



© AVSF

# POUR UN COMMERCE ÉQUITABLE AU SERVICE DES ORGANISATIONS PAYSANNES

Texte de référence

Octobre 2011

*"Quiconque travaille a droit à une rémunération équitable lui assurant,  
ainsi qu'à sa famille, une existence conforme à la dignité humaine"*

*Déclaration universelle des droits de l'homme - article 23*

**Agronomes et Vétérinaires Sans Frontières**

18 rue de Gerland - 69 007 Lyon / Tél. : 33 (0)4 78 69 79 59 / Fax : 33 (0)4 78 69 79 56  
45 bis, av. de la Belle Gabrielle - 94 736 Nogent sur Marne Cx / Tél. : 33 (0)1 43 94 72 01 / Fax : 33 (0)1 43 94 72 17  
Courriel : avsf@avsf.org / Internet : www.avsf.org / Association Reconnue d'Utilité Publique

# Sommaire

|   |           |
|---|-----------|
| <b>INTRODUCTION</b>   | <b>3</b>  |
| <b>1. DES REPERES HISTORIQUES DU COMMERCE EQUITABLE</b>   | <b>4</b>  |
| 1.1. UN CONSTAT INITIAL : LA PRECARITE ET L'ACCES DEFAVORABLE AU MARCHE DES AGRICULTURES PAYSANNES DU SUD                                   | 4         |
| 1.2. L'EMERGENCE DES INITIATIVES DU COMMERCE EQUITABLE  | 5         |
| 1.2.1. LA CREATION DE LA FILIERE INTEGREE DE COMMERCE EQUITABLE   | 5         |
| 1.2.2. LA CONSTITUTION DE LA FILIERE LABELISEE DE COMMERCE EQUITABLE FAIRTRADE FLO  | 5         |
| <b>2. UNE EVOLUTION POSITIVE ET CONTROVERSEE DU COMMERCE EQUITABLE</b>  | <b>8</b>  |
| 2.1. UNE CROISSANCE COMMERCIALE EFFECTIVE DU COMMERCE EQUITABLE   | 8         |
| 2.2. DE NOUVELLES ORIENTATIONS STRATEGIQUES DU SYSTEME FAIRTRADE FLO QUI POSENT QUESTION ...  | 9         |
| 2.2.1. L'INCLUSION CRITIQUABLE DE DIFFERENTS MODES DE PRODUCTION AU SEIN DU COMMERCE EQUITABLE LABELISE                                     | 9         |
| 2.2.2. UNE REORGANISATION STRATEGIQUE DU SYSTEME FLO ENCORE INACHEVEE ...   | 10        |
| 2.2.3. UNE PARTICIPATION CROISSANTE ET DOMMAGEABLE D'ACTEURS DOMINANTS AU SEIN DES FILIERES EQUITABLES                                      | 12        |
| 2.3. L'EMERGENCE DE NOUVELLES INITIATIVES DE LABELLISATION  | 14        |
| 2.3.1. LES INITIATIVES ESR (ECOCERT) ET FAIR FOR LIFE (IMO)   | 14        |
| 2.3.2. LE LABEL « PETITS PRODUCTEURS » : UNE REACTION POSITIVE DES ORGANISATIONS PAYSANNES  | 17        |
| 2.4. LA MISE EN PLACE PERTINENTE DE CADRES DE CONCERTATION ET DE REGULATION   | 19        |
| <b>3. UN IMPACT INDENIABLE DU COMMERCE EQUITABLE SUR LES FAMILLES PAYSANNES DU SUD, LEURS ORGANISATIONS ET LEURS TERRITOIRES</b>            | <b>21</b> |
| 3.1. UNE METHODE D'EVALUATION D'IMPACT POUR REPENDRE AUX ATTENTES DES ACTEURS DU NORD   | 21        |
| 3.2. UN LEVIER EFFICACE POUR DES DEMARCHES DE DEVELOPPEMENT AU SUD  | 22        |
| 3.3. UN EXEMPLE DEMONSTRATIF : LA CENTRALE DES PRODUCTEURS DE BANANES ORGANIQUES DE PIURA -PEROU  | 23        |
| 3.3.1. DES RESULTATS ECONOMIQUES SPECTACULAIRES ET UNE RECONNAISSANCE DES PAYSANS DANS L'ECONOMIE LOCALE ET NATIONALE                       | 23        |
| 3.3.2. UNE ORGANISATION FRAGILISEE PAR LA CONCURRENCE D'UNE MULTINATIONALE  | 25        |
| <b>4. L'ENGAGEMENT D'AGRONOMES ET VETERINAIRES SANS FRONTIERES EN FAVEUR DU COMMERCE EQUITABLE</b>  | <b>26</b> |
| 4.1. CONSTRUIRE UNE SOLIDARITE D'ACTEURS SUR LES FILIERES AU PROFIT DES ORGANISATIONS PAYSANNES   | 26        |
| 4.2. POURSUIVRE L'ACCOMPAGNEMENT HISTORIQUE D'AVSF AU SERVICE DU RENFORCEMENT DES CAPACITES DES ORGANISATIONS PAYSANNES DU SUD              | 27        |
| 4.3. FAVORISER LES PARTENARIATS ENTRE LES ORGANISATIONS DE PRODUCTEURS ET DES INSTITUTIONS FINANCIERES POUR L'ACCES AU CREDIT               | 28        |
| 4.4. CONSOLIDER LES RELATIONS PARTENARIALES AVEC DES ENTREPRISES ENGAGEES ET MILITANTES DU COMMERCE EQUITABLE AU NORD                       | 29        |
| 4.5. CONSOLIDER LES RESEAUX NATIONAUX ET INTERNATIONAUX D'ORGANISATIONS DE PRODUCTEURS DU COMMERCE EQUITABLE                                | 30        |
| 4.6. MOBILISER L'EXPERTISE D'AVSF AUPRES DE PARTENAIRES TECHNIQUES DU NORD POUR UN COMMERCE EQUITABLE EN FAVEUR DES ORGANISATIONS PAYSANNES | 31        |
| 4.7. PARTICIPER ACTIVEMENT DANS DES ESPACES DE CONCERTATION ET PRISE DE DECISION AU NORD  | 32        |
| <b>CONCLUSION</b>   | <b>34</b> |
| <b>BIBLIOGRAPHIE SUR L'IMPACT DU COMMERCE EQUITABLE</b>   | <b>35</b> |

## Introduction

Le commerce équitable labellisé a été lancé dans un contexte de crise (fin des années 80 – début des années 90) généré par des prix bas et une grande difficulté rencontrée par les petits producteurs pour accéder aux marchés. Force est de constater qu'en l'espace de deux décennies, le commerce équitable a connu un essor et une évolution considérables, bien au-delà certainement des attentes de ceux qui l'ont initialement impulsé. Aux côtés d'un nombre important d'organisations de producteurs dans les pays du sud (plus de 50 aujourd'hui), AVSF a été témoin de l'impact du commerce équitable labellisé Max Havelaar-FLO sur des économies locales marginalisées avec des effets comme l'augmentation et la stabilisation des revenus, la génération d'emplois, l'amélioration de l'accès aux services sociaux,... Cela est d'autant plus significatif lorsqu'il se combine à des mesures permettant de créer un environnement favorable à la production (appui technique, accès au crédit, formation, infrastructure,...) et à la participation active d'organisations de producteurs, qui en plus d'offrir des services à leurs membres, défendent leurs intérêts tant dans leurs pays respectifs qu'au sein du système de commerce équitable Max Havelaar-FLO.

Au cours de ces dernières années toutefois, les bases du commerce équitable ont été bouleversées en raison d'une forte croissance commerciale, de l'inclusion de nouveaux modes de production, de la participation croissante de multinationales agro-alimentaires et de la grande distribution ainsi que de l'émergence de nouveaux systèmes de certification. Toutes ces évolutions sont sources de questionnements d'une part des petits producteurs du Sud inquiets de la place qu'ils occupent et pourront occuper à l'avenir dans le commerce équitable, d'autre part des consommateurs au Nord qui, réactifs aux prix et aux garanties, sont attentifs au respect des fondamentaux du commerce équitable. En effet, l'évolution des rapports de force et du rôle des différents acteurs au sein des filières équitables, s'est faite en partie au détriment des petits producteurs et des structures commerciales qui se sont engagées historiquement dans la défense d'un commerce équitable assurant une répartition juste de la valeur ajoutée, favorisant et protégeant les agricultures familiales. L'enjeu majeur du commerce équitable aujourd'hui, et par là même du système de labellisation Max Havelaar-FLO et des nouveaux labels en cours de développement, est dans le choix du modèle agroalimentaire à renforcer.

Par ce texte de référence<sup>1</sup>, AVSF cherche d'une part à mettre à disposition de ses équipes techniques et de ses partenaires au sud, un support d'information et de formation sur le commerce équitable, aussi concis, complet et actualisé que possible. D'autre part, grâce à un argumentaire étayé et un positionnement institutionnel clair, AVSF entend contribuer activement aux réflexions, travaux et débats concernant les défis actuels et futurs du commerce équitable. L'association cherche notamment à influencer sur les orientations stratégiques et techniques des différents acteurs au Nord, dans le but de maintenir effectivement au cœur du système les intérêts des petits producteurs, afin que le commerce équitable demeure avant tout un outil de développement pour les populations rurales marginalisées. A partir de la présentation de repères historiques du commerce équitable et de ses principales évolutions au cours des deux dernières décennies, l'analyse de l'impact généré par le commerce équitable sur les familles de producteurs, leurs organisations et leurs territoires, aboutit dans ce texte de référence à la présentation des stratégies d'action d'AVSF en faveur d'un commerce équitable au service des organisations paysannes.

---

<sup>1</sup> Ce texte de référence est une actualisation du précédent texte produit par AVSF en 2005. IL a été produit collectivement sous la coordination de Romain Valleur et Barbara Guittard, avec l'appui de Christophe Chauveau, Jean-Jacques Boutrou, Frédéric Apollin, Guy Durand et Bertrand Nagelen.

# 1. Des repères historiques du commerce équitable

## 1.1. Un constat initial : la précarité et l'accès défavorable au marché des agricultures paysannes du sud

Historiquement, la part de marché des pays les moins avancés (PMA) dans le commerce mondial des marchandises représente une part infime (2.09% en 2009<sup>2</sup>). L'exportation de denrées agricoles du sud représente pourtant un pourcentage important des échanges mondiaux : le café par exemple est, en volume échangé, le deuxième produit après le pétrole. Mais les règles de ces marchés sont dictées par les acteurs dominants de ces filières situés principalement dans les pays industrialisés mais également dans les pays émergents. En 2006 deux sociétés contrôlaient ainsi 60% du marché des céréales, quatre sociétés contrôlaient 45% du marché du café et quatre sociétés contrôlaient 80% du marché de la banane (Berthelot, 2006).

Lorsque des petits producteurs sont fournisseurs de ces filières, ils sont souvent les grands perdants de la répartition de la valeur ajoutée et de la richesse produite tout au long de la chaîne. Des prix bas entraînent l'incapacité des petits producteurs d'investir et de moderniser leurs exploitations, et leur appauvrissement. Ils provoquent la faillite et l'exclusion de dizaines de milliers de petits fermiers et saisonniers, alors que dans le même temps l'industrie prospère et réalise des marges importantes et de confortables résultats.

Des milliers de producteurs et de travailleurs des pays en voie de développement sont ainsi confrontés à des difficultés qui les mettent en position de faiblesse sur les marchés internationaux :

- ❖ des rapports de force défavorables avec d'autres acteurs des filières (intermédiaires locaux, groupes monopolistiques, etc.) ;
- ❖ des prix mondiaux fluctuants qui, lorsqu'ils baissent trop, ne couvrent pas les seuls coûts de production et ne permettent pas aux producteurs d'investir pour accroître leur compétitivité et mettre en place des systèmes plus respectueux de l'environnement ;
- ❖ un manque de connaissance et d'accès aux marchés du nord ;
- ❖ un manque de capital et des difficultés d'accès au crédit pour le financement de leur production ;
- ❖ une répartition inégale de la valeur ajoutée créée au sein des filières internationales avec la concentration des richesses en aval, au niveau des transformateurs et des distributeurs ;
- ❖ enfin, des relations commerciales trop souvent inégales et déloyales.

Face à ce constat, de nouveaux modes d'échanges commerciaux entre Sud et Nord doivent permettre de renverser le processus de marginalisation des agricultures paysannes du Sud.

---

<sup>2</sup> OMC, 2010 : <http://www.mdg-trade.org/LDCW48%20F.pdf>

## 1.2. L'émergence des initiatives du commerce équitable

### 1.2.1. La création de la filière intégrée de commerce équitable

Au début des années 60, Artisans du Monde en France et d'autres acteurs en Allemagne et en Angleterre ont l'idée de créer des circuits commerciaux plus justes en achetant directement à des producteurs du Sud à un prix négocié, pour leur fournir un revenu décent. Ces produits sont alors revendus dans les réseaux de magasins du commerce alternatif (Oxfam, Magasins du Monde, Artisans du Monde). Cette initiative qui a abouti à la constitution de la filière historique du commerce équitable, reposait sur la mise en place d'un réseau de points de distribution localisée de petite échelle, qui a par la suite donné naissance au réseau européen des Magasins du Monde (NEWS<sup>3</sup>). Différents opérateurs du nord spécialisés uniquement dans la vente de produits de commerce équitable, comme Solidar'Monde en France ou GEPA en Allemagne par exemple, se sont ainsi positionnés au sein de cette filière intégrée et ont donné naissance avec les organisations de producteurs du sud et les distributeurs participant à cette filière, à la Fédération internationale de commerce alternatif (IFAT<sup>4</sup>) qui en octobre 2008 est devenue l'Organisation Mondiale du Commerce Equitable (WFTO<sup>5</sup>).

Cette filière se caractérise notamment par la recherche d'une relation de proximité entre producteurs et consommateurs en limitant au maximum le nombre d'intermédiaires, mais également, de par le mode de distribution mis en place, une capacité limitée de commercialisation en termes de volumes.

