

Les Carnets de l'Info

présentent

Entre valeurs et croissance, le commerce équitable en question

de Sylvain Allemand

Rencontre avec les fondateurs d'Ethiquable,
Stéphane Comar, Christophe Eberhart, Rémi Roux



Contacts presse
Les Carnets de l'Info
Béatrice Darcy
bdarcy@scrineo.fr

01 42 36 01 83 - 06 68 56 61 76

Ethiquable
Emmanuelle Cheilan
echeilan@ethiquable.com
01 49 88 80 59 - 06 37 25 65 93

La Collection *Témoins* des Carnets de l'Info

Dans l'esprit d'observer la société sous différents angles, Les Carnets de l'Info ont lancé une collection de livres *Témoins*, afin de donner l'occasion à des personnalités de s'exprimer sur leur secteur d'activité, leur parcours, etc. La collection s'attache à décrypter les grandes tendances de la société. Elle les met en perspective, afin de réfléchir sur leur évolution.

Après *Conversation avec Robert Guédiouan* d'Isabelle Danel, qui s'intéressait au cinéma et à l'engagement politique, Les Carnets de l'Info ont décidé de se pencher sur le commerce équitable qui connaît aujourd'hui une période de transition importante.

Sylvain Allemand, journaliste qui depuis plusieurs années suit l'actualité relative aux initiatives contribuant à renouveler les pratiques économiques, offre une synthèse des problématiques qui traversent le commerce équitable aujourd'hui.

L'esprit du livre

Entre valeurs et croissance : le commerce équitable en question de Sylvain Allemand est le livre qui analyse les évolutions récentes du secteur. Il décrypte les changements à l'œuvre depuis ces deux dernières années et pointe le risque d'un commerce équitable à deux vitesses...

Avec le témoignage d'acteurs de référence sur le marché - les fondateurs de l'entreprise coopérative Ethiquable, il prend la mesure du dilemme posé : le commerce équitable va-t-il être victime de son succès ?

Même si ce commerce reste encore marginal au plan national comme au plan mondial, les chiffres attestent d'une croissance soutenue qui résiste assez bien à la baisse actuelle du pouvoir d'achat.

Cependant, le commerce équitable paraît plus que jamais à la croisée de chemins : d'un côté, il plaide pour une rémunération plus juste des petits producteurs du Sud et, au-delà la défense d'une agriculture paysanne; de l'autre, il ne peut espérer changer la donne sans accroître les volumes et donc s'engager dans une logique de croissance.

L'articulation de ces deux objectifs ne posait jusqu'alors pas de problèmes... Jusqu'à ce que la notoriété croissante du commerce équitable attise l'appétit d'acteurs suffisamment puissants pour changer la donne en favorisant de nouvelles pratiques se détournant largement de la vocation première du commerce équitable : contribuer au développement des paysans du Sud (en leur garantissant un prix minimum et une prime de développement, sans compter des engagements d'achat dans la durée, un appui technique, etc.).

Ainsi, au moment même où le commerce équitable s'impose dans les habitudes des consommateurs, dans l'agenda des pouvoirs publics, des organisations internationales et jusqu'aux linéaires de nos grandes surfaces, sa raison d'être (accompagner le développement des petits producteurs du Sud) semble compromise par l'arrivée de nouveaux acteurs faisant primer la logique de croissance sur ses valeurs.

Au final, les changements intervenus ces deux dernières années (l'émergence de marques de distributeurs, de marques de l'agro-industrie et de garanties moins exigeantes) et leurs conséquences (le recours aux agricultures de plantation et de contrat, la certification d'exportateurs) risquent de remettre en cause le travail patiemment réalisé par les acteurs

traditionnels en vue de renforcer l'autonomie et la capacité de développement des coopératives de petits producteurs du Sud.

Tout se passe comme si ces nouveaux acteurs récoltaient les fruits de ce que les pionniers du commerce équitable avaient semé. Avec ce résultat paradoxal : que ceux pour qui ce commerce fut conçu en priorité en soient finalement évincés!

