

Chers lecteurs,

À l'occasion de ce numéro spécial sur le commerce équitable, **Martin Dumas** nous introduit au concept de consommarchie (p.3). Puis, **Chantale Hervieux** nous présente les résultats de sa recherche sur la chaîne de valeurs du commerce équitable (p. 6). **Benjamin Huybrechts** nous propose une grille analytique des impacts du commerce équitable (p.13). **Ana Isabel Otero** montre les convergences possibles entre commerce équitable et économie solidaire (p.19). **Caroline Mailloux** nous présente ensuite les enjeux du commerce équitable du coton (p.25). **Alice Friser** poursuit avec une réflexion sur l'articulation entre commerce équitable et environnement (p.31). Puis, **Saleema Hutchinson** et **Karine Filiatrault** nous dressent le portrait de Sarasu, cueilleuse de thé en Inde (p.37). Enfin, **Annelies Hodge** nous présente un résumé de la démarche du Comité consultatif canadien sur le commerce équitable (p.39).

Bonne lecture à tous
et à toutes!

O e c o n o m i a H u m a n a

Jun 2006, Édition spéciale sur le commerce équitable

Éditorial, Julien Boucher, Rédacteur-adjoint.

Le commerce équitable vous donne rendez-vous...

Comme vous le savez sans doute, notre Chaire de recherche porte une grande partie de son attention sur les transformations sociales, économiques et éthiques dont notre société est aujourd'hui le théâtre. Vitrine de nos travaux, ce bulletin ambitionne de refléter nos centres d'intérêts en mettant à contribution un grand nombre de nos collaborateurs. Nous vous avons ainsi présenté récemment le visage moderne du syndicalisme et des entreprises multinationales à l'heure de la mondialisation¹.

Nous récidivons avec cette nouvelle édition spéciale, laquelle s'attelle à vous présenter un tout autre aspect de nos travaux. Mais c'est dans un contexte bien particulier que nous avons préparé ce numéro spécial sur le commerce équitable puisqu'une certaine effervescence règne depuis quelque temps déjà au sein de notre équipe.

La raison en est à la fois simple, du point de vue des faits, et très compliquée, du point de vue de la logistique : du 19 au 23 juin prochain se tiendra à l'UQAM le 2^{ième} colloque international du commerce équitable. Initiative de la CRSDD, cet événement de première importance nous permettra de tâter le pouls de ce mouvement et, espérons le, d'en tirer certaines perspectives pour l'avenir. Ce rassemblement sera en effet l'occasion, pour une communauté de chercheurs et d'acteurs très hétéroclite, de confronter leurs travaux et leurs points de vue sur un phénomène dont la récente progres-

sion est tout simplement remarquable.

Cet essor très considérable s'est traduit par une progression à deux voire à trois chiffres des ventes de produits équitables depuis l'an 2000². Certaines de ces statistiques, même si elles doivent être pondérées par l'étrécissement des parts de marché³, démontrent cependant que le commerce équitable est, semble-t-il, en train de sortir de la marginalité.

Deux facteurs sont couramment identifiés afin d'expliquer ce véritable « boom ». Tout d'abord les produits équitables sont de plus en plus accessibles au grand public puisqu'ils sont, depuis quelques temps déjà, disponibles dans les circuits traditionnels de distribution. Ce succès est attribuable à la stratégie de la labellisation, laquelle, dès la fin des années 80, aura permis la popularisation de ces produits réservés jusqu'alors à une frange très minoritaire de militants convaincus (Gendron, 2004). L'accessibilité est une chose mais ce succès repose aussi et surtout sur l'émergence d'un nouveau mode de consommation dit « responsable ». Ces consommateurs citoyens, au profil bien particulier mais de plus en plus répandu, tentent ainsi de réconcilier leurs habitudes de consommation et leurs valeurs éthiques⁴. La politique de sensibilisation d'acteurs tels qu'OXFAM commencerait ainsi à porter ses fruits. Remercions aussi l'industrie agro-alimentaire, laquelle, en accumulant les scandales que nous ne connaissons que trop bien, aura provoqué une réaction

de rejet des consommateurs qui se sont tout naturellement tournés vers ces nouvelles filières jugées plus crédibles et plus sécuritaires.

Nous limiter à ces considérations optimistes serait pourtant une erreur. Le commerce équitable est aujourd'hui le nœud d'un certain nombre de débats puisqu'il se veut le confluent de réalités difficilement réconciliables. Victime de son propre succès, le mouvement est aujourd'hui tiraillé par des confrontations intestines entre les idéalistes de la première heure, défenseurs d'un commerce indépendant et totalement alternatif, et les pragmatiques labellisateurs pour lesquels il n'est point de salut sans un partenariat solide avec la grande distribution. La question se pose toujours avec un peu plus d'acuité et la trancher reviendrait à balayer de la main des argumentaires, certes très différents, mais tout aussi crédibles l'un que l'autre⁵. Notons que la relation commerce équitable/grande distribution pose certaines questions, notamment en ce qui concerne le risque de dépendance du premier envers la seconde. Ces questions se posent avec d'autant plus de force que la progression récente du commerce équitable est grandement attribuable à ce mariage de raison.

Par ailleurs, le renforcement et la fidélisation de la clientèle responsable constituent aujourd'hui des enjeux cruciaux pour les promoteurs du commerce équitable. Nous connaissons tous le caractère imprévisible du consommateur moderne. La relative jeunesse du commerce équitable est l'un de ses atouts et lui procure un bon *a priori* mais il est temps maintenant de le confirmer en s'assurant d'une grande crédibilité et en diversifiant une offre aujourd'hui bien trop restreinte. Sans cela, il lui sera particulièrement difficile de s'inscrire durablement dans nos habitudes consuméristes et donc de changer radicalement la donne des échanges Nord-Sud, puisqu'il s'agit de l'objectif affiché du commerce équitable.

La liste est encore très longue et c'est d'ailleurs pourquoi je ne saurais trop vous conseiller de porter

une grande attention au présent numéro de notre bulletin. Vous y trouverez largement de quoi vous faire patienter et vous informer jusqu'à la tenue du colloque. Nous espérons d'ailleurs vous y voir en très grand nombre. Le panel que nous avons réuni étant tout à fait remarquable, il ne manque plus que votre présence pour faire de ce moment un grand rendez-vous. Car, en effet, le partage de connaissances et de réflexions est à la base de la fonction du chercheur. Cogiter sur le phénomène entre « initiés », sans rétroactions de votre part, ferait perdre beaucoup d'intérêt à nos travaux. Prenez donc note et nous serons ravis de vous compter parmi nous.

¹ Voir notre édition d'avril 2006.

² Voir les sites suivants : www.maxhavelaarfrance.fr et www.transfair.ca.

³ Le commerce équitable représentait 0.008% du commerce mondial en 2005 (Yilmaz, 2005).

⁴ Stolle et Micheletti (2005) parlent de consumérisme politique.

⁵ Renard (2005) parle d'un véritable carrefour pour le commerce équitable.

Références :

- Gendron, C. 2004. « Le commerce équitable : un nouveau mouvement social économique au cœur d'une autre mondialisation » in Favreau, L., Larose, G. et A. Salam Fall (2004), *Altermondialisation, économie et coopération internationale*, Collection Pratiques et politiques sociales et économiques, Karthala (France) et Presses de l'Université du Québec (Québec), p. 158-183.
- Renard, M.C. 2005. «Quality certification, regulation and power in Fair Trade». *Journal of Rural Studies*, No 21, p. 419-431.
- Stolle, D., Micheletti, M., 2005. « The Expansion of Political Action Repertoires: Theoretical Reflexions on Results from the Nike Email Exchange Internet Campaign ». À paraître.

La consommarchie ou la solidarité mise à profit

Par Martin Dumas ,

Doctorant, London School of Economics and Political Science

De l'amoralité institutionnalisée

Au regard des standards minimaux établis par l'Organisation internationale du travail (OIT), il est des choses qu'on ne peut moralement faire subir à la personne au travail. En ce sens, cette personne est titulaire de droits fondamentaux. On compte parmi ces droits le droit à l'intégrité physique et le droit à la liberté de mouvement et d'expression. En contexte de travail, il s'agit :

- du droit pour l'enfant à une charge et à un environnement de travail qui ne posent pas de risques sérieux à son intégrité
- du droit pour l'enfant d'âge scolaire de ne pas travailler
- du droit de ne pas être contraint au travail forcé
- du droit de ne pas faire l'objet de discrimination
- du droit de s'associer dans le but de convenir de conditions de travail¹

Ces droits se rattachent à la personne au travail. Ce sont des droits de la personne, en contraste avec les droits réels, par exemple, qui se rattachent à des choses. Ces droits de la personne ne se conjuguent d'ailleurs d'aucune manière aux droits sur la chose fabriquée par la personne au travail. Les conditions dans lesquelles une chose est fabriquée ne sont pas juridiquement mêlées à cette même chose. Les droits réels s'exercent ainsi sur une chose, mais sont étrangers aux conditions dans lesquelles cette chose a été faite. De façon similaire, les rouages des droits de la personne et du droit privé sont généralement cloisonnés, contrairement au droit des obligations et au droit des biens, qui relèvent tous deux du droit privé. Sous le régime du *common law* et du droit civil, la vente (qui relève du droit privé des obligations) d'un tapis volé (le droit de propriété relevant du droit privé des biens) pourra être entachée d'illégalité², cependant que la vente d'un tapis fabriqué dans des conditions illégales ne sera pas normalement entachée de cette illégalité, que l'acheteur connaisse ou ignore ces conditions de fabrication. Sous l'égide de cette amoralité institutionnalisée, des biens produits dans des conditions attentatoires au droit fondamental à l'intégrité physique de la personne au travail peuvent être offerts et vendus sur le marché libre en toute légalité.

