

Le commerce a-t-il quelque chose à gagner à devenir équitable ?

Qu'est-ce que le commerce équitable ? C'est un commerce mondial qui favorise le développement des pays les moins avancés, qui permet l'élimination progressive des zones de sous-alimentation structurelle et qui s'inscrit dans une perspective de développement durable, intégrant notamment le respect de la biodiversité.

Le commerce équitable replace l'acte d'achat dans un cadre éthique, avec notamment une spécificité forte qui est de garantir

aux producteurs un prix minimum, un prix intangible même en cas de baisse des cours.

Le commerce durable est au service du développement et repose sur une philosophie que l'on peut résumer ainsi : le commerce plutôt que l'aide (Trade, not Aid).

Si, dans le contexte actuel, le commerce équitable est avant tout centré sur le développement de la situation des producteurs du Sud, il se veut être un modèle, un exemple à suivre pour faire évoluer les pratiques du commerce au plan national comme international, en s'appuyant en premier lieu sur les acteurs proprement dits du commerce équitable

par Pierre-François COUTURE*

Le 15 avril 1994, à Marrakech, les Etats signataires de l'accord général sur les tarifs douaniers et le commerce de 1947 (le GATT – *General Agreement on Tariffs and Trade*) parvenaient à un accord instituant l'Organisation Mondiale du Commerce (MOC). Les parties à ce nouvel accord reconnaissaient que « leurs rapports dans le domaine commercial devraient être orientés vers le relèvement des niveaux de vie, la réalisation du plein emploi [...], l'accroissement de la production et du commerce de

marchandises et de services, tout en permettant l'utilisation optimale des ressources mondiales conformément à l'objectif du développement durable, en vue à la fois de protéger et de préserver l'environnement... ». Elles reconnaissaient également « qu'il est nécessaire de faire des efforts positifs pour que les pays en développement, et en particulier les moins avancés d'entre eux, s'assurent une part de la croissance du

* Président de la Commission Nationale du Commerce Equitable.

commerce international qui corresponde aux nécessités de leur développement économique ». Ce dernier objectif traduisait une novation majeure dans l'approche des grandes négociations douanières multilatérales : il devait ouvrir la voie à une redéfinition des échanges commerciaux prenant en compte les avancées obtenues par les ONG et les grandes associations qui, dans les années précédentes, avaient posé les fondations du commerce solidaire, puis du commerce équitable.

Pour atteindre ces objectifs ambitieux en faveur du développement mondial, les parties à l'accord de Marrakech souhaitaient « la conclusion d'accords visant, sur une base de réciprocité et d'avantages mutuels, à la réduction substantielle des tarifs douaniers et des autres obstacles au commerce... » et elles se déclaraient « résolues à mettre en place un système commercial multilatéral intégré, plus viable et plus durable ».

LE CYCLE DE DOHA : UNE CONFRONTATION STÉRILE D'INTÉRÊTS DIVERGENTS

Au regard de ces grandes ambitions et au terme de quinze années de discussions ministérielles, quel bilan peut-on dresser ? Quelques progrès, certes, mais pas de réels changements dans la situation des pays les moins avancés. Le rapport mondial sur le développement humain du PNUD (Programme des Nations Unies pour le Développement) pour 2007 indique : « 1,3 milliard de personnes vit en dessous du seuil de pauvreté (moins de 1 dollar par jour). Les 2 % les plus riches de la population adulte du monde possèdent aujourd'hui plus de la moitié de la richesse des ménages du monde, alors que les 50 % les plus pauvres n'en possèdent qu'à peine 1 % . »

Pourtant, en novembre 2001, les ministres du Commerce de 140 pays se réunissaient, à Doha (au Qatar) pour donner à l'OMC un mandat encore plus ambitieux. Après plusieurs jours de négociations sur le commerce mondial qui devaient apporter, selon Robert Zoellick, le négociateur américain, « *growth, development and prosperity* », la déclaration ministérielle de Doha, tout en réaffirmant les principes posés à Marrakech, mettait au premier rang les objectifs d'appui au développement : « la majorité des membres de l'OMC sont des pays en développement. Nous visons à mettre leurs besoins et leurs intérêts au centre du programme de travail adopté. Un meilleur accès aux marchés, des règles équilibrées, ainsi que des programmes d'assistance technique et de renforcement des capacités bien ciblés et disposant d'un financement durable ont des rôles importants à jouer ».

