

Etude réalisée avec le soutien de la
DÉLÉGATION INTERMINISTÉRIELLE
À L'INNOVATION SOCIALE ET À L'ÉCONOMIE SOCIALE
- MINISTÈRE DES AFFAIRES SOCIALES, DU TRAVAIL ET DE LA SOLIDARITÉ

L'ÉVALUATION DU COMMERCE ÉQUITABLE

-

**PERTINENCE, COHÉRENCE,
EFFICIENCE, EFFICACITÉ
ET IMPACT**

Octobre 2002

Benoît Daviron – CIRAD
Marie-Cécile Thirion – Solagral
Benoît Vergriette – Solagral



SOLIDARITÉS AGRICOLES ET ALIMENTAIRES (SOLAGRAL)

45bis, avenue de la Belle Gabrielle
F-94736 Nogent Sur Marne Cedex
France

Tél : +33 1 43 94 73 33

Fax : +33 1 43 94 73 36

www.solagrail.org

solagrail@solagrail.asso.fr

DANS LE CADRE D'UN PARTENARIAT AVEC

**CENTRE DE COOPÉRATION INTERNATIONALE EN RECHERCHE AGRONOMIQUE POUR LE
DÉVELOPPEMENT (FRANCE) – CIRAD**

**CENTRE INTERNATIONAL DE COOPÉRATION POUR LE DÉVELOPPEMENT AGRICOLE
(FRANCE) – CICDA**

CENTRE D'ÉTUDES ET D'ACTION POUR LA COHÉSION SOCIALE (BELGIQUE) – CEDAC

INTRODUCTION.....	4
1. RAPPEL SUR LA MÉTHODE DU CADRE LOGIQUE ET LES CRITÈRES DE L'ÉVALUATION	5
2. LE CADRE LOGIQUE APPLIQUÉ AUX FILIÈRES DU COMMERCE ÉQUITABLE.....	7
2.1 Objectifs généraux, objectifs spécifiques.....	7
2.2 Résultats attendus.....	8
2.2.1 La filière intégrée.....	8
2.2.2 La filière labellisée.....	8
2.3 Les activités.....	9
2.3.1 La filière intégrée.....	9
2.3.2 La filière labellisée.....	10
2.4 Résumé de la logique d'intervention des acteurs du CE.....	11
2.4.1 Arbre des objectifs d'IFAT, filière intégrée.....	13
2.4.2 Arbre des objectifs de FLO, filière labellisée.....	14
2.4.3 Arbre des objectifs d'une OCE de la filière intégrée (ex. OXFAM UK).....	15
2.4.3 Arbre des objectifs d'une initiative nationale de FLO, filière labellisée.....	16
3. PERTINENCE.....	17
3.1 Objectif spécifique 1 : Promouvoir le bien-être des producteurs.....	17
3.1.1 L'organisation des filières.....	17
3.1.2 L'accès au marché par la qualité du produit.....	18
3.2 Objectif spécifique 2 : Sensibiliser les consommateurs.....	19
3.3 Objectif spécifique 3 (exemple de partenariat commercial) et objectif spécifique 4 (améliorer les règles et les pratiques).....	19
3. COHÉRENCE.....	23
4. EFFICIENCE.....	24
4.1 Les opérations normales de commercialisation.....	24
4.2 Les coûts de certification.....	24
4.3 Les coûts du soutien technique auprès des OP.....	25
5. EFFICACITÉ.....	27
5.1 Objectif spécifique 1 : Promouvoir le bien-être des producteurs.....	27
5.1.1 Impliquer les producteurs exclus du marché.....	27
5.1.2 Améliorer l'accès au marché.....	27
5.1.3 Payer un meilleur prix.....	28
5.1.4 Renforcement des organisations.....	29
5.1.5 Préfinancement.....	31
5.1.6 Construire des relations commerciales à long terme.....	32
5.2 Objectif spécifique 2 : Sensibiliser les consommateurs.....	34
5.2.1 Dénonciation du commerce conventionnel.....	34
5.2.2 Promotion du CE.....	34
5.3 Objectif spécifique 3 (exemple de partenariat commercial) et objectif spécifique 4 (améliorer les règles et les pratiques).....	35
5. IMPACT.....	37
5.1 Objectif global 1 : Promouvoir des opportunités de développement économique pour les producteurs désavantagés.....	37
5.1.1 L'effet revenu.....	37
5.1.2 Egalité homme/femme : la route est encore longue.....	40
5.1.3 Santé, éducation et investissements collectifs : des effets induits difficiles à mesurer.....	42
5.2 Objectif global 2 : Défendre les droits humains en soutenant la justice sociale, des pratiques soucieuses de l'environnement et la sécurité économique.....	42
5.2.1 Impact environnemental.....	42
5.2.2 Sécurité économique.....	43
CONCLUSIONS GÉNÉRALES.....	44
BIBLIOGRAPHIE.....	45
Sources de l'étude.....	45
Autres sources.....	45

Introduction

La question de la standardisation des produits du commerce équitable (CE) doit être clairement distinguée de celle de l'évaluation de l'action du CE. Dans le premier cas, l'enjeu porte sur la définition de l'identité des produits du CE. Il s'agit de mieux définir ce que sont les attributs des produits du CE dans un objectif premier d'information du consommateur. Dans le second cas, il s'agit d'arriver à mesurer la contribution du CE aux objectifs de l'aide au développement et l'efficacité relative de cette contribution.

Le traitement de la première question revient légitimement aux acteurs mêmes du CE (SOLAGRAL 2002a). Le traitement de la seconde interpelle les pouvoirs publics en tant que partenaires, voire bailleurs de fonds de ces mêmes acteurs. Pour les pouvoirs publics la question est la suivante : compte tenu des objectifs de l'aide au développement, est-il intéressant de soutenir le CE ou vaut-il mieux utiliser les ressources publiques (financières ou réglementaires) pour soutenir d'autres actions ou d'autres acteurs ?

La première partie tente d'appliquer la méthode du cadre logique pour reconstruire, à partir d'une relecture des textes produits par les acteurs du CE des matrices distinguant objectifs globaux, objectifs spécifiques, résultats, activités.

La deuxième commence par un rappel des définitions des critères usuels de l'évaluation de projet et propose ensuite une première discussion de ces différents critères d'évaluation appliqués au CE et des problèmes rencontrés pour les apprécier.

Cette étude reprend la typologie du CE divisée en deux branches institutionnelles : la filière intégrée (ou spécialisée) et la filière labellisée (SOLAGRAL 2002b).

1. Rappel sur la méthode du cadre logique et les critères de l'évaluation

La méthode du cadre logique est un instrument utilisé pour présenter les différentes composantes d'un projet et vérifier sa logique. Cette méthode est utilisée par de nombreux acteurs de terrain pour concevoir, gérer et évaluer les projets. La première étape consiste à clairement distinguer les fins et les moyens sur la base d'une description de l'intervention en quatre niveaux : objectifs globaux, objectifs spécifiques, résultats et activités.

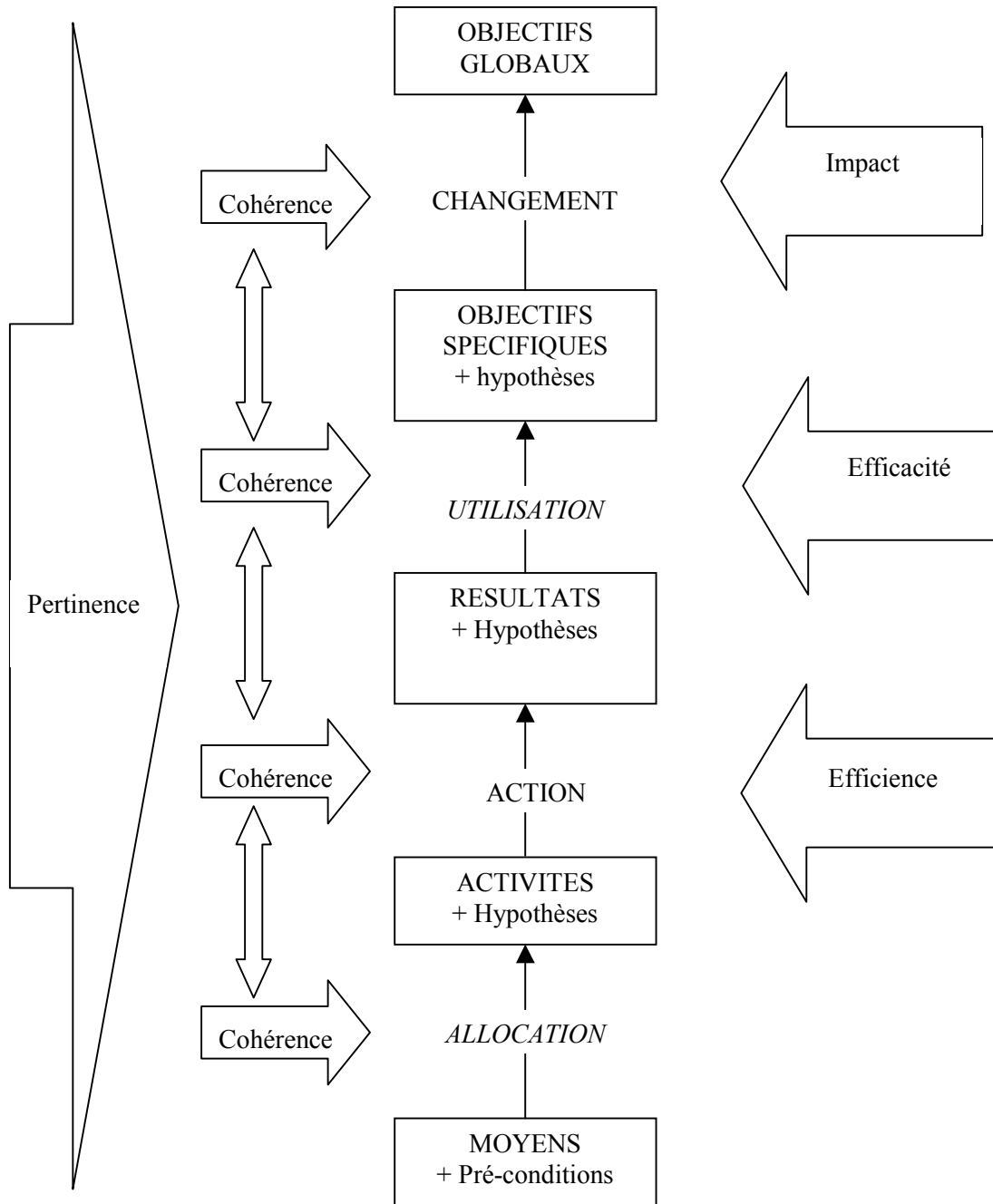
Définitions des différents niveaux du cadre logique :

- Objectifs globaux : Objectifs dont le niveau dépasse celui du projet auquel l'intervention devra contribuer. Il peut y avoir plusieurs objectifs globaux.
- Objectif spécifique : Objectif dont la phase initiale doit être atteinte durant l'intervention et avec la probabilité réelle qu'il subsiste après la phase « projet », c'est-à-dire avec des bénéfices durables pour les groupes cibles.
- Résultats : Produits des activités entreprises qui réaliseront ensemble l'objectif spécifique, c'est-à-dire un début de réalisation des bénéfices durables pour les groupes cibles.
- Activités : Travaux que l'intervention doit exécuter pour atteindre les résultats.

C'est à partir de cette description précise de l'intervention que peut démarrer le travail d'évaluation proprement dit. L'évaluation s'effectue habituellement par l'analyse de six critères dont nous rappelons ci-dessous rapidement la définition :

- l'analyse de la **pertinence** évalue la relation entre les problèmes à résoudre et les objectifs d'un projet. Les objectifs affichés ont-ils un sens par rapport aux caractéristiques principales de la situation des populations visées et plus largement du domaine d'action envisagé ? L'étude de la pertinence passe par la construction d'un arbre des problèmes que l'on confrontera à l'arbre des objectifs élaborés à partir de la matrice ;
- l'analyse de **cohérence** s'intéresse aux relations entre les différents niveaux que sont les objectifs globaux, les objectifs spécifiques, les résultats et les activités ;
- l'analyse **d'efficience** porte sur la relation activités/résultats. Elle cherche à répondre à la question suivante : peut-on envisager des actions alternatives ou d'autres moyens moins coûteux permettant d'atteindre les mêmes résultats ou des résultats semblables ? ;
- l'analyse **d'efficacité** s'intéresse à la relation résultats/objectifs spécifiques. Elle doit déterminer dans quelle mesure les résultats d'un projet ont contribué à la réalisation des objectifs spécifiques ;
- l'analyse **d'impact** porte sur les effets globaux – définis aux regards des objectifs globaux – du projet ;
- enfin, l'analyse de **viabilité** porte sur la durabilité des résultats acquis et sur les éléments de risque susceptibles de remettre en cause ces acquis. Elle doit d'abord permettre d'évaluer si le changement (l'amélioration) de la situation des populations cibles est durable.

Grappe n° 1 : Les différentes questions d'évaluation liées à la logique d'intervention selon le cadre logique.



2. Le cadre logique appliqué aux filières du commerce équitable

Pour appliquer ce cadre logique au commerce équitable (CE), nous tenons compte de la différenciation entre filières intégrées et filières labellisées. Pour ce faire nous avons choisi deux organisations internationales représentatives de chacune de chaque filière, Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) et International Federation for Alternative Trade (IFAT).

L'application du cadre logique à IFAT et à FLO présentée ci-dessous a été élaborée à partir des documents disponibles sur les sites de ces deux organisations. La définition des objectifs globaux et des objectifs spécifiques des acteurs du CE est basée, pour sa part, sur le travail de clarification effectué dans le cadre de concertation informelle 'FINE'.

Le premier problème auquel se heurte toute tentative de construction d'un cadre logique du CE est lié au fait que les principes énoncés ou les standards mélangent objectifs globaux et spécifiques et activités. Il est ainsi très difficile de distinguer les différents niveaux d'objectifs ou de distinguer les objectifs des moyens. Le travail présenté ci-dessous comprend donc une grande part d'interprétation qui peut évidemment être discutée.

2.1 Objectifs généraux, objectifs spécifiques

La définition des objectifs du CE, adoptée en avril 1999 dans le cadre de FINE, illustre bien la difficulté que posent les écrits des acteurs du CE pour distinguer les différents niveaux de leur action. En effet, cette définition juxtapose des objectifs très généraux – c'est-à-dire qui ne sont pas propres au CE – avec des objectifs effectivement propres au CE.

Définition élaborée dans le cadre de 'FINE' en avril 1999 :Le CE est une approche alternative au commerce « conventionnel ». C'est un partenariat commercial qui vise à soutenir le développement durable des producteurs exclus et défavorisés. Et ceci, en proposant de meilleures conditions commerciales et en faisant de la sensibilisation et des campagnes.

Les objectifs sont :

1. améliorer les conditions de vie et le bien-être des producteurs en améliorant leur accès au marché, en renforçant les organisations de producteurs (OP), en payant un meilleur prix et en proposant une relation commerciale stable ;
2. promouvoir les opportunités de développement économique pour les producteurs désavantagés, plus particulièrement les femmes et les populations indigènes, et de protéger les enfants de toute forme d'exploitation dans la chaîne de production ;
3. sensibiliser les consommateurs aux effets négatifs du commerce international sur les producteurs afin qu'ils puissent utiliser leur pouvoir d'achat de manière proactive ;
4. mettre en place un exemple de partenariat commercial basé sur le dialogue, la transparence et le respect ;
5. mener des campagnes pour améliorer les règles et pratiques du commerce international ;
6. protéger les droits humains en soutenant la justice sociale, des pratiques soucieuses de l'environnement et la sécurité économique.

Nous proposons de ventiler les objectifs listés dans cette définition en deux groupes.

1. Objectifs globaux :

- promouvoir les opportunités de développement économique pour les producteurs désavantagés, plus particulièrement les femmes et les populations indigènes, et protéger les enfants de toute forme d'exploitation dans la chaîne de production ;
- défendre les droits humains en soutenant la justice sociale, des pratiques soucieuses de l'environnement et la sécurité économique.

2. Objectifs spécifiques :

- améliorer les conditions de vie et le bien-être des producteurs en améliorant leur accès au marché, en renforçant leur organisation, en payant un meilleur prix et en proposant une relation commerciale stable ;
- améliorer les règles et pratiques du commerce international conventionnel ;
- sensibiliser les consommateurs aux effets négatifs du commerce international sur les producteurs afin qu'ils puissent utiliser leur pouvoir d'achat de manière proactive ;
- mettre en place un exemple de partenariat commercial basé sur le dialogue, la transparence et le respect.

