

Commerce équitable et économie solidaire : les défis pour l'avenir
Synthèse des activités du Chantier Commerce équitable

Chantier commerce équitable, Pôle de Socio-Économie Solidaire de l'Alliance
avec la collaboration de la

Chaire de responsabilité sociale et de développement durable, ESG, UQAM

Par Véronique Bisaillon, Corinne Gendron et Marie-France Turcotte

Chantier Commerce équitable de l'Alliance pour un monde responsable, pluriel et solidaire,
Chaire de responsabilité sociale et de développement durable, École des sciences de la gestion,
Université du Québec à Montréal

1. Introduction

Depuis sa création en 1999, le Chantier mène une réflexion sur le commerce équitable, les défis auxquels il est confronté et fait des propositions pour le développement du mouvement. La liste des documents qui ont servi à l'élaboration de cette synthèse se trouve en Annexe A. La majorité de ceux-ci sont disponibles sur le site Internet du Chantier (fairtrade.socioeco.org/fr/). Il s'agit d'une trentaine de documents rédigés par des participants au chantier. Entre autres, notons le cahier de propositions pour le XXI^e siècle paru en 2002, des comptes rendus d'ateliers et synthèses des discussions touchant le commerce équitable lors des trois derniers forums sociaux mondiaux.

Dans cette synthèse des travaux du Chantier, nous présentons tout d'abord le commerce équitable de façon générale : son émergence, sa définition, ses principes, ses objectifs et le succès qu'il connaît. Nous terminons la première section sur les deux visions prévalant dans le mouvement telles que les a identifiées le Chantier. Ensuite, nous poursuivons en présentant les enjeux stratégiques auxquels est confronté le mouvement. Ceux-ci concernent principalement la certification, les stratégies de distribution, les objectifs de développement, les impacts du commerce équitable en termes de développement et sur l'environnement, les inégalités, la communication, l'information des consommateurs, les synergies possibles avec d'autres initiatives de commerce alternatif, la reconnaissance publique et le commerce international. La synthèse reprend enfin les grandes lignes du nouveau paradigme proposé par le Chantier pour le commerce équitable.

2. Émergence et définition du commerce équitable

Le mouvement du commerce équitable est apparu dans les années 1960, principalement en Europe, mais aussi en Amérique du Nord, avec pour objectif de lutter contre l'échange inégal et la situation de dépendance des pays du Sud dans le but de permettant à ceux-ci de se développer par eux-mêmes (*Trade not Aid*). Alors que la libéralisation devait permettre la « croissance pour tous », on déplore que les bénéfices de cette croissance soient répartis de façon très inégale, au détriment des pays du Sud, ce que l'on explique par l'instabilité des prix des matières premières et par la détérioration des termes de l'échange : « L'idéologie de la mondialisation cache mal le fait que la plus grande partie de la circulation de valeur se fait entre les régions du monde où se concentre le capital financier et industriel » (1999-1 : 1). La mondialisation reproduit les relations de domination des systèmes de colonialisme et d'impérialisme passés (2002-2). L'actuelle division internationale du travail confine les pays plus pauvres à poursuivre la spécialisation primaire. Les pays du Sud se retrouvent dans une situation de dépendance ce qui « n'est pas sans incidence sur la perte de l'autonomie économique et alimentaire de régions, la déstructuration de territoire qui perdent leur vocation première de lieux de vie pour devenir de simples annexes d'un système mondial de production. » (1999-1 :1) En somme, l'émergence du commerce équitable est ancrée dans le contexte de la croissance du commerce international qui a accru les inégalités et l'insécurité d'une part et qui n'a pas répondu aux attentes en matière de développement comme il le promettait d'autre part.¹

Du côté des consommateurs, l'émergence du commerce équitable a contribué au développement de la consommation éthique et a suscité la volonté d'une partie de la population d'établir des échanges commerciaux sur la base d'autres valeurs que celles qui prévalent dans le commerce international conventionnel. Les réseaux de vente de commerce équitable ont permis de développer la consommation éthique, la prise de conscience des consommateurs. Le commerce équitable mise en effet sur l'établissement de relations de solidarité dans l'échange et de rapports commerciaux plus directs entre producteurs et consommateurs ainsi que sur le paiement d'un prix plus juste aux producteurs.

2.1 Pour une définition du commerce équitable

Dans les documents du Chantier, on note une évolution de la définition du terme commerce équitable dont le point tournant se situe en 2001-2002 alors que FINE élaborait sa définition officielle du commerce équitable en 2001. À titre d'exemple, en 1999², le Chantier présente les principes du commerce équitable (réduction de la chaîne commerciale, juste prix, relations de solidarité, organisations de producteurs démocratiques), l'organisation des filières de distribution et on souligne que le commerce équitable re-socialise l'échange marchand. Mais le Chantier n'en arrive pas à une définition claire du concept ou des pratiques de commerce équitable circonscrite en une ou quelques phrases. Dans le document de propositions pour le développement d'un commerce équitable au XXI^e siècle qui date de 2001, on trouve une définition du commerce équitable reprise de l'EFTA : « Le commerce équitable est une approche alternative qui vise à créer des relations commerciales à niveau international permettant le développement durable de groupes de producteurs marginalisés et exclus » (EFTA cité dans 2001-4 p. 1). Dans le cahier de propositions de 2002, on définit le commerce équitable comme étant « un partenariat commercial qui vise un développement durable pour les producteurs exclus ou désavantagés. Il cherche à réaliser cela en proposant de meilleures conditions commerciales [aux producteurs], en éduquant

1 Cahier de propositions.

2 1999-1

[les consommateurs] pour provoquer une prise de conscience en en menant des campagnes. » (EFTA cité dans 2002-4 p. 11). Il s'agit là aussi de la définition de l'EFTA. Cette dernière se rapproche de la définition du réseau FINE :

“Le Commerce Equitable est un **partenariat commercial**, fondé sur le dialogue, la transparence et le respect, dont l'objectif est de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions commerciales et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés, tout particulièrement au Sud de la planète.

Les organisations du Commerce Equitable (soutenues par les consommateurs) s'engagent activement à soutenir les producteurs, à sensibiliser l'opinion et à mener campagne en faveur de changements dans les règles et pratiques du commerce international conventionnel.

L'essence du Commerce Equitable:

L'objectif stratégique du Commerce Equitable est de:

- travailler délibérément avec des producteurs et des travailleurs marginalisés afin de les aider à passer d'une position de vulnérabilité à la sécurité et à l'autosuffisance économique;
- donner plus de poids aux producteurs et aux travailleurs en tant que parties prenantes de leurs organisations;
- jouer activement un plus grand rôle dans l'arène mondiale pour parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial”. (Bowen, 2001, p. 26).

Le chantier retiendra plutôt une définition élargie du commerce équitable. Cet enjeu d'une définition large du commerce équitable était déjà identifié dès le début de ses travaux de réflexion. Nous verrons suite à la présentation des enjeux stratégiques du commerce équitable comment le Chantier justifie cette prise de position et ce en quoi elle consiste plus précisément.

2.2 Les principes et les objectifs du commerce équitable

Le commerce équitable repose sur des principes de base qui sont les suivants :

- Relation directe entre producteurs et consommateurs, en évitant le plus possible les intermédiaires et les spéculateurs;
- Juste prix qui permet au producteur et à sa famille de vivre dignement;
- Pour les producteurs salariés, respect des conditions de travail correspondant au minimum aux normes internationales du Bureau International du Travail ou du pays si celles-ci sont supérieures à celles-là, respect du droit d'association, interdiction du travail forcé;
- Possibilité de préfinancement;
- Établissement de relations commerciales à long terme, basées sur le respect mutuel et le respect de valeurs éthiques;
- En plus de ces critères minimaux, des critères de « progrès », visent le développement durable des groupes de producteurs ou de salariés (2002-4 :12).

De façon complémentaire à ces critères, le Chantier affirme que le commerce équitable vise la responsabilisation des producteurs, qui s'engagent à produire de façon durable et transparente. Ceux-ci s'organisent suivant un fonctionnement interne démocratique, indépendant et qui favorise la participation, notamment des femmes. On affirme aussi que les organisations de

producteurs doivent viser « un équilibre entre le marché local et le marché d'exportation, en préservant la sécurité alimentaire. » (2002-4 :12-13). Les retombées du commerce équitable doivent idéalement servir le développement local. En ce qui concerne la sécurité alimentaire, si elle apparaît comme un élément constitutif du commerce équitable selon certains acteurs, d'autres estiment qu'il ne s'agit pas là d'un aspect fondamental du commerce équitable. Dans le cas de la filière labellisée par exemple, cet aspect ne figure pas clairement au chapitre des principes. Nous verrons toutefois que la sécurité alimentaire et le développement local constituent des défis considérables pour le mouvement du commerce équitable.

Le Chantier identifie quatre **objectifs** du commerce équitable :

- Obtenir un prix et des conditions plus justes pour des groupes de petits producteurs;
- Faire évoluer les pratiques commerciales vers la durabilité et l'intégration des coûts sociaux et environnementaux, tant par l'exemple qu'en militant pour un changement des législations;
- Rendre plus conscients les consommateurs de leur pouvoir pour favoriser des types d'échanges plus justes;
- Favoriser le développement durable et l'expression des cultures et des valeurs locales, dans le cadre d'un dialogue interculturel (2002-4 :12)

Ces objectifs peuvent être regroupés selon deux grandes visées du commerce équitable : 1) favoriser le développement des producteurs marginalisés et 2) contribuer à la transformation du système commercial international. Il s'agit des deux grands objectifs que reconnaissent généralement les principaux acteurs du mouvement.

2.3 Le commerce équitable : un partenariat commercial

La nature partenariale du commerce équitable est présentée comme une caractéristique centrale du commerce équitable, non seulement par le Chantier, mais par tous les promoteurs du commerce équitable. Mais la mise en oeuvre de ce partenariat commercial entre producteurs, importateurs et consommateurs n'est pas évidente. Ainsi, le Chantier souligne que les différents acteurs impliqués dans le commerce équitable ne poursuivent pas nécessairement les mêmes objectifs. « [S]ouvent pour les acteurs du Nord [...] le partenariat commercial est un moyen de faire avancer la prise de conscience des consommateurs, tandis que des groupes de producteurs veulent avant tout faire progresser leurs ventes » (2001-4 :1).

2.4 Le succès du commerce équitable

Jusqu'à tout récemment, la distribution des produits du commerce équitable passait exclusivement par les réseaux alternatifs de distribution, impliquant des centrales d'achat et des magasins du monde principalement. Ceux-ci incarnent la **filière intégrée** de distribution. Vers la fin des années 1980, la création du premier label du commerce équitable, en attestant des conditions de production et de commercialisation, a permis la pénétration des produits du commerce équitable dans d'autres réseaux de distribution dont celui de la grande distribution, rendant accessible les produits équitables à un large public. On a ainsi vu naître la **filière labellisée**.