Que s'est-il donc passé, depuis 2001 ? Sept conférences ministérielles se sont tenues et quelques accords, limités et toujours centrés sur l'abaissement des droits de douane, sont intervenus. A l'issue de la

dernière conférence ministérielle, un journaliste écrivait : « Il n'y a pas eu de miracle, la 7^e conférence ministérielle s'est terminée comme elle a commencé : par un blocage. Les pays développés misent sur le conflit d'intérêts au sein du bloc adverse, qui, lui, campe sur ses positions ». L'ONG « Focus on the Global South » constatait, pour sa part, « la faillite de l'OMC et de ses membres à présenter des solutions concrètes. Les participants n'ont fait que parler et discuter, chacun dans sa direction. Les pays en développement insistent sur le fait qu'annuler les subventions à l'agriculture, surtout pour le coton, est indispensable pour conclure Doha. Une divergence qui laisse prévoir que le désaccord continuera ».

Force est de constater que la mondialisation des échanges à laquelle l'OMC a largement consacré ses efforts s'est faite sans apporter de remède aux graves déséquilibres sous-jacents qui affectent le commerce international des produits agricoles et alimentaires. Les intérêts divergent en effet trop fortement entre les pays développés (Europe et Etats-Unis), les pays en développement agro-exportateurs (le groupe de Cairns) (dont l'objectif est de libéraliser le marché agricole mondial face au protectionnisme persistant des premiers) et les pays les moins avancés, sans parler des spécificités des Etats-continentaux, comme la Chine ou l'Inde. Dans le même temps, les ajustements structurels imposés par la Banque Mondiale et le Fonds Monétaire International (FMI) ont pu encore fragiliser un peu plus la sécurité alimentaire des pays pauvres en favorisant la culture des grandes productions entrant dans les circuits du commerce mondialisé au détriment de l'agriculture vivrière et d'échanges maîtrisés par les producteurs.

LIMITER LES AMBITIONS POUR GAGNER EN EFFICACITÉ : LA NAISSANCE DU COMMERCE ÉQUITABLE

Dans leur livre paru en 2005 intitulé *Fair trade for all*, Joseph Stiglitz et Andrew Charlton, tout en réaffirmant l'objectif majeur de libéralisation du commerce mondial, constataient l'incapacité de l'OMC à définir les conditions nécessaires au développement d'un commerce équitable, c'est-à-dire d'un commerce mondial favorisant le développement des pays les moins avancés, permettant l'élimination progressive des zones de sous-alimentation structurelle et s'inscrivant dans une perspective de développement durable, notamment par le respect de la biodiversité. Pour progresser, J. Stiglitz avançait trois propositions clés :

- L'ensemble des pays membres de l'OMC s'engagent à ouvrir leur marché à tous les biens en provenance des pays en développement plus pauvres et plus petits qu'eux-mêmes de sorte que les pays en développement puissent obtenir le libre accès à tous les marchés

ayant un PNB (global et par tête) plus élevé que le leur ;

- Les pays développés s'obligent à l'élimination des subventions à l'agriculture ;
- Le dispositif d'ouverture des marchés ne doit pas être mis en cause par des obstacles non tarifaires (tels que les règles concernant l'origine).

Il ajoutait : « En bref, la réciprocité ne devrait pas être la posture centrale des négociations, comme cela a été le cas dans le passé ».

Il ne semble pas, malheureusement, que les négociateurs aient lu attentivement le livre de J. Stiglitz, si l'on se réfère aux maigres résultats obtenus, à ce jour, par l'OMC.

Mais faut-il tout attendre d'une organisation mondiale ? L'expérience des grandes réunions internationales dans le domaine du réchauffement climatique donne à réfléchir. Lorsque les intérêts divergent par trop, il devient nécessaire de trouver d'autres enceintes de négociations (voire d'autres négociateurs) pour retrouver des possibilités de consensus. Avant d'en arriver à l'idéal théorique d'un gouvernement mondial optimisant la gestion de la planète et de ses habitants, il se pourrait que trois voies de sous-optimisation (néanmoins positives) soient envisageables :

- la limitation des périmètres géopolitiques de négociation : les sous-intégrations régionales (l'Union européenne, l'ASEAN (Association of Southeast Asian Nations), le Mercosur, l'Alena (Accord de libre échange Nord-américain)...) constituent des plaques d'intérêt commun au sein desquelles des accords peuvent être plus facilement recherchés ;
- La limitation des questions mises en discussion à des thèmes plus consensuels : la construction de l'Europe, par exemple, est passée d'abord par des étapes techniques (la CECA (Communauté européenne du charbon et de l'acier), Euratom). L'ambition, légitime mais très large, de l'OMC (le développement harmonisé des pays membres) n'est-il pas un frein à l'obtention à court terme de résultats concrets ?

- le recours prioritaire aux acteurs économiques et sociaux (la société civile) pour promouvoir des valeurs transcendant celles que portent les Etats, avant tout soucieux de leur intérêt propre.

C'est dans ce dernier contexte que cheminent, à pas mesurés, mais de manière déterminée, les acteurs du commerce équitable.

