tout nouveau cahier des charges, la ville a aussi créé un comité directeur pour permettre un support citoyen continu, elle a lancé une campagne de sensibilisation sur la consommation éthique et durable auprès de sa population, elle s'est assurée qu'une gamme variée de produits équitables était disponible dans ses magasins d'alimentation, cafés et traiteurs, et a incité les commerces locaux et les organisations communautaires à les utiliser.

Aujourd'hui, grâce à un intérêt croissant des médias et de la population en général, plus de 260 villes sont reconnues équitables au Royaume-Uni et plus de 200 autres sont en passe de le devenir. Aux Pays-Bas, d'après Max Havelaar France, près de la moitié des collectivités locales consomment des produits équitables. En juillet 2006, la ville de Media, en Pennsylvanie, aux États-Unis, devient équitable. Et en février 2007, le Canada accueille avec enthousiasme la certification de sa première municipalité, Wolfville, en Nouvelle-Écosse. La tendance des villes équitables devrait témoigner d'un accroissement de la reconnaissance du mouvement dans toutes les sphères administratives, puisque cela touche aux politiques d'achats publics. Pourtant, même si les consommateurs sont aujourd'hui davantage sensibilisés au phénomène équitable et achètent relativement plus de produits qui en sont issus, les parts de marché directement attribuables à des

initiatives collectives (telle la reconnaissance de villes équitables) ou étatiques (comme la récente résolution gouvernementale en France d'habiller les employés de la SNCF en coton équitable) restent minimes en comparaison des ventes globales.

Il n'en reste pas moins que les achats institutionnels ont un impact considérable sur le mouvement équitable : d'une part, ils peuvent pérenniser l'offre en soutenant de petites structures ; d'autre part, les pouvoirs publics ont un statut d'exemplarité et peuvent entraîner des changements de comportement chez les acteurs avec lesquels ils sont en relation. De plus, les politiques d'approvisionnements équitables ou responsables des pouvoirs publics structurent l'offre en véhiculant de nouveaux critères de qualité sociale et environnementale. Enfin, leur adhésion au cahier des charges du commerce équitable comporte une forte dimension symbolique car elle entérine le bien-fondé du message porté par les produits équitables, c'est-à-dire un nécessaire rééquilibrage des échanges commerciaux internationaux.

L'État comme régulateur

Paradoxalement, il peut arriver que certains États peinent à se doter de politiques d'approvisionnements responsables parce que les lois et les traités commerciaux ne le leur permettent pas. Or ces lois émanent précisément de ces mêmes États, mais elles renvoient à leur rôle premier de régulateur, et non à celui, accessoire, d'acteur économique. À ce niveau, la problématique du rapport de l'État au commerce équitable est double : le cadre législatif en place favorise-t-il ou freine-t-il au contraire les initiatives de commerce équitable ? Ces initiatives sont-elles ordonnées et légitimées par une reconnaissance réglementaire ?

Il existe des initiatives nationales qui visent à définir un cadre de régulation pour les activités de commerce équitable. Au Brésil, mais aussi en France, en Italie et en Belgique, des dispositifs sont élaborés par des acteurs publics et privés à travers des cadres plus ou moins contraignants. Mais toutes ces initiatives soulèvent les

mêmes questions propres à tout système de régulation : qui décide des règles, qui les met en œuvre et qui les contrôle ? Parmi les expériences que nous avons relatées, l'initiative brésilienne est tout à fait singulière, et ce, pour différentes raisons. D'une part, elle provient d'un État que l'on pourrait qualifier de « producteur » dans le jargon du commerce équitable. Les intérêts défendus sont avant tout ceux des producteurs, contrairement aux initiatives européennes qui sont situées dans des États acheteurs, donc « consommateurs ». Cette précision est importante pour comprendre les objectifs définis dans le cadre des politiques publiques mises en œuvre. Ainsi, les objectifs du dispositif brésilien sont de garantir la biodiversité des territoires ainsi que la sécurité et la souveraineté alimentaires pour tous. D'autre part, le dispositif brésilien est porté par un collectif d'acteurs qui représentent tant le commerce équitable que l'économie solidaire, l'agriculture biologique et familiale, les travailleurs et les consommateurs. Enfin, ce cadre tend à s'orienter vers la mise en œuvre d'un système de contrôle participatif et régionalisé dans lequel l'État est le garant du système, assurant une juste participation de tous les acteurs dans l'ensemble du système de régulation, c'est-à-dire dans l'élaboration des normes, leur mise en œuvre et leur contrôle.

En revanche, en France, alors que le collectif « De l'éthique sur l'étiquette » avait effectué des démarches auprès du Comité européen de normalisation (CEN) pour promouvoir le label social, c'est finalement dans le cadre national que sont organisées les négociations avec la PFCE qui aboutissent en janvier 2006 à l'« accord Afnor », c'est-à-dire un code de conduite non contraignant à simple valeur informative. C'est encore dans un cadre national qu'est prévue la mise en place d'une commission d'évaluation, l'État ayant pris la peine au préalable de définir lui-même le commerce équitable dans un texte de loi adopté le 2 août 2005. Néanmoins, l'association Minga, reconnue pour ses positions dissidentes à l'endroit de Max Havelaar, lance une pétition pour changer la loi car celle-ci cantonne le commerce équitable à une relation Nord-Sud. De leur côté, les membres de la PFCE se voient

dans l'obligation d'accepter cette définition tout en devant se positionner quant à la perspective de la nouvelle commission. Ainsi, alors que la commission prend une place importante en France, c'est au détriment de la participation des acteurs du mouvement qui ne représentaient que 15 % des parties prenantes dans le cadre du processus Afnor et qui n'ont pas été consultés dans le cadre du dispositif de la loi de 2005. La composition de la commission prévoit seulement quatre représentants d'organisations de commerce équitable sur un total de vingt-deux participants, dont huit représentants ministériels.

De son côté, la Belgique fait figure de chef de file en raison du label social belge instauré en 2002⁹⁸. À la différence des certifications privées, le label social relève de l'État et, tout en étant volontaire, couvre l'ensemble des acteurs économiques qui souhaitent s'en prévaloir. Le dispositif prévoit la vérification des conventions de l'OIT par des auditeurs indépendants et par un comité composé de représentants ministériels, d'employeurs, de syndicats de consommateurs et d'ONG. Dans la perspective de la transposition d'une directive européenne sur les achats publics, le gouvernement lance une vaste réforme de son Code des marchés publics afin de faciliter l'achat de produits responsables en Belgique. Or la transposition de la loi ouvre un débat sur le « traitement spécial » du commerce équitable. Alors qu'apparaissent sur le marché des certifications *fair and free trade* (commerce juste et libre), les entreprises conventionnelles dénoncent une

98. Voir Coopération technique belge et Fair Trade Center, *Le Commerce équitable en Belgique : quelles pistes de reconnaissance officielle ? Étude de différentes pistes de reconnaissance du commerce équitable*, rapport final, décembre 2006.

En ligne. www.befair.be/fr/articles/www-befair-be/2-ressources/commerce-equitable/quelques-etudes-et-rapports.cfm

Voir aussi : Max Havelaar Belgique, *Lettre ouverte à la Fédération des entreprises de Belgique*, 2008. En ligne. www.maxhavelaar.be/fr/node/487

J.-F. Munster, « Équitable versus durable », *Le Soir*, 30 mai 2008. En ligne. www.lesoir.be/actualite/economie/consommation-la-feb-s-oppose-2008-05-30-602138.shtml

Collectif, « Commerce équitable : un label, SVP ! », *La Libre Belgique*, 2008. En ligne. www.lalibre.be/index.php?view=article&art_id=460017

préférence accordée aux produits équitables, mesure jugée discriminatoire et protectionniste. Un lobby a été constitué en ce sens pour que les autorités publiques n'achètent pas de produits équitables. Finalement, la loi adoptée en janvier 2007 donne une définition plus floue des achats « durables ».

En Italie, la situation est encore différente. L'initiative de régulation italienne de commerce équitable se caractérise par une forte alliance entre le mouvement du commerce équitable et le pouvoir législatif. En 2003, les acteurs du commerce équitable (AGICES, l'association nationale des Magasins du Monde) se réunissent pour établir des propositions de loi. Celles-ci sont adressées à l'AIES (Associazione Interparlamentare per un Commercio Equo e Solidale), un groupe interparlementaire créé en 2004, qui lui-même les soumet au Parlement. Cette loi définit les pratiques du commerce équitable (paiement du juste prix, amélioration de la qualité des produits et des services, amélioration des normes environnementales, transparence, respect des conventions de l'OIT). Ces acteurs doivent être organisés de façon démocratique et collective, mais, surtout, les organisations sont à but non lucratif. Ainsi, selon cette loi, une entreprise capitaliste traditionnelle ne peut revendiquer le statut d'acteur du commerce équitable. Enfin, ces organisations de commerce équitable (OCE) ont trois activités principales : la commercialisation des produits, l'éducation des consommateurs et l'accompagnement des producteurs. La majorité du chiffre d'affaires doit provenir de l'activité économique. Afin de faire appliquer ce dispositif, la loi italienne prévoit une commission de cinq personnes, mais les mécanismes de sanction pour l'utilisation abusive du terme « commerce équitable » ne sont pas encore établis. Ainsi, l'exemple italien, contrairement à l'exemple français, se caractérise par une participation active des acteurs du commerce équitable dans l'élaboration des règles. Toutefois, cette prépondérance conduit à une définition restrictive des acteurs, l'ensemble des acteurs économiques ne pouvant participer au jeu.

Le tour d'horizon de ces initiatives européennes montre que subsiste toujours la question de la conformité du commerce

équitable avec les normes instaurées notamment à l'échelle du commerce international. En France, le cadre et le contenu de la norme sur le commerce équitable sont tellement souples qu'ils peuvent facilement se conformer aux normes qui fondent le libre-échange européen et international : l'égalité de traitement et la non-discrimination. Mais le commerce équitable dans son essence est-il conforme aux principes du libre-échange et aux règles de l'OMC ? Sera-t-il immanquablement menacé d'illégalité à moins de se conformer à des définitions de complaisance compatibles avec les règles du commerce international traditionnel ? Or n'était-ce pas l'ambition du commerce équitable de changer ces règles ? D'un autre côté, si certaines initiatives nationales s'imposent comme en Italie, le cadre régissant le commerce équitable pourrait bien se transformer en barrière à l'entrée non seulement pour les entreprises conventionnelles, mais également pour les autres entreprises, notamment étrangères. Est-ce bien là l'ambition du commerce équitable ?

La régulation internationale du commerce équitable

En réponse aux menaces protectionnistes, l'un des accords de l'OMC, le Technical Barriers to Trade Agreement, a pour but d'imposer aux gouvernements l'utilisation de standards internationaux de type ISO à la place de réglementations techniques nationales. C'est pourtant à l'État que revient le droit de définir les règlements techniques, les normes et les certifications des produits qu'il importe et exporte. Mais pour limiter des règlements arbitraires qui serviraient un protectionnisme disproportionné et la création délibérée d'obstacles au commerce, l'OMC a mis en place des principes d'équivalence et d'harmonisation. L'examen des cadres normatifs et juridiques des certifications suscite néanmoins des doutes sur l'application de ces principes : certaines normes sont très restrictives, alors que les critères diffèrent fondamentalement d'un pays à l'autre. En ce sens, les producteurs du Sud parviennent

difficilement à pénétrer les marchés alternatifs du Nord, à moins d'acquiescer, au prix fort, une certification spécifique.

C'est le cas, parmi d'autres, de la certification biologique aux États-Unis. Ces derniers imposent en effet depuis 2002 leurs propres normes d'accréditation pour les certificateurs. Ils ont décidé d'implanter différentes dénominations de labellisation biologique sans s'inspirer de la référence internationale en la matière, le Codex Alimentarius, et en préférant statuer sur les substances interdites, les procédés de production et les conditions d'élevage. De plus, pour l'importation, les États-Unis ne reconnaissent aucune équivalence aux systèmes de certification des pays tiers, ce qui oblige ces derniers à être accrédités auprès de l'organisation responsable aux États-Unis, le National Organic Program.

L'enjeu du Technical Barriers to Trade Agreement est donc d'uniformiser les normes internationales du commerce. En Europe, cette exigence s'inscrit dans la New Approach Directive stipulant que ces standards deviennent des exigences législatives qui s'imposent aux États.

En ce qui concerne la régulation du commerce équitable, la question est donc de savoir s'il serait envisageable, voire souhaitable, d'aboutir à une norme unique de commerce équitable, applicable à tous, sur tous les territoires. En France, le Conseil de la concurrence est saisi de la question depuis 2006 par le ministère de l'Économie. Il doit déterminer si la pratique d'un prix minimal garanti par produit est constitutive d'une entente qui ferait obstacle à la fixation du prix par le libre jeu du marché. Sans se prononcer sur la légalité des pratiques équitables, le conseil publie néanmoins un avis sur deux aspects susceptibles de porter atteinte à la libre concurrence : la fixation du juste prix et l'instauration d'un système de certification. Pour ce qui est de la fixation du prix entre un importateur et un producteur, celle-ci n'est pas préjudiciable tant que les restrictions à la concurrence sont localisées dans les pays en développement et qu'elles n'entravent pas la liberté de comportement des acteurs économiques en aval, ni l'éventail des prix possibles pour le consommateur final. En revanche, la

situation serait différente si les parts de marché de produits équitables se développaient significativement et si la formation du prix concernait l'aval des filières. En résumé, tant que le commerce équitable concerne les relations Nord-Sud et tant qu'il constitue une niche de marché, il ne pose pas de problème de conformité avec les règles du libre-échange. Pour ce qui est de l'instauration d'un système de certification, le conseil recommande que la réglementation en cours évite d'instaurer le monopole d'un certificateur, mais également une trop forte concurrence entre plusieurs systèmes de certification qui irait à l'encontre de la protection des consommateurs. Car la protection des consommateurs, qualifiée d'intérêt public par le conseil, est un des éléments qui pourrait justifier l'acceptation d'une entente, à condition qu'elle contribue au progrès économique, qu'elle maintienne une concurrence suffisante et qu'elle ait un caractère indispensable. Ainsi, l'action des États est limitée. Les normes législatives et réglementaires ne doivent pas être trop restrictives, ni trop libérales... Par exemple, les États ne peuvent totalement déléguer leur pouvoir de régulation à des acteurs privés tels que les syndicats professionnels. Face à ce problème, les normes ISO sont reconnues comme conformes aux règles de l'OMC.

La question est donc de savoir quelle doit être la place des autres parties prenantes dans l'élaboration d'une norme internationale du commerce équitable : les consommateurs, les producteurs, les acteurs de commerce équitable, les syndicats, les entreprises. L'activité du Comité pour la politique en matière de consommation (Copolco) au sein de l'ISO illustre la pertinence des consommateurs dans tout dialogue portant sur la régulation du commerce, équitable ou non. D'ailleurs, l'exemple du Brésil montre qu'il est possible, au niveau national, d'avoir à la fois un système participatif et un système délocalisé. Mais ce modèle pourrait-il être décliné au niveau international dans le cadre de l'ISO ?

Tout d'abord, le projet d'une norme internationale ISO sur le commerce équitable contraste *a priori* avec l'initiative brésilienne qui tend vers une relocalisation du commerce équitable, vers des

systèmes locaux et régionaux de certification et de labellisation. Si l'uniformité des normes ISO est un avantage en ce qui concerne les aspects techniques, ce n'est pas forcément le cas pour des normes à portée environnementale ou sociale, comme l'attestent les différentes initiatives nationales, notamment au Sud. La question de la finalité de la régulation se pose alors : encadrer le commerce équitable pour qu'il soit conforme aux normes du libre-échange établies par l'OMC en instaurant une norme unique ou garantir la souveraineté alimentaire des citoyens et la protection de l'environnement en privilégiant une approche au cas par cas.

L'implication des organisations sur la question de la régulation internationale du commerce équitable nécessite qu'elles disposent de ressources techniques et humaines, de compétences, de relais et mettent en place des alliances avec d'autres organisations ayant clairement pour vocation de promouvoir la justice sociale et le respect de l'environnement, ce qui n'est pas encore le cas aujourd'hui, les réseaux de producteurs étant sous-représentés. En témoigne la réaction presque unanime du mouvement international du commerce équitable, représenté par FINE (FLO, IFAT, NEWS! et EFTA), sur le projet de norme ISO. FLO voit dans cette initiative l'ouverture d'une concurrence qui fragiliserait son système de certification de commerce équitable. Le mouvement fait front et dénonce l'initiative. Mais, en France, cette position n'est pas suivie par le réseau Minga. Celui-ci, tout en dénonçant la loi française de 2005 et l'accord Afnor de 2006, annonce qu'il est favorable au projet de norme ISO, porté en France par la même Afnor... Minga justifie cette position en arguant que la concurrence sur les systèmes de garantie serait profitable aux consommateurs et que l'objectif du commerce équitable doit être la souveraineté alimentaire et la biodiversité, et non la préservation du monopole existant.

Les États, garants de l'intérêt général, sont aussi des acteurs économiques sur la scène internationale. Ils sont à la fois producteurs et consommateurs de produits tout en étant régulateurs des pratiques. Ils défendent leurs intérêts économiques portés par leurs

entreprises nationales. Si l'influence des entreprises multinationales semble plus importante aujourd'hui, leurs pratiques restent régulées par des accords internationaux signés par les États. Les relations entre les entreprises et les gouvernements sont de plus en plus interdépendantes tant leurs intérêts sont amenés à se rejoindre sur la scène internationale. Dans le cadre des négociations internationales, le mouvement du commerce équitable dénonce l'iniquité des règles commerciales actuelles, les marchés du Nord bénéficiant de mesures protectionnistes qui empêchent la libre circulation des produits du Sud. Les États défendent des intérêts qui visent à protéger leur propre marché au détriment de ceux des pays du Sud. Le commerce équitable pourrait donc être coincé entre sa quête d'un soutien nécessaire de la part des États en interne et l'obligation de rester vigilant compte tenu des intérêts que ces États défendent sur la scène internationale.

C'est cette relation ambiguë avec les États, mais également avec les entreprises classiques, que les acteurs du commerce équitable doivent équilibrer. Trop de dépendance les conduirait à cautionner des politiques qui ne répondent pas aux objectifs du commerce équitable, et trop d'autonomie à perdre une reconnaissance et un cadre de régulation permettant le développement du commerce équitable.

Pour conclure...

Le commerce équitable est davantage reconnu pour ses aspirations éthiques et politiques que pour sa cohabitation avec les États. Pourtant, c'est dans cette relation que le mouvement se développe et cherche à s'opposer aux règles du commerce conventionnel. Il reste à savoir quel rôle y jouent les États.

Au Brésil, où l'intérêt des producteurs prime, on tend à vouloir donner à l'État le pouvoir d'élaborer les normes, de les mettre en œuvre et de contrôler leur application, et ce, à travers une alliance interministérielle et la participation de la société civile. En France, alors que les acteurs du commerce équitable cherchaient l'appui

européen dans une optique de normalisation, c'est l'État qui, sans faire appel à eux, s'est chargé de mettre en place une commission d'évaluation et de définir le mouvement en des termes qui sont loin de faire l'unanimité parmi ses instigateurs. En Italie, l'État travaille exclusivement avec les principaux acteurs du commerce équitable au détriment de la société civile et d'une multitude d'acteurs qui pensent avoir leur mot à dire. En Belgique, finalement, la prise de position des pouvoirs publics vis-à-vis de ses politiques d'achats a engendré de virulentes critiques de la part des entreprises, pour lesquelles les mesures prises en faveur du commerce équitable relevaient du protectionnisme et de la discrimination. Cela a abouti à un compromis autour de la définition vague d'« achats durables ».

En plus d'arbitrer les acteurs et d'encadrer les échanges économiques, l'État est aussi le promoteur de démarches qui s'inscrivent dans les priorités de son agenda politique, telles que le développement durable, l'aide au développement, ou la sécurité alimentaire. C'est donc tout naturellement qu'il a pu devenir l'allié du commerce équitable ; il lui a ainsi offert la reconnaissance utile à sa légitimité et développe bien souvent un cadre juridique qui lui est favorable. L'État accorde aussi la plupart du temps un soutien financier dont le mouvement équitable ne saurait se passer, qu'il s'agisse des subventions qu'il utilise pour sa promotion et la survie de ses organisations ou des politiques d'achats publics qui permettent non seulement d'accroître les ventes de produits équitables, mais également de donner l'exemple aux consommateurs et aux entreprises.

Dans cette dynamique, le mouvement est devenu dépendant de la structure qu'il cherchait à transformer. Le commerce équitable, dont l'ambition était de réformer les règles du commerce international et donc d'influencer l'État régulateur, est aujourd'hui régulé, ou cherche à le devenir, par ce dernier. Par ailleurs, l'amalgame éthique, durable ou responsable dans lequel il a parfois été relégué en échange d'un soutien de la part des pouvoirs publics jette un flou sur ses perspectives d'avenir. Enfin, l'accointance avec les

programmes d'aide au développement n'est-elle pas fondamentalement contradictoire avec le slogan "Trade, not Aid" dont le mouvement a voulu faire son emblème ?

Alors que la régulation du commerce équitable à l'échelle internationale oscille entre la conformité aux règles du commerce international traditionnel et l'assurance d'une sécurité et d'une souveraineté alimentaires pour les pays producteurs, le mouvement équitable fait face à un nouveau questionnement : est-il préférable de favoriser des régulations nationales qui permettraient au mouvement d'être reconnu un peu partout et d'être intégré et appuyé dans des programmes nationaux, ou faut-il insister davantage pour mettre en place une nouvelle régulation internationale qui mette un terme aux pratiques commerciales conventionnelles porteuses d'iniquités Nord-Sud ?

Peut-être le mouvement pourrait-il, dans un premier temps, instaurer des régulations nationales afin de permettre la reconnaissance du commerce équitable à cette échelle et de garantir aux producteurs un soutien dans leurs initiatives de certification. Dans un second temps seulement, et lorsqu'un nombre important de pays seront engagés dans le mouvement équitable, on pourrait imaginer l'élaboration d'une régulation internationale, fruit d'un véritable dialogue Nord-Sud. L'institutionnalisation du commerce équitable doit donc être pensée aux niveaux national et international, même s'il est difficile d'anticiper ce qu'il restera de son projet initial à travers ce processus.

6.

D'autres voies pour le commerce équitable

Un visage du commerce équitable à l'indienne⁹⁹

La mousson vient à peine de se terminer, emportant avec elle la chaleur suffocante et les pluies diluviennes qui, depuis trois mois, ont balayé l'État du Madhya Pradesh (centre de l'Inde), cloîtrant chez eux les cultivateurs de coton du district de Dhar. Aucune amertume ni impatience pourtant chez ces fermiers dont les petites parcelles de terre arable tirent l'essentiel de leur fertilité de ces inondations limoneuses. Trois mois, c'est peut-être long, mais les agriculteurs du village de Lohari en ont profité pour se reposer et s'occuper de leurs familles en attendant le début d'un nouveau cycle de récolte.

En ce mois de septembre 2006, une dure saison commence maintenant avec son lot d'inquiétudes et de déconvenues. La nature leur laissera-t-elle un peu de répit ? La mousson fut bonne, certes, mais la culture du coton est particulièrement exigeante et les prochains mois seront cruciaux. Il faudra être vigilant, spécialement quant aux invasions d'insectes qui peuvent anéantir des mois

99. Ce cas est tiré d'un projet de recherche de maîtrise dont le mémoire est à paraître en 2009 : J. Boucher, *Du biologique à l'équitable, un label en cachera-t-il un autre ? Étude de cas d'une filière de coton biologique et équitable en Inde*, université du Québec à Montréal.

de labeur en un rien de temps. La plupart des fermiers devront s'endetter lourdement pour se procurer des produits chimiques dont l'utilisation assurera peut-être un volume de récolte leur permettant de rembourser les *money lenders* (prêteurs d'argent)¹⁰⁰. Ceux-ci profitent de l'absence de banques dans ces régions isolées pour prêter de l'argent à des taux exorbitants : parfois 20 ou 30 % par an... Le risque financier est en effet élevé et les conséquences de ces prêts peuvent s'avérer dramatiques. De nombreux paysans, incapables de rembourser leur prêteur à la suite d'une saison désastreuse, en ont été réduits aux pires extrémités. Dans l'État voisin du Maharashtra notamment, les suicides de fermiers font tous les jours les manchettes des journaux. C'est pourquoi l'organisation Vidarbha Jan Andolan Samiti se bat pour augmenter le prix du coton offert par l'État aux agriculteurs et ainsi enrayer le cercle vicieux ayant mené à la mort de centaines de paysans.

Les fermiers du district de Dhar sont bien mieux lotis. Ici, ce n'est pas l'État, mais une puissante famille de la région qui prend en charge l'achat de la quasi-totalité de la production locale. Après avoir centralisé le coton graine, l'entreprise Mahima, gérée par cette famille, le transforme afin d'approvisionner l'industrie textile qui se développe un peu partout en Inde. De confession jaïne, les membres de cette famille jouissent d'une très grande crédibilité et d'un profond respect de la part des cultivateurs qui reconnaissent en eux toutes les vertus associées à leur religion : intégrité morale, respect absolu et inconditionnel de toute forme de vie, non-violence... Les membres de la communauté s'en remettent entièrement, et ce, depuis des générations, à cette élite locale pour les guider non seulement dans leurs travaux agricoles, mais également au quotidien : ne parlant pas le hindi, encore moins l'anglais, les fermiers du district de Dhar demeurent extrêmement isolés et le soutien de la puissante famille apparaît le plus souvent comme leur unique recours en cas de besoin.

100. Les *money lenders* sont les équivalents des coyotes en Amérique latine.

Élément essentiel du tissu social et économique du district, Mahima est plus qu'une entreprise car elle constitue le lien privilégié entre les agriculteurs et les autorités locales pour lesquelles elle assure notamment le recensement de la population. Un partenariat public-privé a également été conclu afin de financer la construction de barrages et de canaux essentiels à l'irrigation mécanique des champs. Le coton est en effet très gourmand en eau et de nombreux fermiers devaient jusqu'à présent s'accommoder d'un vieux système électrique capricieux. Pas facile lorsque l'alimentation en électricité n'est disponible que quelques heures par jour. Mahima constitue également un lien privilégié et quasi exclusif entre les cultivateurs et le marché du coton, marché dont la plupart des fermiers ne soupçonnent même pas l'existence. Ils n'aspirent pour la plupart qu'à vivre décemment des fruits de leur travail et confient à la famille jaïne le soin de commercialiser leur production. Leur univers ne va guère plus loin que les frontières de leur district et ils ne se projettent que très rarement au-delà de la prochaine mousson.