Le commerce équitable connaît un grand succès depuis l'introduction des produits équitables sur le réseau de la grande distribution rendue possible par le développement du label équitable. La montée des consommateurs responsables, préoccupés par les coûts sociaux et environnementaux de la production, assurent le succès du mouvement au Nord. Ainsi, même si les parts de marché

demeurent souvent marginales (quoique la banane équitable occupe 23% du marché de la banane en Suisse³) les ventes des dernières années ne cessent de croître. Différents produits équitables sont maintenant disponibles : thé, cacao, miel, sucre, banane, jus d'orange, etc. Depuis 1997, la Fair Trade Labelling Organizations, l'organisation internationale de certification équitable, coordonne la certification des produits équitables. Des critères spécifiques régissent la production et la commercialisation de chaque filière équitable.

2.5 Régulateurs et transformateurs : deux conceptions du commerce équitable

Le label et l'introduction des produits labellisés sur la grande distribution a certes permis une extension significative des ventes du commerce équitable mais est cependant à l'origine de débats entre les différents acteurs du mouvement. Selon le Chantier, les visions des acteurs du commerce équitable se situent sur un continuum allant des **régulateurs** aux **transformateurs**⁴ (2002-3 :26). À un extrême, le commerce équitable est vu comme un tremplin permettant aux producteurs marginalisés d'accéder au commerce mondial et un moyen d'y introduire certaines régulations. On cherche à maximiser l'insertion des produits équitables sur les marchés de façon à ce qu'un maximum de producteurs bénéficient du produit de leur vente. La stratégie de volume portée par la labellisation s'inscrit dans cette conception. Pour les transformateurs, le commerce équitable doit plus fondamentalement transformer les règles du système commercial international. Les transformateurs mettent en garde le mouvement contre une dérive libérale du commerce équitable. La seule poursuite de l'intégration des producteurs aux marchés internationaux et donc la recherche de plus grandes parts de marché, éloignerait le mouvement de son objectif de transformation du système commercial international.

De manière paradoxale, le commerce équitable pourrait alors être vu uniquement comme un moyen d'accroître l'efficacité et l'équité du marché en améliorant l'information du consommateur et en levant certaines barrières à l'entrée des marchés. Les partisans du commerce équitable rejoindraient les libéraux dans la croyance qu'il suffit de plus transparence sur les prix et sur les conditions de productions des biens et services pour permettre une régulation juste des échanges marchands par la consommation (1999-1 : 3).

Le mouvement risquerait de perdre son potentiel transformateur pour ne devenir qu'un simple instrument de régulation et d'adoucissement du système économique (Johnson, 2003 bulletin). En somme, le commerce équitable est tiraillé entre ses deux perspectives fondamentales, transformer le marché ou aider un maximum de producteurs, d'où les visions divergentes de ses acteurs qui penchent plus vers l'un ou vers l'autre.

3 2002-3 p. 17

4 Cette typologie apparaîtra pour la première fois dans le cahier de propositions du Chantier.

3. Les enjeux stratégiques du mouvement du commerce équitable

Dans la présente section, nous présentons de façon succincte les enjeux stratégiques de l'évolution du mouvement du commerce équitable soulevés par le Chantier depuis le début de sa réflexion sur le sujet. Il ne s'agit pas de reprendre exhaustivement les propositions et stratégies faites par le chantier⁵, mais plutôt de circonscrire sous de grands thèmes les défis auxquels le mouvement du commerce équitable fait face et les réflexions du chantier à cet effet.

3.1 La certification

La certification est un enjeu stratégique majeur du mouvement du commerce équitable, à la fois source de son succès et objet de débats au sein du mouvement. Le label, qui a permis l'incursion des produits équitables sur la grande distribution, est en grande partie responsable du succès du commerce équitable auprès des consommateurs. Dans le cahier de propositions de 2002, on présente bien les différents défis que pose la stratégie de distribution labellisée. Cette stratégie a d'une part de grandes limites en termes de coûts et quant à la diversité des produits qui peuvent être certifiés. Les produits présentement labellisés sont assez simples et il est facile d'assurer le contrôle de toute la chaîne productive. Dans le cas de produits composés de plusieurs produits primaires tantôt équitables tantôt non équitables, la situation est déjà plus complexe. De même la certification de produits manufacturés et de services tels le tourisme pose un défi considérable pour le mouvement. Le Chantier souligne à cet effet la nécessité d'une concertation internationale sur la certification des produits composés et pose la question à savoir si la certification par produit représentait vraiment la meilleure solution pour le commerce équitable ou si d'autres modes de contrôle pouvaient être envisageables (2002-3).

Johanne Wilk Tatin (2002-3 :22) proposait la création d'un label pour les organisations. En 2004, l'IFAT lançait son **label d'organisation** (Fair Trade Organisation Mark – FTO-Mark) applicable non pas aux produits mais bien aux organisations de commerce équitable. Audet (2004-1) rapporte que l'IFAT voulait ainsi restaurer la conception originale du commerce équitable, *i.e.* procéder au rapprochement des consommateurs et des producteurs, dont les relations sont devenues moins directes avec la distribution des produits équitables labellisés dans la grande distribution. Le label pour les organisations équitable promu par l'IFAT est une étiquette de qualité attestant de l'engagement celles-ci pour le commerce équitable vis-à-vis des consommateurs, des acteurs du commerce conventionnel et des instances politiques. Il ne s'agit donc pas de certifier les produits des organisations, mais plutôt l'organisation elle-même. Ce faisant, c'est toute la chaîne commerciale en entier qui pourrait opérer selon les principes équitables établis en matière notamment de conditions de travail (incluant la rémunération), de travail des enfants, et d'environnement. L'IFAT a mis sur pied un système de vérification et de monitoring de façon à assurer le respect des standards des organisations arborant le label. Celui-ci repose sur trois étapes : l'auto-évaluation, la révision par les pairs et la vérification externe.

Mais en 2005, devant le succès des produits alimentaires commercialisés par la grande distribution sous le label FLO, la majorité des membres de l'IFAT souhaiteraient aussi voir leurs produits d'artisanat équitable obtenir le même succès (Bisaillon, 2005). Dans un contexte où les ventes de produits d'artisanat équitable sont de plus en plus difficile, plusieurs sont d'avis que l'IFAT devrait développer des stratégies afin que les produits d'artisanat équitable pénètrent eux aussi la grande distribution au même titre que les produits alimentaires portant le label de FLO. Mais si la marque d'organisation de l'IFAT est une façon pour les organisations d'affirmer leur

⁵ À cet effet, nous référons le lecteur à la liste des documents présentés en Annexe A.

appartenance au mouvement du commerce équitable, elle ne permet pas (et ne visait pas non plus à prime abord) l'entrée des produits fabriqués par des organisations portant le label FTO-Mark sur le marché de la grande distribution puisque ce n'est pas le produit qui est étiqueté, mais bien l'organisation. Ensuite, pour les organisations oeuvrant dans le secteur de l'artisanat équitable, le renouvellement des produits est beaucoup plus crucial que dans le secteur de l'alimentation, ce qui pose un défi supplémentaire pour la promotion et la vente des produits. Bref, il s'agit de deux stratégies (celle de l'IFAT et celle de FLO) et de deux types de produits (alimentaires et artisanaux) bien distincts. Le label de FLO a été créé précisément pour faciliter l'insertion des produits équitables dans la grande distribution, principalement des produits alimentaires simples. De son côté, le label de l'IFAT s'inscrit dans une démarche plus générale de promotion du commerce équitable et de ses organisations membres, qui elles se consacrent principalement à l'artisanat.

La **certification de grandes entreprises de production** (plantations, usines, etc.), quoiqu'elle soit déjà admise pour certains produits, est un enjeu qui soulève les débats. Certains considèrent en effet que ce genre de production est fondamentalement inéquitable, ce qui justifie le refus de les inclure comme des partenaires du mouvement équitable à part entière. D'autres, au contraire, estiment que le mouvement ne peut ignorer ce type de production qui implique nombres de travailleurs et de familles qui travaillent et vivent dans des conditions difficiles. Il s'agit là d'un point que le Chantier relevait en 2002 et qui est toujours d'actualité en 2005. À la conférence de Quito, il constituait la critique récurrente dirigée à l'endroit de FLO par les membres de l'IFAT, qui se positionnent généralement contre la certification de grandes entreprises.

Alors que le commerce équitable gagne en popularité, de plus en plus de labels et codes de conduite font leur apparition sur les marchés sans que les appellations « équitable » ou autres soient toujours protégées. Ceci sème la confusion chez les consommateurs. Dans ce contexte, le Chantier a identifié comme des risques la **banalisation de la notion équitable et la perte de contrôle sur son contenu** comme un risque que court le mouvement du commerce équitable (2002-3).

Dans le contexte où les débouchés sont de plus en plus difficile pour les produits équitables, la **qualité des produits** est un incontournable. Le Chantier estime que le mouvement doit encourager les groupes de producteurs à améliorer la qualité de leurs produits, à mieux planifier et à les aider à trouver des alternatives de financement (2001-4). À la conférence de Quito, la qualité a aussi été un enjeu fortement débattu. Paradoxalement, le commerce équitable cherche à aider les producteurs marginalisés (certains vont même jusqu'à dire « les plus marginalisés »), mais du même coup, pour pénétrer le système équitable, ces producteurs « marginalisés » doivent démontrer des aptitudes organisationnelles et présenter un produit de qualité. Plus fondamentalement, alors que la certification doit permettre une plus grande insertion des produits équitables sur les marchés, et donc une plus grande participation des producteurs du Sud à ce système, elle peut du même coup constituer une **barrière à l'entrée** pour les petites organisations qui ont du mal à satisfaire aux exigences organisationnelles, financières et quant à la qualité notamment que leur impose la certification équitable⁶.

La certification équitable est un type de certification parmi d'autres pour les producteurs qui doivent souvent aussi obtenir une ou des certifications biologiques pour pouvoir accéder à certains marchés. Le développement de **synergies entre la certification biologique et la certification équitable**, voire l'élaboration d'une certification conjointe, est une solution souvent

6 C'est entre autres ce qui est ressorti du FSM 2005.

avancée par les producteurs pour faciliter les processus de vérification et d'inspection tout en faisant abaisser les coûts de la certification. Le Chantier s'inquiète néanmoins du piège d'une coopération purement technique qui marginaliserait les petits producteurs (2002-3).