2.2 Résultats attendus

Les résultats attendus du CE peuvent alors être différenciés selon le type de filière impliqué : filière intégrée et filière labellisée.

2.2.1 La filière intégrée

D'après l'IFAT (source : site IFAT, rubrique "*Fair Trade définition*", chapitre "*Fair Trade information*"), les résultats attendus par la filière sont :

- les producteurs reçoivent un prix juste pour leurs produits et bénéficient d'une avance à la commande ;
- les organisations de commerce équitable (OCE) travaillent avec les producteurs pour fournir des produits de qualité ;
- l'achat et la commercialisation des produits se font sur la base de standards éthiques élevés ;
- la relation commerciale se fait, si possible, sur une base durable ;
- les sources, les lieux de productions et les lieux de travail n'exploitent ni les personnes, ni l'environnement ;
- la valeur des produits dépasse leur seule valeur tangible ;
- les consommateurs reçoivent de l'information sur ceux qui produisent les biens qu'ils achètent, renforçant ainsi leur fidélité, et comprennent que leur pouvoir d'achat peut faire la différence ;
- les échanges culturels entre les peuples du Nord et du Sud sont encouragés.

2.2.2 La filière labellisée

La lecture du site Internet de FLO, rubrique "*About FLO*" permet de lister quatre résultats attendus :

- les acteurs du commerce sont impliqués ;
- les produits du CE sont dans les supermarchés ;
- le label FLO est une garantie indépendante pour les consommateurs ;
- les produits pour les transformateurs provenant de fournisseurs enregistrés comme équitables portent le certificat FLO.

2.3 Les activités

L'inventaire des activités doit distinguer, pour les deux filières, les activités des organisations internationales des activités des organisations nationales ou locales. Un important travail de clarification a été réalisé dans le cadre de FLO pour spécifier les domaines de compétence au niveau national et au niveau international. Le site de FLO rend compte de cette séparation des tâches de manière très claire.

La filière intégrée présente un panorama plus complexe. La répartition des activités entre le niveau national et le niveau international n'est pas aussi clairement établie. Surtout, les organisations nationales (ou locales) mènent des activités très différentes d'un pays à l'autre, voire au sein d'un même pays, d'une organisation à l'autre. Pour contourner cette difficulté nous nous sommes contentés de présenter, d'une part, ce qui nous a semblé être les activités propres d'IFAT, d'autre part les activités d'OXFAM UK dans le domaine du CE.

2.3.1 La filière intégrée

IFAT, en tant que fédération d'organisations de CE, propose à ses membres les activités suivantes¹ :

- organisation de conférences et travail en réseau pour développer les consultations sur le développement des produits, la commercialisation, l'accès aux financements et la formation professionnelle ;
- appui au développement d'un label reconnu internationalement ;
- le service d'information de l'IFAT permet à ses membres de partager des informations sur le marché afin d'augmenter les ventes, d'améliorer les bénéfices du CE et d'augmenter l'efficacité du travail de sensibilisation des consommateurs fait par le mouvement pour un commerce alternatif ;
- développement d'un système de suivi mis à disposition des membres ;
- organisation de campagnes d'information et de promotion du CE aux niveaux européen et national.

D'après la présentation sur son site Internet, les activités d'OXFAM dans le domaine du CE sont les suivantes² :

- achat de produits faits par des organisations d'handicapés ou des OP agricoles basées dans les pays du Sud et vendre directement aux consommateurs ;
- fourniture, via le personnel sur le terrain, de formations et de conseils sur la commercialisation, la production et les affaires ;
- fourniture d'un appui technique dans des domaines tels que la fiabilité de la qualité ou les modes de production durable ;
- fourniture d'informations sur les marchés, le développement de nouveaux produits et l'expertise en design ;
- prêts pour couvrir les besoins en développement des producteurs ou fourniture d'un appui pour avoir accès aux ressources locales ;
- suivi des performances sociales des groupements partenaires ;
- fourniture d'informations aux consommateurs sur le lien entre commerce et pauvreté ;
- promotion d'un mouvement de consommateur favorable à un commerce juste et éthique ;
- actions de plaidoyer pour changer les systèmes commerciaux mondiaux qui appauvrissent les populations.

¹ <http://www.ifat.org/dwr/about.html>

² <http://www.oxfam.org.uk/fairtrad/aboutft2.htm>

2.3.2 La filière labellisée

Comme pour la filière intégrée, on s'attache à différencier les activités des organismes fédérateurs (FLO) et celles des organisations de CE.

La rubrique "*How does FLO work ?*" propose la répartition suivante des activités de FLO³ :

- identification des critères du CE ;
- certification des producteurs répondant aux critères du CE (FLO évalue régulièrement les producteurs) ;
- vérification de l'adéquation entre la quantité de produits vendus par les producteurs répondant aux critères et la quantité de produits vendus aux consommateurs et bénéficiant du label FLO ;
- vérification, pour les consommateurs, du respect des critères du CE tout au long de la chaîne de commercialisation ;
- organisation de campagnes pour dénoncer les pratiques commerciales inéquitables et promouvoir le CE aux niveaux européen et national.

Si l'on se réfère aux documents présentés par différentes initiatives nationales, on peut lister les activités suivantes :

- promotion du CE sur les marchés nationaux ;
- actions de plaidoyer sur le gouvernement pour bénéficier d'aides ;
- négociation avec les importateurs et les grossistes ;
- publicité pour le CE ;
- organisation de campagnes éducatives ;
- programmes de recherche sur de nouveaux produits du CE ;
- aide directe aux producteurs.

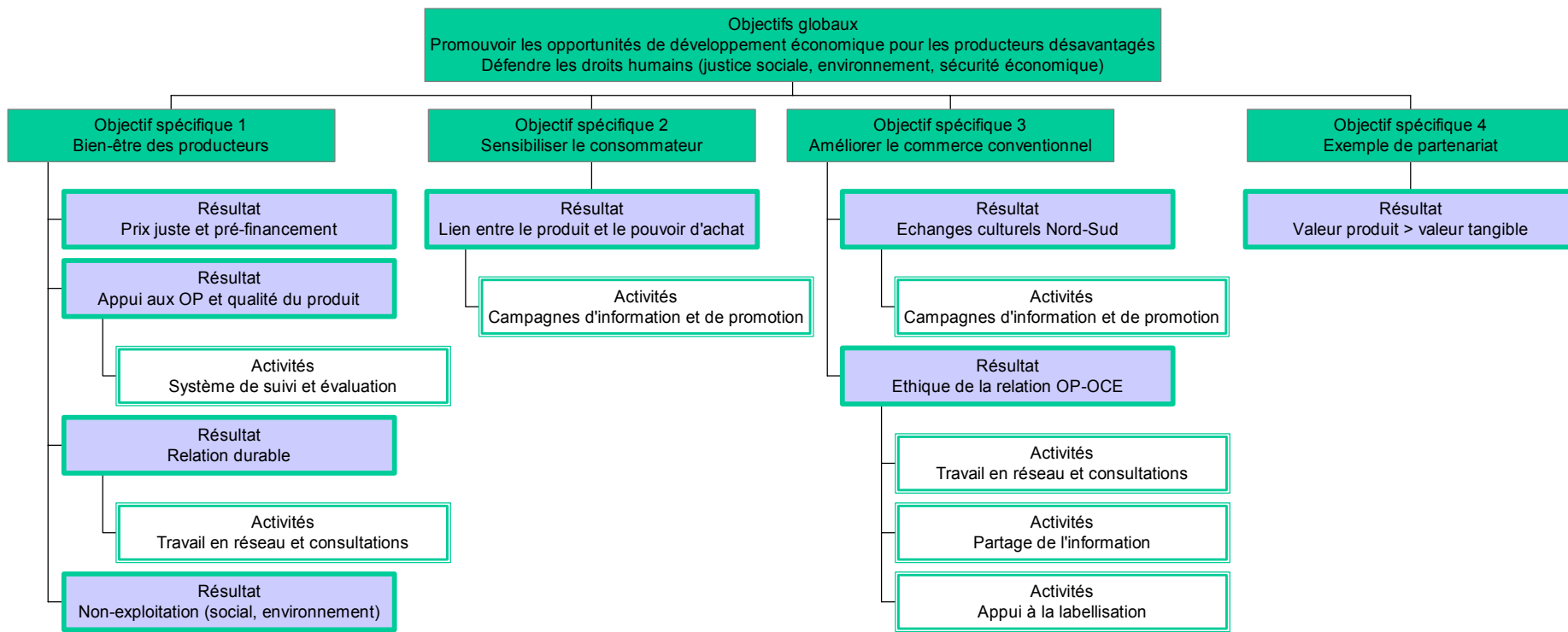
³ http://www.fairtrade.net/en/how_does_flo_work.html

2.4 Résumé de la logique d'intervention des acteurs du CE

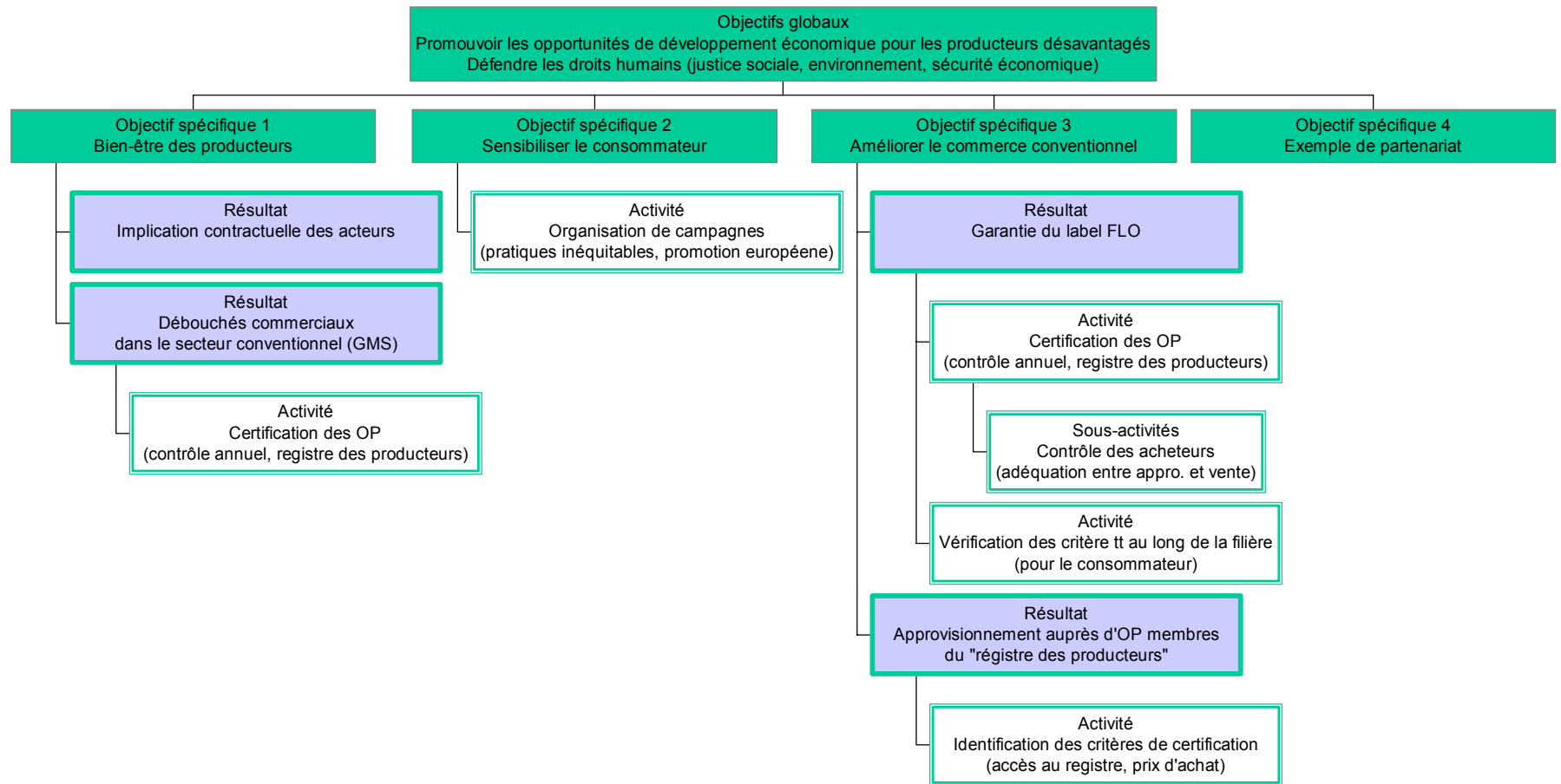
	Logique d'action	
Objectifs globaux	<ul style="list-style-type: none"> – Promouvoir les opportunités de développement économique pour les producteurs désavantagés, plus particulièrement les femmes et les populations indigènes, et protéger les enfants de toute forme d'exploitation dans la chaîne de production – Défendre les droits humains en soutenant la justice sociale, des pratiques soucieuses de l'environnement et la sécurité économique 	
Objectifs spécifiques	<ul style="list-style-type: none"> – Améliorer les conditions de vie et le bien-être des producteurs en améliorant leur accès au marché, en renforçant leur organisation, en payant un meilleur prix et en proposant une relation commerciale stable – Sensibiliser les consommateurs aux effets négatifs du commerce international sur les producteurs afin qu'ils puissent utiliser leur pouvoir d'achat de manière proactive – Améliorer les règles et pratiques du commerce international conventionnel – Mettre en place un exemple de partenariat commercial basé sur le dialogue, la transparence et le respect 	
Résultats attendus	<p>Filières intégrées</p> <ul style="list-style-type: none"> – Les producteurs reçoivent un prix juste pour leurs produits et bénéficient d'une avance à la commande – Les OCE travaillent avec les producteurs pour fournir des produits de qualité – L'achat et la commercialisation des produits se font sur la base de standards éthiques élevés – La relation commerciale se fait, si possible, sur une base durable – Les sources, les lieux de productions et les lieux de travail n'exploitent ni les personnes, ni l'environnement – La valeur des produits dépasse leur seule valeur tangible – Les consommateurs reçoivent de l'information sur ceux qui produisent les biens qu'ils achètent, renforçant ainsi leur fidélité, et comprennent que leur pouvoir d'achat peut faire la différence – Les échanges culturels entre les peuples du Nord et du Sud sont encouragés 	<p>Filières labellisées</p> <ul style="list-style-type: none"> – Les acteurs du commerce sont impliqués – Les produits du CE sont dans les supermarchés – Le label est une garantie indépendante pour les consommateurs – Les produits pour les transformateurs provenant de fournisseurs enregistrés comme équitables portent le certificat FLO
Activités	<p>Filières intégrées : IFAT</p> <ul style="list-style-type: none"> – Organisation de conférences et travail en réseau pour développer les consultations sur le développement des produits, la commercialisation, l'accès aux financements et la formation professionnelle – Appui au développement d'un label reconnu internationalement – Le service d'information de l'IFAT permet à ses membres de partager des 	<p>Filières labellisées : FLO</p> <ul style="list-style-type: none"> – Identification des critères du CE – Certification des producteurs répondant aux critères du CE (FLO évalue régulièrement les producteurs) – Vérification de l'adéquation entre la quantité des produits vendus par les producteurs répondant aux critères et la quantité de produits vendus aux consommateurs et bénéficiant du label – Vérification, pour les consommateurs, du

	<p>informations sur le marché afin d'augmenter les ventes, d'améliorer les bénéfices du CE et d'augmenter l'efficacité du travail de sensibilisation des consommateurs fait par le mouvement pour un commerce alternatif</p> <ul style="list-style-type: none"> - Développement d'un système de suivi mis à disposition des membres - Organisation de campagnes d'information et de promotion du CE aux niveaux européen et national 	<p>respect des critères du CE tout au long de la chaîne de commercialisation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organisation de campagnes pour dénoncer les pratiques commerciales inéquitables et promouvoir le CE aux niveaux européen et national
	<p>Filières intégrées : OXFAM</p> <ul style="list-style-type: none"> - Achat de produits faits par des organisations d'handicapés ou des OP agricoles basées dans les pays du Sud et vendre directement aux consommateurs - Fourniture, via le personnel sur le terrain, de formations et de conseils sur la commercialisation, la production et les affaires - Fourniture d'un appui technique dans des domaines tels que la fiabilité de la qualité ou les modes de production durable - Fourniture d'informations sur les marchés, le développement de nouveaux produits et l'expertise en design - Prêts pour couvrir les besoins en développement des producteurs ou fourniture d'un appui pour avoir accès aux ressources locales - Suivi des performances sociales des groupements partenaires - Fourniture d'informations aux consommateurs sur le lien entre commerce et pauvreté - Promotion d'un mouvement de consommateur favorable à un commerce juste et éthique - Actions de plaidoyer pour changer les systèmes commerciaux mondiaux qui appauvrissent les populations 	<p>Filières labellisées : organismes de labellisation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Promotion du CE sur les marchés nationaux - Actions de plaidoyer sur le gouvernement pour bénéficier d'aides - Négociation avec les importateurs et les grossistes - Publicité pour le CE - Organisation de campagnes éducatives - Programmes de recherche sur de nouveaux produits du CE - Aide directe aux producteurs

