

LE COMMERCE ÉQUITABLE EN QUESTION

Conférence de Sylvain Allemand lundi 8 juin 2009 à 15 h faculté Segalen:

Historien de formation, Sylvain Allemand est journaliste depuis douze ans. Il aime rendre compte des enjeux débattus dans la société.

I Quelques rappels sur l'histoire du commerce équitable :

- En 1946, des associations chrétiennes nord-américaines renoncent à apporter des dons et décident d'aider des artisans précaires en leur facilitant l'accès à un marché.
- Au milieu des années 1960, une conférence des nations unies sur le commerce et le développement constate que le commerce international instaure un rapport inégal entre pays du Nord et pays du Sud car les cours sont décidés dans les Bourses des pays riches. L'idée s'impose d'un commerce « alternatif » permettant aux paysans des pays pauvres d'exporter tout ou partie de leurs productions en leur garantissant des prix décents.
- Plus tard, des boutiques spécialisées dans une optique tiers-mondiste s'ouvrent en Europe. En France, l'abbé Pierre prend une initiative en faveur du Bangladesh et Artisans du monde apparaît en 1974.

Les ingrédients suivants y sont réunis :

Un prix d'achat couvrant les frais de production, une prime de développement, une garantie de pré-financement hors des usuriers, une éducation du grand public à travers la mise à la disposition du public de documentation dans les boutiques, une démarche s'inscrivant dans la durée.

- En 1988, le père Frans van der Hoff au Mexique lance la marque Max Havelaar : l'idée est d'apposer un logo sur les emballages et de défendre une qualité des produits pour les vendre plus cher.
- Dans les années 1980, une forme de fédération et une centrale d'achats commune (Solidarmonde) naissent en France.
- Au début des années 1990, une campagne est menée incitant la grande distribution à ouvrir ses linéaires.

II Vendre son âme au diable ?

Les valeurs portées par le commerce équitable vont dans le sens de parvenir à un autre mode de vie : cet objectif est-il atteint ? Craintes que la grande distribution n'absorbe le commerce équitable.

- Arguments en faveur de la présence des produits équitables dans la grande distribution : nouveaux débouchés pour les producteurs, élargissement du public
- Arguments contre : afin de garantir l'approvisionnement, l'industrie agroalimentaire est tentée de faire entrer dans le système les plantations et apparition des marques de distributeurs qui ne s'inscrivent pas dans une relation durable avec les petits producteurs. Primes de développement détournées à d'autres usages.

Aujourd'hui, 80 % des Français disent avoir entendu parler du commerce équitable.

Alter éco et Ethiquable (qui emploie 75 salariés) proposent des gammes complètes et ont désormais une notoriété.

Fair trade et Max Havelaar sont regroupés dans FLO (fairtrade labelling organisation international) mais ce sont des acteurs de cultures très différentes qui ne considèrent pas de la même façon le système des plantations.

Actuellement, le commerce équitable représente une dépense de 3 € en moyenne par an et par personne (contre 20 € en Suisse). 1 500 000 paysans concernés mais la part de marché dans le commerce mondial est de 0,0...%

III Réactions, Débat et Pistes de réflexion

- Prix des matières premières par rapport à l'OMC ; retour à des formes de protectionnisme à géométrie variable ?
- Les échanges du commerce équitable représentent une économie très fragile qui peut s'effondrer du jour au lendemain. Récupération capitaliste ? Comment introduire plus de justice sociale ? qui contrôle ?
 - Est-il utopique de conscientiser les consommateurs pour qu'ils deviennent consommateurs ? Le commerce équitable a progressé par cercles concentriques des militants (travail de fourmi réalisé : animations pédagogiques...) vers un plus grand public. Les gens « votent »-ils avec leur caddie ?
- Il paraît essentiel de convaincre les pays du Sud qu'ils sont riches d'une économie paysanne, en intégrant les externalités positives et négatives de la performance agricole (exode rural, bidonvillisation...)
- qui aurait pu imaginer il y a 10 ans que la poste s'approvisionnerait en uniformes en coton équitable ? Ne pas sous-estimer les effets macro et micro du commerce équitable. Le commerce équitable est victime de l'effet lampadaire (selon quels critères son efficacité est-elle évaluée ?)
- Les collectivités locales, par la coopération décentralisée, pourraient soutenir le commerce équitable
- Attention à la confusion née de la profusion des labels
Ex : le label bio est très exigeant : 3 conditions doivent être satisfaites (un cahier des charges ; une instance de contrôle ; un cahier des charges validé par les pouvoirs publics).
La marque Max Havelaar est un label privé qui est moins contraignant.
- Il est difficile de savoir quel effet cela produit chez le consommateur 1, le fait d'acheter un produit équitable par rapport à d'autres produits conventionnels ? les marques distributeur ne communiquent pas sur les conditions de production mais sur la saveur du produit et le plaisir. Quand on dit « démarche humanitaire », les gens répondent : « j'ai déjà donné à la croix rouge ».
- Pourquoi ne pas sensibiliser les jeunes diplômés des écoles de commerce aux valeurs de solidarité ?
- Montrer qu'il n'est pas incompatible de promouvoir le développement local (circuits courts entre producteurs et consommateurs dans nos pays) et le commerce équitable (nous ne pouvons pas produire ici du café ou du thé...)
- Réfléchir aux modes de transport (bilan carbone)
- Expliquer les prix et les coûts en prenant en compte tous les paramètres.
- Profiter d'inviter des représentants de coopératives de pays de sud dans les écoles, les universités... pour tisser des liens.
- Faire savoir dans les guides du routard et dans le cadre du tourisme équitable qu'il y a telle ou telle coopérative dans telle ou telle région.
- Lors de festivals en Bretagne, on pourrait profiter de sensibiliser les gens au commerce équitable.

