



ProsPER Cône Sud



PANORAMA DU COMMERCE EQUITABLE AU BRESIL

Sarah Lagente

Etudiante de l'IHEAL (Institut des Hautes Etudes d'Amérique Latine), Paris,
France

Echange universitaire avec l'Unicamp (Universidade Estadual de Campinas),
Campinas, état de São Paulo, Brésil

Etude co-orientée par :
Catherine Brabet et Dominique Pallet
CIRAD - ProsPER Cône Sud

Campinas, SP, Brésil, Juillet 2005

Avant-propos : contexte de l'étude

Cette étude a été réalisée au Brésil dans le cadre du projet Prosper Cône Sud¹ (Prospective et Partenariat Entreprise-Recherche) du CIRAD (Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement) et de la coopération régionale France-Cône Sud (Brésil, Argentine, Uruguay, Paraguay, Chili), avec l'appui de l'Unicamp-NEPA (Núcleo de Estudos e Pesquisas em Alimentação) et du Cendotec (Centre franco-brésilien de documentation scientifique et technique).

Son objectif est d'établir un état des lieux actuel du commerce équitable au Brésil : les démarches mises en place, les promoteurs et bénéficiaires.

Le travail documentaire d'analyse et de synthèse des données recueillies le plus souvent auprès des organismes et acteurs « clés » du commerce équitable au Brésil, mais aussi dans la bibliographie et sur l'internet a été effectuée d'avril à juillet 2005.

Les études sur le commerce équitable dans les pays du Sud restent aujourd'hui limitées car pour des raisons financières, les promoteurs internationaux du commerce équitable ont privilégié jusqu'ici les campagnes de sensibilisation des consommateurs des pays du Nord pour accroître la notoriété et augmenter les ventes des produits de ce secteur,

Remerciements

Les auteurs tiennent à remercier toutes les personnes et institutions ayant contribué à la réalisation de cette étude et notamment :

- Martin van Gastel, responsable de l'AOPFCJ (Articulação de Organizações de Produtores Familiares no Comércio Justo) ;
- Beat Grüninger et Felipe Arango, BSD (Business meets Social Development), bureau de liaison de FLO-Cert au Brésil, São Paulo, Etat de São Paulo ;
- Eliel Freitas du CESE (Coordenadoria Ecumênica de Serviço), Salvador da Bahia, Etat de Bahia ;
- Luiz Z. Gomes de la "Cooperativa Central de Reforma Agrária do Paraná" Ltda, Ervaterra, Etat du Paraná ;
- Rosemary Gomez de l'Organisation Non Gouvernementale FASE (Federação de Órgãos para Assistência Social e Educacional), Rio de Janeiro, Etat de Rio de Janeiro ;
- Luigi Eusebi de l'IICA (Inter-American Institute of Agricultural Sciences), consultant du SDT-MDA (Secretaria do Desenvolvimento do Trabalho - Ministério do Desenvolvimento Agrário) ;
- Flavio Cremonesi de l'Organisation Non Gouvernementale Imaflora, Piracicaba, Etat de São Paulo ;
- Fabíola M. Zerbini de l'institut Kairos São Paulo, Etat de São Paulo ;
- Gilberto Mascarenhas de la *Rede de pesquisadores brasileiros sobre o comércio justo*, URJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro), Etat de Rio de Janeiro ;
- Jean Pierre Medaets du SAF-MDA (Secretaria da Agricultura Familiar - Ministério do Desenvolvimento Agrário), Brasília, Distrito Federal ;
- Daniel Tygel, Roberto Marinho Alves da Silva, Vital Filho, Antonio Haroldo et Karla Norbye Yoshida Arns du SENAES (Secretaria Nacional da Economia Solidária), Brasília, Distrito Federal ;
- Juliane Monteiro et Rebeca Neumann de l'Organisation Non Gouvernementale Visão Mundial², Recife, Etat de Pernambuco.

¹ www.france-conesud.cl/prosper2004.html

² Organisation Non Gouvernementale catholique internationale "World Vision"

SOMMAIRE

Liste des abréviations et sigles	1
Introduction	2
I. Le commerce équitable dans le monde	3
I.1. Origine et historique du commerce équitable	3
I.2. Définition et principes du commerce équitable	4
I.2.1. Définition des termes et concepts.....	4
I.2.2. Caractéristiques et principes du commerce équitable.....	4
I.3. Les filières du commerce équitable	6
1.3.1. Les populations bénéficiaires.....	6
1.3.2. Filière intégrée et filière labellisée.....	6
1.3.3. Caractéristiques et atouts des filières.....	8
I.4. Les promoteurs internationaux du commerce équitable	10
I.4.1. EFTA, NEWS ! et FTF : les promoteurs au Nord.....	10
I.4.2. IFAT : un forum permanent Nord-Sud	11
I.4.3. FLO : l'organisation de la filière labellisée	12
I.5. Garantie du commerce équitable : marque et label officiels	13
I.5.1. Système de garantie interne et marque de l'IFAT.....	13
I.5.2. Système de certification du commerce équitable de FLO.....	14
I.6. Le secteur du commerce équitable en chiffres.....	19
I.6.1. Valeur des ventes globales du commerce équitable	19
I.6.2. Régions d'origine des produits du commerce équitable	19
I.6.3. Les pays consommateurs des produits du commerce équitable.....	20
I.6.4. Le commerce équitable de la filière labellisée en chiffres	21
II. Acteurs et bénéficiaires de la filière intégrée du commerce équitable au Brésil	23
II.1. Promoteurs de la filière intégrée au Brésil	23
II.1.1. « Visão Mundial » : une ONG d'appui au commerce équitable	23
II.1.2. L'IFAT au Brésil.	23
II.2. Les bénéficiaires au Brésil de la filière intégrée du commerce équitable	24
II.2.1. Les organisations d'artisans.....	24
II.2.2. Les organisations de producteurs.....	25
II.3. Les produits exportés sur le marché de la filière intégrée	27
II.3.1. Vente d'artisanats brésiliens sur la filière intégrée.....	27
II.3.2. Vente de produits alimentaires brésiliens sur la filière intégrée	28
III. Acteurs et bénéficiaires de la filière labellisée du commerce équitable au Brésil	29
III.1. Promoteurs de la filière labellisée au Brésil	29
III.1.1. BSD: l'agent d'inspection de FLO-Cert au Brésil.....	29
III.1.2. Ecocert : l'organisme de certification « bioéquitable »	29
III.1.3. Instituto Bio Dinâmico : créateur du label "EcoSocial"	29
III.2. Les bénéficiaires de la filière labellisée au Brésil	32
III.3. Vente des produits brésiliens certifiés «Fairtrade »	34

IV. Un commerce équitable Sud-Sud en construction au Brésil	35
IV.1. Les promoteurs du commerce équitable Sud-Sud au Brésil	35
IV.1.1. FACES: promoteur du système brésilien du commerce équitable.....	35
IV.1.2. Le gouvernement brésilien: articulation des acteurs du commerce équitable.....	38
IV.1.3. Ecovida: promoteur d'une certification éco-sociale participative.....	39
IV.1.4. AOPFCES : réseau brésilien d'OP du commerce équitable.....	41
IV.1.5. Alter Eco : première marque du commerce équitable au Brésil.....	42
IV.2. Dynamique latino-américaine du commerce équitable.....	43
IV.2.1. RELACC : créateur d'un marché latino-américain alternatif	43
IV.2.2. CLAC : réseau de producteurs latino-américains du commerce équitable	43
Conclusion	45
Références bibliographiques.....	46
Table des annexes	50
Annexe 1: Organisations qui intègrent l'Institut FACES.....	51
Annexe 2 : Critères de certification de « Bioéquitable».....	54
Annexe 3 : Critères de la certification « EcoSocial » de l'IBD	55
Annexe 4: OP sélectionnées par Alter Eco pour le projet du commerce équitable « Sud-Sud »	56
Annexe 5: Liste des organisations de producteurs de l' " Articulação de Organizações da Produção Familiar do Comércio Justo e Solidário"	57

Liste des abréviations et sigles

➤ Abréviations

CCES	Commission du Commerce Ethique et Solidaire du Brésil	(Comissão de Comércio Ético e Solidário do Brasil)
CE	Commerce Equitable	(Comércio Justo)
CES	Commerce Ethique et Solidaire	(Comércio Ético e Solidário)
CPR	Certification Participative en Réseau	(Certificação Participativa em Rede)
CS	Commerce Solidaire	(Comércio Solidário)
ES	Economie Solidaire	(Economia Solidária)
FI	Filière Intégrée	
FL	Filière Labellisée	
FTO	Fair Trade Organization	
OCE	Organisation du Commerce Equitable	
OICE	Organisation Internationale du Commerce Equitable	
ONG	Organisation Non Gouvernementale	
OP	Organisation de Producteurs	
SCES	Système du Commerce Ethique et Solidaire	(Sistema do Comércio Ético e Solidário)

➤ Sigles des institutions

AOPFCJS	Articulação de Organizações de Produtores Familiares no Comércio Justo	(Brésil)
BID	Banque Interaméricaine de Développement	
BSD	Business meets Social Development	(Suisse)
CLAC	Coordinación Latino Americana dos pequenos produtores del Comercio justo	(Amérique Latine)
IICA	Inter-American Institute of Agricultural Sciences	(Etats-Unis)
MDA	Ministerio do Desenvolvimento Agrário	(Brésil)
MDS	Ministerio do Desenvolvimento Social	(Brésil)
MMA	Ministerio do Meio Ambiente	(Brésil)
MTE	Ministério do Trabalho e Emprego	(Brésil)
OIT	Organisation Internationale du Travail	
ONU	Organisation des Nations Unies	
PRONAF	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar	(Brésil)
RELACC	Rede Latino Americana de Comercialización Comunitaria	(Amérique Latine)
SAF	Secretaria da Agricultura Familiar	(Brésil)
SDT	Secretaria do Desenvolvimento do Trabalho	(Brésil)
SENAES	Secretaria Nacional de Economia Solidária	(Brésil)
UE	Union Européenne	
UFRJ	Universidade federal do Rio de Janeiro	(Brésil)

Introduction

Bien qu'actuellement le commerce équitable (CE) ne représente que 0,02 % des échanges commerciaux mondiaux, il a connu une croissance importante en ce début de siècle (les volumes de ventes des produits labellisés « commerce équitable » se sont quasiment multipliés par trois entre 2000 et 2005, passant de 39,8 à 110 milles tonnes de produits commercialisés³).

Le CE a été mis en place dans les années 60 par des militants européens pour répondre à la demande de producteurs du Sud souhaitant plus d'équité dans les échanges commerciaux Sud-Nord. Ainsi ce commerce, basé sur le respect et la transparence, se présente comme une alternative aux règles du commerce international conventionnel qui intègre difficilement les petits producteurs des pays du Sud. En effet, l'insertion de ces derniers sur le marché du CE doit leur permettre de recevoir un prix juste pour leurs produits ainsi qu'une prime de développement.

A l'origine, le CE constitue des échanges commerciaux unilatéraux entre les producteurs du Sud marginalisés et les consommateurs sensibilisés des pays du Nord. Au Sud, il concerne les organisations de producteurs (OP), appuyées le plus souvent par des Organisations Non Gouvernementales (ONG), ainsi que quelques exportateurs agréés par le système du CE. Au Nord, ce sont les promoteurs nationaux ou internationaux du CE ainsi que des entreprises, coopératives ou associations qui commercialisent les produits du CE.

Récemment, certains pays du Sud ont manifesté leur intention de développer un marché Sud-Sud du CE avec un système propre à leur pays ou continent en adaptant les principes et critères du CE au contexte local. A titre d'exemple, le Mexique a créé l'organisation « Comercio Justo México »⁴ qui a développé un système national de certification du CE compatible avec celui du système international.

Au Brésil, il existe un intérêt et un développement croissants pour le CE. Les initiatives dans ce pays visent d'une part à promouvoir et faciliter la participation des producteurs brésiliens au marché international du CE, et d'autre part à développer un système et un marché brésiliens du CE, notamment avec l'aide d'Organisations Internationales du Commerce Equitable (OICE), d'ONG internationales et nationales, et du gouvernement.

Cette étude a pour objectif d'établir un état des lieux du CE au Brésil, pays où l'intérêt et le développement pour ce commerce sont en forte progression. Après une définition et une présentation générale du CE dans le monde, l'accent sera mis sur les principaux promoteurs et bénéficiaires des filières du CE au Brésil en soulignant leurs dynamismes et difficultés. Enfin, les différentes initiatives entreprises au Brésil pour créer un marché du CE Sud-Sud seront développées.

³ FLO, "Annual Report 03/04", Fairtrade Labelling Organizations International, 2004. (Disponible sur internet).

⁴ « Commerce Equitable Mexique » est une initiative mexicaine reconnue par FLO.

I. Le commerce équitable dans le monde

I.1. Origine et historique du commerce équitable

Le concept du CE est apparu et s'est progressivement précisé dans les pays occidentaux qui ont pris conscience que les bénéfices de la croissance des échanges internationaux n'étaient pas partagés de manière équitable par tous les pays ni par toutes les couches de la population mondiale (déséquilibres Nord-Sud, pays exclus de la mondialisation et des échanges, etc.).

Les premières initiatives du CE, initialement appelées " commerce alternatif ", sont apparues de manière atomisée en Europe à partir de petites structures militantes, ce qui peut expliquer la diversité de ses modalités et pratiques. Ce n'est qu'au cours des années 1990 que les acteurs du CE ont commencé à se structurer au niveau international.

Les principales dates et étapes « clés » du CE sont les suivantes :

Années 60 : Des acteurs français, anglais et allemands décident de créer des circuits commerciaux plus justes pour les petits producteurs du Sud. Les produits sont donc achetés directement aux producteurs en difficulté et sont revendus dans les réseaux de magasins du commerce alternatif (Oxfam, Magasins du Monde, Artisans du Monde).

1986 : Des producteurs de café du Chiapas au Mexique demande le soutien d'une ONG hollandaise pour vendre leur café sur les marchés du Nord à un prix juste afin de vivre décemment et devenir acteurs de leur propre développement. Cette initiative du Sud marque une deuxième phase dans le CE et fait référence au slogan « Trade but not Aid »⁵ porté par les initiateurs de la CNUCED (Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement) en 1964.

1988: Le label « Max Havelaar »⁶ est créé en Hollande en partenariat avec les producteurs pour permettre la vente du café du CE dans la grande distribution et ainsi augmenter les volumes de ventes.

Années 90 : D'autres pays du Nord s'engagent dans cette initiative, soit en utilisant le label Max Havelaar (par exemple, la France), soit en créant leur propre label : Transfair (Allemagne) ou Fairtrade (Royaume Uni). Par la suite, ce label est attribué à d'autres produits issus du CE comme le thé, sucre, cacao, chocolat, miel et bananes.

1989 : Création de l'IFAT (International Federation of Fair Trade) afin de promouvoir le CE aussi bien au Sud qu'au Nord. Elle réunit plus de 150 organisations d'importateurs, producteurs et ONG.

1990 : Création de l'EFTA (European Fair Trade Association) afin de renforcer les liens entre les 12 grands importateurs européens du CE.

1994 : Création de NEWS! (Network of European Worldshops), réseau européen des Magasins du Monde (MDM) qui sont des détaillants spécialisés dans le CE.

Création aux Etats-Unis de la NAATO (North American Alternative Trade Organization) qui deviendra un an plus tard la FTF (Fair Trade Federation), organisation qui réunit plus de 90 commerçants spécialisés exclusivement dans le CE.

1997: Création de la fédération internationale FLO (Fairtrade Labelling Organizations) qui regroupe 19 initiatives nationales (14 en Europe et une dans les pays ou groupes de pays suivants : Etats-Unis, Canada, Japon, Australie et Nouvelle Zélande, et une au Mexique) délivrant les labels du CE : Max Havelaar, Transfair et Fairtrade. FLO coordonne dorénavant la certification pour l'obtention de ces labels permettant une harmonisation des principes et pratiques du CE.

⁵ Du commerce mais pas de l'aide.

⁶ Max Havelaar : héros et titre d'un roman de Multatuli (1828-1887), écrivain hollandais, ancien fonctionnaire démissionnaire en Indonésie. Il dénonce dans ce roman publié en 1859 les conditions du commerce et l'exploitation des colonies.

1999: Les quatre principales OICE, FLO (Fairtrade labelling organizations), IFAT (International Federation for Alternative Trade), NEWS (Network of European Worldshops) et EFTA (European FairTrade Association) ont constitué un groupe de travail appelé FINE⁷ pour harmoniser les principes, concepts et pratiques du CE.

2004 : Restructuration de FLO pour créer une branche de certification, FLO-Cert, reconnue au niveau international par la norme ISO 65 comme organisme de certification.

I.2. Définition et principes du commerce équitable

Pendant la période d'expansion et de consolidation du CE, les organisations du commerce équitable (OCE) ont élaboré leurs propres définitions et principes du CE. Ce n'est qu'en 2001 que la « Charte du commerce équitable »⁸ a été élaborée, à la suite de réunions informelles organisées entre 1999 et 2001 par le groupe de travail FINE, dans le but d'harmoniser, entre autres, définitions, orientations stratégiques, critères et principes du CE.

I.2.1. Définition des termes et concepts

D'après le groupe FINE, le CE est défini comme un « partenariat commercial basé sur le dialogue, la transparence et le respect, qui vise plus d'équité dans le commerce international. Il contribue au développement durable en proposant de meilleures conditions commerciales aux producteurs marginalisés, spécialement dans le Sud, et en garantissant leurs droits ».

Parallèlement, d'autres concepts ont été développés pour se démarquer des pratiques du commerce conventionnel qu'il ne faut pas confondre avec le CE :

Commerce éthique : vise à garantir le respect de l'homme sur son lieu de travail dans toutes les étapes de fabrication et de commercialisation d'un produit et mettre en place un programme d'amélioration des conditions de travail et de rémunération des salariés⁹. Le CE adopte en plus des critères de développement pour les producteurs défavorisés des pays du Sud.

Commerce responsable : vise à trouver et mettre en marché des produits qui ont un maximum de retombées positives sur l'environnement et la communauté tout en contribuant au développement de l'économie locale.

Commerce Solidaire (CS): adopte les critères du CE pour des échanges Nord-Nord ou Sud-Sud.

Economie Solidaire (ES) : groupe d'activités économiques, tel que la production, distribution, consommation, l'épargne et le crédit, organisé sur le modèle de l'autogestion¹⁰.

I.2.2. Caractéristiques et principes du commerce équitable

➤ « Orientations stratégiques du commerce équitable:

- Travailler délibérément avec des producteurs et des travailleurs marginalisés de manière à les aider à passer d'une situation de vulnérabilité à une situation de sécurité et d'autosuffisance économique ;
- Donner plus de poids aux producteurs et aux travailleurs comme parties prenantes de leurs organisations ;
- Jouer activement un plus grand rôle sur la scène mondiale pour parvenir à une plus grande équité dans le commerce international. »¹¹

⁷ Acronyme : premières lettres des quatre organismes qui l'intègrent (FLO, IFAT, NEWS ! et EFTA).

⁸ Consensus de FINE, 2001.

⁹ Définition donnée par Alter Eco, www.altereco.com/Bienvenue.php, avril 2005.

¹⁰ Définition du MTE/SENAES (Ministério do Trabalho e Emprego/ Secretaria Nacional de Economia Solidária).

¹¹ Consensus de FINE, 2001.

➤ « Principes et critères du commerce équitable :

- **Engagement des organisations du CE:**

Outre un clair engagement au CE comme fondement de leur mission, elles se distinguent au delà de leurs activités commerciales par :

- La fourniture d'un soutien financier, technique et organisationnel aux producteurs,
- La sensibilisation l'opinion au Nord et au Sud,
- La mobilisation pour des changements dans les règles et pratiques du commerce international conventionnel.

- **Partenariat commercial:**

Pour en tirer un bénéfice mutuel, il doit être basé sur le dialogue, la transparence et le respect, autrement dit :

- Tenir compte des différences culturelles et des rôles de chacun,
- Être transparent sur le fonctionnement et les finances de l'organisation.
- Fournir l'information permettant de faciliter l'accès au marché,
- Maintenir un dialogue ouvert et constructif entre producteurs et acheteurs,
- Recourir au dialogue et à l'arbitrage en cas de conflit.