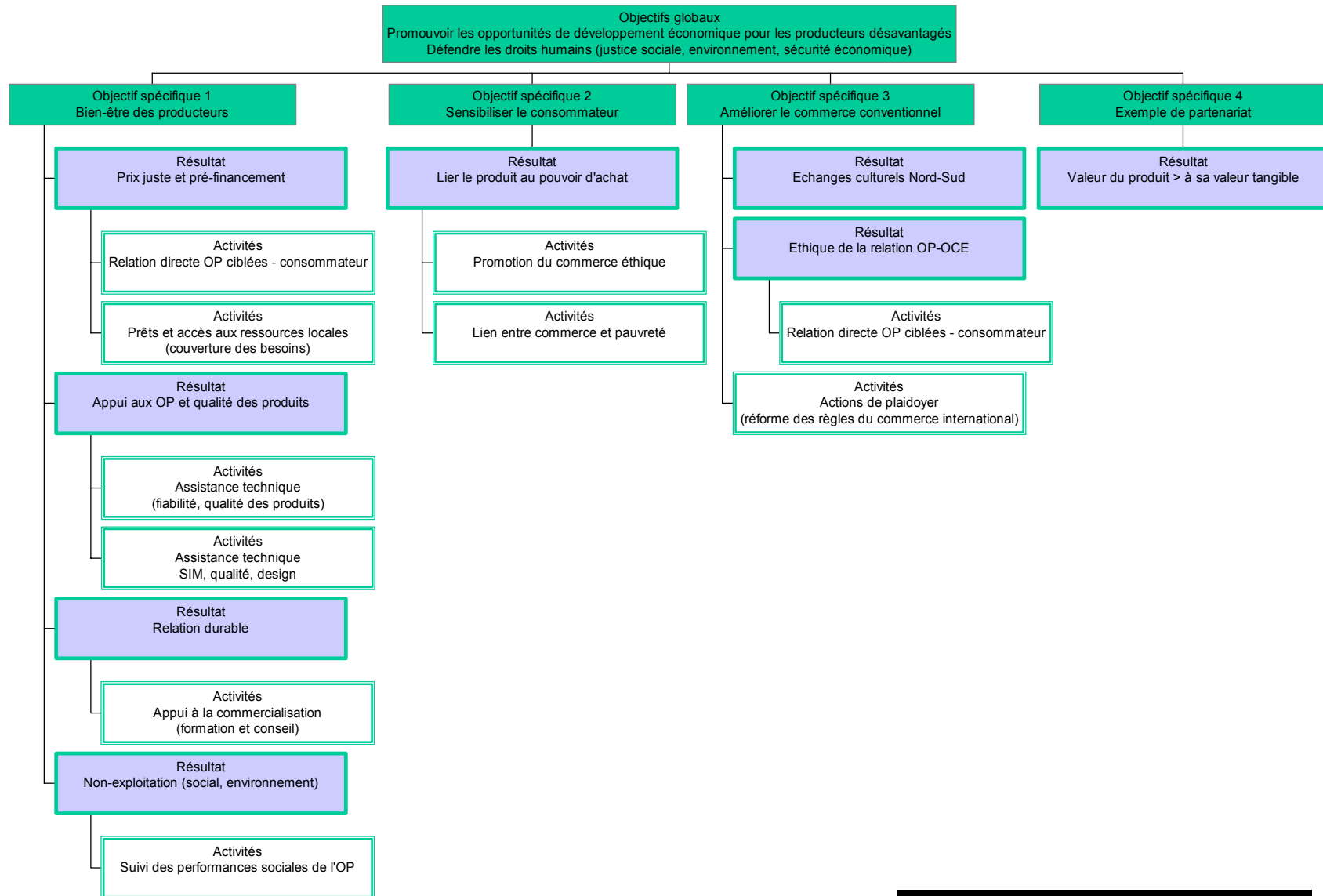
2.4.1 Arbre des objectifs d'IFAT, filière intégrée



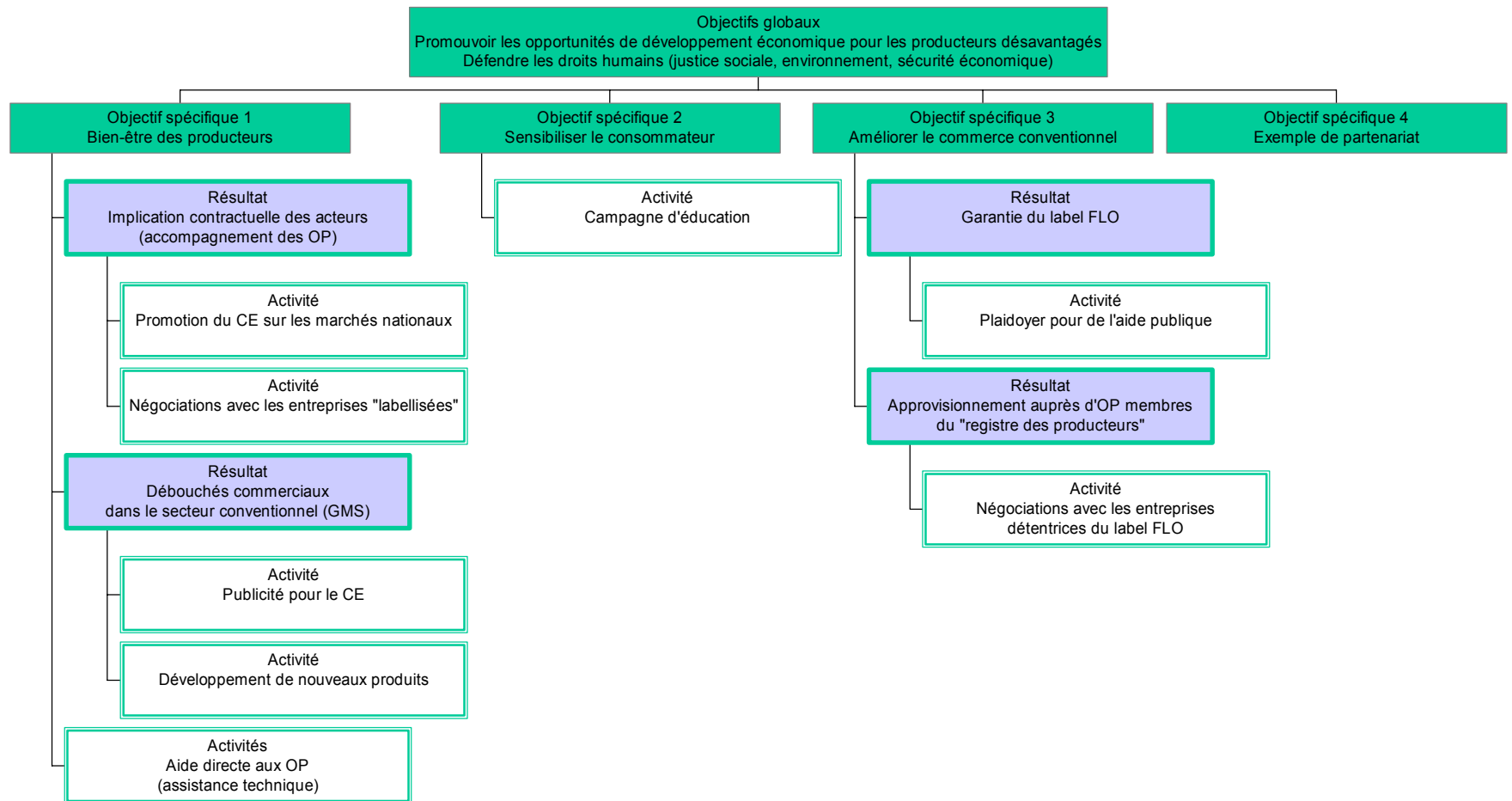
2.4.2 Arbre des objectifs de FLO, filière labellisée



2.4.3 Arbre des objectifs d'une OCE de la filière intégrée (ex. OXFAM UK)



2.4.3 Arbre des objectifs d'une initiative nationale de FLO, filière labellisée



3. Pertinence

Les écrits et discours des acteurs du CE présentent deux particularités qui compliquent quelque peu la tâche d'évaluer la pertinence du CE :

- le diagnostic de départ sur lequel se fonde l'action du CE est le plus souvent très peu explicite. La plupart des documents disponibles sont très sommaires sur ce sujet et/ou ont un contenu anecdotique (voir par exemple le site de FLO et sa page « *Fairtrade : a better deal* ») ;
- ce qui peut apparaître comme un diagnostic de départ est en décalage manifeste avec les objectifs et les activités proposés par le CE. Le chapitre 1 du Mémento du CE est très illustratif de ce « travers ». Ce texte, comme de nombreux documents du CE, fait longuement état du pouvoir de marché des multinationales ou des grandes organisations internationales, sans que ces problèmes soient pris en charge par l'action du CE.

3.1 Objectif spécifique 1 : Promouvoir le bien-être des producteurs

Promouvoir le bien-être des producteurs en améliorant leur accès au marché, en renforçant leur organisation, en payant un meilleur prix et en proposant une relation commerciale stable.

Le lien entre le bien-être des producteurs et le niveau de prix est assez évident. Sans prix rémunérateurs, le producteur ne peut pas couvrir ses coûts de production et s'appauvrit.

Pour le renforcement des OP, le lien repose sur le fait qu'une organisation forte permet de :

- discuter les prix de vente en étant dans une situation d'offre et non plus de demande, comme c'est le cas si les acheteurs sont dans des situations de quasi-monopoles ;
- développer des services aux producteurs (i.e. crédits, intrants à bas prix, transformation, stockage) ;
- peser sur les décisions politiques ;
- mutualiser les risques individuels.

Les références à la relation discontinue et au mauvais accès au marché vont de paire. Elles s'appuient sur l'analyse et la perception qu'ont les promoteurs du CE du fonctionnement du marché conventionnel. L'idée sous-jacente est que le marché tel qu'il est organisé actuellement ne valorise pas les produits des petits producteurs et favorise la captation des plus-values par les intermédiaires qui, de plus, vont au moins disant, sans tenir compte des fluctuations d'une année sur l'autre des conditions de production des producteurs. S'il n'est pas question ici de revenir sur l'ensemble de l'analyse, on peut cependant souligner et discuter deux composantes essentielles de cette analyse.

3.1.1 L'organisation des filières

De manière récurrente, les acteurs du CE attribuent les blocages dans l'accès au marché aux intermédiaires, leur multiplicité étant considérée comme une des causes essentielles des bas prix payés aux producteurs. La volonté de réduire le nombre d'opérateurs intervenant le long de la filière s'inscrit dans une longue tradition de méfiance vis-à-vis de commerçants considérés comme des purs spéculateurs ou des parasites.

Une telle vision est discutable. Il faut tout d'abord rappeler que les commerçants se contentent rarement d'acheter et de vendre le produit sans aucune autre forme d'intervention : stockage, tri, égrenage, décortilage, transport, etc. Il s'agit dès lors de savoir si ces opérations de transformations sont réalisées de manière plus efficace au sein d'une entreprise les intégrant toutes ou par une succession d'entreprises vendant le produit après chaque opération. La réponse à cette question est loin d'être simple.

Historiquement, les économistes, au contraire des ONG, ont eu tendance à soupçonner l'intégration verticale d'être une source d'inefficacité (coût d'administration, manque de flexibilité, facteur de concentration) et à préférer la coordination par le marché plutôt que par la hiérarchie d'une seule entreprise. Plus récemment, les analyses se sont multipliées pour tenter d'évaluer dans quelles circonstances, la coordination par la hiérarchie (l'intégration verticale) serait plus efficace que la coordination par le marché. La notion de coût de transaction est au cœur de ces travaux. Elle renvoie, par exemple, aux caractéristiques des processus productifs (présence d'actifs spécifiques), aux caractéristiques des biens (problèmes de mesure des attributs) ou encore aux conditions de fonctionnement du marché du crédit (absence ou incomplétude des marchés financiers).

Il n'est pas question de trancher ici sur la nécessité ou non de réduire le nombre d'agents intervenants dans les filières d'exportation. Contentons-nous de constater que les OCE traitent comme une évidence la nécessité de réduire le nombre de transactions marchandes au sein des filières, alors que cette question trouve clairement matière à réflexion dans les différents travaux (en cours) sur l'efficacité relative des transactions marchandes et de l'intégration verticale.

3.1.2 L'accès au marché par la qualité du produit

La question de l'accès au marché recouvre, entre autres, la question de la qualité des produits proposés par les OP. La condition première pour accéder au marché est en effet d'offrir des produits qui répondent aux attentes des consommateurs. Or, la qualité médiocre des produits commercialisés est, dans bien des pays, une des causes de la faiblesse des prix aux producteurs.

L'ensemble des exportateurs d'un pays donné pâtit (ou bénéficie parfois) de la réputation du pays. La réputation d'un pays sur un marché international peut être assimilée à un bien commun : tout le monde a intérêt à ce que cette réputation soit la meilleure possible mais chacun est incité à ne pas respecter les exigences de qualité qui permettraient de la sauvegarder. La « bonne gestion » de la réputation d'un pays est donc un problème d'action collective. En l'absence de coordination assurée par l'Etat, comme c'est aujourd'hui le cas dans la plupart des pays exportateurs de produits tropicaux, les exportateurs arrivent très rarement à s'organiser pour mener à bien cette action collective. Une solution réside dans la construction d'une réputation privée, c'est-à-dire reposant sur la marque commerciale. Mais les exportateurs ou les organisations commercialisent généralement des volumes trop faibles pour être reconnus et distingués de l'ensemble des acteurs du pays.

Dans ces situations, le CE pourrait effectivement jouer un rôle en servant de garantie et de signe de qualité pour les OP. Le label permettrait de différencier les « produits de qualité » du reste des exportations d'une origine nationale donnée.

Encadré : Les problèmes de qualité de la filière café en Bolivie

*La filière traditionnelle d'exportation bolivienne, constituée de réseaux de commerçants locaux, qui collectent le café en **parche** pour le compte et avec le capital d'exportateurs boliviens reste organisée selon une logique de volume et non de qualité. Etant donné l'absence de prix différenciés selon la qualité du produit dès le début de la chaîne, les acheteurs sont peu exigeants, et mélangent les meilleures qualités avec des cafés de faible valeur pour obtenir le plus grand volume possible. L'exportateur tente de récupérer cette qualité à l'industrialisation, mais globalement ne peut accéder à des marchés rémunérateurs. En raison de la mauvaise qualité du produit et de la faible fiabilité de la filière qui implique un risque pour l'importateur, le café bolivien se voit pénalisé sur le marché mondial d'un différentiel de 10 à 30 \$US par quintal soit une décote de 20 à 30 % du prix international fixé à la bourse de New York. Ces différentiels,*

qui varient d'un pays à l'autre et selon les jeux de l'offre et la demande sur le marché, reflètent l'image d'un pays caféier sur le marché et la perception des acheteurs internationaux de la qualité de son café. De ce point de vue, la comparaison du différentiel moyen du café bolivien avec celui d'autres pays producteurs montre à quel point la filière café de Bolivie est perçue négativement jusqu'à présent (Colombie +10, Pérou +0). Cette pénalité est intégralement répercutée sur le prix au producteur qui diminue d'autant et ne représente plus qu'approximativement 50 % du prix mondial. Par conséquent, les producteurs de café boliviens se trouvent engagés dans un cycle vicieux. La faible rémunération n'incite pas les producteurs à investir en temps de travail et capital dans leurs caféières et dans l'amélioration de la transformation du produit. Les rendements baissent et deviennent instables - entre 350 kg et 500 kg de café vert d'exportation par hectare - et la qualité se dégrade. Les acteurs de la filière privée en Bolivie, dont les stratégies à court terme reposent sur les volumes et un minimum d'investissement, n'ont jamais réussi à impulser une dynamique différente qui aurait permis de valoriser la qualité intrinsèque du café bolivien (arabica d'altitude traité par voie humide). (CHAUVEAU C. & EBERHART C. 2002)

3.2 Objectif spécifique 2 : Sensibiliser les consommateurs...

Sensibiliser les consommateurs aux effets négatifs du commerce international sur les producteurs afin qu'ils puissent utiliser leur pouvoir d'achat de manière proactive.

