

## NON, "LE BUSINESS" DU COMMERCE ÉQUITABLE N'EST PAS SANS FOI NI LOI

Une réaction au reportage réalisé par Donatien Lemaître et diffusé sur ARTE le 6 AOÛT 2013

Le commerce équitable enrichirait-il de grands propriétaires confortablement installés dans des maisons de luxe sur des plantations où trimeraient des travailleurs exploités, mal logés, mal payés et sans contrats ? Enrichirait-il des multinationales bien peu soucieuses des droits de leurs travailleurs sur leurs plantations ? Ne serait-t-il devenu qu'un "business" comme un autre, sans foi ni loi ? Parce depuis 35 ans, nous avons accompagné plus de 90 organisations paysannes du Sud pour la commercialisation de leurs produits et sur les filières du commerce équitable, nous sommes bien placés pour témoigner des impacts réels du commerce équitable. Or ils sont bien loin de ceux que nous donne à découvrir Donatien Lemaître dans son reportage !

De nombreuses études indépendantes ont montré que le commerce équitable constitue un **formidable outil de renforcement des capacités des organisations paysannes des pays du Sud**. Et c'est bien pour cela qu'il a été créé ! Oui, l'accès à des marchés plus rémunérateurs, biologiques, gourmets, d'origine ou même conventionnels leur permet de mieux rétribuer les paysans, hommes et femmes, et d'améliorer leurs conditions de vie. Ces organisations sont venues rompre des situations de monopoles d'acheteurs tout puissants au bénéfice de toutes les familles paysannes de leurs zones d'influence. Elles ont rendu visibles et légitimes sur leur territoire des familles paysannes, historiquement marginalisées et exclues des espaces de prise de décision.

Oui, le reportage de Donatien Lemaître pose pourtant une question fondamentale qu'AVSF pose depuis longtemps aux labels : quelle place laisser aux plantations qui salarient des travailleurs au profit d'entrepreneurs privés, de même qu'aux multinationales de l'agroalimentaire qui rentrent en concurrence avec les organisations paysannes en totale contradiction avec les fondamentaux du commerce équitable ? Comme dans toute démarche innovante qui bouscule les intérêts économiques de certains, il existe donc des risques mais aussi des marges de progrès pour consolider un commerce équitable exempt de toute critique.

Mais en passant sous silence l'impact positif du commerce équitable sur les organisations paysannes (85% des producteurs concernés), ce traitement journalistique "à charge" et sensationnaliste - auquel ne nous a pas habitué ARTE - contribue non pas à élever le débat pour consolider le commerce équitable que nous souhaitons tous, mais bien plus à jeter un total discrédit sur cette démarche pour laquelle nombreux sont ceux qui comme nous, se sont battus et continuent à le faire. Le "business" du commerce équitable se développe ; faut-il le dénoncer ou encore y croire en restant très exigeants et vigilants ? Nous optons résolument pour la 2<sup>ème</sup> option.

AVSF - Agronomes et Vétérinaires Sans Frontières - est une association de solidarité internationale reconnue d'utilité publique, qui agit depuis 1977 pour soutenir l'agriculture paysanne. [www.avsf.org](http://www.avsf.org)

Contact : Romain VALLEUR, 01 43 94 72 06 - [r.valleur@avsf.org](mailto:r.valleur@avsf.org)



**NON, "LE BUSINESS" DU COMMERCE ÉQUITABLE N'EST PAS SANS FOI NI LOI**

**Une réaction au reportage réalisé par Donatien Lemaître et diffusé sur ARTE le 6 AOÛT 2013**

**POUR UN COMMERCE ÉQUITABLE AU SERVICE DES ORGANISATIONS PAYSANNES**

Depuis 35 ans, AVSF a accompagné plus de 90 organisations de producteurs du Sud pour la commercialisation de leurs produits et sur les filières du commerce équitable. Nous avons soutenu la création ou le développement de labels (Max Havelaar en France, ESR ECOCERT, Symbole des petits producteurs) et développé et mis en œuvre une méthodologie de mesure de son impact, utilisé aujourd'hui par des tiers. **Nous sommes donc bien placés pour témoigner et rendre compte des effets du commerce équitable sur le développement social et économique des territoires ruraux, des familles paysannes et des pays du Sud.**

Le commerce équitable prend en effet de plus en plus d'ampleur : des boutiques historiques, les produits labellisés sont entrés dans la moyenne et grande distribution ; de nombreux acteurs économiques sont rentrés dans ces différents systèmes de garantie. Au Sud, de multiples organisations de producteurs se sont structurées pour accéder à ce marché. Le "business" du commerce équitable continue de s'étendre : et il faut s'en réjouir car c'était bien là la demande et l'objectif des petits producteurs, hommes et femmes du Sud : positionner leurs produits de qualité, jusqu'ici marginalisés, sur des marchés mieux rémunérés. Témoins de ces évolutions, **nous sommes pourtant vigilants et engagés au quotidien pour que les acteurs du commerce équitable respectent les fondamentaux qui l'ont fait naître : soutien prioritaire à l'agriculture paysanne, respect d'un prix minimum garanti et d'une prime, préfinancement et relations commerciales directes et dans la durée entre acheteurs et des organisations paysannes autonomes, engagements stricts des transformateurs et distributeurs.**