L'avenir du commerce équitable est-il compromis ? Peut-on concilier la progression des volumes sans renoncer aux valeurs qui en ont fait la spécificité ? Cette question traverse le mouvement dans son ensemble, comme en témoigne la réflexion engagée au sein de la Fédération Internationale du commerce équitable (Fairtrade Labelling Organisations International). Les garde-fous existent. A commencer par la mobilisation des organisations des producteurs qui se positionnent fortement contre l'entrée des plantations dans le commerce équitable dont ils dénoncent la concurrence déloyale.



L'auteur :

Sylvain Allemand est journaliste. Depuis plusieurs années, il suit l'actualité relative à la mondialisation ainsi qu'aux initiatives contribuant à renouveler les pratiques économiques. Parmi les ouvrages qu'il a consacré à ces problématiques : *Le Commerce équitable*, avec Isabel Soubelet, Le Cavalier bleu, 2008 ; *Délocalisations, la catastrophe n'aura pas lieu*, Les Carnets de l'info, 2007 ; *Les Paradoxes du développement durable*, Le Cavalier bleu, 2007.

Les intervenants :

Stéphane Comar est économiste, engagé dès la première heure en faveur des pays en développement. Il est spécialisé dans l'organisation et la gestion de filières agro-tropicales. Il s'occupe de l'organisation, des finances et du système qualité d'Ethiquable.

Christophe Eberhart est ingénieur agronome, impliqué dans l'appui et le conseil aux organisations paysannes au sein d'ONG. Il a acquis une grande expérience des filières spécialisées en commerce équitable dans les pays du Sud. Il s'occupe aujourd'hui des relations avec les organisations de producteurs et du développement des produits Ethiquable.



Rémi Roux est de formation commerciale. Son parcours professionnel marketing et commercial lié au secteur agro-alimentaire lui assure une bonne connaissance des réseaux de la grande distribution. Responsable de la commercialisation au sein d'Ethiquable, il est également le gérant élu par les salariés-associés de l'entreprise coopérative.

Pratique

Parution le 15 décembre 2008

Editions Les Carnets de l'info

Format : 24 cm x 19 cm / 192 pages

Prix de vente : 19 €

Disponible dans toutes les bonnes librairies

Agenda des rencontres publiques

En présence de l'auteur Sylvain Allemand et des fondateurs d'Ethiquable
(Programme en cours d'élaboration)

Le jeudi 4 décembre à 19h : avant-première à la librairie Le Merle Moqueur à Paris

(51 rue de Bagnolet, Paris 20. Métro Alexandre Dumas, ligne 2. Station Vélib' au 44bis rue de Bagnolet)

Le samedi 20 décembre 2008 de 13h à 15h aux Galeries Lafayette Maison (Niveau -1)

(35 Boulevard Haussmann, Paris 9. Métro Havre-Caumartin ou RER Auber.
Station Vélib' au 12 rue des Mathurins)

Le mardi 6 janvier de 18h à 19h à la librairie La Galerie au Havre

(148 rue Victor Hugo)

Le vendredi 23 janvier 2008 à 17h30 à la librairie Kléber à Strasbourg

(1, Rue des Francs Bourgeois)

En cours d'élaboration à la Boutique librairie Raconte-moi la terre à Lyon,
la Librairie Tartinerie à Sarrant (Gers)...

Bonnes feuilles extraites du chapitre 5

« Le commerce équitable est-il victime de son succès ? »

Les pressions de l'agriculture de plantation et de contrat

La demande croissante des MDD^[1] et des multinationales de l'industrie agroalimentaire en produits certifiés FLO^[2] a pour effet indirect de stimuler le développement de pratiques dont on peut se demander si elles sont en adéquation avec les valeurs du commerce équitable : d'une part, l'agriculture de plantation, d'autre part, l'agriculture sous contrat; enfin, la certification d'exportateurs classiques. Comme on l'a vu, les propriétaires de plantation sont admis dans le système de certification FLO moyennant des dispositions spécifiques concernant les travailleurs qu'ils emploient. Ils ont leur propre cahier des charges, différent de celui des organisations de petits producteurs.

«L'existence de ces plantations, qui sont des entreprises agroindustrielles traditionnelles, observe Christophe Eberhart, est très peu connue du grand public, notamment en France, car la communication des acteurs du commerce équitable a toujours concerné les petits producteurs.» À tel point que pour le consommateur, commerce équitable et petits producteurs sont synonymes, alors qu'en réalité ce n'est pas toujours le cas. Pourtant, la certification des plantations a existé dès le démarrage de FLO avec la certification du thé.