La principale question ici est de savoir si l'objectif tel qu'il est formulé est effectivement un objectif spécifique ou plutôt un moyen (résultat/activités) qui doit contribuer à l'objectif spécifique n° 1.

La formulation « utiliser leur pouvoir d'achat de manière proactive » est suffisamment opaque pour permettre bien des interprétations.

- L'objectif de la sensibilisation des consommateurs est-il de modifier leur comportement d'achat et de les inciter à acheter des produits du CE ?
- Ou bien est-il de modifier leur comportement « tout court » ? C'est-à-dire utiliser l'acte d'achat du CE pour transformer le consommateur en citoyen alerté par les enjeux Nord-Sud et leurs implications politiques et économiques.

Si la réponse est la première, alors il s'agit bien d'un moyen au service de l'objectif spécifique n°1. Si la réponse est la seconde, alors il s'agit d'un objectif à part entière, mais dont les activités en appui telles que définies par les OCE paraissent à ce jour bien insuffisantes. Cela rejoint aussi la question : le CE peut-il être une alternative au commerce conventionnel ?

3.3 Objectif spécifique 3 (exemple de partenariat commercial) et objectif spécifique 4 (améliorer les règles et les pratiques)

Là aussi se pose la question de savoir si l'objectif 3 est réellement un objectif, ou plutôt un moyen (résultat) pour atteindre l'objectif 4. En effet, l'exemple de partenariat sert a priori à influencer sur le commerce conventionnel.

Quant à l'objectif 4, il soulève deux questions : le CE vise-t-il à étendre ses règles à l'ensemble du commerce conventionnel ? Si oui, quelles sont les contraintes a priori ? Concernant la première question, il faut examiner deux possibilités.

Si le CE n'a pas pour objectif de changer les règles de l'ensemble du commerce mondial, il est condamné à rester cantonné à une partie seulement de la consommation et de la production. Ce choix implique qu'à un instant donné, seule une partie des producteurs désavantagés peut bénéficier de ses avantages.

Deux voies sont ici possibles :

- identifier une catégorie de producteurs particulièrement désavantagés et nécessitant, de ce fait, un prix supérieur aux autres producteurs ;
- donner aux producteurs un accès aux avantages du CE limité dans le temps.

La première solution paraît peu envisageable. D'une part parce qu'elle est en contradiction avec le principe d'équité au cœur même du commerce « équitable », d'autre part parce qu'elle va à l'inverse des exigences de qualité, de volume des professionnels associés à la filière labellisée. Reste donc la solution d'une intervention limitée dans le temps.

Un tel choix est lourd de conséquence pour la logique d'action du CE. Elle suppose tout d'abord de définir précisément des critères de sortie du CE. Elle suppose aussi d'identifier des modes d'action qui, à partir d'une intervention de durée limitée (5 ans, 10 ans ?), permettent de transformer durablement la situation des producteurs bénéficiaires. On peut ainsi se demander si le choix d'une intervention limitée dans le temps ne remet pas grandement en cause l'intérêt d'un prix soutenu versé directement aux producteurs sauf à supposer que ce prix soutenu leur permette de réaliser les gains de productivité nécessaires pour sortir de leur situation de producteurs désavantagés.

Résumons-nous. Si les règles du CE n'ont pas vocation à s'étendre à l'ensemble du commerce international alors, à un instant donné, seule une partie des producteurs peut bénéficier de ces avantages. Dès lors, afin de faire bénéficier le plus grand nombre de producteurs des avantages du CE, il convient de répartir ces avantages dans le temps par un processus permanent d'entrée et de sortie de nouveaux groupes de producteurs bénéficiant d'une sorte de contrat à durée déterminée avec le CE. Mais le principe d'un soutien à durée limitée ne remet-il pas en cause l'intérêt d'un prix soutenu versé directement aux producteurs ? Ne remet-il pas en cause la référence à une relation commerciale stable de l'objectif 1 ?

Encadré : Le Mouvement des Sans Terre (MST) brésilien et le CE

Le Mouvement des Sans Terre est intéressé dans le développement de nouvelles filières de CE. Mais, il est aussi conscient que le CE ne peut pas améliorer les conditions de vie de la grande majorité des petits producteurs, car les capacités de commercialisation du CE Nord/Sud sont trop faibles pour constituer une véritable alternative. Selon un représentant de MST « aujourd'hui, 99 % du marché alimentaire est de "production fordiste " (à grande échelle), et ce n'est pas une petite niche de consommation au Nord qui pourra changer la situation des paysans sans terre ». La majeure partie des produits agricoles du MST (le riz, le haricot et le maïs) est commercialisée dans le marché traditionnel, soit à travers des intermédiaires, soit à travers les grandes agro-industries. Aujourd'hui, le principal effort du MST ne va pas vers la production et le marché, car ces derniers font partie d'un processus plus global et complexe. Pour le MST, la recherche des solutions à travers l'organisation du marché n'est pas suffisante⁴.

On voit donc tout l'enjeu d'évaluer au mieux la pertinence de l'objectif de promouvoir les règles du CE comme règles de l'ensemble du commerce international. A souligner que le fait d'afficher cet objectif permet d'éviter – voire même interdit – de raisonner la gestion dans le temps du soutien offert aux producteurs. Si le CE a vocation à s'imposer comme mode de fonctionnement de l'ensemble du commerce international, alors les producteurs bénéficiaires d'aujourd'hui ont simplement la chance de bénéficier avant les autres des avantages (prix plus élevés) du CE. Mais tous les producteurs finiront par en profiter. Il n'y a donc pas lieu de s'interroger sur les critères de choix des producteurs, sur la viabilité économique

⁴ entretien Solagral, août 2002

ou sur les possibilités et modes d'expansion du CE. Enfin, pas non plus besoin de définir des critères de sortie du CE.

Quoi qu'il en soit, une telle perspective soulève bien des questions :

- La première concerne la faisabilité technique du dispositif de contrôle des conditions de production et de commercialisation que nécessite le CE. Un tel dispositif étendu à l'ensemble du commerce était-il techniquement envisageable et gérable par les OCE ? Si oui, à quel coût pour le consommateur ?
- La deuxième concerne l'identité des produits équitables, identité dont dépend le surprix payé par le consommateur. Les consommateurs de produits équitables ne sont-ils pas enclins à payer ces produits plus chers précisément parce qu'ils sont différents de ceux du commerce conventionnel ? Leur valeur ne tient-elle pas, comme pour bien d'autres produits, à leur rareté relative ?
- Le troisième niveau concerne enfin l'adéquation des règles du CE avec l'incontournable contrainte d'équilibre entre la production et la consommation mondiale. L'extension des avantages du CE (prix soutenu et stabilisé, crédit, etc.) à l'ensemble des producteurs ne provoquerait-elle pas inévitablement une surproduction gigantesque ? Dit autrement, le CE n'est-il pas viable précisément parce qu'il n'a pas à se préoccuper de l'équilibre des marchés et que, pour ce faire, il doit inévitablement conserver une position relativement marginale ?

Encadré : Enseignements des évaluations déjà existantes

Au risque de contrarier l'ambition d'une " alternative " au modèle néo-libéral du commerce international prônée par le discours du CE, l'étude OPM/IIED mentionne que son impact le plus positif tient à sa capacité à développer des conditions de concurrence plus équilibrées (grâce à la multiplication des opérateurs, l'accès à l'information et au crédit, etc.) et donc à favoriser un fonctionnement plus efficace des marchés libéralisés (OPM 2000). Cette étude s'appuie essentiellement sur les cas ghanéen et tanzanien des filières cacao et café, longtemps marquée, pour la dernière, par une intervention publique massive. Elle rappelle que la libéralisation y est donc généralement perçue positivement par les producteurs, en dépit des multiples problèmes qui restent à résoudre au plan national. L'efficacité et la durabilité du système " prix équitable " sont interrogées. Compte tenu de l'histoire et de la taille des organisations, les effets du prix équitable sur les producteurs sont d'abord liés au degré d'efficacité des organisations et à la manière dont sont discutées et gérées les décisions collectives. D'autre part, si l'effet d'entraînement à la hausse sur les prix à la production évoqué précédemment est souligné, il peut sembler relativement minime au regard de l'effet structurant sur les organisations bénéficiaires. Enfin, intervient la question de la capacité des OCE (et donc de leur viabilité) à garantir un prix plancher en cas d'effondrement prolongé du prix mondial, à l'image du secteur du café équitable. La question stratégique du prix équitable est abordée spécifiquement dans l'étude Misereor (DIETZ, PIEPEL & BIESBROCK 2000) ainsi que celle OPM/IIED. Sans nier ses effets positifs (sur les revenus des ménages, sur les dépenses et investissements sociaux, sur la consolidation des organisations), et au-delà des difficultés méthodologiques pour l'établir, plusieurs commentaires sont formulés. Au plan macro-économique et dans la mesure où l'on chercherait à généraliser le système, la « prime équitable », fondée sur la rémunération des coûts de production et de vie durables, conduirait à déconnecter l'offre de la demande, à générer des surplus (avec un marché du café déjà structurellement excédentaire) et freiner les possibilités de diversification de la production et de recherche de débouchés. D'autre part, l'offre d'un prix équitable ne s'attache pas à résoudre les problèmes fondamentaux qui sont à l'origine de bas prix à la production et de l'inégalité de distribution des revenus. Enfin, et compte tenu de l'objectif de développement du CE, peut-être serait-il nécessaire de faire une

distinction plus claire dans la fixation du prix, entre ce qui pourrait relever du prix de marché et ce qui devrait apparaître comme étant une prime de développement et de durabilité.

3. Cohérence

Il est très difficile d'évaluer la cohérence entre objectif spécifique et interventions du CE à partir des seuls textes d'orientation. Ces textes ne présentent qu'une partie des activités du CE. Seule une connaissance approfondie et une analyse plus fine des activités effectivement menées par les OCE permettraient d'évaluer réellement la cohérence.

Si l'on se réfère aux graphes présentant les arbres logiques des organismes IFAT, FLO, OXFAM et un organisme de labellisation, on observe que certaines étapes manquent, que certains liens entre activités, résultats et objectifs sont trop ténus. Là encore, il se peut que les textes de référence manquent. On peut cependant noter que le lien direct fait entre certaines activités et objectifs renforce le débat sur les objectifs fixés au renforcement du partenariat tel qu'il a été présenté dans l'analyse de la pertinence.

A noter aussi, le manque de lien entre les actions de la filière labellisée et l'objectif de mise en place d'un partenariat basé sur le dialogue, la transparence et le respect.

Comme toute organisation, les OCE ont tendance à développer des activités qui les éloignent de leurs objectifs spécifiques. Identifier ces activités et les questionner est essentiel, d'autant plus essentiel que ces activités « parasites » sont susceptibles de pénaliser l'efficacité des activités centrales du CE.

4. Efficience

La question centrale concernant l'efficience du CE porte sur les coûts des opérations conduisant le produit élaboré par l'OP (champ, culture, atelier) jusqu'à l'étalage dans le pays consommateur. En effet, le développement du CE dépendra, entre autre, de la capacité à offrir aux producteurs des prix soutenus sans accroître démesurément le prix au consommateur. Trois problèmes doivent être distingués ici. Le premier concerne le coût des opérations normales de commercialisation, le second le coût des opérations de contrôle propre au CE et le troisième les coûts des opérations d'appui.

4.1 Les opérations normales de commercialisation

Concernant ces opérations (transport, stockage, tri, éventuellement transformation), il n'est pas sûr, en dépit du discours du CE sur les prélèvements exagérés des intermédiaires, que les coûts des filières équitables soient plus faibles que ceux des filières dites conventionnelles.

Les coûts dans la filière café bolivienne

La filière privée semble avoir une certaine efficacité. Les marges des commerçants ne sont pas excessives et les coûts peu élevés. Les seuls coûts de la filière (transformation, transport, etc.) seraient inférieurs de plus de 40 % à ceux des coopératives si on considère l'étude réalisée en 1996 (tableau 10). La même tendance est exprimée par les relevés de prix aux producteurs comparés aux prix de bourse (tableau 12) qui montrent que les prix aux producteurs dans la filière privée sont compris entre 50 % et 80 % du prix FOB, donc des proportions similaires à celles de coopératives. Pourtant, les prix aux producteurs de la filière privée sont toujours plus bas que ceux des coopératives. En effet, les exportateurs privés n'obtiennent pas la qualité, ni les prix à l'exportation des coopératives. Ils se maintiennent dans la logique de volume et de faible qualité, qui ne constitue pas une stratégie rémunératrice pour le producteur. (CHAUVEAU & EBERHART 2002)

4.2 Les coûts de certification

Les coûts de certification se trouvent noyés dans l'ensemble des coûts de la chaîne. Ainsi, il est difficile de connaître les prix au producteur, les prix à la vente et le coût de la filière traditionnelle de manière claire car tous ces prix varient fortement en fonction du type de café.

Il faut cependant se poser les questions suivantes :

- Faut-il faire la certification ou faut-il confier la tâche à un organisme extérieur ?
- Est-il plus efficace de contrôler l'ensemble de la filière ou la certification est-elle plus efficace ?
- Au niveau du contrôle, faut-il faire ou faire faire ?

L'ensemble de ces questions n'est pas discutable ici faute de données. Il n'est bien entendu pas question de discuter l'intérêt intrinsèque de la filière labellisée *versus* la filière intégrée mais de comparer leur efficacité économique. Cela sera d'autant plus difficile pour la filière intégrée que les coûts sont intimement liés et peu différenciés dans leurs comptes.

A titre d'exemple, le site Max Havelaar France présente la décomposition du prix de deux paquets de café de la manière suivante :

	Système traditionnel	Système Max Havelaar
--	----------------------	----------------------

Prix au consommateur	1,8 à 3 €	2,3 à 3,35 €
Coût de torréfaction et distribution	1,41 à 2,61 €	1,45 à 2,5 €
Coût d'exportation	0,14 €	0,14 €
Frais de gestion des coopératives		0,08 €
Intermédiaires	0,06 €	
Droit du label		0,05 €
Prix au producteur	0,19 €	0,58 €

Source : maxhavellaarfrance.org

A priori, le coût de labellisation est identifié (0,05 €). En fait, seulement un tiers de ce revenu est consacré à la certification, le reste étant réparti entre la promotion du produit et la gestion de l'organisation de CE. On pourrait donc en conclure que la certification coûte très peu (0,009 €). Mais il faut en fait rajouter une part non négligeable des subventions touchées par ces organismes, subventions de structure qui viennent s'ajouter aux ressources de l'organisation et donc à son activité de certification.

Encadré : L'auto-évaluation, une autre piste pour la certification ?

Dans le Mouvement des Sans Terre au Brésil, il y a beaucoup de discussions autour de la certification de leur production. Il y a une certaine résistance au processus exogène de certification, entre autres les certifications biologiques faites par des firmes de certification comme Ecocert et l'Institut Biodinâmico. La certification est payée par les producteurs eux-mêmes et les coûts sont très élevés. De plus, cette certification est mal perçue par les agriculteurs car il s'agit d'un processus très technique alors qu'ils estiment que leur production est un ensemble plus social et moins technique.

Les coopératives du MST situées dans l'Etat du Rio Grande do Sul ont beaucoup avancé la discussion sur une " certification participative " car beaucoup d'agriculteurs souhaitent se lancer sur ce créneau. Le MST a déjà exporté du riz et du soja organiques certifiés, mais comme les volumes sont réduits, le mouvement ne peut pas encore dire que les conditions de vie des agriculteurs ont changé grâce à cette expérience.

4.3 Les coûts du soutien technique auprès des OP

Comme pour la certification, il est impossible avec les données actuelles de faire une estimation des coûts liés à l'appui aux OP. Cela recouvre aussi bien la gestion des prêts que les formations techniques (ex. : formation à la qualité) ou la diffusion d'information sur le CE. Il est donc difficile d'avoir une opinion sur la principale question : les OCE sont-elles les mieux placées pour cela ?