### 1.2.2. La constitution de la filière labellisée de commerce équitable Fairtrade FLO

La demande croissante de la part des producteurs du Sud pour la mise en place d'une filière équitable qui permette la vente de volumes plus importants, fit germer l'idée de la création d'une filière labellisée. En 1986, dans un contexte de prix du café très bas, des producteurs de café du Chiapas au Mexique interpellent une ONG Hollandaise qui coopère avec eux afin qu'elle les aide à vendre leur café sur les marchés du Nord à un prix qui leur permette de vivre décemment. Et ajoutent que, dans ces conditions, ils se chargeraient eux-mêmes de leur développement. Cette deuxième étape de l'émergence du commerce équitable ne correspond donc pas à une initiative du Nord mais bien du Sud. Elle fait écho au slogan "Trade but not aid"<sup>6</sup> porté par les initiateurs de la CNUCED<sup>7</sup> en 1964. Après la vente d'un premier container de café<sup>8</sup> dans des boutiques de solidarité, les promoteurs de l'initiative du commerce équitable en Hollande réalisent rapidement que pour obtenir un impact significatif, il faut acquérir la capacité de commercialiser des volumes plus importants que ne le permettait la filière intégrée de commerce équitable.

---

<sup>3</sup> Network of European World Shops

<sup>4</sup> International Federation of Alternative Trade

<sup>5</sup> World Fair Trade Organization

<sup>6</sup> "Du commerce, pas de la charité".

<sup>7</sup> Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement.

<sup>8</sup> Environ 18 tonnes de café.

En coordination avec les producteurs, les initiateurs de cette démarche innovante créent alors le concept de commerce équitable Max Havelaar<sup>9</sup> qui est ensuite repris par d'autres initiatives de commerce équitable (FAIRTRADE en Grande Bretagne et TRANSFAIR en Allemagne<sup>10</sup>). En France, un groupe de réflexion sur l'appui à la commercialisation pour les organisations de producteurs du sud se constitue en 1991 à l'initiative du CICDA<sup>11</sup>, en alliance avec Ingénieurs sans frontières et Peuples Solidaires. Il adopte les principes Max Havelaar et se constitue en association Max Havelaar France en 1993. Ces différentes initiatives nationales, au nombre de 19 aujourd'hui (15 en Europe, une initiative aux Etats-Unis, au Canada, au Japon, en Australie-Nouvelle Zélande), sont toutes regroupées au sein de la fédération internationale FLO : *Fairtrade Labelling Organisations*, basée à Bonn depuis 1997.

Ce système de commerce équitable et de filière labellisée, dénommé « Fairtrade FLO », a été développé sur la base de plusieurs principes fondateurs :

- ❖ Des **filiales plus courtes au sud** qui permettent l'accès direct d'organisations de producteurs (coopératives, associations de producteurs, etc.) au marché international, et qui impliquent au nord des acteurs traditionnels (importateurs, transformateurs, distributeurs).
- ❖ Un **accès au marché privilégié pour les producteurs les plus défavorisés**.
- ❖ Le paiement par les acheteurs du nord d'un **prix minimum garanti prédéfini** pour les différents produits créant une sorte de "SMIC du producteur", activé dès que le prix sur le marché mondial passe en dessous de ce prix minimum. Ce prix défini en concertation avec les organisations de producteurs inscrites au registre FLO<sup>12</sup> et les acteurs économiques du Nord, doit permettre de couvrir non seulement les coûts de production, mais aussi les coûts environnementaux, d'amélioration de la qualité des produits, de certification, de formation, ...
- ❖ Le paiement par les importateurs du Nord aux organisations de producteurs du Sud d'une **prime de développement** d'environ 5% de la valeur du produit par rapport au cours mondial. Les producteurs s'engagent à réinvestir cette prime dans des actions favorisant le développement local : amélioration de la production, des infrastructures et des services aux familles et à la communauté. Ces investissements sont décidés collectivement en Assemblée générale de l'organisation.
- ❖ Un **préfinancement des achats** par les importateurs ou transformateurs, si l'organisation le sollicite.
- ❖ Un principe d'**engagement des acheteurs du Nord dans une relation à long terme** avec des organisations de producteurs du Sud.
- ❖ Un **engagement des producteurs sur un fonctionnement démocratique et transparent de leurs organisations** et sur une qualité du produit répondant à la demande du marché.

---

<sup>9</sup> Max Havelaar : héros et titre d'un roman de Multatuli (1828-1887), écrivain hollandais, ancien fonctionnaire démissionnaire en Indonésie. Il dénonce dans ce roman publié en 1859 les conditions du commerce et l'exploitation des colonies.

<sup>10</sup> L'initiative Max Havelaar France a un statut d'association Loi 1901, sans but lucratif.

<sup>11</sup> Centre International de Coopération pour le Développement Agricole, devenu en 2004 Agronomes et Vétérinaires sans frontières (VSF-CICDA). Artisans du Monde et Solidarmonde firent partie de ce groupe de travail dans un premier temps, avant de se retirer.

<sup>12</sup> Registre de l'ensemble des organisations homologuées par FLO qui donnent droit à l'accès aux filières du commerce équitable.



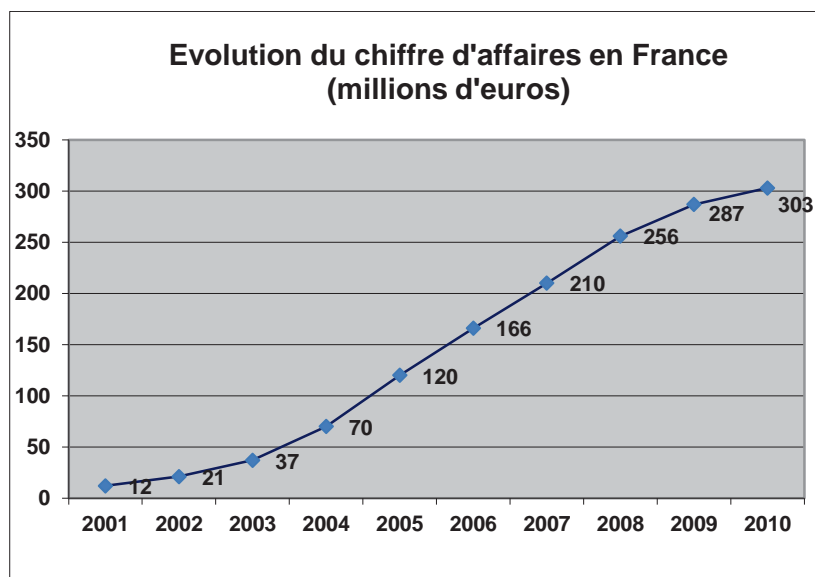
## 2. Une évolution positive et controversée du commerce équitable

### 2.1. Une croissance commerciale effective du commerce équitable

Les volumes de vente des produits équitables représentent environ 0,1% des produits échangés à l'échelon planétaire. Pourtant le chiffre d'affaire mondial des ventes en commerce équitable labellisé par FLO s'élevait à 3,4 milliards d'euros en 2009, ce qui représentait déjà une augmentation supérieure à 40% par rapport à 2007 et témoignait d'une croissance très importante, qui s'est accélérée au cours de la dernière décennie.

Plus de **80 millions de familles dans le monde consomment des produits équitables**. En France, c'est plus d'un foyer sur trois qui achètent régulièrement des produits issus du commerce équitable. Il s'agit surtout de citoyens aisés, assez âgés, sans enfants et sensibles aux problèmes éthiques et environnementaux, même si de plus en plus de catégories de la population s'y intéressent. La croissance des ventes a suivi quasiment la même tendance avec 22% d'augmentation annuelle en 2008 et plus de 287 millions d'euros de chiffres d'affaire en 2009. En 2009, **205 entreprises en France commercialisaient plus de 3000 références de produits labellisés Fairtrade** en commençant par les produits à plus forte notoriété : le café (33% du total), le coton (16%), la banane (11%), le cacao (10%) et le thé (9%). Les 2/3 de ces ventes se font dans les réseaux de la grande distribution mais aussi de plus en plus en consommation hors domicile (restaurants, hôtellerie, restaurations collectives ...) qui affiche le développement le plus fort<sup>16</sup>.

Le commerce équitable est inévitablement affecté par la baisse du pouvoir d'achat des ménages français. Les effets de la crise mondiale ont commencé à se faire sentir à partir de 2009, avec **un frein à la croissance** : +12% en 2009 et +5% en 2010 contre une croissance moyenne annuelle de 60% entre 2000 et 2008 en France.



<sup>16</sup> [www.maxhavelaarfrance.com](http://www.maxhavelaarfrance.com)

Ces ventes en commerce équitable ont permis de faire participer **plus de 827 organisations de producteurs et travailleurs réparties dans 60 pays d’Afrique, d’Asie, et d’Amérique Latine**, soit plus de 1.400.000 familles<sup>17</sup>.

| Produits certifiés                                 | Café          | Cacao | Thé, herbes aromatiques | Fruits frais | Bananes | Riz | Coton | Quinoa | Noix et épices | Sucre de canne | Miel |
|--|---------------|-------|-------------------------|--------------|---------|-----|-------|--------|----------------|----------------|------|
| Nombre d’organisations de producteurs certifiés FT | 264 (20 pays) | 26    | 74                      | 121          | 55      | 16  | 18    | 4      | 38             | 16             | 29   |

La croissance du commerce équitable a entraîné un intérêt grandissant d’acteurs économiques diversifiés autour de cette démarche, et en particulier en France, ceux de la grande distribution. Toutes les grandes chaînes françaises ont opté pour diffuser des produits du commerce équitable dans leurs rayons. Des collectivités territoriales se positionnent également aujourd’hui pour promouvoir le commerce équitable au niveau local ou régional, y compris dans les marchés publics.

## 2.2. De nouvelles orientations stratégiques du système Fairtrade FLO qui posent question ...

Face au succès grandissant du commerce équitable labellisé, des nouvelles orientations ont été prises dans le système FLO, notamment l’ouverture de ce dispositif à de nouveaux modes de production, et la réorganisation stratégique globale du système intervenue plus récemment. Ces changements profonds qui modifient les choix stratégiques et certains fondamentaux d’origine du système ne sont pas sans soulever d’importantes questions.

### 2.2.1. L’inclusion critiquable de différents modes de production au sein du commerce équitable labellisé

En 2006, un nouveau cahier des charges<sup>18</sup> de commerce équitable a été créé au sein du système Fairtrade FLO afin d’inclure les organisations dépendant d’une main d’œuvre salariée (par exemple les agro plantations) suivi d’un standard quelques années plus tard pour les producteurs sous contrat de production.

Le principe fondamental défendu par FLO pour promouvoir le standard en faveur des organisations dépendant d’une main d’œuvre salariée est que dans certains contextes, il n’existe pas d’organisations de producteurs autonomes mais des travailleurs agricoles marginalisés employés par des entreprises ou des agro plantations privés. Or, **dans de nombreuses régions du monde, ces travailleurs ruraux aujourd’hui employés par ces plantations sont directement issus de l’exode**

<sup>17</sup> Chiffres officiels de FLO en 2009

<sup>18</sup> Les cahiers des charges ou standards internationaux du commerce équitable sont les textes de référence du label. Ils servent de base à la certification. Ils définissent les conditions de production et de commercialisation des produits du commerce équitable. Ils sont définis par FLO, en concertation avec les producteurs. Ils comprennent des standards génériques et des standards spécifiques à chaque produit qui nécessitent en moyenne deux années de recherche et développement.

**rural pour des raisons de pauvreté extrême sur leur territoire d'origine** : migration temporaire forcée pour compléter les revenus de l'exploitation, voire définitive lorsqu'ils n'ont pas d'autres choix que de brader leurs terres. Les risques d'accélération de cet exode par l'émergence d'agro-plantations sont donc manifestes. Les agro-plantations bénéficient par ailleurs d'avantages concurrentiels certains, de par leur taille et leur capacité à fournir des volumes importants de qualité homogène. **La participation des agro-plantations sur les filières du commerce équitable<sup>19</sup> constitue ainsi une concurrence forte et directe pour les organisations de producteurs.**

Lorsque le modèle organisationnel de ces petits producteurs ne permet pas la contractualisation groupée avec le secteur marchand, un modèle intermédiaire a été conçu par FLO pour amener ces familles paysannes vers un niveau de structuration suffisant leur permettant de vendre leurs productions en commerce équitable : il s'agit du **modèle d'agriculture sous contrat**. Des regroupements de petits producteurs organisés en structures informelles ont ainsi accès à la certification équitable Fairtrade dès lors qu'ils s'associent à une organisation intermédiaire (un exportateur, un transformateur, une entreprise privée, ONG ou autres) qui doit se montrer capable et désireux de les aider à s'organiser pour promouvoir les conditions d'un développement social et économique respectueux de l'environnement. Cette organisation intermédiaire porte la responsabilité de l'appui aux producteurs pour qu'ils se constituent en une organisation autonome et soient par la suite soumis aux normes génériques applicables aux organisations de petits producteurs. Or lorsque **l'organisation promotrice est une entreprise (transformateur, exportateur), comme cela est majoritairement le cas, celle-ci n'a pas toujours intérêt à ce que se structurent effectivement des organisations dotées de capacités de négociation et d'une certaine autonomie**; des investissements non négligeables doivent être mobilisés pour y contribuer, et pour ces opérateurs économiques, le risque est grand d'une trop grande capacité de négociation des producteurs, voire d'une émancipation progressive .... Des encadrements complémentaires et des exigences de progrès<sup>20</sup> plus strictes sont donc indispensables afin d'évaluer l'effet structurant de cette modalité d'agriculture sous contrat avant toute extension du modèle<sup>21</sup>. **Mal encadré, ce type de modèle peut en effet conduire à des situations de dépendance des producteurs sous contrat vis-à-vis des acteurs économiques dominants du marché.**

### 2.2.2. Une réorganisation stratégique du système FLO encore inachevée ...

La demande exponentielle de produits du commerce équitable en Europe et en France a conduit à une croissance très rapide de l'offre qui a rendu nécessaire une réorganisation au sein du réseau FLO. Pour faire face à ces nouveaux enjeux et ne pas perdre sa crédibilité, FLO a entrepris en 2007 une révision stratégique globale fondée sur une large consultation des initiatives nationales et de ses parties prenantes au Sud comme au Nord. Elle devait permettre de prendre en compte la diversité des situations, renforcer les complémentarités entre acteurs et élaborer finalement une stratégie

<sup>19</sup> Le commerce équitable labellisé souhaite défendre le respect des droits élémentaires des travailleurs salariés s'ils sont organisés et si l'entreprise pour laquelle ils travaillent est prête à promouvoir leur développement ainsi qu'à partager avec eux les revenus supplémentaires générés par le commerce équitable. Un conseil mixte comprenant travailleurs et direction doit être mis en place pour gérer la prime de manière démocratique et transparente. La liberté d'association et de négociation collective doit être permise grâce à la création d'un comité paritaire et la liberté d'adhésion à un syndicat indépendant afin de négocier collectivement leurs conditions de travail et notamment des salaires équitables (égaux ou supérieurs à la moyenne régionale ou au salaire minimum en vigueur). Les mesures de santé et de sécurité doivent être mises en place afin d'éviter les blessures liées au travail.