Cette architecture moderne repose sur un a priori que ni les théories (d'inspiration marxiste) de l'aliénation³, ni celles (d'origine smithienne) dites du consommateur souverain⁴, ne remettent en question. Il s'agit de la *sollicitation naturelle des réflexes individualistes par les mécanismes du marché privé*; par contraste, l'État prendrait en charge ou soutien-

drat des fonctions répondant dès lors à une logique de solidarité⁵.

Les points de discordance entre les tenants de ces écoles dominantes de la pensée économique et sociale renvoient essentiellement, quant à eux, à la mesure dans laquelle l'un de ces modes de régulation devrait primer sur l'autre ou, d'un point de vue plus centré, se combiner à cet autre. Ainsi a-t-on vu se développer des visions (extrêmes) pro-individualistes (au support d'une privatisation des forces de sécurité pour tous) et pro-collectivistes (abolissant l'accès à la propriété privée), de même que des thèses plus accommodantes soulignant les bienfaits d'un marché respectueux d'un certain droit étatique solidaire, ou encore ceux d'une action étatique à laquelle la sollicitation des réflexes individualistes n'est pas étrangère.

Sous ce moule idéologique, s'il appert en réalité qu'échouent des fonctions dérivant de logiques solidaires (e.g. le contrôle de la pollution environnementale, la réduction d'écart extrême de rémunération au bénéfice des plus nécessiteux, la non-discrimination à l'endroit des personnes vulnérables, la lutte aux atteintes à l'intégrité physique et à la liberté d'association des travailleurs), on soutiendra que l'État a failli à sa tâche, qu'il n'a su ou pu prévenir ou corriger les effets alors jugés inévitables d'un régime libéral de production et de consommation. Ce verdict tombe d'autant plus lourdement que les forces productivistes s'imposent progressivement sur le plan transnational alors que les mécanismes de distribution de l'insécurité se trouvent essentiellement confinés au terrain national. Une action étatique par là affaiblie, combinée à celle de moteurs de solidarité généralement de plus faibles portées (syndicats, coopératives, ONG, etc.), se trouve en conséquence appelée à relever un défi immense, celui d'une solidarité mondiale, transnationale, sur la base d'instruments valorisés localement.

Hegel craignait de voir se dissoudre l'esprit de fraternité par suite du renforcement des réflexes individualistes au sein de ce régime libéral. Sa crainte se fondait-elle sur autre chose qu'un apriorisme ? En d'autres termes, peut-on démontrer que les mécanismes des marchés privés ne se prêtent pas moins naturellement à la sollicitation des prédispositions solidaires qu'à la sollicitation des prédispositions individualistes des consommateurs ? Une réflexion méconnue d'Alfred Marshall est éclairante à cet égard. Accusé d'amoralisme et d'avoir créé une « idéologie qui met fin aux idéologies » (Robinson 1964 : 53), le fondateur de la théorie micro-économique de l'offre

et de la demande avait envisagé les effets d'une action solidaire qui y serait exprimée. Il reconnaissait, dans le même temps, que cette conjecture dépassait le cadre de son influente théorie :

The world would go much better if everyone would buy fewer and simpler things, and would take trouble in selecting them for their real beauty; being careful of course to get good value in return for his outlay, but preferring to buy a few things made well by highly paid labour rather than many made badly by low paid labour. But we are exceeding the proper scope of the present Book; the discussion of the influence on general wellbeing which is exerted by the mode in which each individual spends his income is one of the more important of those applications of economic science to the art of living ([1920]1997: 137).

La mort d'un vieux dogme

La consommarchie - de *consummare* (latin), consommer, et *arkhê* (grec), commander - suppose précisément le renversement du dogme fondateur d'une conception naturellement individualiste du fonctionnement des marchés privés. Le consommarcho-capitalisme consiste donc en un *système de régulation au sein duquel l'action des entreprises privées est subordonnée à des fonctions de demande répondant à la fois à des logiques individualistes et solidaires*. Offrant aux consommateurs la possibilité de combiner, dans leurs décisions d'achat, les attributs propres des biens de consommation (e.g. leur prix et leur qualité) à leurs attributs périphériques (e.g. les conditions socio-environnementales dans lesquelles ils ont été produits), ce système redéfinit en quelque sorte les liens unissant les sphères traditionnellement isolées de la production et de la consommation.

Prises au terme du XVIII^e siècle par des associations de consommateurs - à prédominance féminine -, les premières initiatives consommarchiques avaient pour but de soutenir en Angleterre le commerce du 'sucre libre', i.e. exempt des marques de l'esclavagisme. Minimale à l'époque, la sophistication du droit consommarchique (soit les normes contenues au sein de codes de conduite mis en œuvre par les pressions des consommateurs et de l'opinion publique) a depuis peu connu un essor considérable. À ce jour, des actions d'ampleur ont été consacrées, essentiellement en marge de l'intervention étatique, à l'élimination progressive du

travail forcé des enfants (Rugmark), à la protection des animaux de laboratoire (Leaping Bunny) et à la préservation des forêts (FSC), entre autres initiatives documentées. Avec ou sans le soutien de l'État, il n'est pas improbable qu'elles parviennent à influencer le financement de partis politiques, à affaiblir le complexe militaro-industriel global, à réduire les écarts extrêmes de rémunération (à l'encontre de vieux dogmes de la science économique moderne, une entreprise affichant ouvertement des ratios salariaux - du type 'salaire maximum'/'salaire minimum'- relativement bas pourrait étrangement voir croître sa part de marché), à encourager la recherche fondamentale et le développement des technologies de l'hydrogène, de même qu'à prévenir l'usage abusif de règles souples ou assouplies du droit social (e.g. le droit du licenciement, le droit à la fermeture d'entreprises pour des motifs antisyndicaux, etc.) ; leur domaine d'intervention, en dépit de certains obstacles organisationnels, est incommensurable (Dumas 2006) et s'ouvre à la régulation conjointe transnationale⁶.

À l'instar de tout système de régulation, le *modus operandi* de la consommarchie, de même que ses tenants et aboutissants, encore peu explorés, laissent entrevoir failles et atouts. Ces derniers se prêtent en outre aussi bien à l'examen politique, économique que philosophique. S'agissant du politique, une branche de la consommarchie, le 'consommérisme politique', se développe sous l'impulsion du programme de Micheletti (2003), entre autres travaux prometteurs. S'agissant de l'économie, Cashore (2002) s'est plus particulièrement attardé à l'examen de l'influence régulatrice émergente de 'systèmes non-étatiques de gouvernance par l'effet des marchés' (*non-state market-driven governance systems*) et de leur légitimité. La modélisation de l'endogénéisation des dispositions altruistes des consommateurs a par ailleurs été entreprise avec brio par Freeman (1996). Une autre approche consiste à rallier les sphères économique et politique du système consommarchique et à définir, aux fins d'études spécialisées, des problématiques qui les transcendent (v.g. Fung, O'Rourke et Sabel 2001, Kysar 2004). Les fondements théoriques de la consommarchie, de même que la philosophie de son droit, exigeront une réflexion poussée, appelée à revoir les rapports entre raison et devoir, liberté et solidarité, prudence et idéal, sans perdre de vue qu'une vision cosmopolite de la consommarchie s'enrichirait durablement de visées œcuméniques, dans la foulée du rassemblement d'Assise (1986).

Prudence et idéalisme

Les règles du droit étatique, dans leur formulation, leur exécution et leur interprétation judiciaire, sont soumises à un large éventail de principes - plus ou moins rigoureusement appliqués - qui guident l'action des législateurs, des appareils exécutifs et des

juristes. Par le jeu de ces principes, une règle d'interdiction, en apparence claire et stricte, peut faire l'objet de révisions et, en bout de ligne, légitimer légalement une certaine norme permissive. Ce révisionnisme *de jure*, bien que perméable aux diverses formes d'abus de pouvoir, est jugé nécessaire dans la mesure où il sert de rempart contre l'étroitesse du légalisme et ses effets potentiellement fâcheux.

En l'absence d'un cadre constitutionnel, le droit consommarchique naissant est généralement dépourvu de ces mécanismes de révision *de jure*. Dans le contexte où l'exécution transparente d'un code consommarchique – jugé désirable par une masse critique de consommateurs – n'engendrerait pas les effets bénéfiques désirés par eux, il est plausible en conséquence qu'un révisionnisme *de facto* s'implante sur le terrain de l'exécution, à l'insu des consommateurs-juges. Sur cette base, les questions abondent. Est-il possible d'assurer la stabilité et la légitimité d'un droit consommarchique par sa mise en œuvre (1) transparente, (2) opaque, en l'absence de tout cadre constitutionnel? Comment la branche exécutive (e.g. l'inspectorat) du système consommarchique perçoit-elle le risque d'un boycott, dans l'hypothèse d'une faille d'ordre législatif ou exécutif? La crainte d'un boycott⁷ bloquerait-elle irrémédiablement l'implantation, en toute transparence, d'un révisionnisme consommarchique *de jure*?