Il est évident que si une personne est responsable à plein temps du CE pour une organisation dans un pays, elle peut dégager du temps pour plusieurs actions. Reste à savoir si c'est le plus efficient. Les actions de CE se passent pour une bonne part dans des pays d'Amérique latine qui possèdent une expertise locale forte. C'est par ailleurs de plus en plus le cas dans les pays africains, le Ghana étant un exemple. Pour avancer dans cette réflexion, il faut donc séparer différents types d'action :

L'appui technique qui peut être fourni par l'extérieure (ex. : qualité, gestion, renforcement de l'organisation des OP). Il faudra donc comparer les prix.

- L'information sur le CE qui vient a priori plutôt du mouvement lui-même.
- La fourniture de prêts et la gestion des remboursements.

Le plus délicat est que le capital vient de l'organisation de CE. Il est donc compréhensible qu'elle souhaite en garder la gestion. Mais l'efficacité de son action n'est peut-être pas la meilleure dans le domaine. Cela dépendra de l'existence d'autres organismes de crédit dans les zones de production, de leur taux de prêt, de leurs critères de sélection. Les derniers points peuvent toujours être négociés avec l'organisme présent sur le terrain. Enfin, la fourniture de prêts entre directement dans la démarche de mise en place d'une relation commerciale privilégiée. Confier le prêt à un autre organisme atténuerait cet aspect.

5. Efficacité

5.1 Objectif spécifique 1 : Promouvoir le bien-être des producteurs...

...en améliorant leur accès au marché, en renforçant leur organisation, en payant un meilleur prix et en fournissant une relation commerciale continue.

5.1.1 Impliquer les producteurs exclus du marché

La contribution spécifique du CE à la réduction de la pauvreté, et donc du ciblage sur les plus pauvres, est difficile car le CE est tiraillé entre un tel objectif et les contraintes du marché.

Ce questionnement a été abordé dans l'étude OPM/IIED. L'insertion d'OP dans le marché à l'exportation exige un minimum de conditions que ne peuvent à l'évidence réunir les plus pauvres, ne serait-ce qu'en termes de capacités à dégager des excédents de production et à les mettre sur le marché. Les critères de sélection visent à ce que les organisations rassemblent majoritairement des petits producteurs et qu'elles soient dotées d'un minimum de capacités d'exportation (OPM 2000).

Cette question du compromis entre viabilité économique et réduction de la pauvreté – qui est récurrente dans le débat sur le CE – est abordée de manière un peu différente dans le secteur artisanal selon étude de Raoul Hopkins sur l'évaluation des projets de l'ONG OXFAM (HOPKINS 2000). Nombre d'artisans peuvent être considérés à juste titre comme appartenant à des groupes sociaux les plus démunis (femmes isolées, travailleurs handicapés, individus sans emploi, ni ressources). Mais Hopkins souligne que l'exigence de qualité des produits, de respect des délais et de volumes de livraison, d'adaptation éventuelle à de nouveaux produits peut conduire de la même manière à écarter les individus les plus défavorisés.

5.1.2 Améliorer l'accès au marché

Est-ce que le CE donne un accès au marché que ne permet pas le commerce conventionnel ? Pour cela, on peut examiner différentes composantes de l'activité du CE qui visent à donner cet accès :

- Le renforcement de l'efficacité de la filière en réduisant le nombre d'intermédiaires

Cette question traverse l'ensemble de la réflexion sur le CE. Elle repose en partie sur des a priori et seule une analyse au cas par cas pourra démontrer si le CE permet réellement de limiter le nombre d'intermédiaires à niveau de service égal.

Encadré : La question de l'accès direct dans la filière café équitable bolivien

On pourrait croire que le CE aurait pu permettre aux organisations d'exporter directement leur café ou de renforcer la fédération, la FECAFEB, dans son rôle d'appui à l'exportation du café de ses organisations associées. En réalité, cela n'a pas été le cas. Dans le cas de la Bolivie, la relation est en effet directe entre l'importateur et l'organisation paysanne, puisque le contrat est signé par l'organisation. Cependant, les coopératives passent, même pour le café équitable, par des brokers, puisque les importateurs l'exigent le plus souvent. En effet, les importateurs (sauf ceux de la filière intégrée) préfèrent négocier avec une entreprise indépendante qu'avec les producteurs eux-mêmes, qu'ils considèrent comme trop peu professionnels. Par ailleurs, dans les négociations, le broker défend le point de vue de l'importateur plutôt que du producteur notamment en ce qui concerne le café conventionnel acheté en parallèle au café équitable. Enfin, les importateurs n'ont jamais vraiment eu intérêt à participer au processus

d'institutionnalisation des organisations par l'appui à la fonction d'exportation de la FECAFEB. Les conditions de FLO n'excluent pas la possibilité de faire appel à des prestataires de services (brokers), à condition que les commissions soient négociées et correspondent aux prix du marché. Dans le cas de la Bolivie, elles ne sont pas exagérées. Cependant, FLO considère, dans ce cas précis, que l'idéal serait de se passer de ces intermédiaires commerciaux et de renforcer les capacités d'exportation autonomes des organisations. Malheureusement, le pouvoir de décision a été du côté des importateurs et FLO a privilégié dans le cas bolivien davantage la logique du marché qu'un processus de renforcement institutionnel. (CHAUVEAU & EBERHART 2002)

– L'amélioration de la qualité

Comme il a été souligné précédemment, l'accès au marché est en partie lié à la qualité des produits en lien avec la demande. La question est donc de savoir si le CE est un outil efficace pour promouvoir la qualité des produits.

L'encadrement technique proposé par les différentes filières du CE, l'accent mis sur la qualité des produits et la recherche sur de nouveaux produits montre bien la préoccupation du CE dans ce domaine. Reste à savoir si c'est le meilleur vecteur. Car, d'une certaine manière, le CE est condamné à chercher la qualité s'il veut différencier ses produits des autres produits sur un marché mondial saturé et où les consommateurs sont habitués à avoir le choix et à comparer.

5.1.3 Payer un meilleur prix

Là encore, il n'existe pas de données couvrant l'ensemble des filières du CE. Cependant, il est évident que le « label » CE permet de faire la différence entre les produits du CE et les autres et donc de chercher à faire une différence. Reste à savoir si les importateurs reconnaissent ce « label » et sont prêts à payer plus chers les produits issus de la filière CE.

Les prix payés par les acheteurs de café équitable bolivien

Selon le principe défini par FLO, lorsque le prix en bourse de New York passe en dessous du seuil de 124 US\$ (119 US\$ + 5 US\$ de prime), l'acheteur maintient ce prix plancher. Ce prix minimum constitue un considérable avantage en période de chute des cours sur les marchés internationaux, comme c'est le cas actuellement et depuis le début de l'année 2000, période marquée par la plus forte crise caféière jamais connue (87 US\$ en moyenne en 2000 et environ 55 US\$ en 2001). Avec le prix actuel en bourse d'environ 50 US\$ par quintal et la pénalité du café bolivien de qualité produit par les organisations de 10 à 15 US\$, le prix garanti FLO constitue plus du triple du prix du marché. Lorsque le café est à la fois sous label équitable et bio, les primes sont cumulées (124 US\$ pour l'équitable, plus 15 US\$ pour le bio en 2001). Le prix équitable est alors presque 4 fois celui du marché conventionnel. Le prix minimum garanti par le CE est toujours respecté par les acheteurs. Cependant, avec une telle différence de prix, les charges sont très lourdes et l'existence de tentatives visant à dévier ces règles ne surprendront personne. En effet, de nombreux importateurs, hors filière intégrée, qui achètent également du café conventionnel non labellisé auprès des organisations développeraient certaines pratiques qui permettent de contourner l'obligation de payer le prix minimum FLO. Etant donné la difficulté de démontrer l'existence de ces mécanismes relatés par les responsables des organisations paysannes et par mesure de prudence, nous utiliserons le conditionnel pour les décrire. Pourtant, ces pratiques semblent généralisés dans les pays voisins (Pérou, Equateur) où nous avons entendu les mêmes témoignages. Au moment de la négociation de la vente (par téléphone) l'importateur proposerait l'achat d'un conteneur sous conditions

FLO en contrepartie de la vente par l'organisation de 2, 3 ou 4, et même parfois 8 conteneurs, à un prix inférieur au prix du marché (5 US\$ par quintal par exemple). L'argument avancé est qu'en moyenne l'organisation y gagne ! En effet, même si elle vend par exemple 5 conteneurs à un prix inférieur de 5 US\$ par quintal, le conteneur FLO sera quand même valorisé à 99 US\$. Or, en situation de déséquilibre entre offre et demande de produits labellisés, le pouvoir de négociation est du côté de l'importateur et les organisations ont tendance à accepter bien volontiers ce jeu pour accéder à un marché trop limité en volume. Ce système constitue très clairement un détournement des règles de FLO qui semble s'étendre actuellement. Les acteurs de la filière intégrée qui achètent exclusivement du café sous label équitable, ainsi que les petits acheteurs, ne pratiquent évidemment pas ces stratégies. Par ailleurs, notons la proposition d'Equal Exchange et GEPA (filiale intégrée) de consacrer 5 US\$ aux actions de promotion du café du CE en Europe et aux Etats-Unis, donc de diminuer le prix d'achat. Mais il faut reconnaître que ces filières payaient des prix relativement plus élevés que les acteurs classiques du CE (GEPA payait 124 + 24, donc 146 US\$ / quintal de café exportable pour du FLO/bio, c'est-à-dire 7 US\$ de plus que le prix habituel). (CHAUVEAU & EBERHART 2002)

5.1.4 Renforcement des organisations

Le CE est-il efficace pour renforcer les OP ? Il s'agirait, surtout selon l'étude OPM/IIED (OPM 2000), du domaine dans lequel l'efficacité du CE serait la plus marquée, tant du point de vue des organisations que de celui des producteurs et, en particulier, dans des contextes de libéralisation récente des filières. Face à d'importantes défaillances de marché (opérateurs peu nombreux, inégalités d'accès – voire son absence totale – à l'information, au crédit commercial (ou à des coûts prohibitifs), dispositifs de formation et/ou de vulgarisation absents ou inconsistants, etc.), les mesures d'accompagnement des producteurs et de leurs organisations dans ces différents domaines jouent un rôle essentiel. Au-delà des effets positifs sur l'activité commerciale et la régulation des marchés locaux, la filière équitable contribue à la structuration de la société civile et à la promotion de l'action collective basée sur des relations de responsabilité (*accountability*), d'efficacité et de transparence. L'étude Misereor déplore toutefois, en particulier dans les études de cas sur l'Amérique centrale, le manque de coordination entre les organisations de CE et les ONG de développement en matière de renforcement des organisations locales (DIETZ M., PIEPEL K. & BIESBROCK 2000). Ce cloisonnement serait renforcé (au point parfois de générer des conflits) par la divergence des approches et des objectifs poursuivis : orientations plus politiques et sociales soutenues par les ONG de développement, orientations essentiellement commerciales du CE.

Encadré : Le concentré d'orange équitable au Brésil

En 1998, FLO a commencé les premières expériences d'exportations de jus d'orange en Europe. Pendant la première année, FLO a préfinancé la production et a versé une prime sociale (issue d'une part de l'excédent de ventes) de 100 US\$ par tonne d'orange aux " colhedores " (personnes qui cueillent les oranges). En 1999, première année de commercialisation du jus d'orange sur le marché européen, plus de 100 000 US\$ de primes sociales ont été payées directement aux paysans. L'année suivante, les ventes en Allemagne ont beaucoup chuté et les exportations sont aujourd'hui plus modestes qu'au début du projet.

L'ARPLOCAN (Associação dos representantes dos produtores e colhedores do Noroeste do Parana), association qui réunit les producteurs, les " colhedores ", le syndicat des ouvriers ruraux et les entreprises qui industrialisent le jus, a pour but de défendre les droits sociaux des " colhedores ". Elle administre le fonds constitué par les primes sociales, les " colhedores " ayant un pouvoir de veto. Ensuite, l'affectation de la prime est gérée par un assistant social.

En 1999, les primes sociales ont été investies dans plusieurs programmes sociaux (soins médicaux, alphabétisation, assainissement, formations, alimentation, droits civils et citoyeneté). Les conditions de vie des travailleurs se sont donc beaucoup améliorées à partir de 1999. Les projets sociaux, menés en partenariat avec les municipalités locales ont touché environ 900 travailleurs.⁵

Hopkins distingue quatre grandes catégories de critères pour mesurer l'efficacité du CE dans le domaine du renforcement des organisations (HOPKINS 2000):

- l'acquisition de nouvelles techniques et connaissances, ;
- l'accès au marché ;
- l'organisation commerciale ;
- la diversification des débouchés.

Les résultats sont en général jugés positifs, parfois très positifs, sur les deux premiers points, beaucoup moins, voire pas du tout, pour les deux suivants. Les efforts de formation ont ainsi amélioré les compétences des artisans et la qualité des produits. Les organisations sont gérées de manière plus efficace et transparente. De nouvelles commandes ont pu être négociées avec de nouveaux acheteurs. Mais l'insertion dans les circuits commerciaux classiques demeure faible et la dépendance au circuit OXFAM, en pourcentage des ventes, n'a pas diminué. La diversification qui s'est opérée l'a été au sein des circuits équitables et les acheteurs traditionnels ne représentent que 4 % des débouchés. Pour Hopkins, si, à terme, l'enjeu est d'accroître et de diversifier l'accès aux marchés traditionnels, il est également essentiel pour les OCE d'influencer la manière dont ces marchés fonctionnent et donc de développer les actions de lobby et de plaidoyer.

Encadré : CE et renforcement des organisations en Bolivie

L'impact le plus solide du CE, plus que sa contribution aux investissements sociaux (écoles, centres de santé, etc.), concerne le renforcement d'OP qui sont en mesure d'agir durablement sur leur environnement, par exemple par la négociation de politiques agricoles en faveur des petits producteurs, la structuration de la filière ou la défense des intérêts des petits paysans dans les politiques locales d'investissement. Sans le CE, il est fort probable que les organisations boliviennes de la filière café n'auraient pas pu se structurer de la même manière et se maintenir de cette façon dans la durée. Certes, le CE n'est pas le seul élément dans cette structuration et il est très difficile de départager ce qui est de l'impact du CE ou des projets de coopération qui ont été nombreux dans le cas de la Bolivie. Cette problématique de la structuration d'organisations, avec un but plus large que le simple rôle fonctionnel d'accès à un marché d'exportation, renvoie dans le cas de la Bolivie à la question de la fédération, la FECAFEB. Démunie de la capacité et du pouvoir nécessaire, la FECAFEB n'a pu assumer le rôle d'intermédiaire commercial qu'on lui avait donné. Elle ne dégage pas les revenus que cette activité devait lui assurer. En outre, prétextant de cette incapacité à offrir ce service, les organisations rechignent, et le plus souvent refusent, de remplir leur obligation de paiement d'une cotisation annuelle ce qui grève d'autant les revenus de la fédération. Aujourd'hui, elle est sérieusement endettée et a une capacité d'action et de fonctionnement restreinte. Malgré les réussites de ses affiliés, qui exportent directement sans la fédération, elle reste aujourd'hui après dix années d'existence, incapable d'assumer ses coûts de fonctionnement et encore moins le salaire d'un gérant, une recherche de marché et d'une promotion du café de ses coopératives ni une quelconque assistance technique, même partielle, comme le paiement d'un ingénieur pour superviser le travail des animateurs. Par ailleurs, sans encore une fois l'appui des projets, elle peine à assumer le rôle de

⁵ Solagral/Maria Angert 2002.

représentation politique défini dans ses statuts. Sa participation récente dans des instances et processus d'élaboration de politiques de développement du secteur reste assez limitée de part son manque de capacité de proposition, la faible mobilisation des bases sur ce thème et le manque de fonds. Cette participation constitue souvent pour les institutions étatiques, le secteur privé et la société civile citadine en générale, rien de plus finalement qu'un alibi. Face à ce constat d'un relatif échec de la construction d'une fédération qui devait permettre la défense des intérêts des producteurs et accroître leur capacité de négociation, on peut considérer que le CE n'a pas constitué un renfort efficace. En Bolivie, l'histoire montre que les promoteurs du CE sont bien souvent obligés de respecter une logique et une efficacité économique, qui n'est pas toujours compatible avec des processus longs de structuration d'organisation ou d'une filière. De ce point de vue, les acheteurs du CE, c'est-à-dire les importateurs européens, ont privilégié l'achat auprès de brokers, considérés comme plus sûrs, plutôt que de contribuer à un objectif de structuration d'une fédération qui n'apportait rien à leur activité. On peut même affirmer que, dans bien des cas, le broker travaille pour le compte de l'importateur et, de ce point de vue, défend ses intérêts face aux producteurs. Au cours des dernières années, seuls les acheteurs de la filière intégrée ont acquis du café auprès des organisations en utilisant le service de la FECAFEB, ce qui permet de renforcer la capacité opérationnelle et financière de cette structure. Cette situation, une fois encore, met en évidence le poids important des importateurs dans les stratégies et les orientations du CE. (CHAUVEAU & EBERHART 2002)

5.1.5 Préfinancement

Le préfinancement est avancé par les acteurs du CE comme un outil essentiel pour, d'une part renforcer les OP, et, d'autre part, instaurer une relation commerciale stable basée sur la confiance et le respect (objectif spécifique 5).