Celui-ci ne peut s'expliquer sans décrire le paysage économique, politique et social dans lequel il s'insère puisque c'est précisément la vocation de ce concept que d'être un instrument contribuant à la modification de ce paysage : le commerce durable, c'est le commerce au service du développement, le commerce plutôt que l'aide (*Trade, not Aid*).

C'est au lendemain de la Seconde Guerre mondiale que naissent les premières initiatives en matière de commerce « solidaire » : deux associations américaines chrétiennes anabaptistes organisent des achats directs de biens artisanaux à des commerçants défavorisés de

Porto Rico, de Palestine et d'Haïti. De solidaire, le commerce devient « alternatif » dans les années 1950 et 1960, parallèlement à l'essor de la réflexion économique sur le Tiers monde (à l'initiative, notamment, d'Alfred Sauvy).

On défend alors l'idée d'un « autre commerce » passant par des réseaux parallèles construits en marge des réseaux « capitalistes » accusés de générer toutes les inégalités. Le commerce équitable devient un acte politique de développement au bénéfice de partenaires du Sud. Dans les années 1960-1970 s'ouvrent, d'abord au Pays-Bas, puis en Belgique, en Allemagne, en Suisse, en Italie, en Espagne et en France, des « magasins du monde » qui assurent la continuité du commerce équitable de l'artisan jusqu'au consommateur. De grandes associations internationales fédèrent ces initiatives de « commerce équitable intégré » : l'Oxfam, l'IFAT (*International Federation of Alternative Trade*) qui devient en 2008 la *World Fair Trade Organisation* (WFTO), à laquelle se rattache aujourd'hui la Fédération Artisans du Monde, qui dispose en France de 170 points de vente s'appuyant sur une structure spécialisée d'importation : la société Solidar'Monde.

Ces initiatives ont une grande importance symbolique, même si le volume des échanges ainsi réalisés en partenariat direct avec les producteurs artisanaux des pays du Sud reste modeste.

LE COMMERCE ÉQUITABLE SE DÉVELOPPE SANS L'INTERVENTION DES ETATS

Le changement d'échelle se produit dans les années 1980 à la suite d'une crise du café qui fait plonger les cours jusqu'à un niveau catastrophique pour les petits producteurs. C'est le père Francisco van der Hoff, un prêtre néerlandais à la destinée exemplaire, qui, résidant au Mexique, va alors concevoir le concept de commerce équitable au sein de la communauté de production « UCIRI », en liaison avec l'ONG néerlandaise Solidaridad (que dirige Nico de Roozen). Tous deux imaginent la création d'un label appliqué à un produit (le café, à l'origine) garantissant le respect d'un certain nombre de critères économiques (prix garanti, continuité des achats), sociaux (respect des droits humains et gestion démocratique des communautés de producteurs) et environnementaux (limitation des intrants chimiques, gestion responsable des rejets, etc.). Le label « Max Havelaar » (du nom d'un héros de roman dénonçant les méfaits de l'exploitation des producteurs de café des Indes Orientales, au XIX^e siècle) voit le jour en 1988 et aura le succès que l'on connaît. Un torréfacteur breton, puis un autre du Sud de la France, sont les vecteurs du commerce équitable « labellisé » sur le sol national. Une grande enseigne de distribution de centre ville s'engage elle aussi dans la diffusion de ces produits. Dans un grand



© Mélanie Frey/JDD-SIPA

« C'est le père Francisco van der Hoff, un prêtre néerlandais à la destinée exemplaire, qui, résidant au Mexique, va alors concevoir le concept de commerce équitable ». *Le père Francisco van der Hoff, créateur du label Max Havelaar. Breda (Pays-Bas), le 10 avril 2010.*



nombre de pays du « Nord », le label « Fairtrade », issu de l'initiative Max Havelaar, prend une place croissante.

Café, cacao, quinoa, bananes... ; le commerce équitable porte désormais, pour l'essentiel, sur des produits alimentaires issus des pays du Sud et consommés dans les pays du Nord. Sa notoriété est établie, consommateurs et consommatrices connaissent le concept et les finalités visées par les organisations de promotion de ce nouveau commerce. De nouveaux segments de la consommation s'ouvrent aux produits équitables, comme, par exemple, le marché de l'habillement. Les grandes et moyennes surfaces ouvrent des rayons « commerce équitable » et testent une nouvelle communication sur la consommation responsable. A côté des marques identifiées comme relevant du commerce équitable, les marques de distributeur se multiplient, vecteurs indispensables de l'accroissement des ventes dans les pays du Nord, qui connaissent une concentration de la distribution dans les grandes et moyennes surfaces. Le potentiel de développement de la consommation équitable apparaît ainsi considérable. On constate en effet des taux de pénétration très différents, d'un pays à l'autre : en Suisse, les achats « équitables » s'élèveraient en moyenne à plus de 20 euros par personne et par an, alors qu'ils sont de l'ordre de 5 euros en France.

