

2011/06

# Le commerce équitable L'intention qui compte

par CHRISTOPHE ENGELS

*Analyses &  
Études*  
Société



*Nos analyses et études, publiées dans le cadre de l'Éducation permanente, sont rédigées à partir de recherches menées par le Comité de rédaction de SIREAS sous la direction de Mauro SBOLGI, Editeur responsable. Les questions traitées sont choisies en fonction des thèmes qui intéressent notre public et développées avec professionnalisme tout en ayant le souci de rendre les textes accessibles à l'ensemble de notre public.*

Ces publications s'articulent autour de cinq thèmes

#### MONDE ET DROITS DE L'HOMME

Notre société a la chance de vivre une époque où les principes des Droits de l'Homme protègent ou devraient protéger les citoyens contre tout abus. Dans de nombreux pays ces principes ne sont pas respectés.

#### ÉCONOMIE

La presse autant que les publications officielles de l'Union Européenne et de certains organismes internationaux s'interrogent sur la manière d'arrêter les flux migratoires. Mais ceux-ci sont provoqués principalement par les politiques économiques des pays riches qui génèrent de la misère dans une grande partie du monde.

#### CULTURE ET CULTURES

La Belgique, dont 10% de la population est d'origine étrangère, est caractérisée, notamment, par une importante diversité culturelle

#### MIGRATIONS

La réglementation en matière d'immigration change en permanence et SIREAS est confronté à un public désorienté, qui est souvent victime d'interprétations erronées des lois par les administrations publiques, voire de pratiques arbitraires.

#### SOCIÉTÉ

Il n'est pas possible de vivre dans une société, de s'y intégrer, sans en comprendre ses multiples aspects et ses nombreux défis.

*Toutes nos publications peuvent être consultées et téléchargées sur notre site [www.sireas.be](http://www.sireas.be), elles sont aussi disponibles en version papier sur simple demande à [educationpermanente@sireas.be](mailto:educationpermanente@sireas.be)*



**Service International de Recherche,  
d'Éducation et d'Action Sociale asbl**  
Secteur Éducation Permanente  
Rue du Champ de Mars, 5 – 1050 Bruxelles  
Tél. : 02/274 15 50 – Fax : 02/274 15 58  
[educationpermanente@sireas.be](mailto:educationpermanente@sireas.be) – [www.sireas.be](http://www.sireas.be)

Avec le soutien du Ministère  
de la Fédération  
Wallonie-Bruxelles



FÉDÉRATION  
WALLONIE-BRUXELLES

***L**e commerce équitable est un système d'échange visant à assurer des revenus décents aux paysans des pays en voie de développement. Refusant l'impératif capitaliste du prix le plus bas, il propose une approche régulationniste des échanges économiques. Non, donc, au diktat d'une présumée « main invisible »<sup>1</sup> du marché ! Oui, au contraire, à l'introduction de « règles du jeu » spécifiques...*

. Il conviendra tout d'abord de s'inscrire dans une relation à long terme, fondée sur la prévisibilité des prix et des commandes.

. Il s'agira également de faire en sorte que l'intermédiaire, d'une part, et le « consomm'acteur »<sup>2</sup>, d'autre part, consentent à déboursier un prix qui soit réellement rémunérateur pour le petit producteur. Un prix qui couvrira en tout état de cause aussi bien le coût de ses matières premières que ses coûts fixes<sup>3</sup> et ceux de sa main d'oeuvre.

*« Pour certaines denrées, notamment les matières premières agricoles telles la banane ou le café, les participants à la chaîne équitable fixent ensemble un prix minimum à payer au producteur, explique l'altermondialiste et environnementaliste Charly Poppe<sup>4</sup>. Le prix final payé au producteur*

1 Le philosophe et économiste écossais Adam Smith (1723-1790) a introduit le concept de « main invisible » pour évoquer l'idée que l'ensemble des actions guidées par notre seul intérêt personnel conduiraient à la richesse et au bien-être sociétaux.

2 « Consom'acteur » est un néologisme qui renvoie à l'idée selon laquelle on peut consommer tout en agissant de façon citoyenne. Qu'il s'agisse d'opter pour des produits issus du commerce équitable, de miser sur le bio ou de favoriser les achats de proximité, cet adepte de la consommation responsable décide d'utiliser consciemment son pouvoir d'achat pour défendre les valeurs auxquelles il croit.