<sup>20</sup> Dans les standards il existe des exigences minimales, que chaque organisation se doit de remplir à partir du moment où elle rejoint le système FT, et des exigences de progrès, sur la base desquelles les organisations doivent montrer des améliorations continues. Un rapport d'évaluation effectué par les inspecteurs de l'organisation indépendante FLO Cert de l'accomplissement des exigences de progrès doit être rédigé tous les ans.

<sup>21</sup> Dans un premier temps, ce standard s'appliquait exclusivement au riz et coton indien ainsi qu'aux fruits séchés du Pakistan. Mais il est question que son application s'étende à la filière café.

commune et cohérente. L'objectif visé était bien l'amélioration de l'efficacité du système Fairtrade FLO dans une grande variété de contextes locaux et une plus grande responsabilisation tant des initiatives nationales que des réseaux continentaux de producteurs aujourd'hui constitués<sup>22</sup>, dans la définition et mise en route de ces adaptations souhaitées. Ce processus aboutit finalement à la rédaction d'un « Livre blanc », validé par le conseil d'administration de FLO en novembre 2007. Un « *business model* » finalisé en 2009 définit les principales activités stratégiques, les processus et les systèmes dans lesquels le commerce équitable labellisé doit investir afin d'atteindre les objectifs préalablement fixés<sup>23</sup>.

Continuer à faire croître l'offre et la demande de produits labellisés en synergie est un des grands défis lancé par la révision stratégique de FLO. Le pari est fait d'une « *gestion intégrée de l'offre et de la demande sur la base d'une forte implication des initiatives de labellisation (pour faire croître la demande) et des réseaux continentaux de producteurs (pour faire croître l'offre) tout en marchant au rythme de l'industrie et de la grande distribution* »<sup>24</sup>. Or, avant même la révision stratégique, la croissance de la demande était déjà devenue supérieure à celle de l'offre. Les raisons sont bien connues : des capacités encore faibles des réseaux et de leurs organisations de producteurs, des procédures d'homologation initiale des organisations de producteurs du Sud toujours complexes et bureaucratiques, des exigences minimales dans les standards de FLO parfois difficiles à atteindre par des organisations naissantes ou encore fragiles, une confiance préalable à instaurer entre petits producteurs et leurs organisations certifiées quant à l'augmentation des volumes de vente sur ces nouveaux marchés... **Mais le développement d'une véritable offre de services d'appui aux petits producteurs en alliance avec des organismes de coopération spécialisés, préconisé dans le cadre de la révision stratégique de FLO, est resté lettre morte jusqu'à présent**<sup>25</sup>.

Une vision pragmatique a fait son chemin au sein des différentes initiatives nationales et de FLO : ne pas frustrer la demande toujours croissante de produits équitables des consommateurs du Nord. Sans l'acte d'achat équitable en bout de chaîne, le commerce équitable perd en effet sa raison d'être. **Mais la croissance de l'offre au Sud demande des économies d'échelle que les organisations de producteurs isolées ne peuvent pas toujours réaliser. De plus, les grands réseaux d'importation ou de distribution entrés dans le système Fairtrade FLO ont des exigences de volumes et fréquences d'approvisionnement élevées que les organisations de petits producteurs ont souvent du mal à suivre.** En Angleterre, le cas de la banane est emblématique lorsque la chaîne de supermarché Sainsbury's décida de convertir tout son approvisionnement de bananes en équitable, ce qui représente pour la seule année 2010, 650 millions de bananes soient environ 97.500 tonnes. Face à de tels volumes, ce type de distributeur oriente prioritairement ses achats auprès des grandes agro-plantations, plus à même de répondre à ses exigences à court terme.

Bien que la révision stratégique ait également ciblé une nécessaire réorganisation des services et des rôles au sein du système FLO, le choix d'un recentrage de ses forces sur le modèle « Petits producteurs » à l'origine du système, n'a ainsi pas été fait. Certaines questions de fonds demeurent donc : quelles seront les solutions proposées aux organisations de petits producteurs pour faire face à cette concurrence « équitable » croissante et aux difficultés qu'elles leur génèrent? Quel sera le poids futur des organisations de petits producteurs au sein du commerce équitable Fairtrade FLO si

<sup>22</sup> Les réseaux continentaux sont : African Fairtrade Network – AFN pour l'Afrique, Coordinadora LatinoAmericana y del Caribe de comercio justo – CLAC pour l'Amérique latine et les Caraïbes, et Network of Asian Producers – NAP pour l'Asie.

<sup>23</sup> Informations relatives à la révision stratégique sur le site de FLO : <http://www.fairtrade.net/brochure.0.html>

<sup>24</sup> Extrait du « Livre Blanc » de FLO, 2007

<sup>25</sup> On entend par là, l'accès des OP à un service d'appui pour le renforcement organisationnel global et non les services centraux et décentralisés de FLO qui visent à apporter un appui à la compréhension de la certification et à la mise en conformité des OP vis-à-vis des standards (Producer Services and Relations Unit (PSRU), créée en 2004).

aucun recentrage ne s'effectue effectivement ? Va-t-on vers l'institutionnalisation d'un commerce équitable labellisé à deux vitesses : d'un côté, des acteurs économiques puissants qui dictent leurs règles sur la chaîne d'approvisionnement et conduisent à une sélection d'organisations déjà consolidées ou de jeunes organisations productrices de matières premières condamnées à se soumettre aux exigences des exportateurs labellisés ; de l'autre, des organisations de petits producteurs autonomes et génératrices de valeur ajoutée et de développement local, vendant leurs productions aux acteurs économiques totalement engagés et militant pour un commerce équitable en leur faveur ?

### 2.2.3 Une participation croissante et dommageable d'acteurs dominants au sein des filières équitables

De nombreuses multinationales de l'agro-alimentaire implantées dans les pays du sud participent de façon croissante au commerce équitable, en achetant et en exportant sur les marchés du Nord les produits des organisations de producteurs. **Les stratégies commerciales de ces entreprises intermédiaires visent avant tout le dégagement de marges maximales et le contrôle des marchés ;** elles ne sont souvent pas compatibles avec le transfert progressif de capacités aux organisations de producteurs, pourtant cité par FLO comme l'un des effets positifs attendus de l'inclusion de ces acteurs. L'histoire de leurs relations avec le monde paysan montre que l'amélioration des conditions de vie des familles et la mise en place de politiques favorables au développement local ne constituent en aucun cas leur priorité. Les organisations de producteurs se voient ainsi privées d'une redistribution plus équitable de la valeur ajoutée créée au sein des filières, et limitées dans leur autonomisation commerciale et financière notamment. **Ces multinationales entrent en concurrence directe avec des organisations de petits producteurs ayant acquis les capacités à exporter directement,** à deux niveaux : au Sud, leur besoin de capter l'offre des producteurs les amènent à créer des organisations parallèles aux organisations de producteurs exportatrices, à avoir recours parfois à des pratiques de déstabilisation des organisations exportatrices, voire de concurrence déloyale envers ces organisations (dumping, désinformation des producteurs,...); et au Nord, elles se positionnent sur les marchés du commerce équitable avec une offre de volumes importants qui limite les possibilités d'accès direct à ces mêmes marchés de la part des organisations de producteurs exportatrices. **Au sein du système Fairtrade FLO, il n'existe finalement aujourd'hui pas de mécanismes permettant de garantir que ces multinationales exportatrices n'entravent pas les organisations de producteurs dans leur développement et leur recherche d'autonomie.**

Le commerce équitable labellisé est également souvent critiqué en raison de l'implication forte et grandissante de la grande distribution. **Pourtant durant la dernière décennie, si succès grandissant il y a eu du commerce équitable en France ces dernières années, c'est incontestablement la vente en grande et moyenne surface qui a permis d'atteindre des volumes de vente de produits équitables suffisamment significatifs,** pour en faire un levier efficace de développement pour les organisations de producteurs du Sud. En France, les principales filières de vente en équitable se retrouvent aujourd'hui dans les rayons de la grande distribution, premier espace de vente de produits équitables avant les marchés hors domicile (restauration collective, distributeurs, chaînes d'hôtels...etc) et les boutiques spécialisées.

| Les ventes en France (2007)    | Vente en GMS <sup>26</sup> | % de référence en MDD <sup>27</sup> |
|--------------------------------|----------------------------|-------------------------------------|
| Café                           | 78%                        | 10,6%                               |
| Riz                            | 85%                        | -                                   |
| Thé et herbes aromatiques      | 62%                        | 1.25 %                              |
| Cacao                          | 77,6%                      | 25% (poudre) et 20% (tablette)      |
| Sucre de canne                 | 75,7%                      | 11%                                 |
| Miel                           | 100%                       | 22.2%                               |
| Bananes                        | 85%                        | -                                   |
| Fruits frais (ananas, oranges, | 85%                        | -                                   |
| Coton                          | 85%                        | -                                   |

Source : chiffres MHF, 2007

Ce développement rapide en France a donc amené une multitude d'opérateurs économiques à s'y intéresser, entraînant une certaine dérive marketing : le commerce équitable est alors considéré avant tout comme une nouvelle niche marketing, sans tenir compte de l'ampleur de la démarche qui vise "l'instauration d'une économie transparente, qui prend en compte les valeurs d'un développement humain et durable".

Si la grande distribution a ainsi joué le jeu de la démarche proposée par FLO et ses initiatives nationales dès le début en mettant en vente en rayon les produits équitables des marques pionnières et fortement engagées depuis les débuts du commerce équitable<sup>28</sup>, **nombreuses sont aujourd'hui les enseignes de distributeurs qui ont décidé de sortir leurs références de produits équitables sous leurs propres marques, sur une partie de la gamme de ces produits.** Le développement de ces marques distributeurs n'est pas sans poser de nombreuses questions par rapport aux intérêts et engagements de ces enseignes de la grande distribution : seront-elles aussi respectueuses de partenariats commerciaux durables établis avec les organisations de producteurs au Sud ? Peut-on imaginer que l'engagement des distributeurs fasse évoluer spontanément et dans le bon sens l'ensemble des pratiques éthiques tout au long de la chaîne d'approvisionnement, même si les standards ne stipulent rien dans ce domaine ?

**Un point d'inquiétude est sans nul doute celui de la position dominante de ces marques de distributeurs vis-à-vis des marques historiquement engagées dans le commerce équitable dont les gammes sont 100% commerce équitable.** Etant maîtres à bord de leurs supermarchés, les distributeurs ont toute la latitude pour imposer leurs règles aux autres fournisseurs équitables (volumes, marges, affichage en magasin, ...) ou pratiquer des prix plus attractifs en se servant de leurs produits équitables comme produits d'appels, entraînant l'affaiblissement des marques 100% commerce équitable. **Revers du succès du commerce équitable et de la démocratisation de la consommation équitable, il devient impératif d'encadrer le développement des marques de distributeurs** en définissant et contrôlant plus fortement les engagements attendus de ces acteurs puissants. Sinon, le risque existe d'un commerce équitable qui ne se résumerait qu'à une simple niche économique plus lucrative dans laquelle les petits producteurs du Sud serviraient de simple caution éthique aux intérêts des grands acteurs économiques du Nord.

<sup>26</sup> GMS : Grandes et moyennes surfaces

<sup>27</sup> MDD : Marques de distributeurs

<sup>28</sup> En France, Malongo, Lobodis, Ethiquable et Altereco, font partie des entreprises pionnières de vente de produits issus du commerce équitable. Certaines se sont spécialisées et engagées dans une démarche totalement équitable avec 100% de leurs produits vendus certifiés équitable.

## 2.3. L'émergence de nouvelles initiatives de labellisation

### 2.3.1 Les initiatives ESR (ECOCERT) et Fair for Life (IMO)

La croissance commerciale du commerce équitable ces dernières années, les critiques parfois émises à l'encontre du système Fairtrade FLO (situation monopolistique, coût et complexité des procédures de certification, prise en compte d'un nombre limité de produits,...), ont constitué une opportunité pour des organismes de certification biologiques existants, de créer de nouveaux labels de commerce équitable.

Dès 2007, ECOCERT a ainsi développé son référentiel **Équitable, Solidaire et Responsable – ESR**<sup>29</sup>, sur la base de l'initiative de labellisation Bioéquitable développée initialement par l'association Biopartenaire<sup>30</sup> et ses entreprises membres. Ce nouveau référentiel, encore en pleine évolution aujourd'hui, cherche à permettre le développement de filières biologiques et équitables sur la base d'un partenariat commercial régulé entre acheteurs et producteurs. Outre la spécificité de centrer son référentiel sur la production biologique (excluant ainsi la conventionnelle), ce référentiel met l'accent sur le rôle fort joué par les opérateurs commerciaux dans le développement des filières. Il considère également l'existence d'un porteur de projet, qui correspond à l'opérateur engagé auprès d'ECOCERT en capacité de coordonner l'appui technique et l'accompagnement des producteurs et/ou des organisations de producteurs. Ce porteur de projet (généralement le premier acheteur ou un organisme de coopération éventuellement), contribue ainsi au développement de la filière équitable et rend possible la relation commerciale à moyen terme entre le groupe de production et le premier acheteur.