Depuis quelque temps pourtant, la vie sereine et tranquille de certains de ces fermiers est agrémentée de visites pour le moins inopinées dans cette région du fin fond de l'Inde rurale. Bravant les quelque 100 kilomètres de routes chaotiques séparant le district de Dhar et Indore où se situe l'aéroport le plus proche, de plus en plus de journalistes, de chercheurs et d'entrepreneurs, pour la plupart occidentaux, viennent observer les cultivateurs de coton et les interroger sur leurs habitudes de vie et leur travail. Peu habitués à ce genre d'exercice, les agriculteurs ne s'en prêtent pas moins au jeu et apprécient de plus en plus ces rencontres inédites : leur mode de vie intéresse beaucoup d'étrangers et ils en sont fiers !

C'est l'entreprise Mahima qui suscite cet engouement soudain, plus particulièrement son plus récent projet de culture de coton labellisé biologique : Mahima Organic Cotton Technologies. En quelques années, ce projet a pris une ampleur considérable : alors que 300 familles de fermiers étaient impliquées au début des années 2000, elles sont maintenant 1 500, réparties sur tout le district de

Dhar. Encore très minoritaires par rapport aux agriculteurs conventionnels, les fermiers biologiques font de plus en plus d'émules parmi leurs voisins, au point que Mahima ne peut répondre favorablement à l'ensemble des candidatures. La conversion à l'agriculture biologique est effectivement très tentante, voire salutaire, pour des producteurs de plus en plus dépendants des intrants chimiques dont les prix se sont littéralement envolés ces dernières années.

Une équipe formée d'une quinzaine de personnes issues de la communauté des agriculteurs travaille aujourd'hui quotidiennement à réapprendre aux fermiers des gestes et des techniques utilisés par leurs aïeux avant l'industrialisation de l'agriculture prônée par la « révolution verte » indienne. Afin d'assurer l'autosuffisance alimentaire du pays, l'État déploya effectivement dans les années 1960 une politique agricole incitant à l'utilisation massive d'herbicides et autres pesticides afin d'atteindre des objectifs de productivité à la hauteur de la croissance démographique du pays.

Dans le district de Dhar, notamment, les savoir-faire relatifs à l'agriculture biologique, c'est-à-dire à la sélection, à la collecte et au traitement des déchets agricoles et de certains végétaux aux vertus avérées, sont presque oubliés. La réhabilitation de ces méthodes traditionnelles est cependant en marche, soutenue par le travail de l'équipe de Mahima. Cette volte-face environnementale au profit du biologique, doublée de la relation si particulière établie entre Mahima et les agriculteurs du district, a donc tout naturellement attiré l'attention de nombreuses personnes au Nord, notamment de certains acteurs impliqués dans le commerce équitable et biologique. C'est le cas de l'entreprise française Ideo qui, depuis 2002, importe des vêtements équitables et biologiques produits en Inde afin d'alimenter ses boutiques partenaires en Europe.

Deux fois par an, des émissaires de la petite structure parisienne parcourent quelque 7 000 kilomètres afin de visiter et d'inspecter leurs partenaires commerciaux en Inde. Accompagnés par l'équipe de Mahima Organic Cotton Technologies, sans laquelle tout contact avec les fermiers serait impensable, les gens d'Ideo

s'imprègnent du quotidien des cultivateurs afin de s'assurer de l'amélioration de leurs conditions de vie et de travail. Entre le traditionnel thé chai offert par les hôtes et les visites des champs de coton, il devient alors possible pour cet acteur de la mode équitable de personnaliser la matière première à partir de laquelle les vêtements qui ont été pensés et dessinés en France seront tissés et assemblés.

Ideo n'est pourtant pas le partenaire direct et exclusif de Mahima Organic Cotton Technologies. Mahima s'occupe de fournir du coton biologique à de nombreux ateliers de confection textile un peu partout en Inde. Un des tout premiers ateliers à se fournir en coton biologique chez Mahima est situé à Umergam dans l'État de Gujarat. Il s'agit de l'entreprise Purecotz Creation, partenaire historique d'Ideo avec lequel l'entreprise française a tissé un lien tout à fait étonnant, fondé sur la confiance et l'adaptation mutuelles. L'atelier indien s'est récemment installé dans un nouveau bâtiment de la zone industrielle d'Umergam. Les travaux d'agrandissement de cette nouvelle structure viennent tout juste de se terminer afin d'accueillir une centaine de nouveaux employés, portant ainsi l'effectif total à 400 personnes. Les salariés de Purecotz Creation travaillent désormais dans un atelier des plus modernes. L'augmentation significative du nombre de salariés traduit une forte progression de l'activité : la demande des consommateurs du Nord en vêtements biologiques et équitables est en pleine explosion et les commandes d'Ideo n'ont fait qu'augmenter depuis le début du partenariat commercial en 2003.

La direction de l'atelier souhaite maintenant stabiliser sa masse salariale : grandir trop vite présente certains risques et Purecotz Creation préfère refuser aujourd'hui des commandes plutôt que de souffrir demain d'un éventuel fléchissement de la demande. Ce ne fut pourtant pas le cas au cours des quatre dernières années, durant lesquelles l'effectif de Purecotz Creation a été multiplié par vingt. Et si les employés de l'atelier ne tarissent aujourd'hui pas d'éloges au sujet de leur principal partenaire, ce n'est pas seulement pour les nombreuses créations d'emplois qu'a engendrées cette

collaboration. En effet, la qualité des emplois chez Purecotz Creation a aussi connu une franche amélioration, d'autant plus notable que les conditions de travail du secteur textile en Inde sont parfois très difficiles : les ateliers de misère y pullulent. Exposés sans protection à de nombreux produits dangereux, peu ou pas formés et mal payés, les travailleurs du secteur subissent de plein fouet les affres d'un système de production visant à minimiser le prix pour le consommateur, laissant aux populations du Sud le soin d'assumer les coûts sociaux et environnementaux de la production. La prise de conscience au Nord de ces inégalités criantes explique en partie le succès du commerce équitable en général, et celui d'Ideo en particulier.

La jeune entreprise se sera effectivement engagée, dès sa création en 2002, pour la mise en place de relations saines, tant sur le plan social que sur le plan environnemental, avec ses fournisseurs du Sud. Engagées et militantes, les deux fondatrices d'Ideo ont dû batailler ferme pour développer un secteur encore inexistant. Peu de gens imaginaient à l'époque qu'une entreprise puisse être à la fois vraiment équitable et lucrative. Les premiers mois furent d'ailleurs plutôt difficiles : le secteur était totalement en friche, et le choix des partenaires assez délicat. Ce n'est qu'après quelques déconvenues qu'Ideo a finalement passé sa première commande auprès d'un petit atelier de confection textile au bord de la faille, mais qui avait déjà la particularité de n'utiliser que du coton biologique : Purecotz Creation.

À l'époque, les dix-neuf employés de l'atelier devaient s'accommoder de quelques machines à coudre vieillissantes installées dans un petit local mal aménagé. Leurs conditions de travail et leurs salaires étaient peu enviables, tout comme leur secteur d'activité était peu valorisé : au Sud comme au Nord, les vêtements en coton biologique n'étaient pas encore en vogue. Les conditions étaient donc réunies pour l'entreprise française désireuse de s'associer à une structure en difficulté, certes, mais partageant un certain nombre de ses convictions. Compte tenu du profond écart tant social que culturel existant entre l'Inde et la France,

Ideo a misé sur une approche non contraignante et volontaire avec ses partenaires : encourager ce qui est bien fait, proposer pour le reste.

Ainsi, pas à pas, certaines avancées sociales majeures ont accompagné le développement économique de Purecotz Creation. Les salaires à l'embauche sont aujourd'hui supérieurs au salaire minimal en vigueur dans l'État. Les plus anciens employés ont vu leur rémunération tripler, voire quadrupler, en même temps que leurs responsabilités augmentaient au sein d'une structure qui n'en finissait plus de grandir. Ces personnes ont ainsi bénéficié d'une véritable ascension sociale, assez rare dans un pays où la destinée d'un individu est bien souvent décidée dès la naissance. Les centaines de tailleurs, commis et cadres de l'atelier disposent également maintenant d'une assurance médicale pour eux et les membres de leur famille. Au début sceptique quant aux coûts associés à cette couverture santé assez inédite en Inde¹⁰¹, la direction de Purecotz Creation aura tout d'abord laissé à Ideo le soin d'en assumer la charge avant que sa solidité financière ne lui permette de prendre seule le relais. Par ailleurs, les employés et l'entreprise cotisent maintenant mensuellement, et à parts égales, à un régime de retraite ; ces mesures s'inscrivent dans le long terme, à l'instar du partenariat avec Ideo. Tous ces progrès n'auraient sans doute jamais pu voir le jour sans le succès rencontré par la marque Ideo en France et en Europe. Cette réussite n'est pourtant pas le fruit du hasard.

En 2003, le partenariat Ideo-Purecotz Creation n'en est qu'à ses débuts. Les ventes de produits équitables et biologiques sont en nette progression au Nord grâce à la sensibilisation croissante des consommateurs. Cependant, les produits manufacturés en général, et les textiles en particulier, sont encore boudés par les promoteurs du commerce équitable. Parallèlement, le concept de mode éthique émerge, notamment grâce à diverses campagnes de

101. Moins de 1 % de la population indienne en bénéficie.

promotion militant pour l'amélioration des conditions de travail dans le secteur textile.

Entre une offre équitable encore inexistante et un secteur de la mode éthique aux contours assez flous, les deux fondatrices d'Ideo sont convaincues de pouvoir développer leur concept original. Mais pour concrétiser ces ambitions, il faut disposer de moyens financiers d'autant plus importants que l'entreprise est encore très jeune : la rentabilité économique s'impose vite comme une condition nécessaire à la réussite du projet. Si le succès n'est pas évident à l'époque, la prise de risque n'en est pas moins calculée. Il n'y a effectivement pas ou peu de concurrents pour Ideo qui peut donc développer son activité sans craindre de perdre des parts d'un marché qui reste encore à développer. Mais l'absence de concurrence est aussi synonyme d'absence de normes : tout est à faire.

La méthode s'affine donc peu à peu : les visites en Inde se font plus nombreuses et la communication en Europe s'organise pour crédibiliser la marque Ideo et ses engagements auprès de ses partenaires en Inde. La tâche est ardue car le label équitable, auquel les consommateurs se fient de plus en plus lorsqu'ils achètent un produit équitable en supermarché, n'existe pas pour les vêtements. Qu'à cela ne tienne, le logo d'Ideo fera rapidement office de garantie équitable pour les clients des boutiques distribuant les collections du designer français. Le site Internet de la compagnie, où les photographies et les rapports de mission abondent, devient vite un outil privilégié pour faire connaître la marque. L'accent est notamment mis sur l'utilisation exclusive de coton biologique et une large section du site est consacrée aux ravages provoqués par les OGM (le coton Bt) dans certaines communautés de cultivateurs indiens. Le site permet d'afficher les différents projets sociaux et environnementaux en plus des collections de prêt-à-porter : Ideo conjugue ainsi la mode et l'équitable.

Soutenue par le bouche-à-oreille et quelques articles parus dans les médias, la notoriété de la marque française progresse et le cercle devient vite vertueux : Ideo se construit une assise financière lui permettant de consolider ses investissements en Inde, ce qui

crédibilise son activité et attire de plus en plus de consommateurs, et ainsi de suite... Entre 2003 et 2004, le chiffre d'affaires d'Ideo double.

Aujourd'hui, de nombreuses entreprises emboîtent le pas d'Ideo en France, mais aussi en Europe et en Amérique du Nord. Par ailleurs, les grands acteurs traditionnels du mouvement équitable comme FLO investissent le secteur des produits transformés par l'entremise de codes de conduite qui viennent en quelque sorte compléter le label équitable au niveau des usines de transformation de la matière première. Ideo fait face à cette nouvelle concurrence en capitalisant sur son expérience et sa notoriété. L'entreprise développe maintenant de nouveaux produits et de nouvelles filières au sein de communautés défavorisées à Madras (est de l'Inde), au Pérou et au Cambodge. L'objectif est d'offrir aux clients de ses boutiques partenaires une gamme de vêtements tout aussi diversifiée qu'une autre marque, sans pour autant fléchir sur les valeurs et les principes qui constituent l'essence même du projet d'Ideo. L'entreprise est ainsi devenue emblématique d'un nouveau commerce équitable qui s'est développé en marge des filières et des institutions traditionnelles du commerce équitable en proposant une interprétation et une mise en œuvre des principes équitables qui lui sont propres.

Quelle commercialisation pour les produits équitables ?

S'il a marqué l'essor et même la naissance du commerce équitable tel que nous le connaissons aujourd'hui, le développement de la filière labellisée a suscité des tensions entre les différents acteurs se réclamant du mouvement. Dans certains pays, cette tension s'est longtemps traduite par une opposition, et même un conflit ouvert entre la filière labellisée, jugée commerciale et « impure », et la filière intégrée, considérée comme militante et irréaliste. Les protagonistes ont consacré beaucoup d'énergie à défendre l'une ou l'autre des filières, donnant parfois l'impression qu'une

rupture dans le mouvement était inévitable. Pendant ce temps, de nouvelles initiatives en marge des deux filières traditionnelles ont vu le jour, comme ce fut le cas d'Ideo, illustrant par la créativité que la concrétisation des principes équitables peut prendre une multitude de formes.

Dès sa fondation, l'entreprise Ideo s'est efforcée de populariser sa marque et son logo afin qu'ils soient associés, dans l'esprit du consommateur, aux principes et valeurs du commerce équitable. La comparaison avec la filière labellisée, qui, par l'intermédiaire du logo FLO et de marques certifiées comme Alter Eco en France ou encore Equita au Québec, présente les mêmes objectifs, s'imposerait d'elle-même si le modèle de distribution choisi par Ideo n'était pas fondamentalement différent. En décidant de ne fournir que de petites boutiques spécialisées dans la mode, la marque Ideo a fait le choix délibéré de renoncer à la grande distribution. Il faut dire que le secteur de la mode n'est pas le secteur de l'alimentaire : le réseau très dense de petites boutiques indépendantes est un acteur clé de la distribution de vêtements. Sans compter que la grande distribution ne correspond pas à l'image que voulait se donner la marque Ideo. La stratégie hybride d'Ideo s'avère aujourd'hui payante pour l'entreprise, mais également pour ses partenaires en Inde, puisque le chiffre d'affaires de la société a dépassé le million d'euros en 2006. Il apparaît ici clairement que la distribution en boutiques spécialisées peut également être lucrative et judicieuse d'un point de vue commercial.

Par ailleurs, d'autres trajectoires sont possibles. La société Alter Eco a fait le choix de commercialiser des produits labellisés Max Havelaar. Le succès de cette entreprise illustre bien le potentiel commercial du commerce équitable en grande distribution comparativement à la distribution en boutique spécialisée. Lorsque la société est créée en 1999, elle fait d'abord le choix, tout comme Ideo, de la distribution spécialisée et ouvre un magasin dédié aux produits artisanaux de commerce équitable en plein centre de Paris. Constatant que le chiffre d'affaires ne progresse pas, son fondateur et président, Tristan Lecomte, se tourne vers la grande

distribution afin d'augmenter les volumes vendus. Le magasin parisien ferme en 2002, et la société se spécialise dans le secteur alimentaire du commerce équitable, tout en signant son premier contrat d'exclusivité avec la société Monoprix la même année. Dès l'année suivante, ses produits sont référencés par d'autres distributeurs. Alter Eco est rentable dès la fin de la première année en grande distribution, et son chiffre d'affaires est multiplié par dix entre 2002 et 2005 (18 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2006). L'entreprise a beaucoup investi dans la communication, la sensibilisation du consommateur et la reconnaissance de sa propre marque, tout en mettant en avant ses propres critères d'évaluation de commerce équitable, le FTA 200.

Il apparaît donc que la dualité entre la filière intégrée, militante mais désargentée, et la filière labellisée, édulcorée mais efficace, ne correspond finalement qu'à une caricature de la réalité tant le portrait du mouvement du commerce équitable est nuancé et diversifié. La plupart des acteurs s'approprient en effet les principes et les outils du mouvement équitable dans le but de mettre en place des filières adaptées à leurs secteurs. Ces acteurs partagent pourtant les mêmes ambitions pour leurs activités : crédibilité et viabilité économique. Toute la difficulté réside dans l'agencement de ces deux aspects fondamentalement dépendants l'un de l'autre dans l'optique d'un commerce équitable efficient et cohérent.

La crédibilité des systèmes de garantie

La diversité des modèles de commerce équitable qui se déploient aujourd'hui au-delà des deux filières traditionnelles renouvelle la question des systèmes de garantie qui assurent au consommateur la qualité équitable du produit. La filière labellisée garantit le caractère équitable du produit par l'intermédiaire d'un cahier des charges essentiellement destiné au producteur, dont le respect est vérifié par un système d'inspection faisant intervenir un vérificateur externe et indépendant, ce qui donne droit au logo. En se limitant aux acteurs du Sud, le système de garantie de la filière

labellisée suscite la polémique, comme on l'a vu au chapitre 4, alors que des produits dits « équitables » transitent par un réseau de distribution traditionnel, parfois décrié pour ses pratiques douteuses en matière de relations de travail. La filière intégrée prétend pour sa part assurer l'équité non seulement du produit, mais aussi des pratiques des différents acteurs impliqués tant dans la production que dans la confection et la distribution du produit, sans toutefois reposer systématiquement sur une vérification externe et indépendante. En fait, l'indépendance de la vérification dans la filière intégrée n'est jamais assurée. Le lieu de distribution devient par conséquent garant du caractère équitable des produits qu'on y trouve, et ce, indépendamment de la présence d'un logo. La filière intégrée n'est toutefois pas exempte de critiques : des voix émergent en effet pour réclamer plus de transparence notamment sur les marges dégagées par ces boutiques spécialisées fonctionnant, pour beaucoup, grâce à des travailleurs bénévoles.

La garantie équitable des Magasins du Monde et autres boutiques Dix Mille Villages repose sur l'autoévaluation des organisations, revue par les pairs avec un contrôle limité d'experts (10 % d'audits externes)¹⁰². Les organisations membres, producteurs, importateurs ou points de vente, reçoivent un guide dans lequel les dix critères de l'IFAT sont traduits en indicateurs de mesure. Ces critères ont été discutés lors des assemblées générales de l'IFAT et visent à couvrir l'ensemble des ambitions du commerce équitable, mais la faible proportion de contrôles externes au profit de l'évaluation en interne pose tout de même un certain nombre de questions, la crédibilité des uns étant, au sein des membres de l'IFAT, entièrement dépendante de celle des autres. Les ambitions sont ici plus élevées que dans le cas du label équitable, et la confiance du consommateur est requise, ce qui

102. Il importe de distinguer les différents types de vérification : elle peut être interne (donc par définition non indépendante), externe sans nécessairement être indépendante, ou externe et indépendante. Ajoutons à cela l'hétérovérification qui implique non seulement des professionnels, mais des acteurs sociaux issus du terrain dans le processus de vérification.

peut s'avérer problématique le jour où la crédibilité du mouvement équitable dans son ensemble est mise en doute. De plus, l'indépendance des quelques vérificateurs externes impliqués dans ce système de garantie n'est pas si nette.

En ce qui concerne la filière labellisée, l'indépendance des inspecteurs chargés d'évaluer les candidatures et d'effectuer le contrôle annuel des structures certifiées est également sujette à caution. Comme nous l'expliquions au chapitre 3, le lien étroit entre l'entité responsable de la vérification, d'une part, et celle responsable de l'attribution du label, d'autre part, ne semble pas répondre à l'esprit de la norme ISO 65, dont l'objectif est pourtant la crédibilité du système de garantie.

Avec l'émergence de nouvelles initiatives équitables apparaissent également de nouveaux systèmes de garantie. L'association Minga, qui regroupe une centaine d'acteurs indépendants du commerce équitable en France, repose sur la notion de coresponsabilité de tous les acteurs d'une filière, mais obéit à des critères plus contraignants que ceux de l'IFAT. Il s'agit de promouvoir des « échanges équitables », car, pour les membres de Minga, ce sont les actes économiques qui peuvent être équitables, et non pas les produits. Le système de garantie de Minga repose sur un cahier des charges par lequel chacun s'engage au maximum d'équité possible avec ses partenaires. Le contrôle est mutuel et collectif entre les acteurs de la filière. Remarquons que la démarche radicale de Minga et les divergences avec d'autres acteurs du commerce équitable à l'occasion des discussions au sein de l'Afnor ont amené l'association à sortir de la Plate-forme française du commerce équitable (PFCE) pour s'affirmer auprès des acteurs comme une sorte de seconde plate-forme. Ambitieux, le projet de Minga doit maintenant démontrer qu'il peut entrer dans une phase opérationnelle à grande échelle.

Or, il est fort possible que ces multiples initiatives conduisent à des systèmes de garantie dont l'hétérogénéité risque d'entacher la crédibilité du système équitable dans son ensemble ou, à tout le moins, de susciter la confusion du consommateur soucieux de

s'assurer du caractère équitable de son achat. En étant trop flexibles et multiformes, les systèmes de garantie pourraient ne pas être en mesure de remplir leur fonction pourtant essentielle à la crédibilité du système et sans laquelle le circuit équitable s'effondrerait. Car l'achat équitable est déterminé par l'assurance du caractère équitable du produit. Simultanément, la diversité des initiatives équitables commande de repenser des systèmes de garantie qui comportent des limites et doivent sans cesse être réinventés en regard des spécificités de nouveaux secteurs.

Le commerce équitable : un mouvement pluriel et diversifié

Néanmoins, on peut se demander si la nécessité de crédibiliser le mouvement dans son ensemble passe obligatoirement par une standardisation des acteurs impliqués. L'uniformisation des pratiques est-elle nécessaire, tout spécialement pour le Sud où s'applique la majorité des exigences du système équitable ? Comme nous l'avons vu, le concept de commerce équitable tire en effet ses origines d'une mosaïque de pratiques commerciales alternatives et d'idéaux logiquement très diversifiés. Si certaines de ces initiatives ont parfois plus de cinquante ans, le mouvement équitable n'est sorti de la marginalité qu'à travers une institutionnalisation porteuse d'une certaine standardisation.

Avec le succès du commerce équitable au Nord, le nombre de producteurs équitables dans les pays du Sud a régulièrement augmenté au cours des vingt dernières années, permettant ainsi à l'offre équitable de s'étoffer quantitativement bien entendu, mais aussi qualitativement avec l'apparition sur les rayonnages de nos supermarchés de nouveaux produits comme le vin, les fruits frais et les jus. Au Sud, les associations démocratiques de producteurs, comme les coopératives, constituent toujours le modèle dominant et même la figure historique du mouvement. Les premiers labels équitables ont en effet été accordés dès la fin des années 1980 aux coopératives de producteurs de café de l'État d'Oaxaca

au Mexique. Les promoteurs du commerce équitable insistent sur l'intérêt de ce modèle coopératif, généralement érigé en exigence, compte tenu du potentiel de développement qu'il recèle. Mais s'agit-il de la seule et unique organisation possible pour les producteurs du Sud ?

Pour certains produits, notamment pour le café, mais aussi pour le coton jusqu'en 2008, il n'y a pas d'alternative : si l'organisation de producteurs ne repose pas sur des principes démocratiques, sa candidature ne sera même pas envisagée par les instances équitables. Mais pour un certain nombre d'autres denrées agricoles où le modèle coopératif est moins ou très peu répandu, FLO a préféré moduler ses exigences. Ainsi, pour les fruits frais, le thé, le vin et plus récemment pour le coton, une autre série de critères spécifiques a été mise au point. Elle est censée garantir aux travailleurs agricoles des grandes plantations ou encore aux fermiers non regroupés en coopératives des conditions de travail et de rémunération décentes et équitables. Lorsque les critères sont remplis, les produits sont alors labellisés équitables au même titre que ceux issus d'une coopérative. L'idée est ici d'inclure dans le mouvement équitable des milliers de travailleurs et d'agriculteurs qui en étaient auparavant exclus puisque certaines de ces communautés, comme par exemple les cultivateurs de coton associés au projet de Mahima Organic Technologies, n'avaient ni la possibilité ni la capacité de se fédérer en coopératives et ainsi de pénétrer le marché équitable. Si cette ouverture pratiquée par FLO présente une certaine cohérence avec les ambitions qui caractérisent le mouvement, elle n'en soulève pas moins quelques interrogations : comment expliquer que certains produits peuvent prétendre à ces critères différents de labellisation et d'autres pas ? Sur quels critères se fonde FLO pour distinguer les filières où les plantations sont acceptables et celles où elles ne le sont pas ?

La démarche d'ouverture asymétrique de FLO pose donc problème dans la mesure où elle traduit une approche « deux poids, deux mesures ». Dans les filières traditionnelles du commerce équitable, on peut néanmoins comprendre que les coopératives sont

soucieuses de conserver leur accès privilégié au marché équitable et qu'elles pourraient difficilement soutenir la concurrence de grandes plantations. Déjà, les coopératives écoulent rarement plus de 50 %¹⁰³ de leur production sur le marché équitable, le reste étant dévolu au marché traditionnel. En faisant du label équitable leur domaine réservé, les organisations de cultivateurs sécurisent une part non négligeable de leurs revenus. Le commerce équitable se trouve donc au cœur d'un véritable dilemme : soutenir les coopératives en délaissant les travailleurs des grandes plantations, ou tenter de protéger ces derniers en ouvrant la certification aux plantations, mais fragiliser du même coup les coopératives ? On le voit bien, l'équitable induit un questionnement à plusieurs dimensions, et peut-être qu'une seule certification pose problème dans la mesure où elle renvoie à des situations, mais aussi à des interprétations, fort différentes.

Bien au-delà de la simple notion d'équité dans les processus d'attribution du label, il est ici question du caractère universel d'un système de garantie comme celui de FLO et de sa capacité d'adaptation à des structures de production et à des populations dont la diversité ne fait qu'augmenter. À titre d'exemple, le coton commercialisé par Mahima, partenaire d'Ideo, ne pouvait prétendre au label équitable de FLO qui ne dispose pas de procédures qui lui soient adaptées. C'est donc tout naturellement que la direction de Mahima s'est tournée vers d'autres acteurs du commerce équitable, en concurrence directe avec FLO, pour obtenir la certification. L'association Bio Équitable demeure très loin de FLO en termes de taille et de renommée et ses méthodes diffèrent, mais Mahima

103. Tel que présenté au chapitre 1, il faut tenir compte du fait qu'il y a une très grande variabilité de la proportion de la production des coopératives qui trouve preneur sur les marchés équitables. Par exemple, dans le secteur du café mexicain, certaines grandes coopératives vendent plus de café sur les marchés équitables qu'elles ne sont théoriquement capables d'en produire. Elles commercialisent en fait le café de plus petites coopératives qui n'y arrivent pas par elles-mêmes. De plus, comme nous l'expliquions plus tôt, une part importante du café produit ne satisfait tout simplement pas aux standards de qualité des marchés équitables.

a tout de même fait appel à elle en vue d'une certification équitable. Finalement, FLO a offert à l'entreprise la possibilité d'être certifiée après un refus initial justifié par l'absence de structure coopérative.

