

« Il est utile de favoriser de nouvelles formes de commercialisation des produits en provenance des régions pauvres de la planète afin d'assurer aux producteurs une rétribution décente, à condition toutefois que le marché soit vraiment transparent, que les producteurs ne reçoivent pas seulement des marges bénéficiaires supérieures, mais aussi une meilleure formation, une compétence professionnelle et technologique... » (CiV 66)

Mais au-delà de ces initiatives commerciales, le développement solidaire de l'humanité implique, comme le soulignait déjà Paul VI, une véritable équité dans l'ensemble des relations commerciales mondiales (PP 61).

Ceci implique des règles particulières d'organisation des échanges (6) auxquelles doivent consentir les pays plus développés et sur lesquelles doivent veiller les organisations internationales (SRS 43-44). C'est à quoi devrait aussi veiller, notamment, cette « véritable Autorité politique mondiale » que Benoît XVI appelle de ses vœux pour organiser le gouvernement de l'économie mondiale (CiV 67)

Pour en savoir plus :

(1) « Kit Commerce équitable » 2005 CCFD-Terre solidaire. Ce kit constitue, sous forme de fiches courtes, une très intéressante synthèse de la définition, des conditions et de l'organisation du commerce équitable, illustrée d'exemples concrets concernant les processus du commerce équitable. Voir aussi les articles de Violaine Ricour-Dumas sur le site Equiterre (www.equiterre.com) qui fournit beaucoup d'informations sur le commerce équitable, ainsi que le site d'Artisans du Monde (www.artisansdumonde.org).

(2) cf. les fiches sur le commerce équitable et sur le commerce éthique sur wikipedia : www.wikipedia.org et l'article de Violaine Ricour-Dumas « Commerce équitable : quelle éthique ? » sur le site Equiterre précédemment cité.

(3) sur l'expérience de labellisation Max Havelaar, voir la fiche correspondante dans le Kit Commerce équitable du CCFD

(4) voir le site www.maxhavelaarfrance.org

(5) parmi les nombreux articles que l'on peut trouver sous la rubrique commerce équitable sur Google, voir, par exemple, celui assez critique de Christian Jacquiau dans le Monde diplomatique de Septembre 2007

(6) cf. les propositions formulées en 2005 par le Vatican : « Orientations éthiques pour le commerce international », document consultable sur le site du Vatican www.vatican.va

Fiche 9

Le commerce équitable

Définition et organisation

La démarche dite du « commerce équitable » est, selon le Comité catholique contre la faim et pour le développement (1), « une réponse citoyenne à un déficit de régulation internationale des échanges », l'objectif restant, comme l'indique la définition communément admise du commerce équitable figurant ci-dessous, de promouvoir plus d'équité dans les règles et pratiques du commerce international conventionnel. C'est aussi la position que défend l'Eglise.

«Le commerce équitable 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 international. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions commerciales et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés, tout particulièrement ceux du Sud. Les organisations du commerce équitable (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.»

Bien qu'un peu générale, cette définition élaborée par les grands acteurs du commerce équitable regroupés au sein d'un collectif international appelé FINE, a le mérite de mettre en évidence les différents aspects du commerce équitable :

- un **partenariat commercial** permettant à des producteurs défavorisés d'accéder aux marchés des pays riches en leur garantissant un prix égal ou supérieur à ceux du marché international, en leur garantissant un engagement pérenne à la fois technique, commercial et financier et, si besoin est, un préfinancement de la récolte ou des commandes. Le prix d'achat est fixé de façon, d'une part, à couvrir les coûts de production, en tenant compte également des aspects sociaux (en particulier, respect par les producteurs des règles de l'OIT) et environnementaux, et, d'autre part, à dégager une marge bénéficiaire destinée à l'amélioration des conditions de travail et de la vie des familles.

- mais un véritable **partenariat basé** sur a) **le respect mutuel** des acteurs, leurs différences culturelles et leur rôle respectif ; b) **la transparence** en matière de fonctionnement et de finances de l'organisation, et d'information sur l'accès aux marchés ; c) **le dialogue** permanent concernant les choix à faire et les éventuels conflits.