3 Les « coûts fixes » sont ceux qui ne varient pas en fonction de la taille de l'activité : frais d'électricité, primes d'assurance et autres coûts qui, contrairement aux « coûts variables », n'augmentent pas avec le volume de production.

4 Membre d'une association militant pour la protection de l'homme et de l'environnement :

*correspondra alors au prix le plus avantageux entre le prix local, le prix du marché mondial et le prix défini a priori par les partenaires. »<sup>5</sup>*

Par dessus le... marché, la rémunération équitable devra intégrer les « coûts cachés » de la production, à savoir le bien-être social des travailleurs et le respect de l'environnement.

C'est ainsi qu'on conviendra d'une « prime de développement », qui sera fixée aux alentours de 10% du prix d'achat.

## ENTENDONS NOUS...

Alternative au mode de fonctionnement actuel du capitalisme international, le commerce équitable ? Tel est en tout cas le projet qu'il s'assigne. Histoire de construire un nouveau type de relation entre producteurs et consommateurs.

Place, ici, à des rapports de travail fondés sur l'intérêt partagé.

De quoi justifier l'émergence de nouvelles règles. Qui visent à organiser les échanges économiques autour d'une définition consensuelle, liant ces quatre principales organisations du commerce équitable que sont *IFAT*<sup>6</sup>, *EFTA*<sup>7</sup>, *FLO*<sup>8</sup> et *NEWS!*<sup>9</sup>.

*« Le commerce équitable s'entend comme un partenariat commercial fondé sur le dialogue, la transparence et le respect dans le but de parvenir à une plus grande équité dans le commerce international.*

*Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions d'échanges et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs salariés, en particulier ceux du Sud.*

---

les Amis de la Terre - Europe.

5 Poppe Charly, Louvain (Revue bimestrielle de l'Université catholique de Louvain), n°162, avril 2006, p. 20.

6 *IFAT (International Federation for Alternative Trade)* est une fédération qui rassemble 160 organisations de commerce équitable du Nord et du Sud : fédérations nationales de commerce équitable, ONG d'appui au commerce équitable, organisations de producteurs...

7 *EFTA (European Fair Trade Association)* est une association regroupant douze importateurs européens.

8 *FLO (FAIRTRADE Labelling Organizations)* est une ONG internationale qui réunit dix-neuf initiatives nationales de labellisation du commerce équitable : *Fairtrade Mark* (Irlande), *Fairtrade Foundation* (Grande-Bretagne), *Förningen för Rättvisemärkt* (Suède), *Max Havelaar Belgium*, *Max Havelaar Fonden* (Danemark), *Max Havelaar France*, *Max Havelaar Norge* (Norvège), *Max Havelaar Stiftung* (Suisse), *Reilun Kaupan* (Finlande), *Sitching Max Havelaar* (Pays-Bas), *Transfair Austria*, *Transfair Canada*, *Transfair Germany*, *Transfair Italy*, *Transfair Japan*, *Transfair Minka* (Luxembourg) et *Transfair USA* (États-Unis).

9 *NEWS! (Network of European World Shops)* est un réseau de quinze fédérations nationales de «magasins du monde» en Europe représentant plus de 2.500 magasins.

*Les organisations du commerce équitable s'engagent activement à soutenir les producteurs, à sensibiliser l'opinion publique et à mener des campagnes pour des changements dans les règles et les pratiques du commerce international conventionnel. »<sup>10</sup>*

## **TROP BEAU POUR ÊTRE VRAI...?**

Cette définition fait la part belle aux impératifs moraux de justice et de solidarité. Mais elle n'empêche pas la subsistance de nombreuses divergences.<sup>11</sup>

D'où la création de nouvelles règles ayant vocation à encadrer les systèmes de production et les échanges.<sup>12</sup> Autant de préceptes cristallisés dans des codes de conduite et dans des labels privés que mettent au point différentes organisations.

De là la multiplication de ces labels. Et, par voie de conséquence, l'apparition de problèmes liés à l'institutionnalisation du commerce équitable.<sup>13</sup>

« *L'institutionnalisation de l'«innovation sociale» que représente le commerce équitable est d'autant plus délicate que les règles implicites sont interprétées et retranscrites de manière explicite à travers différents cahiers des charges aux niveaux d'exigence variables* », interviennent Aurélie Carimentrand et Jérôme Ballet, de l'Université de Versailles Saint Quentin en Yvelines<sup>14</sup>.