Au-delà de l'image souvent véhiculée par les campagnes de sensibilisation de producteurs assez uniformes dans leur organisation et leur production, la réalité du mouvement équitable est fragmentée et diversifiée, que ce soit au Sud au niveau des structures de production qui se distinguent d'un produit à l'autre et d'une culture à l'autre, ou au Nord au niveau des organismes garantissant l'équité de la démarche, lesquels sont bien loin de se résumer à FLO et à l'IFAT.

Le portrait des acteurs dans les pays du Nord tend aussi à se complexifier. À l'instar d'Ideo, de nombreuses entreprises privées, d'associations comme Minga, ou d'organisations revendiquent aujourd'hui leur appartenance au mouvement équitable tout en affirmant, avec plus ou moins de virulence, leur indépendance vis-à-vis des acteurs institués du mouvement. L'existence et le succès atypique de la filière de vêtement équitable et biologique d'Ideo témoignent du renouvellement que des entrepreneurs sociaux impulsent au système équitable. Parallèlement aux grands acteurs institués du mouvement, des innovations voient le jour, qui réinterprètent les principes et l'organisation proposés par les pionniers de l'équitable. La pluralité des acteurs et des filières, loin d'affaiblir le mouvement, lui permet au contraire de faire perdurer l'esprit d'initiative et de changement qui prévalait à ses origines. Avec l'émergence de nouvelles pratiques, de nouvelles méthodes et de nouvelles interrogations, c'est le renouvellement du mouvement qui est assuré, même si le projet initial du mouvement pourrait s'en trouver transformé.

L'interdépendance entre les acteurs : une palette de nuances stratégiques et idéologiques

La cohabitation entre les acteurs du mouvement équitable n'est pas toujours simple, comme l'illustrent tout spécialement en France les charges récurrentes de l'association Minga contre les grands acteurs institués du commerce équitable que sont les membres de FINE (FLO, IFAT, NEWS! et EFTA). L'association les accuse de confisquer le concept équitable et les tient pour responsables des dérives mercantiles du mouvement. En réaction, FLO radicalise sa position afin de conserver la main sur le secteur de la labellisation équitable alors même que de nouveaux venus comme Bio Équitable en viennent à proposer une alternative aux producteurs. D'autres acteurs, à l'image d'Ideo, gardent simplement leurs distances et revendiquent leur indépendance.

La concurrence entre les divers acteurs du mouvement équitable a ceci de particulier qu'elle se concrétise au niveau idéologique aussi bien qu'au niveau commercial. D'un point de vue idéologique, chacun essaye de s'appropriier et de s'identifier au concept de commerce équitable, quitte, parfois, à décrédibiliser l'approche d'un autre acteur aux yeux des consommateurs. L'association Minga, soutenant un projet d'économie solidaire, apparaît ainsi comme la figure la plus radicale du mouvement, adepte d'un commerce équitable rigoriste, revenant à l'ambitieux projet originel de refonder totalement les principes globaux du commerce en général. Tout en critiquant les institutions les plus en vue du mouvement équitable (FLO, Max Havelaar, etc.), l'association milite également pour l'enrichissement et l'amélioration du concept équitable en y intégrant certains aspects qu'elle estime négligés à l'heure actuelle, tels le principe de souveraineté alimentaire (voir chapitre 2) ou le maintien de la biodiversité en zone rurale des pays du Sud.

À l'opposé, Max Havelaar apparaît comme la figure la plus pragmatique du mouvement, privilégiant l'adaptabilité et le consensus vis-à-vis du commerce classique. L'efficacité, mesurée

en chiffre d'affaires, devient ici le principal credo attestant l'impact du commerce équitable. Entre les deux extrêmes se déclinent toutes les nuances stratégiques et idéologiques des acteurs du mouvement, conséquence de leurs convictions politiques et économiques respectives. Minga et Max Havelaar balisent en quelque sorte la carte idéologique du commerce équitable. Si tout semble les opposer, les deux acteurs ont pourtant besoin l'un de l'autre pour exister. Minga s'est fait connaître du grand public en se positionnant contre les principes et les méthodes de Max Havelaar, s'offrant au passage une tribune exceptionnelle lui permettant d'affirmer avec beaucoup d'autorité son identité et son projet. De son côté, Max Havelaar France, particulièrement controversé à cause de sa position hégémonique, a parfois dû composer avec les nombreuses critiques émises par Minga et consorts. Jouant le rôle de garde-fou, les questionnements de Minga ont sans aucun doute contraint l'organisation à des compromis et à la révision de certaines pratiques. L'existence d'un tel concurrent, même de taille modeste, aura très certainement amené le géant Max Havelaar à revoir plusieurs de ses positions et à bonifier ses pratiques.

La complémentarité des acteurs du commerce équitable se traduit également dans l'offre équitable, comme l'illustre le secteur du textile. Ainsi, les produits Ideo et les vêtements confectionnés à partir de coton labellisé FLO/Max Havelaar n'ont pour ainsi dire rien en commun. Alors que les premiers seront écoulés dans de nombreuses petites boutiques spécialisées, les vêtements Max Havelaar emprunteront plutôt le chemin de la grande distribution, comme les enseignes Carrefour¹⁰⁴ ou encore la marque Celio. La facture pour le consommateur n'est pas exactement la même non plus. Fidèle à sa volonté de vendre en quantité afin d'inclure le plus grand nombre de producteurs du Sud, Max Havelaar propose une gamme de vêtements peu coûteux qui tranche singulièrement avec les diverses collections offertes par le designer de mode Ideo. Ainsi, même s'ils cohabitent à première vue sur un

104. Numéro deux mondial de la grande distribution derrière Wal Mart.

même secteur, Ideo et Max Havelaar proposent en réalité deux produits très différents, à l'image de leurs clientèles respectives. Le spectre des consommateurs en général, et des consommateurs de produits équitables en particulier, est en effet très large, qu'il s'agisse des goûts ou des moyens financiers. Le cumul des offres d'Ideo, de Max Havelaar, mais aussi des nombreux autres acteurs équitables du secteur permet de couvrir toute l'étendue de ce spectre et ainsi d'inclure dans le mouvement une plus grande diversité de clients. Ces consommateurs sont autant d'individus qui n'auraient peut-être jamais été sensibilisés au commerce équitable s'ils n'avaient pas trouvé une offre leur correspondant d'un point de vue éthique, financier et, bien entendu, personnel.

Au-delà de leur complémentarité, les divers acteurs, qu'ils soient vétérans comme Max Havelaar ou plus récents comme l'entreprise Ideo, apparaissent également dépendants les uns des autres. Certains acteurs arrivés sur le tard au sein du mouvement, comme c'est le cas de l'entreprise parisienne fondée en 2002 ou de l'association Minga fondée en 1999, n'auraient très certainement jamais pu se développer et prospérer si rapidement si les consommateurs n'avaient pas été préalablement et durablement sensibilisés aux iniquités de la mondialisation et à l'impérieuse nécessité de redéfinir la relation commerciale Nord-Sud par les pionniers du mouvement. Ainsi, Ideo et d'autres structures ont indirectement bénéficié des diverses campagnes de sensibilisation initiées notamment par les grands acteurs dont ils veulent aujourd'hui s'émanciper. S'il apparaît parfois légitime de critiquer les visées hégémoniques d'acteurs comme Max Havelaar, personne ne peut nier leur rôle prépondérant dans le processus de promotion et de démocratisation du commerce équitable. Sans FLO et Max Havelaar, vous ne seriez certainement pas en train de lire ces lignes...

Mais si les « nouveaux » ont bénéficié du travail des « anciens », la réciproque est également vraie. Une entreprise comme Ideo, non contrainte par des standards ou des labels rigides, a pu développer son approche et son activité plus librement et ainsi se positionner dès sa création sur un secteur d'activité jusqu'alors

inexploré par les acteurs du commerce équitable : le secteur des produits manufacturés en général, et celui du textile en particulier. Il s'agit là d'une avancée majeure pour le mouvement équitable, alors que de nombreux analystes le croyaient intrinsèquement limité au secteur primaire. Récemment, FLO a d'ailleurs mis au point un code de conduite censé suppléer son label au niveau des ateliers de confection qui transforment le coton qu'elle certifie équitable (voir chapitre 7). Avec ce nouvel outil visant à garantir l'équité tout au long de la filière de transformation, FLO met le pied dans un secteur qu'elle n'aurait peut-être pas exploré sans l'existence de nouveaux acteurs créatifs et ambitieux qui n'ont pas hésité à investir le secteur secondaire. Ainsi, la concurrence au sein du mouvement équitable n'apparaît plus ici comme une entrave au développement et à la lisibilité du concept, mais davantage comme un véritable moteur permettant aux petits ou grands acteurs de consolider leur activité ou tout simplement de se faire une place dans le secteur.

Néanmoins, en dépit de la saine émulation qu'elle peut provoquer, la concurrence entre les divers acteurs du mouvement peut entraîner certains problèmes. À titre d'exemple, si la concurrence entre les produits équitables devait se traduire par une course au bas prix, comme c'est le cas dans le commerce classique, l'impact se répercuterait inmanquablement au bout de la chaîne de production, à savoir sur les communautés du Sud, ces mêmes communautés auxquelles le commerce équitable est censé proposer une alternative plus juste.

Par ailleurs, la discordance des discours visant à promouvoir telle ou telle approche de commerce équitable fait littéralement le lit de certains acteurs beaucoup moins bien intentionnés et sensibilisés qu'une entreprise comme Ideo. Certaines structures peu scrupuleuses profitent en effet allègrement de la mauvaise lisibilité du mouvement auprès des consommateurs et proposent une offre n'ayant d'équitable que le nom ou presque. Le risque de tromperie est une réalité pour le consommateur, que les promoteurs de la labellisation dénoncent en s'appropriant le terme

« équitable ». Au-delà d'une saine pluralité des initiatives et des acteurs se revendiquant du mouvement, l'utilisation même du terme « équitable » est sujette à certaines dérives qui jettent le discrédit sur l'ensemble du mouvement.

Le commerce équitable : entre mouvement social et marché

Il est aujourd'hui courant, quand on parle du commerce équitable, de poser la question de la compatibilité entre les principes d'ordre éthique postulés par les acteurs du commerce équitable et les contraintes du système économique. Comme d'autres intervenants de commerce équitable, l'entreprise Ideo est confrontée à cette problématique et la résout de manière positive puisqu'elle développe son chiffre d'affaires précisément sur la base de pratiques éthiques cohérentes avec les principes du commerce équitable. Mais cela témoigne moins d'une complémentarité naturelle entre éthique et économie que d'une situation particulière dont Ideo a su tirer profit.

Tout d'abord, l'entreprise innove à double titre dans le commerce équitable en vendant des vêtements confectionnés avec du coton biologique et en garantissant que ses produits soient issus d'un processus de commerce équitable. Or l'élaboration et la transformation – une première pour le commerce équitable – compliquent énormément le suivi de la production et le contrôle des bonnes pratiques du fait des différents types d'acteurs impliqués dans la chaîne qui va des producteurs aux consommateurs : paysans producteurs du coton biologique, acheteur local, entreprises de filage et de tissage, entreprise de confection en Inde ; conception, design, importation et commercialisation en Europe.

Ensuite, Ideo se lance sur un marché quasiment inexistant à l'époque : celui de la mode bioéquitable. Comme pour l'ensemble des produits du commerce équitable, il a fallu créer le marché de la mode bioéquitable, c'est-à-dire investir de manière importante dans la prospection de clientèle et dans la communication. Pour

la communication, Ideo a utilisé comme support les magazines spécialisés dans la mode, en profitant de la nouveauté de leur approche, à une période où l'éthique et la défense de l'environnement font recette dans l'opinion publique. Pour ce qui est de la commercialisation, Ideo a choisi de vendre ses produits dans des magasins spécialisés dans la mode « vibrante, astucieuse et engagée ». Ces choix de stratégie commerciale, avec des fondements politiques, lui ont permis de contourner les grandes enseignes et les contraintes caractéristiques de ce genre de distribution : course au volume, multiplication des gammes, flux tendus, design normalisé, prix à la baisse. Le respect des principes de l'équité ainsi que celui des rythmes de développement de ses partenaires pour assurer des échanges à long terme n'ont pas été jugés compatibles avec les contraintes productives et économiques imposées par les grandes entreprises de la distribution.

Mais alors, comment se fait-il que pratiquement 90 % des produits issus du commerce équitable soient vendus dans des supermarchés ? En réalité, comme nous l'avons déjà dit, il s'agit d'un tout autre type de produits : des produits alimentaires, non transformés – café, thé, chocolat, bananes –, achetés de manière récurrente par le consommateur. Ces produits sont des produits agricoles de base, traditionnellement exportés vers les marchés des pays du Nord, et il semble naturel de les offrir dans les supermarchés, devenus aujourd'hui les instruments privilégiés de la distribution et de la consommation de masse. C'est sur la commercialisation de ces produits alimentaires dans les grands supermarchés que se sont essentiellement construites la notoriété du commerce équitable et sa dynamique commerciale dominante.

Aujourd'hui, le marché de l'équitable s'est étendu dans le monde entier, et il voit non seulement augmenter les ventes des produits alimentaires dans les supermarchés, mais aussi se développer des magasins spécialisés dans le commerce équitable pour d'autres produits comme l'artisanat, les vêtements de mode, les vêtements de sport, l'ameublement, les cosmétiques, les bijoux, etc. Apparaissent sur le marché de nombreuses entreprises de

commerce équitable qui font de la création, de l'importation et de la distribution dans les réseaux de magasins conventionnels spécialisés, comme c'est le cas d'Ideo.

Une partie des acteurs du commerce équitable, confrontés aux problèmes des débouchés commerciaux, ont compris que, dans le système de marché actuel, ce sont les acteurs de l'offre qui créent les « besoins », la demande et les marchés, avec l'appui des médias et des pouvoirs publics, par exemple. Mais si chaque réseau associatif, si chaque importateur, si chaque magasin a la possibilité de créer son propre marché – pourvu qu'il y mette les moyens –, pourquoi parle-t-on de la nécessité d'« un mouvement du commerce équitable » ?

D'abord, parce que le commerce équitable n'est pas seulement du commerce, ni de la solidarité Nord-Sud, il s'affiche comme une alternative au système socio-économique dominant traditionnel. Il est donc, dans sa conception, un véritable projet politique et a besoin de s'ancrer dans une mobilisation sociale organisée pour défendre et développer l'ensemble de sa démarche et porter son discours.

Malgré toutes les variantes que l'on peut analyser et les faiblesses que notent plusieurs observateurs, le commerce équitable est une véritable innovation socio-économique qui remet en question le système de production et de distribution dominant traditionnel. Sa dénomination, l'existence de certains critères tels que le prix juste, les relations commerciales à long terme, le préfinancement, la transparence, l'organisation démocratique sont autant de critiques de fond du commerce conventionnel. Les multinationales de la production et de la distribution qui dominent les marchés doivent y répondre, ce qui illustre bien le potentiel politique que recèle l'existence même du circuit équitable.

Ensuite, parce que le mouvement international du commerce équitable semble aujourd'hui en position de faiblesse pour faire face aux forces qu'il a lui-même réveillées. Car que peuvent faire isolément les organisations de producteurs, les magasins spécialisés ou encore les organismes de labellisation de FLO le jour où

une multinationale décide d'avoir ses propres fournisseurs, d'absorber des magasins ou de créer sa propre marque équitable ? Victimes de leurs succès, les acteurs du commerce équitable sont constamment mis au défi : acquisition par L'Oréal, géant de la cosmétique, du réseau The Body Shop, l'une des premières entreprises à exiger des normes sociales et environnementales pour ses produits cosmétiques ; exigences de volume des grands réseaux de supermarchés, qui obligent à certifier les grandes plantations et laissent planer une menace inquiétante sur les petits producteurs organisés ; création de nouveaux labels qui cassent le monopole de FLO, tel Utz Kapeh ; proposition au sein d'ISO d'étudier une norme ISO pour le commerce équitable ; initiatives des grands réseaux de supermarchés autour de la création de leurs propres marques de commerce équitable, etc.

Si bien que, pour beaucoup, l'alliance du commerce équitable avec d'autres mouvements sociaux, qu'il s'agisse d'associations de consommateurs, de mouvements paysans de l'agriculture familiale, du mouvement pour la souveraineté alimentaire, des mouvements environnementalistes, est indispensable pour mettre en cause les grands acteurs économiques traditionnels, mais aussi pour se prémunir contre eux. Cette alliance requiert toutefois au préalable un certain nombre de mesures de la part des institutions du commerce équitable susceptibles de favoriser le dialogue et la collaboration avec les autres mouvements.

Si les acteurs dominants du commerce équitable se préoccupent uniquement de leur chiffre d'affaires dans l'optique d'augmenter le volume des producteurs insérés dans le circuit équitable, il est à craindre que le mouvement ne se réduise à une niche de marché, prônant des valeurs sociales, certes, mais risquant de perdre le contact avec sa base militante préoccupée par les impacts concrets du commerce équitable au Sud et son potentiel de transformation à l'échelle des grandes régulations économiques internationales. De plus, le mouvement pourrait perdre à trop vouloir distinguer ou protéger le label « équitable » vis-à-vis d'autres initiatives portées par des mouvements sociaux, alors que la véritable

menace vient davantage des certifications privées d'allégeance industrielle, que certains qualifient de « certifications de complaisance ».

Dans une perspective ancrée dans l'économie sociale, le mouvement équitable pourrait travailler à refonder un mouvement international capable, avec le concours d'une pluralité d'acteurs, de fédérer les initiatives et de mettre en avant des objectifs politiques de transformation sociale : nouvelles gouvernances du local à l'international (du commerce de proximité à l'OMC), régulations publiques conégociées et cogérées, politiques publiques de promotion du commerce équitable et d'éducation à la consommation responsable. Cela ne peut se faire que par la reconnaissance de la diversité des acteurs se revendiquant du commerce équitable, d'une part, et dans le cadre d'une alliance constructive avec les autres acteurs sociaux, d'autre part.

Conclusion

La diversité des acteurs impliqués dans le commerce équitable illustre bien la nature riche et complexe de ce qu'il est convenu d'appeler un nouveau mouvement social économique. De Max Havelaar à Ideo en passant par Minga ou encore l'IFAT, le commerce équitable se décline aujourd'hui en filières, en structures et en organisations bien plus nombreuses et variées que ce que laisse présager une analyse simpliste, où le concept équitable se réduirait aux seuls labels regroupés sous le réseau FINE. Si cette diversité n'occulte pas une hégémonie certaine de la filière labellisée au sein du mouvement équitable, elle constitue néanmoins un gage de vitalité pour un mouvement qui peut y puiser l'inspiration de son renouvellement.

Apparaissent ainsi diverses options permettant de combiner une mission sociale et des impératifs économiques, chacune cherchant à composer avec un secteur particulier, une clientèle spécifique, ainsi que des normes et des acteurs qui structurent la filière équitable d'une manière donnée. Si bien qu'aujourd'hui la

diversification de l'offre avec l'entrée en force des produits manufacturiers, couplée à la très grande hétérogénéité économique et socioculturelle des producteurs répartis sur les cinq continents, donne une image très éclatée du mouvement. Se pose par ailleurs la difficile question de la cohabitation de ces divers acteurs dont certains souhaitent s'émanciper des institutions du commerce équitable tout en se revendiquant du mouvement.

On aurait tort de vouloir réduire le mouvement à sa fraction instituée pour en faciliter la lisibilité auprès du public et des consommateurs. À notre avis, mieux vaut reconnaître la pluralité des pratiques susceptibles de porter le projet du commerce équitable dans le cadre d'un dialogue entre les organisations pionnières et les nouveaux venus, à défaut de quoi le commerce équitable se développera en dehors d'institutions qui pourraient se voir marginalisées. Il est aussi intéressant de constater combien les nombreux acteurs impliqués dans le mouvement équitable n'hésitent pas à transcender les frontières du circuit équitable pour s'associer avec d'autres mouvements ou outils de régulation tels que la mode éthique et l'agriculture biologique en ce qui concerne l'entreprise Ideo, ou encore la responsabilité sociale des entreprises comme on le verra au chapitre 7. Peut-être les institutions du commerce équitable auraient-elles intérêt à repenser le concept de commerce équitable afin de reconnaître les nouvelles initiatives qui, tout en se revendiquant du mouvement équitable, ont osé en redéfinir les modalités.

7.
La grande entreprise et le commerce équitable
Chiquita, une banane au goût partagé

Neuf heures du matin, le chant des oiseaux brise le silence matinal. Une sympathique grenouille verte aux yeux rouges coasse et bondit de feuille en feuille. Elle semble vouloir indiquer un chemin à suivre : un tracé qui mène à une bananeraie. Dans la plantation, des hommes et des femmes travaillent. Pendant que certains hommes coupent des régimes de bananes, d'autres récupèrent les sacs plastique qui couvraient les fruits. Ces sacs seront recyclés et transformés en pavés qui serviront à la construction du sentier emprunté par les ouvriers agricoles. Quant aux déchets organiques, ils sont jetés dans de grandes tranchées de compostage. L'engrais créé servira de nourriture à des milliers d'insectes et contribuera à fertiliser le sol en libérant des nutriments naturels. Les ouvriers agricoles de cette plantation habitent pour la plupart dans le village adjacent à la plantation. La maison dont ils sont propriétaires leur a été donnée par leur employeur. Leurs enfants fréquentent l'école qui se trouve au cœur de la communauté et dont les professeurs sont payés par l'entreprise. Cette initiative prise dans les années 1990 s'inscrit dans une gamme de mesures adoptées par la compagnie bananière que les ouvriers n'hésitent pas à

qualifier de véritable petite révolution sociale. Selon eux, depuis que Chiquita respecte les normes du Better Banana Project (BBP: Projet pour une meilleure banane), la vie est plus simple: l'eau est à nouveau potable et les enfants respirent la santé.

Sur son site Internet, Chiquita arrive parfaitement à plonger l'internaute dans la réalité d'une bananeraie à l'aide d'une visite interactive¹⁰⁵. Selon les informations que l'on y trouve, la scène décrite ci-dessus pourrait correspondre à la réalité de n'importe quelle plantation appartenant à la multinationale. En effet, durant cette promenade virtuelle, au son des oiseaux et des sauterelles, l'internaute s'informe sur les différentes actions mises en place par la compagnie en matière de conservation de la nature, de reforestation, de gestion des déchets, d'amélioration des conditions de vie des producteurs et de développement communautaire. La grenouille aux grands yeux rouges, symbole de la Rainforest Alliance, joue le rôle de guide durant la visite. Après cette balade virtuelle, seuls des éloges peuvent être formulés à l'égard de la multinationale, qui a vraisemblablement fait beaucoup d'efforts ces dernières années afin d'augmenter son capital social et environnemental. Mais qu'en est-il de ses engagements réels ?

Chiquita Brand International, connue auparavant sous le nom de United Fruit Company, est actuellement la deuxième plus grande compagnie bananière au monde après Dole. Ses ventes annuelles représentent un peu plus de 25 % du marché mondial, alors que la banane est le fruit le plus exporté dans le monde en termes de volume. Aux États-Unis, dans les années 1990, Chiquita figurait parmi les dix plus grandes marques américaines¹⁰⁶. En Amérique latine, cette multinationale domine depuis plusieurs dizaines d'années l'industrie bananière et demeure aujourd'hui le plus grand employeur de main-d'œuvre agricole dans la région avec 14 000 employés.

105. Site Internet de Chiquita : <http://www.chiquita.be/befr/index.htm>.

106. Selon le Total Research, Inc. de Princetown au New Jersey, Chiquita se classe au neuvième rang parmi les 3 000 plus grandes marques américaines.

Cette position dominante sur le marché international de la banane, jumelée au lourd passé de la United Fruit Company¹⁰⁷, expose Chiquita plus qu'aucune autre compagnie à la critique. Au milieu des années 1990, émergent plusieurs groupes de pression qui se consacrent exclusivement à l'industrie de la banane pour y dénoncer des conditions de travail et des pratiques environnementales intolérables. Pour des organisations telles que Banana-Link et Euroban¹⁰⁸, Chiquita est rapidement devenue le symbole de l'exploitation et l'ennemi numéro un. À travers leurs multiples campagnes de pression, ces derniers dénoncent, entre autres, la mainmise de la multinationale sur le marché de la banane, le caractère insoutenable de la production bananière en monoculture et les mauvaises conditions de travail des ouvriers de la multinationale. Au grand dam de Chiquita, les exemples permettant d'illustrer ces accusations abondent et les images utilisées dans les campagnes de pression sont frappantes.

Dès 1992, afin de réduire l'ampleur des accusations auxquelles elle fait face, Chiquita s'engage dans une démarche de production bananière durable avec la Rainforest Alliance, une organisation non gouvernementale d'envergure internationale vouée à la conservation des forêts tropicales. À travers ce partenariat, qui prend la forme d'un projet pilote durant la première année, les deux organisations souhaitent mettre en place un système de certification fondé sur des standards qui permettrait de minimiser les impacts environnementaux de la production bananière et d'améliorer les conditions de santé et de sécurité des ouvriers agricoles. Chiquita devient dès lors la première multinationale, toutes industries confondues, à travailler en partenariat avec une

107. L'expression « république bananière », utilisée à titre péjoratif pour décrire un pays dirigé par un gouvernement corrompu, provient de la United Fruit Company accusé d'avoir financé et manipulé pendant environ cinquante ans la majorité des États d'Amérique centrale pour le compte des États-Unis.

108. Le Réseau d'action européen sur la banane (Euroban) est constitué de 35 ONG issues de 13 pays d'Europe. Il a pour mission de diffuser l'information dans la filière de la banane et de faciliter la coopération entre ses membres.

organisation environnementale et la seule des grandes compagnies dites « de bananes dollars¹⁰⁹ » à se soumettre aux inspections d'une tierce partie.

Malgré ces efforts, en 1998, la virulence des campagnes de pression atteint son apogée. La compagnie est alors frappée par deux événements majeurs. Tout d'abord, en début d'année, une grève sans précédent impliquant 5 000 travailleurs panaméens de la Chiriqui Land Company éclate. Les cinquante-sept jours de grève font perdre 10 millions de dollars de ventes à la compagnie. Peu de temps après, le matin du 3 mai 1998, Chiquita fait la une du quotidien *Cincinnati Enquirer*. Dans un cahier spécial de 18 pages, la multinationale est accusée de violations des droits humains, d'utilisation abusive de pesticides, de déforestation et de brutalité envers les employés. Malgré le fait que le *Cincinnati Enquirer* adresse deux jours plus tard des excuses publiques à la compagnie pour avoir publié des informations provenant de sources illégales, le mal est fait et marque au fer rouge l'image de Chiquita. Les campagnes de dénonciation qui suivent ne perdront rien en intensité ni en virulence.