Le précédent des plantations de thé

Dans les pays producteurs des grandes origines de thés – Darjeeling, Assam, Sri Lanka – que demandent les consommateurs, la production a gardé la structure de grandes plantations héritée de l'époque coloniale. Contrairement au café, qui est produit à 80% par des paysans sur des surfaces de moins de 5 hectares, le thé en Inde et au Sri Lanka est l'affaire d'entreprises qui cultivent plusieurs milliers d'hectares (les plantations de thé au nord de l'Inde sont la propriété de l'État ; elles sont louées à des investisseurs privés sur la base de baux à quatre-vingt-dix-neuf ans). Pour intégrer le thé aux produits équitables au début de l'histoire de la labellisation, les organismes de certification ont travaillé avec des plantations qui acceptaient de respecter certaines règles relatives aux conditions de travail et de contribuer à des investissements en faveur des villageois qui sont employés comme cueilleurs.

« Au départ, précise Christophe, le cahier des charges conçus pour les plantations avait pour but de répondre à la spécificité de la production de thé, et de s'adapter au contexte particulier de l'Inde et du Sri Lanka. Puis, avec l'accroissement et la diversification de la demande du marché, FLO a accepté d'étendre cette certification à d'autres produits : les fruits frais, notamment la banane, mais aussi la mangue, l'orange, l'ananas, ainsi que les fleurs coupées. »

On compte ainsi des plantations certifiées au Kenya et en Équateur (35 au total, spécialisées dans la floriculture), des plantations de fruits en République dominicaine (devenue le premier exportateur mondial de produits labellisés grâce à une dizaine de plantations certifiées) ou encore en Afrique du Sud, enfin 45 bananeraies certifiées en Amérique latine. L'extension de la certification de plantations s'est imposée au sein de FLO sous la pression du marché et des importateurs souhaitant travailler avec les fournisseurs habituels pour répondre aux demandes en produits équitables de leurs clients. Elle fait actuellement débat et est, pour tout

¹ Marque de distributeur

² FLO : Fairtrade Labelling Organisations International : fédération internationale qui gère le label Fairtrade/Max Havelaar.

dire, un point important de désaccord entre les acteurs du commerce équitable. « Certaines entreprises ou même certaines associations adhérentes de FLO (initiatives nationales), notamment Transfer États-Unis, explique Christophe, considèrent que le modèle des plantations permet de répondre aux besoins de volumes et de qualité, et puisqu'il existe pour le thé, elles ne voient pas de raison de ne pas l'étendre aux autres produits : café, cacao, céréales, etc. Un autre argument consiste à dire que les travailleurs des plantations sont plus pauvres encore que les petits producteurs qui, eux, au moins disposent de terres. »

D'autres acteurs ont un regard beaucoup plus critique sur ce modèle. À commencer par les petits producteurs liés au réseau FLO, réunis au sein de la CLAC (Coordination latino-américaine et caribéenne des petits producteurs du commerce équitable). « Pour ces paysans, précise Christophe, ce débat renvoie aux luttes entre "minifundio" et "latifundio" inscrites dans l'Histoire. » Rappelons en effet que, malgré les tentatives de réforme agraire au cours du xxe siècle, le « minifundio » concerne encore la majorité de la population rurale latinoaméricaine, avec des processus de marginalisation encore plus importants pour certains groupes ethniques. « Les populations indigènes du Pérou, de Bolivie, d'Équateur ou du Guatemala occupent les terres agricoles les moins fertiles et les plus enclavées des zones montagneuses. Historiquement le "minifundio" dépend du "latifundio" car les paysans qui ont trop peu de terres pour vivre fournissent une main-d'œuvre bon marché aux "haciendas". Les organisations de producteurs de café d'Amérique latine, aujourd'hui liées au commerce équitable, se sont battues contre ce modèle déséquilibré. Elles sont pétries de cette culture de combat contre les inégalités sociales du modèle "minifundio / latifundio". On comprend alors pourquoi les membres de la CLAC se sont positionnés si fortement contre l'entrée des grandes plantations de café dans le système FLO. À leurs yeux, la certification des plantations signifiait un soutien du commerce équitable au maintien de ce modèle. Mais aussi une remise en cause de leur combat pour une répartition plus juste et équitable des ressources en terre et en eau. » **Face à la concurrence de ces plantations, les petits producteurs risquent à terme d'être évincés, leur capacité de répondre aux exigences commerciales en quantité et en qualité suivies étant très inférieure. Le respect des exigences normatives (biologiques, sanitaires, aspects des fruits...) est en outre beaucoup plus facile pour les plantations, compte tenu des moyens dont elles disposent. Ce qui constitue un avantage comparatif important pour répondre à la demande croissante des grandes chaînes de distribution.**