- **Meilleures conditions d'échanges:**

Elles passent par :

- Le paiement d'un prix équitable dans le contexte local/régional (ne couvre pas uniquement les coûts de production mais tient compte également des aspects sociaux et environnementaux,
- Le préfinancement (selon demande) de la production/récolte pour éviter l'endettement des organisations,
- La continuité et l'engagement de long terme dans les relations commerciales.

- **Garantie des droits des producteurs et travailleurs:**

La garantie et l'amélioration de ces droits signifient un engagement:

- À une rémunération équitable (en général supérieure au minimum légal),
- Au respect de la sécurité et des conditions sociales et sanitaires dans le travail,
- Au respect des conditions légales nationales et des droits fondamentaux des producteurs et travailleurs définis par les Nations-Unies,
- A l'application des normes internationales de droit du travail définies par l'Organisation Internationale du Travail (OIT).

- **Processus de développement durable**

Promouvoir l'amélioration à long terme des opportunités économiques et sociales des petits producteurs et travailleurs ainsi que des pratiques environnementales de leurs organisations, ce qui passe par:

- Le renforcement des organisations de producteurs,
- Le renforcement de la participation et de l'appropriation des producteurs et des travailleurs dans les processus de décision,
- Le soutien à la formation, au renforcement des capacités et au développement des ressources humaines (notamment celles des femmes),
- L'encouragement actif à des pratiques soucieuses de l'environnement et à l'emploi de méthodes de production responsables. »¹²

¹² Consensus de FINE, 2001.

1.3. Les filières du commerce équitable

En dépit d'une définition stabilisée, le CE connaît sur le terrain des pratiques diverses qui adoptent des démarches différentes et ne concernent pas les mêmes intervenants. Une typologie des filières, proposée en 2002 par Solagral¹³ (Solidarités Agricoles et Solidaires), classe les différentes pratiques du CE en deux grandes familles institutionnelles : la « Filière Intégrée » (FI) et la « Filière Labellisée » (FL). Partant d'un objectif commun, l'aide aux producteurs désavantagés au Sud, ces filières ont chacune leurs logiques propres pour sensibiliser le consommateur au Nord.

1.3.1. Les populations bénéficiaires

Les populations bénéficiaires du CE sont traditionnellement appelées des organisations de producteurs (OP), bien qu'elles recouvrent des réalités plus larges. Elles sont situées dans les pays du Sud et d'Amérique Latine, d'Afrique et d'Asie du Sud. Le trait commun des OP est de concerner des groupes de populations défavorisées, en marge de la croissance et/ou exposés à la pauvreté : petite paysannerie, populations urbaines en zones insalubres, communautés et minorités ethniques, femmes démunies, ménages mono-parentaux etc. Ces groupes ainsi identifiés s'appuient sur différents modes d'organisations du travail, suivant la nature et le lieu de production : production agricole ou artisanale, zones rurales, urbaines et périurbaines, etc.

En fonction de leur statut, on distingue trois catégories d'OP bénéficiaires du CE :

- Coopératives, associations de producteurs agricoles et grandes plantations ;
- Petites et micro entreprises spécifiques à l'artisanat, l'art ménager, la confection et le textile ;
- Associations et ONG locales qui apportent un appui technique ou financier aux OP afin de les aider à remplir les critères du CE et de viabilité économique. Cet appui intervient généralement à la demande et en partenariat avec les importateurs (pour les filières intégrées) ou les organismes de certification (filières labellisées) : services d'exportation, administration et comptabilité, formation et transfert technologique, etc.

1.3.2. Filière intégrée et filière labellisée

La figure 1 présente la structure générale des filières du CE proposées par Solagral (2002) ainsi que les principales caractéristiques et fonctions des intervenants:

Alors que la filière intégrée est composée d'intervenants spécialisés dans le CE, la filière labellisée vise à permettre à une entreprise conventionnelle, c'est-à-dire sans savoir-faire préalable en matière de CE, de respecter les engagements du CE pour un ou plusieurs de leurs produits. Pour ce faire, elle offre un label produit qui garantit le respect des principes du CE et que peuvent appliquer ces opérateurs conventionnels sur toutes ou partie de leurs gammes produits.

¹³ Habbart P., Lafarge L., Peteers A. & Vergriette B., « Etats des lieux et enjeux du changement de d'échelle du commerce équitable », Solagral, 2002. (Etude).

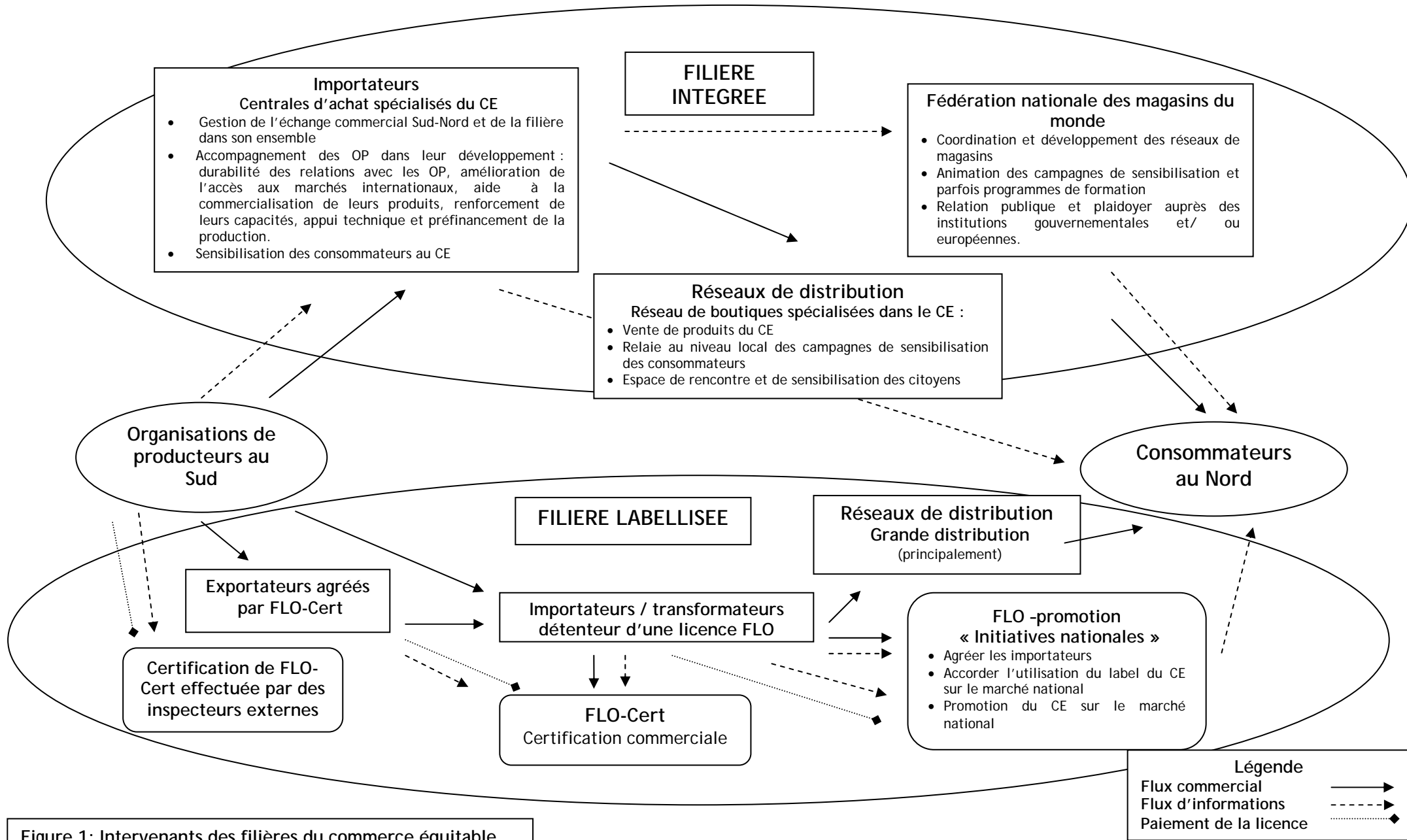


Figure 1: Intervenants des filières du commerce équitable

1.3.3. Caractéristiques et atouts des filières

Le tableau 1 présente les caractéristiques des deux filières du CE et le tableau 2 leurs atouts et faiblesses.

Tableau 1: Caractéristiques des filières du commerce équitable

Caractéristiques	Filière Intégrée	Filière labellisée
Origine	Années 1960 : ONG européennes	1988 : apparition aux Pays-Bas du Label Max Havelaar (label du CE).
Garantie du CE	<ul style="list-style-type: none"> Il n'y a pas de système de certification mis en place pour les intervenants de la filière : OP, importateurs, et réseaux de distribution. Principes du CE mis en œuvre à la manière d'une charte ou d'un code et repose sur l'engagement volontaire et l'autodéclaration. 	<ul style="list-style-type: none"> La certification « CE » ne porte que sur le produit acheté à l'OP ; Le reste de la filière ou les autres composants du produit fini vendus au consommateur ne sont pas couvertes par la certification du CE. Les principes du CE sont codifiés en critères standardisés et contractualisés entre l'organisme de certification et l'OP/entreprise du secteur conventionnel.
Engagement de l'OP	<ul style="list-style-type: none"> Mise en place d'un système de contrôle interne. Cependant, ces systèmes sont très hétérogènes et non systématiques. 	<ul style="list-style-type: none"> L'OP doit respecter les critères sociaux, économiques et environnementaux définis par le certificateur (entre autre une juste répartition des bénéfices, transparence dans la production et gestion, etc.)
Types d'intervenants	<ul style="list-style-type: none"> Tous les intervenants de la chaîne sont spécialisés dans le CE et sont dès lors appelés « organisations du commerce équitable » (OCE), à l'exception des OP). Le statut des OCE est en général de type associatif ou coopératif. 	<ul style="list-style-type: none"> Seul l'organisme de certification est une OCE. Les autres intervenants ne sont pas obligatoirement spécialisés dans le CE.
Relations commerciales Importateurs - OP	<ul style="list-style-type: none"> Les importateurs se chargent d'accompagner les OP dans leur développement en assurant la durabilité des relations avec les OP, l'amélioration de l'accès aux marchés internationaux, l'aide à la commercialisation de leurs produits, le renforcement de leurs capacités, l'appui technique et le pré-financement de la production. 	<ul style="list-style-type: none"> L'entreprise doit adopter des modalités commerciales spécifiques (dont la fixation du prix d'achat) et s'approvisionner auprès d'OP préalablement certifiées.
Produits commercialisés	<ul style="list-style-type: none"> Produits alimentaires et non alimentaires: couvrent une large gamme de produits (artisanat, textile, art ménager, alimentation, etc.) qui sont souvent peu standardisés (produits exotiques, ethniques, etc.) Une majeure partie du processus de fabrication est assurée par l'OP Faible volume d'échanges 	<ul style="list-style-type: none"> Produits agro-alimentaires de grande consommation dont les phases de transformations successives sont peu nombreuses : café, cacao, miel, thé, sucre, jus d'orange, banane et ballon de foot. Le label est attribué à une ou plusieurs gammes de produits de l'OP ou de l'entreprise. Volumes de vente en croissance et supérieurs à ceux de la filière intégrée.
Réseau de distribution	<ul style="list-style-type: none"> Principalement dans des réseaux de boutiques spécialisées dans le CE : les Magasins du Monde (MDM) 	<ul style="list-style-type: none"> Principalement dans la grande distribution (supermarchés, hypermarchés)

	<ul style="list-style-type: none"> • Autres réseaux : Achats publics (écoles, collectivités locales, organisations internationales et administration gouvernementale), ventes par correspondance/internet, centrales d'achat européennes, et dans quelques pays, grande distribution. 	<ul style="list-style-type: none"> • Autres réseaux : Réseaux de boutiques spécialisées dans le CE : Magasins du Monde.
Coût et viabilité économique	<ul style="list-style-type: none"> • Coûts fixes faibles (structures associatives et main-d'œuvre bénévole) • Difficulté pour couvrir les dépenses avec les ventes et générer des bénéfices 	<ul style="list-style-type: none"> • Dépenses conséquentes en communication et marketing pour accroître la notoriété du label et inciter la grande distribution à référencer les produits labellisés

Source : Habbart P., Lafarge L., Peteers A. & Vergriette B., « Etats des lieux et enjeux du changement de d'échelle du commerce équitable », Solagral, 2002. (Etude).

Tableau 2 : Atouts et faiblesses des filières du commerce équitable

	Filière intégrée	Filière labellisée
Atouts	<ul style="list-style-type: none"> • Coûts fixes faibles • Ventes de produits finis, ce qui permet aux OP de bénéficier d'une plus grande marge. • Ressources humaines bénévoles et militantes qui jouent un rôle de sensibilisation des consommateurs. • Aucun intervenant ne paie pour participer au CE. 	<ul style="list-style-type: none"> • Transparence des pratiques du CE avec les OP gagne la confiance des consommateurs. • Suivi des OP dans leur processus de développement durable. • Vente des produits du CE dans la grande distribution plus accessible aux consommateurs. • Ressources humaines professionnelles. • Participation de diverses entreprises spécialistes ou non du CE. • Sensibilisation des consommateurs à travers des grandes campagnes de communication. • Elaboration d'études de marché du CE dans les pays du Nord.
Faiblesses	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de professionnalisation des employés • Manque d'information sur les tendances du marché de consommation • Manque de communication et d'accompagnement des OP dans les pays du Sud • Rentabilité faible des magasins spécialisés dans le CE: ont souvent recours à des subventions publiques ou de fondations privées ou de fondations caritatives. 	<ul style="list-style-type: none"> • Coûts fixes élevés dus à une main d'œuvre professionnelle et à la participation d'entreprises privées. • Coût du label pour les OP et importateurs. • Personnel employé n'est pas systématiquement militant. • Garantie du CE ne s'applique qu'à l'achat des produits aux OP. • Certification du CE se limite aux matières premières de grande consommation.

		<ul style="list-style-type: none"> • Dépenses conséquentes en marketing et communication pour augmenter la notoriété du label et les ventes dans les grandes surfaces (ce qui s'éloigne des intérêts des producteurs du Sud).
--	--	--

Source : Habbart P., Lafarge L., Peteers A. & Vergriette B., « Etats des lieux et enjeux du changement de d'échelle du commerce équitable », Solagral, 2002.

I.4. Les promoteurs internationaux du commerce équitable

Diverses organisations, nationales et internationales, ont été créées pour développer le secteur du CE. Les organisations nationales ont comme objectif principal de promouvoir le CE dans leur pays, aussi bien auprès des institutions politiques et économiques qu'auprès des consommateurs. Les organisations internationales cherchent en particulier à harmoniser les différentes pratiques du CE entre les pays.

I.4.1. EFTA, NEWS ! et FTF : les promoteurs au Nord

Le tableau 3 présente les trois principales OICE qui promotionnent le CE exclusivement au Nord : EFTA (European Fair Trade Association), NEWS! (Networks European World Shops) et FTF (Fair Trade Federation).

Tableau 3: EFTA, NEWS ! et FTF : les promoteurs du commerce équitable au Nord.

Organisation internationale du CE	EFTA European Fair Trade Association	NEWS! Network of European World Shops	FTF Fair Trade Federation
Date de création	1990	1998	1994
Siège	Bruxelles	-	Washington D.C.
Nombre et provenance Des membres	12 importateurs dans 9 pays européens.	2700 magasins dans 13 pays européens	115 Organisations de Producteurs, grossistes et détaillants Canada et Etats-Unis
Rôle	<ul style="list-style-type: none"> • Renforcer les liens entre ses membres. • Favoriser l'échange d'informations entre ses membres. • Publier divers documents sur le CE. • Promouvoir le CE auprès des décideurs politiques et commerciaux. • Mener des campagnes de sensibilisation. 	<ul style="list-style-type: none"> • Favoriser la coopération entre ses membres. • Diffuser de l'information sur le CE à ses membres. • Organiser des conférences et des campagnes de sensibilisation. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diffuser de l'information sur le CE à ses membres.

Source : Union des Consommateurs du Québec, « Commerce équitable : bâtir des règles de marché claires pour les consommateurs », 2002. (Etude disponible sur internet).

I.4.2. IFAT : un forum permanent Nord-Sud

Les OICE agissant sur les deux parties du globe sont :

- L'IFAT (International Federation of Alternative Trade¹⁴) (Tableau 4)
- FLO (Fairtrade Labelling Organizations¹⁵) (Tableau 5)

Tableau 4: Présentation de l'IFAT

Organisation	IFAT (International Federation for Alternative Trade)
Date de création	1989
Siège	Hollande
Membres	<ul style="list-style-type: none"> • Importateurs et fédérations nationales basées au Nord • ONG du Sud et du Nord travaillant en appui des OCE et OP • OP du Sud bénéficiaires des filières
Membres associés¹⁶	<ul style="list-style-type: none"> • Bailleurs de fonds et agences de coopération internationale¹⁷
Origine et nombre des membres	<p>160 Membres et associés dont :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 61 % du Sud : Asie : 33%, Afrique : 17%. Amérique Latine et Caraïbes : 11%. • 39% du Nord : Europe : 29%. Amérique du Nord, Japon, Australie et Nouvelle Zélande, Israël : 10%
Caractéristiques	<ul style="list-style-type: none"> • Fortes représentations des OCE en Asie et sous représentation en Amérique Latine • Fortes représentations des OCE spécialisés dans l'artisanat
Rôle	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation de conférences internationales pour favoriser les partenariats entre ses membres. • Plaidoyer en faveur des producteurs exploités auprès des gouvernements nationaux et des institutions du commerce international. • Développement de critères du CE internationalement reconnus. • Echange d'information entre ses membres pour augmenter les ventes et renforcer le travail de sensibilisation des consommateurs du CE.

Source : Union des Consommateurs du Québec, « Commerce équitable : bâtir des règles de marché claires pour les consommateurs », 2002. (Etude disponible sur internet).

¹⁴ Fédération internationale du Commerce Alternatif

¹⁵ Organisations de labellisation du Commerce Equitable

¹⁶ Appelés « observateurs »

¹⁷ Ces agences de coopération internationale fournissent un soutien financier à des OCE ou qui soutiennent des campagnes relatives au CE.

I.4.3. FLO : l'organisation de la filière labellisée

Tableau 5: Présentation de FLO (Fairtrade Labelling Organisations)

Membres de la fédération internationale FLO	FLO eV	FLO-Cert Ltd	Initiatives nationales de FLO
Statut	Association	Entreprise de certification	Association
Siège	Allemagne	Allemagne	Pays des initiatives nationales
Rôle	<ul style="list-style-type: none"> Définition des critères du CE en collaboration avec des représentants de tous les intervenants de la filière Mise en relation des importateurs et OP pour faciliter la commercialisation du CE Sensibilisation des consommateurs des pays du Nord au CE 	<ul style="list-style-type: none"> Certification des OP au Sud Certification commerciale des exportateurs, importateurs et transformateurs 	<ul style="list-style-type: none"> Certification commerciale des entreprises détenteurs de marques. (excepté en France où le bureau de FLO-Cert à Paris s'en charge) Attribution de la licence du label du CE aux entreprises détenteurs de marques Promotion du CE de FLO sur leur marché
Membres	–	<ul style="list-style-type: none"> 462 organisations de producteurs (Soient 800 000 producteurs): <ul style="list-style-type: none"> Amérique du Sud: 62% Asie: 16% Afrique: 22 % 455 commerçants agréés 	<ul style="list-style-type: none"> 19 Initiatives nationales de FLO: Max Havelaar : Hollande, France, Belgique, Danemark, Norvège, Suisse. Transfair : Allemagne, USA, Canada, Italie, Luxembourg. Fairtrade : Grande Bretagne, Irlande, Autriche, Japon, Finlande, Suède et Australie et Nouvelle Zélande. Comércio Justo : Mexique <ul style="list-style-type: none"> Antenne Fairtrade: Salvador.
Caractéristiques	<ul style="list-style-type: none"> Forte représentation des OP certifiées en Amérique Latine et sous représentation en Asie Centrage sur les produits de grande consommation 		

Source: FLO-Cert, "Summary of FLO-Cert Certification Procedures", Fairtrade Labelling Organizations, 2004. (Document interne) ; Young J. "Overview of FLO Trade Certification", Fairtrade Labelling Organizations, mai 2005. (Document interne). FLO. Fairtrade Labelling Organizations International. [Page consultée le 5 avril 2005]. Disponible en ligne : <http://www.fairtrade.net>

I.5. Garantie du commerce équitable : marque et label officiels

Pour garantir le respect des critères du CE, au Sud comme au Nord, l'IFAT et FLO ont développé des systèmes de garantie qui s'appuient sur des démarches différentes. Alors que l'IFAT a développé un système de contrôle interne pour ses membres affiliés, FLO a adopté un mode de certification par une tierce partie.