Ces événements, couplés à l'émergence du mouvement de la consommation responsable, ont convaincu les dirigeants de la compagnie de l'importance de redorer l'image de Miss Chiquita, figure emblématique de la compagnie bananière depuis 1944. L'année 1998 marquera le début d'une série d'initiatives afin d'intégrer un ambitieux programme de responsabilité sociale. Tout d'abord, la multinationale intensifie son programme de certification avec la Rainforest Alliance et communique sur les efforts qu'elle fait pour obtenir la certification environnementale sur l'ensemble de ses plantations. En 2003, Chiquita annonce que la totalité de ses plantations (115) respectent les 90 principes de durabilité déclinés en « 200 critères couvrant tant la protection de l'environnement et de la biodiversité que le traitement équitable

109. Les bananes dollars sont les bananes provenant des grandes compagnies importatrices de bananes telles que Dole, Del Monte, Fyffes et Naoba.

des travailleurs et les bonnes conditions de travail¹¹⁰ », alors que 43 % de ses plantations indépendantes, qui fournissent 60 % des bananes à la compagnie, sont également certifiées par la Rainforest Alliance. L'obtention de la certification est symbolisée par la grenouille de la Rainforest Alliance. Les changements occasionnés pour atteindre les standards environnementaux, de santé et de sécurité du programme de certification sont alors estimés à 20 millions de dollars et ont occasionné des changements internes et externes majeurs en plus de remettre en question des techniques agricoles centenaires. Pour certains, la confiance et l'expérience acquises par Chiquita à travers ce partenariat expliquent son ouverture d'esprit et son audace dans ses démarches ultérieures de responsabilité sociale. Aujourd'hui encore, le Better Banana Project reste le noyau central du programme global de responsabilité sociale de la compagnie sur lequel sont venues se greffer, au cours des quinze dernières années, plusieurs autres initiatives de responsabilité sociale.

Ainsi, en 2000, Chiquita élabore son code d'éthique « Vivre selon nos valeurs essentielles », dans lequel elle adopte la norme SA 8000 comme norme relative aux conditions de travail et annonce qu'elle travaille à l'obtention de la certification SA 8000 dans toutes ses opérations¹¹¹. Cet ajout permet à Chiquita de renforcer la partie sociale de son programme global de responsabilité d'entreprise. En 2002, Chiquita Costa Rica est le premier exploitant agricole en Amérique centrale à obtenir la certification SA 8000.

Résultat de tous ces efforts, en 2001, après quelques années financièrement difficiles, Chiquita annonce un bénéfice de 155 millions avant intérêt, amortissement et impôt, une augmentation de 7 % par rapport à l'année précédente. En juin, la multinationale signe un accord international sur les droits des

110. Chiquita Belgique. En ligne : <http://www.chiquita.be/befr/news.htm>

111. La norme SA 8000 édicte une série d'exigences en matière de droits humains et du travail.

travailleurs avec la Colsiba¹¹², ennemi de longue date, et l'IUF (International Union Foods¹¹³). Ce geste historique est alors qualifié comme étant l'un des revirements les plus impressionnants de l'histoire de l'industrie. En signant cet accord, Chiquita devient la première multinationale du secteur agricole à conclure un accord sur les droits des travailleurs. Dans cet accord, la compagnie s'engage à respecter les principes de l'OIT sur ses plantations et pour l'ensemble de ses fournisseurs et de ses sous-traitants. Il semble alors évident que Chiquita souhaite perdre sa mauvaise réputation d'exploiteur et améliorer les conditions de travail de ses ouvriers.

Trois mois plus tard, Chiquita publie son premier rapport annuel de responsabilité sociale. Dans un document de 98 pages, la multinationale documente de manière très détaillée sa performance environnementale, financière et sociale. Dans un souci de transparence, la compagnie va jusqu'à exposer l'écart considérable existant entre certaines exigences du SA 8000 et sa performance réelle. Grâce à cette publication, en 2002, la compagnie remporte deux distinctions pour son programme de responsabilité sociale des entreprises et ses efforts afin d'arrimer le développement durable à son rendement commercial¹¹⁴. La même année, Chiquita rejoint l'Ethical Trading Initiative (ETI), qui a pour objectif d'améliorer les conditions de production dans les chaînes globales des fournisseurs du Royaume-Uni¹¹⁵. Quelques jours plus tard, Chiquita dévoile son rapport financier pour l'année précédente et les chiffres sont clairs : la multinationale remonte la pente. La demande

112. Coordination latino-américaine regroupant 40 syndicats du secteur de la banane.

113. Une fédération de syndicats composée de 350 syndicats dans 120 pays.

114. Tout d'abord la distinction CERES-ACCA (The Coalition for Environmentally Responsible Economies [CERES] and the Association of Chartered Certified Accountants [ACCA]); Chiquita remporte aussi la première place au classement SustainAbility (agence de consultation internationale spécialisée en stratégie des affaires et en développement durable) dans la catégorie de l'industrie alimentaire.

115. L'ETI est un regroupement de compagnies, d'organisations non gouvernementales et de syndicats travaillant de concert afin de favoriser l'éthique dans le commerce, la responsabilité sociale des entreprises et les droits humains.

augmente et le prix payé pour chaque unité de bananes s'élève également.

De plus, en 2002, la multinationale adhère à la certification EurepGAP, certification qui repose surtout sur des normes sanitaires. À partir de ce moment, il est courant de voir apparaître le nom de Chiquita sur les listes des groupes d'investissement éthiques et responsables. Par exemple, dans une étude publiée en 2003 par Stock at Stake Corporate Responsibility Research & Advice, *Banana Companies. A Corporate Responsibility Survey*, Chiquita se classe au deuxième rang en termes de responsabilité sociale, après les bananes certifiées équitables par FLO et devant Dole. Dans cette étude, la multinationale obtient ainsi le titre de « la moins pire des compagnies bananières » (*least bad company*).

Désireuse de faire connaître à la population entière le résultat de sa démarche de responsabilité sociale, et plus particulièrement son adhésion au programme Better Banana Project, la multinationale se lance dans une campagne de publicité d'envergure, avec un budget significatif. Cette campagne de publicité est particulièrement intense en Belgique, pays dans lequel la campagne « Chiquita, çavapas » est toujours d'actualité. Ainsi, la compagnie publie dans l'ensemble de la presse belge, sur deux pages complètes, le code de conduite intégral de l'organisation environnementale Rainforest Alliance. Simultanément, la campagne publicitaire envahit les panneaux de la ville. Ici et là apparaissent des grenouilles et des bananes dans des publicités intelligentes et attachantes. Parallèlement, la multinationale lance son nouveau logo, une grenouille sur une banane, autocollant qui figure alors sur toutes les bananes en vente dans les supermarchés européens. La campagne fonctionne bien et les consommateurs achètent de plus en plus de bananes labellisées Better Banana Project.

Voulant s'assurer qu'il n'y a pas de confusion dans l'esprit des consommateurs et que ces derniers n'achètent pas des bananes Chiquita en croyant acheter des bananes équitables, Oxfam-Magasin du Monde (Belgique) lance un communiqué intitulé

« Chiquita, ça va mieux ? » Ce dernier a comme principal objectif de souligner que la banane Chiquita, même avec sa grenouille, n'est pas une banane du commerce équitable et que mieux vaut choisir une banane labellisée Max Havelaar.

Effectivement, malgré la mise en œuvre d'un important programme de responsabilité sociale et des progrès environnementaux manifestes, les organisations non gouvernementales qui dénonçaient Chiquita ne fléchissent pas et continuent à surveiller les actions de la multinationale. En juillet 2007 notamment, à la une du site Internet de l'organisation BananaLink, on trouve le communiqué suivant : « Urgent : au Costa Rica, des ouvriers contaminés par des produits toxiques virés d'une filiale Chiquita¹¹⁶. » Comme le démontrent les communiqués des différentes organisations environnementales et de défense des droits humains, on observe aujourd'hui encore de multiples cas d'infractions et de violations, tant environnementales que sociales, de la part de la multinationale. Bref, s'il est vrai qu'elle a fait d'énormes progrès en termes d'engagement écrit, les différentes organisations non gouvernementales estiment que les résultats sur le terrain se font encore attendre. Au Costa Rica, le droit de syndicalisation pose toujours d'énormes problèmes, de même que la flexibilisation des contrats. Au Guatemala, les dirigeants ont refusé aux travailleurs de renégocier leurs conventions collectives, alors qu'au Nicaragua le salaire des employés de certains fournisseurs serait encore de 1,50 dollar américain par jour. Les cas de licenciement sans raison valable sont également fréquents, les conditions de travail des femmes dans les unités d'emballage restent précaires, les violations environnementales, telles que l'utilisation de certains produits interdits, restent d'actualité, sans compter que l'entreprise continuerait de soutenir certains regroupements politiques tels que les escadrons de la mort en Colombie, groupe paramilitaire formé dans les années 1980 pour aider les riches

116. "Urgent Action: Costa Rican workers poisoned by toxic chemicals sacked by Chiquita subsidiary."

propriétaires terriens à se défendre contre les militants d'extrême gauche¹¹⁷. De sorte que les différents groupes de pression et acteurs du commerce équitable ont des doutes sur les motivations et la sincérité de Chiquita dans l'élaboration de son programme de responsabilité sociale ; c'est pourquoi ils continuent à dénoncer publiquement la compagnie.

Tous les critiques sont néanmoins d'accord sur un point : à travers son programme Better Banana Project, son engagement envers le code de conduite du SA 8000, la publication de rapports d'activité francs et transparents, l'entente inusitée signée avec deux importants groupes syndicaux (Colsiba et IUF), sa participation au sein de l'Ethical Trading Initiative et sa certification EurepGAP, Chiquita a introduit de nouveaux standards pour l'industrie bananière. Elle a ainsi devancé de beaucoup ses concurrents dans ses engagements environnementaux et sociaux, ne leur laissant d'autre choix que de s'investir rapidement dans une démarche similaire de responsabilité sociale. Par exemple, lorsque Chiquita a annoncé, il y a quinze ans, qu'elle s'engageait avec la Rainforest Alliance dans un projet de bananeraie durable, Dole et Del Monte ont toutes les deux entrepris des démarches afin de recevoir la certification ISO 14001. Dole offre depuis 2001 des bananes provenant de plantations certifiées biologiques par Skalint et entreprend actuellement des démarches avec le SA 8000¹¹⁸. Dole, qui est déjà associée au système FLO en tant que négociant pour les bananes du Pérou, aspire donc aussi à devenir un fournisseur équitable. Aux États-Unis, Transfair lui a opposé une fin de non-recevoir en invoquant diverses violations des droits humains dont l'entreprise se serait rendue coupable. Bien que les bananes

117. En mars 2007, Chiquita a accepté de payer 25 millions de dollars de dédommagements après avoir reconnu que sa filiale colombienne, Banadex, avait secrètement versé 1,7 million de dollars à des escadrons de la mort opérant dans les zones où elle possède des plantations bananières (*Le Monde*, 12 juillet 2007).
118. SKAL International – programmes de certification de textile équitable : produit utilisant 100% de matière biologique certifiée ; Organic Exchange Certification : permet la traçabilité d'un pourcentage de coton biologique certifié. Voir www.skalint.com

équitables Dole ne soient pas encore disponibles sur le marché, l'éventualité d'une telle offre pourrait augmenter considérablement l'intérêt que porte Chiquita à la certification équitable. D'autant qu'en 2005, Chiquita était sur le point de recevoir une certification équitable pour l'une de ses plantations au Honduras avant que cette dernière ne soit complètement dévastée par l'ouragan Gamma. Les compagnies de bananes dollars flirtent déjà depuis quelques années avec le commerce équitable et aimeraient bien recevoir l'une de ses certifications.

La réponse de la grande entreprise aux questionnements portés par le commerce équitable

Le cas de Chiquita est tout à fait représentatif de l'attitude des grandes entreprises à l'égard du commerce équitable. Implicitement attaquées par la seule existence de produits dits « équitables », ce qui sous-entend que leurs produits sont « inéquitables », les entreprises ont déployé plusieurs stratégies dans le but de discréditer le mouvement équitable, d'une part, puis d'offrir de « meilleures alternatives », d'autre part.

D'entrée de jeu, il faut dire que la menace que constitue le commerce équitable pour les entreprises traditionnelles ne se manifeste pas principalement en termes économiques. À titre d'exemple, pour le café, les parts de marché du commerce équitable demeurent marginales par rapport à celles des quatre grands (Nestlé, Sara Lee, Kraft et Procter & Gamble) qui détiennent ensemble pas moins de 50 % du marché¹¹⁹. La menace se joue plutôt sur le terrain symbolique : en proposant des méthodes de commercialisation et d'approvisionnement alternatives et viables, le mouvement du commerce équitable prouve que l'exploitation des producteurs du Sud n'est pas une fatalité due aux lois du marché ; la pauvreté des producteurs n'apparaît donc plus comme

119. C. Gresser et S. Tickell, *Mugged: Poverty in Your Coffee Cup*, Oxfam Publishing, 2003.

une donnée inévitable, mais bien comme le résultat de stratégies d'approvisionnement particulières et délibérées de la part des grandes entreprises. L'existence même du commerce équitable révèle donc une marge de manœuvre, et souligne par conséquent la responsabilité des grandes entreprises dans la pauvreté des pays producteurs, responsabilité que celles-ci ont toujours esquivée en se réfugiant derrière la fatalité de la loi du marché.

Bien souvent, par ailleurs, la filière équitable est confortée dans sa critique implicite par des campagnes beaucoup plus explicites menées par des ONG contestataires, comme on a pu le voir à propos de Chiquita : « Chiquita, çavapas » (Oxfam-Magasins du Monde Belgique) et « Chiquita : bananes indigestes » (Réseau Solidarité), ou dans d'autres cas tels que « *Boycott Bonita Bananas* » (US/LEAP). Bien que sur le mode de la dénonciation, ces campagnes reprennent d'une certaine façon une bonne partie des revendications du projet équitable au sujet des salaires, de la démocratie, des conditions de travail, etc.

Une première réponse des entreprises à cette menace symbolique que constitue le commerce équitable et les initiatives de contestation explicites qui l'accompagnent s'attache à discrédibiliser le message¹²⁰, et le messenger. À l'instar des réactions suscitées par les premières attaques des écologistes en 1970, les entreprises contestent les données présentées dans des rapports souvent accablants, allant jusqu'à mettre en doute les motivations des ONG contestataires. Par ailleurs, en réponse au commerce équitable qui se présente comme un projet plutôt que comme une critique, certaines entreprises discrédibilisent l'initiative en s'interrogeant sur ses retombées positives et en mettant en garde contre ses effets pervers. À titre d'exemple, le groupe Nestlé est allé jusqu'à prétendre que le commerce équitable allait exacerber la crise du café¹²¹.

120. Fridell, Hudson et Hudson, « With Friends Like These: The Corporate Response to Fair Trade Coffee », *art. cit.*

121. Nestlé, *What Can Be Done?*, 2003, URL cit., cité par M. Fridell, I. Hudson et M. Hudson, « With Friends Like These: The Corporate Response to Fair Trade Coffee », *Review of Radical Political Economics*, vol. 40, n° 1, 2008, p. 8-34.

L'argument est que le commerce équitable empêche la régulation naturelle du marché, c'est-à-dire la possibilité que les producteurs les moins performants soient incités à changer d'activité de manière à réduire la surproduction à l'origine de la dépression des prix. Ce qui n'empêche pas les entreprises de proposer dans la foulée leurs propres mesures sociales pour aider les producteurs, même si cela peut paraître en contradiction avec leur discours de laisser-faire.

Les stratégies de décrédibilisation n'ont manifestement pas semblé suffisantes pour écarter la menace symbolique portée par le commerce équitable puisque, sur un registre totalement opposé, les entreprises ont déployé une gamme d'initiatives dont les objectifs sont très similaires à ceux du commerce équitable. La première se veut une réponse au prix juste et au réinvestissement de la prime équitable dans des projets de développement, et s'inscrit dans une perspective très traditionnelle, et séculaire, de la responsabilité sociale : la philanthropie. Outre les programmes généraux tels que Kraft Cares, plusieurs entreprises ont développé des programmes spécifiques pour leurs produits (Coffee Kids chez Van Houtte) ou se sont affiliées à des organismes charitables, comme le programme « Plan de parrainage » chez Second Cup. La compagnie Chiquita, quant à elle, finance directement la construction d'écoles, de maisons pour ses employés et d'hôpitaux à travers un programme qui porte le nom de « Nature et Communauté ». Ces mesures philanthropiques ont permis de financer des infrastructures, l'éducation des enfants et des programmes d'alimentation, mais elles demeurent en contradiction avec l'esprit du commerce équitable qui refuse l'aide et milite plutôt en faveur de meilleurs termes de l'échange, c'est-à-dire de conditions commerciales plus avantageuses pour les producteurs du Sud.

Une deuxième réponse a consisté, dans le domaine du café tout particulièrement, à mettre sur pied un système d'achat direct de manière à court-circuiter les intermédiaires que se targue d'éviter le système du commerce équitable. Nestlé a installé des points d'achat dans les onze pays où elle opère des usines de

transformation, ce qui lui aurait permis d'acheter en 2002 pas moins de 110 000 tonnes de café directement aux producteurs¹²². Ceux-ci ont ainsi pu bénéficier d'un prix d'une fois et demie à deux fois plus élevé pour leur production, mais on ne sait pas si la vente directe leur a occasionné des coûts supplémentaires (en raison du transport, par exemple).

Dans une perspective similaire de renouvellement des relations avec les producteurs, plusieurs entreprises comme Nestlé, Procter & Gamble et Chiquita ont aussi entrepris d'offrir des formations techniques permettant d'améliorer la qualité des produits et, par conséquent, le prix offert. Cette stratégie est assimilable au soutien technique proposé à travers les circuits biologique et équitable, où la qualité du produit doit être garantie pour bien le distinguer d'un des ancêtres du café équitable, le café de charité¹²³.

Enfin, la dernière réponse des entreprises au commerce équitable est la certification, non pas tant celle du commerce équitable, mais toutes sortes d'autres certifications associées ou non à des mouvements militants. Comme on l'a déjà vu, Chiquita fut la première entreprise à obtenir la certification Better Banana Project pour certaines de ses plantations au Costa Rica. Par la suite, elle s'est attachée à appliquer les normes du SA 8000 et celles de l'EurepGAP, mais au moment d'écrire ces lignes, encore aucune banane Chiquita n'affiche le label équitable. La situation dans le domaine du café semble différente puisque, même si elles ont majoritairement adhéré à d'autres certifications comme la minimaliste Sustainable Agricultural Initiative (SAI), les grandes entreprises ont commencé à offrir des cafés certifiés équitables, la plupart du temps en réponse à des campagnes d'ONG à cet effet : Nestlé a lancé Partner's Blend, et Procter & Gamble la gamme Mountain Moonlight, Van Houtte offre plusieurs cafés à la fois

122. Fridell, Hudson et Hudson, "With Friends Like These: The Corporate Response to Fair Trade Coffee", *art. cit.*

123. De piètre qualité, le café de charité était acheté plus pour des raisons humanitaires que pour une consommation usuelle.

équitable et biologiques, tandis qu'un jour par mois Starbucks offre du café équitable comme café du jour.

Même si la plupart y demeurent réfractaires, l'ouverture de certaines entreprises traditionnelles au commerce équitable peut sembler une avancée notable, d'autant qu'elles suscitent un tel effet d'entraînement que les autres entreprises leur emboîtent bien souvent le pas. Pourtant, il faut garder à l'esprit que cette offre demeure marginale par rapport à l'ensemble des produits de l'entreprise. À titre d'exemple, seul 1 % des ventes de Starbucks correspond à du café équitable, et les cafés certifiés équitables offerts par les autres entreprises concernent surtout les cafés gourmets dont les volumes sont restreints. Cela confirme une stratégie de niche pour les produits équitables incompatible avec l'objectif de réforme globale du mouvement, tout en procurant à l'ensemble de l'entreprise qui les offre un vernis de responsabilité sociale à faible coût. Sans compter que les produits équitables ne font bien souvent l'objet d'aucune promotion ou d'explication auprès du consommateur, comme chez Van Houtte où le café équitable est disponible sans plus, alors que l'éducation du consommateur est un attribut du projet équitable. La stratégie de niche est critiquée autant chez les grandes entreprises « productrices » que dans la grande distribution qui a pourtant joué un rôle particulier dans le développement du commerce équitable.

Paradoxalement, l'entreprise de grande distribution Carrefour en France a signé un accord de dix ans avec la coopérative UCIRI pour lui acheter du café biologique à un prix plus élevé que le prix payé par FLO¹²⁴ pour le vendre sous un label Bio Mexique sans aucune mention de la dimension équitable de la production et tout en vendant également du café de même provenance transformé par le torréfacteur Malongo, qui affiche cette fois le logo équitable. En Belgique, Carrefour a plutôt choisi de traiter avec Oxfam qui agit comme fournisseur de produits équitables. Comme dans le cas de Starbucks, une des principales craintes est que le pouvoir

124. M.-C. Renard, "Quality certification, regulation and power in fair trade", *Journal of Rural Studies*, vol. 21, n° 4, 2005, p. 419-431.

économique de la grande entreprise dans ses relations avec les organisations du commerce équitable ne lui permette, en fin de compte, de dicter ses conditions.

C'est une logique qui semble avoir été à l'œuvre dans le cas de Chiquita où la Rainforest Alliance aurait abaissé ses critères environnementaux en vue de s'entendre avec la grande entreprise. Les relations entre les organisations du commerce équitable et les grandes entreprises peuvent aussi aboutir à des initiatives parallèles au label d'origine, comme dans le cas du label Utz Kapeh mis en avant par l'organisation fondatrice de Max Havelaar, Solidaridad. Développé de concert avec les plus grands distributeurs européens, ce label Utz Kapeh s'appuie sur un système de traçabilité et porte sur les normes du travail ainsi que sur l'environnement, sans toutefois prévoir de prix juste. Ne pouvant revendiquer l'appellation de « juste » (absence de critères relatifs au prix), ni celle de « durable » (insuffisance des critères environnementaux), Utz Kapeh s'est rabattu sur l'expression « café certifié responsable¹²⁵ ».

Le café équitable gagne pourtant du terrain même chez les grandes entreprises alors que Transfair USA a conclu des accords avec Green Mountain Coffee Roasters et Dunkin' Donuts en plus de Starbucks et Procter & Gamble. En réaction, les petits torréfacteurs entièrement dédiés au marché équitable cherchent à développer un nouveau logo pour se distinguer de ces grandes entreprises en s'affichant comme les véritables porteurs des objectifs de réforme globale du commerce équitable.

Derrière ces stratégies de prolifération des logos se dessine une vraie bataille pour accaparer la définition de la qualité sociale des produits dont veulent bénéficier les grandes entreprises. La certification équitable n'est pas la seule à faire l'objet de luttes dont l'objectif reste le même : avoir le contrôle sur les critères qui viendront définir une qualité sociale ou environnementale de plus en plus recherchée par les consommateurs et revendiquée par les mouvements citoyens, et donc structurer le marché. Le secteur

125. *Ibid.*

forestier a connu une véritable prolifération des certifications environnementales avant qu'une classification n'émerge au niveau international au tournant des années 2000 : le système FSC promu par les ONG environnementales bien que multipartite, et le système PEFC (programme de reconnaissance de la certification forestière) qui regroupe les certifications industrielles et nationales. Or une dynamique particulière qui a vu les ONG environnementales systématiquement rejeter toute certification autre que celle du FSC a permis à cette dernière de devenir la référence non seulement auprès des entreprises, mais aussi auprès des systèmes de normalisation concurrents. On a observé en effet que, après avoir obtenu des certifications industrielles, les entreprises visent la certification FSC, alors que les systèmes de certification concurrents tels que la Sustainable Forestry Initiative (SFI) se rapprochent des critères du FSC à chacune de leur révision¹²⁶.

La dynamique dans le domaine de la certification équitable risque toutefois d'être plus complexe, ne serait-ce qu'en raison des alliances que les entreprises sont en mesure de conclure avec certaines ONG environnementales en marge et parfois même au détriment des revendications du mouvement équitable (lequel n'a pas non plus associé les ONG environnementales à sa démarche). Ces stratégies sont venues diluer les pressions contestataires, jusqu'à mettre des alliés naturels (ONG environnementales et ONG sociales) en concurrence et conforter les grandes entreprises dans leur refus de certains critères au cœur du projet équitable comme le prix minimal garanti. La prolifération des labels concurrents tout comme ces alliances entre grandes entreprises et ONG en dehors du commerce équitable représentent donc non seulement un défi, mais aussi une véritable menace pour le commerce équitable en tant que garant de la seule vraie qualité sociale d'un produit.

126. M.-A. Lafrance, *Le potentiel de la certification à favoriser la mise en œuvre d'une foresterie durable*, mémoire de maîtrise, Sciences de l'environnement, UQAM, 2006.

J. Maurais, *Transformations régulatrices induites par l'arrivée de la certification forestière au Québec*, mémoire de maîtrise, Sciences de l'environnement, UQAM, 2006.

Confusion des consommateurs face à la prolifération des labels responsables

Comme on peut le constater, il existe une multitude de certifications, non seulement dans les secteurs de la banane et du café, mais également dans d'autres secteurs comme le textile ou la foresterie. À titre d'exemple, trois certifications sont disponibles dans le secteur de la banane, et l'on en compte quatorze dans le secteur du café en excluant les labels maison tels que Partner's Blend et Mountain Moonlight. La foresterie est sans aucun doute le domaine dans lequel les certifications sont les plus nombreuses. Le système du PEFC (programme de reconnaissance de la certification forestière) regroupe pas moins de treize certifications provenant de l'industrie et des gouvernements. Sans compter les certifications à portée générale qui peuvent être adoptées par toutes les organisations voulant se soumettre à des exigences précises, comme le SA 8000 et l'ETI pour ne nommer que celles-là. À ces systèmes de labels et de certifications s'ajoutent également les codes de conduite élaborés par les entreprises elles-mêmes, comme le code de conduite « Vivre selon nos valeurs essentielles » de Chiquita. Bien que ces derniers ne soient pas toujours sujets à certification, ils se mêlent aux labels et aux certifications dans un système où les uns renvoient aux autres, se complètent ou se concurrencent sans pour autant être de même nature.

