

GE10

Le commerce équitable :
est-ce une chance pour
les pays en voie de développement ?



Aurélien DUMAINE, *TC02*
Dimitri MELCHIOR, *GM04*
Véronique TUBACH, *GP02*

Compiègne, le 29 mars 2010

Sommaire

- Le Commerce Equitable, généralités
 - ✓ Historique
 - ✓ Principes
 - ✓ Circuit : du Producteur au Consommateur
 - ✓ Evolutions du Commerce Equitable au cours du temps

- Le Commerce Equitable au quotidien
 - ✓ Labels principaux
 - ✓ Exemples de produits
 - ✓ Equitable vs. non équitable
 - ✓ Effets du Commerce Equitable

- Les limites du Commerce Equitable
 - ✓ Mauvaise répartition du surcoût
 - ✓ Etude de l'Adam Smith Institute et le Réseau Minga

- Conclusion

Introduction

- Commerce : « activité consistant dans l'achat, la vente, l'échange de marchandises, de denrées de valeur, dans la vente de services ; métier de celui qui achète des objets pour les revendre » *Larousse, 2009*
- Colonisation → intermédiaires de plus en plus importants, contrôlant le commerce au détriment des producteurs et des consommateurs



Historique



- mi-XIXème : naissance du concept (roman de Multatuli)
- 1950 : OXFAM, organisation humanitaire précurseur
- 1964 : lancement du programme « Traid, not Aid! » par CNUCED
- 1969 : ouverture du premier « Magasin du Monde » aux Pays-Bas
- 1973 : création d' « Artisans du Monde »



Historique

- 1988 : création de l'association de labellisation Max Havelaar
- 1993 : création du label TransFair en Allemagne
- 1994 : création du label Fair Trade en Orlande et au Royaume-Uni
- 2002 : la Fairtrade Labelling Organizations crée la International Fairtrade Certification Mark

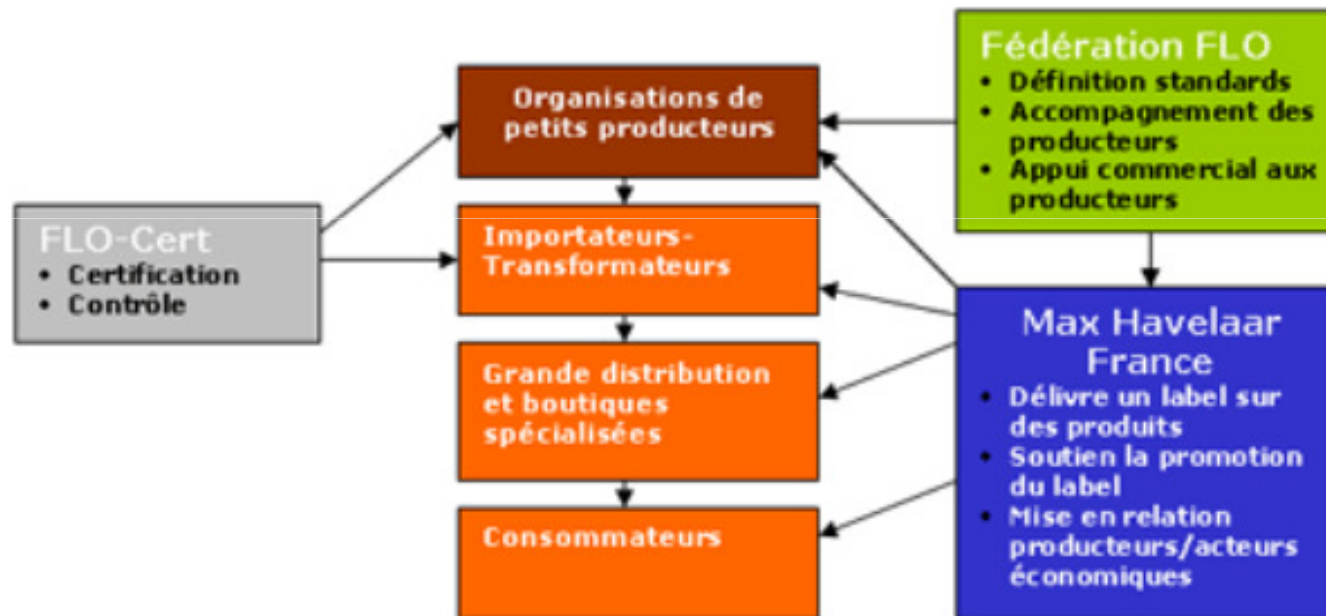


Les grands principes d'aujourd'hui

- Garantir la rémunération du travail des producteurs des pays les plus défavorisés, et ainsi satisfaire leurs besoins élémentaires.
- Garantir le respect des droits fondamentaux des personnes.
- Instaurer des relations durables entre partenaires économiques.
- Favoriser la préservation de l'environnement.
- Proposer aux consommateurs des produits de qualité.