Enfin, l'**opérationnalisation des critères** du commerce équitable au Sud comme au Nord est loin d'être facile. À la conférence de l'IFAT en 2005, on a pu entendre les doléances des producteurs et des acheteurs. Au Nord, on se plaint des livraisons tardives ou de l'absence de livraison et des problèmes de qualité. Au Sud, on dénonce l'annulation de commandes, le préfinancement qui est de plus en plus difficile à obtenir ou qui arrive tardivement, le paiement tardif, la diminution des prix, l'attitude agressive des acheteurs et le marchandage sur les prix. On déplore que le Nord crée de faux espoirs. Le partenariat commercial du commerce équitable ne serait pas aussi facile à mettre en œuvre qu'on aurait pu l'espérer. Mais plus profondément, comment le Nord, qui n'arrive même pas à respecter ses propres exigences, trouvera-t-il la légitimité de continuer à faire respecter les critères équitables qu'il a établis au Sud? Les organisations du Sud qui se voient imposer des critères doublement plus sévères qu'au Nord sont pour le moins désillusionnées. Ceci démontre toute la complexité de chercher d'une part à faire du commerce d'une façon plus juste et plus équitable qui tienne compte des réalités locales, ceci dans le cadre d'un réel partenariat et d'autre part les impératifs commerciaux qui exigent de la qualité et de la performance. Au FSM 2003, on soulevait la question à savoir si les labels étaient vraiment nécessaires ou s'ils n'étaient que transitoires et à quels critères « équitables » obéissent les agences de certification elles-mêmes (2003-1). Il y a lieu en effet de s'interroger sur l'application asymétrique des critères du commerce équitable entre les différents acteurs au Sud et au Nord.

3.2 Les pratiques de distribution

La question des pratiques de distribution constitue sans doute l'enjeu le plus controversé au sein du mouvement équitable avec celui de la certification. Par la création d'alliances entre les labels équitables et certains grands distributeurs, on cherchait à augmenter la disponibilité des produits équitables pour les consommateurs. Le Chantier identifie la **logique de la contamination**, selon laquelle, en impliquant des acteurs de la grande distribution, ceux-ci seraient inévitablement forcés à s'engager davantage pour le respect des droits humains, économiques et environnementaux (2002-3 :26). « [L]a participation de certaines grandes chaînes à la distribution de produits équitables [...] n'a rien de choquant tant que les organismes de certification peuvent assurer la valeur éthique de leurs produits, symbolisée par les labels indépendants » (1999-1). En contrepartie, les opposants à cette stratégie prétendent que la grande distribution amènera la **dénaturation du commerce équitable** et le confinerait à une niche. La participation de la grande distribution au commerce équitable ne serait qu'une occasion de diversifier son offre de produits et n'aurait aucune influence sur ses pratiques générales. De plus, en pénétrant la grande distribution, les acteurs du commerce équitable doivent rivaliser avec les acteurs traditionnels de la grande distribution, dont les distributeurs qui peuvent détenir un pouvoir considérable. À terme, on craint que la notion équitable soit récupérée par la logique marchande dominante. « La cohérence entre le commerce équitable et le mode de distribution de ses produits est sur le long terme un enjeu primordial pour l'avancée de ce mouvement. » (2002-3 :26). La responsabilité des distributeurs dans la distribution de produits équitables est donc un enjeu majeur relativement à l'insertion des produits équitables sur le marché⁷.

Mais la commercialisation des produits équitables sur le réseau de la grande distribution est un fait accompli depuis longtemps. On peut croire que le pôle plus radical et militant du mouvement,

⁷ Voir à cet effet l'exemple de Biocoop en France (2003-3).

associé aux réseaux alternatifs de distribution, a perdu de son influence avec l'augmentation constante des ventes de produits alimentaires équitables sur le marché de la grande distribution et la stagnation, voire la régression des ventes des produits de l'artisanat équitable (Bisaillon, 2005). L'objectif de transformation du modèle économique dominant demeure une raison d'être du mouvement, mais ne constitue plus semble-t-il le point central. Selon nos observations faites lors de la conférence bisannuelle de l'IFAT, la tension ne se pose plus dans les mêmes termes entre régulateur et transformateur ou transformation de l'extérieur et transformation de l'intérieur. La question selon les acteurs du mouvement est maintenant de distinguer le « vrai » commerce équitable, développé originellement par les organisations de commerce équitable et qui est orienté vers l'autonomisation des producteurs les plus marginalisés, de sa version édulcorée, conséquence de l'arrivée des multinationales « responsables » et autres certifications éthiques qui menacent le commerce équitable. Au terme de cette conférence, l'IFAT, traditionnellement associée au courant plus militant, a clairement choisi « le marché ».

3.3 Le développement local

Un des objectifs du commerce équitable est de favoriser le développement durable, notamment celui des producteurs marginalisés. Le Chantier reconnaît certains avantages du commerce équitable pour les petits producteurs indépendants : accès direct au marché, un prix équitable, l'accès au préfinancement, des relations commerciales à long terme. Le commerce équitable irait même jusqu'à stimuler l'ouverture de nouveaux débouchés sur le marché conventionnel et contribuer à l'amélioration des relations avec les acteurs traditionnels. Principalement compris comme un commerce Sud-Nord reposant sur la production de cultures de rentes pour l'exportation, le commerce équitable, bien qu'il vise le développement durable, se heurte à plusieurs difficultés (2003-1). D'une part, le Chantier observe que les producteurs du Sud ont souvent plus de partenaires au Nord que dans leur propre pays. De plus, le commerce équitable ne représente qu'une infime proportion du commerce international. Enfin, on connaît mal l'impact du commerce équitable Nord-Sud en termes de développement local, notamment son potentiel de renforcement de l'autonomie des communautés et de la souveraineté alimentaire. Bien que le prix minimum et la durabilité des relations commerciales augmentent la sécurité économique à moyen terme et par ricochet assurent potentiellement une plus grande sécurité alimentaire, il demeure que les produits du commerce équitable sont principalement destinés aux marchés d'exportation (2001-2). Dans la pratique, le développement de filières équitables peut avoir comme effet l'augmentation des cultures pour l'exportation au détriment des cultures de base, obligeant ainsi l'achat voire l'importation de denrées qui ne sont plus produites localement.

Le commerce équitable ne semble pas à lui seul en mesure d'apporter une réponse satisfaisante aux problématiques de la souveraineté alimentaire et du développement intégré des territoires. En réponse à cette problématique, le Chantier voit l'émergence de plusieurs pratiques commerciales novatrices tant au Nord qu'au Sud qui tentent de répondre à la problématique du développement local, qu'il s'agisse de l'agriculture biologique, de l'agriculture soutenue par la communauté ou d'expériences de commerce équitable locales ou régionales. Depuis 1999, le Chantier est d'avis que « Le commerce équitable doit s'ouvrir à une définition élargie de son propre objet, lui permettant de s'articuler à des pratiques innovantes se situant davantage sur le plan du développement local. » (1999-1 : 4). Au FSM 2003, de nombreux participants aux ateliers ont d'ailleurs insisté sur l'importance de repenser le commerce équitable à l'échelle locale, voyant la nécessité de développer des relations de commerce équitable à l'intérieur puis entre pays du Sud et à l'intérieur puis entre pays du Nord, avant de penser à un commerce Sud-Nord. On propose ainsi une hiérarchisation des échelles d'action du commerce équitable. D'ailleurs, au FSM 2005,

des acteurs qui pratiquent un commerce équitable, informel, local et solidaire dénonçaient l'appropriation exclusive du terme « commerce équitable » par des pratiques institutionnelles et internationales (Gendron, 2005). Ainsi, il existe toute une gamme de pratiques se rapprochant du commerce équitable favorisant l'amélioration des conditions de vie des producteurs du Sud avec lesquelles le commerce équitable est appelé à développer de nouvelles synergies.

3.4 Les impacts du commerce équitable

L'impact du commerce équitable sur les conditions de vie des producteurs est peu documenté. Alors que certaines organisations de producteurs sont très connues pour leur succès, de façon générale, les organisations connaissent mal l'impact du commerce équitable au-delà de l'impact économique, facilement chiffrable. La mesure des impacts sociaux, économiques et environnementaux du commerce équitable est d'autant plus importante que le commerce équitable ne constitue pas une fin en soi. Il est plutôt un moyen pour atteindre certains objectifs.

Si le commerce équitable veut véritablement se poser comme un commerce alternatif durable, le mouvement doit notamment mener une réflexion sur les impacts environnementaux du commerce des produits équitables. Puisqu'il s'agit d'un commerce international, le commerce équitable engendre nécessairement plus de pollution et d'emballage liés au transport. Le Chantier soulève la question de savoir s'il est justifié d'importer des produits équitables dans des pays où ces denrées sont produites localement ou encore où il existe des produits de substitution. On peut ainsi penser aux exemples des fleurs coupées équitables qui seraient transportées en avion, du miel qui peut être produit localement dans le pays importateur aussi par des petits producteurs ou du jus d'orange équitable importé en Allemagne alors que ce pays produit du jus de cassis dont la teneur en vitamine C est comparable. Les impacts environnementaux du commerce équitable international rendent cohérent le développement de filières équitables locales ou régionales. En corollaire, on peut poser la question de savoir si ce type de stratégies limitant le développement de filières équitables n'auraient toutefois pas comme effet de confiner les pays producteurs au rôle de producteurs de cultures de rentes et de produits primaires.

3.5 Inégalités et commerce équitable

Dans la section sur la certification, nous avons souligné le fait que la certification et ses normes parfois difficiles à atteindre pour les producteurs pouvaient constituer des barrières à l'entrée pour les petits producteurs. Alors que l'Afrique est le continent le plus marginalisé par le commerce international, dans le système du commerce équitable, les producteurs africains sont aussi les moins nombreux par rapport à ceux des autres continents (2005-3). Les organisations de producteurs du Sud réclament depuis longtemps une plus grande participation dans le fonctionnement des institutions de commerce équitable. On déplore aussi souvent que les normes équitables soient dictées par le Nord pour des pays du Sud ou que les producteurs du Sud soient soumis aux exigences des consommateurs du Nord. La question est ici de savoir en quoi le commerce équitable favorise véritablement l'égalité des chances pour tous, que ce soit quant à l'entrée de nouveaux producteurs dans la filière, quant au fonctionnement de ses institutions ou de façon plus large quant au modèle commercial international qu'il propose.

3.6 Communication, circulation de l'information et information des consommateurs

Alors que l'on définit le commerce équitable comme un partenariat commercial basé sur la transparence, tous les acteurs, notamment les groupes de producteurs, n'ont pas un accès égal à l'information. La communication et la circulation de l'information entre producteurs, distributeurs et consommateurs basé sur une réelle réciprocité sont depuis les débuts de la

réflexion du Chantier considérées comme un enjeu stratégique que doit poursuivre le commerce équitable. Tous les acteurs directement concernés doivent prendre part à la réflexion sur le commerce équitable et non seulement les spécialistes ou les chercheurs. De même, la participation des acteurs du Sud aux instances supérieures est essentielle au développement du mouvement équitable. Ce dernier point est une revendication récurrente des organisations de producteurs du Sud.

L'information du consommateur est un enjeu très important du développement du mouvement du commerce équitable. Autant l'augmentation des ventes de produits équitables que la revendication d'un système commercial plus juste passe par l'action de consommateurs critiques et responsables. Non seulement le mouvement doit-il poursuivre les efforts en termes de sensibilisation des consommateurs, mais plus largement, le Chantier estime que l'on doit relier le mouvement du commerce équitable et celui de la consommation éthique ou responsable.