Les facteurs permettant d'expliquer la prolifération des certifications sont nombreux. À commencer par la diversité des enjeux auxquels ces dernières répondent. Il y a tout d'abord des labels et certifications à visée environnementale. Certains de ces labels ont une portée considérable, comme le label biologique, alors que plusieurs autres se concentrent sur un aspect environnemental précis ou une zone géographique bien délimitée, tel le label Bird Friendly pour les produits cultivés sous couvert forestier qui vise à préserver l'habitat des oiseaux migrateurs qui nichent dans les forêts ou dans les plantations tropicales durant l'hiver. Ces labels environnementaux répondent à une demande de plus en plus forte

des consommateurs des pays industrialisés pour une alimentation plus saine et durable. Ensuite, il existe les labels à visée sociale comme le commerce équitable. Le label équitable peut certifier aussi bien le produit que l'organisation, un fait plutôt rare en alimentation puisque, dans la majorité des cas, la certification ne vise que le produit. Plusieurs acteurs du commerce équitable croient que le commerce équitable doit aussi être biologique afin d'être considéré comme un modèle de développement durable. Le fait que la certification équitable soit souvent jumelée à la certification biologique a également contribué à l'émergence de certifications hybrides telles que l'appellation Bio Équitable contrôlée par Ecocert et la certification Fair for Life d'IMO (Institute for Marketecology). Par ailleurs, il existe aussi des labels qui sont des signes d'identification de l'origine comme le label d'origine contrôlée en Europe. Ces labels d'origine contrôlée illustrent la lutte entre les producteurs d'aliments dont les spécificités sont issues du terroir contre l'usurpation de ces références par d'autres compagnies. Par exemple, pour les défenseurs des appellations géographiques, il est inconcevable que le roquefort soit produit hors de la région de Roquefort. Enfin, les labels de qualité sont de plus en plus fréquents et leur popularité grandissante va de pair avec les crises alimentaires comme la crise de la vache folle ou la présence de bactérie *E. coli* dans la chaîne alimentaire. À titre d'exemple, le label EurepGAP en Europe, qui vise à garantir l'hygiène dans la production des aliments, a été créé afin de mieux contrôler ce genre de crise alimentaire.

Finalement, le développement de certifications concurrentes à celles qui existent déjà, c'est-à-dire de certifications qui visent les mêmes objectifs mais qui sont promues par des organisations différentes, contribue à la prolifération des labels et certifications. Le cas de la foresterie où il existe près d'une quinzaine de certifications illustre très bien ce phénomène¹²⁷. Chaque

127. En 1993, suite à la création de la certification forestière FSC (Forest Stewardship Council) mise sur pied par la WWF, une série d'initiatives

certification offre à son promoteur la possibilité d'imposer ses propres règles à travers une norme adaptée à sa réalité et qui s'avère par conséquent moins contraignante pour lui. Au-delà d'une compétition entre certifications, cette rivalité sous-tend une lutte de pouvoir complexe dans laquelle chacun souhaite que sa certification soit davantage reconnue que les autres afin de ne pas se voir imposer un cahier des charges sociales et environnementales qu'il n'a pas choisi et qui bouscule ses façons de faire. Cette dynamique se traduit souvent par des campagnes de dénigrement des autres initiatives pour gagner en crédibilité et en légitimité.

À titre d'exemple, dans le secteur du commerce équitable, une bataille se joue actuellement pour la définition de l'équitable. Les mouvements sociaux revendiquent ce droit, considérant qu'ils sont les mieux placés pour définir ce qui est souhaitable, durable et équitable puisqu'ils représentent l'intérêt de la société civile. Pourtant, les industriels et entreprises privées contestent ardemment ce droit et veulent également participer à la définition de ce qui est équitable, car ils savent pertinemment que c'est la seule chance qu'ils ont d'influencer le mouvement équitable et d'éviter d'en être éjectés. C'est pourquoi ces mêmes industriels et entreprises répondent au commerce équitable par toutes sortes d'autres certifications sociales affichant le nom d'« éthique », de « durable », de « responsable » et même parfois d'« équitable ». Ce n'est pas sans conséquences sur le mouvement du commerce équitable car cela a pour effet, entre autres, de diluer le mouvement dans une multitude de certifications et de semer le doute dans l'esprit du public. La crédibilité du mouvement en est ainsi grandement affectée alors que l'existence même du commerce équitable repose, précisément, sur cette crédibilité. Si cela les incite à multiplier les certifications concurrentes, il est loin d'être certain que d'écarter les grandes entreprises de ce débat serve le commerce équitable.

concurrentes ont vu le jour comme la Cerflor (système de certification forestière du Brésil) provenant du gouvernement brésilien ou la SFI (Sustainable Forestry Initiative) promue par le milieu industriel.

Il n'en reste pas moins que l'une des plus grandes conséquences de la prolifération des certifications est la confusion du consommateur qui se voit noyé dans un océan de certifications et de labels. Ce dernier ne pouvant faire la différence entre les démarches équitable, durable et éthique a du mal à apprécier la valeur exacte d'un label par rapport à un autre. C'est pourquoi, dans les lignes qui suivent, nous proposons quelques outils pour y voir un peu plus clair.

Mieux comprendre les différences entre les labels

Tout d'abord, quelle est la différence entre un code de conduite, un label et une certification ? Un code de conduite est un énoncé de divers principes auxquels une entreprise accepte volontairement de se plier dans le cadre de ses activités et/ou qu'elle impose à ses partenaires économiques. Le code de conduite « Vivre selon nos valeurs essentielles » de Chiquita en est un exemple. Les labels sont des signes visant à distinguer un produit ou un service sur la base de critères particuliers (environnementaux, sociaux ou économiques) qui s'ajoutent aux critères traditionnels de prix et de qualité. Ils sont fondés sur les qualités intrinsèques d'un produit ou sur son processus de fabrication, et c'est pourquoi ils peuvent être associés à des codes de conduite. À titre d'exemple, l'agriculture biologique, le commerce équitable et le label du Forest Stewardship Council (FSC) appartiennent à cette catégorie. Quant à la certification, elle est attribuée à un produit ou à un organisme qui respecte des critères donnés (que ceux-ci prennent la forme d'un code de conduite ou d'exigences de qualité sociale et environnementale), et dont la conformité a été vérifiée. FLO-Cert est un exemple de certification. Les codes de conduite et les labels peuvent aussi faire l'objet d'une certification ; c'est le cas du commerce équitable, du Better Banana Project et de l'agriculture biologique.

Mais comment évaluer la qualité d'un label, d'un code de conduite ou d'une certification ? D'abord, il importe de

s'interroger sur le promoteur de la certification, c'est-à-dire l'organisme qui a mis sur pied la certification. Il peut s'agir d'une entreprise, d'une organisation non gouvernementale, d'un gouvernement ou encore d'un partenariat entre ces différents acteurs. Le commerce équitable est promu par des organisations non gouvernementales, alors que l'Ethical Trading Initiative (ETI) et le SA 8000 sont des exemples de partenariats entre organisations non gouvernementales et acteurs économiques. Une certification à visée sociale ou environnementale promue par des organisations non gouvernementales est à bien des égards plus crédible qu'une certification promue par l'entreprise privée, alors qu'elle est elle-même l'objet de la certification.

Le deuxième élément à considérer est l'objet de la certification. La certification concerne soit un produit, soit une organisation. Dans le premier cas, c'est le processus de fabrication qui est soumis aux exigences d'un cahier des charges comme dans le cas de la certification du Better Banana Project. Une certification de produit est généralement visible sur le produit par l'affichage d'un label comme le logo de la grenouille sur les bananes Chiquita. Dans le cas où la certification s'adresse à une organisation (entreprise, coopérative), cette dernière est soumise à un code de conduite dont les exigences sont généralement sujettes à vérification (SA 8000, l'ETI et ISO 14001). La preuve de cette conformité n'est pas visible sur les produits, mais est mise en avant dans les outils de communication de l'organisation (sites Internet, catalogues) ou dans ses locaux. Elle sert à vendre son image de marque. Certaines certifications sont hybrides et empruntent des éléments aux deux démarches. Par exemple, la certification de FLO est une certification de produits qui inclut également des critères s'adressant à l'organisation comme le fonctionnement démocratique de celle-ci. Dans le cas du commerce équitable, cette distinction fondée sur l'objet de la certification se traduit par deux visions du commerce équitable qui ont été présentées au chapitre 3. D'un côté, la certification de l'IFAT favorise une certification d'organisation dans le cadre de la filière dite « intégrée ». Les organisations doivent

démontrer qu'elles respectent les critères de l'IFAT dans l'intégralité de leurs activités et que leur activité principale est vouée au commerce équitable. De l'autre côté, la filière labellisée certifiée par FLO-Cert repose sur la certification des produits et des organisations du Sud impliquées dans le processus de production. Parce qu'elle porte sur des produits, la certification équitable de FLO permet à des acteurs conventionnels d'être parties prenantes de la filière en achetant et en revendant des produits équitables. C'est cette filière qui a permis à des acteurs tels que Van Houtte et Nestlé de vendre du café équitable et d'afficher le logo de Transfair sur certains de leurs cafés sans pour autant modifier leur comportement dans l'ensemble de leurs activités.

Cette dichotomie est la source de plusieurs conflits au sein même du mouvement du commerce équitable. Aux yeux de certains acteurs plus radicaux tels que Minga, la filière labellisée est responsable de l'impureté et de l'incohérence dont est souvent accusé le mouvement équitable. *A contrario*, une certification d'organisation permet d'éviter cette intrusion des acteurs économiques traditionnels qui profitent de l'occasion pour se construire une image de responsabilité sociale à peu de frais. Sans compter le désarroi des petits torréfacteurs qui sont 100 % équitables et qui voudraient pouvoir bénéficier d'un label distinctif leur permettant de valoriser leur engagement social face à de grandes entreprises dont moins de 1 % du café est équitable. Pour l'instant, ces petits torréfacteurs peuvent se replier sur la marque FTO (Fair Trade Organization) de l'IFAT qui propose depuis 2004 un label à ses membres.

La troisième caractéristique à considérer est la nature de la certification. Elle peut être de deux types : soit procédurale, c'est-à-dire qu'elle porte sur les processus de gestion à mettre en place pour obtenir la certification, soit substantive, et dans ce cas elle exige l'atteinte d'une certaine performance dans des domaines précis. Le caractère substantif d'une norme correspond à un niveau d'exigences de performance tandis que le caractère procédural ne renvoie qu'à la présence d'une procédure dans l'organisation.

Parmi toutes les certifications évoquées précédemment, seule la norme ISO 14001 est exclusivement procédurale ; les autres certifications comportent une part d'exigences substantives. Il n'en reste pas moins que deux certifications de nature substantive ne reflètent pas nécessairement le même niveau ni le même type d'exigence.

La quatrième caractéristique d'une certification est le type de vérification qu'elle suppose. Le type de vérification d'une certification a une importance considérable sur la crédibilité de celle-ci, comme le démontrent les éléments de réflexion mis en avant dans le chapitre 6. Plus le vérificateur est indépendant et externe à l'entreprise, plus la certification sera crédible. Comme nous l'expliquons plus tôt, on peut distinguer plusieurs types de vérifications. Dans le premier cas, l'entreprise contrôle elle-même le respect de ses engagements ; la certification de l'IFAT, par exemple, repose en partie sur une démarche d'autoévaluation en plus des examens mutuels entre organisations commerciales et de vérifications externes. Dans le deuxième cas, la vérification indépendante est effectuée par des organismes de vérification professionnels, le plus souvent agréés selon la norme internationale ISO 65 comme c'est le cas de la certification biologique de Skalint. Dans le troisième cas, l'hétérovérification est une vérification effectuée par des associations locales issues du terrain ; le Better Banana Project, dont l'évaluation est exercée par le SAN (Sustainable Agriculture Network), en est un bon exemple.

Finalement, le dernier critère important à évaluer est la référence normative ou le fondement du contenu d'une norme. Une certification peut faire référence à un accord international comme l'OIT, à une législation nationale ou encore à une norme résultant d'une négociation multipartite. Jusqu'ici, l'expérience accumulée dans d'autres secteurs de certification tels que celui de la foresterie démontre que les certifications qui perdurent sont souvent celles qui sont le résultat d'échanges et de compromis entre différents acteurs (organisations non gouvernementales, industriels et gouvernements) ainsi que les certifications qui sont fondées sur des

normes universellement reconnues comme celles de l'OIT ou les droits universels. Dans ce contexte, le mouvement équitable semble faire cavalier seul en revendiquant de façon exclusive et sans l'avoir négocié avec d'autres acteurs, le qualificatif « équitable ».

Comme nous venons de le voir, plusieurs caractéristiques doivent être prises en compte pour bien comprendre une certification et juger de sa qualité. D'où l'importance de la transparence, de la disponibilité et de l'accessibilité à l'information afin de permettre aux consommateurs de répondre à toutes ces questions. Mais il serait souhaitable que les différentes initiatives qui pullulent actuellement soient mieux ordonnancées. Outre le fait que le consommateur s'y perd, cette prolifération désordonnée décrédibilise les initiatives sérieuses de certification sociale et de commerce équitable, ce qui fragilise un mouvement dont la pérennité repose sur la crédibilité et la lisibilité. Il semble impératif pour la survie du mouvement que le commerce équitable s'investisse dans une démarche de réflexion qui lui permettra de répondre à trois questions : quels sont les enjeux actuels auxquels le mouvement souhaite répondre ? À qui revient le rôle de définir ce qui est juste, équitable et durable ? Quelles sont les mesures de contrôle qui doivent s'appliquer ?

Commerce équitable et responsabilité sociale des entreprises, une alliance pour la consommation responsable ?

Comme nous l'avons vu précédemment, les acteurs économiques traditionnels n'ont pas tardé à répondre aux référentiels proposés par les mouvements sociaux, puisqu'ils ne souhaitent guère se faire imposer des normes sociales et environnementales qu'ils préfèrent moduler en fonction de leurs perspectives, soit en proposant leurs propres cahiers des charges, soit en s'associant à une sélection d'initiatives issues des mouvements sociaux, comme l'a fait Chiquita en devenant partenaire de la Rainforest Alliance.

Il en résulte, nous l'avons dit, une prolifération de certifications, de normes et de cadres de références. Certains proposent des circuits de consommation alternatifs dans la perspective d'une contestation des acteurs économiques traditionnels (c'est le cas du commerce équitable), alors que d'autres offrent de nouveaux produits éthiques, responsables ou solidaires destinés aux consommateurs responsables. Or ces initiatives n'ont pas la même valeur en termes d'engagement économique et social.

C'est dans cette distinction que s'enracine le conflit qui oppose le mouvement du commerce équitable à la responsabilité sociale des entreprises. Le premier veut conserver son monopole de référence sociale et voit d'un mauvais œil l'offre de plus en plus abondante de produits éthiques, équitables ou responsables provenant de grandes entreprises. Il souligne que ce comportement correspond davantage à un positionnement stratégique de la part des acteurs économiques traditionnels qu'à un réel engagement social et environnemental. Depuis une dizaine d'années, beaucoup d'efforts ont été déployés par les acteurs du commerce équitable afin de mettre en avant les oppositions entre le commerce équitable et la démarche de responsabilité sociale menée par les entreprises. En premier lieu, arguent-ils, la logique du commerce équitable est de changer les règles du commerce international, de maximiser les bénéfices pour les producteurs et les travailleurs marginalisés du Sud et de sensibiliser les consommateurs. En revanche, les entreprises conventionnelles optant pour une démarche de responsabilité sociale dépendent des règles du commerce international ; leur objectif demeure de maximiser les bénéfices pour leurs actionnaires. Par ailleurs, une organisation de commerce équitable certifiée par l'IFAT doit réaliser la totalité de son chiffre d'affaires grâce au commerce équitable, alors que cette proportion dépasse rarement 1 % dans des entreprises engagées dans des démarches de responsabilité sociale telles que Nestlé, Van Houtte ou Starbucks, comme nous l'avons vu. Sur ce point, même les acteurs du commerce équitable ne sont pas tous sur la même longueur d'ondes. Pour ceux et celles qui favorisent une approche

de certification par organisation comme Minga, la notion de pureté est au centre du débat, alors que pour les acteurs qui soutiennent davantage la certification par produit, le volume vendu reste plus important puisqu'il permet à plus de producteurs du Sud de bénéficier des conditions équitables. Selon ses organisations promotrices, le commerce équitable va plus loin que la responsabilité sociale des entreprises. En plus de respecter les normes de l'OIT, le commerce équitable aborde des aspects économiques et de développement. Au contraire, le mouvement de la responsabilité sociale s'en tient généralement au respect de standards minimaux parfois même sans lien avec les conventions internationales. En pratique, l'opposition entre commerce équitable et responsabilité sociale sert de prétexte à des campagnes de dénonciation, comme nous l'illustrons ci-dessus par la campagne « Chiquita, ça va mieux ? » d'Oxfam-Magasins du Monde qui consistait à souligner la faiblesse des engagements sociaux et économiques dans la certification Better Banana Project comparativement aux engagements liés à la certification Max Havelaar. Si bien que le paysage économique semble désormais marqué par deux logiques normatives, celle du commerce équitable et celle de la responsabilité sociale de l'entreprise, qui s'opposent et se concurrencent bien souvent sans même se demander comment ils pourraient coexister en vue de transformer le système commercial actuel.

Il est pourtant possible d'articuler les deux systèmes en adoptant une perspective plus large de consommation responsable dans laquelle le commerce équitable et la responsabilité sociale des entreprises se compléteraient afin de parvenir à plus de justice dans le système commercial global. La perspective suppose de reconnaître le caractère incontournable du changement de comportement des grandes entreprises si l'on souhaite réformer les règles du commerce international. À cet égard, le comportement de l'ONG environnementale Rainforest Alliance qui a accepté de travailler en partenariat avec Chiquita illustre bien le potentiel d'une collaboration entre un acteur privé et une

organisation issue de la société civile. Cette initiative, en plus d'ouvrir de nouvelles portes en termes d'innovation sociale, peut être considérée comme un véritable compromis entre les mouvements sociaux, d'une part, et les acteurs économiques traditionnels, de l'autre. Elle a permis aux deux organisations, à travers un long processus dialogique, de trouver une nouvelle manière de fonctionner qui satisfasse les deux parties.

Le cas du textile est intéressant car il permet de voir la configuration que pourrait prendre la complémentarité entre commerce équitable et responsabilité sociale de l'entreprise. La filière textile est structurée en trois étapes : la production, la transformation et la confection textile. Lorsque l'idée du coton équitable est née, il s'agissait d'appliquer les critères généraux du commerce équitable avec quelques critères spécifiques au coton. Les producteurs de coton se retrouvaient soumis aux mêmes exigences que les producteurs de café, de thé ou de canne à sucre. Ainsi, seul le coton récolté était équitable et la garantie du respect des critères de FLO s'arrêtait à l'étape de l'égrenage. Les vêtements fabriqués à partir de ce coton pouvaient afficher le logo de FLO sous lequel était inscrit « coton graine » afin d'informer le consommateur que les étapes postérieures à l'égrenage n'étaient pas surveillées. Comme il a été mentionné au chapitre 6, plusieurs acteurs du commerce équitable et de la mode éthique ont alors investi le champ négligé par FLO : la transformation et la confection. Par exemple, Oxfam-Magasins du Monde a adopté le code de conduite de la campagne « Vêtements propres » pour toutes les étapes de la chaîne de transformation et de confection, alors que l'ONG Solidaridad s'est investie dans un nouveau label Made By qui allie la certification biologique au niveau de la production et la labellisation SA 8000 au niveau des étapes de transformation et de confection.

FLO s'est ensuite investie dans l'élaboration d'un code de conduite applicable aux étapes de la transformation et de la confection textiles qu'elle présente dans une section intitulée « Exigence supplémentaire pour les commerçants de la filière coton ». Le code de conduite du commerce équitable est fondé sur l'Ethical Trading

Initiative et reprend onze conventions de l'OIT¹²⁸. Ainsi, chaque entreprise impliquée dans la chaîne d'approvisionnement qui prend possession du coton issu du commerce équitable doit prouver qu'elle fait des efforts pour le respecter et le faire respecter chez ses sous-traitants. Cette preuve peut être fournie de plusieurs façons. L'entreprise peut prouver qu'elle détient un certificat d'adhésion à l'IFAT, un certificat SA 8000, démontrer que l'unité de production participe à l'Ethical Trading Initiative (ETI), à la Fear Wear Foundation (FWF), à la Fair Labour Organisation (FLA) ou au Worker's Right Consortium (WRC), ou encore établir qu'elle a fourni une lettre d'adhésion à un syndicat accrédité par la Confédération internationale des syndicats libres. Dans le cas où toutes ces démarches sont impossibles, l'entreprise peut recourir au service de FLO ou d'un autre expert indépendant reconnu par FLO afin de procéder à l'évaluation de ses installations.

Cette démarche fondée sur un code de conduite s'adressant aux organisations s'apparente davantage à une démarche de responsabilité sociale des entreprises qu'à la démarche traditionnelle du commerce équitable. D'ailleurs, cette pratique est chez FLO exclusive au secteur du coton¹²⁹. De toute évidence, une certification par produit telle que celle pratiquée par FLO ne pouvait s'adapter aux phases manufacturées de la transformation et de la confection textiles. En ce sens, la complémentarité entre commerce équitable et responsabilité sociale des entreprises semble prometteuse. Cette complémentarité a permis de créer une filière labellisée équitable qui fait preuve de transparence du début à la fin du processus de transformation et dans laquelle le chemin parcouru par la fibre est facile à retracer. Mais, surtout, cela a permis de

128. Conventions 001, 029, 087, 098, 100, 105, 111, 131, 138, 155 et 182.

129. FLO utilise les normes de l'OIT dans ses critères généraux de certification. Toutefois, avant l'initiative du coton, elle n'a jamais explicitement fait référence à aucun code de conduite.

créer une filière labellisée par un seul logo, plus simple à comprendre pour les consommateurs.

Toutefois, plusieurs questions subsistent : le code de conduite proposé par l'organisation équitable est-il le meilleur support pour porter les valeurs et les revendications du commerce équitable dans le secteur manufacturé ? Un examen révèle que le code de conduite proposé par FLO ne comporte aucun critère relatif à la participation des employés à la gouvernance de l'entreprise, aucune mention spécifique quant à l'éducation des employés concernant leurs droits ou encore des critères spécifiques au développement. Bref, parmi les objectifs initiaux du commerce équitable, le respect des droits humains et le respect des règles de l'OIT sont les rares à trouver écho dans le secteur manufacturé de la filière équitable du coton. Les initiateurs du code de conduite du commerce équitable se sont contentés de reprendre des formules déjà existantes, sans même tenter de les adapter au contexte et à la spécificité du commerce équitable. Les avantages de s'être limité aux initiatives existantes sont nombreux : la démarche est simple, rapide, ne demande dans bien des cas aucune procédure de vérification tout en permettant de toucher une redevance pour l'utilisation du logo.

Néanmoins, on peut s'étonner des choix de FLO, compte tenu de plusieurs initiatives beaucoup plus innovantes qui s'offraient à elle. Par exemple, elle aurait pu collaborer avec les acteurs de l'IFAT afin de travailler conjointement à l'élaboration d'une structure de certification d'organisation adaptée au secteur textile, puisque l'IFAT fonctionne déjà sur la base de certification par organisation. D'autant plus que cela aurait été une façon pour le commerce équitable de renforcer son dialogue interne pour se démarquer des initiatives moins crédibles de responsabilité sociale. Enfin, le vaste choix laissé aux entreprises afin d'obtenir la certification équitable pour le secteur de la confection leur permet de retenir, parmi les sept possibilités, celle qui est la moins exigeante. Chacune d'entre elles comporte une petite faiblesse. À titre d'exemple, la FLA n'inclut pas de mention concernant le salaire vital et elle est très coûteuse. On reproche au Worker's

Rights Consortium de manquer de rigueur et le SA 8000 fait reposer toute la responsabilité sur les fournisseurs sans rien exiger des marques et des distributeurs, alors que ces derniers contribuent grandement aux mauvaises conditions de travail dans les pays en développement.

L'exemple du textile équitable, comme ceux du café et de la banane, démontre bien qu'il est important de repositionner le commerce équitable comme étant un élément faisant partie d'une multitude de solutions dans la grande sphère de la consommation responsable. Ainsi, le commerce équitable et les initiatives responsables, éthiques et solidaires conduiront ensemble à de meilleures pratiques économiques et commerciales.

Conclusion

À l'origine, le commerce équitable s'est constitué en marge du commerce traditionnel, et même en opposition à celui-ci. Il s'agissait de proposer une alternative à un système de commercialisation dommageable pour les pays du Sud, en dénonçant du même coup les pratiques des grandes entreprises peu soucieuses des impacts de leurs opérations sur les producteurs et l'environnement. À partir du moment où le mouvement a choisi de s'ouvrir à la grande distribution grâce au mécanisme de labellisation, il s'est inséré inévitablement, même si ce n'est que partiellement, dans le système de commercialisation traditionnel, délaissant la dénonciation au profit de l'alternative concrète. Par ailleurs, la réponse favorable de la grande distribution témoignait du même coup d'une évolution du système de commercialisation alors que les grandes surfaces se montraient disposées à véhiculer les produits et, ce faisant, le message du commerce équitable. L'aventure de la labellisation est déjà en soi une rencontre entre les ambitions de responsabilité sociale des entreprises et le mouvement du commerce équitable. Mais cette première rencontre n'est pas une idylle : elle connaît des ratés et elle est dénoncée par beaucoup.

Au cœur de la tension se dressent d'une part les objectifs pluriels d'un mouvement qui oscille entre un soutien à grande échelle des petits producteurs, bref une action très économique, et une dénonciation des règles commerciales qui se déploie plutôt dans l'arène politique. Mais se pose d'autre part la question du positionnement des entreprises et de la crédibilité de leurs initiatives de responsabilité sociale : leur suffit-il d'offrir des produits équitables pour être socialement responsables ? Le mouvement du commerce équitable trouve écho, à travers son rapprochement avec les grands distributeurs, à son ambition d'augmenter les volumes de vente et de soutenir le plus de producteurs possible. Mais cette stratégie laisse dans l'ombre la dénonciation d'un système commercial dont les grands distributeurs sont parties prenantes, pour aller jusqu'à s'associer à des entreprises comme Wal Mart pourtant réputées pour leurs pratiques douteuses à l'égard des syndicats et de leurs sous-traitants. À travers de telles associations que plusieurs acteurs du commerce équitable dénoncent¹³⁰, le mouvement n'est-il pas en train de s'embourber dans une contradiction inextricable en fermant les yeux sur les conditions de travail au Nord ou les relations avec les sous-traitants des secteurs manufacturiers pour ériger le sort des petits producteurs en seule cause valable ?

La seconde rencontre du commerce équitable avec la grande entreprise est plus problématique et, d'entrée de jeu, conflictuelle : contrairement aux distributeurs, les grandes entreprises d'importation et de transformation demeurent la première cible des dénonciations d'un mouvement qui met en cause des pratiques économiques séculaires. Par son existence même, le commerce équitable porte atteinte à l'image de ces entreprises, dès lors réputées pratiquer un commerce « inéquitable ». Ces dénonciations ont d'autant plus de portée que la pratique des affaires est soumise à de nouvelles exigences sociales depuis quelques décennies : les consommateurs, et plus généralement les citoyens, attendent des entreprises qu'elles soient socialement responsables et qu'elles

130. Issus non seulement de la filière intégrée, mais aussi de la filière labellisée tel qu'Equita au Québec.

respectent l'environnement. Les entreprises de tous secteurs, et spécialement les plus importantes dont l'image de marque est un des actifs les plus précieux, déploient des programmes de responsabilité sociale visant les clients, l'environnement, les employés et les communautés. Elles adoptent de nouvelles pratiques de gouvernance et développent des politiques d'approvisionnement porteuses de nouvelles exigences sociales et environnementales pour leurs fournisseurs. Enfin, elles cherchent à faire reconnaître leurs efforts non seulement pour gagner la sympathie du public et attirer une nouvelle vague de consommateurs conscients de l'impact de leurs pratiques d'achat, mais aussi pour occuper une place stratégique sur le « marché des valeurs¹³¹ » où elles définissent ce que sont les « bonnes pratiques ».