I.5.1. Système de garantie interne et marque de l'IFAT

L'IFAT a mis en place un système de contrôle interne de tous ses membres (producteurs, exportateurs, importateurs et magasins du CE) pour garantir le respect de critères du CE qu'elle a définis :

- Transparence et responsabilité;
- Renforcement des capacités et compétences des producteurs ;
- Promotion du CE;
- Application d'un prix juste;
- Egalités des sexes;
- Respect des conditions de travail des producteurs ;
- Limitation du travail des enfants;
- Respect de l'environnement.

➤ Les procédures de contrôle interne mise en place par l'IFAT

Pour agréer ses membres, l'IFAT a élaboré le «Monitoring Handbook»¹⁸ comprenant un code de conduite, les pratiques, la philosophie du mouvement et le système d'évaluation de ses membres. Sa dernière modification a été effectuée en 2004. Le système d'évaluation interne pour contrôler l'adhésion de ses membres aux principes du CE se divise en trois phases :

- **Auto-évaluation:** l'organisation, future membre ou membre de l'IFAT, examine dans un premier temps ses pratiques liées au CE et évalue dans quelles mesures les critères du CE sont atteints. Dans un second temps, elle définira des objectifs d'amélioration.

- **Examen mutuel :** les partenaires producteurs et acheteurs membres de l'IFAT procèdent à un échange de leur auto-évaluation dans le but de mieux connaître les pratiques de chacun et d'établir des relations transparentes.

- **Contrôle externe :** 5 à 10 % des membres de l'IFAT sont sélectionnés chaque année pour être contrôlés par des consultants indépendants ou des ONG. Cette inspection inclue entre autre une vérification de l'auto-évaluation.

➤ FTO: la marque de l'IFAT

En 2004, l'IFAT a développé sa marque « Fair Trade Organization » (FTO), que les membres de l'IFAT peuvent utiliser comme garantie du respect des critères du CE.

Son logo est le suivant :



¹⁸ IFAT. "The FTO mark", *International Federation for Alternative Trade*. [Page consultée le 23 avril 2005]. Disponible en ligne: <http://www.ifat.org/theftomark.shtml>

Cette marque est attribuée aux organisations adhérentes à l'IFAT, contrairement au label de FLO qui s'attribue à un produit. L'objectif de la marque FTO est de donner de la crédibilité à une institution participant directement ou indirectement dans le secteur du CE. Elle vise aussi à favoriser une homogénéisation des pratiques du CE et à faciliter la coopération entre les différents partenaires commerciaux de la filière intégrée du CE.

Pour les OP qui commercialisent des produits pour lesquels il n'existe pas de standards de certification FLO, la marque FTO peut représenter une alternative de garantie du respect des principes du CE (par exemple, l'artisanat, certains fruits tropicaux).

➤ Coût de l'adhésion à l'IFAT

Le tableau 6 présente les différents coûts d'adhésion à l'IFAT en fonction du type d'organisation et de son chiffre d'affaire annuel.

Tableau 6: Classification des coûts d'adhésion à l'IFAT

Types de candidats	Commerçants Membres Ventes < USD 150 000	Commerçants Membres Ventes entre USD 150000 et 750000	Commerçants Membres Ventes entre USD 750000 et 5 millions	Commerçants Membres Ventes > USD 5 millions	Organisation non Commerçante revenus < USD 250 000	Organisation non Commerçante revenus > USD 250 000
Taxe de l'IFAT	USD 320	0,22 % des ventes	USD 1650	USD 2500	USD 750	USD 1250

Source: IFAT. "The FTO mark", International Federation for Alternative Trade. [Page consultée le 23 avril 2005]. Disponible en ligne: <http://www.ifat.org/theftomark.shtml>

I.5.2. Système de certification du commerce équitable de FLO

La fédération internationale FLO a mis en place un système de certification pour chaque intervenant de la filière labellisée qui débouche sur un label utilisé uniquement sur les produits finis vendus aux consommateurs. Selon les « initiatives nationales » de FLO, ce label peut s'appeler « Max Havelaar »¹⁹, « Fairtrade »²⁰ ou « Transfair »²¹.



➤ Les Critères de certification de FLO²²

Il existe trois types de critères:

- Critères généraux relatifs aux producteurs
- Critères généraux pour les commerçants
- Critères spécifiques relatifs aux produits

- Les Critères généraux pour les producteurs

Il existe deux séries de critères généraux relatifs aux producteurs.

¹⁹ En Hollande, France, Belgique, Danemark, Norvège et Suisse.

²⁰ En Allemagne, USA, Canada, Italie et Luxembourg.

²¹ En Grande Bretagne, Irlande, Autriche, Japon, Finlande, Suède, Australie et Nouvelle Zélande.

²² Voir les standards génériques de FLO sur la page internet: www.fairtrade.net/sites/standards/standards.html

La première série de critères concerne les **petits cultivateurs** regroupés au sein d'une structure démocratique et participative. Ils se basent sur les principes suivants:

- Transparence
- Absence de discrimination
- Capacité d'exportation
- Protection de l'environnement
- Développement social
- Utilisation des bénéfices du CE pour le développement économique et social des producteurs.

La seconde série concerne les **travailleurs** dont l'employeur offre un salaire correct, garantit la liberté syndicale et pourvoit si nécessaire à leur logement. Dans les plantations et les usines, des critères minimums de santé, de sécurité et d'environnement doivent être respectés, et le travail des enfants, ainsi que le travail forcé, sont interdits.

Chaque critère présente des exigences minimales et de progrès.

Les **exigences minimales** sont des conditions d'adhésion auxquelles les producteurs doivent répondre pour être agréés. Ces dernières visent à garantir que:

- les revenus ou les avantages sont perçus par les cultivateurs et/ou les travailleurs;
- le CE est un potentiel de développement durable ;
- le CE est une option avantageuse pour cette organisation.

Les **exigences de progrès** visent à encourager les producteurs à améliorer constamment les conditions de travail et la qualité du produit pour augmenter la durabilité écologique de leurs activités, et à investir dans le développement de leur organisation, de leurs producteurs et travailleurs.

▪ Les critères commerciaux

Les critères commerciaux déterminent la relation entre les producteurs et les commerçants. Ces derniers sont tenus de:

- Payer un prix qui couvre les coûts d'une production et d'un mode de vie durables;
- Payer une prime qui permet aux producteurs d'investir dans le développement;
- Faire un préfinancement de la récolte et commercialisation si les producteurs le demandent;
- Conclure des contrats qui permettent une planification à long terme et une production durable.

• Les critères spécifiques relatifs aux produits

Ceux-ci affinent, par produit, les critères généraux et les critères commerciaux. Ils déterminent le prix minimum, la qualité minimum et les normes de transformation, les normes environnementales spécifiques, etc.

FLO a développé des critères spécifiques pour les produits suivants : café, thé, cacao, sucre, miel, bananes, fruits et légumes frais, fruits secs, jus de fruits, riz, fleurs, vins, ballons de sport, quinoa, épices et fruits tropicaux.

➤ Les procédures de certification de la filière labellisée

Le tableau 7 présente le système de certification de la filière labellisée mis en place par FLO-Cert.

Tableau 7: Les procédures de certification de la filière labellisée

Acteurs agréés de la filière	Organe de certification de FLO	Critères de certification	Procédure de certification	Certificat ou label
<p>Organisations de Producteurs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Petits producteurs organisés en coopératives, associations ou autre forme d'organisation capables de contribuer au développement économique et social de leurs membres et de leur communauté et démocratiquement contrôlés par leurs membres. ou • Travailleurs de plantations, entreprises, usines, industries de transformation, fermes, etc. qui doivent être organisés, généralement en syndicat. De plus, l'entreprise pour laquelle ils travaillent doit être disposée à promouvoir le développement social et économique des travailleurs et distribuer les bénéfices du CE. 	<p>FLO-Cert</p> <p>Organisme de certification de FLO qui travaille avec des consultants externes (individuels ou travaillant dans des organisations d'inspection).</p> <p>Ces derniers sont, dans la mesure du possible, du personnel local et bénéficient d'une formation aux procédures de FLO.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Critères généraux pour les producteurs <p>ou</p> <ul style="list-style-type: none"> • Critères généraux pour les travailleurs <ul style="list-style-type: none"> • Certains critères spécifiques au produit concernant les producteurs. 	<ul style="list-style-type: none"> • Un consultant effectue une fois par an une visite auprès des OP. • Les rapports de contrôle sont remis au Comité de Certification de FLO-Cert, qui renouvelle ou retire l'agrément. 	<p>Certificat « fairtrade » généralement d'une validité d'1 an.</p> <p>Mais la durée de la validité peut-être flexible dans certains cas.</p>
<p>Exportateurs / Importateurs</p> <p>Entreprises qui commercialisent les produits du CE provenant des OP certifiées.</p>	<p>FLO-Cert</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Critères généraux de commercialisation • Certains critères de commercialisation spécifiques au produit. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contrôle administratif : commerçants agréés remettent un rapport trimestriel de leurs transactions via le CE. • Contrôle physique : Le consultant vérifie par le biais des contrats, factures, prix payés et ordres de paiement le respect des critères commerciaux de FLO. • Réalisation d'un audit annuel externe sur les transactions des produits du CE dont les coûts est assumés par les exportateurs /importateurs.²³ 	<p>Contrat d'exportateur/ importateur de FLO</p>

²³ Dans le futur, FLO-Cert compte assumer cet audit et sera pris en charge par les commerçants.

Tableau 7: Les procédures de certification de la filière labellisée (suite)

Acteurs agréés de la filière	Organe de certification de FLO	Critères de certification	Procédure de certification	Certificat ou label
<p align="center">Transformateurs</p> <p>Entreprises qui transforment ou industrialisent les produits d'entreprises possédant le label du CE.</p>	<p align="center">Initiatives Nationales membres de FLO</p>	<p>Pas de critères spécifiques aux transformateurs.</p> <p>Contrainte : adopter une gestion administrative distincte pour les produits du CE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contrôle administratif pour vérifier s'il existe une gestion administrative distincte pour les produits issus du CE ; • Contrôle physique pour s'assurer que le stock physique des produits du CE corresponde au stock mentionné dans les rapports et que celui-ci soit différencié dans les rapports de production. 	<p align="center">Contrat de transformateurs</p>
<p align="center">Entreprises détenteur d'une marque</p> <p>Entreprise qui commercialise des produits labellisés sous leur marque, grâce à l'obtention de la licence de FLO du label.</p>	<p align="center">Initiatives Nationales membres de FLO (excepté en France où l'antenne de FLO-Cert basée à Paris s'en charge)</p>	<p>Pour obtenir et conserver une licence, les entreprises qui vendent des produits arborant le logo du CE doivent se conformer aux exigences suivantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maintenir des systèmes administratifs distincts si l'entreprise vend à la fois des produits conventionnels et des produits du CE; • Effectuer des rapports trimestriels des transactions avec les commerçants/producteurs; • Payer des droits de licence sur le volume des produits vendus ; • Se prêter à des vérifications de leurs dossiers ; • Utiliser le logo du CE de FLO conformément aux normes élaborées, pour assurer la protection du consommateur. 	<ul style="list-style-type: none"> • Le contrôle effectué porte sur les volumes de vente du produit labellisé. 	<p>Titulaire d'une licence pour le label de FLO du CE :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Max Havelaar - Transfair ou - Fairtrade

Source : Max Havelaar Belgique, « Contrôle, critères internationaux du commerce équitable, certification et exemple de contrôle » [en ligne]. Association Max Havelaar Belgique. [Page consultée le 3 mai 2005]. Disponible en ligne: <http://www.maxhavelaar.com/fr/page.php/controle> ; TransFair Canada, « Normes et procédures » [en ligne]. Association TransFair Canada. Mis à jour en 2004. [Page consultée le 4 mai 2005]. Disponible en ligne: <http://www.transfair.ca/fr/commerceequitable/normes/>

➤ Coût de la certification de FLO

La certification de FLO est basée sur un système privé et externe, ce qui implique un coût élevé. FLO a choisi ce système de certification externe afin d'assurer aux OP des relations commerciales durables et stables.

- **Coût de la certification des organisations de producteurs**

Pour la certification initiale de FLO-Cert, les OP doivent payer des frais d'inscription qui varient en fonction du nombre de producteurs.

Pour le renouvellement de la certification, le coût de la certification est semi-fixe : il se compose de frais d'inscription annuel de 500 euros et de taxes représentant 0,45 % de la valeur des ventes du CE (Tableau 8).

Tableau 8: Frais d'inscription pour la certification initiale des organisations de producteurs

Nombre de Travailleurs organisés	Organisations de producteurs		Coût (en Euro)
	1 ^{er} grade (nombre de membres)	2 ^{eme} grade (nombre de coopératives)	
< 500	< 500	-	2000
> 500	> 500	< 10	2800
>1000	-	10 - 30	3600
-	-	31 -100	4400
-	-	> 100	5200

Source: FLO. « How to become FLO certified », Fairtrade Labelling Organizations International. [Page consultée le 5 avril 2005]. Disponible en ligne : <http://www.fairtrade.net/sites/certification>

- **Coût de la certification des commerçants (exportateurs, importateurs et transformateurs)**

Pour la certification initiale, les commerçants agréés par FLO-Cert doivent payer des frais d'inscription dont le tarif est défini en fonction de leur chiffre d'affaire annuel. Pour le renouvellement de la certification, le coût de la certification est semi-fixe: il se compose de frais d'inscription annuel et d'une taxe représentant 0,25 % de la valeur des ventes du CE. La taxe est cependant comprise entre une valeur minimale et une valeur maximale, définies en fonction du chiffre d'affaire de l'entreprise agréée (Tableau 9).

Tableau 9: Coûts de la certification des commerçants agréés par FLO-Cert

Chiffre d'affaire annuel (CE et conventionnel)	Frais d'inscription pour les agréés (Euros)		Taxe annuelle sur les ventes du CE (Euros)	
	Pour la 1 ^{ère} année de certification	Pour le renouvellement de la certification ou pour un autre produit	Taxe minimum	Taxe maximum
Moins de 1 million d'Euro	500	250	500	1000
Entre 1 et 2,5 millions d'Euro	1000	500	1000	2000
Supérieur à 2,5 millions d'Euro	2000	500	2000	4000

Source: FLO. « How to become FLO registered », Fairtrade Labelling Organizations International. [Page consultée le 5 avril 2005]. Disponible en ligne : <http://www.fairtrade.net/sites/certification/registered.html>

I.6. Le secteur du commerce équitable en chiffres

Les (OICE) effectuent des études statistiques en moyenne tous les deux ans à partir de leurs bases de données internes. Cependant, ces études se limitent au cadre de leurs actions et aucune étude statistique du secteur global du CE n'a encore été entreprise. Il est donc difficile de trouver des données statistiques récentes complètes.

I.6.1. Valeur des ventes globales du commerce équitable

En 2005, le CE représente 0,02 % du commerce mondial²⁴ et un chiffre d'affaire de 400 millions d'euros en 2003.

En 2001, les ventes du CE de la filière labellisée représentaient plus des trois-quarts des ventes totales du CE toute région confondue (Europe, Amérique du Nord ou Pacifique). Les données de 2002 pour l'Amérique du Nord montrent une augmentation des ventes du CE de 34 %. Ces augmentations restent néanmoins largement supérieures pour la filière labellisée : 46 % d'augmentation de la valeur des ventes par rapport à 2001 contre 11 %, pour la filière intégrée. De la même manière, la valeur générale des ventes des produits issus du commerce équitable dans la rive du Pacifique augmente de 17 % entre 2001 et 2002. On remarque également à l'image de l'Amérique du Nord une augmentation des ventes au travers de la filière labellisée (+ 18 % contre + 8 % pour la filière intégrée). (Tableau 10).

Tableau 10: Valeur des ventes du commerce équitable par filière et par région (Millions d'euros)²⁵

Régions	2001			2002		
	Filière Intégrée	Filière Labellisée	Total	Filière Intégrée	Filière Labellisée	Total
Europe	45 (19,6%)	185 (80,4%)	230	-	-	-
Amérique du Nord (Canada et USA)	53,87 (34,6%)	101,70 (65,4%)	155,57	59,65 (28,6%)	148,70 (71,4%)	208,35
Rive du Pacifique (Japon, Australie et Nouvelle Zélande)	11,06 (17,2%)	53,42 (82,85%)	64,48	11,99 (15,9%)	63,26 (84,1%)	75,25
TOTAL	109,93 (24,4%)	340,12 (75,6%)	450,05	-	-	-

Source : FTF, "Report on Fair Trade Trends 2002-2003 in USA and Canada & the Pacific Rim", Fair Trade Federation, 2004. (Disponible sur internet) ; Kriens J.M., "Facts and Figures on the Fairtrade Sector in 18 European Countries, 2001", European FairTrade Association (EFTA). (Disponible sur internet).

I.6.2. Régions d'origine des produits du commerce équitable

En Amérique du Nord, l'Asie fournit 46 % des produits de la filière intégrée contre 3 % pour la filière labellisée. A l'inverse, l'Amérique du Sud et l'Amérique Centrale fournissent plus de 90% des produits intégrant la filière labellisée (Tableau 11).

²⁴ Breuillac, S., "La France va se doter d'une norme pour le Commerce Equitable », article du quotidien Le Monde», 2 mai 2005.

²⁵ Convertis de l'USD à l'Euro. Taux de change en 2001 : 1USD =1,117538 euro. En 2002, 1 USD =1,061382 euro.

Tableau 11: Provenance des produits du marché équitable en 2002

Régions d'origine des produits du CE	Filière Intégrée			Filière Labellisée	
	Amérique du Nord	Europe	Rive du Pacifique	Amérique du Nord	Europe
Asie	46%	40%	72 %	3 %	-
Afrique	6%	26%	7 %	7 %	-
Amérique Centrale	27%	34%	3 %	57 %	-
Amérique du Sud	21%		9 %	33 %	-
Autres			9 %		-

Source: FTF, "Report on Fair Trade Trends 2002-2003 in USA and Canada & the Pacific Rim", Fair Trade Federation. (Disponible sur internet); Kriens J.M., "Facts and Figures on the Fairtrade Sector in 18 European Countries, 2001", European FairTrade Association (EFTA), Slazurb, 2002. (Disponible sur internet). FLO, "Annual Report 03/04", Fairtrade Labelling Organizations International. (Disponible sur internet).

1.6.3. Les pays consommateurs des produits du commerce équitable

D'après la Figure 2, les pays les plus consommateurs du CE en 2001 étaient les USA, l'Allemagne, le Royaume Uni et la Hollande. Néanmoins, si l'on divise les valeurs de ventes en millions d'euros par le nombre d'habitants, on obtient une consommation moyenne par an et par habitant qui présente de fortes variations. A titre d'exemple, en 2001, un suisse a consommé en moyenne 7 euros de produits issus du CE alors qu'un américain en a consommé 0,40 euros.

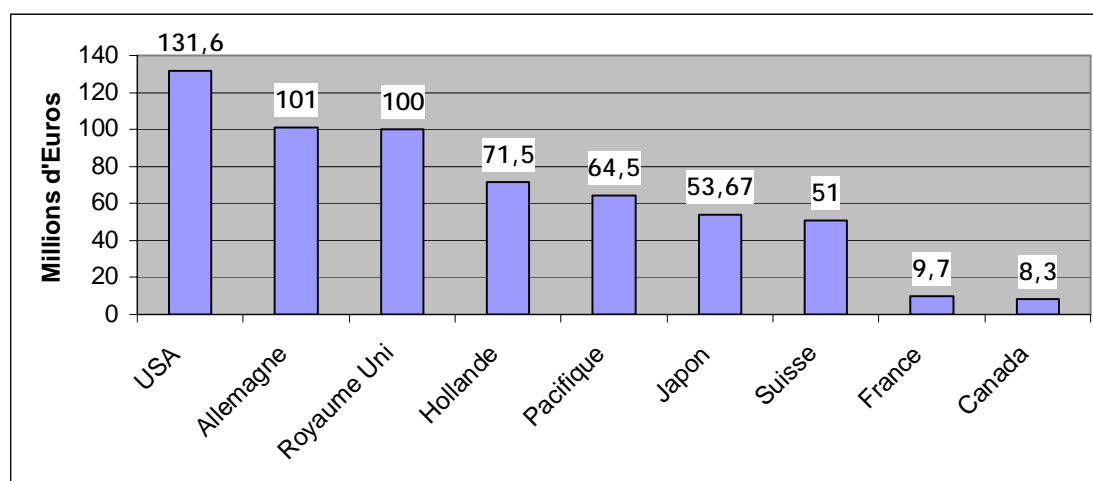


Figure 2: Valeur de consommations des produits du commerce équitable par pays en 2001

Source: FTF, "Report on Fair Trade Trends 2002-2003 in USA and Canada & the Pacific Rim", Fair Trade Federation. (Disponible sur internet); Kriens J.M., "Facts and Figures on the Fairtrade Sector in 18 European Countries, 2001", European FairTrade Association (EFTA), Slazurb, 2002. (Disponible sur internet).