Ce questionnement guidera mes recherches empiriques sur le terrain de l'Inde du nord-est à l'automne 2006. Il s'agira pour l'essentiel d'identifier les conditions favorables au développement stable et légitime d'un code consommarchique de renommée enviable mais néanmoins susceptible d'aggraver le sort de certains enfants, ceux-là mêmes à qui on entend porter secours. Il est souhaité que les résultats de ce projet apporteront de l'eau aux moulins de l'idéalisme et de l'impératif de prudence – quelque part, sans doute, entre les rêves de consommateurs et les cauchemars de travailleurs.

¹ Il s'agit plus exactement des droits envisagés dans la Convention 87 sur la liberté syndicale et la protection du droit syndical (1948), la Convention 98 sur le droit d'organisation et de négociation collective (1949), la Convention 29 sur le travail forcé (1930), la Convention 105 sur l'abolition du travail forcé (1957), la Convention 100 sur l'égalité de rémunération (1951), la Convention 111 concernant la discrimination (emploi et profession) (1958), la Convention 138 sur l'âge minimum (1973) et la Convention 182 sur les pires formes de travail des enfants (1999), tel que mis en relief par la *Déclaration de l'O.I.T. relative aux principes et droits fondamentaux au travail*.

² Il s'agit d'une règle solidement enracinée dans ces deux systèmes juridiques: en régime de *common law*, on peut par exemple se référer aux décisions rendues dans *Lipkin Gorman v. Karpnale Ltd.* [1991] 2 AC 548; *R. c. Ilich* (1987) 69 ALR 231, 244; *Merry v. Green* (1841) 7 M and

W 623; *Rex v. Hutton* (1911) 19 WLR 907 (le vol d'eau pourrait encore faire exception); en régime civiliste, au *Code Civil* français (articles 1599 et 2279), au *Código Civil* espagnol (articles 433, 447, 464 et 1950), au *Code civil du Québec* (articles 1713 et 1714) et au *Bürgerliches Gesetzbuch* allemand (articles 861, 935 et 1006).

³ Le travailleur-consommateur serait tour à tour ou à la fois aliéné, manipulé (cf. les travaux de Marx et de Marcuse) et, en bout de ligne, se conduirait de manière pathologique ou par aveuglement au sein d'un système qui n'aurait de sens hors la consolidation au quotidien des réflexes de surconsommation (cf. les travaux de Baudrillard).

⁴ L'individualisme caractéristique du système de production-consommation libéral est ici perçu comme l'instrument d'un mouvement involontaire vertueux sous l'effet duquel la poursuite d'intérêts strictement personnels engendre pour le mieux la satisfaction des besoins du plus grand nombre.

⁵ Sont parties intégrantes de ces fonctions celles qui ouvrent la voie au développement des marchés privés.

⁶ Voir à cet égard les travaux d'Emmanuelle Champion (2005) examinant le couplage de l'action syndicale à des mouvements mondiaux de solidarité économique.

⁷ Peu d'entreprises privées envisagent sans crainte la perte, même petite, d'une part de marché. Weber ajoutait à ce propos que "[t]he case of conventional guarantee of an order which most closely approaches the legal, is the application of a formally threatened and organized boycott. For terminological purposes, this is best considered a form of legal compulsion." (1964: 128).

Références

- Cashore, B. (2002). "Legitimacy and the Privatization of Environmental Governance: How Non-State Market-Driven (NSMD) Governance Systems Gain Rule Making Authority." *Governance* 15: 503.
- Dumas, M. (à paraître, 2006). "Consumarchy and Corporate Social Responsibility", *International Journal of Corporate Social Responsibility*.
- Freeman, R. (1994). *A Hard-Headed Look at Labor Standards* International Labour Standards in the Globalized Economy: Issues, Challenges and Perspectives ILO. Geneva.
- Fung, A., D. O'Rourke, et al. (2001). *Can We Put an End To Sweatshops?* Boston, Beacon Press.
- Kysar, D. A. (2004). "Preferences for Processes: the Process/Product Distinction and the Regulation of Consumer Choice." *Cornell Law School Legal Studies Research Series* Retrieved January 2006, from <http://ssrn.com/abstract=577721> <<http://ssrn.com/abstract=577721>> .
- Marshall, A. (1997). *Principles of Economics*. Amherst, Prometheus Books
- Micheletti, M. (2003). *Political Virtue and Shopping*. New York, Palgrave Macmillan.
- Robinson, J. (1964). *Economic Philosophy*. London, Penguin Books.
- Weber, M. (1964). *The Theory of Social and Economic Organization*. New York, Free Press.

Analyse de la chaîne de valeurs du commerce équitable

Par Chantale Hervieux ,

Assistante-chercheure à la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable

Introduction

La libéralisation économique, pivot central de la globalisation, et la dérégularisation ont « forcé une séparation entre le marché et le social » (Traduction libre, Barrientos, 2000, p.562). Les activistes consommateurs soutiennent maintenant que face à cette libéralisation le rôle de l'organisation a changé et qu'aujourd'hui les organisations « doivent assumer une plus grande responsabilité pour le bien-être humain tout au long de la chaîne de distribution » (Traduction libre, Adams, 2002, p.147). Sous le principe de commerce direct, le commerce équitable vise à rééquilibrer les termes de l'échange et ainsi répondre à cette déconnection entre le marché et le social. Par contre, il est nécessaire de bien reconnaître les risques et les enjeux de cette chaîne si l'on veut réellement faire progresser le commerce international et ainsi assurer un réel commerce juste et équitable entre le Nord et le Sud.

Dans cette communication, nous proposons d'analyser la chaîne de valeurs du commerce équitable, analyse qui se base sur des données empiriques collectées lors de l'étude de cas de Cooperative Coffees et d'un séjour exploratoire au Guatemala en septembre 2005. Dans l'étude, nous identifions les obstacles et embûches qui se retrouvent le long de la chaîne équitable. La présente communication fait partie de mon projet de mémoire où j'étudie le cas d'une entreprise du commerce équitable du Nord, Cooperative Coffees, afin de repérer les enjeux commerciaux qui mettent au défi les entrepreneurs sociaux oeuvrant au sein du commerce équitable.

Dans un premier temps, nous présentons une brève synthèse de notre revue de littérature sur le commerce équitable qui offre une perspective multidisciplinaire de la définition du commerce équitable. Deuxièmement, nous présentons brièvement l'entreprise Cooperative Coffees, puis notre méthodologie. Nous poursuivons avec l'analyse des coûts stratégiques dans la chaîne de distribution du commerce équitable pour finalement en tirer une brève conclusion.

Le commerce équitable, une brève revue de littérature

L'objectif pragmatique du commerce équitable est d'établir des transactions commerciales avec des petits producteurs défavorisés à des termes qui

permettent de rétablir l'équilibre dans l'échange. Le commerce équitable a aussi un objectif relevant de l'idéologie. Il met en évidence l'injustice des transactions commerciales (Bird and Hughes, 1997). En établissant sa stratégie sur le concept 'trade not aid' (Low et Davenport, 2005, Raynold et al, 2004), le commerce équitable devient un mouvement à la fois social et politique. Il cherche à « défier les relations internationales historiquement inégales, transformant les échanges Nord-Sud d'un véhicule d'exploitation sociale à une avenue de prise de pouvoir des producteurs » (Traduction libre, Raynolds et al. 2004, p. 1109). Le commerce équitable est un terme établi principalement par les ONGs européennes afin de « différencier les produits qu'ils se procurent et vendent au détail de ceux dans les marchés de masse commerciaux » (Traduction libre, Bird and Hughes, 1997, p.159). Le commerce équitable consiste principalement à établir des transactions commerciales avec des petits producteurs défavorisés à des « termes qui sont favorables relativement aux termes commerciaux purs et les commercialiser dans les pays développés avec une prime éthique » (Traduction libre, Bird and Hughes, 1997, p.161). L'expression commerce équitable souligne implicitement « l'injustice de plusieurs interactions commerciales » (Traduction libre, Bird and Hughes, 1997, p.159).

Il existe des différences importantes entre les approches conventionnelles de marché et le commerce équitable. En premier lieu, le commerce équitable met au défi « la dominance de l'intérêt des consommateurs et des investisseurs par la reconnaissance du producteur comme une partie prenante importante » (Traduction libre, Golding and Peattie, 2005, p.155). Plus qu'une simple niche de marché,

FT [...] aims at 'equity of exchange' through the formation of transparent trading partnerships that respect and benefit all parties. FT seeks to integrate social and environmental considerations into our trade models, to promote social equity and environmental welfare in developing countries (Golding K. & Peattie, K, 2005, p. 155).

De plus, le commerce équitable cherche à changer les normes et valeurs de la société (Levi and Linton, 2003) et à éduquer les consommateurs afin qu'ils agissent au-delà de leur propre intérêt lorsqu'ils font leur choix de consommation (Murray and Raynolds, 2000). Le commerce équitable « *attempts to leave*

behind the era of real and metaphorical BandAids, to instead push the frontiers of a kind of entrepreneurial developmentalism of ecological, economic, and identity-based empowerment (Goodman, 2004, p. 908) ». Le commerce équitable est donc plus qu'un outil de différenciation, il est un mouvement social utilisant le marché afin d'atteindre ses objectifs sociaux et il entre donc dans la catégorie des nouveaux mouvements socio-économiques (Gendron, 2004).