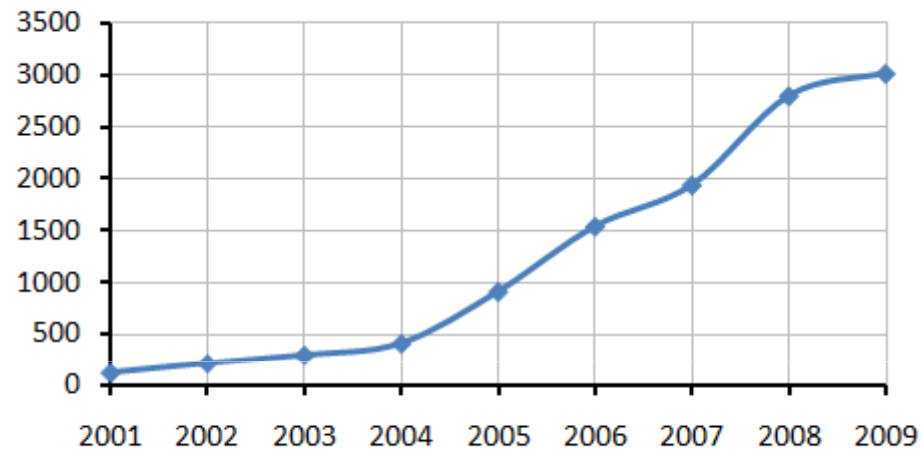
Le circuit du Commerce Equitable

DES ROLES BIEN DEFINIS A CHAQUE ETAPE DE LA FILIERE D'APPROVISIONNEMENT

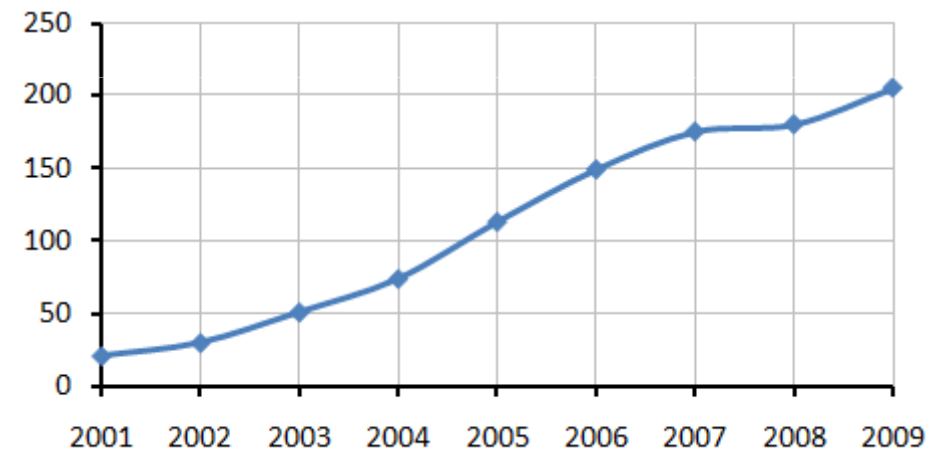


Evolution du Commerce Equitable en France

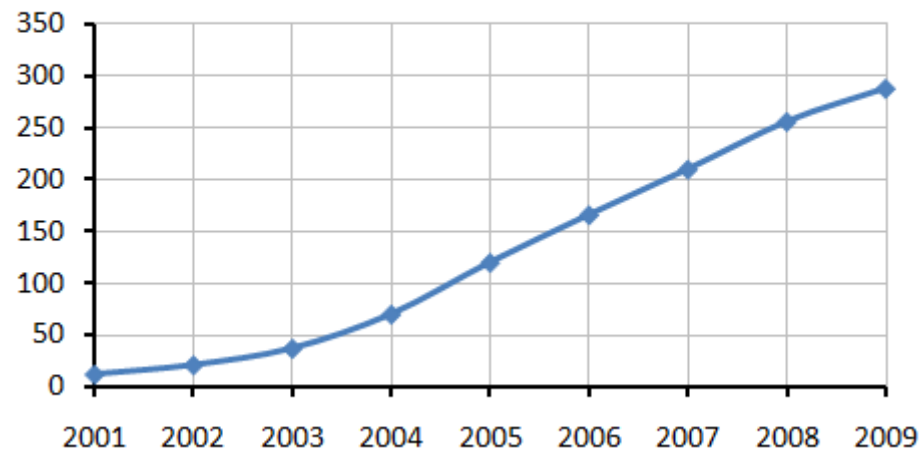
Nombre de produits labellisés



Nombre de marques engagées

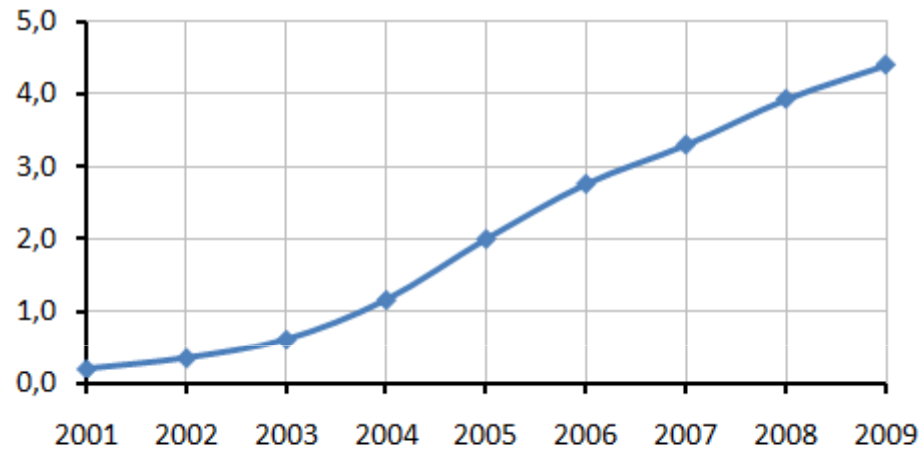


Chiffres d'affaires (en M €)