Ce référentiel, fortement inspiré du label Fairtrade FLO (*se reporter au tableau comparatif ci-dessous*), reprend ainsi certains des outils et fondamentaux comme le prix minimum garanti et le fond de développement (s'apparentant à la prime de développement FLO). Il présente plusieurs avantages par rapport au système de labellisation Fairtrade FLO :

- La mise à profit du dispositif existant de certification biologique (ressources humaines notamment), qui permet de réduire les coûts de certification équitable ;
- La relative simplicité de la procédure pour la mise en place de filières équitables de produits référencés ou non dans le système Fairtrade FLO ;
- La mise en place d'un partenariat à moyen terme au travers de projets qui permettent de définir entre un porteur de projet (généralement l'acheteur, ou un organisme de coopération) et des producteurs, organisés ou pas, un programme d'action définissant la finalité, les objectifs du projet de partenariat et les moyens déployés pour les réaliser. Ce projet permet également de définir le prix minimum garanti sur la période considérée (2 à 3 ans initialement).
- La mise en évidence du rôle des opérateurs commerciaux dans le développement des filières (investissements dans de l'assistance technique pour l'amélioration des pratiques culturales des producteurs, dans des infrastructures et des équipements,...).

Mais l'initiative d'ECOCERT présente également des limitations importantes. La plus forte reste l'incorporation des agro-plantations et de l'agriculture sous-contrat, qui expose ainsi les organisations de producteurs à la même concurrence au sein des filières équitables que le système Fairtrade FLO. Devant les critiques émises par différents acteurs comme la SCOP Ethiquable et AVSF,

---

<sup>29</sup> <http://www.ecocert.com/equitable-solidaire-responsable-esr>

<sup>30</sup> <http://www.biopartenaire.com/>

ECOCERT se propose de limiter la participation des agro-plantations et de promouvoir d'avantage les organisations de producteurs. Mais les mécanismes demeurent à définir et mettre en place ...

Bien que prônant la constitution et le renforcement des organisations de producteurs, le référentiel ne considère par ailleurs pas de mécanismes contraignants pour les opérateurs commerciaux (ou les porteurs de projet) dans le cadre du partenariat établi. La modalité d'agriculture contractuelle semble ainsi constituer pour certains opérateurs commerciaux une option « plus simple » et à maintenir à moyen terme sous le prétexte qu'il n'est pas partout possible qu'une organisation soit mise en place ou renforcée en raison du contexte ou de la « culture » des producteurs, .... Elle leur permet de mettre en place des filières équitables avec pour interlocuteurs des instances de représentation des producteurs dont les modalités de constitution et de fonctionnement restent floues, la légitimité questionnable et des risques de capacités limitées de gestion et négociation. Elle permet finalement aux opérateurs commerciaux de garder le contrôle de la filière ...

Le fonds de développement est conçu afin de permettre l'investissement dans le développement de la filière, au bénéfice du partenariat commercial établi, ou dans des projets à caractère plus social. L'acheteur et le groupe de production (instances de représentation des producteurs dans le cas de l'agriculture sous contrat) décident ensemble de son utilisation. Il ne s'agit donc pas d'un fonds géré directement par les producteurs organisés au bénéfice de leur organisation et de la communauté comme l'est la prime de développement instaurée par Fairtrade FLO, dont l'impact sur le renforcement des organisations de producteurs et la dynamisation de processus de développement local est démontré et constitue l'un des points forts de ce système aux yeux des producteurs et du grand public notamment.

Le référentiel ESR se caractérise ainsi par une importante flexibilité basée sur la capacité des acheteurs et des groupes de production à définir ensemble les modalités du partenariat commercial. **L'impact de ce système de commerce équitable sur les processus de développement au sud dépend donc en grande partie de la vision de développement qu'ont les acheteurs utilisant le référentiel ESR et des capacités d'organisation et de négociation des producteurs.** A l'heure actuelle, une soixantaine de projets de relations commerciales a ainsi été certifiée par ECOCERT sous référentiel ESR.

#### *Comparaison des initiatives Fairtrade FLO et ESR<sup>31</sup>*

|                          | Fairtrade   | ESR   |
|--------------------------|---|---|
| <b>Les objectifs</b>     | Le développement de communautés au travers du commerce  | Développer des filières durables grâce à un partenariat solide établi entre des entreprises et leurs fournisseurs travaillant avec des communautés défavorisées.                |
| <b>Les producteurs</b>   | Petits producteurs organisés<br>Dans certains cas, petits producteurs non organisés livrant à une entreprise (contrats de production)<br>Travailleurs des plantations | Petits producteurs organisés<br>Petits producteurs non organisés livrant à une entreprise (contrats de production)<br>Travailleurs des plantations (sous réserve d'éligibilité) |
| <b>Un rayon d'action</b> | Plus restreint : de l'organisation de producteurs à la marque (les sous-traitants / façonniers ne sont pas audités)   | Plus large : de l'organisation de producteurs au distributeur, si ce dernier souhaite s'engager   |

<sup>31</sup> Etude « Le commerce équitable comme outil de l'aide publique au développement », HORUS-AVSF, AFD- 2009.

|   | Fairtrade   | ESR  |
|---|---|--|
| <b>Le champ d'application</b>   | Liste fermée de produits alimentaires et non alimentaires   | Liste ouverte de produits (alimentaires, artisanaux, cosmétiques, textiles sous réserve d'éligibilité), services   |
| <b>La formulation du référentiel</b>                                    | Plus précise et adaptée ; critères différenciés entre « minimum » et « de progrès »   | Plus générique : à décliner au cas par cas   |
| <b>La certification concerne</b>  | Chaque acteur des maillons de production et commercialisation d'une filière (les producteurs et leurs organisations reçoivent un certificat; les acheteurs, traders, transformateurs, et les marques sont contrôlés). | L'opérateur référent et au travers de lui, toute sa filière d'approvisionnement. Ainsi, chaque opérateur engagé directement avec ECOCERT et contrôlé conforme reçoit un certificat.              |
| <b>La façon de construire la filière</b>                                | L'entreprise construit sa filière à partir d'un pool d'acteurs déjà certifiés   | L'entreprise construit sa filière à partir d'un pool d'acteurs déjà certifiés, ou l'entreprise construit elle-même sa filière avec un groupe de production qu'elle propose pour la certification |
| <b>L'utilisation des pesticides</b>                                     | Restreinte  | Interdite  |
| <b>Le nombre d'acteurs dans une filière</b>                             | Aucune restriction  | Aucune restriction   |
| <b>Le lien avec l'agriculture biologique (AB)</b>                       | Encouragée sur toutes les productions ; standards qui constituent une transition  | Prérequis obligatoire pour les matières premières agricoles ; pour les textiles et cosmétiques, acceptation également des certifications écologiques   |
| <b>La responsabilité du suivi de l'impact environnemental</b>           | L'organisation de producteurs   | Le porteur de projet   |
| <b>Les parties prenantes</b>  | Producteurs et acteurs commerciaux participent aux structures d'élaboration du système  | Consultation au niveau d'un comité technique mis en place par ECOCERT  |
| <b>Les standards</b>  | Distincts selon les types de structure de production (organisation de producteurs ou plantation)  | Un référentiel technique générique   |
| <b>Le paiement de la certification de l'organisation de producteurs</b> | L'organisation elle-même (ou le fonds d'appui FLO si nécessaire) <sup>32</sup>  | Le porteur de projet   |
| <b>Le certificat appartient à</b>                                       | La structure certifiée  | Le porteur de projet   |
| <b>Modalités de fixation du prix minimum</b>                            | Fixation de prix minimums consignés dans des standards publics, garantis par grande région et par catégorie de produits   | Fixation de prix minimum pour chaque filière et chaque situation locale (négociation entre le premier acheteur et le groupe de production)   |
| <b>Le montant de la prime</b>   | Entre 10 et 20% en moyenne du prix FOB, selon les produits  | En cours de révision par ECOCERT, pour le moment fixé à 5% de la valeur du prix minimum garanti au producteur  |
| <b>Le paiement de la prime</b>  | Par l'acheteur  | Par le premier acheteur  |

<sup>32</sup> Une autre structure (acheteur, ONG...) peut éventuellement appuyer l'organisation à financer la certification.

|  | Fairtrade   | ESR   |
|--|---|---|
| <b>Les coûts</b>                                       | Pour les producteurs : coût du respect du cahier des charges, coût de la certification<br>Pour les acteurs commerciaux : coût de la traçabilité, coût de la certification<br>Pour les détenteurs de licence : coût d'utilisation du label | Pour les porteurs de projets: coût du respect du cahier des charges, coût de la certification, appui technique<br>Pour les acteurs commerciaux : coût de certaines actions de contrôle, coût de la certification, coût de la communication<br>Pas de coût d'utilisation du label. |
| <b>Engagement des acheteurs auprès des producteurs</b> | Engagement de moyen terme recommandé des acteurs économiques mais non obligatoire   | Engagement obligatoire sur une période minimum de 3 ans   |

**Imo Control** a également lancé une initiative de certification de commerce équitable incluse dans son programme *Fair for Life*<sup>33</sup>, en 2006. Le constat était que le système Fairtrade FLO ne permettait pas la certification de certains produits sur des filières non prises en compte, ou d'autres modalités de relations commerciales, non éligibles pour FLO. Ce référentiel considère ainsi tous types de produits (agricoles, artisanaux, minéraux,...) et d'entreprises commerciales (agro-plantations, organisations de producteurs et entreprises dites conventionnelles). Cette initiative est complémentaire aux systèmes de certification existants. Ainsi, à la différence du référentiel ESR, *Fair for Life* n'exige pas la certification biologique mais le respect du cahier des charges de caractère environnemental des certifications GOTS<sup>34</sup>, FSC<sup>35</sup>, Globalgap<sup>36</sup> ou Utz Certified<sup>37</sup>.

Les deux référentiels ESR et *Fair for Life* reconnaissent une équivalence avec le système Fairtrade FLO, permettant aux organisations qui le souhaitent d'obtenir ces certifications dès lors qu'elles détiennent déjà celle octroyée par FLO-Cert.

**Si elles souhaitent donc permettre l'accès à des certifications qui complètent, voire améliorent de leur point de vue celle de FLO, ces deux initiatives du Nord ne sont ainsi pas nées d'une remise en cause des orientations stratégiques du système Fairtrade FLO.**

Pour les organisations de producteurs, le choix entre ces différentes certifications ou le cumul de plusieurs certifications, dépend de plusieurs facteurs : leur degré d'adhésion aux modèles de commerce équitable promus par ces différentes certifications, leurs stratégies commerciales en lien avec l'évolution du marché du commerce équitable (demande des opérateurs commerciaux, des distributeurs et des consommateurs), leurs capacités financières pour assumer le coût des certifications visées, la complexité des référentiels et la lourdeur des mécanismes d'audit proposés, leurs capacités de gestion des différentes certifications, ...

### 2.3.2. Le label « Petits Producteurs » : une réaction positive des organisations paysannes

<sup>33</sup> [http://www.fairforlife.net/logicio/client/fairforlife/file/FFL\\_2011\\_0\\_Programme.pdf](http://www.fairforlife.net/logicio/client/fairforlife/file/FFL_2011_0_Programme.pdf)

<sup>34</sup> Global Organic Textile Standards (certification biologique pour les textiles): <http://www.global-standard.org/certification.html>

<sup>35</sup> Forest Stewardship Council, label de gestion responsable des forêts: <http://www.fsc.org/>

<sup>36</sup> Standards de bonnes pratiques agricoles : [http://www.globalgap.org/cms/front\\_content.php?idcat=9](http://www.globalgap.org/cms/front_content.php?idcat=9)

<sup>37</sup> Label de développement durable sur les filières café, cacao et thé: <http://www.utzcertified.org/fr>

En réponse à l'absence de considération effective par FLO des demandes des petits producteurs organisés, concernant notamment la concurrence avec les agro-plantations, les multinationales et l'agriculture contractuelle à laquelle ils sont exposés, une initiative du Sud a été impulsée ces dernières années par l'un des réseaux continentaux organisés au sein du système Fairtrade FLO : depuis l'Amérique latine, berceau historique du commerce équitable, la **CLAC lance ainsi le label Petit Producteur**. Ce label consiste à différencier clairement au sein du système Fairtrade FLO les produits issus d'organisations de petits producteurs, de ceux des agro-plantations et de l'agriculture contractuelle.

Le cahier des charges reprend les principes fondamentaux du commerce équitable défini par Fairtrade FLO, en se différenciant sur le point central suivant : **tous les produits labellisés sont issus à 100% des petits producteurs organisés**. Après des débats internes complexes concernant la définition d'un petit producteur, les critères suivants ont été finalement retenus selon l'activité productive: 15 ha maximum de surface cultivée en plein air, 1 ha de surface cultivée sous serre, ou 500 ruches par apiculteur. Cette définition a été voulue simple et quantitative de la part de FUNDEPPO, au vu des difficultés rencontrées par le passé pour accorder collectivement une définition à la fois multidimensionnelle et adaptée aux différents contextes, tout en étant facilement applicable, de ce qu'est effectivement un petit producteur. Elle devra sans doute évoluer dans les prochaines années, sur la base de l'expérience de mise en application de cette norme par la FUNDEPPO, et de l'éventuelle inclusion de nouveaux produits (issus de l'élevage ou de l'artisanat par exemple). L'initiative a été officiellement approuvée et lancée au cours de l'assemblée de la CLAC en septembre 2010 au Honduras et est actuellement discutée avec les réseaux d'Afrique et d'Asie.