L'entreprise Cooperative Coffees

Cooperative Coffees (CC) fut fondée vers la fin de 1999 et procéda à sa première importation en 2000 pour les États-Unis et en 2002 au Canada. Elle est la propriété de 19 membres situés aux États-Unis et au Canada et ce chiffre continue d'augmenter. Il faut voir qu'au début des recherches sur l'entreprise, celle-ci ne comptait que 17 membres et que deux se sont joints par après. Elle est une organisation qui importe du café vert et qui est dévouée au support et à la création de partenariats avec les petits producteurs de café et leurs coopératives. C'est par les importations plus directes que CC cherche à créer un système d'échanges internationaux plus équitables et plus durables et qui permettront d'apporter un bénéfice directement aux producteurs, à leur famille et aussi aux communautés (traduction libre, CC¹). Cooperative Coffees est un acteur important sur le marché du commerce équitable aux États-Unis. Avec des achats de plus de 60 containers de café vert en début de l'année 2006 comparativement à 45 containers en 2005, CC affiche un niveau de croissance impressionnant. Depuis ses débuts en 1999 avec l'achat d'un container de café vert, CC a démontré sa capacité à croître tout en respectant sa mission et les valeurs de ses membres.

Méthodologie

Cette analyse se base sur des données empiriques collectées dans le cadre de l'étude du cas de Cooperative Coffees (organisation du commerce équitable au Nord) ayant duré trois mois, soit de juillet à septembre 2005. La collecte de données a été effectuée selon l'approche ethnographique suivant les suggestions de Bernard (2002) sur les méthodes de collecte de données lors d'un séjour exploratoire. Les méthodes utilisées afin de collecter les données sont l'observation participante et l'entrevue. Les entrevues ont été effectuées auprès de 14 torréfacteurs membres de Cooperative Coffees, en plus de 14 coopératives et vingt producteurs provenant de six pays d'Amérique Latine, ainsi que Transfair Canada, FLO Amérique Latine, CRECER² et Ecologic³. De plus, la visite de cinq coopératives de café a été effectuée, ce qui permet de vérifier sur les lieux l'impact réel du commerce équitable.

Analyse stratégique des coûts dans la chaîne équitable

Calculer les coûts d'une entreprise n'est pas un simple exercice d'addition des factures générées par ses activités. Certains coûts moins apparents sont pourtant importants pour l'entreprise et nécessitent une analyse serrée de ses activités afin de déterminer quelle sera la structure de coûts optimale qui permettra la création de valeur pour cette entreprise. Il faut voir que la compréhension de la dynamique des coûts est essentielle, car il s'agit là « d'un des moteurs incontournables de création de valeur » (Allaire et Firsirotu, 2004, p. 179).

Certains coûts confèrent un avantage à l'entreprise en créant une barrière à l'entrée dans un secteur, c'est le cas des coûts de croissance, des coûts irrécupérables et des coûts de substitution. D'autres coûts sont affectés par la taille de l'entreprise qui parfois lui confère un avantage et d'autres fois représente plutôt un désavantage. L'effet de la taille sur les coûts sera positif dans le cas des économies d'échelle, d'envergure, du taux d'utilisation, des économies de réseaux et des effets d'apprentissage. L'effet de taille sera négatif dans le cas des coûts de complexité, des coûts de mandat et des coûts de transaction. (Allaire et Firsirotu, 2004)

Nous allons maintenant analyser comment sont structurés les coûts dans la filière du café et comment ceci affecte les possibilités de croissance pour la petite entreprise équitable.

Les coûts de mandat : le premier maillon de la chaîne équitable

Les coûts de mandat sont les coûts entre le mandant, soit le dirigeant ou ceux qui proposent les contrats de travail et les mandataires, ceux qui exécutent le travail. Ces coûts sont en fait des coûts indirects qui affectent éventuellement la productivité de l'entreprise. Bien que la petite entreprise ne soit que rarement soumise aux coûts de mandat, dû à la proximité du patron et au nombre limité d'employés, dans le cas de la filière du commerce équitable, ceux-ci s'appliquent vu la structure du système. Les coopératives de producteurs sont en fait des systèmes complexes qui permettent aux producteurs d'offrir un accès plus facile au marché. Par contre, les contrats entre la coopérative et les producteurs peuvent être analysés sous le concept de la relation mandant/mandataire. Les coopératives sont dirigées par un conseil d'administration chargé d'administrer l'entreprise. Ces administrateurs doivent par la suite assurer le lien entre à la fois la coopérative et les producteurs, qui représentent les mandataires de la coopérative et le lien entre tous les acteurs externes à l'entreprise. Quels sont les coûts de mandat auxquels est soumise la coopérative équitable? Les plus importants sont au nombre de trois, l'asymétrie d'information, la difficulté de superviser le travail du mandataire et les intérêts divergents.

L'asymétrie d'information

Les coopératives bénéficient d'un lien privilégié avec les clients et comprennent mieux le fonctionnement du commerce équitable que les producteurs isolés de celles-ci. La communication entre la coopérative et ses producteurs est souvent irrégulière. De plus, les informations échangées sont souvent trop superficielles. On assiste donc ici à une asymétrie d'information entre les producteurs et la coopérative. Les producteurs ne savent donc pas toujours que le prix minimum du commerce équitable n'est que ça, un prix minimum. Toute la menace que représente cette situation pour les coopératives fut démontrée au cours de l'année 2005 alors que le prix du café à la bourse surpassa le prix minimum du café équitable. Les producteurs voyant à l'opportunité d'augmenter leur gain optèrent pour la vente de leur café aux coyotes. Du côté des producteurs, ce sont ceux-ci qui détiennent l'information sur le milieu. Ils sont donc plus informés sur les prix locaux et sur la façon dont les coyotes négocient. Cette situation est à première vue surprenante lorsque l'on considère que ceux qui dirigent la coopérative sont eux-mêmes des producteurs, elle ne l'est plus alors que l'on réalise que ceux-ci doivent concentrer une bonne partie de leur énergie à la gestion de la coopérative. Il s'ensuit une coupure entre le milieu et la coopérative issue du milieu. Ce sont donc ces asymétries d'information qui imposent le premier coût de mandat à la coopérative équitable et qui ainsi diminuent la valeur ajoutée à ce niveau de la chaîne.

Supervision difficile

Le prochain coût de mandat est apporté par les contraintes associées à la supervision du travail des producteurs par la coopérative. Souvent les producteurs sont dispersés sur une superficie très vaste, il est donc difficile de visiter ces producteurs et ainsi vérifier la production sur le terrain. De plus, les moyens de communication sont souvent déficients et bien que quelques producteurs aient aujourd'hui un téléphone cellulaire, communiquer avec eux de façon régulière reste difficile. Un autre facteur qui contribue à augmenter la difficulté de supervision est le manque de moyens financiers de la coopérative qui n'a majoritairement que très peu de capitaux disponibles. La coopérative ne peut donc pas se doter de l'équipement nécessaire, telles les voitures ou les motocyclettes, qui permettront aux superviseurs de se rendre sur les lieux. Il s'ensuit que la coopérative n'est que très peu informée de la situation réelle des producteurs les plus éloignés. Ceci est un facteur important, car lorsque le contact est plus fréquent et que l'on est en mesure de superviser les producteurs il est possible d'anticiper la possibilité que le producteur vende son café à un intermédiaire local. Il sera aussi possible lors de la supervision de vérifier la qualité du café et ainsi prévoir le traitement des ma-

ladies qui pourraient détruire une partie de la récolte. Ceci est le coût de mandat relié à une supervision déficiente. Que la perte de la récolte soit due à la vente du café à un compétiteur ou à cause d'un problème de qualité, la coopérative devra remplacer le café perdu afin de respecter les contrats avec ses clients.

Intérêts divergents

A priori, tout porte à croire que les intérêts de la coopérative et des producteurs sont les mêmes. La survie de la coopérative assure les revenus des producteurs, il est donc dans l'intérêt des producteurs d'assurer la survie de la coopérative. Dans les faits les intérêts de la coopérative et ceux des producteurs sont différents, bien qu'ils se ressemblent.

La coopérative de café équitable doit vendre son café, pour ce faire elle doit donc trouver des clients, ceci est dans son intérêt. Le producteur doit lui aussi trouver des clients pour son café et il promet donc sa récolte à la coopérative équitable dont il est membre, ce qui satisfait à la fois ses intérêts et ceux de la coopérative. Jusqu'ici, tout semble bon, mais dans les faits, cette entente est-elle faite dans la poursuite des mêmes intérêts? La réponse à cette question, qui devrait être simple, ne l'est pas. L'élément qui importe ici est la lentille sous laquelle on analyse la situation. Si, comme la coopérative, nous regardons sous l'optique du plus long terme, alors le moyen qui permet un gain durable et permanent est tout à fait dans l'intérêt de la coopérative. Voilà donc ici que le commerce équitable qui assure un gain minimum ainsi que des relations à plus long terme entre la coopérative et ses clients sera vu comme étant très compatible avec les intérêts de celle-ci. Cette conclusion devrait être la même pour les producteurs puisque ce qui aide la coopérative aide aussi les producteurs, mais la perspective à court terme sous laquelle le producteur effectue ses choix le pousse à prioriser d'autres facteurs que ceux de la coopérative. Tel que mentionné dans la section précédente, les producteurs vivent dans une situation précaire et n'ont souvent comme revenu que les seuls fonds que leur procure la vente de leur café. De plus, au temps des récoltes, ces derniers n'ont souvent plus aucune ressource financière. Les producteurs cherchent donc à vendre leur café au plus offrant et aussi à obtenir les fonds le plus rapidement possible. Ceci est une des raisons pour lesquelles certains producteurs vendent aux coyotes plutôt que d'apporter le café à la coopérative tel qu'ils l'auront promis⁴. La coopérative subit ici une perte puisqu'elle ne sera pas en mesure de satisfaire la totalité de ses contrats avec ses clients, ceci est donc un autre des coûts de mandat que la coopérative équitable doit prendre en considération et chercher à anticiper afin d'améliorer ses gains sur la chaîne de valeur du commerce équitable.

