

## Labels et autres dynamiques de commerce équitable au Mexique

### Résumé

Pierre William Johnson

Le commerce équitable permet depuis plusieurs décennies des consommateurs du Nord de traduire en acte leur solidarité avec des petits producteurs du Sud. Axé sur l'appui aux « producteurs marginalisés et défavorisés » et très lié à l'idée de développement par les exportations, ce mouvement peut-il dépasser ses limites originelles pour fournir un modèle qui soit applicable à l'ensemble des échanges commerciaux ?

Les petits producteurs sont souvent ceux qui produisent des aliments et produits de qualité. Grâce à eux, le Mexique est par exemple le premier pays exportateur de café équitable et biologique certifié à l'échelle mondiale. Des dizaines de groupes de producteurs mexicains de café, de miel et de jus d'orange participent au commerce équitable international, des coopératives de caféiculteurs mexicains sont co-fondateurs du premier label de Commerce Equitable, Max Havelaar. Ce pays a aussi une longue tradition de points de vente solidaires et de systèmes commerciaux alternatifs, et le troc et l'échange de marchandises subsistent dans les communautés villageoises à côté des échanges monétaires.

Mais pourquoi réserver les meilleurs produits à l'exportation ? Expérience novatrice et inédite, le label mexicain de commerce équitable cherche à relier producteurs et consommateurs d'un même pays. Comercio Justo México est la première organisation régionale avec son propre système de normes et son système de certification du commerce équitable. Elle regroupe de nombreuses organisations de petits producteurs et de la société civile. Propriété d'organisations de petits producteurs, l'entreprise intégrée du commerce équitable Agromercados assure pour sa part la commercialisation des produits du commerce équitable. Elle est unique dans son genre au niveau international.

Après un travail d'élaboration de normes adaptées aux spécificités nationales et une campagne de sensibilisation, le lancement du premier produit labellisé, un café biologique, sur le marché mexicain a eu lieu en novembre 2002. La définition du commerce équitable mise en pratique par les organisations mexicaines diffère sensiblement de celle des labels regroupés dans FLO<sup>1</sup>, qui a mis au point une série parallèle de critères pour les plantations privées de produits comme le thé, les bananes. Pour l'initiative mexicaine, le commerce équitable concerne uniquement les organisations de petits producteurs, et non les salariés de plantations. Cette restriction présente l'intérêt de situer le commerce équitable dans le contexte d'une économie sociale et solidaire, mais pourrait en limiter l'expansion. Né sur l'initiative de petits producteurs de café souvent en agriculture biologique, le label mexicain met aussi l'accent sur la notion de qualité intégrale et tend également à privilégier la production biologique.

Le succès du premier café labellisé par le commerce équitable mexicain, le **Café Fertil**, obtenu grâce à un accord avec une grande chaîne de distribution, ne doit pas faire oublier l'existence d'autres dynamiques commerciales des petits producteurs de maïs, de mezcal, de miel, d'hibiscus, de chocolat, de fruits et de champignons séchés ou de produits à base de fibres naturelles. Certaines organisations ont réussi à créer des canaux effectifs de commercialisation après avoir procédé à des études de marché permettant d'identifier la demande, et fait un effort pour garantir la qualité de leurs produits. Les producteurs de maïs et

---

<sup>1</sup> Fairtrade Labelling Organisations International

d'amarante cherchent à valoriser la valeur nutritive de ces céréales par des méthodes de production et de transformation inspirée de la culture traditionnelle. Ils pourraient aider des labels de commerce équitable à faire la transition entre leur logique de produit actuelle à une logique de filière où la valeur ajoutée pourrait être intégrée aux critères des labels.

Un des principaux aliments de base de l'alimentation mexicaine, le maïs est menacé dans sa production et sa variété par l'Accord de Libre-Echange Nord Américain (ALENA). L'Association Nationale d'Entreprises de Commercialisation des Producteurs Agricoles (ANEC), membre de Comercio Justo México, a créé en 2003 une marque collective, Nuestro Maiz, qui alimente un réseau de tortilleries franchisées. Ce projet, qui intègre les étapes de transformation à la notion de commerce équitable permet d'améliorer la viabilité de la production de maïs en incorporant la valeur ajoutée aux entreprises paysannes. Il devrait inspirer le règlement (en cours d'élaboration) du commerce équitable mexicain pour les cultures vivrières.

On observe au Mexique l'émergence progressive d'une culture de consommation responsable et solidaire, sans laquelle un commerce équitable national est illusoire. En témoignent l'existence de points de vente de produits du commerce équitable, et les pratiques éthiques de restaurants ou réseaux d'agriculture biologique. Mais d'autres dynamiques nationales ou régionales de commerce équitable sont en cours. Des réseaux d'économie solidaire ou de commercialisation communautaire ont été mis en place par des organisations non gouvernementales, souvent liées à l'Eglise, depuis la fin des années 1980. On observe aussi la mise en place de marques collectives, qui peuvent contenir des critères sociaux et environnementaux, et être contrôlées par des conseils de régulation.

Ces dynamiques s'appuient sur des modes de commercialisation différents (grande distribution, marchés spécialisés, biologiques ou gourmets, marques collectives, réseaux de commercialisation communautaire, boutiques, cafés et restaurants de commerce équitable ou de produits biologiques respectant les producteurs), qui peuvent être complémentaires dans la perspective de la construction d'un marché national de commerce équitable.

## **Conclusions**

Les initiatives nationales de commerce équitable dans les pays producteurs sont des outils pour favoriser non seulement l'accès au marché des petits producteurs, mais aussi la souveraineté alimentaire et la diversification productive, à condition de respecter un équilibre entre la commercialisation sur les marchés les plus rémunérateurs et l'encouragement des stratégies d'autonomie et de diversification des producteurs.

La participation des mouvements de la société civile dans ces dynamiques est nécessaire, car leur rôle de sensibilisation et d'éducation des citoyens et des consommateurs est irremplaçable. Ces mouvements peuvent également être associés à la mise au point des normes et au processus de labellisation.

D'autres pays du Sud, comme le Brésil, ont créé des plateformes de discussion et d'échanges d'expériences en vue de la définition d'une stratégie nationale de commerce équitable qui prenne en compte, comme l'initiative mexicaine, les contextes sociaux, économiques et culturels des régions productrices.

L'intégration du label mexicain et de ses critères à FLO en 2004, la définition de nouveaux règlements de produits, et le développement commercial des produits labellisés, devraient modifier sensiblement les caractéristiques de l'initiative mexicaine dans les prochaines années. L'expérience d'élaboration de normes et de critères de commerce équitable au Mexique est un apport important au mouvement dans son ensemble.

Extraits d'un rapport à paraître : Le commerce équitable au Mexique : labels et autres dynamiques. Rapport d'une étude terminée par l'auteur en décembre 2003 et remis à la Délégation Interministérielle à l'Innovation Sociale et à l'Economie Sociale.