En optant pour une initiative de labellisation basée sur un système de certification indépendant, la CLAC et les producteurs organisés qu'elle représente disposent d'un moyen de pression fort sur le système Fairtrade FLO, préoccupé par l'émergence de ce symbole et par la création d'un système de certification qui pourrait devenir concurrent à moyen terme. FLO et les initiatives nationales s'inquiètent naturellement face à une initiative dont la mise en application mettrait également en évidence au niveau des consommateurs que tous les produits équitables ne sont pas issus d'organisations de petits producteurs, alors que les campagnes de promotion réalisées jusqu'alors par les initiatives nationales comme Max Havelaar France, se sont centrées exclusivement sur les petits producteurs organisés.

En ce sens, l'initiative et la réaction des producteurs d'Amérique latine est prometteuse mais divers éléments détermineront sans doute son avenir :

- L'évolution de la relation parfois difficile entre la CLAC et FLO,
- Les orientations stratégiques du système prônées par divers acteurs du commerce équitable, y compris certaines initiatives nationales comme Max Havelaar France, qui souhaitent aujourd'hui aller dans le sens d'un recentrage concret sur les intérêts des petits producteurs,
- La capacité de la CLAC de mettre en place un système d'audits fiable et performant,
- La possibilité pour les organisations de mettre facilement en adéquation leurs systèmes internes de contrôle (s'agissant à court terme d'un nouveau système venant s'ajouter au système requis pour la certification délivrée par FLO-Cert),
- Le coût de la labellisation pour les organisations de producteurs mais aussi les importateurs qui souhaiteront s'engager dans cette démarche,
- Enfin, l'intérêt des importateurs, des distributeurs et des consommateurs, pour soutenir cette initiative des petits producteurs organisés du sud.

Pour AVSF, au-delà des conditions de viabilité future de ce symbole et possible label, cette initiative des producteurs d'Amérique latine, a un mérite central : elle remet au cœur des débats sur l'évolution du commerce équitable, dans les instances de FLO, mais également chez tous les autres

acteurs de la certification, la défense des intérêts des familles paysannes et des petits producteurs organisés face à la concurrence des agro-plantations, des multinationales et de l'agriculture contractuelle. Elle oblige ainsi tous les acteurs du commerce équitable, certificateurs, importateurs et acteurs économiques à prendre position sur ce que sont les fondamentaux du commerce équitable.

## 2.4. La mise en place pertinente de cadres de concertation et de régulation

La création de cadres de concertation et de régulation du commerce équitable au nord est apparue comme un besoin fondamental du système dans un contexte de forte croissance commerciale, d'inclusion de nouveaux acteurs aux intérêts divers, d'apparition de nouvelles initiatives de labellisation et de critiques et questionnements du système, de ses orientations et de son impact de la part d'une partie des consommateurs et des décideurs politiques notamment.

**La Plateforme Française du Commerce Équitable – PFCE**, a été créée en 1997 comme un collectif de concertation et de représentation des différents acteurs du commerce équitable en France. Elle a pour mission de « *défendre et promouvoir le commerce équitable en France... et d'établir des relations Nord/Sud plus justes et équilibrées... permettant aux producteurs et aux consommateurs de vivre dans la dignité et l'autonomie* ». Les membres de la PFCE, dont l'effectif est passé de 18 en 2005 à 39 en 2010, sont assez hétérogènes, aussi bien en termes de taille qu'en termes de positionnement et participation au sein du commerce équitable français. La Plateforme rassemble ainsi des organisations d'appui au Sud, des importateurs (grossistes et détaillants), des réseaux de distribution spécialisés, des opérateurs de tourisme équitable, des associations de promotion et de labellisation, ainsi que des structures de solidarité internationale<sup>38</sup>. Elle se propose<sup>39</sup> de structurer son action autour d'axes prioritaires : faire reconnaître et rendre visible le commerce équitable en France, consolider la crédibilité des pratiques de ses membres, valoriser les activités et produits de ses membres, et renforcer son rôle d'organisation professionnelle. Une contribution importante de la PFCE en France réside dans **la mise en place d'une charte du commerce équitable**<sup>40</sup> qui énonce les engagements et les critères que doivent respecter ses membres, constituant ainsi une première avancée vers la définition de principes fondamentaux du commerce équitable communs aux différents systèmes de certifications et aux différents acteurs participants en France.

Afin de répondre à l'attente des consommateurs français, certains confus devant la récente profusion de labels de consommation, dont le commerce équitable, le gouvernement français a créé en 2007 un cadre législatif et réglementaire spécifique pour le commerce équitable<sup>41</sup>. La **Commission Nationale du Commerce Équitable – CNCE**, première de ce genre en Europe, a ainsi été installée au sein du Ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi. Objectif de la CNCE, la reconnaissance officielle des systèmes de certification du commerce équitable en France passera ainsi par le respect d'un référentiel qui s'articule autour de 6 principes :

- L'amélioration des conditions de vie des producteurs défavorisés des pays en voie de développement ;
- L'indépendance : l'entité qui sollicite la reconnaissance n'exerce aucune activité de production, de transformation ou de distribution ;

---

<sup>38</sup> <http://www.commerceequitable.org/lapfceetsesmembres.html>

<sup>39</sup> <http://www.commerceequitable.org/lapfceetsesmembres/le-collectif/25.html>

<sup>40</sup> <http://www.commerceequitable.org/lapfceetsesmembres/chartedelapfce.html>

<sup>41</sup> <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000463875>

- La transparence : mise à disposition de l'ensemble des informations relatives au mode de fonctionnement de l'entité qui sollicite la reconnaissance ;
- La présence auprès des producteurs défavorisés dans les pays en développement avec la mise en place d'un système de contrôle au niveau local du respect des conditions du commerce équitable ;
- Les contrôles auprès des importateurs ;
- L'accompagnement et la sensibilisation des producteurs sur leurs compétences techniques et économiques, leurs prestations et leur organisation.
- La CNCE est constituée par les ministères compétents (Economie, Ecologie, Transports, Coopération, Commerce extérieur,...), des représentants des organisations et des fédérations professionnelles impliquées dans le commerce équitable (2), des représentants d'organisations et de fédérations spécialisées de commerce équitable (4), des représentants d'associations de défense des consommateurs (2), des représentants des organisations de solidarité internationale impliquées dans le commerce équitable (4, dont AVSF), et finalement deux personnalités qualifiées.

L'existence de ce cadre législatif et réglementaire et de cette Commission nationale, semble constituer un élément important du dispositif requis afin de reconnaître des systèmes privés de commerce équitable répondant au référentiel et ainsi éviter l'émergence d'initiatives de labellisation de commerce équitable à des fins purement mercantiles, sans réelle expertise sur la thématique du commerce équitable au Sud, et avec des cahiers des charges et des procédures d'audit qui n'apportent pas de réelles garanties pour les consommateurs finaux (en termes de traçabilité des produits et d'impact généré dans les pays du sud notamment). Ce cadre confère aussi à la CNCE la mission de développer la consommation de produits équitables en renforçant la visibilité et la crédibilité du commerce équitable auprès des consommateurs : grand public, collectivités territoriales et entreprises. Elle a aussi la mission de garantir que le développement du marché du commerce équitable permette un véritable développement dans les pays du Sud à travers les engagements forts que représentent les systèmes de garantie du commerce équitable : prix minimum garanti couvrant le prix de revient, prime de développement, pérennité des relations commerciales, préfinancement et appui aux organisations de producteurs, respect des engagements relatifs aux droits humains et à l'environnement.

L'installation officielle de la CNCE le 22 avril 2010, a soulevé de fortes attentes, et un important travail d'élaboration du référentiel et de définition des modalités du contrôle de son application a été réalisé ; cependant après 18 mois de mise en place de la CNCE, la finalisation et la validation officielle du référentiel n'ont pas encore abouti. Par ailleurs les questions relatives à la stratégie de la CNCE quant à la communication auprès du public, à la promotion du signe de reconnaissance des systèmes certifiés et son rôle dans la promotion des achats publics restent à traiter. L'officialisation de la composition du dossier de demande de reconnaissance du référentiel par arrêté ministériel est attendue avant la fin 2011. Après une phase d'élaboration du référentiel et des modalités de son application, la CNCE aura à préciser les conditions du financement de l'application des contrôles. Elle devra surtout passer à une nouvelle phase autour d'enjeux de communication et de promotion du commerce équitable. Pour ce faire la CNCE devrait se constituer en un espace de concertation et de réflexion prospective favorisant une implication pleine des différents acteurs membres de cette commission.

### 3. Un impact indéniable du commerce équitable sur les familles paysannes du Sud, leurs organisations et leurs territoires

#### 3.1. Une méthode d'évaluation d'impact pour répondre aux attentes des acteurs du Nord

La croissance du commerce équitable, a suscité des questionnements grandissants et des critiques parfois exagérées au cours des dernières années, qui ont rendu nécessaire la mise à disposition d'informations précises et objectives de l'impact réel qu'il génère au Sud, au-delà du discours généralement diffusé d'amélioration du revenu et des conditions de vie des petits producteurs du Sud. Cette demande émanait à la fois de consommateurs, d'acteurs politiques, d'agences de financement, et d'acteurs économiques de la filière au Nord (concessionnaires, grande distribution,..), pour mieux répondre aux attentes de leurs clients et de leurs partenaires économiques et financiers, enfin des initiatives de commerce équitable et du propre système FLO. Il s'agissait également d'une information devenue indispensable pour les institutions de coopération afin d'évaluer la pertinence de leurs actions en appui aux organisations de producteurs et de leurs effets sur les économies locales, mais également pour témoigner au Nord des effets du commerce équitable sur la base d'éléments objectifs auprès du grand public, de publics spécialisés, d'acteurs politiques et économiques, et d'appuyer les actions de plaidoyer pour l'intégration de "règles du jeu" du commerce international plus favorables aux petits producteurs du sud.

En coopération avec Max Havelaar France et Belgique, AVSF a ainsi pris en charge en 2005, la **construction d'un dispositif de mesure d'impact du commerce équitable sur les familles paysannes, leurs organisations et le développement des territoires concernés**<sup>42</sup>. Cinq catégories de changements significatifs et durables, selon le type d'entité certifié par FLO, ont ainsi été définies :

| Organisations de producteurs  | Travailleurs dans les agro-plantations                                    |
|---|---|
| 1. changements au niveau de la différenciation sociale <sup>43</sup>      | 1. changements au niveau la différenciation sociale                       |
| 2. changements au niveau des familles participantes au commerce équitable | 2. changements au niveau des familles participantes au commerce équitable |
| 3. changements sur la structuration des organisations de producteurs      | 3. changements sur la structuration des organisations de travailleurs     |
| 4. changements au niveau du développement local et national               | 4. changements au niveau du développement local et national               |
| 5. changements au niveau de la gestion des ressources naturelles          | 5. changements au niveau de la gestion des ressources naturelles          |

Les initiatives de commerce équitable lancées par IMO-Control ou ECOCERT étant récentes, et le commerce équitable régi par FLO représentant encore aujourd'hui la grande majorité des volumes de produits équitables agricoles échangés, le dispositif construit s'est concentré sur l'impact du commerce équitable Fairtrade FLO, de même que les études qui s'en sont suivies. Ces nouveaux référentiels étant fortement inspirés de Fairtrade FLO, les enseignements tirés des études depuis lors

<sup>42</sup> Dispositif de mesure d'impact du commerce équitable, AVSF, 2005, disponible et téléchargeable sur le site éditorial d'AVSF : [www.ruralter.org](http://www.ruralter.org). Dispositif construit avec le soutien du Ministère français des affaires étrangères et européennes.

<sup>43</sup> FLO affiche sa volonté de travailler avec les familles désavantagées. Cette catégorie, permet de connaître avec plus de précision quelles familles sont concernées par le commerce équitable dans une région donnée, selon différentes catégories sociales existantes (ethniques, économiques, sociales, ...)

réalisées représentent également un apport important pour ces entités pour la définition de leurs orientations stratégiques et techniques.

Cette grille d'analyse a ainsi été utilisée par AVSF pour diverses études d'impact du commerce équitable<sup>44</sup> dans le cas d'organisations paysannes et de plantations. Ce dispositif a été depuis utilisé par de nombreux opérateurs, bureaux d'étude et universitaires.

### 3.2. Un levier efficace pour des démarches de développement au Sud

Les études d'impact ainsi réalisées sur les filières café, mangue, banane ou encore quinoa, permettent de démontrer les effets générés par le commerce équitable. Elles permettent également de différencier ces effets entre les modèles de filières et les types d'acteurs participants au commerce équitable. Ces études fournissent ainsi des éléments déterminants pour la promotion du commerce équitable au service des organisations de producteurs, et pour l'action d'AVSF en appui à la consolidation de ce système, aussi bien au Sud qu'au Nord.

AVSF considère que le commerce équitable tel qu'il a été historiquement défini est un formidable outil pour la **promotion de dynamiques de développement local**, lorsqu'il est accompagné de l'appui technique et organisationnel requis. Les études d'impact réalisées démontrent en effet que lorsque le commerce équitable repose effectivement sur la participation et la consolidation des organisations de producteurs, il permet de générer un impact fort sur l'amélioration des conditions de vie des familles paysannes, le renforcement des organisations de producteurs, la gestion des ressources naturelles et divers processus de développement local et national des pays du Sud.

Au sud, en permettant l'accès à un prix minimum garanti qui **rémunère de manière équitable et à une plus juste valeur le travail du producteur** et grâce à l'octroi d'une prime additionnelle de développement, le commerce équitable Fairtrade FLO permet la **dynamisation d'économies locales** souvent marginalisées et oubliées des politiques publiques. Il génère et facilite la mobilisation de petits producteurs au sein d'organisations structurées qui réfléchissent et définissent, au niveau de leur territoire, des projets de développement économiques et sociaux. Il contribue directement au **renforcement des capacités économiques des organisations** et à des investissements locaux (infrastructures de transformation, ...) et favorise **l'émergence de services économiques sur les territoires ruraux** (commerce, petites entreprises, ..). Le commerce équitable a donc un effet important sur la structuration du milieu rural et le développement local.

