

## Entre éthique et solidarité : le commerce équitable

Florence Loriaux

---

Aujourd'hui, à travers le monde, des millions de petits producteurs agricoles et d'artisans vivent dans l'isolement et le dénuement le plus total avec un revenu journalier d'à peine un dollar \$. La vente de leur production ne couvre pas, ou à peine, les frais de leur labeur. L'accès au crédit étant difficile, les emprunts à des taux usuriers prohibitifs peuvent entraîner une forme d'esclavagisme économique en liant le producteur au créancier de la dette. Dans le cadre de la mondialisation du commerce, véritable facteur d'accroissement des inégalités Nord-Sud, se dessine le projet de commerce équitable qui porte le développement des petits producteurs des pays du Sud grâce à l'organisation de la commercialisation de leurs produits.

Selon le rapport du Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD) publié en 2000 sur le développement humain, les marchés d'exportation sont détenus à 82% par les 20% des pays les plus riches contre 1% pour les 20% des pays les plus pauvres. Il semble dès lors quasi impossible pour les plus vulnérables de lutter de lutter sur l'échiquier économique mondial inéquitable. En outre, la faiblesse du marché local et des politiques développées sur le terrain mais incapables de répondre aux enjeux du développement, peuvent du jour au lendemain faire plonger ces producteurs dans la misère la plus noire.

Les cours des matières premières agricoles (cacao, café, thé, ...) sont tributaires de fortes variations et les conditions d'achat imposés par la pression des multinationales, des commanditaires et des groupes industriels, qui font vivre une grande partie des salariés et producteurs du Sud, peuvent s'effondrer sur le marché mondial. La pression est d'autant plus écrasante que les petits producteurs n'ont aucun accès direct sur le marché mondial.

Dans ces conditions, il devient quasi impossible pour un petit paysan ou artisan de vivre dignement de son travail sans devoir vivre dans des conditions proches de l'esclavage, de mettre ses enfants au travail et de renier son environnement social, économique, écologique et culturel.

### **Humaniser l'économie**

Le concept de commerce équitable apparaît dès lors comme un formidable outil de développement durable en favorisant l'émancipation des agriculteurs et des artisans les plus défavorisés, notamment en préfinançant une commande jouant le rôle d'instituts de micro-crédits. Le coup d'envoi est donné par des associations internationales qui, dans le cadre de leur lutte contre la pauvreté dans les pays en développement et soucieuses d'humaniser l'économie en manifestant leur volonté de réintroduire une forme d'éthique dans un commerce sauvage, se sont lancés dans le commerce équitable. Ainsi, au lieu de fournir une aide sous forme de dons, ces associations peuvent, grâce au commerce équitable, autofinancer les projets. La vente dans le Nord des produits fabriqués dans le Sud génèrent de nouvelles ressources. OXFAM (Oxford committee for famine relief) créée en 1942 par des religieux afin de lutter contre la faim dans le monde, sera la première association à se lancer dans l'aventure dès 1949 en développant l'idée de vendre des produits réalisés par des artisans en difficulté dans le tiers-monde en leur garantissant ainsi des revenus réguliers et en les considérant comme de véritables partenaires commerciaux qui vendent des produits de qualité. En 1954 est créé aux États-Unis le Self-Help, un réseau d'entraide et de solidarité internationale.

Le commerce équitable prend son envol aux débuts des années 60 au Royaume-Uni et aux Pays-Bas, sous l'impulsion de militants de la solidarité internationale sous le nom de «commerce alternatif» qui se fixe pour objectif de développer des rapports commerciaux Nord-Sud en dehors des circuits classiques et en suivant des principes éthiques alors inexistants. Cela induit que la relation commerciale s'inscrit dans la durée et dans la stabilité.

Ainsi, en 1959, dans le sud des Pays-Bas, SOS, une association caritative créée par de jeunes catholiques importent des produits d'artisanat du tiers-monde, issus pour la majorité d'entre eux de missions chrétiennes dans un but de solidarité. Cette association prendra plus tard le nom de S.O.S. Wereldhandel avant d'être connue sous celui de Fair Trade Organisatie.

### **Lutter contre l'exploitation de l'homme par l'homme**

Le courant humaniste et religieux est rapidement relayé par le courant tiers-mondiste qui apparaît dans les années 1960 dénonçant l'inégalité des échanges et remettant en cause l'organisation libérale de l'économie organisant l'exploitation de l'homme par l'homme.

La Conférence des Nations Unies pour le commerce et le développement (CNUCED) tenue en 1962 proclame le principe «Trade but not Aid» (Le commerce, pas la charité). Au cours de la Conférence de 1968 à New Delhi, les pays en voie de développement ont à nouveau présenté leurs revendications pour un commerce plus équitable - mais sans succès.