En 2003, les deux marchés du CE les plus importants étaient le Royaume Uni et la Suisse, avec un volume de 24 et 23 millions de tonnes respectivement²⁶. Cependant, les pays qui présentaient la plus forte croissance de leur marché du CE étaient l'Italie et les USA.

²⁶ FLO, "Annual Report 03/04", Fairtrade Labelling Organizations International, 2004. (Disponible sur internet).

1.6.4. Le commerce équitable de la filière labellisée en chiffres

D'après le tableau 12, on peut noter que :

- Les acteurs participants dans la filière labellisée tels que les OP et négociants sont en augmentation.
- Les volumes de ventes du CE ont presque doublé en deux ans (85 %), alors qu'en valeur, elles n'ont augmenté que de 70 %.
- La fédération internationale FLO connaît aussi une forte croissance dans le monde, en augmentant son personnel et en intégrant des nouvelles associations dans différents pays du monde.

Tableau 12: Données générales de FLO

	2002	2003	2004
Nombre d'organisations de producteurs certifiées	302	337	433
Nombre de négociants enregistrés	253	297	406
Ventes estimées (sans les fleurs). (Milliers de tonnes)	59	83	110
Total du surplus et de la prime (millions d'USD)	38	44	50
Valeur des ventes estimées (millions d'USD)	300	400	500
Nombre de membres de l'équipe FLO (FLO Cert)	16 (6)	20 (9)	33 (16)
Nombre d'associations membres de la fédération internationale FLO (nombre de pays)	6 (13)	7 (19)	8 (20)

Source: FLO, "Annual Report 03/04", Fairtrade Labelling Organizations International, 2004. (Disponible sur internet).

Le volume de ventes des produits certifiés par FLO ne cesse de croître : en 10 ans, il a été multiplié par 4,2 et depuis 2003, il a quasiment doublé, atteignant 110 millions de tonnes. (Figure 3).

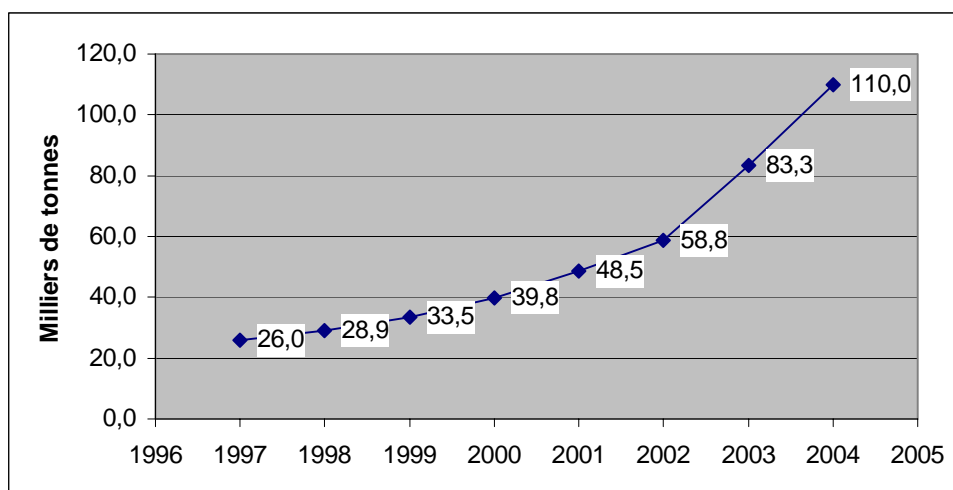


Figure 3: Evolution du volume de vente du CE certifié par FLO (Milliers de tonnes)

Source: FLO, "Annual Report 03/04", Fairtrade Labelling Organizations International, 2004. (Disponible sur internet).

La figure 4 compare les volumes de ventes des produits certifiés par FLO entre 2002 et 2003 :

- Bien que le café ait été le produit traditionnel dans les débuts du CE, la banane est actuellement le produit phare, présentant des volumes largement supérieur aux autres (61% du volume total des ventes des produits labellisés par FLO en 2003). Son volume de ventes a fortement augmenté, atteignant une croissance de 40% entre 2002 et 2003.
- La café reste un produit du CE important (24 % du volume total des ventes des produits labellisés par FLO en 2003), avec une croissance de 26% entre 2002 et 2003.
- Les volumes de ventes des produits introduits plus récemment sur le marché du CE labellisé, tels que le thé, le miel, le sucre et le riz, n'ont pas encore eu une percée significative sur ce marché. Ils sont cependant en croissance.
- Les fruits frais (hors bananes) introduits en 2003 ont connu un volume de ventes important, en comparaison avec le miel et le sucre qui ont été commercialisés depuis 1997.²⁷

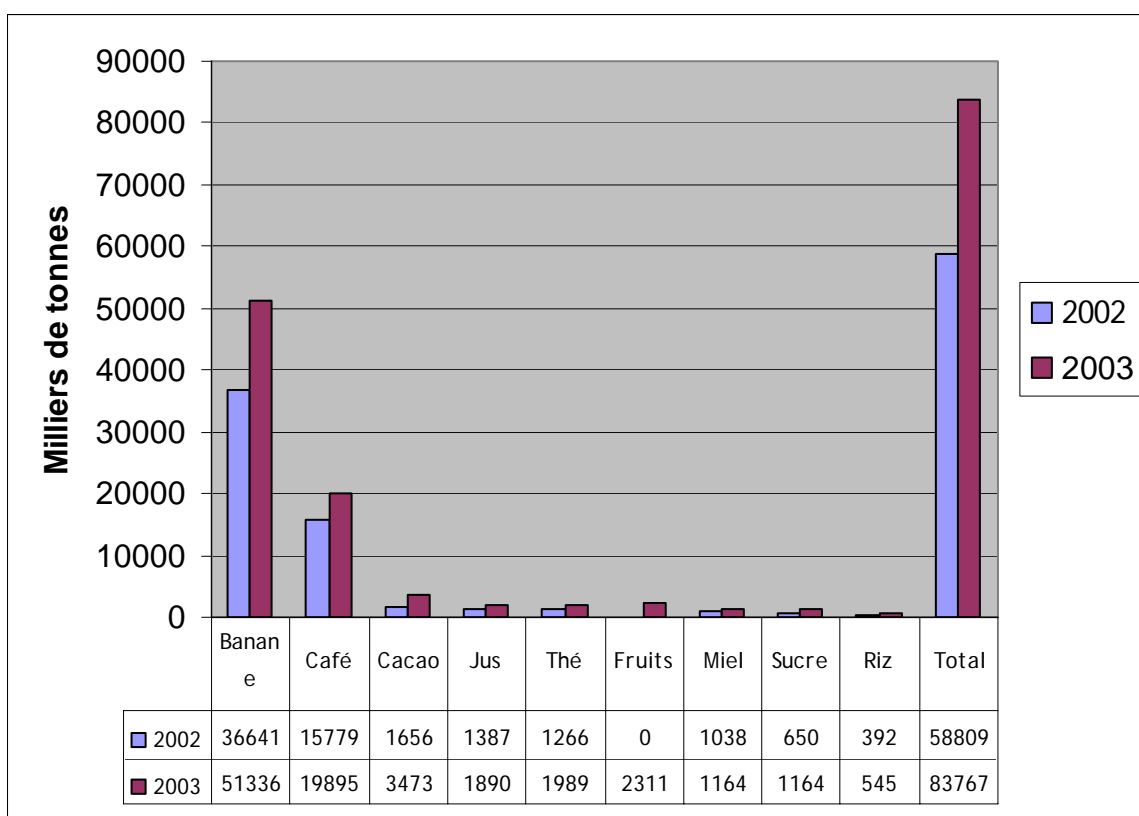


Figure 4: Volume des ventes des produits certifiés par FLO (Milliers de tonnes)

Source: FLO, "Annual Report 03/04", Fairtrade Labelling Organizations International, 2004. (Disponible sur internet).

²⁷ Le riz a été introduit sur le marché du CE labellisé en 2002, ce qui peut expliquer son volume faible.

II. Acteurs et bénéficiaires de la filière intégrée du commerce équitable au Brésil

Le CE a été introduit au Brésil par le biais de la filière intégrée dans les années 70. Selon l'ONG « Visão Mundial »²⁸, des coopératives d'artisans ont exporté leurs produits sur le marché du « commerce alternatif » européen avec l'appui d'œuvres caritatives liées à des mouvements religieux. Depuis, le CE de cette filière s'est développé au Brésil grâce à des importateurs européens spécialisés dans le CE comme CTM (Italie), Claro (Suisse) et Solidar'Monde (France)²⁹, qui achetèrent des produits à des OP brésiliennes.

II.1. Promoteurs de la filière intégrée au Brésil

II.1.1. « Visão Mundial » : une ONG d'appui au commerce équitable

En 1999, l'ONG catholique internationale « Visão Mundial » a développé le programme « comércio justo e solidário »³⁰ visant à améliorer la rentabilité artisanale et agricole des petits producteurs. Le programme constitue un appui à la production, commercialisation et défense des droits de ces producteurs brésiliens de soixante communautés du Nord-Est brésilien. Leurs produits, principalement de l'artisanat et des noix de cajou, ont été exportés par l'intermédiaire d'une petite entreprise privée, « Sociedade de Incentivos aos Pequenos Produtos do Rio Grande do Norte », sur le marché de la filière intégrée du CE dans les Magasins du Monde (Claro en Suisse, Eza en Autriche et CTM en Italie)³¹.

En mars 2005, « Visão Mundial » a créé « Ética-Comércio Solidário », entreprise sans but lucratif, avec l'aide financière de la Banque Interaméricaine de Développement (BID). L'objectif d'« Ética-Comércio Solidário » est de commercialiser les produits (des communautés bénéficiaires du programme « comércio justo e solidário ») sur le marché national et international, en respectant les critères du CES définis par FACES do Brasil³².

A l'international, « Ética-Comércio Solidário » compte être un intermédiaire pour aider les communautés à exporter leurs artisanats et produits agricoles sur le marché de la filière intégrée du CE. Pour la commercialisation sur le marché national, « Ética-Comércio Solidário » a ouvert une boutique à Recife (Etat du Pernambuco, Nord-est du Brésil). Elle est aussi en cours de négociation pour commercialiser ces produits dans les réseaux de Tok Stok et Pão de Açúcar.

Ética-Comércio Solidário est administrée par différentes organisations de producteurs qui regroupent près de 3000 membres dans 37 municipalités différentes localisées essentiellement dans l'Etat du Rio Grande do Norte, Alagoas et Pernambuco (Nord-Est du Brésil). Elle est associée à l'ONG « Visão Mundial », au CAATINGA (Centro de Associação e Apoio aos trabalhadores), au CDCRA (Conselho de Desenvolvimento das Comunidades Reunidas do Município de Apodi) et à l'AACC (Associação de Apoio às Comunidades do Campo Rio Grande do Norte).

II.1.2. L'IFAT au Brésil.

L'IFAT, forum du CE Nord-Sud, a un comité exécutif présent dans chaque région ou continent pour développer le CE et coordonner les actions de ses membres. Le comité exécutif d'Amérique Latine est basé en Equateur. Au Brésil, une ONG (Viva Rio) et deux OP (APACO et CGTSM) sont membres de l'IFAT.

²⁸ ONG internationale « World Vision »

²⁹ Ce sont des « magasins du monde », membres de l'EFTA.

³⁰ « Commerce équitable et solidaire ».

³¹ CTM, Claro et EZA sont des magasins européens spécialisés dans le CE, membres de l'EFTA.

³² Visao Mundial est membre de l'Institut FACES et a participé à l'élaboration des critères du commerce éthique et solidaire, système brésilien du commerce équitable.

➤ **L'ONG Viva Rio:**

Créée en 1993, elle a développé un projet de création et de soutien à des coopératives de couturières dans les communautés défavorisées de la ville de Rio de Janeiro et sa périphérie. Elle appuie aujourd'hui 13 coopératives de femmes au travers de programmes de formation en couture et de microcrédits et leur fournit des machines à coudre. Viva Rio a aussi développé une marque « Viva Rio » attribuée aux vêtements fabriqués par ces coopératives, qui garantit le respect des critères du CE définis par l'IFAT.

➤ **L'OP APACO: Associação de Pequenos produtores do Oeste Catarinense**

Située dans l'état de Santa Catarina (Sud-Est du Brésil), APACO est une organisation de producteurs d'oranges qui rassemble plusieurs associations et coopératives. Certaines sont certifiées « biologique » par Ecocert et d'autres intègrent le Réseau d'Ecovida. APACO est certifiée « fairtrade » depuis 1998 et exporte sur le marché du CE du jus d'orange.

➤ **L'OP CGTSM: " Conselho Geral da Tribo dos Sateré Mawé "**

Créé en 1996 et situé à Parintins (Amazonie), le CGTSM est un conseil représentatif des communautés de Sateré Mawé. Ce conseil est membre de l'organisation Sapopema, "Sociedade dos Povos para o ecodesenvolvimento da Amazônia Ltda" qui rassemble d'autres organisations de producteurs de la région amazonienne.

Le CGTSM a pour principal objectif de commercialiser le « guarana »³³ et ses produits dérivés (sirop, comprimés, extrait et confiserie) des communautés indiennes tout en respectant leurs coutumes. Il exporte depuis huit ans sur le marché international du CE de la filière intégrée les produits de 200 petits producteurs en difficulté financière répartis dans 80 communautés indiennes.

II.2. Les bénéficiaires au Brésil de la filière intégrée du commerce équitable

Il existe très peu de données accessibles sur les OP brésiliennes participant à la filière intégrée du CE. En effet, dans la majorité des cas, les importateurs de la filière intégrée du CE contactent directement les OP pour effectuer des échanges commerciaux.

En 2005, un consultant du SDT de l'«Inter-American Institute of Agricultural Sciences»³⁴ (IICA) a élaboré une base de données des OP liées à l'«Articulação da Agricultura Familiar e Comércio Solidário »³⁵, qui présente notamment leurs expériences de commercialisation de 2003 et 2004 sur le marché de la filière intégrée du CE.

D'une part, seules les OP brésiliennes de ce réseau ayant connu des expériences d'exportation significatives sur la filière intégrée du CE ont été mentionnées ; d'autre part, ces organisations mentionnées n'exportent pas régulièrement sur ce marché.

On distingue deux catégories d'OP qui exportent leurs produits sur la filière intégrée du CE : les OP d'artisans et les organisations de producteurs.

II.2.1. Les organisations d'artisans

Sur la période 2003-2004, neuf OP d'artisans brésiliennes intégrant l'« Articulação da Agricultura Familiar e Comércio Solidário », ont exporté sur le marché des pays du Nord de la filière intégrée du CE (Tableau 13).

³³ Le « guaraná » est un fruit originaire d'Amazonie.

³⁴ Institut Interaméricain de Coopération pour l'agriculture, IICA.

³⁵ « Articulation de l'Agriculture Familiale et du Commerce Solidaire ».

Tableau 13: OP d'artisans du Brésil exportant sur la filière intégrée du CE entre 2003 et 2004

Organisations de producteurs d'artisans	Localisation (Etat du Brésil)	Produits exportés sur le marché du CE
Association "Mãos de Minas"	Minas Gerais	Hamacs, savon, céramique et autres types d'artisanats
Association "Mãos Mineiras"	Minas Gerais	Artisanat fabriqué avec du matériel recyclé
APAEB: Associação dos Pequenos Produtores do Município de Valente	Bahia	Tissage et autres types d'artisanats
APJ: Associação de Produtores de Joalheria	Minas Gerais	Bijouterie et autres types d'artisanats
Association JANDIRA	Etat de São Paulo	Vêtements et céramiques
Association Natural Fashion	Paraíba	Vêtements en coton
Association Malhada Grande	Bahia	Hamacs
ESPLAR: Centre de recherche et d'orientation des producteurs pour exporter.	Ceará	Plumes en coton
Grupos de produtores de Artesanato Solidário ³⁶	Pará, Maranhão, Piauí, Ceará, Bahia, Paraíba, Minas Gerais, état de São Paulo.	Céramique, vêtements, bijouterie et autres types d'artisanats

Source: Eusebi L., "Relatório Final de atividades ; Projeto de Cooperação Técnica 2005", Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA), mars 2005. (Document interne).

Jusqu'à présent, aucun produit artisanal ne peut être certifié par le système du CE.

II.2.2. Les organisations de producteurs

Sur la période 2003-2004, vingt et une OP brésiliennes, intégrant l' « Articulação da Agricultura Familiar e Comércio Solidário », ont exporté leurs produits sur le marché de la filière intégrée du CE (Tableau 14).

Tableau 14: OP brésiliennes exportant sur le marché du CE de la filière intégrée entre 2003 et 2004

Organisations de producteurs	Etat	Nombre de membres	Produits exportés sur le marché du CE	Informations complémentaires
AAPI (Associação de Apicultores da Microrregião de Simplicio Mendes)	Piauí	-	Miel	-
AECOVALE (Associação das agroindústrias familiares ecológicas do Vale do Rio Uruguai)	Rio Grande do Sul	-	"Cachaça" ³⁷ et sucre roux	-
APA (Associação de Produtores Alternativos)	Rondonia	250	Coeurs de palmiers	En transition biologique (IBD)
ASSM (Associação Mutirão)	Piauí		Coeurs de palmiers biologiques	Certifiée par GOCA (biologique)
Associação Quilombola de Barra e Bananal e cooperados da Fazenda Vaccaro.	São Paulo	16	"Cachaça"	Certifié par IBD (biologique)

³⁶ Groupe de Producteurs Artisans Solidaires

³⁷ Alcool de sucre caractéristique du Brésil.

Tableau 14: OP brésiliennes exportant sur le marché du CE de la filière intégrée entre 2003 et 2004 (suite)

Organisations de producteurs	Etat	Nombre de membres	Produits exportés sur le marché du CE	Informations complémentaires
CCA/PR-UBEM (Central de Reforma Agrária do Parana) du MST (Movimento dos trabalhadores rurais Sem Terra)	Paraná	1400	Thé Maté organique, thé aromatisé, tasse pour le maté, « Cachaça » et sucre roux	Certifié par IBD (biologique)
Centro Popular de Asue de Yanten	Paraná		Herbes aromatisées et médicinales	
CGTSM (Conselho Geral da Tribu Sateré-Maué)	Maranhão	200	Poudres, sirops, boissons, et confiseries de « guarana ».	Membre d' IFAT
COASA (Cooperativa Agroindustrial para Exportação)	Piauí	38	Noix de cajou	
COFRUTA (Cooperativa dos Fruticultores de Abaetetuba)	Maranhão	1200	"Açaí" ³⁸ biologique	Certifiée par GOCA (biologique)
COOPERAGREPA (Cooperativa dos Agricultores Ecológicos do Portal da Amazônia)	Rondonia		Noix de cajou	Certifié par IBD (biologique)
COOPERCUC (Cooperativa Agropecuária Familiar de Canudos Uauá e Curaçá")	Bahia		Jus, pulpe, gelée et confiseries de « umbu » ³⁹	En transition biologique (IBD)
COPPALJ / ASSEMA (Cooperativa dos Pequenos Produtores Agroextrativistas de Lago do Junco)	Maranhão		Huile de "babaçu" ⁴⁰	Certifié par IBD (biologique)
Associação dos Pequenos Agrossilvicultores do Projeto RECA	Rondonia		Coeurs de palmiers	
CABRUCA (Cooperativa dos Produtores Organicos do Sul da Bahia)	Bahia	34	Cacao	IBD
ECOCITRUS (Cooperativa dos Citricultores Ecológicos do Vale do Caí Ltda)	Rio Grande do Sul	47	Jus de mandarine	Membre de la Rede Ecovida ⁴¹ , certifiée par IBD, certification pour le jus d'orange de FLO en cours.
CABRUCA (Cooperativa dos Produtores Organicos do Sul da Bahia)	Bahia	34	Cacao	IBD
Associação dos Pequenos Produtores de Poço Fundo	Minas Gerais	70	Café arabica	Certifiée par IBD et FLO
CEALNOR (Central de Associações do Litoral Norte)	Bahia	800	Jus de fruit congelé (orange, ananas, mangue, fruit de la passion et « umbu »)	Jus d'orange et jus de fruits de la passion certifiés par FLO
COAGROSOL (Cooperativa dos Agropecuaristas Solidários)	Etat de São Paulo	15	Jus de fruits (orange, citron et mangue)	Certifié par IBD et jus d'orange certifié par FLO

Source: Eusebi L., "Relatorio Final de atividades ; Projeto de Cooperação Técnica 2005", Instituto interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA), mars 2005. (Document interne).