3.7 Synergies avec d'autres initiatives ou mouvements

Le commerce équitable aurait avantage à développer des synergies avec d'autres initiatives de commerce alternatif, notamment le commerce éthique, le mouvement coopératif, l'agriculture soutenue par la communauté et l'agriculture biologique. Le Chantier estime que l'on doit relier le mouvement du commerce équitable et celui du commerce éthique puisqu'il s'agit d'initiatives complémentaires qui ont pour objectif de rééquilibrer et rendre plus transparentes les relations commerciales entre producteurs du Sud et consommateurs du Nord (2002-1). Le commerce équitable et le commerce éthique se concentrent principalement sur les relations commerciales Nord-Sud suivant le constat que ces rapports commerciaux sont le plus inégaux. La responsabilité sociale de l'entreprise est centrale au commerce éthique qui vise à faire respecter des normes sociales et environnementales basées notamment sur celles de l'Organisation Internationale du Travail. Le commerce équitable et le commerce éthique sont reconnus pour contribuer au développement durable en ce qui concerne au moins trois éléments fondamentaux : la poursuite de l'internalisation des coûts sociaux et environnementaux de la production, le partenariat entre producteurs et consommateurs sur lequel ils se fondent (ceci est surtout applicable pour le commerce équitable) et l'intégration de l'éthique et de la durabilité (2002-1). Or les liens entre les deux pratiques sont encore très ténus tel que les participants au Chantier l'ont observé dans le cadre d'ateliers portant sur le sujet au FSM 2005.

Le mouvement coopératif a une longue tradition en matière d'organisation alternative de la production et même si le commerce équitable reprend en partie les principes coopératifs, peu de liens existent dans les faits entre ces deux mouvements⁸. À titre d'exemple, on assiste au Québec à l'émergence de nouvelles formes d'échange entre coopératives du Sud et coopératives du Nord dans le cadre de partenariats d'intercoopération.

L'agriculture soutenue par la communauté qui établit de nouvelles formes de solidarité entre villes et campagnes à l'échelle locale peut être considérée comme le pendant local du commerce équitable. Le partenariat entre producteurs et consommateurs est ici beaucoup plus évident puisque les consommateurs paient à l'avance les paniers de légumes qu'ils auront lors de la saison des récoltes, partageant ainsi les risques associés à la production.

Enfin l'agriculture biologique constitue un autre exemple de pratique souvent associée au commerce équitable. Ce mouvement et celui du commerce équitable ont beaucoup à partager que

⁸ Ce thème a été l'objet d'ateliers aux FSM 2003 et 2004.

ce soit quant à la certification, pour laquelle le mouvement biologique possède une plus grande expérience, en matière de distribution ou quant au contenu des normes.

3.8 Reconnaissance publique et commerce international

La promotion du commerce équitable doit, selon le Chantier, s'accompagner de débats publics quant aux fondements des politiques économiques actuelles de sorte qu'une véritable réflexion pour un développement durable s'enclenche (1999-1 : 5). Le commerce équitable est de plus en plus reconnu par les instances politiques, notamment en Europe, mais beaucoup de chemin reste à parcourir puisque la reconnaissance demeure limitée à un commerce Sud-Nord (2002-3 :18). Les gouvernements doivent dépasser les gestes symboliques si l'on veut que le commerce équitable ait une réelle portée. Ainsi, à plusieurs reprises dans les travaux du chantier on note que la réelle contribution du commerce équitable est son potentiel ou son audace à vouloir transformer les règles du commerce et de l'économie en général et susciter un débat sur cet enjeu précis.

Lors de la rencontre de Lima en 2001, les acteurs du commerce équitable se sont questionnés sur les impacts des accords internationaux sur le commerce équitable et vice versa, à savoir comment l'on pouvait utiliser le commerce équitable comme levier de changement des règles du commerce international. D'une part, on a soulevé que le commerce équitable contreviendrait aux accords économiques puisque les accords dans le cadre de l'OMC interdisent en principe « la discrimination entre deux produits sur la base des processus et méthodes de production » (2001-4 : 5). Ce principe est une menace pour le développement du commerce équitable notamment parce qu'il pourrait imposer des limites quant à l'étiquetage des produits équitable et quant à l'information du consommateur et parce qu'on craint qu'il mine les efforts déployés pour la construction d'un cadre juridique entourant les pratiques de commerce équitable. Plus largement, ce principe entrave le processus d'internalisation des coûts sociaux et environnementaux (2001-4). En contrepartie, le commerce équitable est dans une posture idéale pour remettre en cause et surveiller les pratiques de commerce international, plus précisément les accords commerciaux et les institutions telles l'OMC, le FMI et la Banque Mondiale notamment. À titre d'exemple, il a été proposé de chercher les failles du fonctionnement de l'OMC de sorte que le commerce équitable serve de levier pour changer les règles de cette institution et de soulever le débat au sein de l'OMC sur la multifonctionnalité de l'agriculture (2001-3 ; 2001-4). Plus largement, le mouvement du commerce équitable doit soulever un débat sur l'impact des règles commerciales sur les producteurs et le développement (2003-6). En somme, l'OMC ne reconnaît que la qualité et les caractéristiques d'un produit final alors que le commerce équitable s'intéresse aussi à tout le processus de production et de distribution.

4. Vers un nouveau paradigme du commerce équitable arrimé aux principes de la gouvernance au 21 siècle

Le mouvement du commerce équitable ne peut faire l'économie de sérieuses réflexions sur ses objectifs et les moyens qu'il déploie pour les atteindre s'il veut demeurer cohérent. La présentation des différents enjeux soulevés par le Chantier met bien en évidence certains objectifs du mouvement qui peuvent paraître difficilement conciliables. C'est pour le développement cohérent du mouvement que le Chantier fait la promotion d'un nouveau paradigme pour le commerce équitable. Le Chantier retient la définition suivante du commerce équitable qui est plus largement ancrée dans la socio-économie : « Le commerce équitable peut être défini comme un ensemble de pratiques socio-économiques [alternatives au commerce international conventionnel (2002-5)] qui permettent de développer de nouvelles formes d'échanges et de solidarité à différentes échelles, qui contribuent à un développement durable et équitable des territoires et de leurs habitants » (2002-3 :46). Toujours selon le Chantier, le commerce équitable s'oppose à la division internationale du travail et propose un partenariat basé sur la confiance, la transparence l'équité et la durabilité des relations comme assise d'échanges plus équitables. Il affirme l'ancrage social des relations commerciales, re-socialise l'acte marchand et vise une humanisation du commerce de façon plus large.

Les bases de ce nouveau paradigme sont les suivantes :

- On insiste sur la pluralité du mouvement qui, même s'il est traditionnellement associé à l'établissement de nouvelles solidarités entre le Nord et le Sud, concerne plus largement toutes les initiatives qui vont dans le sens d'une plus grande solidarité sociale au Nord comme au Sud.
- Le commerce équitable poursuit des objectifs multiples qui vont de la remise en question des règles et pratiques dominantes du commerce international au développement durable des petits producteurs à l'établissement de nouvelles solidarités entre producteurs et consommateurs aux échelles locales, régionales et internationales.
- Le commerce équitable est un partenariat basé sur la transparence, le respect et l'accès à l'information.
- Le commerce équitable s'inscrit dans des stratégies plus larges de développement durable et n'est pas un objectif en soi (2002-3).

Ainsi, le commerce équitable couvre l'aire des échanges marchands d'une économie qui devrait être au service de l'être humain et qui respecterait l'environnement. À ce titre, il participe à des initiatives porteuses d'une nouvelle gouvernance pour le 21^{ème} siècle (Calame, 2001). Rappelons chacun de ces principes et comment le commerce équitable peut, s'il est envisagé dans un cadre large tel que proposé par le chantier et comme élément notamment d'une économie sociale et solidaire, s'inscrire dans et contribuer à ces principes de gouvernance.

4.1 La gouvernance se fonde sur une approche territoriale et sur le principe de subsidiarité active.

Envisagé comme outil de développement local, en intégrant notamment l'impératif de sécurité alimentaire et en participant aux réseaux locaux d'approvisionnement plutôt qu'en accentuant la dépendance aux marchés du Nord par une spécialisation accrue, le commerce équitable participe à la restructuration du local dans un cadre de démocratie participative. Le commerce équitable se

fonde en effet sur la structure coopérative et les organisations au sein desquelles se fédèrent les producteurs ont le mandat de réinvestir la prime du prix juste dans des institutions collectives locales telles que des écoles, centres de santé, centres d'expertise etc. La structure organisationnelle du commerce équitable incite à un dialogue et à une coopération qui pose certes des défis, mais vise néanmoins à tisser une solidarité locale entre des producteurs de régions voisines susceptible de déboucher sur d'éventuelles stratégies concertées de développement local territorial. En ce qui concerne par ailleurs la subsidiarité active, il faut tout d'abord rappeler ses trois idées fondamentales : les différents niveaux de gouvernance se partagent une responsabilité commune, il ne s'agit donc plus de voir comment chacun s'acquitte des questions touchant sa compétence, mais bien comment tous coopèrent à la résolution de défis globaux; chaque territoire doit trouver des réponses spécifiques pertinentes aux principes directeurs définis en commun; aucune souveraineté n'est absolue, car la souveraineté d'un territoire à quelque échelle qu'elle se situe doit être envisagée en regard des interdépendances avec les autres territoires. Tout comme elle peut contribuer à la déstructuration plutôt qu'à la consolidation du territoire, une perspective restrictive du commerce équitable axée sur l'ambition exclusive d'une insertion aux circuits commerciaux internationaux à de meilleures conditions fait l'impasse sur les défis de la subsidiarité active en éludant la responsabilité des collectivités locales qui se soumettent et s'assujettissent encore davantage, sous l'illusion de meilleures conditions commerciales, à des impératifs économiques dictés par les puissances et les consommateurs du Nord. La perspective élargie du commerce équitable que propose le chantier envisage au contraire le mouvement à travers des organisations de niveau local susceptibles de prendre en charge à la fois les défis individuels quotidiens des producteurs, mais aussi le développement de la communauté à travers la formation, le développement d'une expertise technique, la mise sur pied d'infrastructures et l'acquisition d'équipements permettant la transformation, et donc la captation d'une plus grande partie de la valeur ajoutée du produit, et enfin la mise en œuvre de solutions locales à des problèmes globaux, tout spécialement, l'environnement (qualité des sols, biodiversité, etc.). À titre d'unité décisionnelle locale, les organisations du commerce équitable apportent ainsi, à leur échelle, des solutions spécifiques à des problèmes globaux, et coopèrent à la résolution d'enjeux qui les dépassent en partageant avec des organisations et des institutions d'autres niveaux la responsabilité de relever les défis auxquels font face les sociétés humaines.

4.2 À travers la gouvernance, des communautés plurielles s'instituent, depuis l'échelle du voisinage jusqu'à l'échelle de la planète.

