

# Enjeux du commerce équitable, au Sud comme au Nord<sup>1</sup>

Arturo Palma Torres <sup>2</sup>

*1. Assiste-t-on aujourd'hui au développement d'un commerce équitable qui ne serait pas seulement Nord-Sud ? Pouvez-vous nous donner quelques exemples du développement du commerce équitable Sud-Sud et Nord-Nord ?*

Du moment où les petits producteurs s'organisent, au Nord comme au Sud, l'une de leurs premières préoccupations est la commercialisation de leurs produits aux meilleures conditions possibles, avant même qu'on parle de « commerce équitable ». Le développement du commerce équitable Nord-Sud a ouvert la possibilité d'accéder à certains marchés des pays du Nord, mais aussi de construire de liens de coopération réciproque avec les organisations de commerce équitable.

Les études d'impact du commerce équitable <sup>3</sup> indiquent clairement que cette coopération a permis d'améliorer les conditions de vie des producteurs, ainsi que de développer leurs compétences professionnelles et leurs capacités productives et commerciales. Toutefois, les marchés du commerce équitable au Nord restent insuffisants et cette nouvelle forme d'échanges Nord-Sud ne génère pas à elle toute seule le développement local que l'on espérait.

Aujourd'hui, conscients de ces limites que je considère structurelles, les organisations de producteurs du Sud ont renforcé leurs liens entre eux, d'abord au niveau national (principalement en Inde, en Amérique latine et en Afrique anglophone) et aujourd'hui au niveau continental, surtout en Amérique latine. Les objectifs de cette articulation croissante sont de nature différente selon les pays et continents, mais lors du dernier FSM à Porto Alegre sont apparues trois préoccupations majeures : le besoin de développer des marchés équitables locaux, nationaux et régionaux ; la recherche de plus de participation dans les organisations internationales de commerce équitable <sup>4</sup> ; le besoin d'intégrer dans le mouvement les multiples initiatives se réclamant du même esprit sous des appellations diverses (« solidaires », « justes », « éthiques », « communautaires », etc).

Dans les pays du Sud il y a depuis longtemps des initiatives de commerce équitable local et/ou régional. Je peux citer MCCH/RELACC en Equateur et l'Amérique Centrale, Fondation Solidarité au Chili, Khochalita en Bolivie, BRACC/AARONG au Bangladesh, Creative Handicraft en Inde, Sarvodaya au Sri Lanka, Surin Farmers Support/Green Net en Thaïlande, le Cercle des Secheurs au Burkina-Fasso, l'Union des Artisans du Nord (UGAN) en Côte d'Ivoire, Mikono en Tanzanie, Dezign Incorporated au Zimbabwe <sup>5</sup>.

« Maquita Cushunchic Comercializando como Hermanos » (MCCH), fondation Equatorienne, rassemble 600 groupes de petits producteurs, dont 170 groupes de femmes ; 400 boutiques communautaires ; 45 entrepôts provinciaux ; 14 centres d'accueil de tourisme populaire. Au total, ce sont 300 000 personnes impliquées directement ou indirectement dans son action. Elle est membre fondatrice du Réseau Latino Américain de Commercialisation Communautaire (RELACC), né en 1991, dont

---

<sup>1</sup> Article publié en Politis du 24/03/2005

<sup>2</sup> Consultant indépendant en développement local, associé au CRIDA. Membre du Pôle de socio-économie solidaire de l'Alliance 21. Membre d'Artisans du Monde.

<sup>3</sup> Cf. « Etude de l'impact de 25 de commerce équitable sur les producteurs du Sud partenaires d'Artisans du Monde », CIEDEL, Février 2004, entre autres.

<sup>4</sup> IFAT, International Fair Trade Association ; FLO International, Fair trade Labelling Organisation.

<sup>5</sup> Cf. « Nos partenaires du Sud », Solidar'Monde, Edition 2001.

l'objectif est de renforcer les expériences de "commercialisation communautaire" (production locale pour la consommation locale). Il comprend 12 pays d'Amérique Latine (Mexique, Guatemala, Honduras, Salvador, Nicaragua, Costa Rica, Panama, Pérou, Bolivie, Paraguay, Brésil et Equateur) qui sont représentés par des organisations nationales autogérées. Le réseau a 4 pôles d'activités : la formation, le conseil, le financement et la commercialisation communautaire. Pour la commercialisation des produits (majoritairement agricoles et artisanaux), les démarches sont propres à chaque pays :

- au Pérou, plus de 3000 "comedores populares" (restaurants populaires) participent au réseau en s'approvisionnant auprès d'organisations membres de la RELACC,
- le Guatemala, pour sa part, exporte des plantes médicinales,
- en Bolivie, les marchés traditionnels sont les lieux privilégiés de vente et d'échanges,
- au Mexique, il y a un système de distribution, la "Fourmi Solidaire", où les organisations urbaines vendent de porte à porte les produits des organisations rurales.

RELACC doit maintenant relever des défis tels que le passage d'organisations informelles à des organisations légalement reconnues. Il doit aussi renforcer ses réseaux d'information et inciter les autorités à adopter des politiques en faveur de ce type de commercialisation.