La position d'Éthiquable

Comme ces petits producteurs et un certain nombre d'acteurs du commerce équitable, Éthiquable est plus que réticent à l'égard de l'extension du commerce équitable à l'agriculture de plantation. « **La principale raison de notre choix, précise Christophe, réside dans la pression qu'exercent ces plantations sur l'agriculture familiale pour l'accès aux ressources naturelles (terre, eau), ainsi qu'à la main-d'œuvre. Alors que le commerce équitable devrait être à nos yeux un moyen de soutenir l'agriculture familiale et de renforcer ses atouts, il risque de redonner l'avantage aux plantations agricoles et d'évincer les petits producteurs du marché équitable.** »

La concurrence entre plantations et petits producteurs concerne également la capacité d'accéder au marché avec un produit de bonne qualité. Illustration cette fois avec le cas des fruits : « Les plantations ont un avantage comparatif majeur par rapport aux petits producteurs pour maîtriser les contraintes de qualité imposées par le marché, explique Christophe. Ce dernier exige en effet une production régulière au cours de l'année et des standards de qualité physique très stricts (calibre, absence

d'attaque phytosanitaire). La production paysanne a souvent (mais pas toujours) plus de difficulté à développer une production aussi standardisée. La production d'exportation demande également une facilité d'accès aux ports. Les terres accessibles sont plus chères et finissent aux mains des investisseurs les plus solides. Les plantations agro-industrielles ont plus de facilité pour financer les investissements tels que des systèmes d'irrigation modernes et des infrastructures de traitement post-récolte (stations de lavage, de conditionnement, etc.). Elles maîtrisent plus aisément les techniques modernes de production comme les contrôles phytosanitaires ou la gestion du calendrier optimum de récolte. » Dans ces conditions, permettre aux plantations agro-industrielles d'obtenir le label FLO-MH revient à consolider leur pouvoir au détriment de l'agriculture familiale. **«Déjà, dans la filière banane, où aujourd'hui une quarantaine de plantations interviennent dans le commerce équitable, constate Christophe, il est très difficile de voir émerger et se consolider de nouvelles organisations paysannes. Lorsque les plantations pénètrent le marché équitable, en peu de temps les rares organisations de producteurs qui ont réussi à maîtriser la technicité de ces filières fruit voient tous leurs efforts remis en cause.»**

Les manquements des plantations

Au-delà des effets de la concurrence représentée par les plantations certifiées, il y a les manquements des propriétaires aux critères du cahier des charges. Si le prix minimum garanti revient aux propriétaires, en revanche la prime de développement est destinée à améliorer le sort des ouvriers qui travaillent sur les plantations. Sa gestion est assurée par un « joint body », un comité paritaire de représentants des travailleurs et de la direction. En principe, ce comité doit contribuer à impliquer les travailleurs dans la gouvernance de la plantation, en en faisant une force de proposition. « En principe », car des témoignages, ainsi que plusieurs études d'impact réalisées dernièrement, attestent de graves dysfonctionnements :

- la poursuite de la lutte antisyndicale, notamment dans les plantations de bananes de République dominicaine agréées par FLO (des travailleurs syndiqués ont été licenciés au prétexte que leur organisation n'était pas officiellement reconnue, ou pour cause de grève sans préavis);
- l'absence d'effets indirects sur les familles des travailleurs (contrairement à ce qu'on observe dans les organisations de petits producteurs);
- une accentuation de la dépendance des travailleurs à la plantation (comme dans les autres propriétés terriennes non équitables);
- un « détournement » de la prime de développement qui sert à financer l'aide alimentaire accordée aux familles, la mise en place de programmes de logement, ou encore les fêtes de fin d'année... (autant de dépenses qui devraient incomber aux propriétaires).

