

L'ECONOMIE DU COMMERCE EQUITABLE, ATTAC Saintes, 19 Mai 2004, Intervention de Nathalie Flipo

INTRODUCTION : De la mondialisation...

Des pays pauvres encore plus pauvres :

- ✓ Selon le rapport du PNUD 2003, au cours des années 90, 54 pays ont enregistré une baisse de leur revenu moyen.
- ✓ Près de 800 millions de personnes, soit 15 % des êtres humains, souffrent chroniquement de la faim.
- ✓ Plus d'un milliard d'individus continuent de lutter pour survivre avec moins d'un dollar par jour.
- ✓ Un enfant sur 6 âgé de 5 à 14 ans, est soumis à un travail dégradant. (BIT)

Ecart de revenus entre le cinquième des êtres humains vivants dans les pays les plus riches et le cinquième résidant dans les pays les plus pauvres :

1960	de 30 à 1
1997	de 74 à 1

fortune des 200 personnes les plus riches au monde	>	revenus cumulés d'un groupe de pays rassemblant 41% de la population mondiale (soit 2,3 milliards d'êtres humains)
-----------------------------------------------------------	---	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

(PNUD, « Rapport mondial sur le développement humain » 1999)

Le *Rapport mondial sur le développement humain* indique que, « pour inverser cette tendance, les stratégies de développement ne doivent pas se focaliser sur la seule croissance économique, mais agir également en faveur d'une répartition plus équitable des richesses et des services.

Malgré la promesse des pays riches d'éradiquer l'extrême pauvreté, les pays en développement ont encore besoin de davantage d'aide, de termes de l'échange plus équilibrés et d'un allègement significatif de leur dette. C'est l'une des conclusions du *Rapport mondial sur le développement humain 2003*, rédigé à la demande du Programme des Nations Unies pour le développement » (PNUD).

Des échanges mondiaux inéquitables¹ :

- ✓ Aux États-Unis, les subventions à la culture de coton se montent à plus de trois fois l'aide de ce pays à l'Afrique subsaharienne.
- ✓ En 2001-2002, les E-U, l'Europe et le Chine ont distribué 6 milliards de dollars de subventions à leurs producteurs de coton, l'équivalent du montant des exportations mondiales de coton sur la période.
- ✓ Une fève de cacao, selon qu'elle est brute, légèrement transformée ou prête à faire du chocolat, est taxée respectivement à 0,5%, 9,7% et 30,6% par l'Union Européenne .

Des cours des matières premières orientés à la baisse et très volatils :

¹ Alternatives économiques N° 225, Mai 2004, p. 52

- ✓ Le cours du café a atteint 0.55 euro la livre en octobre 2001 alors qu'il était de 1.69 euro en mars 1998 ;
- ✓ Le prix du café a baissé de 45% entre 2000 et 2002².

1. Présentation des principes du commerce équitable

Le projet du commerce équitable est de privilégier le commerce avec les pays en voie de développement plutôt que l'assistance. Il s'inspire du slogan lancé en 1964 par certains participants des pays du Sud lors de la Conférence de la Cnuccd (Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement) : « *Trade not aid* », du commerce pas de l'assistance.

Les acteurs du commerce équitable sont issus, historiquement du monde associatif. Les « pionniers » du commerce équitable sont l'association « Oxfam » qui a développé ses premiers magasins « Magasins du Monde » dès 1969 en Angleterre et aux Pays-Bas et en France l'abbé Pierre, qui a initié un commerce équitable avec le Bangladesh en 1971³. Cette seconde initiative débouchera sur la création de magasins « Artisans du Monde » à partir de 1974. En 1977, l'ASPAL (Association de Solidarité avec les Peuples d'Amérique Latine), est née avec pour objectif de soutenir des groupes de petits producteurs. Depuis, de nombreuses associations ont vu le jour. Ces pionniers ont su développer des réseaux structurés de commerce équitable et créer des centrales d'importation. Néanmoins, un des défis que semble devoir relever le commerce équitable est de sortir du monde associatif afin d'assurer son développement.