Les organisations de commerce équitable au Sud favorisent la rencontre de producteurs de plusieurs régions voisines et participent ainsi à la consolidation de collectivités territoriales, plurielles autant par la diversité géographique que par la présence de femmes et d'hommes, ou la participation d'autochtones et de populations marginalisées. Mais il est intéressant de voir également que le mouvement du commerce équitable a suscité l'émergence de regroupements à des échelles nationales et internationales avec la création de réseaux, comme le réseau latino-américain de commerce équitable. Lorsqu'il ne se limite pas à un logo et à un prix comme cela peut être le cas dans une définition restrictive et purement commerciale, le commerce équitable est aussi à la base d'une communauté « pour une autre économie » réunissant producteurs du Sud et consommateurs du Nord, où la transaction économique peut redevenir porteuse de sens au plan social.

4.3 La gouvernance remet l'économie à sa place.

Dans sa perspective élargie, le commerce équitable n'est pas une fin en soi, mais bien un moyen d'atteindre un développement plus durable des communautés au Sud et de renforcer les capacités des individus en leur procurant une plus grande sécurité économique d'une part, en les insérant dans des réseaux de solidarité d'autre part, et en mettant à leur disposition de la formation, de l'information, de l'expertise, des équipements, etc. Par ailleurs, l'existence même du commerce équitable est une formidable fin de non recevoir à la prétendue fatalité des lois « implacables » d'un marché aveugle et amoral, puisqu'il propose un circuit alternatif fonctionnel de commerce international fondé sur de nouveaux acteurs et des règles étrangères à la maximisation de l'utilité marginale et à la poursuite exclusive de l'intérêt individuel. De par son existence, le commerce équitable prouve que l'économie peut être façonnée par des règles socio-politiques, qu'elle est donc malléable sans perdre de sa fonctionnalité et de son efficacité, et qu'il est possible de la canaliser vers des objectifs sociaux élaborés dans le cadre d'une concertation collective, plutôt que de la laisser errer au gré des intérêts stratégiques des acteurs dominants en espérant un éventuel effet de percolation qui ne se manifeste pas.

4.4 La gouvernance se fonde sur une éthique universelle de la responsabilité.

Dans le cadre du commerce équitable, ce principe s'applique tout spécialement au Nord où les consommateurs sont appelés à prendre conscience de leur interdépendance avec les producteurs du Sud et de leur capacité, à travers l'exercice de leur pouvoir d'achat, à influencer leurs conditions de vie et de travail. Ainsi, le citoyen/consommateur du Nord *est responsable de l'impact, voulu ou non voulu, prévu ou imprévu de ses actes*, tout autant qu'il est *responsable de ne pas avoir agit alors qu'il en avait la possibilité* : il ne peut se réfugier derrière la conscience de sa propre impuissance, de sa propre ignorance ou derrière un devoir d'obéissance.

4.5 La gouvernance définit le cycle d'élaboration de décision et de contrôle des politiques publiques.

La réorganisation des pôles de gouvernance induite par le processus de mondialisation a bousculé les schèmes décisionnels et les modalités de la démocratie. À cet égard, le commerce équitable se pose comme un contrepouvoir organisé et revendique le statut d'interlocuteur auprès des pouvoirs publics comme des entreprises privées afin de prendre part au débat sur les modalités du commerce international et le modèle de développement à privilégier dans nos sociétés, tant au Nord qu'au Sud. Les nouveaux mouvements sociaux économiques sont porteurs de projets politiques qu'ils font valoir tant au sein qu'au-delà des frontières de l'État national, dans l'espoir de participer aux discussions sur la structuration du système de gouvernance de l'économie mondiale. Ils offrent ainsi un canal au citoyen mondialisé pour faire valoir certaines aspirations qui ne sont pas relayées par la chaîne de démocratie représentative actuelle, puisque transformées, épurées et dénaturées à travers la perspective strictement économique et commerciale du bien-être dont sont porteurs les représentants étatiques délégués dans les instances de gouvernance économique mondiale.

4.6 La gouvernance organise les coopérations et les synergies entre acteurs.

Le commerce équitable et les nouveaux mouvements sociaux économiques de façon plus générale interpellent sur la scène internationale (où les États n'ont pas la position de surplomb nécessaire à un rôle d'encadrement) les entreprises transnationales sur les modalités et les

impacts correspondants de leurs activités. Ils participent ainsi à un véritable dialogue multipartite où l'on tente de définir l'essence et les balises d'un développement durable à l'échelle planétaire et au niveau local. L'État participe à ce dialogue en offrant bien souvent un cadre où les acteurs peuvent puiser parmi divers moyens d'action pour mettre en œuvre des solutions acceptables à tous, et renforcent les options choisies par un cadre réglementaire facilitant et stabilisateur aux échelles nationales et internationales.

4.7 La gouvernance est l'art de concevoir des dispositifs cohérents avec les objectifs poursuivis.

Parce qu'il propose un réseau commercial parallèle au système commercial traditionnel, le commerce équitable interroge les institutions commerciales mises de l'avant par les pouvoirs publics. Cette interrogation porte notamment sur la cohérence d'un système qui d'un côté favorise le creusement d'inégalités, et de l'autre offre de « l'aide » pour que les pays concernés se relèvent de ces inégalités, tout en soulevant la délicate question des possibilités d'une concertation et d'une coopération à l'égard de problématiques globales alors que les forums interétatiques les plus contraignants et les plus fonctionnels sont fondés sur une logique de compétition et de négociation visant la maximisation des intérêts de part et d'autre, sans considération pour les répercussions sur les enjeux communs. Le commerce équitable met donc au jour ces incohérences dans la gouvernance et en appelle à une réflexion sur l'instauration d'institutions de gouvernance adaptées aux défis interétatiques ou communs.

4.8 La gouvernance permet une maîtrise des flux d'échange des sociétés entre elles et avec la biosphère.

Parce qu'il rejette une conception de la transaction commerciale où toute l'information pertinente sur un produit est réduite au prix, le commerce équitable ouvre la voie à une gouvernance des flux fondée sur des objectifs qui transcendent le concept abstrait de maximisation de l'utilité marginale. La qualité de l'environnement et le potentiel de développement ou la « capacitation » des populations marginalisées du Sud deviennent des informations pertinentes susceptibles de canaliser, d'orienter ou de modifier les flux d'échange entre les sociétés. Par les informations qu'ils transmettent, le label équitable et les autres labels de la consommation responsable réinvestissent le produit, et par conséquent l'acte d'achat, d'un contenu social et politique, permettant une orientation de la dynamique du marché en fonction d'objectifs concertés de développement durable.

4.9 La gouvernance est l'art de gérer la durée et de se projeter dans le temps.

La perspective que véhicule le commerce équitable de la transaction économique est en porte-à-faux avec la vision atomiste des rapports sociaux portée par le courant dominant. Le commerce équitable envisage en effet la relation commerciale dans une perspective de long terme où le résultat gagnant-gagnant de l'échange économique se construit à travers le temps dans le cadre d'un partenariat où les deux agents co-évoluent. Par conséquent, la perspective de la transaction économique véhiculée par le commerce équitable permet de se projeter dans le temps car elle s'envisage dans la durée.

4.10 L'efficacité de la gouvernance repose sur sa légitimité.

Dans la mesure où les institutions du commerce équitable en adoptent une définition élargie et s'ouvrent à la participation des acteurs du Sud, elles seront reconnues comme des acteurs de plus en plus légitimes et ce, non seulement en fonction de leurs visées louables, mais bien à travers leur ancrage dans les populations concernées. Le défi de la légitimité se pose d'autant plus que les institutions du commerce équitable tentent de parler d'une voie pour la réforme du système commercial international et se posent en interlocuteur au sein de l'État nation comme sur la scène internationale.

5. Perspectives d'avenir du commerce équitable et du Chantier de l'Alliance sur le commerce équitable et le commerce éthique⁹

Les membres du chantier étaient invités à se prononcer sur les deux questions suivantes :

Quelles sont les perspectives du commerce équitable pour les années à venir, i.e. ou s'en va le commerce équitable?

En regard de ces évolutions, comment peut se positionner le chantier, quel rôle peut-il jouer, quel devrait être son programme?

5.1 Perspectives du commerce équitable dans les années à venir

5.1.1 Identité et fragmentation du mouvement

L'identification et la reconnaissance de ce qu'est le commerce équitable, qu'il s'agisse des spécifications de FINE ou d'autres normes telles que Utz Kapeh ou Rain Forest Alliance.

L'approfondissement des divergences en termes de finalités. Comme le Chantier l'avait décrit, il y avait dans le mouvement du commerce équitable des différences de fond quant à la nature du commerce équitable, ses finalités et sa stratégie. En gros, deux conceptions : "les régulateurs" (par le marché) et "les transformateurs" (par la construction d'un véritable mouvement social). Ces différences se sont approfondies ces dernières années et, même si elles ne disent pas leur nom, les contradictions se manifestent clairement dans le débat sur le commerce équitable local, national et régional (appelé aussi Sud-Sud), sur les processus de certification, sur le degré de contrôle des producteurs et consommateurs dans les divers systèmes de commercialisation, dans l'apparition de nouveaux réseaux régionaux de producteurs, etc. Il y a risque de radicalisation dans l'expression de ces divergences, tant les positions acquises par les principaux acteurs du CE (grosses coopératives du Sud, importateurs du Nord et FLO) créent des intérêts institutionnels difficiles à concilier avec les principes originaux du CE. Une des conséquences de cette radicalisation peut être la perte de légitimité des grands réseaux internationaux.

Les divisions internes concernant la question de la certification et de la grande distribution sont un des plus grands dangers pour le mouvement du commerce équitable.

Opposition régulateurs / transformateurs. Bien sûr il y a des oppositions dans le mouvement en cours. Il n'est pas certain toutefois que la description des régulateurs / transformateurs les traduit bien. Si les "transformateurs" restent un mouvement purement social, ils ne sont plus acteurs du commerce équitable ni de l'économie solidaire, mais seulement militants sociaux. Or même dans ce mouvement, on "fait du commerce". Il s'agit donc aussi bien d'un mouvement économique que d'un mouvement social.

⁹ Cette section a été rédigée à partir des commentaires de Thierry Brugvin, Eugénie Malandain, Arun Raste, Arturo Palma Torres et Pierre Johnson du Chantier Commerce équitable de l'Alliance pour un monde responsable, pluriel et solidaire. Voir aussi l'Annexe B, *Le commerce équitable va-t-il changer le monde?*, rédigée par Arturo Palma Torres. Il s'agit d'une présentation des travaux du Chantier qui a été faite pour la Fondation pour le Progrès de l'Homme.

5.1.2 Commerce équitable et marché traditionnel

Le commerce équitable s'avère par ailleurs un excellent moyen pour demander des comptes aux entreprises car il les interpelle sur les caractéristiques non équitables et non biologiques de leurs produits.

Comment les consommateurs peuvent-ils demander des comptes aux entreprises?

Quelle est la responsabilité des distributeurs dans la filière labellisée?

Les fournisseurs équitables sont-ils en mesure d'améliorer les pratiques de la grande distribution? De poser des conditions au partenariat? Si le rapport de force n'est pas en faveur des fournisseurs pour le moment, il est possible de l'équilibrer en le rapprochant des mouvements de consommateurs, des mouvements coopératifs et de ceux qui travaillent à la responsabilisation sociale de l'entreprise.