À quoi on peut ajouter le fait que le prix minimum garanti bénéficie à ces derniers sans la moindre retombée pour les travailleurs. De manière générale, il n'y a pas de réelle appropriation par les propriétaires de plantations des principes du commerce équitable. Pour eux, la certification est d'abord un moyen d'entrer sur le marché de l'équitable. En Inde, les plantations de thé jouent, semble-t-il, le jeu en travaillant à la structuration de groupements autonomes : elles procèdent à un transfert de compétences et encouragent l'autonomisation des travailleurs. À Éthiambique, on veut pourtant croire qu'il ne s'agit pas seulement d'exceptions qui confirmeraient la règle, qu'il est possible de faire évoluer le système de plantation traditionnel, que le thé peut être produit par de petits producteurs. Comme l'illustrent cette fois ces associations de petits producteurs sri-lankais ou ces initiatives indiennes consistant à transférer des plantations aux villageois. « Même dans le contexte spécifique du thé et de son héritage colonial, insiste Christophe, le commerce équitable peut s'il le veut contribuer à redévelopper une production paysanne du thé. »

Chapitre 1

Aux sources du commerce équitable

Des premières initiatives apparues dans les années 1950-1960, à la création du label précurseur Max Havelaar, en 1988, le commerce équitable recouvre une diversité d'approches qui, par-delà leurs spécificités, reposent sur un même principe de solidarité à l'égard des petits producteurs du Sud confrontés à des cours mondiaux inférieurs aux coûts de production. Si tous les acteurs s'accordent sur la nécessité d'élargir les débouchés dans les pays du Nord, ils divergent quant aux moyens d'y parvenir.

En un demi-siècle, le commerce équitable s'est imposé comme un secteur économique à part entière, fondé sur des organisations professionnelles, relevant pour certaines du secteur marchand traditionnel. Au-delà des chiffres et des structures, ce sont aussi des hommes et des femmes issus d'horizons différents. Le chapitre suivant examine les valeurs individuelles qui motivent l'engagement dans ce secteur à la lumière du parcours des fondateurs de la première coopérative française du commerce équitable.

Chapitre 2

Une affaire de militants et d'experts, mais pas seulement

Longtemps, le commerce équitable a été l'affaire de bénévoles et d'experts du développement. Jusqu'à ce que survienne une nouvelle génération d'hommes et de femmes, diplômés d'écoles de commerce ou ayant eu une expérience professionnelle dans des entreprises et qui ont souhaité s'engager dans une activité « ayant du sens ». Illustration avec Christophe Eberhart, Rémi Roux et Stéphane Comar, fondateurs de la première coopérative française engagée dans le commerce équitable. S'ils reconnaissent avoir (presque) tout ignoré de ce dernier avant de se jeter à l'eau, plusieurs ingrédients de leur parcours personnel indiquent, à défaut de prédestination, des prédispositions favorables : un sens du collectif hérité du milieu familial, un intérêt pour les pays du Sud, une inclination aux valeurs associatives...

À leur façon, les trois fondateurs d'Éthiquable illustrent une nouvelle génération d'acteurs du commerce équitable, ayant eu des expériences professionnelles dans le monde de l'entreprise, et qui ont souhaité concilier efficacité économique avec des valeurs de solidarité et de responsabilité.

Chapitre 3

Quand le commerce équitable épouse les valeurs de l'économie sociale et solidaire

Au-delà des valeurs individuelles de ses promoteurs, le commerce équitable renoue avec celles de la longue tradition de l'économie sociale et solidaire. Illustration dans ce chapitre qui revient sur la genèse et les principales étapes de développement d'Éthiquable, première coopérative française à proposer une gamme de produits issus de ce commerce. Quoique à but non lucratif (comme toute coopérative), cette entreprise s'inscrit dans une logique délibérée de croissance, car d'elle dépend, selon ses fondateurs, la capacité à infléchir le comportement des acteurs économiques dans le sens d'un commerce plus équitable et à développer les agricultures paysannes du Sud.