La perte de valeur sur la chaîne à ce maillon affecte à la fois les producteurs affiliés à la coopérative et la

coopérative même. Il y a une perte d'opportunité résultant de la perte des capitaux investis afin de récupérer le café perdu, soit à cause de l'asymétrie d'information, des difficultés associées à la supervision ou bien des intérêts divergents entre les différents acteurs. De plus, la précarité de la coopérative sera augmentée, ce qui suivra la chaîne et augmentera la précarité de la situation des producteurs.

Les coûts de complexité

Les coûts de mandat, mentionnés dans la section précédente, ne sont en fait qu'un des coûts de complexité auxquels fait face l'entreprise. Les coûts de complexité sont les coûts associés à l'intériorisation des différentes fonctions de l'activité commerciale de l'entreprise. Dans certains cas, l'entreprise décidera de garder à l'interne ce qui pour elle fait partie de ses activités centrales (*core activities*), celles qui lui confèrent un avantage stratégique sur ses concurrents. Par contre, plus l'entreprise étend son champ stratégique, plus ceci augmente la complexité de l'entreprise. En prenant de l'expansion par exemple, l'entreprise devient moins flexible et ne peut pas répondre rapidement aux changements survenant dans son environnement et celui de ses mandataires. Cette situation est bien représentée par le cas de la coopérative de café équitable bien que sa taille soit très petite comparativement à l'entreprise transnationale moderne.

Regardons ici le changement de contexte survenu cette année sur le marché du café. Avant tout, il faut comprendre sur quoi le commerce équitable a reposé depuis maintenant plusieurs années. Le principe le plus connu du commerce équitable est celui du prix minimum assuré aux producteurs, bien que ceci ne soit pas l'unique principe de ce type de commerce, il est celui qui nous intéresse ici. Ce prix de 1.21\$ US la livre pour le café vert a été fixé afin de garantir aux petits producteurs les revenus nécessaires à leur survie. Ce prix n'est garanti que pour les producteurs certifiés équitables, pour le reste des producteurs le prix est fixé en relation avec le prix du marché, qui lui est fixé à la bourse : le marché du 'C'. En principe le prix offert pour le café équitable suit lui aussi le prix du marché et est augmenté d'une prime de 5 ¢ si le prix du marché dépasse le prix minimum du commerce équitable. Durant longtemps, le prix du marché resta largement inférieur à celui du commerce équitable, il n'y eut donc aucun problème rattaché au prix équitable. Mais en 2005, le prix du 'C' surpassa celui du commerce équitable et les faiblesses apportées par la complexité du système furent démontrées. Il faut regarder la structure de l'entreprise si nous voulons bien comprendre le problème. En ce qui concerne les coûts de complexité, il est possible de les classer selon deux groupes, soient **les coûts de mandat** et **les coûts rattachés à la**



Visite de Cooperative Coffees chez la coopérative de café équitable Guaya'b à Juacaltenango, Guatemala
Par Chantale Hervieux

structure de l'organisation. Nous avons discuté plus haut des coûts de mandat; pourquoi est-ce que ces coûts sont cités ici comme une des sources des problèmes résultant de l'augmentation du prix du marché? La réponse provient précisément des trois coûts mentionnés, l'asymétrie d'information, la difficulté de supervision des mandataires et les intérêts divergents. L'asymétrie d'information entre le producteur et la coopérative aura fait en sorte que du côté du producteur celui-ci n'a pas été informé que le prix équitable serait augmenté en même temps que celui du marché (une information qui n'était par ailleurs pas bien comprise par certaines coopératives elles-mêmes). Du côté de la coopérative, elle n'aura eu que très peu d'information sur le prix offert par les intermédiaires locaux aux producteurs. Sur la question du coût apporté par la difficulté de supervision, la coopérative ne réalisa que trop tard qu'elle risquait de perdre une part des récoltes qu'on lui avait pourtant promises. Et finalement sur la question des coûts de mandat, les intérêts divergents entre ceux des producteurs et ceux de la coopérative firent en sorte que les producteurs ne se basèrent pas sur les mêmes critères afin de prendre leurs décisions. Pour le cas de la structure de l'entreprise, la rigidité et le manque de flexibilité diminuèrent la réactivité de celle-ci et elle ne fut pas en mesure d'agir même lorsque le problème fut identifié. Maintenant, quel fut l'impact de ces coûts de complexité? D'une façon simple, on peut dire que les producteurs vendirent leur café aux intermédiaires locaux et que la coopérative dût réagir et trouver du café équitable afin de satisfaire les contrats avec ses clients. Seulement ceci ne nous fournit qu'un aperçu superficiel de la question. En fait, le coût réel est plus du côté de

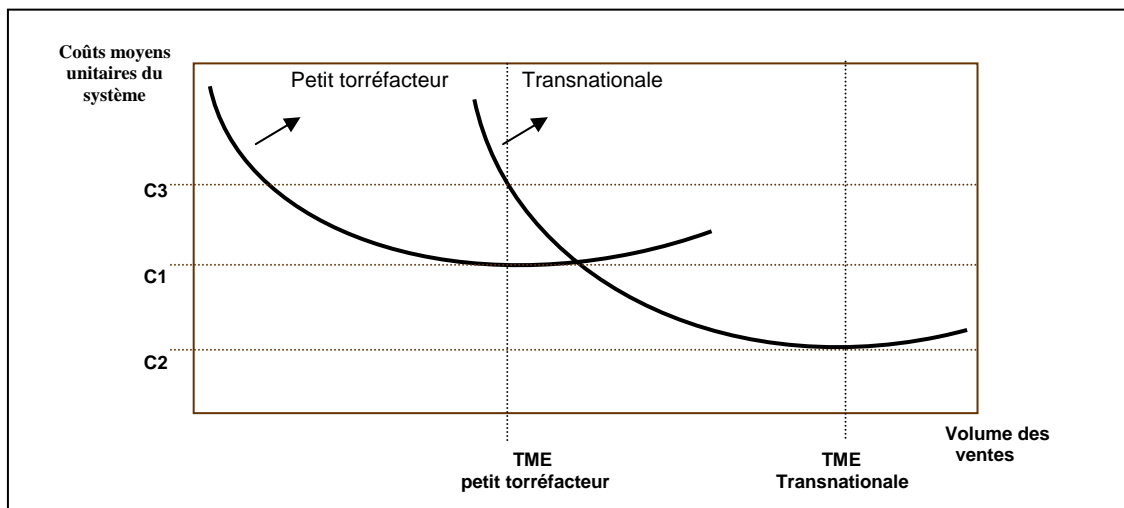
l'intangible. Il y a en premier la perte de confiance des clients envers la coopérative dans les cas où elle n'aura pas été en mesure de remplacer le café. Aussi, la perte de confiance dans le système du commerce équitable par les producteurs qui ne comprenant pas bien le fonctionnement de celui-ci crurent que le prix du commerce équitable les pénalisait en leur offrant un prix inférieur au marché. Ces coûts sont des coûts bien réels dont il faut tenir compte lors de la gestion de l'entreprise. Ils sont souvent le résultat de l'impact d'une crise et il est important de les analyser.

La structure de coûts de la filière du café, l'avantage de la taille

Le phénomène des économies d'échelle est souvent mal compris, toute diminution des coûts unitaires par l'augmentation du taux d'utilisation ne peut être appelée économie d'échelle. Le concept « d'économie d'échelle devrait être utilisé pour comparer les coûts unitaires de systèmes de capacités différentes fonctionnant à un niveau optimal. » (Allaire et Firsirtu, 2004, p. 180).

Les économies d'échelle sont un phénomène important dans l'industrie du café alors que celle-ci est dominée par de grandes entreprises transnationales qui de par leur taille imposent leur structure de coûts. Ce sont quatre entreprises, soit Procters & Gamble, Sara Lee, Kraft et Nestlé qui dominent le marché. La taille de ces entreprises leur permet des économies d'échelle importantes tant au niveau de la torréfaction du café vert que pour les impacts sur les prix lors des achats. L'avantage de taille n'en est un

Figure 1 : L'effet de taille sur les coûts



que si l'entreprise fonctionne à sa taille minimale efficace (TME) (voir figure 1). Dans le cas d'un système avantagé par le principe d'échelle, la grande entreprise sera en mesure de diminuer ses coûts fixes en les répartissant sur une plus grande production, ce qui diminuera son coût unitaire moyen (C2).