³⁸ Fruit originaire d'Amazonie.

³⁹ Fruit tropical du Brésil.

⁴⁰ Fruit tropical du Brésil

⁴¹ La Rede Ecovida de Agroecologia (Réseau Ecovida d'Agroécologie) a développé un système de certification participative d'agroécologie.

II.3. Les produits exportés sur le marché de la filière intégrée

Les ventes des OP brésiliennes sur le marché de la filière intégrée du CE ont été obtenues à partir de la base de données élaborée par l'IICA.

II.3.1. Vente d'artisanats brésiliens sur la filière intégrée

D'après le tableau 15, les produits qui sont le plus exportés sur le marché de la filière intégrée du CE sont : les bijoux, les céramiques et les vêtements.

Tableau 15: Vente de l'artisanat brésilien sur la filière intégrée du CE entre 2003 et 2004

Produits	Unité	Valeur (USD) ⁴²	Provenance (états du Brésil)
Bijoux	5000	34000	Minas Gerais
Hamacs	2100	32500	Minas Gerais, Bahia
Céramique	5500	27000	Minas Gerais, état de São Paulo
Vêtements	4700	26000	Etat de São Paulo, Paraíba
Savon	500	2500	Minas Gerais
Autres types d'artisanat	37000	138000	Minas Gerais, Bahia, Pará, Maranhão, Piauí, Ceará, Paraíba, état de São Paulo
TOTAL	54800	260000	

Source: Eusebi L., "Relatorio Final de atividades ; Projeto de Cooperação Técnica 2005", Instituto interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA), mars 2005. (Document interne).

Les volumes d'exportation d'artisanat brésilien sur la filière intégrée du CE se sont multipliés par quatre entre 2003 et 2004, alors que la valeur des ventes s'est multipliés par 2,8. Ces produits sont exportés principalement en Italie (92,6%) (Tableau 16).

Tableau 16: Valeur des ventes de l'artisanat brésilien sur la filière intégrée du CE entre 2003 et 2004

Année	2003	2004	% d'augmentation
Volume (Pièces)	10400	44350	+ 426 %
Valeur (USD) ⁴³	58000	162000	+ 279%
Pays de destination	Italie	Italie, (92,6%), Portugal (7,4%)	

Source: Eusebi L., "Relatorio Final de atividades ; Projeto de Cooperação Técnica 2005", Instituto interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA), mars 2005. (Document interne).

⁴² Taux de change: 1 USD = 2,75 Reais (décembre 2004).

⁴³ Taux de change: 1 USD = 2,75 Reais (décembre 2004).

II.3.2. Vente de produits alimentaires brésiliens sur la filière intégrée

D'après le tableau 17:

- Les principaux produits alimentaires brésiliens exportés sur la filière intégrée du CE sont : les jus de fruits, noix de cajou, cœurs de palmiers, miel, café et « babaçu ».
- Les principaux pays de destination sont : Italie, Etats-Unis, France, Belgique, Suisse, Allemagne, Espagne et Autriche.
- Des fruits tropicaux brésiliens tel que l' « açaí », le « babaçu » et le « guarana » ont réussi à s'introduire sur la filière intégrée du CE.

Tableau 17: Produits alimentaires exportés sur le marché du CE international entre 2003 et 2004

Produits	Volume	Provenance (Etat du Brésil)	Pays de destination
Jus de fruits (mandarine, mangue, fruit de la passion, orange, ananas et raisin)	125 t	Rio Grande do sul, Bahia	Italie et Belgique
Noix de Cajou	94 t	Piauí	Italie, Etats-Unis, Suisse et Autriche
Cœurs de Palmier	90 t	Rondônia, Paraná	France et Etats-Unis
Miel	80 t	Piauí	Italie et Etats-Unis
Café	60 t	Minas Gerais	Italie
« Babaçu »	54 t	Maranhão	USA et Angleterre
« Açaí »	18,5 t	Tocantins	USA
Cacao	15 t	Bahia	Italie
Thé maté ⁴⁴	10,8 t	Paraná	Italie
« Guarana »	8 t	Amapá	Italie, France et Allemagne
« Cachaça »	4000 litres	Minas Gerais	Italie et Espagne
Sucre roux	1 t	Paraná	Espagne
Herbes médicinales	0,5 t	Paraná	Italie

Source: Eusebi L., "Relatorio Final de atividades ; Projeto de Cooperação Técnica 2005", Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA), mars 2005. (Document interne).

⁴⁴ 200 tasses pour le thé maté ont également été vendues en Italie.

III. Acteurs et bénéficiaires de la filière labellisée du commerce équitable au Brésil

Les premières certifications du CE au Brésil ont été attribuées par l'Association Max-Havelaar en 1994 au café de l' « Associação dos pequenos produtores de Poço Fundo »⁴⁵ et en 1995 au cacao de l'OP ACARAM (Articulação das Associações Rurais de Ajuda Mútua). Depuis, la filière labellisée du CE s'est mise en place progressivement au Brésil et connaît actuellement un développement croissant.

III.1. Promoteurs de la filière labellisée au Brésil

III.1.1. BSD: l'agent d'inspection de FLO-Cert au Brésil

FLO-Cert, entreprise de certification membre de la fédération internationale FLO, a désigné l'entreprise BSD (Business meets Social Development) pour être son agent d'inspection au Brésil. Depuis 1999, BSD se charge de certifier les OP brésiliennes en effectuant des visites de terrain pour vérifier si les critères du CE définis par FINE sont respectés. Elle transmet ensuite les rapports d'inspection à FLO-Cert en Allemagne, qui décide du renouvellement de la certification « fairtrade », conjointement au « Conseil de Certification ».

Le BSD-Brésil, filiale de l'entreprise BSD GmbH, fondée en 1998 à Zurich (Suisse) est une entreprise de conseil, spécialisée dans l'audit social et dans le CE.

III.1.2. Ecocert : l'organisme de certification « bioéquitable »

Ecocert, organisme international de certification biologique, fut désigné par l'Association Bioéquitable⁴⁶ pour certifier les OP et entreprises du Sud désirant la certification « bioéquitable ».



Au Brésil, jusqu'ici, aucune OP n'a été certifiée par Ecocert pour l'obtention du label « Bioéquitable ». Cependant, Ecocert a développé deux projets pilotes avec deux OP brésiliennes : APACO et BIORGA (état de Santa Catarina, sud du Brésil). Le système de certification porte essentiellement sur un audit du contrôle interne mis en place par l'OP.

III.1.3. Instituto Bio Dinâmico : créateur du label "EcoSocial"

Créé en 1990, l'« Instituto Bio Dinâmico »⁴⁷ (IBD) est l'organisme brésilien de certification biologique sans fins lucratives reconnu à l'international. En 2004, ce dernier a élaboré la certification « EcoSociale » pour répondre à une demande croissante du marché, qui recherche des produits certifiés biologiques intégrant une considération sociale explicite.

⁴⁵ Association de petits producteurs de Poço Fundo.

⁴⁶ Le label bio-équitable en France a été créé par plusieurs industriels de l'agro-alimentaire : Kaoka (cacao), Euro nat (Quinoa), Cémoi (Chocolat), Arcos Océan Indien (Huiles, plantes aromatiques) et les Plantes aromatiques du Dios.

⁴⁷ Institut Bio Dynamique.

➤ Le système de certification « EcoSocial »

Le système de certification « EcoSocial » se présente comme un outil d'implantation des paramètres fixés par les principaux Accords de Coopération Internationale de l'ONU comme l'« Agenda 21 », la « Carte de la Terre », le « Programme du Pacte Global », et les « Objectifs du Millénaire » (ONU).

Celui-ci est divisé en deux sous-programmes en fonction des acteurs à certifier :

- « Programa de Responsabilidade EcoSocial nas Empresas »⁴⁸ destiné aux industries et propriétés qui ont établi des relations laborales formelles entre les patrons et employés.
- « Programa de Qualidade de Vida na Agricultura Familiar »⁴⁹ destiné aux situations qui vont des entités ayant établi des relations contractualisées entre commerçants et fournisseurs non couvertes par la loi des travailleurs aux relations informelles entre producteurs de la même entité (associations, coopératives, etc.).

La certification est gérée par une commission tripartite composée d'au moins :

- un représentant de l'IBD ;
- un représentant des employés, commerçants ou de la direction de la coopérative
- un représentant des employés, fournisseurs des produits ou membres des coopératives.

Les critères de certification se basent sur les normes de l'Organisation Internationale du Travail (OIT), la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et la Déclaration Universelle des Droits des Enfants.

La certification s'effectue en deux temps :

- Engagement immédiat ou postérieur :

La certification « EcoSocial » se base sur deux types de critères : environnementaux et sociaux (Tableau 18).

Tableau 18: Critères de la certification éco-sociale de l'IBD

Critères à respecter au moment de l'engagement	Programme de Responsabilité « EcoSocial » pour les entreprises	Programme de Qualité de Vie de l'Agriculture Familiale
Critères environnementaux	<ul style="list-style-type: none"> ○ Adéquation avec la législation environnementale en vigueur ○ Régularisation auprès des organes environnementaux 	
Critères sociaux	<ul style="list-style-type: none"> ○ Adéquation avec la législation laborale ; ○ Régularisation auprès des organes compétents. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 100% des producteurs doivent connaître le processus de certification.

Source: IBD, « Apresentação do sistema de certificação eco-social », Instituto Bio Dinâmico, février 2005. (Document interne).

Des conditions minimales ont été définies pour chaque sous-programme afin d'autoriser les entités à établir un engagement immédiat (suite à la première inspection permettant l'utilisation immédiate du label « EcoSocial » sur leurs produits) ou postérieure (période minimale d'un an après l'exécution des programmes cités).

- Sélection de critères spécifiques

La certification « EcoSocial » intègre le concept de développement écologique durable et une amélioration continue de la qualité de vie des personnes impliquées dans le processus. Le suivi des

⁴⁸ « Programme de Responsabilité EcoSociale pour les entreprises ».

⁴⁹ « Programme de Qualité de Vie de l'Agriculture Familiale ».

ces améliorations s'effectue à travers la sélection de paramètres spécifiques auxquels sont attribués des indicateurs et objectifs qui seront évalués lors de la réalisation de l'audit (Annexe 3). Les objectifs devront présenter un résultat minimum de 30 % dans une période maximale de cinq ans.

La certification « EcoSocial » d'IBD a une validité d'une année et son renouvellement est sujet à une inspection, qui vérifiera si les objectifs fixés dans la planification initiale ont été atteints.

➤ Le label « EcoSocial »

Celui-ci est juxtaposé au label de certification organique de l'IBD, car il est considéré comme une identification sociale complémentaire aux normes de certification biologique.



Les entités certifiées « EcoSocial » par IBD peuvent utiliser le label sur leurs produits finis.

Trois entreprises au Brésil ont été certifiées « EcoSocial » par IBD :

- **Jalles Machado** : située dans l'Etat de Goiás ; produit : Sucre
- **Agroorganica** : située dans le Paraná ; produit : soja.
- **Goiasa**, située dans l'Etat de Goiás ; produit : sucre.

➤ Coûts de la certification « EcoSocial »

Le tableau 19 présente les coûts de la certification sociale, qui varie en fonction du chiffre d'affaire de l'entité agréée.

Tableau 19: Coûts de la certification Eco-social de l'IBD

Acteurs certifiés	Chiffre d'affaires	Tarif (inscription, inspection et certification)	
		Reais	Euros (à titre indicatif) ⁵⁰
Entreprises ou propriétés rurales	CA en dessous de R\$ 100 000	2 000	714
	CA compris entre de R\$ 100 000,01 à R\$ 300 000	3 000	1071
	CA compris entre R\$ 300 000,01 à R\$ 600 000	4 000	1429
	de R\$ 600 000,01 à R\$ 1 000 000	6 000	2143
	de R\$ 1 000 000,01 à R\$ 5 000 000	8 000	2857
	de 5 000 000,01 à R\$ 10 000 000	12 000	4286
	Au dessus de 10 000 000	15 000	5357
Groupes de producteurs	Quota unique: groupe minimum de 20 producteurs	40 à 80 par producteur et par an (en fonction de la taille du groupe)	Entre 14 et 28

Source: IBD, "Apresentação do sistema de certificação eco-social", Instituto Bio Dinâmico, février 2005. (Document interne)

⁵⁰ Valeurs converties du Real (monnaie brésilienne à l'euro). Taux de change en juillet 2005 : 1 euro = 2,8 reais.

III.2. Les bénéficiaires de la filière labellisée au Brésil

Actuellement, la filière labellisée du CE au Brésil ne concerne que les OP certifiées par FLO-Cert, étant donné qu'aucune autre certification du CE n'a été effectuée au Brésil jusqu'à aujourd'hui. En 2005, quinze OP brésiliennes bénéficient de la certification « fairtrade » de FLO-Cert pour au moins un de leurs produits. Trois autres coopératives sont en cours de certification (Tableau 20).

Tableau 20: Les OP brésiliennes certifiées ou en cours de certification par FLO-Cert

Nom de l'OP	Nature de l'OP	Année de certification par FLO	Produit	Origine du Brésil (état)
OP brésiliennes certifiées par FLO-Cert				
FACI (Federação de Associações Comunitárias Rurais de Iúna e Irupí, em Iúna, no estado do Espírito Santo)	Coopérative	1997	Café (Arabica)	Espírito Santo
Associação POÇO FUNDO et COPFAM (Cooperativa dos Agricultores Familiares do Poço Fundo e Região)	Association et coopérative	1998 ⁵¹	Café (Arabica)	Minas Gerais
ACIPAR (Associação dos Citricultores do Paraná)	OSCIP (Organisation de Société Civile d'intérêt Public)	1998	Jus d'orange	Paraná
Pequenos produtores rurais de Batuva	Association	2000	Banane séchée	Paraná
COAGROSOL (Cooperativa dos Agropecuaristas Solidários de Itápolis)	Coopérative	2001	Jus de fruits (orange, mangue, fruit de la passion)	Etat de São Paulo
APACO (Associação dos Pequenos Agricultores do Oeste Catarinense)	Association	2001	Jus d'orange	Etat de Santa Catarina
CEALNOR (Central de Associações do Litoral Norte)	Coopérative	2001	Jus d'orange	Bahia
ACARAM (Articulação Central das Associações Rurais de Ajuda Mútua)	Coopérative	2003 ⁵²	Café (Robusta)	Rondonia
Associação de Pequenos produtores de Sampaio	Association	2003	Café (Arabica)	Minas Gerais
UNIPASV (Associação de Pequenos Agricultores de Santana da Vargem)	Association	2003	Café (Arabica)	Minas Gerais

⁵¹ Café de la coopérative certifié par Max Havelaar en 1994.

⁵² Cacao de la coopérative certifié par Max Havelaar en 1993.

Tableau 20: Les OP brésiliennes certifiées ou en cours de certification par FLO-Cert (suite)

Nom de l'OP	Nature de l'OP	Année de certification par FLO	Produit	Origine du Brésil (état)
COMPAEB (Cooperativa Agroextrativista dos Produtores de Eptaciolândia e Brasília)	Coopérative	2004	Noix du Brésil	Acre
Moco Agropecuaria	Plantation	2004	Mangue et mangue séchée.	Bahia
ASPIIF (Associação dos Produtores do Perimetro Irrigado do Formoso)	Association	2004	Mangue	Bahia
COASOL (Cooperativa dos Cafeicultores Solidários de Leroyville)	Coopérative	2004	Café (Arabica)	Paraná
COCAFÉ (Cooperativa Dos Cafeicultores da Região de Lajinha Ltda.)	Coopérative	2004	Café (Arabique)	Minas Gerais
OP brésiliennes en cours de certification				
PRONOVA	Coopérative	2005	Café (Arabica)	Espírito Santo
ECOCITRUS Cooperativa dos Citricultores Ecológicos do Vale do Caí Ltda	Coopérative	2005	Jus d'orange	Rio Grande do Sul
ADEC	Coopérative	2005	Coton	Ceará

Source: FLO-Cert, "Fairtrade Labelling Organisations: guaranteeing a better deal for producers and workers", Fairtrade Labelling Organizations, 2005. (Document interne).

Les principaux produits brésiliens bénéficiant de la certification « Fairtrade » sont:

- le café : 7 coopératives
- le jus d'orange : 3 coopératives et 1 organisation d'intérêt public

Etant donné que la certification de FLO-Cert est récente pour la majorité des OP brésiliennes, la participation des producteurs brésiliens dans la filière labellisée du CE reste encore limitée.

III.3. Vente des produits brésiliens certifiés «Fairtrade »

D'après l'évolution des ventes des produits brésiliens labellisés FLO (Figure 5), on note que :

- Le jus d'orange est de loin le produit phare certifié « Fairtrade » au Brésil.
- Le café a commencé à être vendu sur le marché labellisé du CE qu'à partir de 2003, bien que deux OP brésiliennes aient été certifiées à la fin des années 90.
- Les bananes et les mangues restent encore des produits peu vendus sur le marché du CE.
- Les ventes brésiliennes des produits certifiés « Fairtrade » sont en croissance (+ 54 % entre 1998 et 2004) mais reste cependant largement inférieur à la dynamique des ventes certifiés « Fairtrade » (Figure 3).

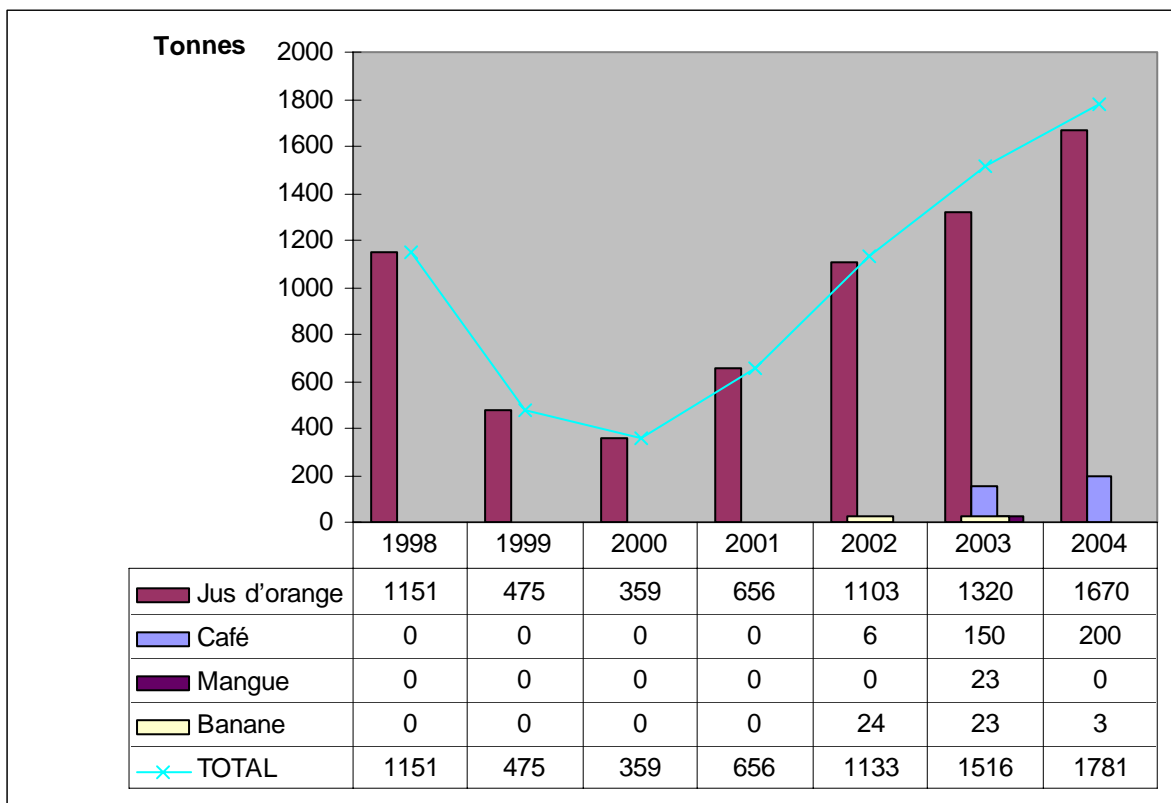


Figure 5: Evolution du volume des ventes des produits labellisés « Fairtrade » par le Brésil

Source : FLO-Cert, "Fairtrade Labelling Organisations: guaranteeing a better deal for producers and workers", Fairtrade Labelling Organizations, 2005. (Document interne).