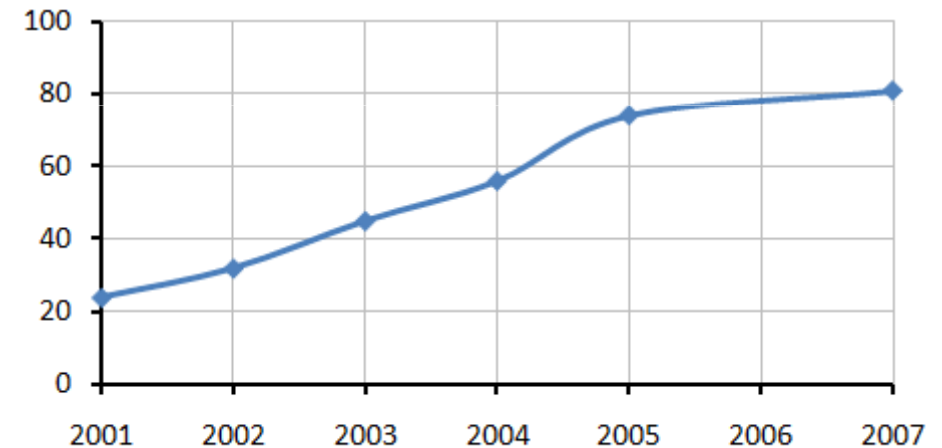


Evolution du Commerce Equitable en France

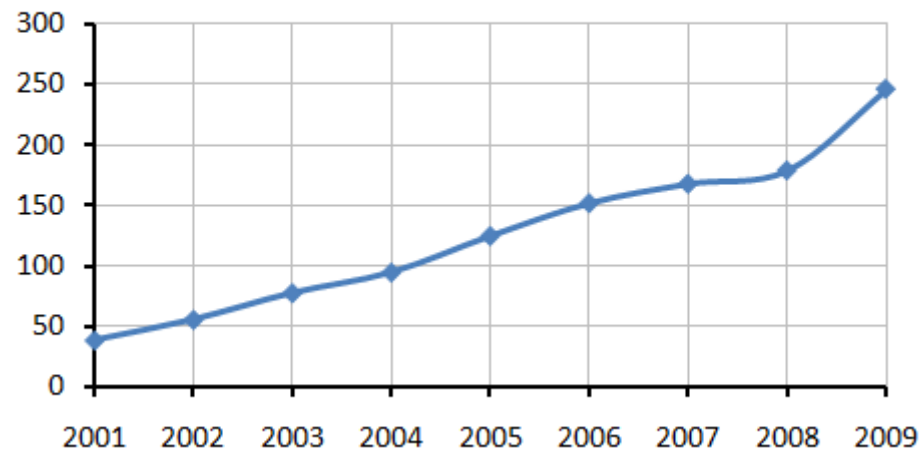
Conso par habitant et par an (€)



Notoriété (%)



Nombre d'organisations bénéficiaires

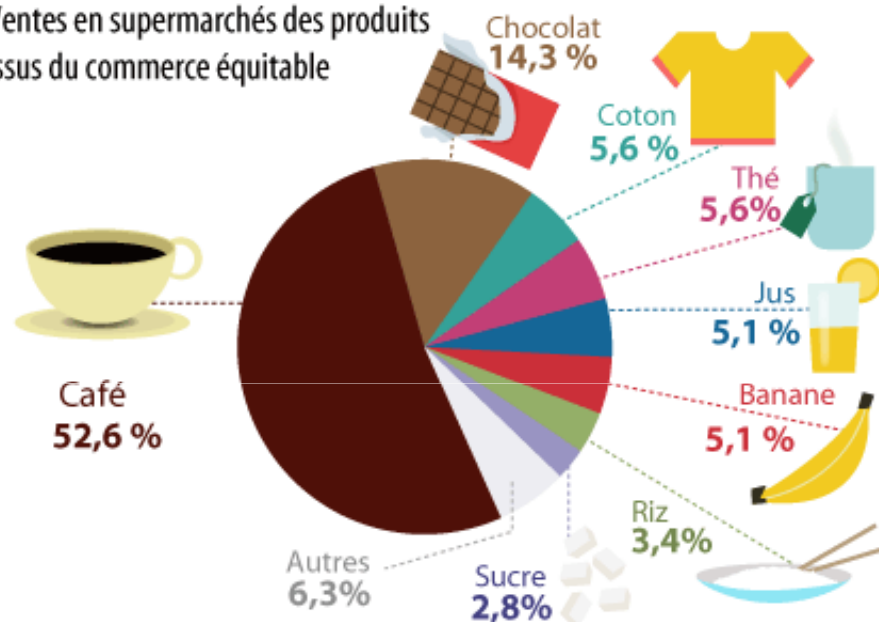


Les labels du Commerce Equitable



Les produits du Commerce Equitable