Le petit torréfacteur voulant faire compétition sur le marché de masse se retrouve donc désavantagé vu son système plus petit qui ne lui permet pas d'obtenir le coût de production de la grande entreprise. Par contre, comme le démontre la figure 1, la petite entreprise sera avantagée lorsque le marché est petit et que celle-ci opérera à sa taille minimale efficace (à coûts C1) et que la grande entreprise, elle, devra fonctionner à un niveau sous optimum qui, vu la taille de son système, engendrera des coûts plus élevés que ceux du petit système (C3). Il est donc avantageux pour le petit torréfacteur de produire un café de spécialité, tel celui du commerce équitable, si et seulement si, le marché reste de petite taille. Ceci nous porte donc à croire que la différenciation effectuée par le commerce équitable qui exige un café 100% équitable est une stratégie avantageuse pour les petits torréfacteurs. Advenant la possibilité de produire un café qui comporterait seulement un faible pourcentage de café équitable, ceci avantagerait au contraire la grande entreprise qui serait en mesure d'introduire une portion de café équitable dans sa production régulière tout en tirant avantage de la différenciation et du bénéfice à sa réputation que procure la commercialisation du commerce équitable.

Conclusion

L'analyse des coûts dans la filière du café équitable démontre que les enjeux économiques et commerciaux doivent être pris en compte au même titre que les enjeux sociaux. En choisissant d'utiliser l'avenue du marché, le commerce équitable se retrouve à subir les mêmes contraintes que tout produit de ce marché. Il faut donc que le commerce équitable et les acteurs qui y sont impliqués prennent conscience du bénéfice que leur procure un petit marché afin de maintenir l'avantage concurrentiel sur ce marché. De plus, pour ne pas perdre la valeur sur cette chaîne, il faut aussi mieux comprendre comment les interactions, entre les différents acteurs dans cette chaîne, apportent des coûts. Ces coûts souvent intangibles affecteront la rentabilité de l'entreprise et de là sa viabilité. La question pour les acteurs du commerce équitable est maintenant de trouver la stratégie qui permettra à celui-ci de croître tout en gardant le contrôle sur sa commercialisation et en maintenant ses valeurs et ses principes, un enjeu de taille qui né-

cessitera une bonne maîtrise des stratégies de marché.

¹ Les informations traduites ici proviennent du site de l'entreprise : <http://www.cooperativecoffee.com/about/history.html>, visité pour la dernière fois le 30 novembre 2005.

² Association civile qui fait la promotion et qui aide ceux qui offrent des services afin d'améliorer la productivité et le compétitivité des groupes économiquement désavantagés en Amérique Centrale et au Mexique.

³ Organisation de micro-crédit alternative qui offre du crédit principalement aux organisations de café ayant une structure solide et une politique de gestion environnementale, ce qui est très en lien avec les modes de fonctionnement du commerce équitable.

⁴ Plusieurs autres raisons expliquent ceci, le préfinancement retardé, les différends avec les administrateurs de la coopérative et autres. Par contre, celles-ci peuvent être en partie expliquées par une mauvaise compréhension des intérêts de chacun ainsi que d'une communication défailante.

Bibliographie

Adams, R. J. (2002). "Retail profitability and sweatshops: a global dilemma." *Journal of Retailing and Consumer Services* 9: 147-153.

Allaire, Y. et M. Firsirotu, (2004), « *Stratégies et moteurs de performance : Les défis et les rouages du leadership stratégique* », édition Chenelière McGraw-Hill, 566 pages

Barrientos, S. (2000). "Globalization and ethical trade: assessing the implications for development." *Journal of international development* 12(4): 559-570.

Beaucage, P. (2000). *Le développement à l'heure de la mondialisation. Des espaces alternatifs? Le cas de producteurs de café organique au Mexique*. Développement : pour une réflexion renouvelée, Montréal.

Bernard, H.R. (2002). *Field notes: how to take them, code them, manage them, Research methods in anthropology: Qualitative and quantitative approaches*, Third edition, *Alta Mira Press Rowman & Littlefield Publishers*, p. 365-389.

Bird, K. et D. R. Hughes, (1997). *Ethical Consumerism: The Case Of "Fairly Traded" Coffee*, *Business Ethics*, Volume 6, Issue 3, Jul 1997, Page 159-167.

Carpenter, S. C. (2000). *Alternative trade : analysis and efficacy as a development model*. Art, design and humanities. Ulster, University of Ulster: 27.

Fend, R. (2005). *The Fair Trade Response to the Coffee Crisis, Achievements, Limitations and Prospects of a Voluntary Certification Scheme*. 75 pages.

Fridell, G., (2003), *Fair trade and the international moral economy: within and against the market*, CERLAC Working Paper

Gendron, C. (2004). « *Le commerce équitable : un nouveau mouvement social économique au cœur d'une autre mondialisation* » in Favreau, L., Larose, G. et A. Salam Fall (2004), *Altermondialisation, économie et coopération internationale*, Collection Pratiques et politiques sociales et économiques, Karthala (France) et Presses de l'Université du Québec (Québec), p. 158-183.

Giovanucci, D. (2001). *Sustainable Coffee Survey of the North American Speciality Coffee Industry*. Report Conducted for the Speciality Coffee Association of America.

Giovanucci, D. and F.J. KoeKoek. (2003). *The state of Sustainable Coffee : A study of Twelve Major Markets* (Report) : World Bank.

Low, W. and Davenport, E. (2005). *Postcards from the edge: maintaining the alternative character of fair trade*, Sustainable Development, Volume 13, Issue 3, pages 143-153.

Ponte, S. (2001). *The "Latte Revolution"? Winners and Losers in the Restructuring of the Global Coffee Marketing Chain*. (Working Paper Sub-Series on Globalisation and Economic Restructuring in Africa 13).

Raynolds, L. T., Murray, D., Taylor, P. L. (2004). *Fair trade coffee: building producer capacity via global networks*, Journal of International Development. Volume 16, Issue 8, Pages 1109 – 1121



Enfants des producteurs de café de la coopérative Guaya'b
Par Chantale Hervieux



L'impact du commerce équitable sur les producteurs et leur organisation : quelques réflexions sur la base d'une étude de terrain en Bolivie

Par Benjamin Huybrechts

Assistant et chercheur, Centre d'Economie Sociale – Université de Liège (Belgique)

b.huybrechts@ulg.ac.be

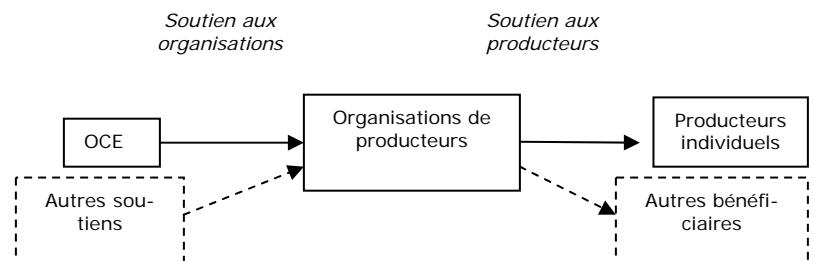
1- Introduction

Dans un contexte de développement important de la filière, notamment à travers la grande distribution, les organisations de commerce équitable (OCE) sont en quête d'informations fiables pour vérifier les fondements de leur discours et accroître leur crédibilité (Artisans du Monde, 2004). Alors qu'il existe énormément de littérature à propos des objectifs et des bienfaits supposés du commerce équitable, de manière étonnante, les études rigoureuses et indépendantes concernant son impact sur les producteurs du Sud sont rares, et peu de recherches universitaires s'y sont attardé jusqu'à présent. Plus particulièrement, l'image monolithique des « petits producteurs » reste relativement floue et occulte le fait que ces producteurs sont constitués en organisations, dont les objectifs et les mécanismes peuvent être très différents d'un cas à l'autre. Or, comme nous essayons de le montrer à travers ce texte, les choix de ces organisations peuvent influencer fortement sur la manière dont le soutien du commerce équitable est géré et redistribué aux producteurs individuels.

Nous commençons par rappeler, sans chercher à être exhaustifs, quelques éléments théoriques relatifs à l'impact du commerce équitable et au rôle des organisations de producteurs par rapport à celui-ci (section 2). Ensuite, nous présentons, aussi bien pour les impacts positifs que pour les éventuels effets négatifs, une proposition de grille d'analyse listant et structurant les différents domaines d'impact identifiés dans la littérature et auprès des acteurs de terrain (section 3). Ces schématisations tentent de rendre compte du rôle central joué par l'organisation de producteurs au sein du partenariat équitable, comme intermédiaire entre les importateurs et les producteurs individuels. Notre grille d'analyse est alors confrontée à la réalité du terrain en Bolivie. Après avoir présenté brièvement le contexte bolivien ainsi que la méthodologie utilisée (section 4), nous exposons de manière succincte les résultats de notre enquête (section 5).

2- Quelques éléments théoriques

À côté de certains effets « directs » du commerce équitable sur les producteurs (prix supérieur, aide à la production etc.), certains auteurs insistent sur l'importance du soutien aux organisations de producteurs. Ces dernières constitueraient des vecteurs majeurs de développement local. Ainsi, Ronchi (2002) distingue les impacts « directs » sur les producteurs individuels et les impacts « indirects », qui sont tributaires de la redistribution effectuée par les structures locales (coopératives, associations ou entreprises). Ces structures peuvent, en outre, bénéficier à des acteurs qui ne sont pas nécessairement membres de l'organisation. Pour schématiser ces « cheminements » d'impacts, nous avons repris et adapté le schéma proposé par cette auteure.