En garantissant une relation commerciale sur le long terme, en permettant l'accès à du préfinancement pour la collecte des produits, le commerce équitable Fairtrade FLO contribue à renforcer ces mêmes organisations de petits producteurs du sud, pour qu'elles acquièrent peu à peu les connaissances nécessaires des marchés et développent leur **capacité de négociation avec les acteurs économiques** y compris sur d'autres types de marchés que le commerce équitable (conventionnels ou spéciaux). Pour AVSF, le commerce équitable joue donc un effet levier pour que des organisations de petits producteurs, jusqu'ici exclues en tant qu'acteur du marché mondial, se positionnent dans de meilleures conditions au sein de certaines filières (café, cacao, ...) dans lesquelles certaines d'elles-elles sont parvenues à jouer **un rôle primordial et incontournable dans la partie amont du marché (production, collecte, première transformation)**.

---

<sup>44</sup> Ces études sont disponibles sur le site éditorial d'AVSF : [www.ruralter.org](http://www.ruralter.org)

En contribuant à des relations équitables entre les différents maillons de la filière, le commerce équitable est une forme innovante de **régulation d'un marché générateur de qualité**. Il répond à une demande croissante des consommateurs en produits de qualité, identifiés géographiquement, provenant d'une agriculture paysanne respectueuse de l'environnement. Il est générateur de développement durable dans les zones de production dans ses trois dimensions écologique, économique et sociale.

### 3.3. Un exemple démonstratif : la Centrale des producteurs de bananes organiques de Piura au Pérou

#### 3.3.1 Des résultats économiques spectaculaires et une reconnaissance des paysans dans l'économie locale et nationale

La dernière étude réalisée en 2010 par AVSF sur **l'impact du commerce équitable de la banane au nord du Pérou**<sup>45</sup> avec la Centrale de Producteurs de Bananes Organiques de Piura (CEPIBO), permet d'illustrer les effets induits en comparaison du système local et international de commercialisation conventionnelle. CEPIBO est une faïtière de 12 organisations de base de producteurs de bananes du nord du Pérou, créée en 2003. L'appui d'AVSF à partir de 2007, a permis le développement de ses capacités de conditionnement, de contrôle de la qualité, de commercialisation et de gestion administrative et comptable. CEPIBO est ainsi devenue en 2008 la première organisation de producteurs de bananes du Pérou à exporter directement ses fruits sur les filières du commerce équitable européen, ouvrant la voie de l'articulation directe au marché d'exportation au reste des organisations du pays.

En termes économiques, le prix minimum garanti aux petits producteurs péruviens par le système du commerce équitable, est supérieur de plus de 25% en moyenne au prix du marché national. Certaines organisations paysannes comme CEPIBO vendent entre 50% et 70% de leurs production (soit une dizaine de containers d'environ 20TM, par semaine) sur les marchés du commerce équitable : ce prix permet ainsi une augmentation notable des revenus des familles de producteurs et celles d'entre-elles qui possèdent au moins 1ha de banane parviennent à un revenu mensuel supérieur au salaire minimum légal au Pérou de 150€/mois. Ainsi, un producteur cultivant au moins 1ha de bananes obtient un revenu d'environ 195€/mois dans le cas d'un investissement technologique limité dans sa parcelle, et d'environ 260 €/mois dans le cas d'un investissement technologique plus important. Ce prix leur permet de jouir d'une certaine stabilité de revenus limitant d'autant leur vulnérabilité à la volatilité des prix sur l'ensemble de l'année. Ces familles dépendent pratiquement toutes des revenus de la monoculture de la banane, qui s'explique par le peu de terres qu'elles possèdent (0.9ha en moyenne par famille) et la rentabilité relative de cette culture. Ces revenus permettent de couvrir les besoins familiaux d'achat de denrées alimentaires sur les marchés locaux, et garantissent l'accès aux services basiques de santé et d'éducation. De plus, ils rendent possible l'amélioration des habitations et le développement d'activités économiques complémentaires telles que l'ouverture de petites échoppes ou l'investissement dans la production de riz.

---

<sup>45</sup> Cette étude est disponible sur le site éditorial d'AVSF : [www.ruralter.org](http://www.ruralter.org)

Autre impact fondamental confirmé : la structuration et la consolidation des organisations de producteurs. Celles-ci parviennent à exporter directement leurs bananes sur les marchés du commerce équitable ; elles se positionnent au sein de leur filière et assument ainsi des rôles pris en charge auparavant par des acteurs privés perçus comme des intermédiaires. Leurs capacités accrues de négociation commerciale leur permettent d'obtenir une plus grande partie de la valeur ajoutée créée au bénéfice de leurs producteurs membres, auparavant concentrée principalement au niveau des entreprises agro-exportatrices (achat aux producteurs aux alentours de 4US\$/caisse et exportation à plus de 10US\$/caisse).

Pour ses 1400 producteurs membres, CEPIBO assure aujourd'hui des services d'assistance technique, la gestion des certifications (biologique, Globalgap, commerce équitable), le conditionnement des fruits, la gestion financière et comptable et l'exportation directe. Elle établit également des conventions de partenariats avec des institutions techniques et financières comme la fondation hollandaise Rabobank ou des caisses locales d'épargne-crédit qui permettent à ses membres d'accéder au crédit et de sortir d'une situation d'exclusion du système financier conventionnel (garanties inadaptées aux capacités et réalités des petits producteurs, taux d'intérêts démesurés, ...).

La prime de développement versée par tous les importateurs de banane de commerce équitable aux organisations de producteurs (1 USD/caisse de bananes de 18.14kg, soient 1080 USD/container), permet à ces mêmes organisations de consolider des fonds propres, et de réaliser des investissements collectifs primordiaux afin d'augmenter leur compétitivité face aux entreprises nationales et multinationales présentes dans le secteur et disposant de fortes capacités d'investissement. Cette prime permet à ces organisations de mettre en place des réseaux de câbles aériens pour le transport des régimes de bananes, des unités de conditionnement, des systèmes d'irrigation,... Autant d'investissements qui leur permettent d'augmenter la productivité du travail des producteurs associés mais également de réduire leurs coûts de commercialisation. Elle permet également la mise en place de programmes de formation des producteurs, de fonds d'entraide aux familles en cas de décès de producteurs membres, d'accès collectif à des soins médicaux particuliers, ainsi que le financement de projets communautaires.

Ces organisations de producteurs contribuent également à des initiatives de développement au niveau local, qui témoignent d'un impact du commerce équitable bien au-delà des seules familles membres des organisations. La prime de développement leur permet de financer le lancement d'activités rémunératrices en milieu rural pour des groupes sociaux défavorisés (femmes et jeunes notamment) : production et vente d'engrais biologiques, de farine de banane, d'équipements pour le conditionnement des bananes, etc. Ces organisations participent aussi aux espaces de concertation concernant l'affectation des budgets publics mis en place au niveau local et régional, pour la gestion participative du territoire entre les représentants de l'Etat et les organisations de la société civile.

En venant rompre des situations de monopoles ou en modifiant des conditions commerciales jusqu'à alors désavantageuses pour les petits producteurs individuels, ces organisations stimulent la concurrence entre acheteurs de bananes dans la zone de production. Elles jouent ainsi un rôle clé dans la régulation du prix sur le marché local, au bénéfice de tous les producteurs. La création en 2003 de plusieurs organisations de petits producteurs du commerce équitable, dont CEPIBO, provoque déjà une première augmentation significative des prix payés au producteur (de 1,1USD/caisse à 2,7USD par caisse). En 2008, ce sont les premières exportations directes de CEPIBO qui provoquent une nouvelle hausse (de 3,5USD/caisse à 4,3USD/caisse), générant une concurrence directe avec les entreprises exportatrices en faveur des petits producteurs. Le prix de vente de la caisse de bananes a ainsi plus que triplé en 5 années. Finalement, ces organisations ont contribué significativement à l'amélioration des conditions de travail de la main d'œuvre employée pour les

activités de récolte et de conditionnement de la banane dans l'ensemble de la zone : le salaire moyen a augmenté de 30% en moyenne par rapport à celui payé par les entreprises concurrentes.

Mais au-delà de ces impacts, l'effet majeur du commerce équitable est peut-être ailleurs : pour ces producteurs, appartenir à des organisations qui gèrent l'ensemble de la production, du conditionnement et de l'exportation directe de leurs produits sur des marchés d'exportation exigeants, c'est **obtenir la reconnaissance de leur rôle dans l'économie locale et nationale péruvienne, et retrouver une certaine estime d'eux-mêmes et de leur activité.**

### 3.3.2 Une organisation fragilisée par la concurrence d'une multinationale

La cartographie et analyse des études d'impact réalisée par le CIRAD<sup>46</sup> pour la Plateforme française du Commerce Équitable – PFCE<sup>47</sup>, ou encore l'étude d'impact du commerce équitable de la banane réalisée par AVSF en République Dominicaine en 2007<sup>48</sup>, indiquent que l'impact du commerce équitable basé sur la production en agro-plantations se traduit principalement par l'amélioration relative des conditions de travail et des revenus des ouvriers agricoles, ainsi qu'à leur accès à certains avantages complémentaires (assurance maladie, participation aux frais de scolarité, etc.). Ce modèle de production participant au commerce équitable, de par sa nature, n'a en effet pas d'impact direct sur l'amélioration des conditions de vie des familles de petits producteurs, ni sur la consolidation des organisations paysannes. La même étude réalisée en 2010 par AVSF avec CEPIBO dans la vallée du Chira au Pérou a permis quant à elle de mettre en évidence des éléments importants concernant les opérateurs exportateurs de bananes sur les marchés du commerce équitable, en particulier la multinationale DOLE à travers sa filiale péruvienne COPDEBAN.

L'absence d'information commerciale et de participation des producteurs dans la prise de décision constitue un premier élément important. Les producteurs organisés vendant leur production à cette multinationale, ne connaissent pas le prix d'exportation de leurs fruits sur les marchés du commerce équitable, et n'ont ainsi qu'une capacité très limitée de négociation concernant les prix d'achat fixés par l'entreprise. L'augmentation la plus significative du prix aux producteurs n'a ainsi été décidée par cette entreprise qu'en réponse à l'apparition d'organisations de producteurs exportatrices (de 3.5USD/caisse à 4.3USD/caisse en 2008 lorsque CEPIBO exporte ses premiers containers...). Tout en illustrant l'intéressante capacité de régulation des prix sur le marché local des organisations de commerce équitable cela indique que la politique commerciale de cette multinationale ne considère pas prioritaire ni l'augmentation des revenus des producteurs, ni la consolidation de leurs organisations.

Le fait que cette entreprise achète la banane des producteurs bord-champs n'a pas permis durant toutes ces années de relations commerciales (entre 2003 et 2007) le développement des capacités des organisations afin qu'elles jouent un rôle croissant au sein de la filière, au niveau du conditionnement et de la commercialisation notamment. Le transfert progressif de responsabilités de l'entreprise aux organisations, comme mis en avant par FLO pour justifier de l'incorporation des telles entreprises exportatrices, n'a pas eu lieu. Cette stratégie de maintien du simple rôle de fournisseur de matière première en champs limite ainsi l'accès des producteurs et de leurs organisations à la richesse générée au sein de la filière. Elle limite également le processus de

---

<sup>46</sup> Centre International de Recherche pour le Développement Agricole - France

<sup>47</sup> <http://www.commerceequitable.org/>

<sup>48</sup> Estudio de medición de los efectos y del impacto del Comercio Justo en el caso de Paso Robles (República Dominicana). Nicolas Eberhart & Sally Smith, 2007.

technification des systèmes de production de ces producteurs, par rapport à ceux qui sont associés aux organisations agro-exportatrices. Ce qui influe directement sur la marge générée par l'activité de production de bananes, et in fine sur les revenus des producteurs. Elle ne permet pas aux organisations de se capitaliser financièrement comme le font celles qui exportent directement grâce aux marges réalisées et aux avantages fiscaux qui leur sont octroyés.

Enfin, diverses pratiques de déstabilisation de la part de la filiale de DOLE ont été dénoncées par les organisations de producteurs de commerce équitable considérées dans cette étude : campagnes de désinformation auprès des producteurs visant à les discréditer, augmentation brutale du prix d'achat aux producteurs, offre de prix en-dessous des cours du marché à des clients potentiels des organisations, création d'organisations parallèles dans les zones d'influence des organisations exportatrices,... Ces mauvaises pratiques visent à affaiblir les organisations optant pour l'articulation directe au marché d'exportation afin de freiner leur émancipation, diviser leurs producteurs pour les capter et avec eux, leur production, et accaparer le plus de parts de marché possible au sein des filières équitables.

Toutes ces études montrent donc combien l'impact généré par le commerce équitable labellisé Fairtrade FLO présente ainsi des différences importantes selon le mode de production (petits producteurs individuels ou organisés, agro-plantations), le degré de participation des organisations de producteurs au sein des filières (maîtrise de différents maillons de production, conditionnement, transformation, exportation) et le type de filières. Ainsi pour les producteurs insérés dans des filières café, la plus-value du commerce équitable reste importante en raison notamment du rôle joué par leurs organisations qui ont fait obstacle à l'entrée de plantations sur le marché labellisé FLO, se sont consolidées techniquement et financièrement et ont finalement démontré leur capacité à s'insérer efficacement dans le marché.