Le rôle de plus en plus important des sociétés privées dans le commerce équitable.

L'apparition des organismes de labellisation des produits du commerce équitable a profondément et durablement transformé le paysage, en y introduisant notamment les supermarchés et en popularisant le concept. La question n'est pas aujourd'hui de savoir si la grande distribution commercialise ou non les produits du commerce équitable. C'est déjà fait ! La question d'aujourd'hui est de savoir dans quelles conditions cette commercialisation est faite. Dans ce sens, le travail auprès des entreprises pour un meilleur respect de normes internationales concernant les processus de production et de commercialisation, ainsi que celles qui concernent l'environnement. Deux stratégies se font jour là-dessus : renforcer les efforts internes aux entreprises destinés à les responsabiliser sur les plan social et environnemental, ce que l'on connaît aujourd'hui comme RSE, ou créer des plate-formes d'action multi-acteurs (notamment ONG, syndicats, associations environnementalistes, etc.) pour exercer des pressions externes cherchant l'appui de l'opinion publique.

Il faut mettre en évidence les articulations entre commerce équitable, commerce éthique et responsabilité sociale dans une perspective de développement durable. Bien que les sociétés privées soient des partenaires du commerce équitable, il est essentiel d'affirmer la spécificité du commerce équitable par rapport à la sphère dénommée "responsabilité sociale des entreprises".

Une convergence entre le commerce équitable et le commerce éthique est fondamentale pour multiplier et renforcer l'action revendicative.

Le commerce équitable n'est pas un objectif en soi, et doit viser à soumettre les règles commerciales aux droits fondamentaux du travail, de la personne et au droit de l'environnement, c'est-à-dire au développement durable.

5.1.3 *Le système de certification/vérification*

À terme, seule une vérification réalisée ou financée par les pouvoirs publics peut parvenir à une indépendance réelle des auditeurs. Tant que les vérificateurs seront payés par ceux qu'ils contrôlent, il n'y aura pas d'indépendance minimum. Tout financement privé, même indirect (adhésion à un groupement d'entreprises) conduit à terme à une concurrence entre groupements privés du même type pour survivre, ce qui est incompatible avec l'indépendance de la vérification.

5.1.4 *La relocalisation du commerce et les défis particuliers du Sud*

Le développement de labels équitables régionaux et nationaux permettrait de lancer de petits producteurs, dans la mesure où c'est parfois difficile pour eux de s'intégrer aux labels internationaux.

L'expansion du marché en vue de permettre aux producteurs équitables d'y accéder et d'améliorer leurs conditions socio-économiques. Mais cette expansion paraît limitée compte tenu de la croissance démographique.

Amener le secteur informel hors de l'ombre. Dans la plupart des pays du Sud, la principale source de développement repose dans le secteur informel. Ce secteur marqué par la formidable créativité des sociétés civiles du Sud, a peu de connections avec le commerce international, ce qui limite les producteurs à trouver des débouchés locaux pour leurs produits. Il est nécessaire de connecter ces petits producteurs au mouvement du commerce équitable, ce qui pourrait à terme devenir une base pour la promotion du commerce sud-sud tout comme pour une consommation responsable.

La réorientation des flux commerciaux vers des marchés plus locaux, ce qu'on peut appeler la relocalisation de l'économie, ou encore la déglobalisation (Walden Bello).

Le développement des systèmes de commerce équitable dans des pays et des régions au Sud ... et au Nord. La prise de conscience des limites du commerce équitable Sud-Nord, rien que par le manque de débouchés, amène les producteurs à chercher d'autres formes de commercialisation que l'exportation vers les marchés du Nord. La tendance est aujourd'hui la recherche de débouchés dans les marchés locaux, nationaux et régionaux (dans un même continent). C'est ici où réside l'avenir du CE, aussi bien en tant qu'activité d'économie solidaire, qu'en tant que mouvement social de transformation et de développement local durable. Même s'il faut distinguer chaque situation, par pays et régions, pour savoir s'il existe des réelles perspectives pour un CE local, il est indéniable que cette tendance compte de plus en plus d'adeptes, aussi bien au Sud qu'au Nord. Si elle continue à se développer, les caractéristiques actuelles du CE devraient changer à terme radicalement, surtout en ce qui concerne le contrôle social des systèmes mis en place par producteurs, consommateurs, syndicats, autorités locales et ONG, avec un déplacement des équilibres et influences en faveur des premiers types d'acteurs.

Cibler de nouveaux marchés en vue d'accroître les ventes de manière à répondre aux besoins d'un nombre croissant de producteurs équitables.

5.1.5 *L'insertion du commerce équitable dans des mouvements de réforme plus larges*

La recherche d'alliances larges pour travailler à la réforme du système de commerce international en vue de régulations publiques équitables. La nécessité pour les organisations du commerce équitable d'intervenir dans le débat sur le commerce international semble gagner des points ces dernières années. Dans ce sens les organisations internationales du CE, regroupées dans le réseau FINE, cherchent à lancer des campagnes internationales et à tisser des alliances avec des ONG et des syndicats pour peser lors des conférences internationales, à partir de l'expérience des opérateurs du CE et du succès d'estime auprès de l'opinion publique. Là aussi il y a des différences d'approche, la tentation est grande de plaider par un système spécifique pour le commerce équitable, en l'isolant des questions globales liées à la mondialisation. Heureusement, des questions plus globales sur les prix de matières premières, la protection des

marchés nationaux (souveraineté alimentaire), le respect des droits sociaux et des pactes sur l'environnement, semblent l'emporter et permettre de construire des consensus. Ces types d'actions (campagnes, participations aux réunions de l'OMC, de la CNUCED, négociations avec les gouvernements, etc.) permettent aux acteurs du CE de sortir de leur isolement et de tisser des liens forts avec les autres acteurs de la société civile. Ceci devrait, par ailleurs, faciliter la sortie par le haut des éventuelles crises internes, puisqu'elles seraient davantage régulées avec l'aide de ses alliés. Cet enjeu rejoint la question complexe de la gouvernance, à l'échelle nationale et internationale. Peut-on parler de "régulations équitables", oui sans doute, même si d'autres termes seraient plus appropriés, comme "système équilibré et durable de régulations internationales". L'essentiel étant de percevoir que même au niveau national, l'international fait loi.

5.1.6 La transformation ontologique de l'acte de consommation et la conscientisation du consommateur

L'évolution des consommateurs vers une attitude davantage critique et responsable vis-à-vis de la société de consommation. Même si elle n'est pas encore réellement stabilisée, cette tendance générale à ce que l'on appelle "la consommation éthique" est perceptible, notamment parmi les classes moyennes des sociétés des pays du Nord. Les différentes crises des produits d'alimentation (vache folle, poulets contaminés aux dioxines, produits frelatés, grippe aviaire, etc.) y ont largement contribué. Il s'agit ici d'une véritable bataille "culturelle" stratégique autour de l'un des piliers du système capitaliste de production, c'est-à-dire, la société de consommation. Certaines organisations de commerce équitable se sont engagées fortement dans ce champ d'action, avec l'éducation au commerce équitable et la consommation responsable, en positionnant cet axe de travail au même niveau que la commercialisation des produits et le plaidoyer auprès des responsables politiques et des entreprises. L'issue de cette bataille dépend de la capacité des mouvements du commerce équitable à influencer les organisations de consommateurs et les systèmes nationaux d'éducation dans ce sens.

5.2 Positionnement et programme du Chantier commerce équitable dans les années à venir

Cette section présente les différentes propositions faites par les membres du chantier quant au positionnement, au rôle et au programme que celui-ci devrait se donner à l'égard des enjeux précédemment soulevés.

Positionnement du Chantier

Voici les propositions faites par les membres du chantier quant au positionnement et au rôle que celui-ci devrait prendre.

- Promouvoir une vision large du commerce équitable en créant des ponts avec d'autres acteurs sociaux.
- Étudier l'impact du commerce équitable sur les producteurs.
- Étudier l'impact du commerce équitable sur la transformation des règles internationales.
- Étudier les enjeux de la chaîne d'approvisionnement du commerce équitable. Ces études menées au Nord comme au Sud s'intéresseraient aux questions de prix, de qualité et de certification. On pourrait s'intéresser au cas de l'Amérique Latine pour étudier les denrées

alimentaires, au cas de l'Asie pour étudier l'artisanat, et aux cas du Canada et de la France pour étudier les marchés du Nord.

- Étudier la question des labels et de la certification. Il est attrayant de penser au commerce équitable domestique ou sud-sud. Mais rares sont les pays ayant la capacité les moyens et l'argent pour établir un système de label et de certification, et rares sont les gens connaissant ces questions. Il faut étudier ces problèmes et proposer des solutions, ce que pourrait faire le Chantier dans la mesure où FINE est impliqué dans la promotion et l'expansion des marchés dans les marchés existants.
- Explorer les connections entre la responsabilité sociale, la consommation et le commerce éthique, et le commerce équitable.
- Étudier les appréhensions et les enjeux des petits producteurs du Nord vis-à-vis les commerce équitable.
- Explorer la possibilité d'alliances avec les petites et moyennes entreprises, même dans les pays du Nord. Celles-ci souffrent de la mondialisation dans la mesure où les grandes entreprises les poussent hors du marché compte tenu des exigences de prix et de quantité que les petites et moyennes entreprises sont incapables de rencontrer.

Le Chantier devrait participer à des rencontres internationales où il pourrait exprimer ses points de vue auprès de plus de gens, et de gens d'influence. La participation aux forums de l'OMC ou de l'UNCTAD est plus importante que celle au FSM dans la mesure où l'auditoire du FSM est déjà vendu à la cause.

Le Chantier devrait renforcer sa position de groupe de travail capable d'aider le mouvement du commerce équitable et l'économie solidaire à mieux analyser leurs propres pratiques et stratégies, en proposant aux acteurs un lieu de réflexion qui leur permette du recul par rapport à leurs actions sur le terrain. Ce travail de systématisation de l'expérience et de la réflexion des acteurs, des entreprises et des pouvoirs publics, sur le commerce équitable et la consommation responsable, est la meilleure contribution que le Chantier de Commerce Equitable peut faire aux autres chantiers du Pôle de Socio-économie Solidaire et, au-delà, à l'ensemble de l'Alliance.

Concrètement, cela signifie :

- Mieux définir les concepts avec lesquels nous travaillons.
- Renforcer ses capacités d'observation, d'analyse et de systématisation, en recrutant au-delà des seuls réseaux de commerce équitable, sans jamais perdre le contact avec ceux-ci.
- Approfondir son travail dans les domaines de la consommation responsable, des régulations publiques à différents niveaux, de la responsabilité des entreprises.
- Faire connaître ses analyses aux acteurs et décideurs intéressés dans ce thème : producteurs, consommateurs, opérateurs de CE, pouvoirs publics, entreprises.

Dans tous ces domaines, la recherche des synthèses ne peuvent se faire au détriment de l'explicitation des différences et contradictions existantes parmi les acteurs et, aussi, parmi les membres du Chantier.