IV. Un commerce équitable Sud-Sud en construction au Brésil

IV.1. Les promoteurs du commerce équitable Sud-Sud au Brésil

A partir de la fin des années 90, des organisations du Brésil se sont engagées dans le secteur du CE pour promouvoir la participation des producteurs à ce commerce et développer un système national du CE.

IV.1.1. FACES: promoteur du système brésilien du commerce équitable

➤ Présentation de FACES

FACES do Brasil, « Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário do Brasil »⁵³, a été créé en 2002 par quatorze organisations⁵⁴ qui ont souhaité promouvoir la création et la mise en place d'un système national du CE. Ce dernier a nommé le CE du Brésil « Comércio Ético e Solidário »⁵⁵(CES) dans l'intention de le distinguer du mouvement mondial et de l'adapter au contexte national⁵⁶.

En mars 2005, FACES do Brasil changea de statut juridique et devint un institut afin de faciliter le financement de ses activités par des subventions publiques et privées. Cette organisation s'appelle dorénavant Institut FACES et son forum « Forum do Comércio Ético e Solidário »⁵⁷.

L'objectif de l'Institut FACES est de « devenir une référence nationale et internationale dans l'articulation d'un réseau d'acteurs pour consolider un système de commerce éthique et solidaire au Brésil, visant le développement durable »⁵⁸. La figure 6 présente la structure institutionnelle de l'Institut FACES et les différentes organisations. En annexe 4, la mission et les principales activités de ses organisations sont décrites.

⁵³ « Forum d'Articulation du Commerce Ethique et Solidaire »

⁵⁴ FASE (Federação de Órgãos para Assistência Social e Educacional), Fundação Lyndolpho Silva, Fundação Friedrich Ebert (ILDES), Imaflora, BSD (Business meets Social Development), Rede Ecovida de Agroecologia, Viva Rio, Instituto Sere (Fundação Friedrich Ebert), Ministerio do Desenvolvimento Agrario (MDA) / Secretaria da Agricultura Familiar, Banco de Alimentos da Cidade de São Paulo (membre du SEMAB), SEBRAE Nacional (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), Visão Mundial, e Instituto Kairós.

⁵⁵ Commerce Ethique et Solidaire.

⁵⁶ Il est cependant important de ne pas confondre le CES du FACES avec le « commerce éthique », qui sont deux concepts différents. Le CES inclut le concept de développement durable et peut donc s'identifier au CE défini par le groupe FINE.

⁵⁷ « Forum du Commerce Ethique et Solidaire »

⁵⁸ Définis dans l'article "Comércio Ético e Solidário no Brasil" , Cassio Luiz de França, Fundação Friedrich Ebert/ILDES, 2003

Organe	Organisations	
Assemblée Générale	Composée par les organisations qui ont signé les statuts de l'Institut.	
Conseil politique	<p style="text-align: center;">ONG</p> <ul style="list-style-type: none"> • FASE (Federação de Órgãos para Assistência Social e Educacional) • ADS (Agência de Desenvolvimento Solidário) intégrant la CUT (Central Única dos trabalhadores) • FES - Fundação Friedrich Ebert • Imaflora • Institut Kairós • Onda Solidaria • Instituto Sere (Fundação Friedrich Ebert) • Visão Mundial • Viva Rio 	<p style="text-align: center;">Organisations de producteurs</p> <ul style="list-style-type: none"> • RBSES (Rede Brasileira de Socio-Economia Solidária) • UNISOL (União e Solidariedade das Cooperativas Empreendimentos de Economia Social do Brasil) • Rede Ecovida de Agroecologia.
Conseil de gestion	<ul style="list-style-type: none"> • Visão Mundial • Fase 	<ul style="list-style-type: none"> • Président de Faces • Gérent de Faces
Conseil technique	<ul style="list-style-type: none"> • Imaflora 	<ul style="list-style-type: none"> • Rede Ecovida

Figure 6: Les organisations de l'institut FACES. *Source: Relatório FACES 2005*

Source: FACES do Brasil, "Reunião de planejamento 2005 do FACES do Brasil", mars 2005. (Document interne).

➤ Principales actions de FACES

Jusqu'ici, les principales actions concrètes de FACES ont été :

- Définition du Commerce Ethique et Solidaire (CES), de ses principes et critères.

FACES définit le CES comme «un flux commercial qui se différencie par des relations éthiques et solidaires tout au long de sa filière, afin de renforcer le pouvoir des travailleurs, salariés, producteurs familiaux, indigènes, « quilombolas »⁵⁹, cueilleurs et paysans qui sont désavantagés ou marginalisés par le système conventionnel des relations commerciales»⁶⁰.

Le tableau 21 présente les principes du CES définis par FACES ainsi que les principes du CE définis par FINE, mettant en évidence les similitudes entre les deux systèmes.

⁵⁹ Habitants des communautés d'esclaves en fuite du XVI siècle au XIX siècle, les « quilombos ».

⁶⁰ Définition de FACES do Brasil, 2002.

Tableau 21: les principes du CES définis par FACES et du CE définis par le groupe FINE

Principes du commerce éthique et Solidaire de FACES	Principes du commerce équitable de FINE
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Consolidation de la démocratie, respect de la liberté d'opinion, de l'organisation et de l'identité culturelle dans la constitution, gestion, développement de groupes de producteurs et de prestataires de services liés au CES. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Engagements des organisations du commerce équitable : appui aux producteurs, sensibilisation des consommateurs, changement structurel du commerce équitable.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informer le consommateur, de manière à garantir la transparence dans la chaîne commerciale. Education du public à la consommation responsable afin de rapprocher producteurs et consommateurs. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Partenariat commercial entre les producteurs et les acheteurs basé sur le dialogue, la transparence et le respect.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conditions justes de production et de commercialisation des produits, considérant une valeur ajoutée pour permettre la durabilité socio environnementale de la filière. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Meilleures conditions d'échanges: préfinancement des récoltes, prix juste et relations commerciales durables
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Respect des droits de la femme, des enfants, des groupes ethniques et des travailleurs, promouvant une égalité entre les sexes et les ethnies. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Garanties des droits des producteurs et travailleurs
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Appui au développement local et durable centré sur le bien-être social et économique des communautés. ▪ Respect de l'environnement à travers la promotion de pratiques plus responsables et plus respectueuses de l'environnement. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Processus de développement durable : renforcement de l'organisation, de la participation et formation des producteurs, sensibilisation à la protection de l'environnement.

Source : França C. L., "Comércio Ético e Solidário", Fundação Friedrich Ebert - ILDES, São Paulo, 2002. (Etudes).

➤ Mise en place et suivi de cinq projets pilotes

FACES a entrepris la mise en place d'un système de suivi et d'analyse de cinq OP brésiliennes, ayant déjà une expérience significative sur le marché du CE, afin de développer un « Sistema de Comércio Ético e Solidário » (SCES)⁶¹ et notamment de :

- Définir les critères du CES avec la participation de plusieurs groupes d'intérêts ;
- Etablir une méthodologie de calcul des coûts pour déterminer un prix juste des produits ;
- Développer un système de contrôle ou de certification pour garantir le respect des critères du CES.

Les cinq OP impliquées dans ces études de cas sont les suivantes :

- **CAPEB** (Cooperativa Mista de Produção Extrativista e Agropecuária de Epitaciolândia e Brasiléia): cette coopérative, située dans l'état l'Acre (Amazonie) produit des noix du Brésil et du caoutchouc. Elle est certifiée « fairtrade » par FLO-cert depuis 2004.
- **AGUA** (Associação dos Amigos e Moradores do bairro Guapiruvu): située dans l'état de São Paulo, elle produit des bananes et des coeurs de palmiers.
- **COOPERCAJU**: coopérative du Nord-Est du Brésil. Elle commercialise des noix de cajou sur le marché du CE européen (filiale intégrée).

⁶¹ Système du Commerce Ethique et Solidaire.

- Producteurs cueilleurs de « buriti » en Amazonie : ces producteurs produisent de l'huile de buriti qu'ils vendent à l'industrie Berata de NATURA⁶², avec l'aide d'une ONG locale.
- Producteurs cueilleurs d' « açai » en Amazonie: quatre coopératives de cueilleurs d'açaï de la région du Bas Tocantins (Amazonie), exportent déjà une partie de leur production sur le marché du CE des Etats-Unis.

CAPEB, AGUA, Coopercaju et les cueilleurs de « buriti » d'Amazonie sont suivis en particulier par l'ONG Imafloa, basée dans l'état de São Paulo. Les cueilleurs d' « açai » sont suivis par l'ONG FASE, situé à Rio de Janeiro. Ces ONG sont membres du conseil politique de FACES.

➤ Perspectives de FACES

FACES s'est fixé les priorités et étapes suivantes pour mettre en place le réseau du CES au Brésil⁶³ :

- Création d'une marque nationale brésilienne du CES, reconnue par le système international du CE ;
- Implantation d'un système de garantie brésilien du CES ;
- Mise en place d'une stratégie d'information et de sensibilisation des consommateurs brésiliens ;
- Mise en place d'un cadre réglementaire (instructions et normes publiques promues par le gouvernement fédéral ;
- Développement d'un programme de formations technique et commerciale de producteurs en lien avec les actions du gouvernement.

IV.1.2. Le gouvernement brésilien: articulation des acteurs du commerce équitable

Le gouvernement brésilien, par le biais de ses différents ministères et secrétariats, a manifesté son intérêt pour développer le CE au Brésil. Le SAF (Secretaria da Agricultura Familiar) a intégré en 2002 FACES. En 2005, lors de la restructuration institutionnelle de FACES, le gouvernement s'est intégré au forum du CES.

Il a aussi créé une « Comissão de Comércio Ético e Solidário do Brasil »⁶⁴(CCES). Il s'agit d'un espace d'articulation entre le gouvernement et la société pour promouvoir et développer le CE au Brésil et à l'international. Ce projet est en lien avec les actions de FACES.

Le tableau 22 présente les différents organes du gouvernement brésilien impliqués dans le secteur du CE au Brésil.

⁶² NATURA est une entreprise brésilienne qui fabrique et commercialise des produits cosmétiques et de parfumerie, adoptant des principes d'éthique et de transparence pour pratiquer une gestion responsable et ainsi contribuer au développement durable des communautés amazoniennes.

⁶³ FACES do Brasil, "Reunião de planejamento 2005 do FACES do Brasil", mars 2005. (Document interne).

⁶⁴ « Commission du commerce éthique et solidaire »

Tableau 22: Organes du gouvernement brésilien impliqués dans le CE au Brésil

Organe du gouvernement	Mission	Responsabilité dans le domaine du CE
<p>SAF Secrétaire de l'Agriculture Familiale⁶⁵</p> <p>Intégré au MDA Ministère du Développement Agraire⁶⁶</p>	<ul style="list-style-type: none"> Promouvoir et consolider le développement local durable de l'agriculture familiale. 	<ul style="list-style-type: none"> Coordonner avec le SENAES la CCES. Appuyer la participation des OP de l'agriculture familiale dans la formation du système du CES. Diriger ses actions (formation, financement et commercialisation) pour consolider le CE et le CS au Brésil.
<p>MTE Ministère du Travail et de l'Emploi⁶⁷ intégré au SENAES Secrétariat National de l'Economie Solidaire⁶⁸</p>	<ul style="list-style-type: none"> Renforcer les expériences d'autogestion pour lutter contre l'exclusion sociale et le chômage. Promouvoir le développement juste et solidaire. 	<ul style="list-style-type: none"> Coordonner avec le MDA la CCES. Appuyer la participation des projets solidaire dans la formation du système du CES. Diriger ses actions pour consolider le CE et le CS au Brésil.
<p>MMA Ministère de l'Environnement⁶⁹</p>	<ul style="list-style-type: none"> Proposer des politiques, normes et stratégies pour protéger l'environnement. Entreprendre des études pour améliorer le respect de l'environnement du secteur productif. 	<ul style="list-style-type: none"> Contribuer à la mise en place et l'amélioration du fonctionnement de la CCES. Appuyer la participation des agriculteurs « extrativistes ». Diriger ses actions pour consolider le CE et le CS au Brésil.
<p>MDS Ministère du Développement Social⁷⁰</p>	<ul style="list-style-type: none"> Coordonner, superviser et contrôler la mise en place opérationnelle des programmes de développement social au Brésil. 	<ul style="list-style-type: none"> Contribuer à la mise en place et l'amélioration du fonctionnement de la CCES. Diriger ses actions pour consolider le CE et le CS au Brésil.

Source: Medaets J.P., "Políticas públicas para um Comércio Solidário", Secretaria de Agricultura Familiar (SAF), Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), mai 2005. 2005. (Document interne).

IV.1.3. Ecovida: promoteur d'une certification éco-sociale participative

➤ Présentation d'Ecovida

La « Rede Ecovida de Agroecologia »⁷¹ a été créée en 1998 dans le sud du Brésil (Etats de Santa Catarina, Paraná et Rio Grande do Sul) dans la perspective d'articuler diverses expériences concrètes d'agro-écologie et de mettre en place un système de certification innovateur, basé sur la participation et le renforcement du pouvoir des agriculteurs. Il s'agit d'un réseau d'OP de producteurs familiaux agro-écologistes, d'ONG de soutien et de militants écologistes. Ce réseau est représenté légalement par l'« Associação Ecovida de Certificação Participativa »⁷².

Sa création est le résultat de trente années d'actions d'ONG et d'OP, qui ont développés des activités d'organisation sociale, production et commercialisation d'aliments et produits, se basant

⁶⁵ Secretaria da Agricultura Familiar, SAF

⁶⁶ Ministerio do Desenvolvimento Agrário, MDA

⁶⁷ Ministério do Trabalho e Emprego, MTE

⁶⁸ Secretaria Nacional de Economia Solidária

⁶⁹ Ministerio do Meio Ambiente, MMA

⁷⁰ Ministerio do Desenvolvimento Social, MDS

⁷¹ Réseau Ecovida d'Agroécologie

⁷² Association Ecovida de Certification Participative

sur des principes de respect de l'environnement, solidarité, coopération, valorisation de la culture locale et de la vie humaine des agriculteurs.

La Rede d'Ecovida a adopté les principes suivants :

- Axer l'agroécologie sur le développement durable ;
- Travailler avec des producteurs familiaux organisés en association, groupes ou coopératives;
- Définir et adopter des normes de fonctionnement et de production qui lui sont propres ;
- Travailler pour la construction d'un marché équitable et solidaire ;
- Garantir la qualité à travers un système de certification participative.

➤ **Création d'un système de certification participative**

La Rede Ecovida a créé et mis en place un système de certification innovateur: la « Certificação Participativa em Rede »⁷³ (CPR). Celui-ci a pour objectifs principaux d'intégrer les agriculteurs et consommateurs dans le processus de contrôle du respect des critères de la Rede Ecovida et d'améliorer le processus productif des agriculteurs.

Ces principales caractéristiques sont les suivantes:

- **Décentralisation** : les organisations locales de base assument les principales responsabilités dans le processus de certification et de garantie de la qualité grâce au développement de ses capacités. Ceci permet un respect de la réalité locale, une diminution des coûts et un accompagnement plus direct.
- **Participation** : les principes et normes définis sont mis en pratiques et vérifiés par les OP, techniciens, les organisations locales et régionales d'appui et les consommateurs.
- **Contrôle interne** effectué de manière régulière par les membres des autres groupes du réseau et par un conseil⁷⁴ composé de personnes ou associations externes au réseau.
- **Transparence**: les informations concernant le processus de certification et production ne sont pas confidentielles et sont disponibles.
- **Accompagnement technique des agriculteurs** par le biais de formation et sessions de suivi.
- **Processus pédagogique**: ce système donne beaucoup d'importance à l'éducation et utilise des méthodes pédagogiques pour améliorer la compréhension de tous les acteurs qui participent au réseau.
- **Proximité des producteurs et des consommateurs**, à travers la vente directe et les visites des propriétés.

Les producteurs du réseau Ecovida sont autorisés à utiliser le label d'Ecovida sur leurs produits pour garantir aux consommateurs le respect des critères de la CPR.



➤ **Avancées et perspectives du Réseau Ecovida**

Actuellement, le Réseau Ecovida est composé de :

- 21 noyaux régionaux de producteurs et consommateurs dans 170 municipalités du Sud du Brésil ;

⁷³ Certification Participative en Réseau

⁷⁴ La Rede Ecovida l'a appelé "Conselho Etica" (Conseil Ethique)

- 2400 familles d'agriculteurs organisées en 270 groupes, associations ou coopératives ;
- 30 ONG ;
- 10 associations de consommateurs ;
- 12 agroindustriels et commerçants de produits écologiques.

Pour la commercialisation, la Rede Ecovida organise 135 foires écologiques annuelles dans la zone où le Réseau Ecovida s'est développé (Sud du Brésil). Les intégrants du Réseau vendent aussi leurs produits dans les supermarchés, sur le marché international et sur les «marchés institutionnels»⁷⁵ des municipalités et états.

Les défis du Réseau Ecovida sont nombreux:

- Améliorer l'organisation de base du Réseau à travers les noyaux régionaux ;
- Intégrer de nouvelles initiatives d'agroécologie pour élargir le Réseau ;
- Réglementer la CPR afin d'obtenir un statut officiel ;
- Mettre en place un système de compatibilité entre la CPR et d'autres initiatives nationales et/ou internationales d'agroécologie et d'économie solidaire (CES, CE ou autres).

IV.1.4. AOPFCES : réseau brésilien d'OP du commerce équitable

A la suite du premier « Simpósio Nacional sobre Experiências de Organizações de Produtores nos Mercados de Exportação »⁷⁶ organisé par le gouvernement brésilien à Brasília en novembre 2004, les producteurs familiaux brésiliens ont manifesté leur intention de créer un réseau brésilien d'OP du CE. Ce projet s'est concrétisé avec la formation de l'« Articulação de Organizações de Produtores Familiares para o Comércio Justo e Solidário »⁷⁷ (AOPFCES).

Ce réseau vise à promouvoir les échanges d'informations et d'expériences et à défendre les intérêts des producteurs brésiliens dans la filière du CE.

L'AOPFCES est composé de six grands groupes d'OP, constitués par zones géographiques (Annexe 6):

1. Rondônia, Acre, Mato Grosso et Amazonia
2. Pará, Amapá, Tocantins, Roraima et Maranhão
3. Bahia, Sergipe et Alagoas
4. Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba et Pernambuco
5. Minas Gerais, Espírito Santo, état de Rio de Janeiro et état de São Paulo
6. Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná et Mato Grosso do Sul

Un ou deux délégués par groupe sont chargés d'entreprendre les actions nécessaires pour atteindre les objectifs du réseau.

L'AOPFCES a comme objectifs de promouvoir:⁷⁸

- Les échanges d'informations entre les OP membres du réseau ;
- Les échanges d'expériences entre les OP au niveau local et au niveau national ;
- Une consommation responsable et création d'un marché solidaire brésilien ;
- Les articulations nationale et internationale pour le commerce équitable et solidaire ;
- La participation et l'accès des OP aux marchés nationaux et internationaux du CE et CS, rassemblant les offres existantes et les efforts de chacun.