Or cette définition des bonnes pratiques, c'est-à-dire de ce que signifie en substance « être socialement responsable », ne se fait pas en vase clos. Les initiatives des entreprises, souvent qualifiées de volontaires, sont elles-mêmes toujours des réponses à une demande sociale exprimée plus ou moins explicitement selon les cas. Bref, la responsabilité sociale se situe à la convergence des requêtes exprimées par les mouvements sociaux et de la réponse proposée par les entreprises les plus avant-gardistes, dans le cadre d'un débat qui ne manque pas de confondre les observateurs même les plus aguerris. Les différents codes de conduite, certifications et labels sont autant de tentatives de formaliser sous un aspect ou un autre (qu'il s'agisse d'environnement, de conditions de travail, de droits humains) l'un des volets de la responsabilité sociale. Ce sont des mécanismes qui viennent crédibiliser, en les objectivant, les démarches et les initiatives de responsabilité sociale. Ils seront d'autant plus efficaces qu'ils auront cette apparence d'objectivité, c'est-à-dire de distance avec la firme qui ne saurait se suffire d'une autoévaluation pour démontrer sa responsabilité sociale. On peut comprendre néanmoins l'importance stratégique que revêt pour une entreprise le fait de définir elle-même ce qu'elle entend par

131. D. Vogel, *The Market for Virtue. The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility*, Brookings Institution Press, 2005.

responsabilité sociale, justice et équité, de manière à ne pas se voir imposer par d'autres ce qui reste aujourd'hui de sa compétence discrétionnaire. D'où la prolifération de programmes de toutes sortes qu'on observe dans le secteur du café ou la frénésie des associations industrielles à proposer des codes et autres normes à leurs membres. Il n'en reste pas moins que, même bardée de toutes les certifications industrielles souhaitables et récipiendaire de multiples prix, une entreprise restera la cible des mouvements sociaux tant qu'elle ne prendra pas en compte les revendications dont ils sont porteurs, comme le démontre la campagne menée par Greenpeace contre les forestières canadiennes, pourtant détentrices des plus hauts taux de certification au monde. C'est que, tout autant que les initiatives de responsabilité sociale, les certifications sociales et environnementales n'ont de valeur que lorsqu'elles intègrent le point de vue et les exigences des mouvements sociaux.

Or il faut reconnaître que ces exigences sont multiples : protection de l'environnement, développement local, équité Nord-Sud, droits humains. Si certains consensus peuvent être dégagés sur quelques éléments clés de la responsabilité sociale, il existe en revanche une multitude de réponses possibles aux différents défis que posent les activités commerciales et industrielles dans le contexte de la mondialisation économique et de la crise écologique. Bien qu'ils condamnent à l'unisson certaines pratiques intolérables, les mouvements sociaux n'ont pas tous la même lecture d'autres enjeux potentiellement plus complexes, ni les mêmes priorités, ce que reflète bien la coexistence des certifications biologique et équitable dans le secteur alimentaire. Bref, au-delà de la distinction entre les certifications industrielles élaborées en vase clos entre gens de l'industrie et professionnels, et les certifications « sociales » issues d'un dialogue entre entreprises et mouvements sociaux, les certifications sociales sont elles-mêmes multiples parce qu'elles s'attachent à une diversité d'enjeux. Aucune d'elles ne peut donc raisonnablement prétendre au monopole de la définition de la responsabilité sociale.

C'est peut-être ce que le mouvement du commerce équitable a du mal à saisir. Embourbé dans des débats internes liés à son organisation, à sa croissance et à ses valeurs, il semble dépassé par les mouvements plus larges de la consommation responsable et de la responsabilité sociale. La particularité du système du commerce équitable exclusivement défini et gouverné par des mouvements sociaux, issus du Nord de surcroît, suscite des velléités particulières de la part d'acteurs qui n'ont pas été invités à la table de discussion. Contrairement à des systèmes tels que le FSC (Forest Stewardship Council) qui fait office de lieu de dialogue, l'étanchéité du système de gouvernance du commerce équitable repousse les débats sur la justice, l'équité et les priorités d'un commerce plus responsable en dehors de ses forums et le met en compétition avec d'autres mouvements sociaux. Cette compétition est d'autant plus dangereuse que le commerce équitable suscite davantage de réticences de la part des grands acteurs économiques qui n'hésitent pas, comme Chiquita, à se tourner vers d'autres initiatives plutôt que d'accéder aux exigences du commerce équitable. Il est difficile de prédire l'issue de cette concurrence entre les certifications, même si on peut souhaiter qu'une mise en ordre survienne de façon naturelle (déclin et disparition de certaines initiatives), ou par intervention des pouvoirs publics, ou à travers un dialogue entre les différents acteurs. Le scénario du secteur forestier, où, malgré la persistance de deux systèmes concurrents, la certification sociale a pu s'imposer comme la véritable référence en matière de responsabilité promue par les mouvements environnementaux, pourrait s'étendre à d'autres secteurs. Mais il n'est pas impossible que continuent à coexister diverses initiatives même si leur viabilité sera *in fine* tributaire de leur ancrage dans les mouvements sociaux, et donc de leur crédibilité et de leur pertinence en regard des grands enjeux. Dans ce cadre, la place du commerce équitable est primordiale, car celui-ci met l'accent sur l'aspect le plus souvent négligé du développement durable : le volet social. Il occupe ainsi une place privilégiée au sein du mouvement de la consommation responsable où l'on peut souhaiter qu'il

prenne le leadership d'un dialogue avec les autres initiatives davantage axées sur l'environnement. C'est un peu le cas au Québec où l'organisme Équiterre mène de front des campagnes touchant le transport, l'agriculture soutenue par la communauté, le commerce équitable et l'environnement. Si l'enjeu du commerce équitable est de transformer le système commercial pour qu'il soit plus juste, changer le comportement des grandes entreprises au cœur de ce système est une stratégie incontournable et le mouvement doit s'interroger sur les meilleurs moyens d'y parvenir, sinon il risque de ne jamais voir ses objectifs se réaliser.

Conclusion

La notoriété actuelle du commerce équitable témoigne du succès éclatant d'un projet humaniste porté depuis à peine quelques décennies par des militants convaincus. Mais ce succès durera-t-il ? Témoigne-t-il véritablement d'une réussite quant aux objectifs mêmes que le mouvement s'est donnés ?

Lorsqu'on s'attarde sur le fonctionnement de ce commerce alternatif et qu'on observe les interactions entre les différents acteurs qui le portent, on constate que le mouvement équitable est depuis longtemps traversé par des tensions qui pourraient compromettre son avenir, à moins qu'elles ne président enfin à une refondation de son projet initial. Car le commerce équitable traverse une étape décisive où l'ont mené tant son succès commercial et une gamme toujours plus large de produits que la diversité croissante des acteurs qui s'en réclament. Il faut ajouter à cela les revendications des acteurs du Sud qui souhaitent participer plus activement à la définition même du projet équitable en mettant en cause des principes originellement dictés par le Nord ainsi que l'application qui en est faite.

Le voyage que nous avons proposé tout au long de cet ouvrage visait à comprendre les multiples questionnements qui traversent le mouvement et à marquer les pistes de renouvellement possible d'une initiative qui participe à une transformation radicale de l'imaginaire économique. Dans la formulation de son projet, le

commerce équitable reconnaît les déterminants sociaux et politiques d'une sphère économique dont l'organisation perpétue des rapports de pouvoir hérités de la période coloniale. Mais il propose également un levier inédit pour transformer ces rapports: la consommation. En investissant les transactions commerciales d'un contenu social et politique, le commerce équitable fait le pari d'une transformation systémique paradoxalement tout aussi révolutionnaire que réformiste: être contre le marché tout en y participant par le biais d'un consommateur devenu militant.

L'équité internationale et le développement comme visées du commerce équitable

Le pari est aussi audacieux que les ambitions du commerce équitable sont élevées. En reprenant à son compte le slogan "*Trade, not Aid*" (« Du commerce, pas de l'aide ») clamé par les pays du Sud, le mouvement s'est très tôt donné pour mission de transformer les règles du commerce international afin de les rendre plus justes, et d'œuvrer directement au niveau des termes de l'échange. À travers ce slogan, il se pose aussi en rupture avec les institutions traditionnelles d'aide et de coopération au développement en mettant en avant une nouvelle forme de solidarité Nord-Sud: à la solidarité administrative étatique de la coopération internationale il substitue une solidarité civile, et même individuelle, qui lie chaque consommateur du Nord avec les producteurs du Sud. Cette solidarité inédite suppose une politisation des consommateurs que le mouvement équitable se donne pour mission d'éduquer. En contribuant à l'émancipation et à l'amélioration des conditions de vie des producteurs au Sud, le commerce équitable se présente ainsi comme un outil de développement, et même, depuis les dernières années, comme un vecteur de développement durable.

Notre périple à travers différents pays du monde a permis d'illustrer les réalisations d'un mouvement jeune dont l'essor a été fulgurant. Les études de cas menées auprès des producteurs insérés dans

le circuit équitable démontrent que ceux-ci ont nettement amélioré leurs revenus et qu'ils ont, de façon plus générale, renforcé leur position économique et commerciale. Ils ont bénéficié de programmes de formation et acquis de nouvelles compétences pour maîtriser notamment les techniques de culture biologique, ce qui leur a permis d'offrir des produits de meilleure qualité à des prix plus élevés. De nombreux producteurs connaissent mieux les marchés auxquels ils participent et ont démystifié des circuits de commercialisation en ayant accès à l'information. Ils ont acquis une véritable autonomie au détriment des coyotes ou *money lenders*, ces fameux intermédiaires dont ils étaient auparavant totalement dépendants. Devenus des acteurs à part entière d'un circuit commercial qui avait tendance à les occulter, ils sont devenus plus visibles pour les consommateurs du Nord, tout en renforçant leur statut au sein de leur propre communauté. À mesure que se sont structurées leurs organisations, les producteurs ont renforcé leurs capacités et ont été en mesure de participer plus activement au circuit équitable lui-même, mais aussi de s'en émanciper.

Le projet du commerce équitable a également permis de canaliser les revendications de plusieurs acteurs en agissant comme une plate-forme où convergent les préoccupations du Nord et celles du Sud. Il permet de faire circuler les revendications et contribue à la structuration d'un discours politique novateur au sein des producteurs, qui interpelle à la fois les États, la société civile et les entreprises. Tout en dénonçant un ordre international issu de négociations étatiques, le commerce équitable fait pression sur les pouvoirs publics de telle sorte que ceux-ci soutiennent, promeuvent et même encadrent certaines initiatives équitables par des réglementations tout en s'interrogeant sur leurs propres politiques d'achats. Le mouvement a institué de nouvelles structures de coopération Nord-Sud mais aussi Sud-Sud. Dirigées par des ONG, ces structures s'adressent à des individus que le mouvement équitable a su sensibiliser afin qu'ils deviennent des consommateurs responsables, en vue de suppléer, même si c'est en s'y juxtaposant

le plus souvent, les programmes d'aide mis en œuvre au niveau des États.

Enfin, le commerce équitable a été le pionnier de l'ère de la consommation responsable, qui interroge non seulement les conditions de travail des producteurs, mais aussi tout le procédé de production et de distribution dans ses dimensions sociales comme environnementales. Il a participé à ce mouvement plus large en interpellant notamment les entreprises traditionnelles sur certaines de leurs pratiques. Pour se défendre d'offrir des produits « inéquitables », les entreprises ont en effet dû déployer plusieurs stratégies de responsabilité sociale dont certaines ont mené à des labels garantissant leur innocuité sociale et environnementale et leur conférant même parfois de nouvelles qualités : « éthique », « durable », etc. Les revendications du mouvement équitable comme celles de la consommation responsable sont venues préciser les modalités d'une responsabilité sociale réclamée des entreprises. Elles ont contribué à la formulation de nouveaux éléments de performance corporative en partie codifiés par certains classements promus par des agences de notation sociale et environnementale.

Le succès du commerce équitable repose donc sur des réalisations bien réelles, qu'il s'agisse de l'amélioration des conditions de vie de producteurs du Sud, de la conscientisation des consommateurs ou de la transformation du marché. Toutefois, malgré ces avancées indéniables, il faut reconnaître que le mouvement équitable n'est peut-être pas toujours à la hauteur de ses ambitions. Sa mise en œuvre suscite même quelques paradoxes lorsqu'on confronte ses visées et les moyens utilisés pour y parvenir. Les problèmes illustrés tout au long de l'ouvrage peuvent être regroupés autour de quelques éléments fondamentaux : les critères, l'équité, le modèle de développement, la consommation, le discours politique, les institutions de gouvernance et le dialogue avec les autres mouvements sociaux.

Derrière un projet louable, des paradoxes et des questionnements

Légitimité et application des critères équitables

En ce qui concerne les principes et les critères du commerce équitable, on peut rappeler que, même s'ils peuvent paraître louables au premier abord, ils ont été exclusivement édictés par des acteurs du Nord qui les ont en quelque sorte imposés aux producteurs du Sud. Ce procédé aux accents paternalistes où un Nord bienveillant dicte ce qu'il convient de faire à un Sud désemparé choque les producteurs de plus en plus organisés. Cette approche s'apparente aux anciennes générations de l'aide internationale plutôt qu'à un véritable partenariat tel qu'il se pratique de plus en plus en matière de coopération Nord-Sud. Par conséquent, non seulement les producteurs du Sud remettent en question la pertinence de certains critères, mais ils contestent aussi d'abord et avant tout leur légitimité, d'autant plus que la plupart de ces principes se traduisent pour eux en nouvelles exigences, alors que les acteurs du Nord demeurent libres de procéder à leur guise au sein même du circuit équitable. Ces critiques ne trouvent guère d'écho au sein des institutions du commerce équitable, peu perméables aux revendications de producteurs auxquels elles sont pourtant dédiées. Si bien que l'éventuelle évolution des critères, lorsqu'elle existe, est lente et n'atteint pas nécessairement une formulation plus adaptée à la réalité et aux revendications des producteurs du Sud. Emblématique de cette asymétrie, le prix équitable, à propos duquel on pourrait penser que les producteurs du Sud devraient pouvoir s'exprimer puisqu'il doit refléter les coûts réels de production et permettre un niveau de vie décent, est pourtant décidé et contrôlé par les organisations du Nord. Dans le secteur du café, les instances du commerce équitable ne l'ont bonifié qu'à la faveur d'un marché en hausse, alors que le prix équitable stagnait depuis vingt ans ; sans compter qu'elles avaient au préalable imposé des frais de certification, réduisant d'autant la rémunération équitable reçue par les producteurs.

De plus, même si ce n'est que dans leur conjonction que réside le projet équitable, les principes ne reçoivent pas tous le même degré d'application. Dans beaucoup de cas observés sur le terrain, le commerce équitable se résume au prix équitable que reçoivent les producteurs. Les autres critères ne sont tout simplement pas appliqués, ni même connus, et certains se révèlent d'ailleurs inexacts en pratique. Ainsi, dans bien des cas, le commerce équitable, qui se présente comme un commerce direct, n'est en fait guère plus direct que le commerce traditionnel. Simplement, les intermédiaires changent lorsque, par exemple, la coopérative remplace le coyote (filrière du café) ou le *money lender* (filrière du coton) et que des ONG se substituent aux importateurs et aux distributeurs traditionnels. On peut saluer ces substitutions sans douter de l'intérêt de la coopérative par rapport au coyote dans les visées de développement des producteurs, mais cela ne rend pas le principe de commerce direct plus réel dans la pratique actuelle du commerce équitable. Le critère qui est néanmoins le plus problématique reste celui du préfinancement promis aux producteurs qui en font la demande : non seulement cette pratique qui figure au nombre des grands principes du commerce équitable, et qui est exigée pour une fois des acteurs du Nord, est rarissime, mais les producteurs doivent bien souvent supporter des délais de paiement plus longs dans le circuit équitable que dans le circuit traditionnel. Ainsi, comme nous l'avons vu, il arrive que les producteurs financent non seulement leur récolte, mais aussi l'organisation coopérative qui tarde à leur verser le paiement d'une production déjà livrée. Si le problème de l'application des critères dans la pratique concrète du commerce équitable peut sembler moins fondamental que celui de leur légitimité, il touche pourtant à l'essence même du mouvement parce que c'est à travers eux que le commerce équitable est défini. Dans la mesure où les principes sont utilisés pour promouvoir le commerce équitable au Nord et motivent la décision du consommateur qui privilégie le produit équitable, une application approximative pose au mouvement un

véritable défi de crédibilité alors que certains pourraient le taxer de fausses représentations.

Un commerce vraiment (plus) équitable ?

Dans un autre ordre d'idées, et notamment en raison du nom que le mouvement s'est donné, se pose une nouvelle série de questions relatives aux critères : même s'ils étaient tous bien appliqués, traduisent-ils véritablement l'équité commerciale à laquelle prétend œuvrer le mouvement ? En un mot, le commerce équitable est-il équitable ? En fait, outre l'asymétrie organisationnelle qui laisse, somme toute, peu de pouvoir de décision aux acteurs du Sud dans un mouvement qui prétend incarner un nouveau type de solidarité, la transaction dite « équitable » ne rééquilibre pas le rapport commercial inégal entre le Nord et le Sud que le commerce équitable dit pallier et n'opère pas de véritable modification des termes de l'échange. Dans le cas du café, par exemple, la portion de valeur ajoutée obtenue par les acteurs du Sud est similaire à celle qu'ils obtiennent dans le commerce traditionnel ; c'est plutôt la répartition entre les acteurs du Sud qui change, les coopératives récupérant la quote-part autrefois subtilisée par les coyotes. Si bien que le prix du café équitable offert au producteur est davantage financé par le remplacement du coyote qu'il ne reflète un nouveau partage de la valeur ajoutée entre le Nord et le Sud comme le suggère l'idée d'équité internationale véhiculée par le mouvement équitable. Le prix équitable ne correspond donc pas à la modification des termes de l'échange que commande un système commercial international plus juste. Sans compter que, en étant concentré dans le secteur des denrées primaires, il confirme même une division internationale du travail défavorable aux pays du Sud : ceux-ci se spécialisent dans des productions à faible valeur ajoutée, réservant par surcroît les étapes de transformation, d'emballage et de distribution aux industries du Nord qui continuent d'accaparer une grande proportion du prix déboursé par le consommateur final. Par ailleurs, à l'échelle des producteurs, le prix équitable est offert en échange d'un produit beaucoup

plus coûteux à produire, à tel point qu'on peut se demander si la marge par rapport au prix du marché ne reflète pas tout simplement la plus haute qualité du produit plutôt qu'une rémunération accrue du travail du producteur. Enfin, le prix équitable étant notamment constitué d'une prime devant obligatoirement être réinvestie dans le développement, il s'apparente moins à une rémunération plus juste dont le producteur pourrait profiter à sa guise qu'à un financement charitable s'inscrivant dans une perspective de coopération au développement. Bref, dans sa pratique standard, le commerce équitable ne garantit guère une plus grande équité systémique des échanges commerciaux. Pourtant, certaines expériences particulières permettent de s'approcher de l'idéal prôné par le commerce équitable en mettant en avant une série de dispositifs qui restent aujourd'hui à la discrétion des acteurs. Plus spécifiquement, les petits torréfacteurs membres de Cooperative Coffees négocient le prix d'achat du café avec les organisations de producteurs de façon à refléter à la fois les coûts réels des producteurs et leurs propres contraintes, cherchant ainsi à partager avec les producteurs une partie de la valeur ajoutée créée au Nord tout en les aidant à développer leurs capacités de transformation. Ils tentent ainsi de rééquilibrer véritablement les termes de l'échange en œuvrant à une meilleure insertion économique de leurs partenaires du Sud dans l'économie mondiale.

Quel modèle de développement le commerce équitable prône-t-il ?

La question de la spécialisation de la production dans le secteur des produits peu transformés et donc à faible valeur ajoutée s'inscrit également dans la problématique plus large du modèle de développement prôné par le commerce équitable. Il n'est pas superflu de rappeler que les principales productions du circuit équitable sont encore des productions de luxe (café et cacao) que le Sud met à la disposition du Nord. Au-delà de sa dimension morale, on reconnaît dans cet échange les impératifs des pays acculés à vendre leur production en vue d'obtenir les devises fortes

avec lesquelles ils espèrent notamment payer leur dette. Par conséquent, on peut se demander si le commerce équitable ne participe pas – et même s'il ne l'encourage pas – à un mode d'insertion nuisible dans l'économie internationale en contribuant à ce modèle économique de rente, au détriment des principes d'autonomie et de souveraineté alimentaires. Le cas du quinoa présenté au chapitre 2 est d'ailleurs assez inquiétant à cet égard : les producteurs du Sud seront-ils encouragés à délaisser leurs cultures vivrières en vue de s'insérer dans un marché qui semble salubre parce que les prix obtenus pour la production sont légèrement supérieurs à ceux offerts par le marché traditionnel ? Ce faisant, les populations accroissent leur dépendance alimentaire et fragilisent la base même de leur économie. De plus, les produits du commerce équitable auxquels sont rattachées des primes au développement n'accentuent-ils pas la dépendance à l'aide sous forme d'une dépendance aux marchés équitables ? En résumé, en privilégiant les cultures de rente, le modèle de développement véhiculé par le circuit équitable pourrait entrer en contradiction avec le principe de souveraineté alimentaire et l'autonomie des acteurs dans le choix de leur modèle de développement. On peut aussi s'interroger sur les prétentions du commerce équitable à proposer un autre commerce alors que, sur le terrain, on constate bien souvent que le circuit équitable sert surtout à améliorer l'insertion des producteurs dans le système traditionnel. En fait, à un commerce plus équitable on a simplement substitué un meilleur positionnement de quelques acteurs au sein d'un système demeuré foncièrement inéquitable.

Mieux consommer, ou moins consommer ?

Ces quelques considérations permettent de constater que la pratique du commerce équitable n'offre qu'une réponse bien imparfaite aux grandes questions qui ont animé la pensée sur le développement au cours des dernières décennies, qu'il s'agisse du mode d'insertion dans l'économie internationale, des visées de l'aide au développement (dépendance ou capacitation), du cercle vicieux

de la dette et des cultures de rente par rapport à la sécurité alimentaire, ou de la dépendance aux programmes d'aide.

La question du modèle de développement prôné par le commerce équitable se pose aussi au Nord : on propose aux consommateurs, dont les plus nantis sont les plus grands acheteurs de produits équitables¹³², de consommer mieux, alors qu'il faudrait peut-être avant tout consommer moins. Bien sûr, les gens n'arrêteront pas de consommer des produits exotiques et, dans ce contexte, le commerce équitable propose de substituer des produits du circuit conventionnel, où les abus sont nombreux, par des produits équitables. Mais n'y aurait-il pas lieu pour le mouvement dans son ensemble de se positionner clairement par rapport à la surconsommation ? Taire cet enjeu de son plaidoyer politique risque d'alimenter d'autant les mauvaises langues qui avancent que le mouvement équitable participe en fait à la surconsommation et qu'il assimile l'acte d'achat au vote (« acheter, c'est voter »), voire qu'il consacre une économisation des rapports sociaux et la suprématie de la consommation comme mode d'existence, même politique (il faut acheter pour voter...). Or la responsabilité des consommateurs du Nord se réduit-elle à un acte d'achat, fût-il solidaire ? Et de quel message est porteur un mouvement social qui touche d'abord les couches les plus nanties de la société, qui peuvent ainsi s'acheter une bonne conscience à très faible coût : celui d'un simple café.

Que dit-on en achetant équitable ?

L'un des problèmes qui marquent le mouvement aujourd'hui, c'est que, dans ses formes les plus abouties sur le plan commercial, beaucoup des questions que nous venons de soulever sont laissées en suspens alors qu'on continue d'insister sur le volume : plus il y

132. Plusieurs études démontrent que les consommateurs de produits équitables présentent un niveau d'éducation et un niveau de revenu significativement supérieurs à ceux de l'ensemble des consommateurs. Voir notamment Ipsos, *L'Achat équitable, une bonne action, mais pas seulement*, 2008. En ligne : www.ipsos.fr/CanalIpsos/articles/2525.asp

aura de ventes, plus il y aura de producteurs bénéficiaires. Mais n'entre-t-on pas précisément ici dans un discours typique des campagnes philanthropiques où la question du *combien* prévaut sur celle du *comment* ? De plus, en ne prenant pas garde aux écueils possibles du modèle équitable sur le terrain, on consolide une perspective exclusivement marchande d'un commerce équitable qui prend l'allure d'une niche, renforçant du même coup le système commercial traditionnel qui se nourrit et s'enrichit précisément de la diversification de l'offre, plutôt que de le transformer dans son ensemble. Alors que s'affaiblit le discours politique porté par le mouvement équitable et que certains abandonnent toute velléité de réforme du système international, la quête exclusive des volumes occulte aussi la recherche d'une plus grande qualité équitable, c'est-à-dire la volonté de maximiser l'impact du commerce équitable auprès des populations cibles. Il s'agit pourtant là d'un critère de performance incontournable, d'ailleurs au centre de la gestion actuelle des projets de développement mis en œuvre dans le cadre de la coopération internationale. Alors que certains acteurs du commerce équitable se targuent de ne pas relever de l'aide internationale, ils en reprennent plusieurs des travers sans se nourrir des avancées du secteur, notamment en ce qui concerne le modèle partenarial de plus en plus mis en avant dans les programmes de coopération au développement. Les études de terrain montrent clairement que le circuit équitable repose pour toutes ses étapes sur un soutien public, non seulement au Sud, mais aussi au Nord, en profitant de subventions, d'appuis administratifs ou d'implication bénévole. Il serait plus juste d'envisager le commerce équitable comme une nouvelle modalité de la coopération internationale que de l'opposer au secteur de l'aide au développement comme cherche à le faire un certain discours, surtout lorsque l'accent est mis sur les volumes plutôt que sur les revendications politiques en vue d'une modification des termes de l'échange. Plusieurs études sur le terrain tendent également à montrer que le commerce équitable assiste « les plus riches » des démunis, marginalisant encore davantage les producteurs (sans parler des travailleurs) qui sont

incapables de s'organiser et d'entrer en relation avec des partenaires du Nord. On a vu que, dans certains cas, il serait même « réservé » aux producteurs déjà en mesure d'exporter leur production. Si on ajoute à cela la nouvelle exigence imposée aux producteurs de payer les coûts de la certification, ne s'éloigne-t-on pas ainsi des visées du commerce équitable en écartant résolument les producteurs les plus marginalisés qu'on souhaite aider ?