Pour autant, les achats « équitables » sont encore globalement limités : le chiffre d'affaires mondial serait aujourd'hui de l'ordre de 3 milliards d'euros, dont 60 à 70 % sont réalisés avec les pays de l'Union européenne (près de 300 millions d'euros en France). Néanmoins, pour certains produits et pour certains pays, la part de la production relevant du commerce équitable devient de plus en plus importante. C'est notamment le cas pour le café : 50 % du café bolivien et 12 % du café péruvien passent par les circuits du commerce équitable. En République dominicaine, 10 % de la production de bananes sont concernés.

MIEUX DÉFINIR LES CRITÈRES DU COMMERCE ÉQUITABLE ET MIEUX INFORMER LES CONSOMMATEURS

Devant l'engouement manifesté par les consommateurs pour un concept qui replace l'acte d'achat dans un cadre éthique, les opérateurs du commerce équitable se multiplient : le risque apparaît alors de voir se créer des labels nouveaux ne présentant pas de garanties suffisantes en matière de respect des critères du commerce équitable et détournant ainsi une image positive (devenue quasiment une « marque ») au profit soit d'intérêts purement mercantiles, soit de causes qui, pour être nobles, ne visent pas pour autant le développement direct des communautés de production défavorisées des pays du Sud.

C'est pour mieux gérer la prolifération des initiatives et pour permettre aux consommateurs de « s'y retrouver » que la loi du 2 août 2005 en faveur des PME a créé une Commission Nationale du Commerce Équitable, dont la responsabilité est de reconnaître les organisations garantissant, par leur label ou leur chaîne de distribution, que les produits (alimentaires ou artisanaux) vendus respectent bien les critères économiques, sociaux et environnementaux caractérisant le commerce équitable. Parmi ces critères, figure cette spécificité forte du commerce équitable qui est de garantir aux producteurs un prix minimum, intangible même en cas de baisse des cours, ainsi qu'une prime de développement permettant aux communautés de financer des équipements éducatifs, sanitaires ou sociaux assurant le progrès des modes de vie, une gestion démocratique de la production et, plus généralement, l'*empowerment* des communautés dans leurs capacités de négociation avec les acheteurs nationaux et internationaux. Cette originalité forte du commerce équitable, véritable outil de développement, le différencie d'autres labels davantage centrés sur la protection de l'environnement, l'agriculture biologique ou le respect des droits sociaux mais ne comportant pas (du moins pas dans les mêmes proportions) de règles économiques et commerciales bénéficiant au premier chef aux producteurs des pays en développement. La spécificité du commerce équitable repose sur une exigence globale qui donne tout son contenu au concept de développement durable. Cette définition ambitieuse a été reprise, en France, par l'article 60 de la loi de 2005 : « Le commerce équitable s'inscrit dans la stratégie nationale de développement durable [...] ; il organise des échanges de biens et de services entre des pays développés et des producteurs désavantagés situés dans des pays en développement. Ce commerce vise à l'établissement de relations durables ayant pour effet d'assurer le progrès économique et social de ces producteurs ».

Pour certains, la définition actuelle du commerce équitable centrée sur la priorité donnée aux producteurs du Sud est trop restrictive : elle écarte les échanges « Nord-Nord », qu'ils considèrent tout aussi « inéquitables » à l'égard des producteurs, et notamment des plus petits d'entre eux. Mais cette polémique n'a pas lieu d'être : si les problèmes affectant les échanges Nord-Nord sont bien réels, ils sont différents de ceux rencontrés dans les échanges Nord-Sud, même si l'on peut identifier de larges plages de recouvrement entre ces deux espaces, notamment sur la question de la protection de l'environnement et sur celle des prix. Pour les échanges Nord-Nord, ce sont d'autres référentiels qu'il faut mettre en œuvre, d'autres moyens d'action, même si les objectifs sont de même nature.

En ce sens, le commerce équitable, dans sa définition actuelle, est un modèle, un exemple à suivre pour faire évoluer les pratiques du commerce au plan national comme international. Certaines initiatives, qu'il

s'agisse d'échanges Nord-Nord ou de commerce Sud-Sud, s'inspirent d'ores et déjà des concepts et des valeurs qui fondent le commerce équitable. C'est la preuve que ces valeurs peuvent être partagées partout et par tous, producteurs, négociants, consommateurs. Le commerce, outil majeur des progrès de l'humani-

té, a tout à gagner, et à faire gagner, en devenant équitable. Pour ce faire, c'est le consommateur qui a les commandes en mains. C'est à lui, lui qui est désormais mieux informé et plus responsable, qu'il incombe de faire évoluer les rapports des consommateurs avec les fournisseurs et les producteurs.