Nous avons donc été à la fois intéressés, mais aussi choqués par le reportage d'ARTE. **Intéressés parce que ce reportage évoque deux questions fondamentales posées aujourd'hui au système du commerce équitable, deux questions qu'AVSF - de même que d'autres acteurs y compris économiques du commerce équitable (Ethiquable, PFCE, etc.) - posent aux labels :**

**Quelle place laisser aux plantations qui salarient des travailleurs au profit d'entrepreneurs privés ?** Début 2011, les plantations rassemblaient 15% du total de producteurs et travailleurs organisés au sein du système Max Havelaar/Flo. Pour AVSF, si la défense des travailleurs est une cause juste et qui mérite d'être soutenue, l'intégration des plantations met directement en concurrence les petits producteurs et l'agriculture paysanne avec l'agriculture industrielle, sur les marchés du Nord comme dans les zones de production des pays du Sud. De plus, certaines plantations rentrent directement en concurrence pour l'accès à la terre et à l'eau avec des petits producteurs. Force est de constater également que rares sont les plantations dans lesquelles existent des organisations syndicales de travailleurs fortes pouvant défendre leurs droits et jouer pleinement leur rôle de contrôle social du respect des standards de commerce équitable et de leurs droits. Et qu'il est possible pour les directions des plantations de contourner ou respecter a minima les règles qui leur sont imposées, alors qu'elles sont pourtant d'un niveau d'exigence limité... Le commerce équitable devrait donc être plus vigilant et exigeant sur ces points.

**Quelle place laisser aux multinationales dans le dispositif du commerce équitable ?**

Depuis un certain temps, pour répondre à la demande croissante au Nord, les labels du commerce équitable ont intégré dans la filière d'approvisionnement des entreprises intermédiaires et des acteurs dominants, ceux-là-même qui sont souvent justement à l'origine des règles non équitables du commerce international. Pour

AVSF, la participation croissante dans le commerce équitable des acteurs dominants de l'agro-industrie devrait être beaucoup mieux encadrée et se traduire par un processus de sélection des entreprises répondant à des critères beaucoup plus exigeants afin de garantir des relations commerciales équilibrées avec les producteurs organisés, et une politique commerciale et partenariale globale cohérente de la part des entreprises concernées. La multiplication actuelle de cas de conflits d'intérêts au Sud entre organisations certifiées de petits producteurs et agro-industriels démontre le risque grave de voir ces derniers concurrencer très fortement les organisations de producteurs et les faire disparaître.

Comme dans toute démarche innovante et qui bouscule les intérêts économiques de certains, il existe donc encore des marges de progrès importantes pour consolider un commerce équitable exempt de tout critique. Mais voilà pourquoi ce reportage nous a également profondément choqué : **le spectateur retiendra sans doute les critiques, bien peu les marges de progrès possibles et encore moins les effets positifs du commerce équitable qui a pourtant transformé la vie de paysans et paysannes de plusieurs territoires et pays du Sud.** Le traitement journalistique "à charge" et sensationnaliste - auquel nous habitue plus M6 que ARTE - et qui passe pratiquement sous silence les effets positifs du commerce équitable lorsqu'il concerne son public premier (les organisations de petits paysans du Sud) contribue non pas à élever le débat pour consolider le commerce équitable que nous souhaitons tous, mais bien plus à jeter un total discrédit sur cette démarche pour laquelle nombreux sont ceux qui se sont battus et continuent à le faire. Enfin, faute journalistique, intégrer l'analyse d'une plantation kenyane labellisée Rainforest Alliance dans un reportage sur le commerce équitable, est de notre point de vue tromper le spectateur néophyte dans le domaine, puisqu'il ne s'agit nullement d'un label de commerce équitable (pas de prix minimum, pas de préfinancement, etc.) !

Les études réalisées – y compris indépendantes des acteurs du CE – ont montré que le commerce équitable constitue en effet un **formidable outil de renforcement des capacités des organisations de producteurs des pays du Sud.** Il contribue à un fonctionnement transparent, participatif et démocratique de ces organisations. Grâce aux compétences acquises dans le cadre du commerce équitable, de multiples organisations sont aujourd'hui parvenues à conquérir d'autres marchés, qu'ils soient locaux, nationaux ou internationaux, biologiques, gourmets, d'origine ou même conventionnels. Oui, l'accès à des marchés plus rémunérateurs leur permet de mieux rétribuer les producteurs associés, **contribuant ainsi à l'amélioration réelle des conditions de vie de leurs familles.**