De l'équité jusque dans les instances du commerce équitable ?

Enfin, les derniers écueils, mais non les moindres, concernent les institutions de gouvernance du commerce équitable et les rapports qu'entretient le mouvement avec les autres mouvements sociaux. L'ouvrage a permis d'illustrer comment des organisations du Nord se réclamant d'une nouvelle solidarité restent encore frileuses sur la question de la participation effective des acteurs du Sud dans les instances décisionnelles. Le mode d'organisation de ces instances dont on a critiqué le peu de transparence, la participation réduite ou nulle des acteurs du Sud et l'unilatéralité de certaines décisions, comme la fixation du prix ou l'imposition d'un coût de certification aux producteurs, les rendent-elles légitimes ? Enfin, si on peut reconnaître leur bonne foi et leurs intentions charitables, celles-ci donnent-elles un droit de monopole sur le qualificatif « équitable » ?

Des voies de renouvellement reléguées à la marge

Les institutions du commerce équitable donnent parfois l'impression d'avoir évolué en vase clos au cours des dernières années, ignorant des voies possibles de renouvellement et se modernisant avec peine par une ouverture parcimonieuse aux critiques des uns et des autres. On peut se demander si cela ne serait pas le résultat de la lutte interne que se livrent les deux filières labellisée et intégrée. Leurs tensions bien connues ont peut-être accaparé le débat et les énergies du mouvement au détriment d'un questionnement et d'un renouvellement salvateurs et enrichissants grâce à une

ouverture aux autres courants qui se sont fait jour dans la société au cours de ces deux dernières décennies. Car il faut bien reconnaître qu'aujourd'hui encore, mis à part les initiatives de certains acteurs comme Équiterre au Québec qui ont su hybrider avec brio l'équitable avec le responsable, le biologique et le local, les acteurs du mouvement équitable font souvent cavalier seul. Les rapports avec les autres mouvements sociaux sont placés sous le signe de la concurrence, les institutions du commerce équitable défendant jalousement leur appellation et le monopole de leur certification. Sous le couvert d'une certaine pureté du concept et des principes qui s'avère pourtant discutable comme nous l'avons vu tout au long de cet ouvrage, le mouvement équitable semble avoir jusqu'à maintenant refusé un dialogue qui risquait peut-être de compromettre la spécificité de son projet, mais qui pourrait néanmoins fonder une nouvelle génération de certification responsable portée par une constellation de mouvements sociaux, et donc assez forte pour se différencier des ersatz industriels. Cette position a d'ailleurs empêché les institutions centrales du commerce équitable de reconnaître les initiatives de plusieurs entrepreneurs sociaux qui pouvaient sembler à la marge, mais n'en témoignent pas moins de la pluralité du mouvement équitable tel qu'il se vit aujourd'hui. Si bien qu'apparaissent des certifications telles que le « bio-équitable » et ESR d'Ecocert, ou qu'une marque telle qu'Ideo choisit de ne pas passer par les canaux traditionnels de certification du commerce équitable et de développer sa propre stratégie tant pour l'approvisionnement que pour la mise sur le marché de ses produits. Bref, par ce qui semble un manque de dialogue et d'ouverture avec les autres mouvements sociaux, les institutions actuelles de commerce équitable semblent passer à côté d'une myriade d'initiatives, qui se réclament pourtant du mouvement équitable, et s'affaiblissent d'autant alors que le mouvement pourrait se consolider et se renouveler dans une alliance sociale faisant contrepoids aux certifications industrielles complaisantes.

Dix propositions pour refonder le projet équitable

■ 1. Réformer les institutions internationales du commerce équitable

D'une certaine manière victimes de leur croissance, les institutions internationales du commerce équitable font face à des défis de taille : organisationnels d'une part, car elles doivent gérer un commerce équitable toujours en expansion, mais aussi institutionnels puisqu'elles doivent répondre de leurs actes et de leurs décisions face à une multitude d'acteurs qui se réclament de la mouvance équitable. Au cœur de ce second défi réside la question de la légitimité des instances du commerce équitable, d'autant plus délicate que le mouvement équitable croît et se diversifie. Les instances du commerce équitable doivent être en mesure de capter et de représenter les nouvelles initiatives et la pluralité des acteurs du mouvement si elles souhaitent continuer à jouer un rôle de premier plan dans la formulation de son projet et son évolution. En d'autres termes, les instances doivent être ouvertes aux nouvelles initiatives et offrir à leurs promoteurs la possibilité de participer, dans le cadre d'un dialogue continu, à la formulation du projet équitable. Sinon, la pluralité du mouvement équitable s'épanouira à l'extérieur des instances, de sorte que celles-ci seront de moins en moins en mesure de prétendre le représenter.

Cette ouverture aux autres initiatives devra d'ailleurs s'accompagner d'une meilleure intégration vis-à-vis des acteurs du Sud. Malgré quelques avancées à cet égard, ceux-ci demeurent inexplicablement sous-représentés dans les instances du commerce équitable qui semblent avoir du mal à entrer dans l'ère du partenariat, pourtant très présent dans la coopération internationale depuis plus d'une décennie. Les producteurs que l'on cherche à soutenir par le commerce équitable doivent avoir voix au chapitre en ce qui concerne l'architecture et le fonctionnement du système équitable, sinon ce dernier s'apparentera à une initiative

paternaliste digne des anciennes générations de l'aide internationale.

Si la légitimité relève de cette ouverture à de nouveaux acteurs, elle suppose également de nouveaux mécanismes de décision car l'ampleur du mouvement équitable a fait passer ses institutions d'un statut privé, lorsque le commerce équitable restait marginal et n'impliquait qu'un nombre restreint de participants, à un statut public. En effet, si les instances prétendent représenter l'ensemble du mouvement équitable, elles doivent répondre de leurs décisions, de leurs stratégies, mais aussi de leur gestion budgétaire et des politiques concernant par exemple le prix équitable ainsi que les coûts de certification devant tous les acteurs qui participent au système ou se réclament du mouvement. Et, pour ce faire, elles doivent au préalable instaurer un système décisionnel transparent, qui devra tendre à une véritable démocratie.

■ 2. Articuler les initiatives locales et les instances internationales du commerce équitable

Les instances du commerce équitable demeurent encore très centralisées, du moins du point de vue des acteurs du Sud. S'il existe en effet plusieurs organisations nationales de commerce équitable, celles-ci émanent principalement du Nord, alors que les acteurs du Sud doivent composer avec les fédérations auxquelles ces organisations ont donné naissance. On a vu ces dernières années des initiatives locales émerger dans les pays du Sud, qu'il s'agisse de Comercio Justo au Mexique ou de FACES do Brasil au Brésil. Elles témoignent des velléités légitimes des pays du Sud à définir leur propre système équitable, mais ont suscité des tensions avec les instances internationales du commerce équitable qui ont du mal à les reconnaître. Cela illustre la problématique d'un mouvement aux visées Nord-Sud essentiellement organisé par les acteurs du Nord, ce que nous relevions plus haut, et confirme la nécessité de repenser la structure de gouvernance du mouvement à l'échelle internationale. L'expérience du Forest Stewardship Council démontre à notre avis qu'il est possible de penser un

système de certification qui soit à la fois cohérent et décentralisé¹³³. La certification FSC du domaine de la foresterie, seule à être reconnue par les groupes environnementaux, en plus d'être multipartite au niveau de sa gouvernance, est organisée en fonction de critères internationaux qui sont repris et reformulés à l'échelle nationale et donc adaptés aux contextes locaux. Ce système décentralisé qui laisse une large place aux acteurs du Sud ne bénéficie pas moins des avantages d'un système d'échelle internationale tout en jouissant de la grande crédibilité que lui confèrent les groupes environnementaux qui le soutiennent. Comme l'illustre cet exemple, cela suppose que, à défaut d'être intégrés, les grands systèmes équitables FLO et IFAT soient à tout le moins mis en dialogue, notamment en vue d'être complémentaires dans les filières complexes telles que le textile. Un système de reconnaissance et d'équivalence des initiatives locales pourrait ensuite être développé et articulé avec les systèmes internationaux, à l'image de la certification FSC en foresterie.

■ 3. Redéfinir les principes et les critères et revoir le processus de leur formulation ou de leur révision

Avec l'expérience que le système équitable a acquise au cours des dernières années, le temps est venu de mener une réflexion approfondie sur ses principes et ses critères, notamment avec les acteurs du Sud, au sein d'institutions renouvelées (voir proposition 1). L'exercice devrait nécessairement se faire sur une base multipartite, c'est-à-dire avec la participation de la pluralité d'acteurs se réclamant du commerce équitable, mais aussi et surtout avec la participation active des producteurs du Sud. Outre une mise à jour et la recherche d'une plus grande légitimité, cette redéfinition devrait viser à la fois l'harmonisation des exigences des différentes instances du commerce équitable et la flexibilité du système en fonction des contextes régionaux notamment

133. Voir le mémoire de maîtrise de Laure Waridel qui lançait l'idée d'un « Coffee Stewardship Council ». L. Waridel, *Sustainable Trade: The Case of Coffee in North America*, mémoire de maîtrise, université de Victoria, 2002.

(à l'instar de la certification FSC) mais aussi des filières ou des produits. De façon plus spécifique et dans un souci de cohérence avec son discours, il faudrait que le mouvement déploie les efforts nécessaires pour rejoindre et soutenir les producteurs les plus marginalisés dont il a tendance à s'écarter quand il impose certaines politiques (coûts de certification, exigences quant à la capacité d'exportation, etc.). Il importe que les critères ne se traduisent pas en des exigences agissant comme barrières à l'entrée pour les producteurs les plus marginalisés, mais correspondent plutôt à autant de sphères d'intervention où les organisations du Nord puissent leur offrir un soutien. À titre d'exemple, le système du commerce équitable devrait faciliter la gouvernance démocratique qu'il impose comme critère aux producteurs du Sud. Dans un autre ordre d'idées, l'expérience sur le terrain permet de penser que le mouvement aurait tout avantage à intégrer la dimension biologique à ses exigences, puisque les producteurs visent rarement la certification équitable sans cibler du même coup la certification biologique. De façon transitoire, les institutions du commerce équitable pourraient développer un protocole conjoint d'inspection avec les instances de l'agriculture biologique en vue de réduire les procédures et les coûts imposés aux producteurs du Sud à l'instar de ce que fait déjà Certimex au Mexique par exemple. Le prix des produits équitables et ses modalités de versement doivent impérativement être discutés et revus, en conjonction notamment avec une réflexion sur le principe de préfinancement. Toujours en cohérence avec le discours du commerce équitable, le prix doit refléter les coûts de production et faire l'objet d'un processus de révision périodique auquel participent les producteurs du Sud, tout en étant transparent et compréhensible pour les différents acteurs impliqués dans le système. D'autre part, les instances du commerce équitable doivent se donner les moyens de rendre vraiment opérationnel le principe de préfinancement, soit à partir de leurs ressources propres (par la création d'un fonds, par exemple), soit en formant des alliances avec le mouvement de la finance solidaire comme c'est le cas de Coopératives Coffees en

Amérique du Nord et d'IDEAS en Espagne notamment. Enfin, les producteurs doivent être mieux impliqués dans l'application des critères en étant tout d'abord mieux informés sur un système dont ils comprennent aujourd'hui rarement le fonctionnement ou la signification, ce qui réduit d'autant leur participation effective dans des instances qu'ils pourraient avoir tendance à contester.

■ 4. Viser une meilleure répartition Nord-Sud de la valeur ajoutée des produits équitables

À l'instar de certains éléments de la proposition précédente, la cohérence entre le discours et la pratique du commerce équitable commande de réfléchir sur le partage Nord-Sud de la valeur ajoutée des produits équitables. Il faudrait que les principes et les critères puissent se traduire dans les faits par une répartition de la valeur ajoutée plus avantageuse pour les pays du Sud. Cela peut se faire à travers diverses stratégies, qu'il s'agisse d'encourager les producteurs à développer des activités de transformation et de commercialisation, de relocaliser certaines activités de la chaîne de production ou de mettre sur pied des systèmes de péréquation. Que le commerce équitable ne permette pas actuellement un meilleur partage de la valeur ajoutée entre le Nord et le Sud semble l'une des plus importantes incohérences d'un mouvement qui se fait le chantre d'un commerce international plus juste. Il faut donc impérativement y remédier afin que les principes, les critères et la pratique reflètent les ambitions mises en avant par le commerce équitable dans son discours.

■ 5. Prévoir des exigences pour les acteurs du Nord qui se revendiquent du circuit équitable

La configuration actuelle du commerce équitable qui, tout en prétendant aider les producteurs du Sud, leur impose des critères sans pour autant exiger quoi que ce soit des acteurs du Nord laisse songeur. Si le producteur du Sud doit être organisé démocratiquement, le distributeur du Nord ne devrait-il pas lui aussi être démocratique pour s'insérer dans le circuit équitable ? Il est

nécessaire de revoir les prémisses d'un système qui semble imposer au Sud des exigences alors que les acteurs du Nord sont libres de fonctionner à leur guise, non seulement par souci de cohérence, mais également en vue de reconnaître les efforts des acteurs du Nord qui respectent, sans y être obligés, les principes du commerce équitable. On pourrait, par exemple, développer un volet de la certification équitable dédié aux organisations du Nord, qu'il s'agisse des importateurs, des transformateurs ou des distributeurs, soit pour réserver la licence équitable aux organisations respectueuses de certains principes, soit, au minimum, pour distinguer les acteurs du Nord offrant des caractéristiques équitables de ceux qui n'offrent que les produits équitables. À titre d'illustration, les organisations du Nord pourraient voir l'obtention de leur licence équitable conditionnée à la mise en place d'une campagne d'éducation et de sensibilisation au commerce international et au commerce équitable comme c'est le cas en Espagne. On pourrait également exiger qu'elles contribuent à un fonds dédié au préfinancement offert aux producteurs équitables. Enfin, indépendamment des mécanismes traditionnels de concurrence, les organisations du Nord pourraient être assujetties à un prix plafond des produits équitables en vue d'en assurer la plus large accessibilité possible.

■ 6. Inscire clairement l'éducation comme critère du commerce équitable

Si le commerce équitable maintient son ambition de transformation des règles commerciales internationales, son action politique est au moins aussi importante que son impact direct auprès des producteurs. À l'instar des autres mouvements sociaux, cette action politique se déploie auprès des pouvoirs publics, mais aussi auprès de la population qu'il s'agit de conscientiser et d'éduquer. Tout particulièrement au Nord, l'adhésion d'un acteur au commerce équitable devrait requérir une participation de celui-ci à cet effort de sensibilisation. En figurant au rang des principes du commerce équitable, l'éducation devrait se traduire par une

obligation de mener des campagnes d'information sur le commerce international et l'intérêt de la consommation responsable pour en transformer les règles. Le plaidoyer du commerce équitable doit s'inscrire en effet dans le cadre plus large de la consommation responsable et d'un questionnement sur le mode de vie consumériste de nos sociétés. Plus spécifiquement, il doit démystifier le fonctionnement actuel du commerce international et de ses grandes institutions comme l'OMC, mais aussi bien comprendre les revendications politiques, sociales et économiques des populations qu'il prétend desservir afin de s'y arrimer.

■ 7. Instaurer un dialogue et des partenariats avec les autres initiatives

Lorsqu'on observe le secteur des certifications sociales et environnementales, on a souvent une impression de compétition là où il pourrait y avoir de la complémentarité. À l'heure où ces certifications foisonnent et doivent même se distinguer des certifications industrielles, il serait avantageux de nouer des partenariats avec les initiatives crédibles plutôt que d'évoluer en vase clos. Comme le démontrent certains organismes, l'articulation du commerce équitable avec des mouvements tels que l'agriculture biologique, le commerce de proximité, la consommation responsable et l'économie sociale et solidaire est non seulement possible, mais naturelle. Elle permet de renforcer une perspective citoyenne de l'économie, sans compter qu'une collaboration entre les diverses initiatives portées par les mouvements sociaux leur donne force et crédibilité face aux certifications de complaisance proposées par certains industriels. L'idéal serait de pouvoir s'acheminer vers une offre intégrée et cohérente de produits et d'acteurs responsables sur le plan économique, à propos desquels les mouvements sociaux seraient appelés à se prononcer comme garants de la qualité biologique, équitable, environnementale, sociale... Pour cela, le dialogue entre les différentes certifications et initiatives est indispensable, et des partenariats pourraient constituer la prémisses d'institutions garantes de l'économie

responsable, plutôt que de laisser cette évaluation à des professionnels de la notation extrafinancière. Comme première étape, on pourrait penser à un partenariat entre les certifications équitable et biologique dans le Sud, qui ferait écho à la pratique dans la mesure où les producteurs équitables sont presque toujours simultanément certifiés biologiques, avec comme visée le développement éventuel d'instances multipartites de certification équitable, environnementale, etc.

■ 8. Fortifier et unifier le discours du commerce équitable

Au cours des dernières années, le message du commerce équitable a pu sembler flou et même contradictoire alors que les initiatives se multipliaient et que ses principaux acteurs pouvaient véhiculer des conceptions différentes. Pour que le commerce équitable poursuive sur sa lancée, il est indispensable qu'il soit porteur d'un message cohérent tout en restant pertinent pour toutes les filières ou les produits à travers lesquels il s'incarne. Quelles sont les cibles du commerce équitable ? Contre quoi lutte-t-on et que veut-on changer exactement ? Comment envisage-t-on les enjeux clés du développement, de l'économie sociale, du système international ? Vaste programme en perspective qui nécessite certainement la mise en place de forums permanents de réflexion permettant aux différents acteurs de penser et de repenser leur mouvement. Cet exercice pourrait aussi être l'occasion de juger les pratiques par rapport aux discours et d'ajuster les unes ou les autres dans un souci de cohérence et de crédibilité.

■ 9. S'inscrire dans une perspective partenariale de coopération Nord-Sud

En reprenant à son compte le slogan "*Trade, not Aid*", le commerce équitable a voulu se distinguer du secteur de l'aide internationale pour insister sur une transformation en amont du commerce international, au lieu d'une intervention en aval à l'instar de certains programmes d'aide. Mais la pratique montre qu'il

n'en est pas si loin, que ce soit dans ses critères ou sa mise en œuvre. Ainsi, de nombreuses organisations du commerce équitable au Sud bénéficient du soutien de l'État, tout comme celles du Nord d'ailleurs. Et, comme nous l'avons vu, plusieurs pratiques du commerce équitable s'apparentent à des projets de développement et à de la coopération internationale. Dans la mesure où le slogan *"Trade, not Aid"* demeure au cœur du discours équitable, le mouvement doit assurément se distancer d'une approche philanthropique pour privilégier une logique d'économie sociale et solidaire qui fasse place aux principes de capacitation, de subsidiarité et de souveraineté alimentaire. Le mouvement équitable doit par conséquent stimuler le métissage des projets équitables avec les autres projets de développement portés par les acteurs du Sud, et les inscrire dans les initiatives d'économie sociale locale. Et s'il maintient une dimension de coopération Nord-Sud, celle-ci doit être revue en fonction des derniers développements du secteur qui commandent un mode partenarial de coopération où les populations du Sud ont leur mot à dire sur la nature et le fonctionnement des projets de développement mis en avant par les acteurs du Nord. En résumé, la coopération internationale ne se limite pas aujourd'hui à l'aide d'urgence, et peut être envisagée dans une perspective de structuration des économies du Sud à laquelle le commerce équitable peut certainement contribuer.

■ **10. Préciser et confirmer une perspective du commerce équitable comme nouveau modèle de développement plutôt que comme consécration du système économique actuel**

On a pu observer un certain glissement des initiatives équitables trop axées sur le volume où il n'était en fin de compte plus question d'un autre commerce, mais de simplement mieux insérer les producteurs dans le commerce international traditionnel. Sans nier l'intérêt de cette insertion plus avantageuse, y limiter la définition du commerce équitable nous semble une perversion du message et des ambitions du mouvement. C'est pourquoi il

est indispensable de préciser et de confirmer le modèle de développement auquel le commerce équitable veut contribuer eu égard aux enjeux tels que le respect des droits humains, l'autonomie et l'autodétermination, la souveraineté alimentaire et l'importance des cultures vivrières, la biodiversité, l'environnement, les échanges locaux et l'infrastructure industrielle. Le commerce équitable ne doit en aucun cas favoriser la monoculture et la dégradation environnementale, ni fragiliser la sécurité alimentaire ou accroître la dépendance des peuples auxquels il souhaite apporter son soutien.

Ces dix propositions ne sont pas exhaustives et pourraient certainement être enrichies par l'apport des multiples acteurs qui participent à la mouvance du commerce équitable. Elles peuvent sembler clore une perspective un peu sévère et critique d'un mouvement dont les ambitions sont si nobles qu'il est presque inconvenant d'en discuter les travers. Et pourtant, c'est précisément parce que nous croyons à ses ambitions de réforme et à son potentiel transformateur que nous avons voulu offrir un portrait non complaisant du commerce équitable. Nous souhaitons contribuer au débat qui doit animer ses principales instances, mais aussi encourager le nécessaire dialogue qui doit s'instaurer entre le mouvement équitable et les autres mouvements sociaux porteurs d'idéaux en vue de repenser une économie appelée à répondre aux enjeux sociaux et environnementaux qui se font chaque jour plus pressants.

Biographies des auteurs

Détentrice d'un baccalauréat en biologie concentration écologie de l'Université de Sherbrooke, **Véronique Bisailon** obtient sa maîtrise en sciences de l'environnement à l'Université du Québec à Montréal en 2008. Pendant ses études de maîtrise, elle se joint à la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable de l'École des sciences de la gestion où elle agit comme coordonnatrice de projet, puis comme coordonnatrice de la Chaire et professionnelle de recherche.

Après des études de biologie en France, **Julien Boucher** arrive au Québec en 2004 et entame une formation en Sciences de l'Environnement. En tant qu'étudiant-chercheur à la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable, il s'occupe du bulletin *Oeconomia Humana* et s'intéresse aux problématiques liées au commerce équitable et au développement durable. Julien Boucher travaille actuellement au développement des coopératives dans le Bas-Saint-Laurent.

Après des études en anthropologie, **Alice Friser** est entrée à l'Université du Québec à Montréal afin de poursuivre une maîtrise en sciences de l'environnement. Dans le cadre de celle-ci, elle a intégré la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable en tant qu'adjointe de recherche, et s'est intéressée au commerce équitable et à l'agriculture biologique comme réponses à la crise du coton en Inde. Aujourd'hui passionnée par la recherche et convaincue qu'un monde meilleur est possible au Nord comme au Sud, elle concentre son attention sur la responsabilité sociale des entreprises à l'international.

Corinne Gendron est professeure titulaire au département Stratégie, responsabilité sociale et environnementale de l'École des sciences de la gestion (ESG) de l'Université du Québec à Montréal (UQÀM) et titulaire de la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable. Elle a écrit plusieurs ouvrages et articles sur le commerce équitable ainsi que sur le développement durable et la responsabilité sociale. Elle intervient régulièrement en qualité d'experte auprès d'organismes privés et publics au Québec et à l'international.

Rosemary Gomes est sociologue urbaine (1993) et a suivi une scolarité de maîtrise en Développement, Agriculture et Société (2005). Elle est actuellement assessureur d'économie solidaire au Secrétariat de Développement Solidaire de la Préfecture de Rio de Janeiro. Elle a notamment travaillé à l'élaboration du «Système Brésilien de Commerce Juste et Solidaire», est animatrice du GT International du FBES, présidente du Conseil de FACES do Brésil, administratrice du RIPES et fondatrice de plusieurs réseaux latino-américains de commerce juste et solidaire.

Chantal Hervieux est candidate au doctorat en administration à l'Université du Québec à Montréal. Ses recherches doctorales portent sur l'entrepreneuriat social. Elle a obtenu son MBA recherche à l'UQÀM où elle a aussi étudié l'entrepreneuriat social et plus particulièrement le commerce équitable, sujet sur lesquels elle a donné de multiples conférences dont une qu'elle a présentée à la prestigieuse conférence de l'Academy of Management en 2007.

Socioéconomiste pluridisciplinaire de formation, **Pierre Johnson** est consultant et formateur pour un développement durable et solidaire. Il a quinze ans d'expérience dans la coordination de projets de développement et le conseil en Amérique latine, en Afrique et en Europe. Ayant lancé et coordonné pendant cinq ans le chantier «commerce équitable» du Pôle de Socio-Economie Solidaire, il assure depuis plusieurs années des missions pour différents organismes de conseil et de formation. Il est membre d'IFAT et d'ALOE, entre autres.

Julie Lafortune est étudiante en maîtrise en administration des affaires, profil gestion et planification stratégiques, à l'ESG UQAM. Elle travaille à titre d'adjointe de recherche à la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable et s'intéresse particulièrement aux enjeux liés au

commerce équitable, à la responsabilité sociale des entreprises et aux pays en voie de développement. Elle termine actuellement son mémoire de maîtrise qui porte sur l'articulation entre commerce équitable et responsabilité sociale des entreprises du Sud.

Caroline Mailloux est adjointe de recherche à la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable de l'ESG à l'UQÀM. Elle termine actuellement son mémoire de maîtrise sur le coton bio-équitable et les codes de conduite comme réponse à la crise du coton. Sa passion pour l'économie solidaire et la coopération internationale l'a menée à plusieurs reprises sur la route du commerce équitable. De l'Amérique Latine à l'Asie, en passant par l'Afrique, elle a fait des séjours et des stages au sein d'organisations équitables de café, de fruits, de coton et de tourisme.

Eugénie Malandain est détentrice d'une licence en droit et d'un 3^e cycle en sciences politiques et relations internationales. Tout en exerçant ses activités dans les secteurs du commerce équitable et de la responsabilité sociale des entreprises, elle poursuit une thèse de doctorat en sociologie, sur les dispositifs internationaux de régulation du commerce éthique, notamment dans le secteur textile.

Olga Navarro-Flores, M.A., Ph.D., est professeure au Département Management et Technologie de l'École des sciences de la gestion de l'Université du Québec à Montréal. Elle se spécialise en coopération internationale. Sa thèse de doctorat intitulée *Les relations de partenariat Nord-Sud : du paradoxe au compromis* a eu le premier prix de l'IREC en 2007.

Ana Isabel Otero est détentrice d'une maîtrise en sciences politiques de l'Université de Montréal. Pendant près de quatre ans, elle a travaillé comme adjointe de recherche à la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable. Bénévole pour différentes organisations de commerce équitable, elle agit également comme consultante en consommation responsable. Avec des associés canadiens et mexicains, elle est en démarrage d'une entreprise d'importation de produits biologiques.