2. Les filières du commerce équitable.

Deux grandes écoles se distinguent :

- ✦ **Le mouvement réformiste** vise à réformer les modes de distribution afin d'assurer une répartition plus égalitaire de la valeur ajoutée. C'est la voie empruntée par Max Havelaar, qui appose un label sur des produits vendus⁴ en grande distribution dès lors qu'ils remplissent le cahier des charges défini par cette association. C'est également la voie suivie par STEP, label d'origine Suisse, attribué à des détaillants indépendants spécialisés dans le tapis, dès lors qu'ils s'engagent dans un processus de réforme de leurs conditions d'approvisionnement.
- ✦ **Le mouvement alternatif** vise à adapter les modes de distribution aux contraintes (notamment de volume) des petits producteurs. Cette approche se traduit par le choix de circuits de distribution alternatifs à la grande distribution (petites boutiques, souvent créées par des militants, vente sur les foires et salons, voire chez des particuliers) et par une information des consommateurs. C'est la voie choisie par des intervenants comme Andines, Azimut ou Artisans du Monde.

Dans les deux cas, les produits proposés sont des produits traditionnellement cultivés ou fabriqués dans les pays concernés : produits alimentaires de base (café, sucre, cacao, riz, céréales...), vêtements, linge et objets de décoration traditionnels.

- ✦ **Une troisième voie émergente** consiste à fabriquer en partenariat avec un producteur d'un pays en voie de développement des produits qui ne s'inscrivent pas dans la culture

² Alternatives économiques N° 225, Mai 2004, p. 52

³ Milène Leroy, Le guide du consommateur responsable, édition Marabout 2002.

⁴ Essentiellement du café et du thé, depuis peu du cacao, des bananes du jus d'orange et du miel.

locale, mais qui sont susceptibles de répondre à la demande occidentale. Cette démarche prend la forme d'une sous-traitance tout en respectant les critères du commerce équitable. Les produits ont vocation à être distribués dans les circuits traditionnels. C'est la voie choisie par Idéo, entreprise de conception et de distribution de vêtements équitables.

3. Quelles sont les garanties d'équité apportées par le commerce équitable ?

Il n'existe à ce jour pas de label unique de commerce équitable⁵. D'un mouvement à l'autre, d'une association à l'autre, les critères du commerce équitable peuvent varier.

Dans tous les cas, on retrouve la volonté de promouvoir une forme de commerce plus juste et plus durable, permettant de mieux rétribuer les petits producteurs, de leur assurer un revenu stable malgré les fluctuations des cours des matières premières, de favoriser un développement durable et de lutter contre le travail forcé et le travail des enfants.

La charte pour le commerce équitable qui rassemble le plus d'acteurs en France est celle de la PFCE, « Plate-forme française pour le commerce équitable », qui réunit les organisations nationales actrices du commerce équitable (importateurs, distributeurs, associations de promotion et de labellisation) et a pour objectif de promouvoir et consolider le commerce équitable en France. La Plate-forme pour le commerce équitable est à l'origine de l'opération de communication dénommée la « quinzaine du commerce équitable ».

La charte pour le commerce équitable proposée par la Plate-forme distingue :

- ✦ *des engagements impératifs, ayant trait aux droits élémentaires de l'homme et à la transparence des relations permettant à chacun de faire valoir ses droits ;*
- ✦ *et des critères de progrès qui s'inscrivent davantage dans une démarche de long terme, que chaque acteur du commerce équitable cherche à atteindre. Ces critères de progrès ont trait à une amélioration indispensable de l'organisation de la filière, mais doivent tenir compte des contextes de départ.*⁶

Encadré N°1 :

Les engagements impératifs et les critères de progrès de la Charte pour le commerce équitable

Engagements impératifs :

- travailler d'abord avec les producteurs parmi les plus défavorisés ;
- refuser systématiquement une quelconque forme d'esclavage ou de travail forcé ;
- contractualiser entre les différents partenaires des garanties portant sur le prix du produit qui permet une juste rémunération des acteurs économiques, la qualité des produits, le versement d'un acompte, le délai final ;
- privilégier des relations commerciales durables avec les producteurs ;
- assurer la transparence dans le fonctionnement des différents partenaires ;
- accepter le contrôle sur le respect de ces principes, à chaque étape du processus.