La situation dans les pays du Nord est un peu différente, car producteurs et consommateurs s'inspirant des principes du commerce équitable Nord-Sud, mettent en place de filières courtes permettant de contourner la mainmise de la grande distribution. C'est le cas des expériences des exploitations paysannes soutenues par les consommateurs (Canada, Japon, Italie, Angleterre, ...). En France il y a les AMAP (Associations pour le maintien de l'agriculture paysanne), qui établissent des liens directs entre paysans et consommateurs ; l'ADEAR (Association pour le Développement des Emplois Agricoles et Ruraux), qui soutient des « magasins paysans » dans le Rhône ; et d'autres initiatives qui commercialisent aussi bien des produits équitables du Sud que des produits locaux, à l'instar des magasins de commerce équitable en Italie, en Espagne et même en France. En Bretagne il existe une « Fédération Bretonne de commerce équitable », avec une quarantaine de membres, dont un réseau de bars qui ont remplacé Coca et Pepsi par un soda Bréton.

Cette diversité d'initiatives gagnerait certainement à établir des références communes et connues des consommateurs, ainsi qu'à innover radicalement en ce qui concerne de nouvelles formes de certification crédibles et reconnues par les pouvoirs publics. C'est un chantier ambitieux qui requière la collaboration avec des chercheurs et des administrations, pourvu qu'ils soient disposés à penser le commerce équitable autrement que comme une simple niche commerciale ou un affichage marketing.

*2. Quelle forme a pris un commerce équitable Sud-Sud, y a-t-il la promotion d'un commerce équitable avec des politiques publiques, l'idée d'un développement local, d'une re-localisation de l'économie ?*

A mon avis, le développement du commerce équitable local, national ou régional, au Sud comme au Nord, constitue l'avenir du commerce équitable en tant que tel. Le commerce équitable Nord-Sud ne doit disparaître, au contraire, mais d'un point de vue stratégique la priorité est à la diversification et à l'encrage dans les territoires locaux.

Le commerce équitable dit Sud-Sud peut être un levier important pour le développement local durable, pourvu qu'il intègre deux éléments essentiels de cette démarche : l'éducation du public à une consommation responsable, respectueuse des droits humains et de l'environnement ; le travail de sensibilisation des autorités locales et nationales pour qu'elles soutiennent ce processus, en assumant leur rôle des garants de l'intérêt général. Ces deux éléments, plus le soutien des organisations du Nord, permettront aux producteurs de construire leurs propres réseaux de commercialisation et, parallèlement, de peser davantage dans leurs négociations avec les enseignes de la grande distribution.

Lors d'un des séminaires que nous avons organisés à Porto Alegre sur « Economie solidaire, Commerce équitable et Autorités locales », aussi bien les représentants des organisations de producteurs du commerce équitable que le élu locaux participant, sont tombés d'accord pour dire qu'il fallait travailler ensemble pour des politiques publiques destinées à développer les marchés équitables, sensibiliser les populations, développer le rôle d'acheteur des collectivités locales, faire évoluer le droit et la législation dans les marchés publics (quitte à utiliser la « désobéissance institutionnelle » pour des jurisprudences favorables !). Vaste programme ! Mais les expériences déjà amorcées par les organisations du Sud permettent d'y croire.

Quant à une re-localisation de l'économie, cela me semble trop demander au commerce équitable ! Une réelle re-localisation de l'économie nécessite d'une réforme radicale de l'organisation de la production et du commerce mondial, qui privilégie le respect des droits économiques, sociaux et culturels, ainsi que la protection de l'environnement. Certains mouvements du commerce équitable y travaillent, en alliance avec d'autres acteurs du mouvement alter-mondialiste (syndicats, mouvements paysans, défenseurs de l'environnement, associations de solidarité internationale, etc.).

*3. Y a-t-il en jeu dans ces changements un autre projet qui ne soit plus de donner une image du commerce équitable, simple outil d'aide des petits producteurs du Sud par les pays du Nord ?*

Le commerce équitable est n'est dans les années 60 comme une nouvelle forme de solidarité Nord-Sud. Des réseaux de vente alternatifs se sont créés en peu partout en Europe. Dans les années 80, certaines ONG Européennes ont considéré cela insuffisant et ont créé des labels privés de commerce équitable (Max Havelaar, TransFair, FairTrade, etc.) pour introduire des produits de consommation de masse équitables dans les supermarchés. Cette initiative a été bien accueillie par les entreprises de la grande distribution, les pouvoirs publics et l'opinion. Elle a beaucoup contribué à élargir les marchés et à le faire connaître auprès des consommateurs. Mais le message est resté celui de la solidarité Nord-Sud.

Sans entrer directement dans la polémique « réseaux spécialisés versus grandes surfaces », il me semble que le commerce équitable, au Sud comme au Nord, doit faire face à un certain nombre de défis évidents.