## **4. L'engagement d'Agronomes et Vétérinaires sans frontières en faveur du commerce équitable**

### **4.1 Construire une solidarité d'acteurs sur les filières au profit des organisations paysannes**

L'avenir du commerce équitable semble conditionné par l'effort conjugué d'une chaîne d'acteurs tout au long de la filière :

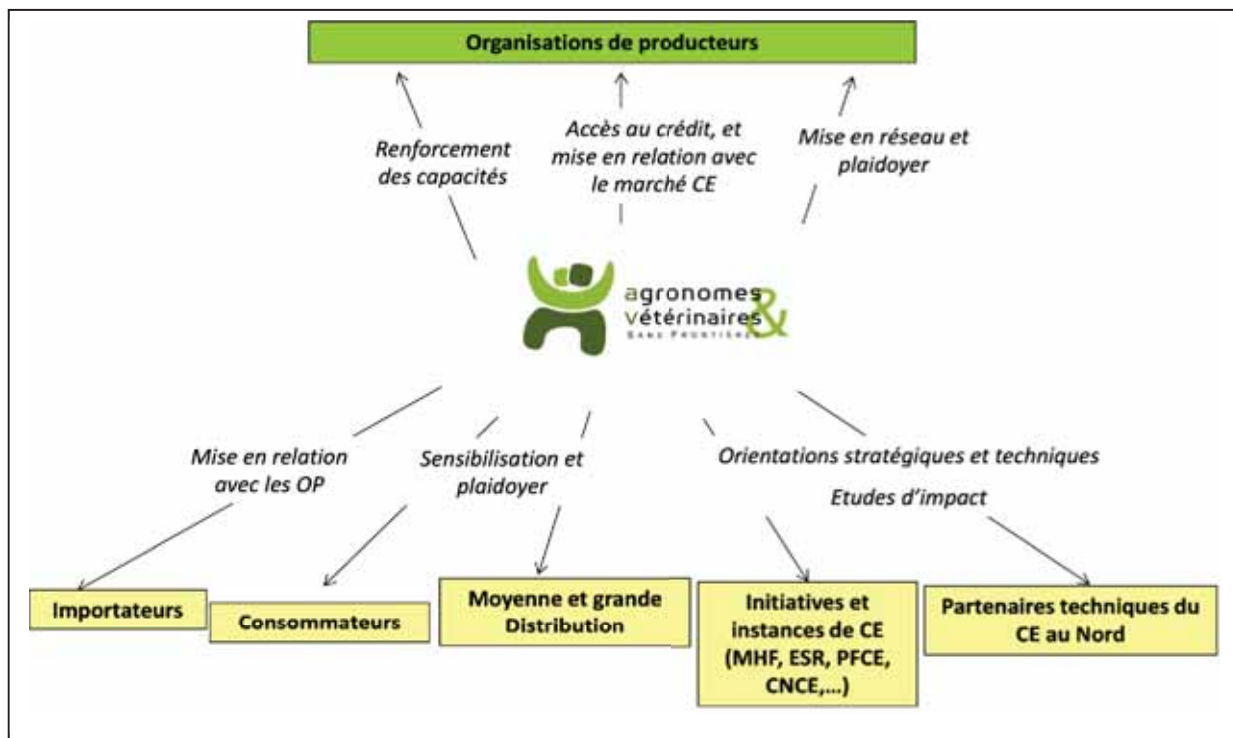
- ✓ depuis les familles paysannes du Sud et leurs organisations,
- ✓ les organisations du commerce équitable et les certificateurs comme FLO, ECOCERT, ou Artisans du Monde en France sur la filière intégrée,
- ✓ les ONG d'appui du Nord et du Sud qui accompagnent les organisations pour améliorer leur production et la qualité, leur propre structuration, et leur capacité à s'insérer dans des filières de commercialisation,
- ✓ les opérateurs économiques (acheteurs, transformateurs) qui ouvrent et proposent des marchés aux organisations sur le moyen terme,
- ✓ les distributeurs de produits du commerce équitable, qu'ils soient grands supermarchés ou petites boutiques, bien qu'ils ne soient soumis aujourd'hui à aucun cahier des charges et ne

considèrent le commerce équitable que comme l'une de leurs stratégies commerciales, voire un simple outil marketing,

- ✓ finalement, les consommateurs, qui, par leur geste d'achat, contribuent directement à une meilleure rémunération des producteurs du sud et à une dynamisation du développement des territoires ruraux du sud.

Pour défendre le commerce équitable, AVSF souhaite donc contribuer à ce que cette solidarité et les efforts conjugués de tous ces acteurs de la filière soient constamment rappelés pour éviter la récupération, par l'un ou l'autre de ces acteurs en Europe, du discours et donc de l'image positive du commerce équitable à des fins de pure notoriété ou à des fins strictement commerciales.

Pour sa part, AVSF est un acteur historique du commerce équitable, au Sud comme au Nord. L'association intervient ainsi en appui à différents types de partenaires, et participe comme institution de référence dans différents groupes de travail et espaces de concertation et prise de décision concernant le commerce équitable. Sa participation n'a pour objectif que de **consolider un commerce équitable au service avant tout des agricultures familiales et des organisations de producteurs.**



#### 4.2. Poursuivre l'accompagnement historique d'AVSF au service du renforcement des capacités des organisations paysannes du sud

Agronomes et Vétérinaires sans frontières accompagne aujourd'hui plus de 50 organisations paysannes d'Amérique latine et centrale, d'Haiti, de Madagascar, d'Afrique de l'Ouest et d'Asie qui commercialisent du café, du cacao, des fruits, des épices, du sucre, du sésame ou du quinoa dans les filières du commerce équitable en France et en Europe.

En conformité avec sa mission et sa charte<sup>49</sup>, AVSF situe clairement son rôle en appui aux producteurs familiaux du sud et à leurs organisations. Le renforcement des capacités des organisations de producteurs, demeure pour l'association l'une de ses principaux objectifs en coopération. Il constitue un apport majeur pour le système de commerce équitable, dont l'un des principaux enjeux actuellement est la garantie de la participation active des producteurs organisés au sein des filières équitables et des organes de gouvernance du propre système.

AVSF développe ainsi des projets de renforcement de capacités des organisations de producteurs positionnées au sein de différentes filières de commerce équitable (café, cacao, banane, mangue, ananas, fruit de la passion, litchi, vanille, quinoa, sésame, et fonio), qui doivent leur permettre de :

- se renforcer au niveau institutionnel : **transparence, démocratie, organisation, capacité de gestion administrative, technique et commerciale,**
- **améliorer la qualité des produits** tout en assurant la durabilité des systèmes de production mis en place et sans fragiliser les conditions de sécurité alimentaire au niveau local,
- renforcer leur **capacité à faire valoir leurs droits dans le cadre des négociations commerciales avec des acteurs économiques** dans les filières du marché du commerce équitable mais également dans des filières conventionnelles ou autres,
- renforcer les liens et les échanges entre-elles (organisations ou syndicats professionnels) et leur capacités de concertation avec les autres acteurs de la filière (interprofession) pour **défendre les intérêts des petits producteurs sur les marchés internationaux et dans les politiques d'appui au niveau national.**

Plusieurs des organisations appuyées par AVSF ces dernières années constituent aujourd'hui des référents en matière d'organisations entrepreneuriales dotées d'une gestion participative, démocratique, transparente et efficiente : CEPICAFE et CEPIBO au Pérou sur les filières café-cacao et bananes respectivement, FANOHANA à Madagascar sur les filières litchi, vanille et autres épices, UCOCAB et FECCANO en Haïti sur les filières café et cacao, COPROBICH en Equateur sur la filière quinoa, ...

#### 4.3. Favoriser les partenariats entre les organisations de producteurs et des institutions financières pour l'accès au crédit

Dans les coopérations mises en place au Sud, **l'accès au crédit constitue un enjeu primordial**. L'accès des organisations de producteurs à des fonds de roulement est en effet déterminant pour qu'elles puissent se responsabiliser des étapes de collecte et vente des produits de leurs associés, et obtenir ainsi une plus grande part de la valeur ajoutée créée au sein des filières.

Le préfinancement d'une partie des récoltes par les acheteurs de commerce équitable, pratique recommandée par les différents référentiels de commerce équitable mais non imposée, constitue une première réponse à ce besoin, bien qu'elle soit conditionnée par la capacité financière et la conception du partenariat commercial de la part des acheteurs. Des institutions financières locales ou internationales ont également développé certains outils plus adaptés aux besoins et capacités des organisations de producteurs. Ainsi, AVSF appuie la mise en relation des organisations qu'elle appuie avec ce type d'institutions financières (comme la fondation Rabobank ou Progreso), qui utilisent

---

<sup>49</sup> Téléchargeable sur [www.avsf.org](http://www.avsf.org)

comme garantie des organisations de producteurs, les contrats qu'elles ces mêmes organisations ont établis avec des acheteurs.

En raison du risque inhérent à l'activité agricole d'une part et de la nature des garanties proposées par les organisations de producteurs d'autre part, les volumes de financement demeurent globalement insuffisants pour constituer des fonds de roulement ou pour permettre aux organisations d'investir dans leurs activités. Avec ses partenaires européens (ONG et entités financières spécialisées) AVSF appuie le développement d'innovations auprès de certaines organisations : en Bolivie par exemple, la Fédération des petits producteurs de café (FECAFEB) a créé un outil financier doté d'un capital (FINCAFE) qui sert de garantie auprès du secteur bancaire marchand pour l'obtention de prêts de trésorerie nécessaire aux opérations de collecte.

#### **4.4. Consolider les relations partenariales avec des entreprises engagées et militantes du commerce équitable au Nord**

L'accès au marché du commerce équitable constitue un autre élément clé pour les organisations de producteurs. AVSF favorise et privilégie leur mise en relation directe avec des opérateurs commerciaux fortement impliqués dans le commerce équitable, en cohérence avec les principes suivants :

- La défense et la mise en pratique par les opérateurs commerciaux des principes fondamentaux du commerce équitable,
- La participation et la contribution au commerce équitable comme une stratégie commerciale et institutionnelle centrale de ces opérateurs,
- La construction de partenariats forts entre les organisations de producteurs et les opérateurs, sur le long terme, qui inclut le préfinancement des récoltes et des projets d'investissements communs (par exemples, des unités de transformation et de conditionnement des produits agricoles) pour le développement des capacités des organisations et leur responsabilisation progressive au sein des filières.

AVSF souhaite ainsi consolider les partenariats établis avec certains acteurs économiques, eux-mêmes militants d'un commerce équitable au service des paysanneries du Sud, comme le sont notamment les acheteurs « 100% commerce équitable » comme la SCOP Ethiquable ou l'entreprise Altereco.

Ces acteurs économiques savent instaurer des relations commerciales performantes et durables avec les organisations de producteurs avec lesquelles nous coopérons, informent les organisations de producteurs de l'évolution des marchés, des opportunités existantes mais aussi des exigences de ces marchés, et contribuent ainsi directement au renforcement de leurs connaissances et compétences.

Ils prennent parfois des risques à nos côtés pour consolider de jeunes organisations paysannes naissantes et donc fragiles, dans des contextes économiques et politiques parfois difficiles (par ex. Haïti ou Madagascar). Ils n'hésitent pas à innover : Ethiquable par exemple, cherche à ce que la transformation soit assurée directement ou indirectement par les organisations de producteurs auxquelles la SCOP achète ses produits, afin que la plus grande partie possible de la valeur ajoutée créée demeure au Sud.

Ces acteurs économiques reconnaissent également que l'accompagnement d'AVSF aux organisations est souvent une garantie pour la qualité de la production, la transparence et le fonctionnement démocratique de l'organisation, le respect des engagements pris avec eux, et finalement le respect des cahiers des charges. Les organisations de producteurs du sud les plus consolidées aujourd'hui sont effectivement celles qui ont été portées par des leaders en leur sein, mais également appuyées à certains moments clés de leur développement par des organisations d'appui technique et des projets de coopération.

Enfin, ces acteurs économiques « militants » démontrent en France et en Europe que commerce, rentabilité d'entreprise et éthique ne sont pas antagoniques. **Ils sont des alliés indispensables pour défendre au Nord un commerce équitable au service des organisations de producteurs.**

#### 4.5. Consolider les réseaux nationaux et internationaux d'organisations de producteurs du commerce équitable

Outre leur contribution à la dynamisation de l'économie en zones rurales, les organisations de producteurs accompagnées par AVSF, ont un rôle important de représentation des intérêts des familles paysannes au sein des espaces de concertation et prise de décision au niveau local, national et international. AVSF considère ainsi comme une stratégie centrale de son appui au renforcement des organisations de producteurs du sud, la promotion de l'associativité entre organisations de petits producteurs.

Les réseaux nationaux et continentaux d'organisations de producteurs de commerce équitable Fairtrade FLO constituent des instances représentatives stratégiques pour la défense de l'agriculture paysanne et d'un modèle de commerce équitable en faveur des petits producteurs organisés, dans les pays du Sud et au sein même du système de gouvernance de FLO<sup>50</sup>. AVSF se propose ainsi de **coopérer pour la constitution et/ou la consolidation de différents réseaux de producteurs de commerce équitable, principalement en Afrique de l'Ouest, en Amérique latine et Caraïbes.**

Sur la base des expériences développées ces dernières années en appui à divers réseaux nationaux comme la Coordination Nationale des organisations de commerce équitable du Pérou – CNCJ Pérou, les stratégies d'appui d'AVSF aux réseaux nationaux et continentaux sont présentées ci-après:

- La mise en place d'outils de gestion associative (statuts, règlement intérieur, plan stratégique,...),
- L'appui à la dynamisation de la vie organique des réseaux (structuration d'un secrétariat technique, organisation d'événements et de réunions des membres, visites des organisations membres,...),
- La formation des membres et employés des organisations de commerce équitable (principes et fonctionnement du coopérativisme, gestion de la certification, administration de la prime de développement,...),
- La mise en place d'un système interne d'information, d'analyse et de débat concernant les orientations stratégiques et techniques du commerce équitable,
- L'appui pour l'élaboration participative de propositions d'amélioration des différents systèmes de commerce équitable en faveur des petits producteurs organisés,

---

<sup>50</sup> Le Conseil d'administration de FLO étant constitué de 5 représentants d'initiatives nationales de commerce équitable, 4 représentants d'organisations de producteurs et/ou des réseaux continentaux, 2 représentants d'opérateurs commerciaux certifiés commerce équitable, et 3 experts indépendants.