Ventes en supermarchés des produits issus du commerce équitable



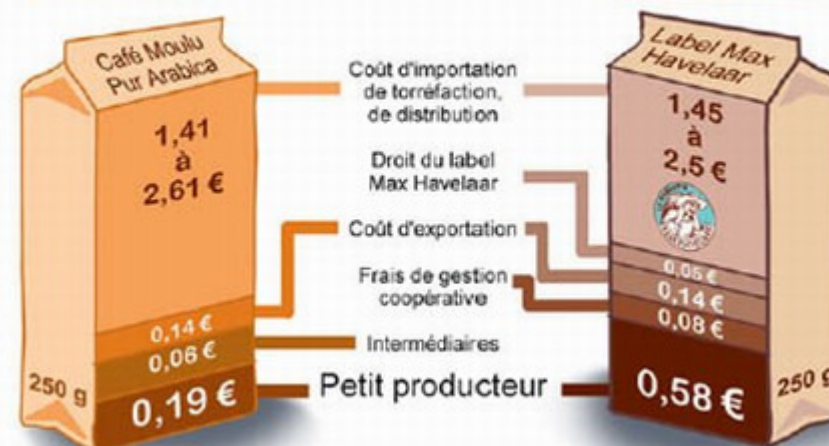
Système traditionnel

1,8 à 3 €

Prix de vente en grande surface

Système Max Havelaar

2,3 à 3,35 €



Sources : Max Havelaar France, mars 2002
(Prix calculé pour un arabica d'Afrique centrale)