Malgré les difficultés, le premier magasin dit de commerce équitable ouvre ses portes en Hollande en 1969. L'objectif est de vendre des produits artisanaux du Tiers Monde provenant directement des producteurs (des artisans). L'initiative connaît un franc succès, car deux ans plus tard ce sont quelques 120 boutiques qui sont ouvertes. Menant des actions de sensibilisation à la problématique tiers-mondiste, les boutiques ont vu s'accroître leurs activités commerciales allant même jusqu'à occuper une place équivalente à celle de l'information. La qualité des produits s'est sensiblement améliorée et la palette des produits s'est élargie. En outre, un véritable professionnalisme commercial a vu le jour dans certains magasins et l'on assiste aux premières percées dans les centres commerciaux.

### **Ainsi parut «Max Havelaar»**

En 1988, est créé le label «Max Havelaar» rendant hommage au héros d'un roman hollandais du même nom écrit par Multatuli au XIX<sup>e</sup> siècle et symbolisant la révolte d'un citoyen contre l'injustice du système colonial en Indonésie. Ce label «Fair Trade» va permettre à des distributeurs de vendre des produits issus du commerce équitable. Alors que jusqu'à la fin des années 1980, les acteurs du commerce équitable étaient des magasins importateurs ou des centrales d'importation, la création d'un label avait pour objectif de sortir du circuit alternatif pour entrer dans la grande distribution. En quelques mois, les ventes de café équitable atteignent aux Pays Bas 2% des ventes totales de café.

La même année est créée l'IFAT, l'International Federation for Alternative Trade (Fédération internationale du commerce équitable) regroupant producteurs et importateurs dont l'objectif est de protéger et de promouvoir l'idée de commerce équitable et de développer les échanges. On y retrouve aussi bien l'entreprise The Bodyshop qu'un groupe de tissage de bracelets.

D'autres pays s'engagent à leur tour dans cette voie : soit en utilisant le label Max Havelaar, soit en créant leur propre label : Transfair et Fairtrade.

Parallèlement, de nouveaux produits alimentaires (thé, sucre, cacao, riz, chocolat, miel, et bananes) bénéficient des labels du commerce équitable.

En 1990, c'est au tour de, l'EFTA, l'European Fair Trade Association (la Fédération Européenne des Importateurs du Commerce Équitable) de se mettre en place. Très vite, elle compte dans ses rangs 12 importateurs représentant 60% des importations du commerce équitable au niveau mondial.

En 1997, les trois labels de commerce équitable internationaux (Max Havelaar, Transfair et Fairtrade) se réunissent au sein d'une structure unique : FLO (Fair Trade Labelling Organization), afin de coordonner leurs actions en terme de labellisation. Chaque filiale nationale est chargée de la promotion du label auprès des industriels, des distributeurs et des consommateurs de son pays. La mise en place de filières labellisées va permettre à un produit d'entrer dans les circuits de commercialisation plus traditionnels.

Depuis quelques années, le commerce équitable s'impose comme étant une alternative efficace pour réduire les inégalités et redonner à l'homme sa place dans les échanges commerciaux internationaux. Ainsi, il se base sur des principes fondamentaux de justice, d'équité en parfaite conformité avec la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme, à savoir assurer une juste rémunération du travail des producteurs et artisans les plus défavorisés en leur permettant de satisfaire leurs besoins élémentaires : santé, éducation, logement, protection sociale, garantir le respect des droits fondamentaux des personnes (refus de l'exploitation des enfants, de l'esclavage... ), instaurer des relations durables entre partenaires économiques, favoriser la préservation de l'environnement, proposer aux consommateurs des produits de qualité. Aujourd'hui il existe environ un millier de centres de production de commerce équitable répartis dans plus de 85 pays touchant 800 000 personnes à travers le monde et 3.500 points de vente dans le monde. Notons cependant la prédominance des coopératives productrices de café.

### **Le rôle du consom'acteur**

Si le commerce équitable se développe et se professionnalise à travers toute l'Europe, nombreuses sont encore les campagnes nécessaires afin de sensibiliser et responsabiliser les consommateurs du Nord. Il connaît toutefois un essor important particulièrement en Suisse, aux Pays-Bas, en Allemagne et en Belgique et semble répondre à une demande des consommateurs qui exigent, en plus de la qualité des produits, le respect de l'environnement et les garanties sociales sur le mode de production.

Il permet de consommer responsable en refusant de continuer à appauvrir la moitié de la planète (1,3 milliard d'individus vivent en dessous du seuil de pauvreté) et de rendre (si tant faire se peut) au commerce un visage humain. Même si l'aspect humanitaire reste un facteur prépondérant d'achat, la qualité reste le critère prioritaire. L'acte d'achat équitable est encore pour la grande majorité un acte isolé.

En fin de compte c'est le consom'acteur qui tient entre ses mains les clés du marché en soutenant ou en sanctionnant ce type de projet. En tant que citoyen consom'acteur, vous ne pourrez que vouloir apporter votre soutien au développement du commerce équitable en soutenant la demande et obligeant le marché à répondre par une offre de solidarité.