Critères de progrès :

- une organisation participative respectueuse de la liberté d'expression et de l'avis de chacun ;

⁵ Une concertation entre les acteurs du commerce équitable au niveau français et l'AFNOR est menée actuellement avec pour objet la définition d'un label ; par ailleurs, au niveau international, FLO (Fairtrade Labelling Organisation) regroupe trois labels (Max Havellar, Transfair et Fair Trade) et a là aussi pour objectif d'unifier les critères d'attribution des labels et les contrôles.

⁶ cf encadré N°1

- le respect de chacun, sans discrimination aucune ;
- l'élimination du travail des enfants ;
- la valorisation des potentiels locaux ;
- une production et une distribution favorisant une utilisation raisonnée des matières premières et des sources d'énergie, ainsi que leur renouvellement ;
- le circuit le plus court et le plus simple possible entre producteurs et consommateurs ;
- l'encouragement des producteurs à l'autonomie ;
- un engagement des acteurs envers leur environnement socio-économique ;
- une information qui permette : au consommateur d'effectuer un achat fondé et responsable ; à l'acte d'achat de relier le producteur au consommateur.

(source : *Plate-forme française pour le commerce équitable*)

Après 40 ans d'existence, et des initiatives provenant d'acteurs variés (mouvements humanitaires, congrégations religieuses...) le mouvement du commerce équitable a su s'entendre sur une définition commune du commerce équitable. Les principales organisations du commerce équitable au niveau international, (FLO, organisation de labellisation équitable, IFAT, fédération internationale du commerce alternatif, NEWS, réseau européen de magasins du monde, et EFTA, association européenne du commerce équitable), réunies en avril 1999, ont adopté une définition commune du commerce équitable:

« Le commerce équitable est une approche alternative au commerce international conventionnel. C'est un partenariat qui vise un développement durable pour des producteurs exclus ou désavantagés. Il cherche à réaliser cela en proposant de meilleures conditions commerciales, en éduquant pour provoquer une prise de conscience et en menant des campagnes ». ⁷

Encadré 2

Commerce équitable, commerce éthique, commerce solidaire : similitudes et différences

Parce que commerce équitable, commerce éthique et commerce solidaire sont apparus à peu près simultanément, ces trois notions sont souvent confondues. Or chacune présente des spécificités qu'il importe de souligner pour saisir l'essence du commerce équitable. S'inscrivant tous deux dans le champ de l'économie solidaire, le commerce équitable et le commerce solidaire sont par nature très proches. Mais tandis que le commerce équitable concerne les échanges internationaux ; le commerce solidaire (comme par exemple, les systèmes d'échange locaux) se limite à la sphère nationale ou régionale. Si les notions de commerce équitable et de commerce éthique se rejoignent certainement sur le thème du respect de l'éthique sociale (respect des droits des travailleurs définies par l'OIT, Organisation Internationale du Travail), elles sont clairement différentes en ce qui concerne les cibles visées et les objectifs poursuivis. Le commerce éthique s'intéresse aux travailleurs qui ont un emploi dans les entreprises de ces pays en développement —celles-ci ayant la capacité d'exporter vers les pays industrialisés-. Ces travailleurs sont souvent salariés et ont des contrats de travail formels. Le commerce équitable peut concerner toutes les communautés de production de ces pays, même et surtout les coopératives qui n'ont pas recours à des contrats de travail bien établis. En outre, le commerce éthique cherche à contrôler le respect des droits des travailleurs employés dans les pays du Sud et à pénaliser (par exemple en boycottant un produit) les entreprises qui circonviendraient à ces règles. Le commerce équitable quant à lui, a pour objectif d'améliorer les conditions de vie des producteurs du tiers-monde de sorte

⁷ définition proposée sur le site d'EFTA, effairtrade.org ; et par Marie-Hélène Fosse-Gomez, « Commerce équitable, une approche alternative de l'échange ? », Actes Congrès International AFM 2001 p. 2

qu'ils puissent assurer leur propre développement local, sans se focaliser particulièrement sur les droits des travailleurs.⁸

4. L'impact du commerce équitable

Du côté des consommateurs, on observe une progression de la consommation engagée⁹. L'achat équitable est un acte citoyen. Le boycott de produits jugés « non éthiques » est un acte de dénonciation, l'achat équitable est un acte de construction.

Ainsi le commerce équitable est une forme de solidarité des consommateurs du Nord avec les petits producteurs du Sud.