Comparaison équitable vs. non équitable au quotidien

<i>Equitable</i>	<i>Non équitable</i>	<i>Equitable</i>	<i>Non équitable</i>
			
			

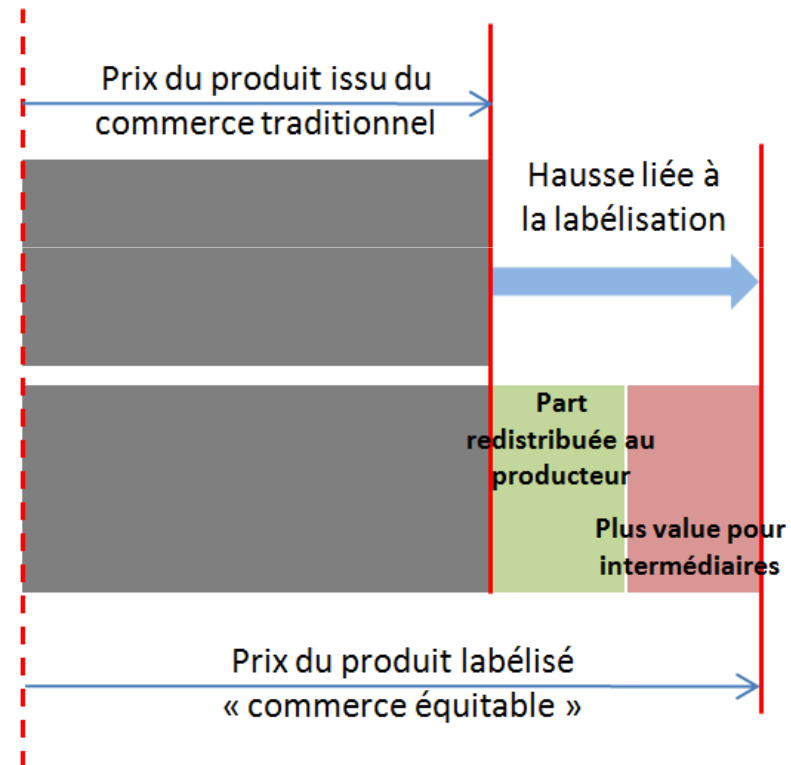
Effets du Commerce Equitable

- Amélioration et / ou stabilisation du prix au producteur.
- Couverture des coûts de production.
- Rentabilisation des cultures locales dans des contextes difficiles.
- Amélioration des revenus des producteurs.
- Renforcement et développement des organisations de producteurs
 - ✓ Renforcement des capacités financières, administratives et commerciales.
 - ✓ Les organisations de producteurs sont des alternatives pour la commercialisation des produits des petits producteurs.
 - ✓ Les organisations de producteurs sont des institutions innovantes et impliquées dans le développement local.
- Protection de l'environnement.