- L'appui pour le développement et la promotion par les réseaux d'initiatives de labellisation de commerce équitable « pro-paysannes » comme le symbole « Petit Producteur » lancé par la CLAC,
- L'appui pour la représentation des organisations membres au sein de différents espaces de concertation et prise de décision au niveau national et au sein des réseaux continentaux,
- L'organisation d'échanges d'expériences entre réseaux nationaux et/ou sous-régionaux d'organisations de producteurs de commerce équitable (comme ceux réalisés en 2009 et 2011 entre l'Amérique latine et l'Afrique de l'Ouest),
- L'appui à l'ingénierie de renforcement de capacités de maîtrise technique et financière,
- La promotion du commerce équitable et de l'agriculture paysanne au niveau national et régional.

Il est important de souligner que différentes initiatives de régulation ou encadrement du commerce équitable de la part des Etats ont émergé récemment, comme en Equateur ou au Pérou. Ce processus, impulsé par des certains ministères avec l'appui d'acteurs parfois peu légitimes (ONG, réseaux parallèles aux réseaux Fairtrade existants), est pour le moment exogène aux organisations de petits producteurs du commerce équitable et à leurs réseaux. Il est donc fondamental que les organisations certifiées en commerce équitable, participent activement à ces processus de régulation au sud, à travers leurs réseaux nationaux, afin d'assurer la prise en compte des fondements du commerce équitable dans le cadre législatif mis en place, ainsi que la reconnaissance de leur représentativité et de leur légitimité pour participer aux réflexions et prises de décision concernant le commerce équitable au niveau national.

#### 4.6. Mobiliser l'expertise d'AVSF auprès de partenaires techniques du nord pour un commerce équitable en faveur des organisations paysannes

Sur la base de ses expériences de terrain, AVSF mène des activités d'appui-conseil auprès de différents partenaires techniques du nord, afin de partager sa connaissance et sa compréhension des dynamiques paysannes dans les pays du Sud, ainsi que des effets des orientations techniques et stratégiques des différents systèmes de commerce équitable.

AVSF se mobilise notamment en France et en Europe afin que les différentes initiatives de labellisation existantes et en cours de développement prennent en compte de manière prioritaire les intérêts des organisations de petits producteurs dans leurs dispositifs, dans un contexte de participation grandissante d'autres types d'acteurs au sein des filières équitables (agro-plantations, multinationales exportatrices et grande distribution notamment) :

AVSF maintient ainsi une **relation de coopération et d'échanges avec Max Havelaar France**, dont les réorientations stratégiques annoncées pour 2011 détermineront le degré d'interaction entre ces deux institutions dans les prochaines années.

AVSF participe également au **comité technique constitué par ECOCERT** pour le développement de son initiative de labellisation de commerce équitable ESR, afin qu'elle prenne en compte les critiques faites au système Fairtrade FLO et n'en connaisse pas les mêmes écueils. AVSF cherche ainsi à influencer afin que ce référentiel recentre effectivement ses stratégies et ses outils au service des petits producteurs du Sud afin d'éviter la consolidation de filières verticales dans lesquelles les entreprises, exportatrices et/ou importatrices joueraient le rôle moteur et les organisations de producteurs ne

constitueraient qu'une cible secondaire, voire facultative, du système de commerce équitable mis en place.

Des standards plus contraignants doivent permettre de garantir effectivement que les partenariats mis en place servent avant tout les intérêts des producteurs du Sud et de leurs organisations à moyen terme.

Les difficultés rencontrées par certaines agricultures familiales au Nord, pour bénéficier d'un accès favorable aux marchés, ainsi que les enjeux globaux de préservation des ressources naturelles et de l'environnement, entraînent également les différentes initiatives de commerce équitable et les acteurs impliqués, à considérer la mise en place d'un **système de commerce équitable Nord-Nord**. Des acteurs comme Ethiquable et Altereco ont ainsi développé les premières gammes de produits de commerce équitable Nord-Nord comme les farines de céréales, les jus de fruits, les pois cassés et haricots,... Ces initiatives sont pour le moment basées sur des cahiers des charges inspirés des principes et outils des systèmes de commerce équitable mentionnés auparavant. La prise en compte de cette nouvelle dimension Nord-Nord, constitue aussi un nouvel enjeu pour les systèmes de commerce équitable labellisé existants. **Ces initiatives ont le mérite de rappeler que même si ces agricultures paysannes au Nord et au Sud sont loin de rencontrer les mêmes difficultés, elles sont partout en danger et méritent d'être mieux connues et reconnues au niveau économique et social, et d'être soutenues à travers des modalités d'échanges commerciaux plus favorables.**

#### **4.7. Participer activement dans des espaces de concertation et prise de décision au Nord**

L'existence au sein de la **PFCE** de divergences concernant les intérêts et les attentes de ses membres, rend difficile la recherche systématique de consensus et par conséquent son positionnement clair sur certains sujets stratégiques du commerce équitable, comme par exemple la certification des agro-plantations ou la mise en place de standards plus contraignants concernant la production de quinoa équitable. Comme le révèle l'évaluation de la PFCE réalisée en 2010, certains des membres attendent qu'elle développe des relations avec les pouvoirs publics ; d'autres qu'elle augmente leur crédibilité, d'autres qu'elle joue un rôle politique ; d'autres encore qu'elle développe des services d'appui ; d'autres finalement qu'elle soit un allié stratégique pour un changement d'échelle du commerce équitable ou pour le rapprochement avec les familles de la consommation responsable.

La volonté de la **Plateforme française du commerce équitable (PFCE)** de renforcer les alliances entre acteurs stratégiques du commerce équitable, et de réaliser des études d'impact du commerce équitable permettant de nourrir les analyses et débats et de construire des argumentaires solides, vont dans le sens de certaines actions menées par AVSF ces dernières années, et confortent le **rapprochement opéré entre les deux institutions**. La capacité future de la PFCE à aborder les sujets de fond existants au sein du commerce équitable, et parvenir à des accords entre ses membres permettant effectivement l'amélioration de leurs pratiques, constitue selon AVSF un enjeu majeur pour la consolidation de cette plateforme. La clarification des rôles de la PFCE constitue également un élément important : pour AVSF, outre la concertation et la réflexion entre acteurs du commerce équitable en France, la plateforme devrait se concentrer sur un rôle de représentation de ses membres, au sein de la CNCE notamment, et de promotion du commerce équitable au niveau national. En fonction des orientations prises par la Plateforme, AVSF décidera de la modalité la plus

pertinente de collaboration: l'incorporation comme membre ou l'établissement d'une relation de partenariat entre ces deux institutions.

La **participation d'AVSF à la Commission Nationale du commerce équitable (CNCE)** est également importante : sa contribution vise à la prise en compte des fondamentaux du commerce équitable, au service des petits producteurs et du développement des territoires ruraux, parmi les critères primordiaux qui permettront d'agrèer les systèmes de garanties du Commerce équitable. La CNCE porte en effet l'essentiel de ses travaux sur la mise au point du système de reconnaissance des référentiels de commerce équitable (Fairtrade FLO, ESR et WFTO). L'élaboration et la mise en place de cahiers des charges pour les distributeurs constituent également un enjeu au sein de cet espace. AVSF est au sein de la CNCE l'un des quatre représentants des organismes de coopération opérant en appui au commerce équitable. Sa participation doit aussi contribuer à démontrer l'impact généré par le commerce équitable basé sur les organisations de producteurs, afin de promouvoir les agricultures paysannes et leur contribution au développement des territoires ruraux. AVSF doit finalement, par ses travaux, aider les représentants des pouvoirs publics concernés à analyser l'évolution du commerce équitable, et à reprendre certains des principes, modalités et outils du commerce équitable, pour la construction de politiques publiques de régulation des marchés.

## Conclusion

Le commerce équitable se trouve ainsi aujourd'hui confronté à **une série de défis** : une activité commerciale importante malgré le ralentissement de sa croissance, l'émergence de nouvelles initiatives de commerce équitable labellisé aux côtés du système Fairtrade FLO, l'incorporation de modes de production concurrents des organisations de producteurs (agro-plantations et production contractuelle), la participation croissante d'acteurs dominants au sein des filières équitables (multinationales et grande distribution), et des débats de fonds dans différentes instances concernant les orientations des différents systèmes de commerce équitable labellisé et *in fine*, **la sauvegarde des principes fondamentaux du commerce équitable**.

Malgré tout, au vu des partenariats commerciaux qu'il permet, de l'amélioration des conditions de vie des familles paysannes marginalisées auquel il contribue, et des processus de développement local qu'il génère, **le commerce équitable demeure un outil de développement important**. Son efficacité est d'autant plus importante et durable qu'il se combine à des mesures favorables mises en place par les acteurs publics et privés en appui aux organisations de producteurs et au développement socioéconomique. Le commerce équitable ne résoudra pas en effet seul les iniquités de développement dont souffrent tout particulièrement les populations paysannes du Sud. Les questions cruciales de sécurité alimentaire et de redynamisation économique de zones marginalisées sans grand potentiel productif apparent, impliquent que soient faits des choix politiques volontaristes en faveur de l'adaptation des agricultures du Sud à fournir les marchés, à générer des revenus et de l'emploi sur les territoires et à gérer efficacement leurs environnements. Cette voie suppose que soient définies et mises en place des politiques agricoles et économiques qui leur soient favorables, et de développement plus équitables, et non de domination, d'exclusion ou d'assistance

**Or le commerce équitable constitue, plus qu'un simple modèle innovant de commerce, un modèle performant de régulation du marché international**, applicable dans les relations commerciales Nord-Sud, mais également Nord-Nord et Sud-Sud. Ces principes et outils devraient servir de références pour discuter et promouvoir au sein de filières conventionnelles, des mesures de régulation des relations partenariales entre acteurs complémentaires. Les propositions qui en découleraient pourraient être reprises par les instances de décision des politiques commerciales internationales afin de corriger les effets économiques, sociaux et environnementaux négatifs générés par le libre-échange.

AVSF continuera ainsi à se mobiliser auprès des différents systèmes et acteurs du commerce équitable, au Sud comme au Nord, pour en défendre les principes fondateurs au bénéfice des familles paysannes que l'association accompagne, et pour contribuer à la construction collective de propositions d'amélioration des règles actuelles du commerce international en faveur des pays du Sud et de leurs populations.

## Bibliographie sur l'impact du commerce équitable

### **Méthodologie de mesure d'impact du commerce équitable, disponible sur Ruralter :**

**Dispositif de mesure d'impact du commerce équitable sur les organisations et familles paysannes et leurs territoires**, Nicolas Eberhart, AVSF, 2007.

### **Etudes d'impact, disponibles sur Ruralter :**

**Etude d'impact du commerce équitable de la banane dans la vallée du Chira au Pérou**, Augusto Aponte et Romain Valleur (AVSF), 2010 (en espagnol),

**Synthèse de l'étude d'impact du commerce équitable sur deux organisations de producteurs de bananes dans la vallée du Chira au Pérou**, Augusto Aponte et Pierril Lacroix (AVSF), 2010 (en français et espagnol),

**Synthèse de l'étude d'impact du commerce équitable de la mangue au Pérou – cas d'APROMALPI**, César Morocho et Pierril Lacroix (AVSF), 2008 (actualisation et synthèse de l'étude de 2006 de Carlos Rocca),

**Etude d'impact du commerce équitable du café en Equateur – cas de FAPECAFES**, Nicolas Eberhart (AVSF), 2007,

**Synthèse de l'étude d'impact du commerce équitable de la filière café dans les Yungas de Bolivie**, Christophe Chauveau et Nicolas Eberhart (AVSF), 2006,

**Etude du commerce équitable dans la filière café en Bolivie**, Christophe Chauveau et Nicolas Eberhart (CICDA), 2002.

### **Autres études d'impact :**

**Cartographie et analyse des études d'impact du commerce équitable au sud**, Solveig Roquigny et Isabelle Vagneron (CIRAD), 2010,

**Synthèse de l'impact du commerce équitable labellisé FLO**, Barbara Guittard et Karine Laroche (Max Havelaar France), 2009,

**Etude d'impact du commerce équitable de la banane au Pérou – cas de APPBOSA et AMPBAO**, Augusto Aponte (AVSF), 2010 (en espagnol),

**Etude d'impact du commerce équitable du quinoa en Bolivie**, Javier Quisbert, Romain Valleur et Pierril Lacroix (AVSF), 2009,

**Etude d'impact du commerce équitable de la banane en République dominicaine – cas de Banelino**, Nadia Zariouh (Oréade Brecht), 2007,

**Etude d'impact du commerce équitable du café au Pérou – cas de COCLA**, Lise Duval (Oréade Brecht), 2007,

**Etude d'impact du commerce équitable de la banane en plantation en République dominicaine – cas de Paso Robles**, Nicolas Eberhart et Sally Smith, 2007 (en anglais).

© VSF-CICDA - Agronomes et Vétérinaires sans frontières, Lyon - France, 2011



Association française de solidarité internationale reconnue d'utilité publique, *Agronomes et Vétérinaires sans frontières* agit depuis plus de 30 ans avec les communautés paysannes des pays en développement pour résoudre la question alimentaire. L'association met à leur service les compétences de professionnels de l'agriculture, de l'élevage et de la santé animale : aide technique, financière, formation, accès aux marchés... Agronomes et Vétérinaires Sans Frontières mène plus de 80 programmes de coopération dans 20 pays d'Amérique Centrale et du Sud, d'Asie et d'Afrique, au côté des sociétés paysannes pour lesquelles l'activité agricole et d'élevage reste un élément fondamental de sécurisation alimentaire et de développement économique et social.

[www.avsf.org](http://www.avsf.org)



RURALTER est un programme d'*Agronomes et Vétérinaires sans frontières* qui appuie les initiatives de capitalisation d'expériences et diffusion de méthodologies et de référentiels technico-économiques utiles aux acteurs du développement rural, qu'ils soient techniciens d'institutions et de collectivités territoriales ou dirigeants paysans. RURALTER diffuse ses productions sous le label éditorial du même nom.

[www.ruralter.org](http://www.ruralter.org)