L'étendue de la pratique est difficile à évaluer. Elle dépend, entre autres, des capacités financières de la filière.

Encadré : Pratique de préfinancement par les acheteurs de café équitable bolivien

L'objectif du préfinancement est de répondre à l'une des plus importantes contraintes auxquelles sont confrontées les OP qui souhaitent exporter du café, étant donné l'importance du coût de la collecte. En effet, entre le moment de la collecte du café auprès des producteurs membres de l'organisation et le paiement du produit par l'importateur, il se passe en général un mois et demi dans les circuits conventionnels. Si une organisation n'a pas accès à un système de crédit, ce qui est souvent le cas, elle ne peut collecter du café. Enfin, le préfinancement permet, en principe, de réaliser une avance au producteur et ainsi éviter qu'il ne vende le produit sur le marché local et tombe dans le piège du crédit usuraire. Le préfinancement est une des règles de FLO qui n'est quasiment pas respectée en Bolivie. Ce constat est d'ailleurs souligné comme un dysfonctionnement important dans l'évaluation effectuée par FLO en Bolivie et au Pérou en 1999. En 2001, seuls trois importateurs ont effectué un préfinancement équivalent à trois conteneurs de café (60 % de la valeur d'un conteneur selon la règle du CE), donc seulement 20 % des importations pour le marché équitable. Simon Levelt a accordé un préfinancement de 35 000 US\$ à CIANA, Bertschi de 36 000 US\$ à CENAPROC et Lobodis à Villa Oriente. Par ailleurs, on constate que ces trois importateurs sont des cas relativement atypiques, puisque ce sont des torréfacteurs de petite taille (pour deux d'entre eux) ou de taille moyenne, dont le métier n'est pas véritablement l'importation. En effet, la majorité des importateurs du café équitable sont plutôt des entreprises de taille moyenne d'Allemagne, de Hollande ou de Belgique

qui importent également du café bio et conventionnel, non équitable. Ce sont des entreprises spécialisées dans l'importation de café qui fournissent les nombreux petits et moyens torréfacteurs indépendants des groupes multinationaux. Ces derniers n'ayant en général pas la superficie financière pour importer directement leur café vert. Or, on constate que les importateurs de ce type ne pratiquent jamais le préfinancement en Bolivie, par manque de confiance dans les OP semble-t-il, mais aussi parce que le pouvoir de négociation est de leur côté. A l'heure actuelle, ni FLO, ni les OP ne sont en position de force pour imposer que soit respectée cette règle établie du CE dans la filière café. Il est important de souligner que des organisations de la filière intégrée, notamment GEPA, ont proposé des préfinancements que les organisations n'ont pas acceptés. Cela met en évidence une spécificité de la Bolivie : la faible utilisation de capital par les organisations qui préfèrent minimiser les risques et mobiliser le financement des producteurs (dépôts en consignation) et la possibilité pour elles d'obtenir un crédit local auprès de FINCAFE pour financer les coûts de collecte (transport, usinage, etc.) et éventuellement une avance au producteur. Ce qui apparaît à première vue comme une absence de besoin de préfinancement est avant tout l'expression d'une logique paysanne qui recherche à diminuer le risque, mais qui implique également de fortes limitations : forte proportion du café bio écoulée sur le marché local, longue durée de la collecte et donc faible rotation du capital. L'accès à un préfinancement, forme de crédit présentant peu de risque, constituerait un moyen de faire évoluer positivement cette situation.

5.1.6 Construire des relations commerciales à long terme

Une relation commerciale stable peut s'appuyer sur différents éléments :

- la stabilisation de la qualité et des volumes en lien avec la demande ;
- le préachat/préfinancement de la production ;
- la signature d'un contrat pluriannuel.

Le CE travaille sur les trois volets à travers un appui technique (qualité), financier (prêts) et contractuel.

Encadré : Relation avec les importateurs dans la filière café équitable bolivienne

Chaque année, l'importateur est censé acheter la même quantité auprès de l'organisation, tout au moins s'engager sur une période de plusieurs années. La signature de contrats pluriannuels n'existe pas dans les pratiques commerciales du café, chaque conteneur faisant l'objet d'un contrat de vente spécifique, dont le prix varie selon le moment et la forme de la négociation. Il peut cependant y avoir un accord informel de renouveler les achats chaque année. Dans le cas de la Bolivie, cette situation semble exister seulement pour les importateurs de la filière intégrée (OXFAM, EQUAL EXCHANGE et GEPA) et des petits torréfacteurs engagés dans une démarche "café d'origine" (Bertshi, Lobodis). Une telle situation constitue un avantage certain et surtout une sécurité pour les organisations bénéficiaires qui peuvent ainsi se permettre de réaliser des investissements et d'assurer un travail de développement. En outre, cette relation à long terme améliore la confiance des membres envers leur organisation, et génère donc un effet structurant considérable. La plus grande faiblesse des OP de Bolivie pour intervenir efficacement sur le marché étant la forte variabilité de leur vie institutionnelle et économique, il est évident que l'accès à un marché équitable à long terme est un gage d'une certaine stabilité qui renforce la viabilité des organisations. Cependant, on peut constater également une certaine dépendance de ces organisations vis-à-vis d'un seul acheteur, ce qui ne les incite pas vraiment à rechercher d'autres importateurs. Cette situation est particulièrement marquée pour Coraca Irupana qui bénéficie d'une relation stable avec OXFAM depuis maintenant presque dix ans. On

observe dans les chiffres que l'accès des organisations au marché équitable a été assez fluctuant. L'histoire des OP de café en Bolivie montre qu'il n'a pas toujours eu cet engagement à long terme des importateurs du CE. Au contraire, le critère qui a prévalu est la confiance accordée au gérant de commercialisation de FECAFEB et COAINE, même lorsque celui-ci quitte les organisations et s'installe comme broker, et non à l'organisation paysanne, situation qui limite l'effet structurant du CE et relativise son rôle d'appui et d'apprentissage de l'accès au marché. Dans ce cas, c'est cette personne qui d'une certaine manière a la possibilité de choisir qui sera bénéficiaire des marchés équitables. Finalement, on peut affirmer que le pouvoir de négociation est là aussi davantage du côté de l'acheteur, qui privilégie la qualité du produit et du service et pour qui le développement des capacités de l'organisation n'est pas un critère déterminant. Enfin, les petits torréfacteurs ont une démarche " cafés d'origine " (café d'un terroir spécifique) et affichent la provenance du café sur leurs emballages (le nom du pays, mais aussi parfois du terroir spécifique). Ils cherchent à nouer une relation stable et durable avec une organisation, afin de garantir un accès stable au produit du terroir. Une telle démarche implique aussi un risque de dépendance pour le torréfacteur, situation qui explique que les grandes entreprises évitent ce genre de démarches et privilégient les mélanges d'origines diverses. La relation à long terme, dans ce cas, ne repose pas seulement sur l'engagement selon les principes du CE, mais aussi sur une démarche qui concerne avant tout la nature et la qualité du produit. On peut donc conclure que les principes du CE sont mieux appliqués lorsqu'ils coïncident et renforcent des stratégies commerciales spécifiques, caractéristiques de ces importateurs-torréfacteurs de petite taille. Source : CICDA, 2002.

Encadré : Le CE permet-il aux organisations d'améliorer leurs capacités d'intégration au marché ?

On considère souvent que l'accès au CE constitue un apprentissage du marché. En effet, les principaux importateurs du CE de la filière labellisée étant également des acheteurs de produits conventionnels, on considère que le développement du marché équitable induit des relations durables avec ces importateurs pour d'autres produits.

Cependant, on peut affirmer que l'accès au CE n'a pas réussi à modifier véritablement les contraintes des organisations pour l'exportation et d'améliorer leurs capacités. Elles restent toujours fortement dépendantes des brokers, même pour les produits du CE, puisque les importateurs exigent l'intervention de cet intermédiaire.

Pour la filière intégrée, les relations ont toujours été directes entre l'importateur et l'organisation de producteurs, sans l'intervention d'un broker. Cependant, les exemples de Bolivie tendent à montrer que l'accès à ce marché sûr et protégé n'a pas toujours amené les organisations à rechercher de nouveaux acheteurs et donc à opérer sur le marché conventionnel. De ce point de vue, l'effet apprentissage est beaucoup plus limité.

Par ailleurs, la quasi-absence d'utilisation de la prime pour créer un capital propre à l'organisation, limite fortement l'effet du CE quant à l'accroissement des capacités économiques des organisations. De la même façon, puisque le plus souvent la prime est redistribuée aux producteurs, on ne peut pas considérer que le CE permet de couvrir des coûts de formation des producteurs ou des dirigeants pour améliorer leurs capacités de gestion et de commercialisation. Ces actions sont davantage le fruit de l'action des différentes ONG de développement qui appuient les organisations.

Enfin, le CE n'a pas constitué un élément de réponse au problème de l'atomisation de l'offre et aux difficultés des organisations de mettre sur pied un canal plus structuré par sa fédération. Les procédures du CE ne favorisent pas spécifiquement des stratégies plus unitaires ou une restructuration de la filière qui induirait une plus grande capacité de négociation des producteurs sur le marché.

L'effet le plus important du CE sur la filière café en Bolivie est l'amélioration de la qualité du produit. Certes, cela n'est pas le seul résultat du CE, puisque le travail d'accompagnement de différentes ONG a été indispensable pour former les producteurs, améliorer les pratiques de transformation, développer la culture biologique, etc., mais sans les prix élevés du CE ces filières qualité n'auraient pas pu se maintenir, notamment dans les périodes de chute des cours internationaux.

5.2 Objectif spécifique 2 : Sensibiliser les consommateurs...

...aux effets négatifs du commerce international sur les producteurs afin qu'ils puissent utiliser leur pouvoir d'achat de manière proactive.

Le principal outil des organisations de CE dans ce domaine sont les campagnes. Elles se divisent en deux grands groupes :

5.2.1 Dénonciation du commerce conventionnel

Les actions qui visent la dénonciation des modes de fonctionnement du commerce conventionnel se font en premier lieu à l'initiative de quelques organisations de CE. Celles-ci sont en général menées par des organisations de lobbying et/ou de développement qui possèdent les moyens de suivre les négociations internationales. Les campagnes s'inscrivent dans un agenda international si elles dénoncent des organisations ou des négociations. Elles peuvent aussi dénoncer des pratiques spécifiques et donc viser des entreprises ou des secteurs spécifiques.

A titre d'exemple, les campagnes financées par l'OCE belge Magasins du monde-OXFAM ces dernières années portent sur les thèmes suivants :

- « La planète n'est pas à vendre »
- « Non au chocolat frelaté »
- « Chiquita, ça va pas »
- « OMC. Pour une Organisation Mondiale de la Citoyenneté »
- « Les marques laissent des marques »
- « Ensemble pour une mondialisation solidaire »

L'impact de ces campagnes est difficile à appréhender. L'information sur ces problèmes ne vient généralement pas que de ces campagnes, elle se mélange aux informations venant d'autres sources d'informations comme les mouvements anti-globalisation ou anti-OMC.

Ce qui est sûr, c'est que les consommateurs sont mieux informés des dysfonctionnements des règles traditionnelles du marché et de pratiques douteuses de certaines firmes.

5.2.2 Promotion du CE

Il existe un autre type de campagne/actions de plaidoyer qui se focalisent soit, comme les campagnes de promotion traditionnelles, sur la présentation de l'attrait des produits équitables pour les consommateurs, soit sur l'adoption de mesures favorables au CE.

Sur ce dernier point, les campagnes nécessitent une expertise technique pointue. Elles se font essentiellement à travers EFTA pour les aspects européens et IFAT pour le suivi des négociations à l'OMC. La coordination renforcée en matière de plaidoyer et de sensibilisation vise à pallier la faiblesse

des moyens humains et financiers actuellement disponibles sur ces domaines. Le programme d'*advocacy* abordé lors de la dernière réunion FINE mentionne les orientations suivantes.

Propositions aux institutions politiques nationales européennes en vue de promouvoir le commerce équitable (EFTA 2001) :

- Un traitement préférentiel pour les produits du CE.
Il s'agirait d'encourager les entreprises à agir de façon responsable plutôt que de les menacer avec des sanctions. Des mesures d'encouragement positives pourraient notamment consister à accorder aux produits portant un label de Commerce Equitable des taux de TVA préférentiels. Les Etats membres de l'UE devraient prendre des mesures pour accorder des réductions fiscales aux entreprises pratiquant un CE ; fournir un capital de départ aux organisations de commerce alternatif ; des subventions pour financer les frais de personnel, etc.
- Une approche coordonnée de l'UE et des Etats membres pour soutenir le commerce équitable.
Le soutien important accordé par la Commission européenne par le biais des programmes de sensibilisation doit être poursuivi. La mobilisation coordonnée des ressources entre les différents services de la Commission devrait être consacrée
 - d'une part aux producteurs : crédit, aide technique, renforcement des structures, participation aux forums internationaux, etc.
 - d'autre part aux organisations de commerce équitable au Nord : financement d'études sur les mesures d'encouragement possibles comme l'allègement de la TVA, la suppression des taxes à l'importation, etc. ; diffusion d'information sur les réglementations de l'UE en cours de modification ; information sur les marchés des matières premières et les crises prévues ; mesures pour la publicité et le marketing des produits du Commerce Equitable.
- La reconnaissance des labels du commerce équitable.
L'UE devrait reconnaître les labels existants du commerce équitable, dont l'harmonisation au niveau international a été réalisée par FLO. Cette reconnaissance renforcerait le statut de ces labels et les rendrait plus intéressants pour les entreprises. L'UE devrait également promouvoir cette question au sein de l'OMC.

L'avenir permettra de mesurer la nature des efforts et la réalité des progrès accomplis dans ces domaines. Face à l'étendue des actions à conduire, il est à ce stade difficile d'apprécier le degré d'investissement réel des différentes organisations dans un champ « politique » pourtant jugé essentiel.

5.3 Objectif spécifique 3 (exemple de partenariat commercial) et objectif spécifique 4 (améliorer les règles et les pratiques)

Curieusement, si cette question est abordée pour les acteurs européens du CE quant à leurs capacités de mobilisation/plaidoyer et à leurs effets, elle est en revanche totalement absente des évaluations sur leur versant Sud. Cette absence ne signifie pas nécessairement que les OP et partenaires du Sud n'ont aucune activité dans ce domaine, mais elle appelle plusieurs commentaires.

Historiquement, l'initiative du CE revient à des « acteurs du Nord » voulant changer ou faire évoluer des règles « imposées » par le Nord ou résultant du déséquilibre Nord/Sud. Avec les évolutions conceptuelles en matière de développement, les changements intervenus en matière d'intervention publique et de la mobilisation accrue de la société civile dans le domaine des régulations internationales, il est essentiel de poser la question de la "responsabilité politique" : incombe-t-elle toujours aux seuls acteurs du Nord ? L'étude Misereor évoque dans sa conclusion générale, le besoin de réactualisation des concepts et des

pratiques du CE face à la montée de la mouvance « anti-mondialisation ». (DIETZ, PIEPEL & BIESBROCK 2000)

Le fait que le thème de l'économie solidaire ait été introduit lors du Forum social mondial 2002 à Porto Alegre, et son appropriation par les organisations de la société civile du Sud, représente une nouvelle perspective de développement du principe du CE dans les pays du Sud.

Il y aurait par ailleurs des interactions à étudier entre le CE d'une part et les produits des coopératives associées aux mouvements sociaux et syndicaux d'autre part, à l'image de la branche commerciale du Mouvement des Sans Terre au Brésil.