Le premier est sans doute celui d'explicitier le projet politique (la finalité, le sens) qui sous-tendent, qu'elles le veuillent ou non, toutes ces initiatives. S'il s'agit d'améliorer le niveau de vie d'un certain nombre de producteurs des pays du Sud en leur facilitant l'accès aux marchés des pays du Nord, alors il faut tout miser sur l'attractivité des produits auprès des consommateurs (marketing) et sur l'intérêt économique des

multinationales de la grande distribution à développer ces marchés (profits et image). Cette stratégie, qui fait un pari risqué sur la capacité des acteurs du marché (producteurs organisés, certificateurs privés et multinationaux) à réguler sur le long terme les échanges de manière équitable, comporte un certain nombre d'interrogations qu'il serait bon d'éclaircir. Un seul exemple : comment résoudre la contradiction entre la surproduction de certains produits au Sud et la capacité limitée de consommation au Nord, surtout quand on se réclame du développement durable ? Le café, produit phare du commerce équitable, en est une bonne illustration : 23 millions de producteurs ; des prix mondiaux en baisse de plus de 50% ces dernières 5 années ; consommation à la baisse dans les pays du Nord ; un million de producteurs susceptibles de vendre dans les marchés équitables. Sans parler des pressions sur prix plancher équitable exercées par les producteurs et par la grande distribution, qu'est-ce qu'on fait des 22 autres millions de producteurs qui voient leurs revenus fondre d'année en année ? Continue-t-on à leur faire miroiter les marchés équitables des « pays riches » ?

Dans les efforts des producteurs des pays du Sud pour développer des marchés équitables locaux, je vois un projet qui fait du commerce équitable non pas un remède miracle basé sur la seule solidarité, mais un outil d'éducation des propres producteurs, des consommateurs et des responsables politiques et économiques. Cela rejoint l'idée de nombreux réseaux d'acteurs, au Sud comme au Nord qui conçoivent le commerce équitable comme un outil de changement social et environnemental. Il s'agit d'incorporer le respect des droits humains et de l'écosystème dans les règles du commerce mondial. Pour cela il faut construire un mouvement de commerce équitable capable de peser sur les décideurs politiques et économiques. Dans les pratiques, à la préoccupation pour le développement des réseaux de vente de proximité, au Nord et au Sud, s'ajoute l'éducation à la consommation responsable et les actions de plaidoyer.

Cette stratégie doit aussi surmonter de défis importants. Par exemple, les réseaux de magasins spécialisés sont le fruit des initiatives citoyennes et constituent une très belle démonstration de ce que l'entrepreneuriat collectif et l'économie solidaire sont capables de réaliser (3 000 magasins en 13 pays Européens, 100 000 volontaires, un millier d'emplois). Toutefois, de part ses origines, ces mouvements sont restés longtemps enfermés dans les milieux de la solidarité internationale, alors qu'ils avaient intérêt à construire des alliances avec d'autres organisations sociales. Quant aux consommateurs, censés être des maillons essentiels de la filière équitable, ils restent encore cantonnés à consommer équitable et à signer des pétitions. D'autre part, les réseaux et mouvements qui luttent pour une autre mondialisation ne soutiennent pas massivement ce mouvement. Est-ce qu'on attend de voir qui, de la grande distribution ou des réseaux militants va l'emporter, sans vouloir se mouiller ? Alors que les enjeux en valent largement la chandelle ! Ne pourrions-nous pas imaginer de transformer les magasins spécialisés actuels en coopératives suscitant la participation des syndicalistes, environnementalistes, éducateurs populaires, salariés, consommateurs, élus locaux, etc. ?

*4. Ne s'agit-il pas de proposer de nouvelles alternatives à la question sensible de la distribution dans certains pays, alors que l'expérience du commerce équitable dans la grande distribution, au Nord, est sujet à controverse ?*

En réalité, malgré tout le potentiel de changement qu'il implique, le développement du commerce équitable au Sud est confronté aux mêmes enjeux dont on vient de parler. Il

faut bien comprendre que la controverse sur la grande distribution ne prend de l'importance que dans la mesure où les organisations de producteurs et ses alliés ne sont pas assez forts pour négocier des conditions de commercialisation favorables, surtout quand il n'y a pas des canaux alternatifs.

Les organisations de producteurs cherchent souvent à ouvrir leurs propres magasins et établissent des liens directs avec des organisations sensibilisées à leur démarche. Mais ils manquent toujours des moyens pour développer leurs réseaux, réaliser des campagnes de sensibilisation, s'adresser aux élus locaux. Les ONG et les organisations de commerce équitable du Nord favorables à ce type de développement n'ont pas encore pris conscience des enjeux, car il faudrait soutenir fortement ces projets sur les plans politique, financier et technique. Par contre, les ONG du Nord qui ont été à l'origine des labels de commerce équitable, notamment les Hollandais et les Allemands, soutiennent et interviennent de manière déterminante dans les projets de développement d'un commerce équitable au Sud où la grande distribution jouerait un rôle essentiel. C'est le cas notamment au Brésil, où les ONG et les organisations de producteurs essaient de mettre en place un système national de commerce équitable, avec le soutien et l'aval du gouvernement.