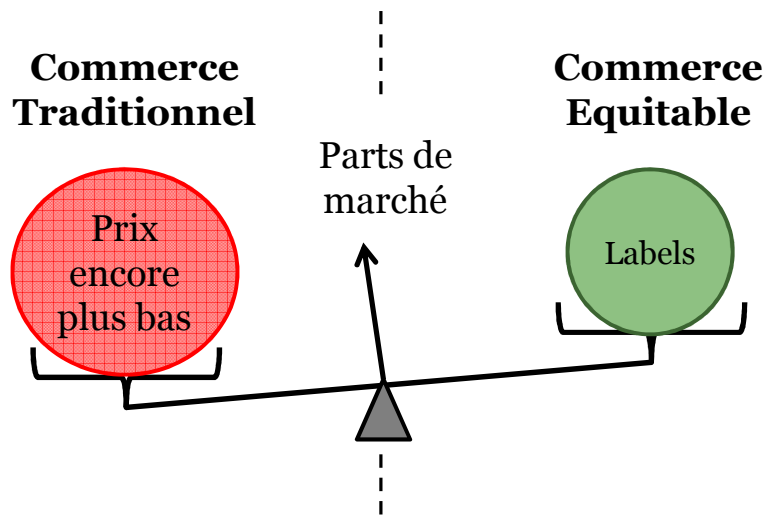
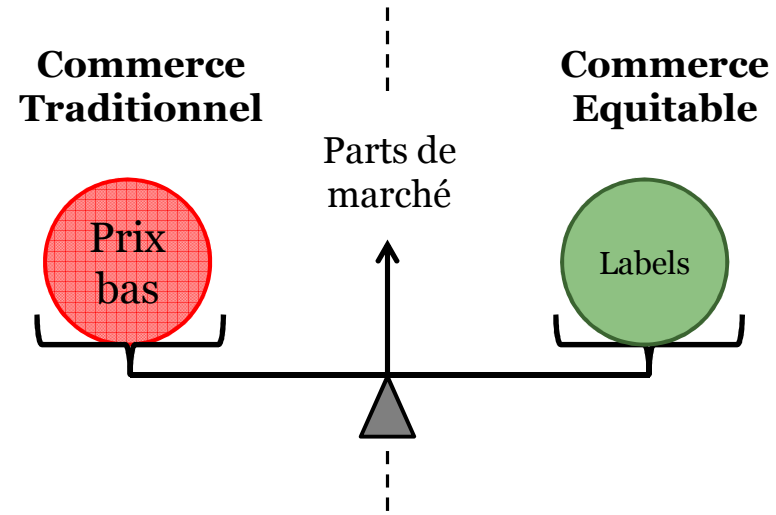
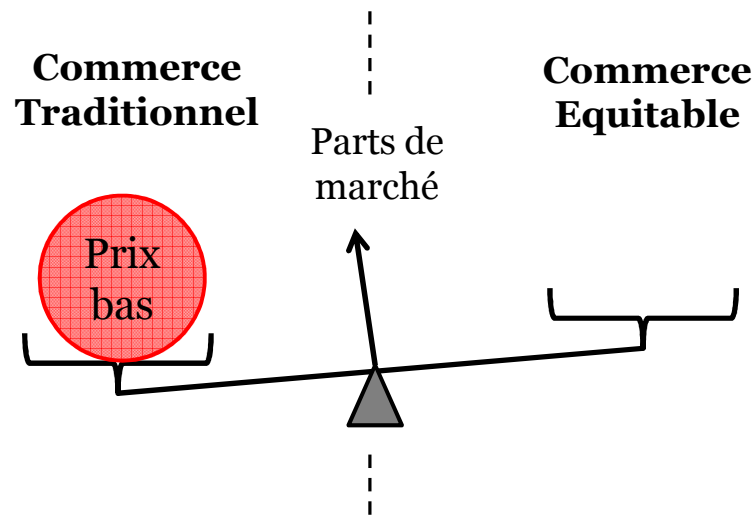
Les limites du Commerce Equitable

- Mauvaise répartition du surcoût (nouveaux intermédiaires).
- Aggravation des conditions de travail des paysans producteurs non « équitables ».
- Dépendance des producteurs du Sud aux habitudes des consommateurs du Nord: Frein à l'agriculture vivrière.

Mauvaise répartition du surcoût (nouveaux intermédiaires)



Adam Smith Institute: « Aggravation des conditions du commerce non équitable »