L'autre interrogation rejoint les dimensions organisationnelles et sociales du CE évoquées dans les points précédents. Faute d'informations largement partagées et d'objectifs débattus au sein même des OP, la contribution du CE dans le dialogue politique avec les institutions nationales (structures gouvernementales au niveau national et décentralisé, collectivités locales, organisations professionnelles et économiques, etc.) semble totalement absente. Pourtant, l'urgence et l'importance d'un certain nombre de problèmes (infrastructures, crédit, santé, éducation, etc.) ne peuvent à l'évidence être réglées par l'extension du CE et de ses bénéfices (réels et supposés), mais par la définition et la mise en œuvre de politiques et de programmes nationaux. Le renforcement des OP ne se traduit pas exclusivement en termes d'amélioration de l'activité commerciale, ou de palliatif des carences de l'action publique. De la même manière, on peut se demander quelle pourrait (devrait) être la contribution des acteurs nationaux du CE dans la formulation de propositions portant sur des sujets de négociation, ou la mise en œuvre d'engagements internationaux. On peut citer par exemple les programmes et stratégies de réduction de la pauvreté, la mise en œuvre de l'Agenda 21 ou les négociations à l'OMC.

Encadré : Vision du CE par les producteurs : les artisans mieux informés

Pour ce qui concerne les producteurs agricoles, le constat fréquent est celui d'une connaissance limitée des objectifs et des modalités d'actions du CE. Contrairement aux dirigeants de leurs organisations (coopératives, associations), nombre de producteurs individuels n'ont qu'une vision confuse ou partielle des critères et des engagements que chacun des acteurs s'astreint à respecter. Leur participation effective aux prises de décisions se trouve donc limitée par un déficit d'information et de communication sur le CE. Un tel constat tient plus globalement à la maîtrise réelle des producteurs sur la transparence et le fonctionnement démocratique de leurs organisations, surtout lorsque celles-ci sont de grande dimension (cf. Kuapa Kokoo Union au Ghana avec ses 30 000 adhérents producteurs de cacao) et ont été longtemps contrôlées par la puissance publique (cf. Unions de coopératives de café en Tanzanie). Il est également lié à la part du produit équitable dans l'ensemble des ventes (environ 2 % des volumes pour KGU au Ghana) ou au type de structure considéré : le secteur des plantations de thé par exemple semble à l'évidence moins propice à l'implication individuelle des travailleurs.

Dans le secteur artisanal, la situation paraît plus positive. R. Hopkins souligne que si c'est l'appellation OXFAM qui est connue par les artisans plutôt que le terme de " Fair Trade " (il n'est ni employé comme tel, ni traduit en langue locale), la manière dont ils distinguent les pratiques commerciales traditionnelles de celles offertes par OXFAM s'appuie sur une série de critères très voisins de ceux du CE (HOPKINS 2000). Comme pour les coopératives de producteurs agricoles citées précédemment, mais dans une situation inversée, la taille, l'origine et la spécialisation de ces structures jouent sans doute beaucoup dans la connaissance individuelle des principes du CE.

5. Impact

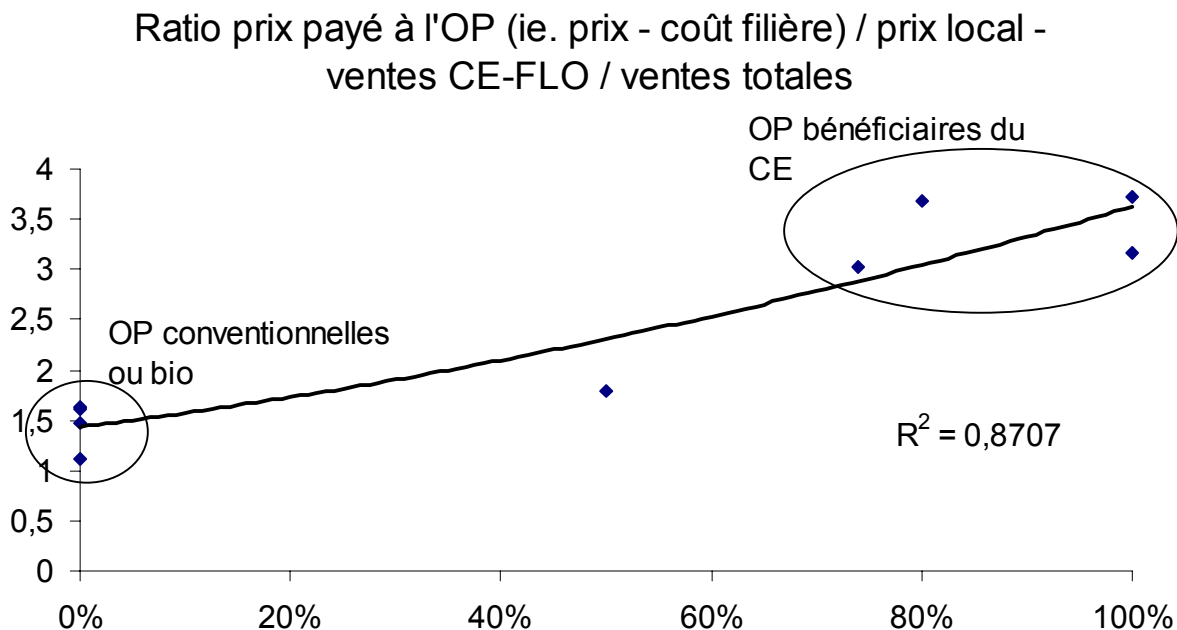
5.1 Objectif global 1 : Promouvoir des opportunités de développement économique pour les producteurs désavantagés...

...plus particulièrement les femmes et les populations indigènes et protéger les enfants de toute forme d'exploitation dans la chaîne de production.

5.1.1 L'effet revenu

La conclusion évidente, partagée par toutes les évaluations, est celle de l'amélioration des revenus des producteurs bénéficiaires, bien que cela soit difficile à chiffrer avec précision au niveau des ménages et donc en termes concrets d'amélioration du pouvoir d'achat et/ou des conditions vie.

Dans le secteur agricole, la relative unanimité de ce diagnostic doit être tempérée par plusieurs facteurs. D'une part, l'effet du CE est d'autant plus sensible, et donc positif, que la proportion de la production commercialisée au « tarif équitable » est élevée et que les prix de marché conventionnels sont bas. L'exemple des producteurs de cacao ghanéens et tanzaniens indique que les débouchés équitables demeurent très faibles (quelques pourcentages seulement de l'ensemble de la production) mais qu'un autre aspect positif est celui de l'effet d'entraînement sur les prix proposés par les opérateurs traditionnels (estimés à 3 % en moyenne) (OPM 2000). La situation des producteurs de café d'Amérique centrale est manifestement très différente avec une valorisation de la production dans le circuit équitable plus conséquente. Le graphique ci-dessous montre dans le cas des OP de café en Bolivie une nette corrélation entre la part de la production vendue via la filière équitable et le prix payé aux producteurs. (CHAUVEAU & EBERHART 2002)

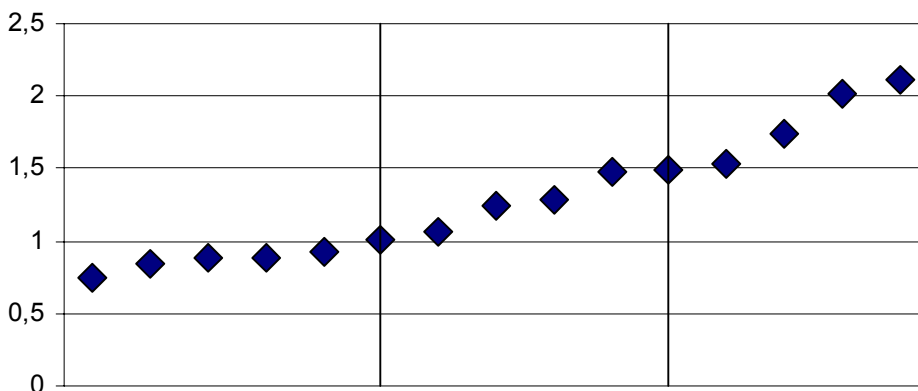


L'effet revenu du CE sur les OP agricoles peut aussi se comprendre en terme de prévisibilité et de réduction des risques des marchés. Selon W. Pariente plus que le niveau de prix lui-même, c'est sa stabilité et sa prévisibilité qui contribuent à la sécurité économique du producteur en lui permettant d'orienter efficacement ses choix d'investissements et de production (PARIENTE 2000).

Les résultats sont aussi positifs dans le secteur artisanal. L'évaluation d'OXFAM indique que pour 18 organisations étudiées, les revenus moyens seraient supérieurs de 28 % au coût d'opportunité du travail (c'est-à-dire la solution alternative au revenu du CE : prix du marché local ou international, salaire minimum, salaire moyen local, etc.). Dans 40 % des organisations, les revenus du CE y seraient supérieurs de 45 % du coût d'opportunité. Cette moyenne tomberait toutefois à 9 % si l'on pondère chacune des organisations en fonction du nombre de producteurs/salariés. Les avantages retirés par les artisans des plus grosses structures (parfois près d'un millier d'artisans comme au Ghana ou en Inde) sembleraient nettement moindres.

Surtout, dans un tiers des cas étudiés, le revenu du CE est inférieur au coût d'opportunité, c'est-à-dire que le revenu généré par la filière équitable serait moins élevé que celui d'un autre travail localement. Cette situation, pour le moins paradoxale, serait en fait un bon indicateur de ciblage de la pauvreté dans la mesure où le coût d'opportunité (l'existence même d'une alternative au revenu proposé par la filière) serait fictif dans ces cas-là (par exemple pour les projets incluant le travail des femmes ou le travail à la maison).

**Ratio revenu du CE/coût d'opportunité
exemple de 14 OP de la filière artisanat d'OXFAM**



Source : HOPKINS 2000

Dans le « cahier de propositions pour le CE », P. Johnson s'interroge sur les risques, là où l'effet revenu est effectivement sensible, liés à la création « d'îlots de prospérité » et de leurs capacités d'entraînement sur le développement local (JOHNSON 2001a). En l'absence d'effet d'entraînement, l'étude Misereor remet en cause la notion de relations commerciales de longue durée et propose de les limiter dans le temps de manière à ce que les bénéficiaires ne soient pas toujours les mêmes et qu'un nombre plus important de producteurs (ou de travailleurs) puisse avoir accès à ces conditions commerciales privilégiées (DIETZ, PIEPEL & BIESBROCK 2000).

Encadré : Les effets redistributifs du CE en Bolivie

Il existe une relative concentration des exportations vers le marché équitable parmi les différentes organisations inscrites au registre. Ainsi, six organisations sur seize n'exportent pas en 2000, soit 30 % des producteurs potentiellement bénéficiaires du CE. Par ailleurs, 6 % des familles concentrent 47 % du volume de café vendu dans les circuits équitables (données de l'année 2000). Cette situation s'explique principalement par l'histoire et les capacités différenciées des organisations. Mais cela montre également que les importateurs du CE, qui sont les véritables décideurs des bénéficiaires du CE, privilégient surtout les organisations les plus expérimentées et dont la capacité de gestion est déjà consolidée. En effet, puisque l'offre de café équitable par les OP est bien plus importante que la demande du marché, les importateurs ont la possibilité de choisir leur fournisseur de café équitable. Cette pratique ne favorise malheureusement pas l'amélioration des capacités de gestion des organisations les plus faibles et leur progression. Elle met aussi en évidence le poids des importateurs dans les décisions et les orientations du CE, sans que FLO puisse efficacement peser sur leurs stratégies. C'est également ce mécanisme qui explique que cette même situation de relative concentration du marché équitable existe à l'échelle mondiale. En effet, 40 % des OP inscrites au registre semble ne pas exporter de produits équitables et certains pays dont les filières et les organisations sont plus fiables, semblent également avoir l'avantage. Un importateur aura ainsi tendance à privilégier l'achat auprès d'une grande organisation reconnue du Mexique, plutôt qu'à une organisation d'Haïti, pénalisée par un niveau de formation moindre des producteurs et un environnement économique plus incertain. Répartition des membres bénéficiaires du CE au sein des organisations inscrites au registre FLO - Année 2000.

Tableau : Indicateurs des coopératives boliviennes de la filière café équitable

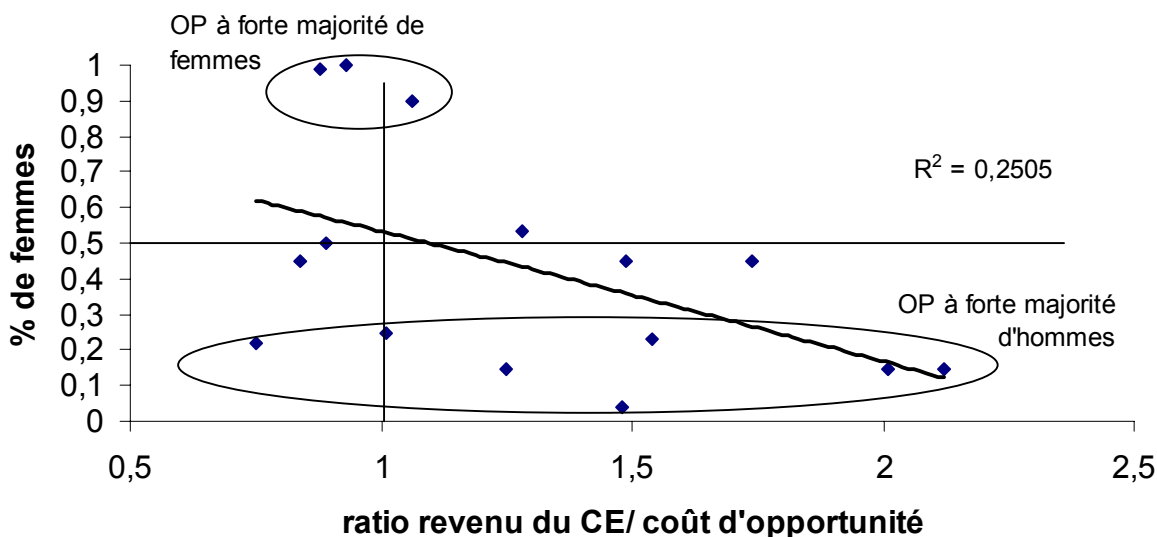
	Nombre de familles exportant dans commerce équitable	Potentiels bénéficiaires du commerce équitable	Membres passifs	Exportation commerce équitable (kg)	Kg/famille bénéficiaire
MINGA LTDA	613	613		8 004	13
CORACA IRUPANA	464	464		77 840	168
COAINE	222	222		19 600	88
CENCOOP	78	78	272	3 450	44
APROCAFE		44			0
ANTOFAGASTA	41	41		17 250	421
ALTO SAJAMA	86	86	19	8 625	100
CORACA CARRASCO		429			0
CENAPROC	104	104		19 600	188
ASOCAFE		230			0
CIANA	56	56	20	34 500	616
VILLA ORIENTE	68	68	109	78 400	1 153
CELCCAR		105	315		0
SAN JUAN		40			0
CORACA Chulumani	317	317		8 487	27
MEJILLONES		20	110		0
Total au registre	2049	2917	845	275756	95

5.1.2 Egalité homme/femme : la route est encore longue

Les résultats obtenus dans ce domaine paraissent très limités. Les études de cas régionales (Asie du Sud, Afrique de l'Est, Amérique centrale) conduites dans le cadre de l'évaluation Misereor s'accordent à souligner le peu d'attention portée dans la pratique aux questions de genre. Il n'existerait pas, hormis de rares exceptions, de mesures ou de politiques spécifiques à l'égard des femmes en dépit du rôle crucial, ne serait-ce qu'au plan économique, qu'elles jouent aussi bien au plan familial qu'au plan de la communauté. La participation des femmes aux organes de décision demeure marginale.

L'étude d'OXFAM, consacrée au secteur artisanal, apporte un point de vue plus nuancé. Dans les 18 organisations étudiées, près de la moitié (46 %) des 3 200 artisans sont des femmes. Le graphique ci-dessous montre la corrélation négative entre la proportion des femmes des OP évaluées par OXFAM et le niveau du revenu du CE par rapport au coût d'opportunité. Il apparaît clairement – dans ce cas précis bien sûr – que les OP à forte majorité de femmes (90 à 100 % des salariés) reçoivent une rémunération égale au niveau conventionnel (le coût d'opportunité) voire inférieure à celui-ci. Ce paradoxe – le CE paierait également ou moins bien que le conventionnel – peut s'expliquer par le fait que le coût d'opportunité y est totalement fictif. Les femmes de ces OP bénéficient de revenus qu'elles n'auraient pu obtenir autrement ou alors dans des conditions bien plus précaires.

ratio revenu du CE/ coût d'opportunité - % de femmes



Source : HOPKINS 2000

L'autonomie économique que peut procurer le CE aux femmes participe à la revalorisation de leur statut – même si par ailleurs, en s'ajoutant dans la plus part des cas au travail domestique, cette activité alourdit encore leur charge de travail. Pour autant, l'inégalité des rapports homme/femme et les rôles traditionnels sont difficiles à faire évoluer : les postes de responsabilité et les plus qualifiés (donc les mieux payés) demeurent massivement occupés par les hommes.