5.2.2 Proposition d'un programme de travail pour le Chantier

Quant aux programmes de travail pour les 3 prochaines années, voici des propositions déjà faites sur la liste ft-team avec des ajouts :

- Publication d'un livre avec nos analyses et perspectives (2006)
- Réalisation d'une étude sur les systèmes de certification existants¹⁰ (2006-2007)
- Réalisation d'une étude sur les indicateurs (économiques, sociales et environnementales) du commerce équitable¹¹ (2006-2007)
- Recherche de liens avec les organisations de consommateurs¹² (2006-2008)
- Analyse et systématisation des concepts et pratiques concernant la consommation éthique, responsable, citoyenne¹³ (2006-2008)
- Analyse et systématisation des expériences et pratiques de régulations publiques à tous les niveaux (2006-2008)

Ces activités devront prendre en compte les différentes situations dans le monde, notamment dans les pays du Sud, en associant à nos travaux des membres ressortissants de ces pays chaque fois que cela s'avère nécessaire. De la même manière, les travaux du Chantier ne peuvent se concevoir sans des échanges transversaux avec d'autres Chantiers du PSES, notamment « Indicateurs », « RSE », « Femmes », « Régulations internationales », « Régulations » et « Vision » (voir le site www.socioeco.org).

On devrait insister sur les liens entre programme de travail et recherche de financement, sur la base de deux règles simples:

10 Il faudrait en montrer l'intérêt et les limites, sans tomber dans un débat idéologique. (Commentaires de Pierre Johnson.)

11 Cette étude sera très utile pour le mouvement, d'autant plus qu'il y en a peu. Nous pourrions trouver des cofinancements pour ces études. (Commentaires de Pierre Johnson.)

12 Malheureusement, la plupart de ces associations sont en retard sur la réalité des pratiques de consommation responsable. La consommation est-elle un champ de militantisme en soi ? J'ai des doutes à ce sujet. Il s'agirait alors d'une étude plus sociologique qu'autre chose. Quelle serait son implication pratique ? Je propose plutôt de faire le lien avec les groupes qui nous permettraient de développer les études sur l'impact et les indicateurs du commerce équitable. Ce peut être par exemple des groupes écologistes, etc. (Commentaires de Pierre Johnson.)

13 C'est l'objet d'un autre chantier du PSES, le chantier "Régulations Internationales". Pierre Johnson a participé à ce groupe en 2003-2004, mais un autre membre pourrait prendre la relève de façon à bien faire le lien entre les deux chantiers. (Commentaires de Pierre Johnson.)

1. Celles et ceux qui sont intéressés à s'engager sur un élément du programme qui sera décidé doivent aider à trouver des financements pour ce travail (ou pouvoir le faire de façon bénévole).
2. Il doit y avoir une péréquation / solidarité entre le financement d'études (plus facile) et celui de l'animation (plus difficile). Nous sommes actuellement trop dépendants de la Fondation Charles Léopold Mayer pour le Progrès de l'Homme. L'ensemble du Pôle Socio-Economie Solidaire cherche d'ailleurs à diversifier ses sources de financement.

Le programme ne doit pas être exclusivement orienté vers des études (sauf pour la question des associations de consommateurs). Je vois cela comme une limitation, dans la mesure où une part d'animation reste nécessaire. On oublie aussi que nous avons appuyé la participation à la rencontre latino-américaine de commerce équitable, et que nous avons un important projet de rencontre de Commerce Équitable en Afrique, qui a malheureusement du mal à trouver ses financements. Cette part d'animation de débat public est indispensable. Ne l'oublions pas pour la période 2006-2008.

Annexe A : Liste des documents ayant servi à la rédaction de la présente synthèse des activités du Chantier Commerce Équitable

1999

Chantier Commerce Equitable. 1999. Commerce équitable et consommation éthique - vers des échanges conscients et solidaires. Texte de synthèse rédigé après une rencontre du chantier "commerce équitable" en novembre 1999 à Paris (France). 7 p. (1999-1)

Chantier Commerce Équitable. 1999. 1 réunion du Chantier Commerce Équitable : Enjeux, propositions et pistes d'action, Tableau synthèse. 1 p. (1999-2)

Chantier Commerce Équitable. 1999. Synthèse du groupe de travail francophone, Tableau Synthèse, 1 p. (1999-3)

2000

Pierre Johnson. 2000. Nouvelles du chantier Commerce Équitable, 8 nov. 2000, 2 p. (Lettre envoyée pour la préparation du cahier de propositions) (2000-1)

2001

Chantier Commerce Équitable. 2001. Texte de cadrage du Forum Commerce Equitable (janvier). 5 p. (2001-1)

Pierre Johnson. 2001. Le commerce équitable et la souveraineté alimentaire. Contribution du chantier Commerce Équitable de l'Alliance pour un monde responsable et solidaire au Forum Mondial sur la Souveraineté Alimentaire, La Havane, Cuba, 3-7 septembre 2001. 6p. (2001-2)

S.A. 2001. Compte-rendu de la rencontre latino-américaine sur le commerce équitable et la consommation éthique dans la perspective de la solidarité globale, Lima (Pérou) - 15 - 17 mars 2001, 6p. (2001-3)

Chantier Commerce Équitable. 2001. Propositions pour le développement d'un commerce équitable au XXI^e siècle, 6 p. (2001-4)

Autres documents

Calame, Pierre. 2001. *Les principes de gouvernance au 21^{esieme} siècle. Principes communs de la gouvernance, applicables aussi bien à la gestion locale qu'à la gouvernance mondiale, issus des travaux de l'Alliance pour un monde responsable, pluriel et solidaire.*

2002

Comité Français pour le Sommet Mondial sur le Développement Durable. 2002. Groupe 12 : Commerce éthique et Commerce équitable, Notes de travail du groupe "commerce éthique et commerce équitable" du - Sommet de Johannesburg 2002. 8p. (2002-1)

Comité africain de pilotage pour le Sommet Mondial pour le Développement Durable. 2002. Position sur la Mondialisation, 2 p. (2002-2)

Pierre W. Johnson, Françoise Wautiez. 2002. Cahier de Propositions pour le XXI^e siècle: Commerce Equitable (version du 1^{er} octobre 2002), 77 p. (2002-3)

Texte collectif coordonné et rédigé par Pierre W. Johnson. 2002. Cahier de Propositions Commerce Equitable (2e version 2 octobre 2002), 48 p. (2002-4)

Chantier Commerce Équitable. 2002. Commerce équitable : enjeux et proposition, nov. 2002, 6p. (2002-5)

Meredyth Ailloud. 2002. Réflexion stratégique sur le commerce équitable, 4 p. (2002-6)

2003

Forum Social Mondial 2003

Synthèse

Équipe d'animation du chantier commerce équitable. 2003. Commerce équitable, Consommation éthique et Coopérativisme : Synthèse de la table ronde et des ateliers sur le commerce équitable, la consommation éthique et le coopérativisme présentés au Forum Social Mondial 2003, Porto Alegre, Brésil, 6 p. (2003-1)

Pierre Johnson. 2003. Synthèse de la table ronde et des ateliers sur le commerce équitable, la consommation éthique et le coopérativisme dans le cadre du Forum Social Mondial 2003. 5 p. (2003-2)

Hugues Toussaint. 2003. Réseau Biocoop : Commerce et distribution équitables. Contribution à l'atelier "Agriculture Biologique et Commerce Equitable: quelles synergies ? - Certification, production, consommation et distribution". Forum Social Mondial, Porto Alegre, Brésil, 25 janvier 2003, 3 p. (2003-3)

Juan José Sánchez. 2003. Consumo Ético, Cooperativismo y Comercio Justo. Seminario Internacional de Economía Solidaria, Forum Social Mondial 2003. 1p.

Chantier Commerce Equitable. 2003. Commerce équitable, consommation éthique et coopérativisme. Programme de table ronde et d'ateliers pour le Forum Social Mondial 2003. S'inscrit dans le programme général sur l'économie solidaire. 8p. (2003-4)

Chaire économie et humanisme de l'UQAM. 2003. Numéro spécial du bulletin OECONOMIA HUMANA du mois de février 2003 consacré au commerce équitable au FSM 2003. (2003-5)

Autres documents

S.N. 2003. Organisation d'une table-ronde sur « Commerce équitable et régulations internationales » dans le Forum Commerce Équitable qui se tiendra à Cancun (2003), 5 p. (2003-6)

Agenda Forum 2003-2004, 1p. (2003-7)

2004

Forum Social Mondial 2004

René Audet. 2004. Synthèse des activités du mouvement du commerce équitable. Forum Social Mondial 2004, 6 p. (2004-1)

Chantier Commerce Équitable. 2004. Proposition du Chantier Commerce Equitable- FSM 2004, Mumbai, Inde. (2004-2)

Autres documents

Texte collectif. 2004. Déclaration du mouvement international de commerce équitable - XIème Conférence de la CNUCED, São Paolo, Brésil, 13-18 juin 2004, 5 p. (2004-3)

2005

Forum Social Mondial 2005

Vincent Commenne. 2005. Responsabilité sociale et commerce éthique et solidaire : des pratiques complémentaires : Points importants abordés dans la présentation de Vincent Commenne, animateur du Chantier RSAE du PSES, Alliance 21, au Forum Social Mondial 2005 : « Commerce équitable – Responsabilité sociétale des entreprises : différences et convergences ». 27 janvier 2005, 2 p. (2005-1)

Chaire de développement durable et de responsabilité sociale de l'UQAM. 2005. Bulletin OECONOMIA HUMANA du mois de mars 2005 portant sur le FSM 2005.
www.ceh.uqam.ca/pdf/OeconomiaHumanaMars05.pdf. (2005-2)

Autres documents :

Aurélien Atidéga. 2005. Repenser le commerce équitable en Afrique (Texte de lancement du forum électronique sur le thème « Repenser le commerce équitable en Afrique ») 29 mars 2005, 3 p. (2005-3)

Bisaillon, Véronique. 2005. Rapport de mission de la conférence bisannuelle de l'IFAT Quito (Équateur) mai 2005. (2005-4)

Annexe B : Le commerce équitable va-t-il changer le monde?

Arturo Palma Torres

Des concepts, des pratiques et un processus

Ce papier est une présentation sommaire du travail du Chantier Commerce Equitable au Conseil d'administration de la Fondation Léopold Meyer pour le Progrès de l'Homme. Bien sûr, son contenu n'engage que moi, membre de l'équipe d'animation du chantier depuis 3 ans. Mais, il est aussi la synthèse, très serrée, que je peux faire aujourd'hui d'un long processus de réflexions et de pratiques concrètes au sein des réseaux d'acteurs, dans et hors Alliance, depuis 15 ans. Il rend compte de ma vision sur les évolutions de la pensée et des milieux du commerce équitable (CE), et l'évaluation sur leur impact auprès des acteurs « majeurs » de nos sociétés.

Rappel des objectifs et des stratégies proposés par le Chantier.