Cette confusion risque de nuire au développement de l'ensemble des filières de commerce équitable. Car en introduisant un facteur de suspicion, elle menace de tirer la demande des consommateurs à la baisse.

## **La jungle des label**

En grandes surfaces plus encore que dans les magasins de produits biologiques, la crédibilité de l'information transmise par une marque est sujette à caution. Un problème d'autant plus substantiel que beaucoup de

10 *FINE, Basis for improved co-operation in fair trade, FLO-IFAT-NEWS!-EFTA, 2000.*

11 Ces divergences portent sur l'interprétation des règles générales et sur le contrôle des droits économiques associés aux labels concernés.

12 Ces règles, multiples, portent par exemple sur le paiement d'un prix équitable. Sur le soutien financier, technique et organisationnel aux producteurs. Sur l'engagement à long terme. Ou alors sur la transparence.

13 En cause, d'une part, l'unification des règles formelles ou non formelles qui régissent les relations entre les acteurs et, d'autre part, la reconnaissance de la légitimité de ces règles.

14 Ballet Jérôme et Carimentrand Aurélie, *Commerce équitable et durabilité institutionnelle*, in Colloque organisé du 19 au 21 juin 2006 à Montréal par la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable de l'Université du Québec à Montréal (UQAM), p.5 : <http://www.crsdd.uqam.ca/>.

consommateurs manquent déjà, au départ, de la connaissance de base qui leur permettrait de se poser les bonnes questions.

Nombreux sont-ils ainsi à ignorer que, d'un label à l'autre, le niveau d'exigence diffère. Et rares sont-ils à savoir que le pourcentage d'ingrédients équitables varie en fonction des produits abordés. Quant à ceux qui sont au parfum, comment arriveraient-ils à s'y retrouver dans le foisonnement des modalités particulières qui caractérisent la jungle des labels ?

« *Vingt-cinq pour cent d'intrants certifiés «Bio-équitable» suffisent à l'attribution de la marque pour un produit*, précisent par exemple Carimentrand et Ballet. *Comparativement, le cahier des charges «Main dans la Main» exige que 50% des intrants soient issus d'une ou plusieurs de ses sept filières certifiées «Main dans la Main»*<sup>15</sup>.

Cette nouvelle source de confusion risque de s'avérer d'autant plus dommageable qu'elle est susceptible de provoquer un effet d'éviction des «bons» labels par les «mauvais». De quoi, à nouveau, alimenter la suspicion du *consomm'acteur*. De quoi, du coup, ébranler la légitimité du système. De quoi, par conséquent, nuire à l'accroissement de la demande. Et, une fois de plus, contrarier, voire anéantir le développement de l'ensemble des filières de commerce équitable...<sup>16</sup>

## RÉDUIRE LE NOMBRE D'INTERMÉDIAIRES

Outre le danger lié à la distribution, le commerce équitable est confronté à un péril plus global: celui des intermédiaires...

Un petit exemple valant souvent mieux qu'un long discours, choisissons celui du café bolivien... « *Certains intermédiaires-importateurs n'acceptent d'acheter une certaine quantité de café équitable qu'à la condition que leur soit fournie simultanément une quantité beaucoup plus grande de café standard à un prix en dessous du prix de marché*, expliquent les deux économistes susmentionnés. *De telles pratiques réduisent évidemment à néant les efforts faits par le commerce équitable puisque le gain pour les producteurs réalisés sur le café équitable est*

---

15 Ballet Jérôme et Carimentrand Aurélie, Commerce équitable et durabilité institutionnelle, *ibidem*, p. 5 : <http://www.crsdd.uqam.ca>.

16 Pour plus d'informations en la matière, on se référera utilement au site <http://www.crsdd.uqam.ca> de la *Chaire de responsabilité sociale et de développement durable* de l'Université du Québec à Montréal (UQAM): Ballet Jérôme et Carimentrand Aurélie, *Commerce équitable et durabilité institutionnelle*, *ibidem*, p. 5.

*compensé par la perte subie sur le café non équitable. »<sup>17</sup>*

L'épisode montre bien que les circuits longs tendent toujours à accroître le risque de vider de leur substance les garanties apportées aux consommateurs en matière d'équité.