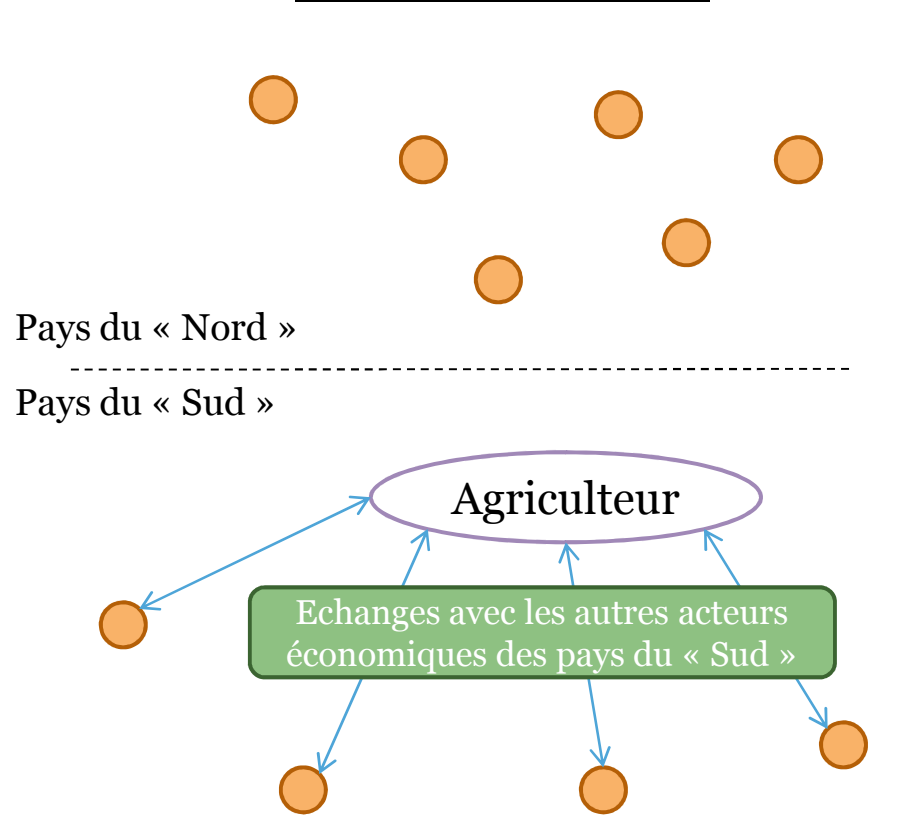


Conséquences :

- Nouveau type de concurrence
→ plus de pression
- Aggravation des conditions de travail des paysans produisant non « équitable »

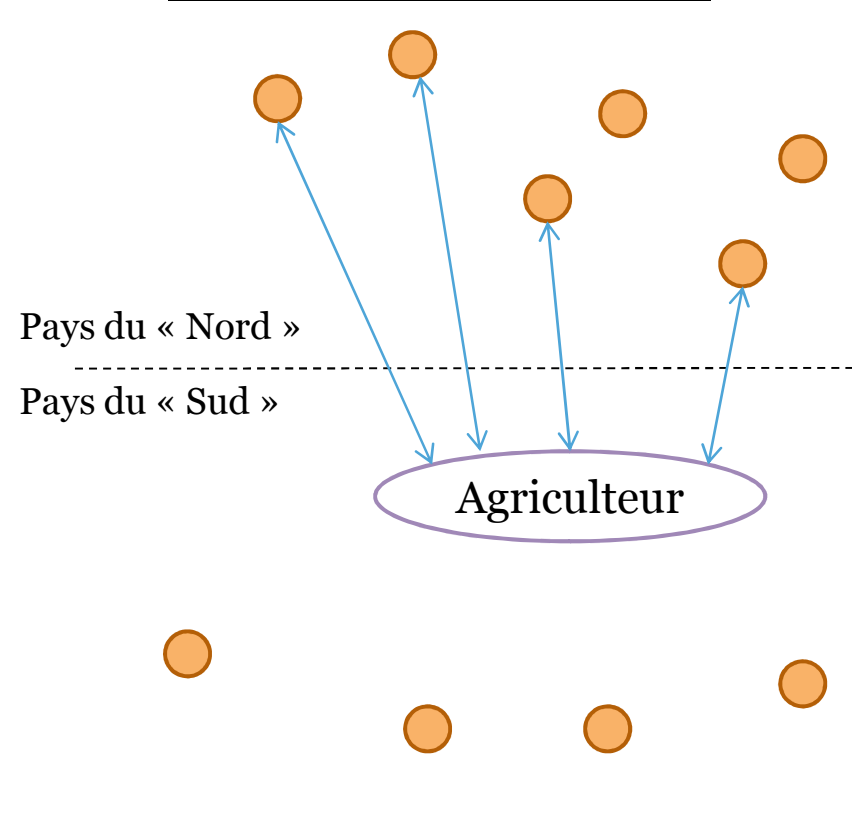
Réseau Minga: « Le commerce équitable favorise l'agriculture d'exportation au détriment de l'agriculture vivrière »

Agriculture vivrière



→ Développe la souveraineté alimentaire du pays

Agriculture d'exportation



→ Agriculteur mieux payé mais contraint par la pression du marché

Conclusion

- Le Commerce Equitable est profitable aux petits producteurs des pays défavorisés.
→ leur permet de vivre de leur production
- Effets directs sur le quotidien (soins de santé, écoles, ...).
- Attention à ne pas tomber dans l'excès inverse avec un « commerce parallèle ».
→ niches économiques

Références bibliographiques

www.commerceequitable.org

www.maxhavelaarfrance.org

www.altereco.com

www.artisansdumonde.org

www.ethiquable.com

www.consoglobe.com

www.lequitable.fr

www.wikipedia.com

www.larousse.fr

Merci de votre attention !