Socio-économiste, **Arturo Palma Torres** détient un master en Sciences politiques (Chili) et en Administration des entreprises (France). Spécialisé en économie solidaire et en commerce équitable, il a travaillé dans des laboratoires de recherche, des associations d'éducation populaire

et des réseaux de commerce équitable. Il est actuellement expert associé au CRIDA (France) et consultant au ministère du Développement agricole brésilien. Il est membre du mouvement pour l'économie solidaire en France et du réseau international ALOE (Alliance pour une économie plurielle, responsable et solidaire).

Bibliographie

AFTF, site Internet de l'AFTF : www.catgen.com/aftf/EN/

Alter Eco, site Internet d'Alter Eco : www.altereco.com

Andines, site Internet d'andines : www.andines.com

E. Assidon, *Les Théories économiques du développement*, Paris, La Découverte, coll. « Repères », n° 108, 3^e éd., 2002.

D. Astier, D. Ouadeba, M. Sévin et M. Traoré (coordinateurs), avec l'appui de Pierre Judet, *Reinventer l'État. Propositions pour repenser l'action publique à l'heure de la mondialisation*, Paris, Éditions Charles Léopold Mayer, 2005.

Artisans du Monde, site Internet d'Artisans du Monde : www.artisans-dumonde.org

Artisans du Monde et al., *Commerce équitable – Nos revendications – Les positions des partis politiques*, campagne présidentielle française, 2007.
En ligne : <http://www.artisansdumonde.org/actualite/pdf/CP-CE-Elections-24avril07.pdf>

Association du label équitable en Espagne, site Internet : <http://www.sellocomerciojusto.org/es/>

R. Audet, « Les inégalités Nord-Sud dans la régulation commerciale : analyse critique des certifications de l'agriculture alternative », mémoire de maîtrise, Montréal, université du Québec, 2006.

Banana Fair, site Internet : <http://www.banafair.de/start.htm>

Banana Link, site Internet : <http://www.bananalink.org.uk/>

V. Bisailon, *Commerce équitable et développement durable : le cas d'une organisation de producteurs de café au Mexique*, mémoire de maîtrise, Montréal, université du Québec, 2008.

V. Bisailon, C. Gendron et M.-F. Turcotte, « Synthèse des activités du chantier commerce équitable », *Cahier de la chaire de responsabilité sociale et de développement durable*, Montréal, École des sciences de la gestion, université du Québec, n° 4, 2006.

Bio Équitable, site Internet de Bio Équitable, s. d.
En ligne : www.bioequitable.com/

R. Blein, « Souveraineté alimentaire : des principes aux réalités », *Grain de sel*, n° 37, 2006-2007, p. 13-15.

J. Boucher, *Du biologique à l'équitable, un label en cachera-t-il un autre ? Étude de cas d'une filière de coton biologique et équitable en Inde*, mémoire de maîtrise, Montréal, université du Québec, à paraître en 2009.

Z. Cáceres et A. Carimentrand, *El comercio justo de la quinua frente a los desafíos del desarrollo sustentable*, communication au deuxième colloque international sur le commerce équitable, « Commerce équitable et développement durable », 19-21 juin 2006, Montréal, 2006.

P. Calame, *Repenser la gestion de nos sociétés : 10 principes pour la gouvernance du local au global*, Paris, Éd. Charles Léopold Mayer, 2003.

Centre du commerce international, « Commerce Sud-Sud : en exploiter le potentiel », *Forum du commerce international*, n° 3, 2004. En ligne : www.forumducommerce.org/news/fullstory.php/aid/666/Commerce_Sud-Sud:_en_exploiter_le_potentiel.html

Ceprobol, *Exportaciones bolivianas Enero a Septiembre Gestiones 2006-2007-2008*, 2008. En ligne : <http://www.ceprobol.gov.bo/DocPDF/BCifras/boletin%20sep.pdf>

A. C. Chambron, « Les bananes : un marché tortueux », in *Mémento du commerce équitable 2001*, 2005, p. 124-145.

Chiquita, site Internet de Chiquita : www.chiquita.be/befr/index.htm

Chiquita Belgique, *Nouvelles*. En ligne : www.chiquita.be/befr/news.htm

CLAC, site Internet CLAC : www.clac-pequenosproductores.org/

CLAC, *Déclaration de l'Initiative latino-américaine et caribéenne des petits producteurs du commerce équitable*, FITS, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, 26 mars 2006. En ligne : www.clac-pequenosproductores.org/docs/Declaracion_CLAC_FITS_Chiapas_26_03_06_fra__2

Cnuced, *Noix de cajou : le commerce Sud-Sud et le dilemme de la transformation*, 2007. En ligne : www.unctad.org/Templates/Webflyer.asp?docID=8311&intItemID=1634&lang=2

COFTA, site Internet du COFTA : www.catgen.com/cofta/EN/

Collectif, « Commerce équitable : un label, SVP ! », *La Libre*, 2008. En ligne : www.lalibre.be/index.php?view=article&art_id=460017

Coordination étatique de commerce équitable en Espagne, site Internet, s. d.
En ligne : www.e-comerciojusto.org/es/sellosdegarantia.html

Coopération technique belge et Fair Trade Center, *Le Commerce équitable en Belgique : quelles pistes de reconnaissance officielle ? Étude de différentes pistes de reconnaissance du commerce équitable*, rapport final, décembre 2006. En ligne : www.befair.be/fr/articles/www-befair-be/2-ressources/commerce-equitable/quelques-etudes-et-rapports.cfm

M. D'Huart, G. Heyde et S. De Backer, *Le Commerce équitable en Belgique : quelles pistes de reconnaissance officielle ? Étude de différentes pistes de reconnaissance du commerce équitable*, Coopération technique belge et Fair Trade Center, rapport final, 2005.

En ligne : www.befair.be/site/download.cfm?SAVE=1060&LG=3

B. Dabo, « Engagés dans les règles du commerce équitable, les producteurs de Koussanar broient du noir », *SudOnline*, 31 mars 2007.

En ligne : www.sudonline.sn/spip.php?article1722_01.pdf

P. Develtere et I. Pollet, *Cooperatives and Fair-Trade*, 2005.

En ligne : www.copacgva.org/fora/berlin2005.htm

F. Dopler, 2006, *El significado del Comercio Justo para pequeños productores de café. Respuestas locales a la intervención de un proyecto de desarrollo. El caso de CUMATI, Chiapas, México*, mémoire de licence, université de Fribourg.

EFTA, site Internet de l'EFTA : www.european-fair-trade-association.org/

Enda, site Internet d'Enda : www.enda.sn/sia.htm

Equita, *Relation commerciale*.

En ligne : www.equita.qc.ca/commerce/relation_commerciale.htm

Équiterre, *Le Programme de commerce équitable*.

En ligne : www.equiterre.org/equitable/index.php

Fair Procura, 2007. En ligne :

www.european-fair-trade-association.org/FairProcura/presentation.php

Fair Procura, *newsletter n° 6* (mai 2007) – *newsletter de l'EFTA*. En ligne :

www.ifat.org/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=44&Itemid=109&lang=fr

Fair Procura Project, avril 2007, EFTA. En ligne :

www.european-fair-trade-association.org/FairProcura/Doc/Brochures/Fair_Trade_in_Public_Procurement_-_April_2007.pdf

Fair Trade Center, *Des pouvoirs publics jouent la carte du commerce équitable*, décembre 2006. En ligne :

www.befair.be/fr/articles/www-befair-be/2-ressources/commerce-equitable/quelques-etudes-et-rapports.cfm

FAO, *Perfil Nutricional de Bolivia*, 2001.

En ligne : <ftp://ftp.fao.org/esn/nutrition/ncp/BOL.pdf>

Fibre citoyenne, site Internet de Fibre citoyenne :

www.fibrecitoyenne.org/

FINE, site Internet de FINE : www.fairtrade-advocacy.org/index.php

R. Fitter et R. Kaplinsky, "Who Gains from Product Rents as the Coffee Market Becomes more Differentiated? A Value Chain Analysis", *IDS Bulletin paper*, 2001.

FLO, site Internet de FLO : www.fairtrade.net/

FLO-Cert, site Internet : <http://www.flo-cert.net/flo-cert/main.php?id=16>

FLO England, "Fair trade towns", 2007. En ligne :

www.fairtrade.org.uk/get_involved_fairtrade_towns.htm

G. Fridell, *International Solidarity in the Era of Neo-liberalism: Fair Trade North in Comparative Perspective*, Trent University, présenté à la Canadian Political Science Association (CPSA), juin 2006.

M. Fridell, I. Hudson et M. Hudson, "With Friends Like These: The Corporate Response to Fair Trade Coffee", *Review of Radical Political Economics*, vol. 40, n° 1, 2008. p. 8-34.

A. Friser, *Du discours militant à la réalité de marché : le cas d'une organisation de producteurs de coton équitable*, mémoire de maîtrise, Montréal, université du Québec, à paraître en 2009.

C. Gendron, « Le commerce équitable : un nouveau mouvement social économique au cœur d'une autre mondialisation », cahier de recherche

conjoint : chaire de coopération Guy Bernier et chaire de responsabilité sociale et de développement durable, *Les Cahiers de la chaire*, coll. « Recherche », n° 2, 2004.

C. Gendron, V. Bisaillon et A. I. Otero, « L'institutionnalisation du commerce équitable : au-delà d'une forme dégradée de l'action sociale », *Les Cahiers de la chaire*, coll. « Recherche », n° 11, 2006.

C. Gendron, V. Bisaillon et A. I. Otero, "The Institutionalization of Fair Trade: More than Just a Degraded Form of Social Action", *Journal of Business Ethics*, 2008.

C. Gendron et al., « La consommation comme mobilisation sociale : l'impact des nouveaux mouvements sociaux économiques sur la structure normative de l'industrie forestière », in Ferrando y Puig et S. Giamporcaro-Saunière, *Pour une autre consommation. Sens et émergence d'une consommation responsable*, Paris, L'Harmattan, 2005, p. 73-87.

C. Gendron et J.-P. Revéret, « Le développement durable », *Économies et Sociétés*, série R, n° 37, 2000, p. 111-124.

C. Gendron, M.-F. Turcotte et M.-A. Lafrance, « Nouvelles mobilisations et compromis sociaux en environnement : la certification forestière », in Salvador Juan, *Actions en enjeux spatiaux en matière d'environnement*, Paris, L'Harmattan, 2007, p. 207-222.

C. Gresser et S. Tickell, *Mugged: Poverty in Your Coffee Cup*, Oxfam Publishing, 2003.

C. Hervieux, *Les Enjeux de l'entrepreneuriat social : le cas de Cooperative Coffees, une entreprise de commerce équitable au Nord*, mémoire de maîtrise, Montréal, université du Québec, 2007.

D. Ho, *Commerce équitable et RSE : points communs et spécificités. Quelles interactions possibles ? L'exemple du coton équitable et de la filière textile habillement*, mémoire de master 2, université Paris-XII, 2006.

IFAT, site Internet de l'IFAT : www.ifat.org

Ipsos, *L'Achat équitable, une bonne action, mais pas seulement*, 2008. www.ipsos.fr/CanalIpsos/articles/2525.asp

C. Jacquiau, *Les Couloirs du commerce équitable*, Paris, Mille et une nuits, 2006.

P. Johnson, *Le Commerce équitable au Mexique : labels et stratégies*, DIESS (France) 2003. En ligne : www.unesco.org/mab/BRs/q_e/Mexique_edition.pdf ou http://pwj.free.fr/docs/Mexique_diffusion.pdf

M. Kocken, *Fifty years of Fair trade. A brief history of the Fair trade movement*, 2003. En ligne : www.gepa3.de/download/gepa_Fair_Trade_history__en.pdf

La Via Campesina: International Peasant Movement, *La Via Campesina: International Peasant Movement*, 2007. En ligne : <http://viacampesina.org>

Label STEP, site Internet de Label STEP, s. d. En ligne : <http://www.label-step.org/fr/index.htm>

M.-A. Lafrance, *Le potentiel de la certification à favoriser la mise en œuvre d'une foresterie durable*, mémoire de maîtrise, Sciences de l'environnement, UQAM, 2006.

S. Latouche, « De l'éthique sur l'étiquette au juste prix, Aristote, les SEL et le commerce équitable », *Revue du MAUSS*, n° 15, 2000, p. 346-358.

R. Le Velly, *Le Commerce équitable : des échanges marchands contre le marché et dans le marché*, thèse de doctorat, université de Nantes, 2004.

J.-F. Lemay, *Mouvements sociaux transnationaux : le partenariat de deux organisations de commerce équitable en France et au Pérou*, thèse de doctorat, Québec, université Laval, 2007.

C. Lecompte, *Le Pari du commerce équitable*, Paris, Éditions d'Organisation, 2003.

M. Lemoine *et al.*, « Au Pérou : le sentier lumineux », cahier spécial sur l'Amérique latine, *Le Monde diplomatique*, 2000.

En ligne : www.monde-diplomatique.fr/cahier/ameriquelatine/

M. Levi et A. Linton, "Fair Trade: A Cup at a Time?", *Politics and Society*, vol. 31, n° 3, 2003, p. 407-432.

M. A. Littrell et M. A. Dickson, *Social Responsibility in the Global Market – Fair Trade of Cultural Products*, Londres et New York, Sage, 1999.

W. Low et E. Davenport, "Postcards from the Edge", *Sustainable Development*, n° 13, 2005, p. 143-153.

C. Mailloux, *Les Certifications sociales et environnementales comme réponse à la crise du coton et de l'industrie textile. Étude d'une filière bio-équitable en Inde*, mémoire présenté comme exigence partielle à la maîtrise en sciences de l'environnement, Montréal, université du Québec, à paraître en 2009.

E. Malandain, *De l'éthique sur l'étiquette : le commerce équitable*, mémoire de maîtrise en sciences politiques, 2000.

J. Maurais, *Transformations régulatrices induites par l'arrivée de la certification forestière au Québec*, mémoire de maîtrise, Sciences de l'environnement, UQAM, 2006.

Max Havelaar Belgique, *Lettre ouverte à la Fédération des entreprises de Belgique*, 2008. En ligne : www.maxhavelaar.be/fr/node/487

Max Havelaar France, *Comment engager votre collectivité locale sur la voie du commerce équitable ?*

En ligne : www.maxhavelaarfrance.org/sengager/collectivite.htm

Max Havelaar France, *Max Havelaar et les collectivités locales*, guide pratique, 2003. En ligne :

<http://www.maxhavelaarfrance.org/documents/Kit-information-collectivites.pdf>

Max Havelaar France, *Rapport annuel 2006*, 2006. En ligne :

<http://www.maxhavelaarfrance.org/documents/MHAVELAAR.pdf>

Max Havelaar France, *Commerce équitable. Le label Max Havelaar : la garantie d'un contrôle Indépendant tout au long de la chaîne. La certification des producteurs et des acteurs économiques*, documents Max Havelaar France, mai 2006.

En ligne : www.maxhavelaarfrance.org/documents/Garantie.pdf

S. Maxwell et M. Smith, "Household Food Security: A conceptual Review", in M. Maxwell et T. R. Frankenberger (dir.), *Household Food Security: Concepts, Indicators, Measurements. A technical review*, New York, Unicef/IFAD, 1992, p. 1-72.

S. Medina, *Human Resources and the Population in Mexico at the Dawn of the Twenty-First Century: A Regional Perspective*, Amsterdam, Thela-Thesis, 2000.

F. Menezes, "Food Sovereignty: A vital requirement for food security in the context of globalization", *Development*, vol. 44, n° 4, 2001, p. 29-33.

M. Micheletti, *Political Virtue and Shopping: individuals, shopping and collective action*, New York, Palgrave Macmillan, 2003.

D. Mignot, J. Defourny et André Leclerc, « Un siècle d'histoire coopérative à travers les statistiques de l'ACI », *Annals of Public and Cooperative Economics*, vol. 70, n° 1, 1999, p. 75-105.

Minga, site Internet de Minga. En ligne : www.minga.net/

Ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire, *Plan national d'action pour des achats publics durables*, 2007.

En ligne : www.ecologie.gouv.fr/IMG/pdf/PNAAPD.pdf durables

J.-F. Munster, « Équitable versus durable », *Le Soir*, 30 mai 2008.
En ligne : www.lesoir.be/actualite/economie/consommation-la-feb-s-oppose-2008-05-30-602138.shtml

O. Navarro-Flores, *Les Relations de partenariat Nord-Sud : du paradoxe au compromis. Une approche institutionnaliste des relations entre ONG dans le secteur de la coopération internationale*, thèse de doctorat, université du Québec à Montréal, 2006.

NEWS!, site Internet de NEWS! www.worldshops.org

A. I. Otero, « Étude de cas de l'organisation de commerce équitable IDEAS », *Cahier de la chaire de responsabilité sociale et de développement durable*, École des sciences de la gestion, université du Québec à Montréal, n° 6, 2007, 75 p.

Oxfam-Magasins du Monde, site Internet :
www.madeindignity.be/Public/Page.php?ID=812

Oxfam Solidarité, site Internet d'Oxfam Solidarité, s. d.
En ligne : www.oxfamsol.be/fr/

M. Padilla, « La sécurité alimentaire des villes africaines : le rôle des systèmes d'approvisionnement et de distribution alimentaires », *Approvisionnement et distribution alimentaires des villes de l'Afrique francophone*, FAO, coll. « Aliments dans les villes », vol. 1, n° 98, 1998, p 69-76.

PFCE, site Internet de la Plate-forme pour le commerce équitable :
www.commerceequitable.org/

S. Ponte, "Standards, Trade and Equity: Lessons from the Specialty Coffee Industry", *CDR working paper Subseries on Globalisation and Economic Restructuring in Africa*, n° 21, 2002.

Rainforest Alliance, site Internet : www.rainforestalliance.com

L. T. Reynolds, D. L. Murray et J. Wilkinson (dir.), *Fair Trade/The challenges of transforming globalization*, New York, Routledge, 2007.

M.-C. Renard, "The interstices of globalisation: the example of fair coffee", *Sociologia Ruralis*, vol. 39, n° 4, 1999. p. 484-500.

M.-C. Renard, "Fair trade: quality, market and conventions", *Journal of Rural Studies*, vol. 19, n° 1, 2003, p. 87-96.

M.-C. Renard, "Quality certification, regulation and power in fair trade", *Journal of Rural Studies*, vol. 21, n° 4, 2005, p. 419-431.

Research Group du Colorado State University.
www.colostate.edu/Depts/Sociology/FairTradeResearchGroup/. Voir leurs différentes études qui sont disponibles.

N. Roozen et F. Van der Hoff, *L'Aventure du commerce équitable, une alternative à la mondialisation par les fondateurs de Max Havelaar*, J.-C. Lattès, 2002.

Sedelan, site abcBurkina, « Dossier riz ».
En ligne: www.abcburkina.net/content/view/666/79/lang.fr/

Setem, *El Comercio Justo en España*, Icaria, 2006.

Symposium africain de commerce équitable, « Contexte », in *Symposium africain de commerce équitable*, 2007.
En ligne : <http://www.commerce-equitable-afrique.org/cont.php>

P. L. Taylor, "In the Market But Not of It: Fair Trade Coffee and Forest Stewardship Council Certification as Market-Based Social Change", *World Development*, vol. 33, n° 1, 2005. p. 129-147.

J. G. Taylor et P. J. Scharlin, *Smart Alliance. How a Global Corporation and Environmental Activist Transforms a Tarnished Brand*, Londres, Yale University Press, 2004.

Transfair Canada, communiqué de presse, Wolfville, janvier 2007. En ligne :
www.transfair.ca/telecharger/Wolfville+bientôt+ville+équitable.pdf

Ugocom, *Afrique verte international : les Sahéliens peuvent nourrir le Sahel*, 2007. En ligne : www.afriqueverte.org/

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) et International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM), “Harmonization and Equivalence in Organic Agriculture”, *Background papers of the International Task Force on Harmonization and Equivalence in Organic Agriculture*, vol. 3, 2007. En ligne : www.unctad.org/trade_env/test1/publications/UNCTAD_DITC_TED_2007_1.pdf

F. VanderHoff Boersma, *Poverty Alleviation through Participation in Fair Trade Coffee Networks: The Case of UCIRI, Oaxaca, Mexico*, Colorado State University : Fair Trade Resarch Group, 2002. En ligne : www.colostate.edu/Depts/Sociology/FairTradeResearchGroup/

C. Vercher, Working Paper – Programme de recherche « Le potentiel régulateur de la RSE » financé par l’ANR (Agence nationale de la recherche), 2009.

D. Vogel, *The Market for Virtue. The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility*, Brookings Institution Press, 2005.

S. Waddell, *Fair Trade Conference Case March 3, 2002, The Global Action Network Net (GAN-Net)*, 2002. En ligne : www.gan-net.net/pdfs/ifat.pdf

L. Waridel, *Sustainable Trade: The Case of Coffee in North America*, mémoire de maîtrise, université de Victoria, 2002.

L. Waridel, *Acheter, c’est voter, le cas du café*, Montréal, Écosociété, 2005.

E. M. Young, “Globalization and food security: novel question in a novel context?”, *Progress in Development Studies*, vol. 4, n° 1, 2004, p. 1-21.

Liste des sigles et acronymes

FLA	Fair Labour Organisation
FLO	Fairtrade Labelling Organizations International
FOB	Free on Board
FSC	Forest Stewardship Council
FTO/OCE	Fair Trade Organization (organisation de commerce équitable)
FTO Mark	Fair Trade Organization Mark (label d’organisation de l’IFAT)
FWF	Fear Wear Foundation
Gatt	General Agreement on Tariffs and Trade (Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce)
IDEAS	Initiatives d’économie alternative et solidaire (Espagne)
IFAT	World Fair Trade Organization (à l’origine International Federation for Alternative Trade)
IFOAM	International Fédération of Organic Agriculture Movements
ISO	Organisation internationale de normalisation
IUF	International Union Foods (fédération de syndicats)
Mercosur	Marché commun de pays de l’Amérique du Sud

NAP	Network of Asian Producers
NEWS!	Network of European World Shops
OIT	Organisation internationale du travail
OMC	Organisation mondiale du commerce
PEFC	Programme for the Endorsement of Forest Certification
PFCE	Plate-forme pour le commerce équitable
PIB	Produit intérieur brut
RELACC	Réseau latino-américain de commercialisation communautaire
SA 8000	Norme éthique et sociale Social Accountability
SAI	Sustainable Agricultural Initiative
SAN	Sustainable Agriculture Network
SBCJS	Système brésilien de commerce équitable et solidaire
SENAES	Secrétariat national de l'économie solidaire (organisme du ministère du Travail et de l'Emploi au Brésil)
SERRV	Sales Exchange for Refugee Rehabilitation and Vocation
SFI	Sustainable Forestry Initiative
SNCF	Société nationale des chemins de fer français
UCIRI	Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo
Unicef	United Nations International Children's Emergency Fund
WRC	Worker's Right Consortium

Table des matières

Introduction	9
1. Les impacts du commerce équitable au Sud – Café chiapaneco: quelle équité pour le commerce équitable?	31
Le prix équitable: un juste prix?	38
Le commerce équitable et l'environnement	44
Démocratie, participation et transparence	48
Émergence d'une nouvelle forme de commerce ou meilleure insertion dans le marché traditionnel?	52
Le commerce équitable et l'aide au développement	57
Conclusion: impacts variables et non automatiques du commerce équitable	61
2. Quel développement prôné par le mouvement équitable? – Bolivie: le quinoa équitable ou la fin de l'agriculture de subsistance	65
Sécurité et souveraineté alimentaires: quelle position pour le mouvement équitable?	70
Commerce équitable et mondialisation	77
Et le commerce équitable Sud-Sud?	81
Commerce équitable et développement durable	86
Conclusion: penser le commerce équitable de façon plus intégrée	90
3. La démocratie des instances internationales de commerce équitable – Transparence et équité des relations Nord-Sud ..	93
Participation et démocratie dans les instances internationales de commerce équitable	96
L'accès des producteurs au système de commerce équitable	101

Les initiatives nationales de labellisation: une véritable prise de pouvoir des producteurs?	106	Le commerce équitable: entre mouvement social et marché	186
Conclusion: la subsidiarité, un nouveau principe pour le commerce équitable	112	Conclusion	190
4. Cohérence et incohérence du commerce équitable: le commerce équitable au Nord – Le cas de Cooperative Coffees: rencontre entre producteurs du Sud et torréfacteurs du Nord	115	7. La grande entreprise et le commerce équitable – Chiquita, une banane au goût partagé	193
Commerce équitable et partage de la valeur ajoutée: une reproduction du modèle commercial dominant?	121	La réponse de la grande entreprise aux questionnements portés par le commerce équitable	202
Et l'équité du commerce équitable au Nord?	124	Confusion des consommateurs face à la prolifération des labels responsables	209
Produits locaux versus produits équitables	126	Mieux comprendre les différences entre les labels	212
Commerce équitable et économie sociale et solidaire	128	Commerce équitable et responsabilité sociale des entreprises, une alliance pour la consommation responsable?	216
De la promotion des produits équitables à l'éducation des consommateurs	132	Conclusion	222
Conclusion: un système équitable au Nord comme au Sud	135	Conclusion	229
5. Le commerce équitable et l'État: une relation ambiguë – Le Système brésilien de commerce juste et solidaire source d'inspiration?	139	L'équité internationale et le développement comme visées du commerce équitable	230
L'État comme promoteur	145	Derrière un projet louable, des paradoxes et des questionnements	233
L'État comme consommateur	150	Dix propositions pour refonder le projet équitable	242
L'État comme régulateur	154	Biographies des auteurs	253
La régulation internationale du commerce équitable	158	Bibliographie	257
Pour conclure...	162	Liste des sigles et acronymes	269
6. D'autres voies pour le commerce équitable – Un visage du commerce équitable à l'indienne	165		
Quelle commercialisation pour les produits équitables? . .	173		
La crédibilité des systèmes de garantie	175		
Le commerce équitable: un mouvement pluriel et diversifié	178		
L'interdépendance entre les acteurs: une palette de nuances stratégiques et idéologiques	182		

Vous pouvez vous procurer les ouvrages des Éditions Charles Léopold Mayer en librairie.

Notre catalogue comprend environ 300 titres sur les thèmes suivants :

<i>Économie, solidarité, emploi</i>	<i>Construction de la paix</i>
<i>Gouvernance</i>	<i>Écologie, environnement</i>
<i>Relations sciences et société</i>	<i>Prospective, valeurs, mondialisation</i>
<i>Agricultures et organisations paysannes</i>	<i>Histoires de vie</i>
<i>Dialogue interculturel</i>	<i>Méthodologies pour l'action</i>
<i>Communication citoyenne</i>	

Pour obtenir le catalogue des Éditions Charles Léopold Mayer, envoyez vos coordonnées par mél à diffusion@eclm.fr ou par courrier à :

Éditions Charles Léopold Mayer
38 rue Saint-Sabin
75011 Paris (France)