## MINIMISER LES DISTANCES PARCOURUES

Vive les circuits courts, donc! Au sens commercial de l'expression, bien sûr. Mais aussi dans son acception géographique. Car il conviendrait autant de réduire le nombre d'intermédiaires que de minimiser les distances parcourues. Au point que certains en arrivent à plaider en faveur d'un ralentissement des relations Nord-Sud, dominantes actuellement. Histoire d'aller dans le sens d'un développement des relations Sud-Sud et Nord-Nord...

## L'ENVERS DU DÉCOR

Voilà qui nous amène à une double question essentielle...

. Le commerce équitable produit-il des effets sensibles sur les conditions de vie des producteurs méridionaux ?

. Et sa généralisation permettrait-elle, le cas échéant, de modifier les conditions de vie des populations défavorisées du Sud ?

Comment répondre judicieusement à de telles interrogations sans évaluer la réalité et le bien-fondé de l'impact du commerce équitable ? Une mission que s'assignent un certain nombre d'études. Qui soulignent l'existence de nombreux effets positifs. Mais qui précisent aussi l'ampleur relativement réduite de ceux-ci.

En outre, considèrent Aurélie Carimentrand et Jérôme Ballet, « *on ne peut pas parler d'impact du commerce équitable, mais seulement d'impact de différentes formes de commerces dits équitables.* »<sup>18</sup>

En terme d'efficacité, le label du commerce équitable peut de fait se décliner selon des modalités différentes. Ramenées à trois par l'économiste belge Cédric Duprez<sup>19</sup>....

- Soit ledit label est proposé librement et gratuitement à chaque producteur.

---

17 Ballet Jérôme et Carimentrand Aurélie, *Commerce équitable et durabilité institutionnelle*, *ibidem*, p. 13 : <http://www.crsdd.uqam.ca/>.

18 Ballet Jérôme et Carimentrand Aurélie, *Commerce équitable et durabilité institutionnelle*, *ibidem*, p. 27 : <http://www.crsdd.uqam.ca/>.

19 Cédric Duprez est économiste aux *Facultés Universitaires Notre Dame de la Paix* (FUNDP), à Namur.

- Soit des barrières financières sont dressées, qui forcent celui-ci à payer un montant déterminé pour disposer du précieux sésame.
- Soit ce sont d'autres types d'entraves qui prévalent, restreignant ainsi arbitrairement le droit d'accès à un certain nombre de producteurs.

Dans les deux premiers cas, le label devra contribuer à augmenter la demande de café. Sans quoi il échouera dans sa vocation à tirer le revenu (net) de producteur vers le haut, donc à promouvoir des avancées économiques, sociales et/ou environnementales au Sud. Reste donc à espérer que le consommateur ne diminuera pas sa consommation de café. Sous peine de détériorer la situation du producteur au lieu de l'améliorer. Ce qui lui pend au nez lorsqu'il existe l'un ou l'autre substitut au produit concerné : le thé par exemple. « *L'utilisation d'un label est dès lors peu indiquée pour certains types de biens, estime Duprez. Notamment les biens facilement substituables.* »<sup>20</sup>

Dans la troisième hypothèse (celle des entraves arbitraires), *la demande de café non labellisé diminuera à mesure qu'augmentera celle du café labellisé.* « *Le label crée alors au sud des gagnants, les producteurs labellisés, et des perdants, les autres producteurs* »<sup>21</sup>, expliquent les Belges Jean-Marie Baland<sup>22</sup> et Cédric Duprez. On le comprend : dans ce cas, l'avantage dont bénéficient quelques producteurs privilégiés s'acquiert au détriment d'une majorité de leurs confrères.

### À utiliser avec modération...

Les conclusions à tirer d'une telle réflexion interpellent, voire dérangent: autant le recours au label s'indiquerait dans des circonstances cadrées et pour certaines catégories de biens précises, autant son utilisation risquerait fort de s'avérer... contre-productive dans toutes les autres occurrences !

Le commerce équitable ? À utiliser, donc, avec discernement... En ne perdant jamais de vue que les bons sentiments ne suffisent pas. Et que le mieux est parfois l'ennemi du bien...<sup>23</sup>

20 Duprez Cédric, Le label peut jouer des tours, in Louvain (Revue bimestrielle de l'Université catholique de Louvain), n°178, avril-mai 2009, p. 35.