Les critères d'intégration des producteurs à l'AOPFCES sont les suivants:

- Les OP doivent être gérées par une grande majorité de producteurs familiaux (un minimum de 80% du total des membres doit provenir d'une des catégories suivantes : agriculteurs

⁷⁵ C'est le cas des cantines scolaires, hôpitaux, et restaurants des institutions publiques. Ce canal de commercialisation apparaît comme une excellente alternative pour étendre l'agroécologie dans l'agriculture familiale.

⁷⁶ Symposium national sur les expériences d'exportation des organisations de producteurs

⁷⁷ «Articulation des Organisations des Producteurs Familiaux pour le Commerce Equitable et Solidaire »

⁷⁸ Relatório da reunião de animadores da Articulação de Organizações de Produtores Familiares para o Comercio Justo e Solidário", Dinilson J. Debiasi, maio 2005.

familiaux, agriculteurs pratiquant des activités extrativistes⁷⁹, « assentados »⁸⁰, petits artisans ou agriculteurs participant à des projets d'économie solidaire);

- Les OP doivent réaliser des activités collectives de commercialisation et ainsi chercher à augmenter leur autonomie dans une perspective de développement durable ;
- L'organisation peut être formelle ou informelle.

Ce mouvement, encore informel, n'a pas encore réalisé d'actions concrètes. Cependant, il suscite l'intérêt de divers acteurs du CE et CS, comme par exemple le SENAES, qui lui a proposé de faire partie du « Groupe de Travail sur la commercialisation » du SENAES.

IV.1.5. Alter Eco : première marque du commerce équitable au Brésil

ALTERECO, entreprise française détenteur de la licence Max Havelaar, est spécialisée dans la vente de produits du CE dans la grande distribution. En 2005, elle a préparé un projet qui a pour objectif de « construire un réseau de commercialisation équitable propre au Brésil pour faire émerger ainsi un réseau de commerce équitable Sud-Sud.⁸¹

Dans un premier temps, les produits cibles sont des produits de grande consommation au Brésil, bénéficiant de la certification biologique (café, riz, haricots noirs, jus de fruits, sucre, confitures, confiseries, miel, coeurs de palmiers) ainsi que des produits d'alimentation plus fine (chocolats, tomates séchées, « guarana » et compléments alimentaires).

ALTERECO a déjà sélectionné huit coopératives et en a retenu six potentiellement partenaire, qui se sont déjà intégrées sur le marché international du CE par le biais de la certification « Fairtrade » de FLO, la marque d'IFAT, la commercialisation de produits sur le marché de la filière intégrée, ou la certification participative d'Ecovida. Egalement, quelques coopératives possèdent la certification d'Agriculture Biologique (IBD, Ecocert Brésil, ou ABIO). (Annexe 5).

ALTERECO a aussi sélectionné des réseaux de distribution potentiels pour les produits du CE au Brésil :

➤ La Grande distribution

- **Groupe CBD (Companhia Brasileira de Distribuição), en particulier, l'enseigne "Pão de Açúcar".**

Le groupe CBD semble prêt à s'engager davantage dans sa responsabilité sociale et environnementale comme l'atteste son discours et surtout les programmes déjà mis en place (par exemple «Caras do Brasil »⁸²).

- **Carrefour**

Pour développer une image positive, Carrefour serait intéressé pour s'impliquer dans le développement du CE au Brésil en vendant des produits issus du CE.

➤ Magasins spécialisés

- **« Mundo Verde » :**

Il s'agit d'un réseau brésilien de magasins de produits naturels, diététiques et Esotériques ciblant la plus grande partie de la population sensible à des produits de qualité, sains et naturels.

⁷⁹ Terme emprunté au brésilien *extrativismo* ; il recouvre « l'ensemble des systèmes d'exploitation des produits de la forêt, à condition que ceux-ci soient intégrés dans une économie de marché, à l'échelle régionale, le terme cueillette étant réservé aux activités dont les produits sont limités à la consommation familiale, ou à un échange local » (Emperaire & Lescure, 1996).

⁸⁰ Agriculteurs du Mouvement des travailleurs Sans Terre (MST) nouvellement installés par la Réforme Agraire.

⁸¹ Etude Alter Eco Brésil, Mai 2005.

⁸² Programme qui cherche à valoriser le produit national par une valeur ajoutée sociale, provenant d'organisations productrices socialement responsables et respectueuses de l'environnement. Il souhaite ainsi contribuer à l'inclusion sociale de ses communautés, générer des revenus et éviter l'exode rural.

IV.2. Dynamique latino-américaine du commerce équitable

IV.2.1. RELACC : créateur d'un marché latino-américain alternatif

RELACC « Rede Latino Americana de Comercialización Comunitaria »⁸³ a été créée en 1991 en Equateur à l'issue de la première réunion latino-américaine de commercialisation communautaire. Il s'agit d'une corporation qui réunit les « Réseaux Nationaux de Commercialisation Communautaire » (RNCC) de douze pays d'Amérique Latine⁸⁴ rassemblant des OP, organisations d'artisans et de consommateurs et des institutions d'appui et de services. RELACC est membre de l'IFAT.

Le siège de RELACC, situé à Quito (Equateur), coordonne les services de formations technique et commerciale des RNCC et le suivi de leurs actions. Il promeut également les échanges d'information et d'expériences pour renforcer l'unité de RELACC au niveau du continent. Il a développé quatre grandes lignes d'actions:

- **Formation:** création d'une école d'économie solidaire, définition des valeurs et principes de l'économie et du commerce solidaire, élaboration de formations théologique et commerciale et échange d'expériences entre les RNCC.
- **Renforcement organisationnel du RELACC :** promotion d'un fonctionnement efficace des assemblées et comités de direction de la RELACC, renforcement de l'organisation régionale du réseau, élaboration de projets et développement de mécanismes d'information et de communication.
- **Commercialisation :** implantation d'un magasin latino-américain de commerce solidaire à Quito, organisation d'une foire annuelle latino-américaine de RELACC, instauration de mécanismes d'autofinancement et création d'un fond commun.
- **Incidence politique :** études et analyses des forces et faiblesses des lois et politiques des différents pays d'Amérique Latine et alliances, et exécution d'une stratégie commune avec les institutions politiques et publiques.

Dans chaque pays, le RNCC a sa propre structure opérationnelle et développe des stratégies de formation et de suivi pour ses communautés en lien avec les principes et les valeurs du CS. Son objectif est de construire un marché solidaire, national et international, qui permet de contribuer au développement durable des communautés marginalisées et défavorisées (augmentation des revenus, amélioration des conditions de vie de la population et respect de l'environnement).

Bien que le Brésil n'ait pas encore de RNCC lié à la RELACC, des débats sur ce sujet sont en cours.

IV.2.2. CLAC : réseau de producteurs latino-américains du commerce équitable

La CLAC (Coordinación Latino Americana de los pequeños productores del Comercio Justo⁸⁵) est à l'origine de la CLA (Coordinación Latino Americana de los pequeños productores (de café) del comercio justo⁸⁶). Ce réseau a été créé en 1996 dans le but d'articuler les producteurs de café du CE du Mexique, d'Amérique Centrale et des Pays Andins pour faciliter les échanges d'informations. En 2002, la CLA devient la CLAC qui regroupe des petits producteurs de miel, banane, fruits, cacao et sucre en plus de ceux du café, provenant de dix pays latino-américains (Brésil, Colombie, Costa Rica, Guatemala, Haïti, Honduras, Mexique, Paraguay, Pérou et République Dominicaine). En novembre 2004, la CLAC devient une association sans buts lucratifs et son siège est basé à Salvador.

⁸³ Réseau Latino-Américain de Commercialisation Communautaire.

⁸⁴ REMECC México, REMACC Guatemala, COMAL Honduras, CORDES El Salvador, RENICC Nicaragua, PROCOSOL Panamá, REDCOM Colombia, RELACC Perú, RENACC Bolivia, MCCH Ecuador, FUNDECA Paraguay y CORPROCE Ecuador.

⁸⁵ Coordination Latino Américaine des petits producteurs du Commerce équitable

⁸⁶ Coordination Latino Américaine des petits producteurs (de café) du commerce équitable

La CLAC a pour objectifs de :

- « Promouvoir et développer le concept du CE sur le continent latino-américain.
- Représenter les OP latino-américaine sur le marché du CE international.
- Favoriser l'accès et la participation des OP dans le CE.
- Contribuer au développement des organisations de petits producteurs.
- Renforcer l'intégration et l'échange d'informations entre les OP, notamment avec la création d'un site Internet et une base de données internes.
- Défendre les intérêts des petits producteurs latino-américains». ⁸⁷

⁸⁷ Van Gastel M., "Presentação de CLAC - Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo", *Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo*, mars 2005.

Conclusion

L'agriculture brésilienne est une des plus dynamiques d'Amérique Latine, représentant 10% du Produit Intérieur Brut (PIB) et participant largement à l'excédent de la balance commerciale (28 %) ⁸⁸. Cependant, une grande majorité d'agriculteurs, généralement issue de l'agriculture familiale et qui détient 85,17% du nombre d'exploitations, n'est pas concernée par cette réussite et s'intègre difficilement sur les marchés dynamiques et compétitifs. Elle se trouve à l'écart faute de moyens financiers et techniques.

Dans ce contexte, le CE représente une voie alternative de développement durable pour l'agriculture familiale, en lui offrant des conditions préférentielles pour exporter ses produits (prix de vente supérieur au marché conventionnel, prime de développement, préfinancement de la production, relations commerciales basées sur du long terme). Il permet ainsi aux producteurs d'être acteurs de leur propre développement.

Sur le terrain, le CE adopte des démarches différentes qui peuvent se classer en deux catégories : filière intégrée et filière labellisée. Bien que le CE s'est mis en place avec la filière intégrée dans les années 70, la filière labellisée a pris le dessus à la fin des années 90, grâce à la création d'un label produit du CE. Ce dernier a permis d'introduire les produits issus du CE dans les réseaux de distribution conventionnels, telle que la grande distribution, ce qui augmenta considérablement les volumes de ventes. La filière intégrée, sans certification externe, reste néanmoins une alternative pour les produits plus traditionnels.

Au Brésil, le CE s'est introduit dans les années 70 mais ne s'est réellement développé qu'à partir de 2003. Il reste cependant beaucoup moins important que dans d'autres pays d'Amérique Latine, comme le Mexique, la Bolivie ou le Pérou.

Le jus d'orange et le café sont les principaux produits exportés dans la filière labellisée du CE. La filière intégrée lui permet d'exporter des produits moins communs, comme ceux issus de l'artisanat ou encore les fruits exotiques brésiliens (« açai », « babaçu » et le « guaraná »).

En 2004, divers acteurs du Brésil ont manifesté leurs intentions de créer un réseau de producteurs du CE pour mettre en place un système de certification national et créer une marque ou un label brésilien du CE, compatible avec ceux déjà établis à l'international. On peut citer FACES do Brasil, la Rede Ecovida de Agroecologia, et l'Articulação de Organizações de Produtores Familiares para o Comércio Justo e Solidário. L'implication du gouvernement dans la promotion du CE au Brésil est un avantage considérable puisqu'il souhaite appuyer la participation des petits agriculteurs par le biais de ses programmes de développement rural.

Parallèlement, un marché du commerce équitable au Brésil est en cours de construction, soutenu par quelques promoteurs du secteur comme ALTERECO, RELACC et l'Institut FACES. Bien qu'une grande majorité de la population n'ait pas le pouvoir d'achat à même de valoriser les produits issus du CE, la classe aisée commence à être sensibilisée aux achats responsables. L'agriculture biologique, développée depuis longtemps au Brésil, a réussi à s'insérer sur le marché domestique et pourrait ainsi bénéficier au commerce équitable.

L'un des défis majeur pour la création d'un marché équitable au Brésil sera de sensibiliser les consommateurs et de gagner leur confiance afin que le CE engendre un réel processus de développement durable et d'intégration des agriculteurs marginalisés.

⁸⁸ IBGE, 2004 (Institut brésilien de Géographie et Statistique, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

Références bibliographiques

➤ Etudes

França C. L., "Comércio Ético e Solidário", *Fundação Friedrich Ebert - ILDES*, São Paulo, 2002. 119p.

Fretel A. C., Simoncelli-Bourque E., "O Comércio Justo e o Consumo Ético", *Federação de Orgãos para Assistência Social e Educacional (FASE)*, Rio de Janeiro, 2003. 62p.

Habbart P., Lafarge L., Peteers A. & Vergriette B., « Etats des lieux et enjeux du changement de d'échelle du commerce équitable », *Solidarités Agricoles et Alimentaires (Solagra)*, Nogent sur Marne, 2002. 62 p.

Silvestr M., « Quelques réflexions et synthèses sur le commerce équitable », Collections Etudes Théoriques, n°ET0420, Cahier de CRISES, *Centre de Recherches sur les Innovations Sociales (CRISES)*, 2004, 53p.

➤ Etudes disponibles sur Internet

AVSF, « Agronomes et Vétérinaires sans frontières et le Commerce équitable. *Texte de référence* », *Agronomes et Vétérinaires sans frontières*, Nogent sur Marne, , avril 2005. 23 p. [Page consultée le 29 juin 2005]. Disponible en ligne :

http://www.avsf.org/fr/article.php?rub_id=23&art_id=434

CLAC, "Acuerdos finales de la quinta asamblea regional", *Coordinación Latino Americana dos pequenos produtores del Comercio justo*, Oaxaca, 2004. 4 p. [Page consultée le 29 avril 2005]. Disponible en ligne :

http://www.comerciojustoecuadorperu.net/Documentos/Memoria%20Asamblea%20Oaxaca-Mexico_Agosto%202004.doc

FLO, "Annual Report 03/04", *Fairtrade Labelling Organizations International*, Bonn, 2004, 78 p. [Page consultée le 8 avril 2005]. Disponible en ligne:

<http://www.fairtrade.net/sites/news/onetonine/two.html>

FTF, "Report on Fair Trade Trends 2002-2003 in USA and Canada & the Pacific Rim", *Fair Trade Federation*, 2004. 18 p. [Page consultée le 12 avril 2005]. Disponible en ligne:

http://www.fairtradefederation.com/2003_trends_report.pdf

IBGE, "Contas Nacionais 2003", *Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística*. [Page consultée le 30 avril 2005]. Disponible en ligne:

www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/contasnacionais/2003/defaulttab.shtm

Kriens J.M., "Facts and Figures on the Fairtrade Sector in 18 European Countries, 2001", *European FairTrade Association (EFTA)*, Slazurb, 2002. 85 p. [Page consultée le 6 mai 2005]. Disponible en ligne: http://www.eftafairtrade.org/pdf/FT_f&f_2001.pdf

NEWS!, « European Fair Trade Market Overview 2003", *Network of European Worldshops*, 2004. 26 p. [Page consultée le 6 mai 2005]. Disponible en ligne :

http://www.worldshops.org/fairtrade/factsandfigures/European_FT_market_overview_2003.doc

Penchèvre S., Sacca J., « Vers un commerce équitable Sud-Sud », *Alter Eco Brasil*, Rio de Janeiro, Mai 2005. 176 p. [Page consultée le 27 juin 2005]. Disponible en ligne :

http://brasil.altereco.com/pdf/Etude_Alter_Eco_Brasil.pdf

Santos L. C., "Certificação participativa em rede: um processo de certificação adequado à agricultura familiar agroecológica no sul do Brasil - Relatório técnico final", *Rede de Ecovida de Agroecologia*, Florianópolis, juin 2005. 73 p. [Page consultée le 16 juillet 2005]. Disponible en ligne: <http://ecovida.wopm.com.br/site/arquivos/253.pdf>.

Schutter R., "Fairtrade year book 2001", *European FairTrade Association (EFTA)*, Bruxelles, 2002. 13 p. [Page consultée le 29 avril 2005]. Disponible en ligne: http://www.eftafairtrade.org/pdf/YRB2001Ch01_EN.pdf

SEBRAE, "Comércio Justo, Pesquisa Mundial", *Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas*, Curitiba, 2004. 87 p. [Page consultée le 16 mai 2005]. Disponible en ligne : http://www.sebrae.org.br/arquivos/downloads/comercio_justo2.pdf

Union des Consommateurs du Québec, « Commerce équitable : bâtir des règles de marché claires pour les consommateurs », *Union des Consommateurs*, Montréal, 2002. 52 p. [Page consultée le 6 mai 2005]. Disponible en ligne : <http://consommateur.qc.ca/union/docu/agro/EQUITABLEFinal.pdf>

➤ Article disponible sur internet

França C.L., "Comércio Ético e Solidário no Brasil", *Fundação Friedrich Ebert/ILDES*, São Paulo, 2002. 3 p. [Page consultée le 9 avril 2005]. Disponible en ligne: <http://www.facesdobrasil.org.br/fb/publicacoes/FACES%20do%20Brasil.pdf>

Uriarte A., "Fair trade: Uma introdução e algumas reflexões". *Business meets Social Development (BSD)*, São Paulo, 2002. 10 p. [Page consultée le 7 avril 2005]. Disponible en ligne: http://www.bsd-net.com/bsd_brasil/artigoft.pdf

➤ Pages web

FLO. « How to become FLO certified », *Fairtrade Labelling Organizations International*. [Page consultée le 5 avril 2005]. Disponible en ligne : <http://www.fairtrade.net/sites/certification>

FLO. « How to become FLO registered », *Fairtrade Labelling Organizations International*. [Page consultée le 5 avril 2005]. Disponible en ligne : <http://www.fairtrade.net/sites/certification/registered.html>

IFAT. "The FTO mark", *International Federation for Alternative Trade*. [Page consultée le 23 avril 2005]. Disponible en ligne: <http://www.ifat.org/theftomark.shtml>

Max Havelaar Belgique, « Contrôle, critères internationaux du commerce équitable, certification et exemple de contrôle » [en ligne]. *Association Max Havelaar Belgique*. [Page consultée le 3 mai 2005]. Disponible en ligne: <http://www.maxhavelaar.com/fr/page.php/controle>

Max Havelaar France, « Max Havelaar - Le label du commerce équitable ». [en ligne]. *Association Max Havelaar France*. Mis à jour en 2003. [Page consultée le 3 mai 2005]. Disponible en ligne: <http://www.maxhavelaarfrance.org/label>

Natura, "Responsabilidade corporativa" [en ligne]. *Natura*. Mis à jour en février 2005. [Page consultée le 11 mai 2005]. Disponible en ligne: <http://www2.natura.net/Web/Br/Inst/About/src/index.asp?about=responsabilidade>

TransFair Canada, « Normes et procédures » [en ligne]. *Association TransFair Canada*. Mis à jour en 2004. [Page consultée le 4 mai 2005]. Disponible en ligne: <http://www.transfair.ca/fr/commerceequitable/normes/>

➤ Site web

Alter Eco. [Page consultée le 17 juin 2005]. Disponible en ligne: <http://www.altereco.com/>

BSD Consultoria. *Especialistas em responsabilidade corporativa e comércio justo*. [Page consultée le 7 avril 2005]. Disponible en ligne: http://www.bsd-net.com/bsd_brasil.

Caras do Brasil. *O novo canal para comercialização de produtos sustentáveis*. [Page consultée le 27 juin 2005]. Disponible en ligne: <http://www.grupopaodeacucar.com.br/carasdobrasil/>

Embrapa. *Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária*. [Page consultée le 7 avril 2005]. Disponible en ligne: <http://www.embrapa.br/>

FACES do Brasil. *Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário do Brasil*. [Page consultée le 9 avril 2005]. Disponible en ligne : <http://www.facesdobrasil.org.br>

FLO. *Fairtrade Labelling Organizations International*. [Page consultée le 5 avril 2005]. Disponible en ligne : <http://www.fairtrade.net>

FXTOP. *Historique des taux de changes*. FXTOP Sarl. [Page consultée le 27 juillet 2005]. Disponible en ligne: <http://fxtop.com/en/historates.php>

Governo Federal do Brasil. [en ligne]. [Page consultée le 2 juin 2005]. Disponible en ligne: www.brasil.gov.br

IFAT. *International Federation for Alternative Trade*. [Page consultée le 23 avril 2005]. Disponible en ligne: <http://www.ifat.org>

Plateforme pour le Commerce Equitable. [Page consultée le 8 avril 2005]. Disponible en ligne: <http://www.commerceequitable.org/>

Viva Rio. [Page consultée le 29 mai 2005]. Disponible en ligne: www.vivario.org.br

➤ Documents internes

AOPFCJS, "Relatório da reunião de animadores da Articulação de Organizações de Produtores Familiares para o Comércio Justo e Solidário", *Articulação de Organizações de Produtores Familiares para o Comércio Justo e Solidário*, São Paulo, mai 2005. 9p.