Un point à développer à cet égard est de déterminer si certains produits et/ou certaines formes d'organisation de la filière sont plus appropriées que d'autres pour traiter la question de genre.

Encadré : La participation des femmes, un chemin encore long

Au cours des supervisions, deux éléments principaux sont vérifiés : la participation des femmes et la non-restriction dans les affiliations aux coopératives.

Influencé par l'approche genre, particulièrement forte dans les pays anglo-saxons, le CE ne néglige pas la question de la participation des femmes dans les organisations. Les rapports de supervision constatent que les femmes sont présentes dans les réunions, mais n'assument pas de rôle dans les instances dirigeantes des organisations. L'évaluation effectuée par FLO en 1999 souligne également cette situation comme la principale ombre au tableau.

En réalité, en milieu andin, ce sont les familles qui sont affiliées à la coopérative, comme à la communauté, certes le plus souvent représentées par l'homme, chef de famille. Ce sont ces derniers qui sont élus dans les instances et jamais les femmes. Celles-ci pourtant s'expriment dans les réunions et jouent un rôle certain. On peut s'interroger sur la pertinence du rôle que doit jouer le CE sur cette construction culturelle qu'est le rôle des hommes et des femmes dans la société locale, mais surtout on peut constater que la supervision actuelle, comme pour les critères précédents, n'est pas un outil suffisant si on voulait avoir une influence sur cet élément.

Le principe de l'ouverture des organisations à tous est obligatoire afin d'éviter que se constituent des groupes privilégiés qui pourraient même utiliser le canal équitable pour commercialiser le café de leurs voisins et ainsi s'enrichir. La supervision de FLO s'attache surtout à vérifier s'il existe des procédures et critères d'adhésion des nouveaux membres, qui en général concernent le paiement d'un droit d'entrée minimum.

Mais, si en général cette ouverture à de nouveaux membres est formellement inscrite dans les statuts des organisations, en réalité elle ne se fait jamais. Les situations institutionnelles, liées à des superpositions historiques de différents modèles, sont très complexes et ne permettent que rarement cette souplesse. Une première situation concerne les anciennes centrales de coopératives qui se restructurent aujourd'hui à partir d'un petit groupe de producteurs bio. Dans le cas de CENCOOP, la majorité des producteurs aujourd'hui actifs ne sont même pas membres de l'organisation, ces derniers étant le plus souvent totalement démobilisés, mais gardent la propriété formelle du capital. Ce genre de situation où l'activité réelle ne correspond plus au montage institutionnel et juridique constitue un réel facteur limitant, auquel le processus de supervision du commerce équitable ne peut que difficilement répondre.

Une autre situation caractéristique concerne les coopératives de type communautaire, qui offre un service à des communautés voisines, mais ne leur ouvre pas formellement la porte de la coopérative. Cette situation peut également exister à l'intérieur d'une communauté, où toutes les familles peuvent apporter leur café, sans pour autant être formellement membre de l'organisation. Ce fonctionnement correspond aux dynamiques sociales locales, mais ne sont pas toujours totalement en accord avec les critères du commerce équitable.

Enfin, le label bio, par sa stricte identification des individus, a contribué à une nouvelle institutionnalité et identité des organisations. La certification biologique a créé des droits et des obligations que le commerce équitable n'a pas pu obtenir en raison de sa souplesse. De ce fait, l'ouverture à de nouveaux membres au commerce équitable dépend donc essentiellement de la

certification bio, puisque le plus souvent ce sont les seuls producteurs bio qui bénéficient des prix équitables.

5.1.3 Santé, éducation et investissements collectifs : des effets induits difficiles à mesurer

Sur ces différents sujets, aucune des études n'apporte d'éléments précis. L'étude OPM/IIED indique par exemple que les « bénéfiques » tirés du prix équitable au Ghana ou en Tanzanie ne sont pas nécessairement identifiés comme tels ou sont reversés à un fonds communautaire de développement, sans davantage de précisions sur leur affectation (OPM 2000). La taille de ces structures ainsi que la faible proportion de produits équitables dans le total des ventes rendent les mesures d'impact difficiles, voire sans objet.

La situation des OP d'Amérique latine est sans doute différente. Dans le cas des OP de la filière café, la prime au développement est tout simplement reversé aux producteurs (l'impact du CE sur les investissements est alors nul).

Dans le secteur artisanal, Hopkins souligne les effets positifs en termes de développement du capital humain, notamment à travers l'augmentation des dépenses d'éducation autorisées par l'amélioration des revenus (aux Philippines et au Pérou par exemple) ou par le biais de services directement fournis par les organisations d'artisans dans ces domaines (HOPKINS 2000). L'étude Misereor rappelle cependant que, face l'ampleur des besoins à couvrir dans de multiples domaines, le CE ne peut résoudre à la fois tous les problèmes de développement (DIETZ, PIEPEL & BIESBROCK 2000).

5.2 Objectif global 2 : Défendre les droits humains en soutenant la justice sociale, des pratiques soucieuses de l'environnement et la sécurité économique

5.2.1 Impact environnemental

Au même titre que le développement économique et social, le respect et la protection de l'environnement constituent l'un des objectifs du CE. Les pratiques agricoles couramment employées dans certaines filières peuvent avoir des conséquences très néfastes sur l'environnement et la santé des producteurs et/ou des travailleurs (par exemple en matière d'usage de pesticides) : de telles pratiques sont découragées, voire proscrites, par les critères du CE au profit de techniques plus durables. Si ce thème n'est pas systématiquement abordé dans les évaluations, lorsque c'est le cas et malgré l'absence de données précises, c'est pour en indiquer les effets positifs. On peut aussi souligner que le rapprochement amorcé entre le CE et l'agriculture biologique, ainsi qu'avec d'autres organismes de certification dans le domaine de l'environnement⁶, est sans aucun doute le résultat des progrès constatés dans ce domaine. Une illustration plus concrète encore est donnée par les OP mexicains de café équitable qui ont pu diversifier de manière substantielle leurs débouchés vers la filière biologique (JOHNSON 2001b)

La promotion de méthodes de production soucieuses de l'environnement est également recherchée dans le secteur de l'artisanat. Selon Hopkins, compte tenu de la diversité des situations et des pratiques, et comme pour la question de l'égalité homme/femme, il n'y a pas de réponse tranchée en termes d'impact (HOPKINS 2000). Le développement de la sculpture sur bois risque de conduire à des prélèvements forestiers excessifs, faute de programme spécifique (ex. au Ghana et en Inde). A l'inverse, des mesures appropriées ont été prises pour une meilleure gestion des déchets, pour remplacer l'usage de certains produits toxiques dans les processus de fabrication, ou réduire la consommation de bois de chauffe (Philippines, Bangladesh).

⁶ voir initiative ISEAL « International Social and Environmental Accreditation Labelling Alliance ».

Encadré : CE et agriculture biologique, concurrence ou complémentarité

Le principe général de FLO dans ce domaine est de favoriser le respect de l'environnement dans les systèmes de production. Pesticides et engrais chimiques doivent être progressivement remplacés par engrais biologiques et production intégrée.

Dans les supervisions boliviennes ces aspects ne sont que très superficiellement abordés. En réalité, la problématique de la conservation du potentiel de production des zones caféières dépend davantage de la certification biologique que du label CE, même si sur le terrain en Bolivie ils concernent les mêmes producteurs. Il est cependant évident que les prix élevés que permet le CE constitue un facteur favorable au développement de la production biologique.

5.2.2 Sécurité économique

Dans le « cahier de propositions pour le CE », P. Johnson aborde deux aspects équivoques de l'impact du CE sur la sécurité économique (JOHNSON 2001a). Le premier aspect concerne le risque de spécialisation par l'incitation à la mono-production ou mono-activité que pourrait entraîner le CE en l'absence d'alternative commerciale rémunératrice. On touche là au problème de diversification des circuits commerciaux (création de capacités d'accès aux marchés traditionnels à de meilleures conditions, accès à de nouvelles niches commerciales comme le circuit biologique), de production (introduction ou valorisation de nouvelles spéculations) voire des activités au sein des filières (investissements dans les capacités de transformation des produits de manière à capter davantage de valeur ajoutée au niveau local).

Deuxième aspect équivoque du CE – et qui est lié au problème de la spécialisation des producteurs – le CE tend à favoriser un modèle de développement du Sud fondé sur l'exportation de matières premières non ou peu transformées. La recherche de prix plus rémunérateurs à la production suffit-elle à constituer une stratégie de développement alternative ? Est-elle en soi une alternative durable à celle promue par les institutions financières internationales et par l'OMC ? Est-elle la réponse adéquate aux risques de division internationale du travail et de dépendance agricole et alimentaire vis-à-vis des marchés mondiaux ? En promouvant le commerce de longue distance sans intégrer certains coûts énergétiques (transport maritime en général, transport aérien pour les fleurs coupées) n'est-elle pas questionnable sur le plan d'une durabilité pourtant revendiquée ?

Conclusions générales

L'évaluation sommaire du CE menée dans ce document montre en premier lieu la nécessité pour les acteurs du CE d'engager un exercice de clarification de leur logique d'action. Cette logique d'action paraît pour l'heure mal ordonnée sans que soient clairement hiérarchiser les fins et les moyens. Le travail en cours sur les critères de certification devrait permettre d'alimenter cette réflexion. A l'inverse, une clarification de la logique d'action devrait aider à l'identification des critères essentiels de certification.

Plus spécifiquement nous voudrions souligner dans cette conclusion un certain nombre d'enseignements (ou interrogations) qui nous paraissent ressortir du travail.

Le premier enseignement porte sur la nécessité de maintenir, ou non, certains éléments comme objectifs spécifiques du CE. Sont concernés par cette interrogation, l'objectif de sensibilisation des consommateurs et l'objectif de mise en place d'un exemple de partenariat commercial. Ne vaudrait-il pas mieux traiter ces deux points comme des résultats plutôt que comme des objectifs ?

Le second enseignement porte sur la justification du sous-objectif d'amélioration de l'accès au marché pour les producteurs. A une justification fondée sur un nombre « d'intermédiaires » supposés trop nombreux, nous proposons de substituer une justification fondée sur la recherche de la qualité. Ce point est sensible car la dénonciation d'un nombre trop grand nombre « d'intermédiaires » occupe une place de choix dans l'argumentaire des acteurs du CE. Pourtant peu d'éléments étayaient cette position, et surtout, l'action du CE ne contribue pas toujours à réduire le nombre des « intermédiaires ».

Le troisième enseignement porte sur les perspectives à terme du CE. Le CE a-t-il vocation à devenir la norme du commerce international ou est-il destiné à n'occuper qu'une niche de marché ? Il ne s'agit pas ici d'inviter les acteurs du CE à prévoir l'avenir, mais de les inviter à faire un choix explicite et argumenté car la réponse à cette question détermine une bonne partie de la cohérence des activités mises en œuvre. En effet, comme nous avons essayé de le montrer, si le CE ne doit occuper qu'une niche du marché, alors le soutien d'une organisation de producteur ne peut qu'être temporaire et le transfert aux producteurs du surprix payé par l'importateur n'a sans doute pas beaucoup de sens.

Le quatrième enseignement porte sur l'efficacité en général du CE. Peu de données sont disponibles pour analyser ce critère. Il est vrai que le positionnement sur un marché relativement captif, et l'intérêt des bailleurs de fonds, n'incite guère à s'en préoccuper. Il s'agit pourtant d'un critère essentiel. L'identité du CE repose fondamentalement sur un discours d'efficacité relative vis-à-vis du commerce conventionnel. Mais l'efficacité sera aussi essentielle pour garantir l'avenir des acteurs du CE face leurs concurrents privés qui ne manqueront pas d'apparaître si la demande se maintient.

Bibliographie

Sources de l'étude

CHAUVEAU C. & EBERHART C., « Etude de la filière commerce équitable en Bolivie », Centre International de Coopération pour le Développement Agricole (CICDA), 2002

DIETZ M., PIEPEL K. & BIESBROCK (VAN) J., « Development impact of Fair Trade : contributions for discussions », Misereor - Bread for the world - Friederich Ebert Foundation, 2000

EFTA « Mémento du CE : les enjeux du nouveau millénaire 2001-2003 », EFTA, 2001

HOPKINS R. « Impact Assessment Study of OXFAM Fair Trade », OXFAM, 2000

JOHNSON P. (a) « Commerce équitable - Cahier de propositions pour le 21ème siècle », Fondation Charles Léopold Mayer pour le Progrès de l'Homme, Alliance pour un monde responsable, pluriel et solidaire, 2001

JOHNSON P. (b) « Le commerce équitable vu par les producteurs du Sud : le cas de la production de café au Mexique » in « Le commerce durable : vers de plus justes pratiques commerciales entre le Nord et le Sud », éd. Auroi C. & Schümperli Younossian C., Institut Universitaire d'étude sur le développement (IUED), 2001

OPM, « Overview, Impact, Challenges Study to Inform DFID's Support to Fair Trade », Oxford Policy Management (OPM), 2000

PARIENTE W. « The impact of fair trade on a coffee cooperative in Costa Rica - a producer behavior approach » DEA d'Economie du Développement, Université Paris I Panthéon Sorbonne, 2000

SOLAGRAL (a) « Les critères du commerce équitable - état des lieux du travail d'élaboration des critères du commerce équitable au sein d'IFAT et de FLO », Solagral, 2002.

SOLAGRAL (b) « Etat des lieux et enjeux du changement d'échelle du commerce équitable - Typologie des filières, marchés de consommation, gouvernance internationale », Solagral, 2002

Autres sources

ABBOT J., ROBERTS S. & ROBINS N. « Who benefits? - The reality of sustainable trade », International Institute for Environment and Development (IIED), 2000

BURNS M. « Approaches to Ethical Trade : Impact and lessons learned », Natural Resources and Ethical Trade Programme (NRET), 2000

CASERTA, A. « Creating a Fair Trade Partnership through a Fair Trade Global Communication System – Feasibility Study », NEWS!, 2001

CFSI, « L'état des lieux du commerce équitable en France en 2001 - rapport d'une enquête auprès d'un échantillon d'acteurs français du commerce équitable », Centre Français pour la Solidarité Internationale (CFSI), 2001

DRIEL (VAN) F. & SCHUURMAN F. « Evaluation of the FLO model – an analysis of the significance for the coffee farmers and coffee co-operatives », Institute of Development Studies, University of Nijmegen, 1999

EFTA « Fair Trade – Facts and Figures », EFTA, 1995, 1998 & 2001

FINE « Basis for Improved Co-operation in Fair Trade », FLO-IFAT-NEWS!-EFTA (FINE), 2001.

FTF « 2002 Report on fair trade trends in the U.S. & Canada », Fairtrade Federation, 2001

GILLIVRAY (MAC) A. « The Fair Share - the growing market share of green and ethical products », New Economics Foundation (NEF), 2000

GUITIERREZ A. « NGOs and Fairtrade, the Perspectives of Some Fairtrade Organisations », 1996

ISF, « Etude de la filière Karité au Mali et au Burkina Faso - contraintes et potentialités », Ingénieurs sans frontières (ISF), 2001

LECOMTE T. « Etude mondiale sur le commerce équitable – nécessité , opportunité et enjeux de développement du Commerce Equitable », Alter Eco PwC Conseil, 2001

MAYOUX L., « Impact assessment of fair trade and ethical entreprise development », Enterprise Development Impact Assessment Information Service, 2001

SOLAGRAL « L'évaluation du commerce équitable - Pertinence, cohérence, efficience, efficacité et impact », Solagral, 2002.

SOLAGRAL « Le prix équitable - définitions et méthodes d'évaluation », Solagral, 2002

UTTING P., « The Global Compact and Civil Society: Averting a Collision Course », UNRISD, 2002

TALLONTIRE A., « Partnerships in fair trade – Reflections from a case study of Cafédirect - Working Paper n°6 », Natural Resources and Ethical Trade Programme (NRET), 1999

TEITELBAUM S. & WARIDEL L. « Fair trade – Contributing to equitable commerce in Holland, Belgium, Switzerland and France », Equiterre (Canada), 1999

« Le commerce éthique : pour une mondialisation du progrès social », Région Nord Pas de Calais, Collectif « De l'éthique sur l'étiquette » & Centre régional de la consommation, Actes du colloque jeudi 29 mai 1999, Lille.