21 Jean-Marie Baland est professeur aux *Facultés Universitaires Notre Dame de la Paix* (FUNDP, Namur, Belgique), attaché au *Centre de Recherche en Économie du Développement* (CRED).

22 Jean-Marie Baland est professeur aux *Facultés Universitaires Notre Dame de la Paix* (FUNDP, Namur, Belgique), attaché au *Centre de Recherche en Économie du Développement* (CRED).

23 Pour plus d'informations en la matière, on se référera utilement à

- Duprez Cédric, *Le commerce équitable est-il contre-productif?*, conférence donnée le 27 février 2007 dans le cadre des *Midis de l'éthique* de l'Université catholique de Louvain (UCL) (modérateur: Axel Gosseries),
- Baland Jean-Marie et Duprez Cédric, Louvain (Revue bimestrielle de l'Université catholique de Louvain), n°162, *ibidem*, p. 25,
- Duprez Cédric, Louvain (Revue bimestrielle de l'Université catholique de Louvain),



## Commerce équitable, mode d'emploi...

**Raison de plus pour s'interroger** sur les conditions de réussite du commerce équitable. Et en particulier sur quatre d'entre elles:

- la professionnalisation des producteurs les plus vulnérables,
- la sensibilisation du consommateur final (pour qu'il achète plus),
- le raccourcissement des circuits,
- un travail législatif qui permettrait d'«harmoniser vers le haut», c'est-à-dire de ramener tous les labels au niveau des meilleurs...

### *Professionnaliser les producteurs les plus vulnérables*

« Il faut distinguer entre les producteurs en situation de vulnérabilité et ceux déjà plus professionnalisés, expliquent Carimentrand et Ballet. Dans le premier cas, le commerce équitable apporterait une certaine sécurité sur les ressources sans que cela ne se traduise par un accroissement majeur. Dans le second cas, le commerce équitable favoriserait surtout l'investissement dans les outils de production et permettrait donc un accroissement futur de revenu. (...) Les individus les plus défavorisés risquent d'être régulièrement écartés des circuits du commerce équitable en raison des exigences de qualité des produits, de respect des délais de livraison et d'adaptation à de nouveaux produits. »<sup>24</sup>

L'avenir de la formule pourrait donc bien passer par une forme quelconque d'aide à la professionnalisation des producteurs les plus vulnérables.

### *Sensibiliser le consommateur final pour qu'il achète plus*

Pour arriver à ses fins, le commerce équitable doit pouvoir compter sur la bonne volonté du consommateur final. Hors augmentation de la demande, point de salut !

### *Raccourcir les circuits*

Les acteurs du commerce équitable auraient tout intérêt à se mettre en position de contrôler toute la chaîne, de la production à la distribution, pour se donner les meilleures assurances de succès.

Les circuits (commercialement et géographiquement) courts contribueraient à atténuer les risques de pressions sur les prix, notamment en évitant que les intermédiaires n'acquièrent ce rôle prépondérant qui leur permettrait, en définitive, d'imposer leur vues et de contrôler les filières.

---

n°178, *ibidem*, p. 35.

24 Ballet Jérôme et Carimentrand Aurélie, op cit., p.17: <http://www.crsdd.uqam.ca/>.

*Légiférer dans le sens d'une harmonisation vers le haut*

Inutile de revenir à ce stade sur l'insuffisance de clarté qui caractérise

- les règles du commerce équitable,
- la concurrence que se livrent les différentes organisations pour dominer le marché.

Une double nébulosité qui contribue à brouiller les pistes. Au point de décourager le consommateur un tant soit peu soucieux de vérifier l'impact de ses actes d'achat.

Ils'agit dès lors de chercher à mettre en œuvre les moyens législatifs adéquats. « *Mais on peut là aussi avoir des doutes sur la portée de la législation, considèrent nos guides hexagonaux. Ne risque-t-elle pas d'être une législation minimale qui servirait surtout les moins bons labels ?* »<sup>25</sup>

Le but, en effet, devrait moins consister à unifier les pratiques qu'à ramener tous les labels au niveau des meilleurs.

---

25 Ballet Jérôme et Carimentrand Aurélie, op cit., p.27: <http://www.crsdd.uqam>.