Bio Equitable, « Référéntiel cahier des charges Bio Equitable », *Association Bio Equitable*, Marseille, 2002. 14 p.

Boutique Solidaria, "Súmario executivo, boutique solidária", *Instituto parceiros da vida paraná*, Curitiba, mai 2005. 17p.

Eusebi L., "Relatorio Final de atividades ; Projeto de Cooperação Técnica 2005", *Instituto interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA)*, Turin, mars 2005. 67p.

FACES do Brasil, "Reunião de planejamento 2005 do Faces do Brasil", *Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário do Brasil (FACES do Brasil)*, Recife, mars 2005. 26p.

FASE, "Projeto Valorização da Produção Familiar Rural para o Manejo Sustentável de Agroecossistemas de Várzea no Estuário do Rio Tocantins", *Federação de Orgãos para Assistência Social e Educacional*, Belém, 2004. 53 p.

FLO, "Critérios de Comércio Justo para Trabalho Contratado e pequenos produtores", *Fairtrade Labelling Organizations*, 2004. 11p.

FLO-Cert, "Fairtrade Labelling Organisations: guaranteeing a better deal for producers and workers", *Fairtrade Labelling Organizations*, 2005. 28 p.

FLO-Cert, "Summary of FLO-Cert Certification Procedures", *Fairtrade Labelling Organizations*, Bonn, 2004. 5 p.

IBD, "Apresentação do sistema de certificação eco-social", *Instituto Bio Dinâmico*, février 2005.26p.

Medaets J.P., "Políticas públicas para um Comércio Solidário", Secretaria de Agricultura Familiar (SAF), Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), Brasília, mai 2005. 19p.

Uriarte A. & Gruninger B. "Comércio Solidário: Parcerias e Pobreza no Estado do Paraná", *Business meets Social Development (BSD)*, São Paulo, 2001. 31p.

Gastel (Van) M., "Apresentação de CLAC - Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comércio Justo", *Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comércio Justo*, mars 2005. 6 p.

Young J. "Overview of FLO Trade Certification", *Fairtrade Labelling Organizations*, Bonn, mai 2005. 6p.

Table des annexes

Annexe 1: Organisations qui intègrent l'Institut FACES

Institutions	Objectifs	Programmes liés au commerce équitable	Site internet
<p>FASE (Federação de Órgãos para Assistência Social e Educacional)</p>	<p>ONG brésilienne qui a pour mission de contribuer à la construction d'une société démocratique à travers une alternative de développement qui inclut l'inclusion sociale avec justice, la durabilité de l'environnement et l'universalité des droits sociaux, économiques, culturels, environnementaux, civiques et politiques. Elle a pour objectifs principaux de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Élaborer et diffuser des programmes et plateformes pour la construction d'un nouveau projet de société, fondé sur un modèle durable de développement. • Promouvoir auprès du public la justice environnementale, l'économie solidaire, l'augmentation des revenus basiques des citoyens et l'égalité des sexes. • Élaborer et diffuser des méthodologies pour exiger le respect des droits dans le but de réduire les inégalités. 	<p>FASE développe un programme d'économie populaire et solidaire Tem um programa de economia popular e solidaria.</p>	<p>www.fase.org.br</p>
<p>ADS (Agência de Desenvolvimento Solidário) intégrant la CUT (Central Única dos Trabalhadores)</p>	-	-	<p>www.ads.org.br www.cut.org.br</p>
<p>FES - Fundação Friedrich Ebert</p>	<p>La représentation de la Fondation allemande Friedrich Ebert au Brésil (FES) a développé cinq aires de travail: « inclusion sociale », « monde du travail », « développement durable », « Brésil dans un monde globalisé » et « Etat et société ». Chaque aire développe des projets différents et ont une identité propre même s'ils sont mis en relations.</p>	<p>L'aire de travail « développement durable » appuie des projets qui cherchent l'inclusion sociale à travers le développement économique, politique, sociale et environnemental du Brésil. Les principaux thèmes travaillés sont: commerce éthique et solidaire, développement durable en Amazonie, développement économique local, restructuration des organisations qui agissent au Brésil et construction d'une vision politique de la sécurité publique des citoyens.</p>	<p>www.fes.org.br</p>

Imaflora	ONG brésilienne visant le développement agricole et la promotion de la gestion durable de la forêt.	Imaflora a développé un projet de commerce éthique et solidaire dans le cadre de son programme de politiques publiques. Celui-ci consiste à mettre en place un système d'analyse de la chaîne de production et de commercialisation de quatre projets sélectionnés par FACES.	www.imaflora.org
Instituto Kairós	ONG brésilienne qui vise à diffuser, promouvoir et consolider la consommation responsable en utilisant diverses méthodes (pédagogiques) et pratiques (conférences, réflexion critiques, projets éducateurs, etc.).		www.institutokairos.org
Onda Solidaria	ONG brésilienne qui a pour objectifs principaux de : - Créer et développer une chaîne de production et de commercialisation des produits du commerce éthique et solidaire. - Développer des projets d'intégration sociale d'enfants et d'adolescents en situation de précarité. - Améliorer la condition de vie des habitants de la périphérie de Rio de Janeiro. - Promouvoir la responsabilité citoyenne	Projet "Onda Brasil": Objectif: soutenir la production et la commercialisation de groupes informels de couturières de l'état de Rio de Janeiro selon les principes du commerce éthique et solidaire. Appui à l'exportation des produits textiles sur le marché du commerce équitable anglais, espagnol et français.	www.ondasolidaria.org
Instituto Sere : (Fundação Friedrich Ebert)	L'institut SERE est une Organisation de Société Civile d'intérêt Public (OSCIP) qui a pour objectif de contribuer à la formulation d'instruments et l'implantation de politiques d'appui au développement durable de régions, municipalités, communes et groupes.	Favoriser la commercialisation des producteurs familiaux sur le marché du commerce équitable.	www.sere.org.br
Visão Mundial	« Visão Mundial » est une ONG internationale qui a pour mission d'appuyer les enfants, familles et communautés dans leur recherche d'amélioration de leurs conditions de vie, et stimuler un développement durable pour une société plus juste.	Elle a développé le programme « comércio justo e solidário » qui vise à améliorer la rentabilité artisanale et agricole des petits producteurs. Le programme constitue un appui à la production, commercialisation et défense des droits de ces producteurs brésiliens de soixante communautés du Nord-Est brésilien.	www.visaomundial.org.br

<p>Viva Rio</p>	<p>ONG brésilienne qui vise à stimuler les individus, associations et entreprises dans le but de construire une société plus juste et démocratique.</p>	<p>Elle a développé un projet de création et de soutien à des coopératives de couturières dans les communautés défavorisées de la ville de Rio de Janeiro et sa périphérie. Elle appuie aujourd'hui 13 coopératives de femmes au travers de programmes de formation en couture et de microcrédits et leur fournit des machines à coudre. Viva Rio a aussi développé une marque « Viva Rio » attribuée aux vêtements fabriqués par ces coopératives, qui garantit le respect des critères du CE définis par l'IFAT.</p>	<p>www.vivario.org.br</p>
<p>RBSES (Rede Brasileira de Socio-Economia Solidária)</p>	<p>Réseau national brésilien qui vise à appuyer l'implantation de « Réseaux de Collaboration Solidaires Locaux » avec la perspective de promouvoir la création de réseaux régionaux et internationaux, augmentant de cette manière l'offre de produits et de services solidaires.</p>		<p>www.redesolidaria.com.br</p>
<p>UNISOL (União e Solidariedade das Cooperativas Empreendimentos de Economia Social do Brasil)</p>	<p>Association civile sans buts lucratifs qui a pour objectif principal de réunir des entités et des entreprises afin de promouvoir l'amélioration socio-économique de ses intégrants, en leur garantissant un travail et revenu dignes. Elle se base sur les principes de solidarité et coopération.</p>		<p>www.unisolbrasil.org.br</p>
<p>Rede Ecovida de Agroecologia</p>	<p>Réseau d'organisations de producteurs familiaux agro-écologistes, d'ONG de soutien et de militants écologistes. Celui-ci a pour perspective d'articuler diverses expériences concrètes d'agro-écologie et de mettre en place un système de certification innovateur, basé sur la participation et le renforcement du pouvoir des agriculteurs.</p>		<p>www.ecovida.org.br</p>

Source: *FACES do Brasil. Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário do Brasil. [Page consultée le 9 avril 2005]. Disponible en ligne : <http://www.facesdobrasil.org.br>*

Annexe 2 : Critères de certification de « Bioéquitable»

Sept grands types de critères du Bio Equitable sont définis dans le présent référentiel :

- 1) La conformité à l'un au moins des règlements d'Agriculture Biologique reconnus au niveau international (CEE, JAS, NOP,...),
- 2) Contractualisation des engagements entre les entreprises opératrices et les producteurs ou organisations de producteurs et/ou les représentants des acteurs intermédiaires des filières,
- 3) Prise en charge partielle ou totale des coûts de certification biologique et de vérification commerce équitable (Bio Equitable) par les entreprises opératrices,
- 4) Fourniture permanente par tous moyens, y compris financiers, d'assistance technique, d'aide à l'encadrement, de formation à l'agriculture biologique et durable et au cahier des charges BIO EQUITABLE, de soutien à l'organisation, à la gestion et à l'activité de techniciens autochtones et ceci dans le respect des cultures et traditions locales,
- 5) Pratique d'une politique commerciale de « prix minimum garanti contractuel » permettant une juste rémunération des producteurs pour subvenir décemment à leurs besoins et à ceux de leurs familles, et s'inscrivant dans un objectif de rentabilité économique de l'activité de production,
- 6) Engagements de garantie sur le respect des droits élémentaires et fondamentaux de la personne, sur le refus de l'exploitation des producteurs, le respect des droits sociaux du travail (repos hebdomadaire, hygiène, sécurité et santé) et de la protection des enfants dans le travail...
- 7) Développement d'une agriculture durable et maintien du tissu rural local.

Source : Bio Equitable, « Référentiel cahier des charges Bio Equitable », Association Bio Equitable, Marseille, 2002. (Document interne).

Annexe 3 : Critères de la certification « EcoSocial » de l'IBD

1. Parâmetros sociais de avaliação:

- Apoio ao trabalho sindicalizado;
- Segurança no trabalho;
- Salubridade no trabalho;
- Benefícios sociais: trabalhadores fixos e temporários;
- Participação nos resultados;
- Capacitação dos funcionários;
- Capacitação para gestão de grupos;
- Sistema de controle interno de qualidade;
- Trabalho infantil;
- Discriminação social, racial, religiosa, política e de gênero;
- Educação básica e fundamental;
- Habitação;
- Alimentação;
- Saúde;
- Auxílio à mulher trabalhadora;
- Apoio à gestante e à lactante;
- Apoio ao idoso;
- Prevenção e apoio aos adictos (usuários de drogas e álcool).

2. Parâmetros ambientais de avaliação:

- Áreas naturais protegidas;
- Manejo dos recursos naturais (recursos florestais, subsolo e solo);
- Gerenciamento de recursos hídricos;
- Gerenciamento de resíduos sólidos;
- Gerenciamento de efluentes líquidos;
- Gerenciamento de efluentes gasosos;
- Manejo da biodiversidade e banco de sementes.

Source: IBD, "Apresentação do sistema de certificação eco-social", Instituto Bio Dinâmico, février 2005. (Document interne).

Annexe 4: OP sélectionnées par Alter Eco pour le projet du commerce équitable « Sud-Sud »

Noms des coopératives	Etats du Brésil	Certification, marque ou réseau.	Produits sélectionnés par ALTERECO pour projet CE Brésil
APA (Associação dos Produtores Alternativos)	Rondônia	x	Cœurs de palmiers, compléments alimentaires et huiles essentielles
Associação dos Pequenos Agrossilvicultores do Projeto RECA. (Reflorestamento Economico Consorciado e Adensado)	Rondônia	x	Cœurs de palmiers
CEALNOR (Central de Associações do Litoral Norte)	Rio Real, Bahia	FLO	Jus concentré d'orange, fruit de la passion, lait et eau de coco.
COAGROSOL (Cooperativa dos Agropecuaristas Solidários de Itápolis)	Itápolis, São Paulo	IBD et FLO	Jus d'orange
"Frutos do Sol" liée à COAGROSOL)	Sao Paulo	IBD et FLO	Confitures bio d'orange et fruit de la passion Tomates séchées bio
ECOCITRUS (Cooperativa dos Citricultores Ecológicos do Vale do Caí Ltda)	Montenegro, Rio Grande do Sul	IBD, Rede Ecovida de Agroecologia et FLO	Jus d'agrumes (orange/mandarine) et confitures allégées
COOPERCUC (Cooperativa Agropecuária Familiar de Canudos Uauá e Curaçá")	Uauá/BA	En transition (IBD)	Gelée d' « umbu »
CGTSM (Conselho Geral da Tribu Satere Maue)	Maranhão	Membre de l'IFAT	Guaraná (en po o sirop)
ACARAM (Articulação Central das Associações Rurais de Ajuda Mútua)	Rondônia	FLO	Café robusta et « guarana »
NUTRITIVOMEL (Associação dos apicultores da microrregião de simplicio mendes")	Piauí	x	Miel d'abeille
CABRUCA	Bahia	IBD	Cacao biologique et fruits secs
COMPAEB-CAPEB (Cooperativa Agroextrativista dos Produtores de Epitaciolândia e Brasiléia)	Acre	x	Noix du Para
COASA	Piaui	x	Noix de cajou
FACI (Federação de Associações Comunitárias Rurais de Iúna e Irupí, em Iúna, no estado do Espírito Santo)	Espírito Santo	Biologique	Café

Source: Penchèvre S., Sacca J., « Vers un commerce équitable Sud-Sud », Alter Eco Brasil, Mai 2005.

Annexe 5: Liste des organisations de producteurs de l' "Articulação de Organizações da Produção Familiar do Comércio Justo e Solidário"

Versão 16 juin 2005 (72 organisations)

RO-AC-MT-AM *Articuladores: Neréia - ACARAM e Lindomar - APA-RO*

CAPEB/ COMPAEB	Brasileia	AC	castanha-do-brasil
ACARAM / COOCARAM	Jí-Parana	RO	Café
APA-RO	Ouro Preto de Oeste	RO	palmito, doces, geleia
APRURAM	Rolim de Moura	RO	polpas de frutas
RECA	Nova Califórnia	RO	polpas de cupuaçu e açaí
AJOPAM / COOPROPAM	Juína	MT	mel, palmito e café
Cooperagrepa	Terra Nova do Norte	MT	melado, açúcar mascavo, guaraná
CGTSM Sateré Maué/ Sapopema	Manaus	AM	Guaraná

PA-AP-TO-RR-MA *Articulador: Carlos Alberto*

COMAJA	Laranjal de Jarí	AP	castanha-do-brasil e óleo
ASSM	Igarepé-Miri	PA	Açaí fruto e palmito
COFRUTA	Abaetetuba	PA	Açaí, Polpa de frutas e doces
CART	Cametá	PA	Açaí frutos, palmitos e farinha
Coopbab	Barcarena	PA	Açaí fruto e palmito
COMIP	Belém	PA	Artesanato
Cooperativa de Gurupá	Gurupá	PA	Palmito
FECAT	Marabá	PA	polpas e doces
COPPALJ/ ASSEMA	Pedreiras	MA	óleo de babaçu
CTI / Frutasã	Carolina	MA	polpas de frutas do Cerrado

PI-CE-RN-PB-PE *Articuladora: Terezinha*

AAPI	Simplicio Mendes	PI	Mel
COASA	Picos	PI	castanha-de-caju
Seiva Assoc. Ltda	São Raimundo Nonato	PI	cerâmica étnica
Coopercaju	Serra do Mel	RN	castanha-de-caju
ASFARJA	Jaguaruana	CE	Redes
Grupo Prod. Areia Colorida	Mavinié Mota	CE	garrafinhas de areia colorida
Banco Palmas	Fortaleza	CE	Confecções
Assoc. Fiando Sonhos	Tauá	CE	algodão colorido
Multiexpressão	Fortaleza	CE	Artesanato
APROTAQ	Tarquaritinga do Norte	PE	café orgânico
Cooperativa Ecoorgânica	Vitória de Santo Antão	PE	Hortaliças orgânicas
Harmonia - Usina Catende	Catende	PE	Açúcar
Ass. Quilombola C. das Crioulas	Salgueiro	PE	Artesanato de fibra de caroá

BA-SE-AL *Articulador: Martin (75 - 9972.4519 / 3426.1246)*

APAEB Valente	Valente	BA	carpetes de sisal, laticínios, couro
APAMA	Abaíra	BA	Cachaça orgânica, açúcar mascavo
APSA	Porto de Sauípe	BA	Artesanato de piaçava
ASPPIF	Bom Jesus da Lapa	BA	Manga
Ass. Prod. Org. Pinga Pinga	Abaíra	BA	café orgânica
Ass. Quilobola Barra e Bananal	Rio das Contas	BA	cachaça orgânica, licores, geleia
Cooperativa de Produção	Capim Grosso	BA	Mel
CEALNOR	Rio Real	BA	sucos, polpas, farinha, frutas
COOPASB	Ilhéus	BA	cacau, pimenta guaraná, cravo
Cooperafis	Valente	BA	Artesanato
Cooperbio	12 municípios da Chapada	BA	Café
COPERCUC	Uauá	BA	doces, geleia, suco de umbu
Projeto Onça	Taperoá	BA	Guaraná, cravo, canela, pimenta
Terra Viva	Itamarajú	BA	Banana, polpas

MG-ES-RJ-SP-GO *Articulador : Paulo Pegas, Centro de Assessoria Sapucaí*

FACI	Iuna	ES	Café
APILDER	Lagoa Santa (B. Horizonte)	MG	Mel
Ass. TR da Zona de Mata	Muriaé	MG	café orgânico
APJ	Teófilo Otoni	MG	Artesanato
ASPPCAFÊ	São Gotardo	MG	Café
CAV	Turnalina	MG	mel, frutas secas
Cooperativa Grande Sertão	Montes Claros	MG	polpas de frutas regionais
Cooperativa Poço Fundo	Pouso Alegre	MG	Café
Coopercerrado	Goiânia	GO	noz Barú
COAGROSOL	Itápolis	SP	sucos limão, manga
Cooperorgânic a	São Paulo	SP	palmito, gengibre

RS-SC-PR-MS *Articulador: Dinilson, (49 - 322.0154 / 9997.0436)*

APOMS	Dourados	MS	Café orgânica, soja, milho pipoca
AAPT (Pé na Terra)	Maringá	PR	Café, soja, acerola, s.de uva, hortaliças
AOPA	Curitiba	PR	banana orgânica
APROAP	Iporã	PR	algodão orgânica
APROSANTO	Santo Antonio do Suldoeste	PR	A. mascavo, soja, hortaliças, frutas
APOMOP	Iracema do Oeste	PR	Café, soja, feijões, hortaliças, frango
Assoc. Batuva e Rio Verde	Guaraqueçaba	PR	banana seca
CCA-UBEM	Santa Maria do Oeste	PR	chá mate e erva- mate
Centro Pop. de Saúde Yanten	Medianeira	PR	ervas medicinais e aromáticas
Grupo Gestor Pro Caxias	Quedas do Iguaçu	PR	Soja, a. mascavo, ervas medicinais hortaliças, frutas
COASOL	Londrina	PR	Café
SINTRAF Capanema	Capanema	PR	soja orgânica
AGRECO	Santa Rosa de Lima	SC	hortaliças, doces agrocológicos
APACO	Chapecó	SC	suco, queijos, embutidos, doces
AECIA	Antônio Prado	RS	sucos, doces
AECOVALE / Colônia Nova	Cissiumal	RS	cachaça, açúcar mascavo
Ecocitrus	Montenegro	RS	suco de tangerina

Source: AOPFCJS, "Relatório da reunião de animadores da Articulação de Organizações de Produtores Familiares para o Comércio Justo e Solidário", Articulação de Organizações de Produtores Familiares para o Comércio Justo e Solidário, mai 2005. (Document interne).