- **qui s'inscrit dans une processus de développement durable** : a) en renforçant les organisations de producteurs et leur participation aux processus de décision, b) en soutenant la formation et le renforcement des capacités humaines (notamment celles des femmes) : une fraction de la marge bénéficiaire y est consacrée ainsi qu'à des initiatives en faveur du développement local ; c) en encourageant des pratiques soucieuses de l'environnement et l'emploi de méthodes de production responsables.

- avec **le souci que le commerce équitable soit non seulement un levier au service du développement local, mais aussi un instrument de sensibilisation et d'information du grand public** sur les questions du commerce international dans le cadre de campagnes d'information que mènent certaines Organisations Non Gouvernementales (ONG) ou associations, ou simplement à l'occasion d'achats de produits du commerce équitable.

Attention à ne pas confondre « commerce équitable » et « commerce éthique » : le commerce éthique correspond à une notion plus restreinte s'appliquant aux relations commerciales dans lesquelles les grandes entreprises s'engagent à veiller au respect, dans leurs filiales et chez les producteurs auprès desquels ils s'approvisionnent, des droits des salariés par référence, principalement, aux normes de l'Organisation Internationale du travail (OIT). (2)

Comment reconnaître et acheter des produits du commerce équitable

Il y a **deux grandes filières de distribution** de ces produits : d'une part, **des magasins spécialisés** dits « Magasins du Monde » spécialisés dans la vente de ces produits qu'ils soient agricoles ou artisanaux, comme les chaînes des magasins « Artisans du Monde » (fondés en 1974 sous l'impulsion de l'Abbé Pierre) ou « Artisans du Soleil » en France ; d'autre part, **les circuits de la moyenne et grande distribution** pour les produits alimentaires (café, thé, cacao, jus de fruit, riz, banane, etc.) et maintenant les vêtements et d'autres produits. Ces produits sont labellisés - le plus souvent, en France, par l'association Max Havelaar (3) - pour pouvoir être aisément reconnus comme produits « commerce équitable ».

S'il est en progression assez rapide, grâce en particulier à la grande distribution - même si ce passage par la grande distribution n'est pas sans soulever certaines questions -, le montant des achats portant sur ces produits « commerce équitable » est encore modeste. Il était, selon l'organisation Max Havelaar France (4), de l'ordre de 210 millions d'euros en France en 2007, soit 10 fois son montant de 2002, et représentait un peu moins du 10% du chiffre d'affaires du commerce équitable dans le monde. Les achats se montent ainsi à 3,3 euros par habitant en France, soit environ 1/3 du montant au Royaume-Uni et 1/6 de celui observé en Suisse.

Par ailleurs, la France a mis en place en 2007 la Commission Nationale du Commerce Equitable, créée par la Loi du 2 août 2005, qui aura à veiller au respect des conditions du commerce équitable et à mettre en place ainsi, au bénéfice des consommateurs français comme des producteurs des pays en développement, une garantie crédible concernant les acteurs de ces échanges. Dans le même temps, l'AFNOR a publié en 2006 un accord sur des « normes » du commerce équitable.

Limites du commerce équitable (5)

Possible levier du développement local et outil d'éducation, « le commerce équitable ne constitue pas et ne saurait constituer une réponse complète aux problématiques du développement », comme l'indique le CCFD-Terre solidaire (1) en illustrant ainsi son propos :

- le commerce équitable ne touche qu'une très faible partie du commerce international ;
- il n'a aucun effet sur les prix des produits qui ne sont pas commercialisés par ce canal et dont certains sont concurrencés par le dumping des produits des pays du Nord ;
- il peut, dans certains cas, inciter au développement de productions à destination du marché international au détriment du marché local et des productions vivrières locales ;
- il ne peut apporter une réponse à des facteurs du sous-développement comme l'inégale répartition des ressources productives ou la faiblesse des systèmes d'éducation et de santé dans les pays du Sud ;
- enfin, il se « limite » à l'amélioration des conditions de travail et de rémunération des producteurs et artisans et ne s'applique pas en général à l'ensemble de la filière et de ses sous-traitants (transporteurs, distributeurs, etc.