*La coopérative Fanohana à Madagascar, 1<sup>ère</sup> organisation paysanne du pays à exporter directement sa production de litchi sans intermédiaire, collecte ainsi le litchi des paysans membres à 600 Ar/kg (environ 0,21 €) alors que les acheteurs locaux payent 500 Ar/kg (0,18€) en début de campagne, puis baissent leurs prix jusqu'à atteindre 300 Ar/kg en fin de campagne (0,11 €). Le différentiel de prix est réinvesti par les familles sur leur production vivrière (riz).*

*Les revenus des producteurs de CEPIBO, 1<sup>ère</sup> organisation paysanne péruvienne exportatrice de banane du commerce équitable sur l'Europe depuis 2008, sont supérieurs de 30 à 60% au salaire minimum légal en vigueur. Ces revenus sont prioritairement réinvestis pour l'amélioration de l'habitat et l'éducation des enfants.*

Lorsque les cours mondiaux sont bas, grâce à des prix aux producteurs plus élevés, ces organisations stimulent la concurrence entre acheteurs et tirent les prix locaux à la hausse. Elles viennent rompre des situations de monopoles ou modifier des conditions commerciales jusqu'alors établies par des acheteurs tout puissants. **Elles jouent ainsi un rôle clé dans la régulation du prix sur le marché local, au bénéfice de toutes les familles paysannes de leurs zones d'influence.**

*En Haïti, grâce à l'introduction par AVSF des procédés de fermentation du cacao et l'accès aux marchés du commerce équitable, la fédération de coopératives de petits paysans FECCANO est devenue la 1<sup>ère</sup> organisation haïtienne à exporter du cacao fermentée de qualité et aujourd'hui biologique en Europe. Elle est ainsi libérée du monopole détenu par un grand exportateur historique. Alors que la FECCANO achète le cacao à ses membres à plus 2500 USD/T, l'exportateur qui achetait à moins de 1800 USD/tonne, se voit aujourd'hui obligé de remonter ses prix pour maintenir sa capacité d'achat.*

Ces organisations de producteurs sont également le moyen pour les familles paysannes, historiquement marginalisées et exclues des espaces de prise de décision, d'être représentées au niveau local et régional. **Elles deviennent des acteurs socioéconomiques incontournables des territoires ruraux.** Par leurs activités commerciales, elles génèrent des emplois et des services connexes. L'organisation de producteurs de mangues APROMALPI au Pérou génère par exemple près de 240 emplois saisonniers (traitement après-récolte et conditionnement des fruits), occupés majoritairement par des femmes. Dans des contextes de décentralisation en cours dans la majorité des pays du Sud, ces organisations s'articulent avec les pouvoirs publics et les autres acteurs du territoire, pour co-investir dans les secteurs stratégiques : services de santé et d'éducation, infrastructures productives,... **En participant à des investissements public-privé, elles consolident des dynamiques de développement territorial au bénéfice de l'ensemble de la population.** Dans de nombreux pays, des **organisations d'envergure nationale ont vu le jour**, qui associent les organisations de producteurs insérées dans le commerce équitable. **Elles deviennent à leur tour des interlocuteurs des pouvoirs publics pour l'élaboration ou la réorientation des politiques publiques sectorielles**, dont les dispositions et effets impactent sur l'ensemble de la population rurale et des acteurs impliqués dans les secteurs concernés.

*Au Pérou, l'Association Péruvienne des Producteurs de Cacao – APPCacao – regroupe 19 organisations certifiées commerce équitable et plus de 9500 paysans. Elle a obtenu de l'Etat péruvien la classification du cacao comme filière stratégique nationale, la formulation d'une politique publique d'appui au secteur et la mise en œuvre de programmes d'appui aux organisations de producteurs. Avec la fédération gastronomique péruvienne, elle est parvenue à revaloriser l'image de qualité du cacao péruvien paysan sur le marché national.*

Certaines organisations de producteurs du commerce équitable, locales ou nationales, font également partie **d'organisations syndicales agricoles ou d'interprofessions,...**, qui elles-aussi sont des interlocutrices des gouvernements dans le cadre de la négociation ou l'élaboration de politiques agricoles, commerciales,.... dépassant les seules filières particulières du commerce équitable.

Les effets du commerce équitable dans les pays du Sud vont ainsi bien au-delà de l'amélioration des conditions de vie de déjà plus d'un million et demi de familles associées au millier d'organisations déjà certifiées. Il est regrettable que le reportage d'ARTE n'ait pas évoqué ces aspects, outre de mieux traiter les deux questions importantes soulevées. Le business du commerce équitable se développe ; faut-il le dénoncer ou encore y croire en restant exigeants et vigilants ? Nous optons résolument pour la 2<sup>ème</sup> réponse. Avec la force médiatique d'une télévision, il faudra des efforts importants aux acteurs du commerce équitable engagés et militants que nous sommes pour récupérer auprès de certains publics et spectateurs l'image trop négative ressortie de ce reportage, qui appellerait nous semble-t-il, un contre-reportage de journalisme d'investigation.

Frédéric Apollin, Directeur AVSF  
Nogent sur Marne, le 26 août 2013