Ainsi, on peut concilier les valeurs du commerce équitable avec une logique de croissance. Comme pour toutes les entreprises de l'économie sociale et solidaire, la question se pose cependant de savoir jusqu'où. Les exemples ne manquent pas d'initiatives ayant fini par privilégier une approche commerciale sur les valeurs qui avaient justifié leur création. Pour celles relevant du commerce équitable, la question se pose aujourd'hui plus que jamais, sur fond de multiples débats qui en interrogent le bien-fondé.

Chapitre 4

Le commerce équitable en débats

Est-il concevable d'associer la grande distribution au commerce équitable ? Celui-ci est-il en mesure de bousculer le commerce international ? Profite-t-il à tous les paysans pauvres ? Contribue-t-il vraiment au développement durable ?... Autant de questions en forme de controverses dont le commerce équitable est l'objet et sur lesquelles ce quatrième chapitre revient à la lumière de l'abondante littérature qui leur a été consacrée, mais aussi des points de vue des trois fondateurs d'Éthiquable. Où l'on voit que ces questions ne peuvent se suffire de réponses simples, laissant croire que le monde du commerce équitable se diviserait en deux catégories d'acteurs : d'un côté, les purs et justes, de l'autre les opportunistes prêts à vendre leur âme au diable (en l'occurrence à la grande distribution, sinon au capitalisme libéral...).

Ainsi, le commerce équitable doit répondre à plusieurs objections. Loin de le disqualifier, elles contraignent ses promoteurs à aiguiser leurs arguments et à ajuster le système en permanence sans perdre de vue leurs valeurs. Reste cette situation paradoxale à laquelle le commerce équitable semble parvenu : au moment même où il s'impose dans les habitudes de consommateurs, dans l'agenda des pouvoirs publics et des organisations internationales et jusqu'aux linéaires de nos grandes surfaces, sa raison d'être (accompagner le développement des petits producteurs du Sud) semble compromise par l'arrivée de nouveaux acteurs faisant primer la logique de croissance sur ses valeurs.

Chapitre 5

Le commerce équitable, victime de son succès?

La question se pose en effet au vu de plusieurs tendances récentes comme l'arrivée de nouveaux acteurs attirés par cette niche à fort potentiel de croissance qu'est le commerce équitable : des enseignes de la grande distribution qui lancent leur propre marque de produits équitables et des multinationales proposant des produits certifiés. Des tendances dans lesquelles on pourrait voir de bonnes nouvelles dans la mesure où elles ouvrent des perspectives d'élargissement de l'offre. Sauf qu'elles s'accompagnent de pratiques qui risquent d'éloigner de la finalité du commerce équitable : le recours à l'agriculture de plantation ou à des contrats qui impliquent moins les opérateurs dans le développement des petits producteurs. Sans compter l'apparition de « labels » moins exigeants et susceptibles de semer la confusion dans l'esprit du consommateur. Autant de défis sur lesquels on revient ici, non sans rendre compte du changement de contexte qui a pu les favoriser.

Au final, les changements intervenus ces toutes dernières années (l'émergence de marques MDD et de référentiels moins exigeants) et leurs conséquences (le recours aux agricultures de plantation et de contrat, la certification d'exportateurs) risquent de remettre en cause le travail patiemment réalisé par les acteurs traditionnels en vue de renforcer l'autonomie et la capacité de développement des groupements de petits producteurs du Sud. Tout se passe comme si ces nouveaux acteurs récoltaient les fruits de ce que les pionniers du commerce équitable avaient semé. Avec ce résultat paradoxal : que ceux pour qui ce commerce fut conçu en priorité en soient finalement évincés! Que faire? C'est ce qu'on va examiner dans ce dernier chapitre.

Chapitre 6

Que faire?

L'avenir du commerce équitable est-il compromis ? Peut-on concilier la progression des volumes sans renoncer aux valeurs qui en ont fait la spécificité ? Cette question traverse le mouvement dans son ensemble, comme en témoigne la réflexion engagée au sein de FLO. Les garde-fous existent. Moyennant une mobilisation de l'ensemble des parties prenantes, au-delà des membres de cette principale organisation du commerce équitable : les opérateurs privés – importateurs et distributeurs – qu'il serait risqué d'exclure sans paraître sectaire, les pouvoirs publics, sans oublier les consommateurs...