Pour évaluer un travail quelconque il est bon d'avoir en tête les objectifs et stratégies proposés en amont. L'objectif général est le développement du CE à tous les niveaux, car considéré à la fois comme une pratique d'échanges commerciaux innovante et un outil conceptuel pouvant participer à la définition d'une mondialisation solidaire.

Sur les stratégies à développer, le Cahier des propositions proposait de ¹⁴ :

- favoriser le débat, la participation et la communication entre les acteurs du CE (producteurs, consommateurs, importateurs, magasins, organismes de certification, pouvoirs publics, entreprises, etc.).
- mettre le développement local durable au centre des objectifs du CE, en insistant sur la souveraineté alimentaire, la reconnaissance de la place des femmes, l'articulation du CE avec les autres pratiques d'économie solidaire.
- développer l'information aux consommateurs et la reconnaissance publique du commerce équitable.
- élargir les alliances opérationnelles : marchés équitables, techniques innovantes de certification, développement de filières bio-équitables, capacitation des producteurs.
- Promouvoir des indicateurs de suivi et monitoring des règles du commerce international, de manière à introduire un débat au sein des institutions internationales (OMC, CNUCED) sur l'intégration des droits économiques, sociaux et environnementaux aux règles commerciales, à partir des critères de CE.

14 Cahiers de propositions pour le XXIe siècle, Commerce Equitable, Alliance pour un monde responsable, pluriel et solidaire, Novembre 2001.

Les concepts en présence

Pour faciliter la compréhension d'une diversité de finalités et de pratiques, je préfère situer l'analyse en termes d'évolution dans le temps, mais aussi géographiquement.

Le CE naît dans les milieux tiers-mondistes des pays du Nord (Amériques et Europe) des années 60 comme une nouvelle forme de solidarité avec les pauvres des pays du Sud. Sa finalité est d'aider les populations les plus défavorisées ; sa stratégie est la vente aux publics sensibilisés ; son discours, celui de la solidarité Nord-Sud ; sa pratique : l'achat le plus direct possible aux producteurs. Pendant une longue période le CE reste inconnu du grand public.

Dans les années 80 certains ONG du Nord proposent un objectif d'accès des producteurs pauvres du Sud aux marchés internationaux, avec une stratégie d'augmentation importante du volume des produits vendus, au moyen d'un outil performant : la certification. Le discours est toujours celui de la solidarité Nord-Sud et la pratique prioritaire, l'action commerciale ciblée sur la grande distribution (consommation de masse) et la communication grand public. A partir des années 90 la notoriété du CE augmente en même temps que le nombre d'opérateurs privés. Les pouvoirs publics commencent à s'y intéresser.

Parallèlement, de nombreux réseaux d'acteurs, au Sud comme au Nord, commencent à définir le CE comme un système d'échanges qui va au-delà du simple commerce Nord-Sud, pour le situer en termes d'outil de changement social et environnemental. La finalité est d'incorporer le respect des droits humains et de l'écosystème dans le commerce mondial. Leur stratégie est la construction d'un mouvement de commerce équitable capable de peser sur les décideurs politiques et économiques. Le discours est celui des alter-mondialistes (« autres échanges, autre monde »). 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 pour faire pression sur les décideurs nationaux et internationaux.

Nouveaux acteurs, nouveaux enjeux.

La juxtaposition de ces finalités et stratégies (car elles peuvent co-exister parfaitement dans les milieux) introduit de nouveaux acteurs dans le champ du CE, aussi bien dans les pays du Nord que du Sud. Les plus importants sont les entreprises multinationales (production et distribution), les pouvoirs publics (locaux et nationaux) et les institutions internationales (OMC, CNUCED) .

Des nouveaux enjeux apparaissent : les partenariats avec les entreprises et avec les collectivités locales ; les questions autour de la norme et la certification (privée, publique) et la capacité à faire respecter les cahiers de charges ; l'institutionnalisation du CE ; la relation entre les politiques de RSEE des entreprises et leurs pratiques de CE ; la place des petites entreprises ; la prise en compte d'autres formes d'échanges (solidaires, éthiques, de proximité, bio-équitables, etc.) ; la réglementation des marchés publics ; le rôle des accords commerciaux régionaux et bilatéraux ; la création des marchés équitables dans les pays du Sud ; etc.

Des enjeux existants sont mieux visualisés : l'organisation des réseaux de producteurs ; la démocratisation des décisions à l'intérieur du « système du CE », notamment en ce qui concerne la place des producteurs et des consommateurs ; la critique d'un CE exclusivement Nord-Sud et la recherche des cadres géographiques les mieux adaptés (CE local, national, régional, au Sud comme au Nord) ; les besoins d'articulation des pratiques locales avec des formes de régulations publiques nationales et mondiales ¹⁵.

Le rôle du Chantier

Par rapport aux objectifs et stratégies annoncées en 2001 nous pouvons dire que le chantier a souvent proposé et pratiquement toujours accompagné cette évolution, en diffusant le Cahier de propositions (traduit en 4 langues).

Dans les FSM et dans les FSE nous avons été, avec d'autres acteurs, promoteurs et organisateurs de séminaires et d'ateliers sur des sujets nouveaux ou en débat : éthique et CE, éducation à la consommation responsable, CE et développement local durable, CE et agriculture biologique, finances solidaires et CE, coopératisme, autogestion et CE, modes de certification, organisation des réseaux des producteurs, CE local au Nord et au Sud, relations Nord-Sud dans le milieu du CE, régulations publiques et privées, rôle des collectivités locales et de l'Etat, CE et responsabilité sociale des entreprises, CE et souveraineté alimentaire, CE et réseaux de distribution, etc.

Nous avons été présents et nous avons animé des ateliers à la 2^e Conférence Internationale d'Economie Solidaire au Québec en 2001 et nous devrions participer à la prochaine, en Novembre 2005, à Dakar.

Nous avons participé aux réunions des réseaux de magasins Européens de CE (NEWS !), aux réunions du réseau mondial (IFAT), aux réunions des réseaux d'acteurs (Pérou, Brésil, Mexique, Chili, Inde, Italie, Espagne, France, ...).

Nous avons participé aux dernières réunions inter-ministérielles de l'OMC, à Cancun, et de la CNUCED, à Sao Paulo. Nous nous proposons de contribuer avec nos propositions à la prochaine réunion de l'OMC, en Décembre 2005, à Hong-Kong.

En tant que membres du chantier, du Pôle et de l'Alliance, nous sommes reconnus par notre capacité de proposition et de systématisation lors des grandes rencontres des milieux CE. Nous sommes en train de préparer la publication d'un livre nous permettant de retracer l'évolution du CE ces dernières années (après le Cahier) et de faire des propositions aux différents acteurs.

Il est évident que notre plus grand effort s'est concentré sur les réseaux d'acteurs directs (producteurs, réseaux de magasins, consommateurs) et sur le travail en transversal avec d'autres

15 « Enjeux et défis du commerce équitable Nord-Sud », A. Palma Torres, Séminaire international "Commerce équitable, coopératives et développement durable", UQAM, Chaire de Coopération Guy Bernier et Chaire Economie et Humanisme, Montréal 26 et 27 septembre 2002

réseaux (agriculture biologique, plate-formes sur l'agriculture, mouvement des femmes, finances solidaires, RSEE).

Nous avons ainsi contribué de manière importante à la réflexion de ces acteurs et au dépassement des préoccupations purement opérationnelles pour susciter et permettre l'articulation de leurs actions locales avec leurs interventions aux niveaux national et international.

Aujourd'hui le CE est reconnu non seulement comme une pratique exemplaire et expérimentale, mais il sert aussi comme « modèle » pour d'autres initiatives, comme le « tourisme équitable », « l'information équitable », « achats publics équitables ».

Des campagnes internationales importantes s'en sont inspirées (Clean Clothes Campaign, Euronban) et ont emmené des entreprises à réviser leurs rapports avec les sous-traitants et les producteurs.

Par ailleurs, l'opinion publique des pays du Nord est majoritairement favorable à cette forme d'échanges et des nombreuses entreprises multinationales et gouvernements nationaux et locaux se réclament des pratiques du CE. L'impact du concept et de sa mise en pratique auprès des faiseurs d'opinion et des décideurs est devenue indéniable, même si l'on peut s'interroger sur les stratégies des uns et des autres.

Conclusions provisoires

Pour répondre aux préoccupations de l'Alliance et, au-delà, de la Fondation, je dirais que le commerce équitable est aujourd'hui une réalité porteuse à la fois d'incertitudes, d'insuffisances et d'espoirs.

D'incertitude, parce que le CE peut être facilement récupéré par l'économie de marché, en tant que niche commerciale, en appelant à la solidarité des consommateurs et en réduisant le modèle à un simple outil marketing.

D'insuffisances, car de par ses origines de commerce « solidaire » Nord-Sud, le CE repose encore sur bon nombre de simplifications qui empêche les acteurs de positionner leur action de manière plus claire. Quelques exemples : l'image persistante des consommateurs « riches » au Nord et des producteurs « pauvres » au Sud, que confine les premiers à des achats équitables et à la signature de pétitions et condamne les seconds à produire pour l'exportation ; le faux espoir proposé aux producteurs sur les débouchés à l'exportation, véritable impasse économique, sociale, écologique et politique (c'est le cas du café, produit phare du CE !) ; pour la certification « la rigueur souhaitée au Nord est dénoncée par les acteurs du Sud dans la mesure où elle écarte irrémédiablement de la filière équitable les petits producteurs incapables de répondre aux exigences »¹⁶ ; l'incapacité à établir des partenariats plus équilibrés avec les entreprises et les pouvoirs publics.

16 « Deux commerces équitables ? La voix du Sud au FSM 2005 », Corinne Gendron, Bulletin Oeconomia Humana, UQAM, Mars 2005.

D'espoirs, parce que dans l'une de ces variantes, le CE propose des ruptures culturelles, pour ne pas dire idéologiques avec l'économie de marché. Par exemple, dans un modèle de CE la fixation du prix n'est plus le résultat d'un « équilibre aveugle » entre l'offre et la demande dans un marché sensé les réguler. Le prix dans le CE est une décision politique, prise entre acteurs responsable et en coopération réciproque, pour permettre au producteur de vivre décemment de son travail. De même, les consommateurs sont informés des différents coûts de la filière et, ainsi responsabilisés par rapport à leurs actes d'achat. Un tel système, pour se généraliser, a besoin de l'intervention des pouvoirs publics qui sont interpellés quant à leur obligation de veiller au respect des droits et à la sauvegarde de l'écosystème.

Les efforts du Chantier en 2005 devront chercher à consolider les espoirs, à dissiper les incertitudes et à surmonter les insuffisances, par l'organisation d'un symposium en Afrique, le soutien à l'articulation des réseaux en Amérique Latine, un travail avec des PME en Asie, notre participation aux différentes rencontres, la préparation d'un ouvrage collectif et le maintien de nos listes de discussion électroniques.

Dans un deuxième temps et selon les ressources dont on pourra disposer, nous devrions lancer un travail en direction des milieux universitaires et de la presse économique.