Selon ce schéma, tous les impacts semblent « indirects », dans le sens où ils transitent tous par l'organisation avant d'atteindre les producteurs. Ainsi, le « juste prix » payé à l'organisation est répercuté au producteur selon la décision et les mécanismes propres à cette organisation : la proportion du prix répercuté par cette dernière aux producteurs individuels n'est pas nécessairement la même d'une coopérative à une autre. De même, le préfinancement offert à l'organisation peut ou non bénéficier aux membres à travers des paiements anticipatifs et des crédits rendus possibles grâce à la sécurité financière accrue fournie par le commerce équitable.

D'un côté, nous avons différents « outils » spécifiques (mais pas spécialement exclusifs) au commerce équitable, que nous avons identifiés en répondant à la question suivante : à travers quels mécanismes le commerce équitable est-il supposé agir positivement sur les organisations de producteurs ? Paul (2002) identifie trois « outils » majeurs : le prix, la prime et le préfinancement. Cependant, à côté de ces outils financiers, d'autres mécanismes moins tangibles semblent tout aussi importants. Ainsi, de nombreux auteurs (Chauveau et Eberhart, 2002 ; Nelson et Galvez, 2000 ; ...) insistent également sur la relation directe (contournement des intermédiaires) et à long terme (stabilité des prix et des quantités), sur l'influence des différents critères de partenariat (aux niveaux économique, social et environnemental) ainsi que sur les exigences croissantes de qualité.

De l'autre côté, nous voyons différents « domaines d'impact » commentés dans la littérature ou observés sur le terrain, dont nous faisons l'hypothèse qu'ils sont, totalement ou partiellement, directement ou indirectement, attribuables au commerce équitable. La question est donc de savoir quel est le lien entre ces outils et ces domaines d'impacts, quel cheminement ces mécanismes parcourent pour affecter favorablement (ou non) les producteurs.

3- Construction d'une grille analytique

Comme tout exercice de structuration de réalités complexes, non attribuables et en partie non quantifiables, la classification des impacts du commerce équitable est un exercice périlleux. Aussi, nous voulons abandonner toute prétention à l'universalité, car l'exercice impose de « mettre en boîte » des réalités très diverses qui ne peuvent se résumer intégralement dans un schéma.

3.1 Les impacts positifs

Nous avons structuré les domaines d'impact supposés en fonction des trois piliers du développement durable, auquel le commerce équitable désire contribuer : l'économique, le social et l'environnemental.

Impacts au niveau économique

1. **Revenu** : lié au prix supérieur perçu par l'organisation de producteurs, mais également au volume de production accru et au rôle renforcé de la coopérative au niveau régional.
2. **Stabilité et planification** : la stabilité des prix et des quantités du commerce équitable peut permettre à l'organisation et aux producteurs de mieux planifier l'avenir.
3. **Santé financière** :
 1. **Crédit** : l'accès au crédit et au préfinance-

ment et la répercussion de cet accès aux membres

2. **Investissement** : à travers la capitalisation et le crédit, la possibilité d'investir dans des infrastructures communes
3. **Viabilité** : la survie même et la pérennité financière de l'organisation

Impacts aux niveaux social et environnemental

1. Capital organisationnel et humain :

1. **Institutionnalisation** : la maturité de la structure organisationnelle et des mécanismes coopératifs
 2. **Emploi** : le volume et la qualité de l'emploi généré par l'organisation et ses membres
 3. **Formation** : le degré de formation des cadres mais aussi des producteurs à la base
 4. **Participation** : le degré de participation des membres dans les processus de décision et dans le contrôle des dirigeants
 5. **Autonomie, confiance, estime** : les caractéristiques moins tangibles des producteurs qui reflètent leur posture par rapport à l'activité qu'ils exercent
 6. **Genre** : la participation et de pouvoir de décision des femmes
 7. **Santé** : les initiatives en vue de l'amélioration de la santé et de l'hygiène
- ##### 2. Fonds *fair trade* : les montants et l'utilisation du fonds constitué à partir de la prime payée dans le cadre du partenariat équitable et destiné à des projets collectifs¹.
3. **Environnement et production** : l'amélioration de la qualité des produits et de la préservation de l'environnement

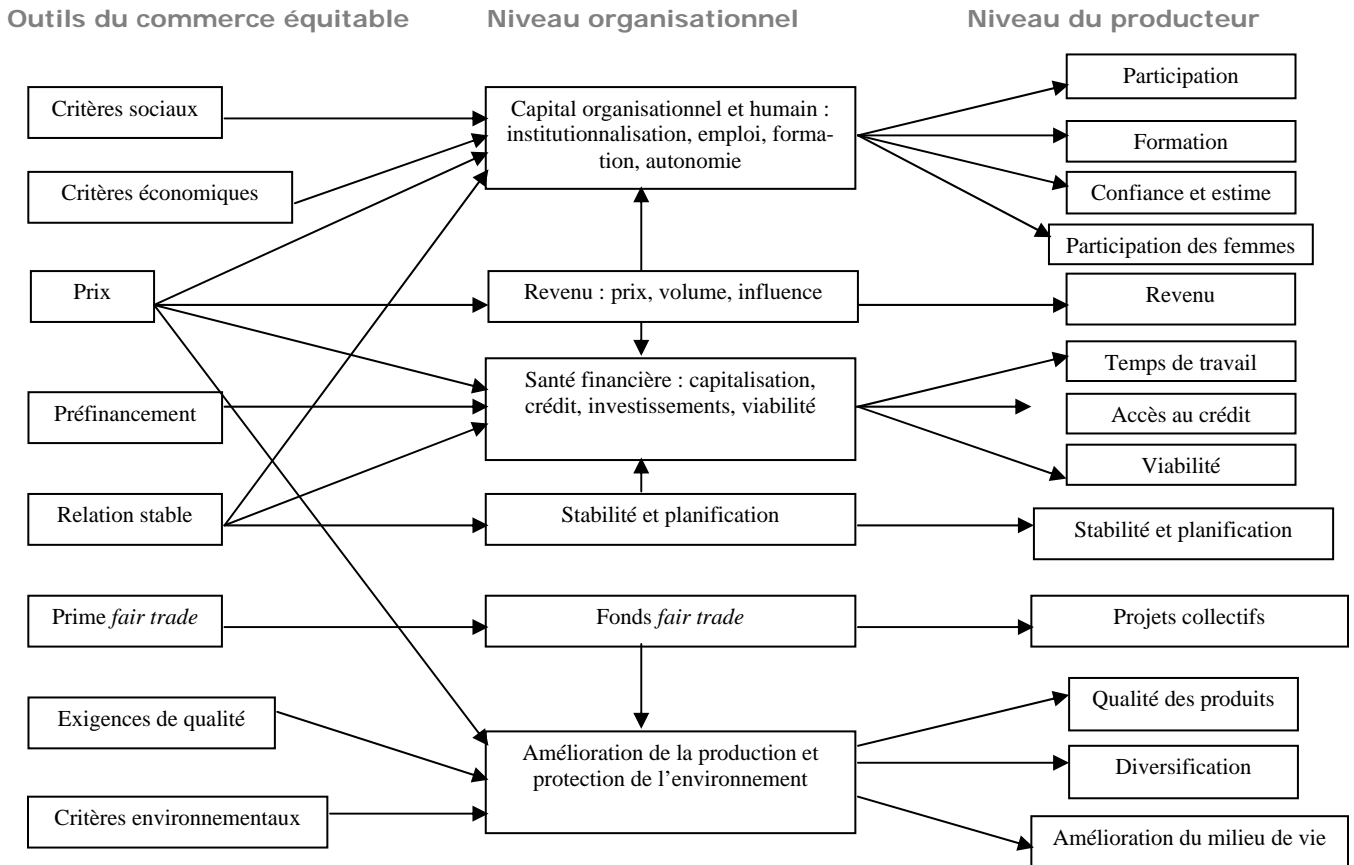
Dans le schéma suivant (schéma 2), nous essayons de décrire la manière dont ces éléments pourraient, en théorie, se décliner au niveau de l'organisation et des producteurs individuels, ainsi que le lien qui peut être établi avec les différents outils du commerce équitable présentés précédemment.

3.2 Les impacts négatifs

Nous serions incomplets en nous limitant à l'étude des effets positifs. En effet, comme toute initiative de développement, le commerce équitable connaît également des faiblesses. Les limites du commerce équitable sont néanmoins encore peu documentées. Nous tentons dès lors de mieux comprendre dans quelle mesure le commerce équitable peut entraîner ou non des impacts négatifs tels que la dépendance, la spécialisation extrême de la production, la perturbation des équilibres locaux ou encore l'ingérence et le paternalisme.

1. **Dépendance** : le fait que certains partenaires

Schéma n°2 : Schématisation des impacts positifs présumés



dépendent majoritairement du commerce équitable pour écouler leurs produits, ce qui peut affecter leur développement autonome.