Les campagnes d'information menées par les différents acteurs du commerce équitable, et en particulier en France la Plate-forme française pour le commerce équitable (PFCE), ont eu pour effet d'accroître sa notoriété. En septembre 2001¹⁰, 24 % des Français déclarent avoir entendu parler du commerce équitable contre seulement 9% en 2000. Mais 19% seulement savent ce qu'est le commerce équitable.¹¹ En mai 2002, le taux de notoriété du commerce équitable est de 33,75 %¹², en même temps que la compréhension du concept augmente (on relève moins de réponses erronées sur les produits concernés par exemple)¹³. En 2004 50% des français connaissent le commerce équitable et 11 % achètent des produits issus des filières équitables.

Les consommateurs soucieux de l'origine éthique de ce qu'ils achètent sont de plus en plus nombreux : en France les échanges pratiqués dans le cadre du commerce équitable représentaient 6 millions d'euros en 2000, près de 45 millions en 2003. Mais la France est loin de ses voisins européens:

Achat équitable par individu :

	2001	2004
France	0,13 €	0,35 €
Suisse	6 €	10,16
Pays-Bas	2,5 €	
Danemark	2 €	

En 2002, les tapis d'ameublement labellisés « Step » représentent 30% du marché du tapis en Suisse.

Du côté des producteurs :

Depuis 1990, l'EFTA regroupe 12 importateurs de 9 pays européens :

EFTA	12 importateurs issus de 9 pays européens	800 producteurs du Sud issus de 45 pays	5 millions de familles
------	-------------------------------------------------	-----------------------------------------------	---------------------------

Le commerce équitable apporte un surcroît de revenu aux producteurs :

⁸ (Source : Marie-Hélène Fosse-Gomez Actes Congrès International AFM 2001)

⁹ Un exemple de cette sensibilisation est le succès du livre de Naomi Klein « No Logo », Leméac / Actes Sud 2001 dénonçant les conditions de production de certains produits de marque.

¹⁰ Enquête réalisée par Ipsos du 21 au 22 septembre 2001

¹¹ Enquête du Credoc 2001

¹² Enquête Alter éco. Mai 2002. Cf. alter-eco.com

¹³ interview Mr Le Turdu, Président de la Plate-forme Française pour le commerce équitable (PFCE)

La cours du café actuellement est de 60 € le quintal pour un coût de production de 80 €. Les acteurs du commerce équitable le payent 126 € aux producteurs.

Mais là n'est pas l'essentiel. Selon une étude d'impact menée par la fédération Artisans du Monde en 2002, le commerce équitable se traduit surtout par deux effets :

- ✓ une **stabilisation des commandes** qui permet de réaliser des investissements et de diversifier des activités ;
- ✓ une **autonomie financière** grâce au préfinancement des récoltes ou d'une partie des stocks. Cette autonomie financière permet aux producteurs d'échapper aux usurier locaux, permet la construction d'écoles, de dispensaires, de maisons...

Conclusion : il reste beaucoup à faire

- ✓ En 2004, le commerce équitable concerne 750 000 producteurs de café sur 25 millions. Des milliers de producteurs voudraient entrer dans le circuit du commerce équitable mais ne peuvent pas faute de débouchés suffisants dans les pays du Nord . Le commerce équitable ne représente que 0,005% de la consommation des français ;
- ✓ La solution proposée par certains acteurs du commerce équitable, la vente en grande distribution pose des problèmes de cohérence. Comment parler de commerce équitable en grande distribution quand on connaît les pratiques des grandes enseignes :
 - pratique des « marges arrières » (demande de remises en fin d'année sur le montant des achats) ;
 - emploi de personnel très précarisé,
 - renégociation des prix d'achat à la baisse entraînant des délocalisations,
 - incitation au productivisme et à l'emploi abusif d'engrais et de pesticides...
- ✓ Un label certifiant les produits équitables toujours pas défini ;
- ✓ Une offre de produits équitables quasi-inexistante dans certains domaines tels que les jouets (alors que les consommateurs pourraient être intéressés par une offre alternative à celle des grandes marques dont les conditions de fabrication sont souvent obscures...)
- ✓ Des subventions votées au Parlement en faveur de la Plate-forme pour le commerce équitable et certains autres acteurs qui ne sont toujours pas versées, 2 ans après...