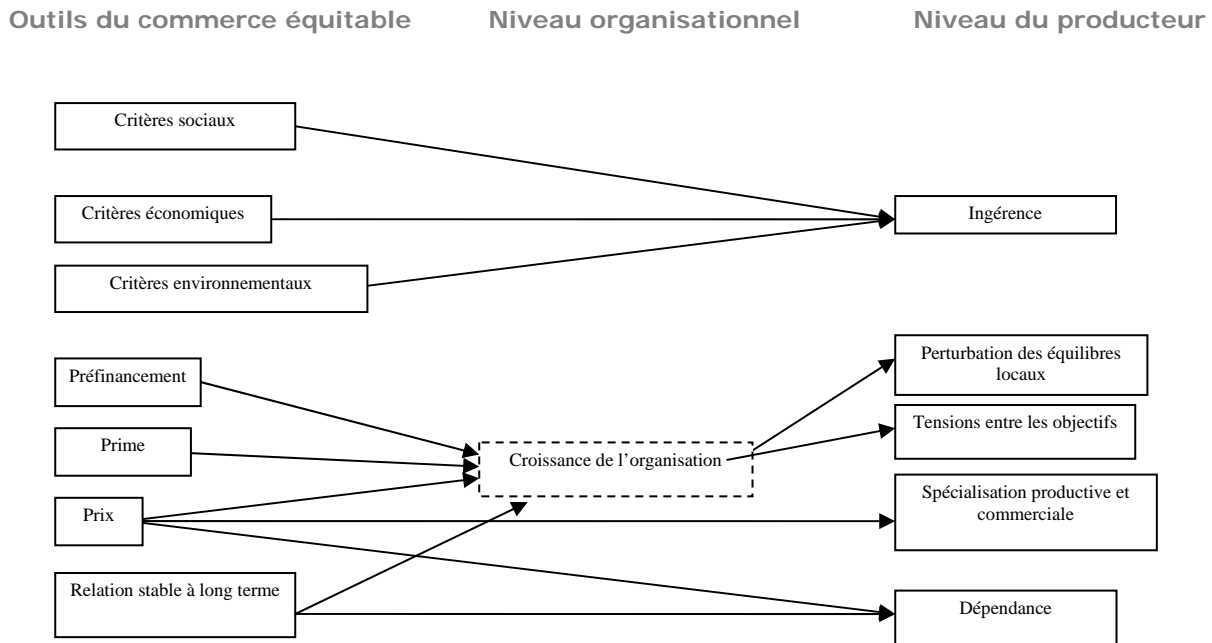
2. **Spécialisation de la production et de la commercialisation** : le risque de se centrer sur un produit particulier ou sur la seule exportation, aux dépens de la diversité de la production ou même de la sécurité alimentaire.
3. **Ingérence** : le danger d'influence abusive ou d'imposition d'une vision de l'organisation du Nord (danger auquel sont confrontés tous les « projets de développement »).
4. **Perturbation des équilibres locaux** : l'affectation des relations économiques et sociales locales qui peut résulter de l'appui à un groupe particulier de producteurs.
5. **Tensions entre les objectifs économiques et sociaux** : le danger que le développement économique stimulé par le partenariat équitable puisse prendre le pas sur la mission sociale de l'organisation.

4- Présentation des organisations et de la méthodologie

En Bolivie, les OCE du Nord soutiennent principalement le secteur du café, ainsi qu'un certain nombre de coopératives actives dans le cacao, la quinoa, les noix et bien sûr l'artisanat. Le système coopératif est généralement organisé à deux niveaux : des petites coopératives villageoises de quelques dizaines de familles, regroupées au sein d'organisations de niveau communal ou régional qui sont les interlocutrices des OCE du Nord.

Nous avons appliqué notre grille d'analyse à quatre organisations. Les deux premières sont les coopératives El Ceibo (cacao) et Coraca Iru-pana (café), qui sont partenaires du commerce équitable depuis de nombreuses années. Ensuite, nous avons sélectionné deux « groupes de référence » : les coopératives de café Coraca Carrasco et Cencoop. Bien que ces deux organisations nous paraissent relativement pertinentes en vue d'un exercice de comparaison, il va de soi

Schéma n°3 : Schématisation des impacts négatifs présumés



que les biais d'une telle analyse sont nombreux et mènent inévitablement à relativiser les résultats comparatifs obtenus.

Nous avons donc voulu mettre l'accent sur l'approche comparative entre organisations partenaires et coopératives hors-commerce équitable, malgré les nombreuses limites de cette démarche. L'étude a été réalisée à travers des entretiens semi-directifs différenciés en fonction des acteurs interrogés. Ceux-ci comprennent des producteurs (15 par coopérative, des hommes et des femmes), les responsables des coopératives (les fonctions clé), des représentants des ouvriers ainsi que des responsables d'organisations impliquées dans le projet coopératif (structures de coordination, ONG, pouvoirs publics,...). Les questionnaires sont basés sur la grille analytique que nous proposons : à chaque domaine étudié sont assorties différentes questions autour des indicateurs qui s'y réfèrent. L'étude de documents des organisations et des autres acteurs ainsi que des observations informelles sont venues enrichir les résultats des entretiens.

5. Présentation des résultats

Après avoir étudié les différents domaines d'impact par rapport à la littérature et à nos études de cas, nous pouvons tirer une série de conclusions et de pistes de réflexion. Il faut bien sûr garder à l'esprit que ces conclusions sont basées sur l'étude du contexte bolivien et de quatre organisations en

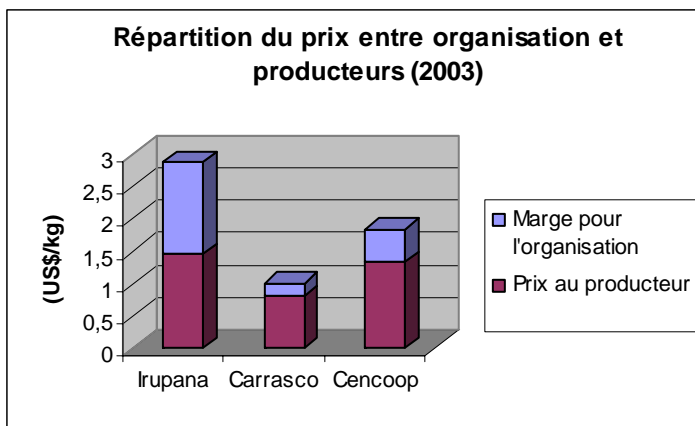
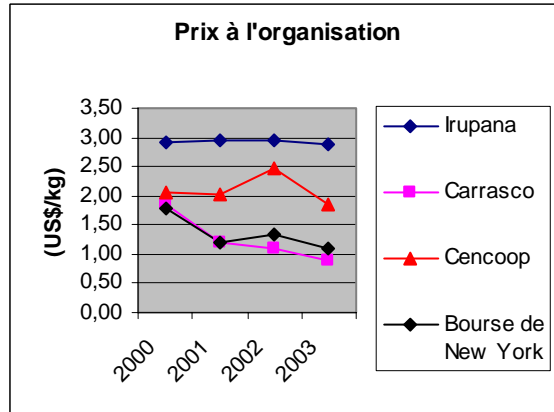
particulier. Par conséquent, étant donné l'hétérogénéité des partenariats de commerce équitable à travers le monde, ces conclusions ne permettent que d'éclairer une petite partie de la grande mosaïque que constitue le commerce équitable.

Tandis que certaines retombées ont été confirmées sur le terrain, d'autres n'ont pas pu être vérifiées, ou de manière différente de ce qui avait été présenté. Dans tous les cas, l'analyse a confirmé l'importance des mécanismes propres de la structure organisationnelle dans la redistribution du soutien équitable. En effet, d'une politique ambitieuse de développement des services coopératifs à un rôle minimal consistant à redistribuer toute la valeur générée aux producteurs, un grand nombre de choix sont possibles et affectent différemment l'impact sur les producteurs individuels. Nous présentons ici brièvement quelques-uns des résultats majeurs.

Au niveau économique, le revenu est apparu comme une retombée flagrante, surtout dans sa composante « prix », mais également, de manière moins directe, via le volume de production accru. Cependant, contrairement à nos attentes, la différence au niveau du revenu se situe davantage dans la marge laissée à l'organisation que dans le prix payé aux producteurs individuels (même si celui-ci semble néanmoins plus élevé dans le cadre des organisations bénéficiant du commerce équitable). En somme, il semble que les producteurs ne veulent pas endosser la faiblesse des prix de vente et voir leurs revenus diminuer par rapport à leurs collègues

d'organisations connaissant de meilleures conditions commerciales. En conclusion, le commerce équitable semble surtout avoir un effet positif sur les revenus propres à l'organisation, car les membres n'accepteront de lui accorder des moyens en vue de meilleurs services qu'après avoir reçu eux-mêmes un prix « correct ».

Schémas n°4 et 5 : Les prix d'achat à l'organisation et au producteur



Ce prix équitable tend en outre à influencer les prix au niveau régional. En effet, nous avons observé que les coopératives qui ont été soutenues depuis longtemps par le commerce équitable jouent un rôle tellement important au niveau régional qu'elles sont en mesure d'influencer les prix de toute une filière (c'est notamment le cas pour le cacao). De plus, conformément à ce qu'indique la littérature, la fixité relative du prix ainsi que des quantités, au sein de partenariats à long terme, constitue assurément une retombée capitale car elle confère une stabilité précieuse permettant un développement économique et social serein dans un contexte souvent mouvé.

Ensuite, il est apparu que la stabilité financière de

l'organisation peut être accrue grâce au commerce équitable. Tout d'abord, à travers le préfinancement et l'apport de garanties commerciales aux banques locales, les coopératives boliviennes semblent pouvoir accroître leur propre marge de manœuvre ainsi que celle de leurs membres (à condition qu'elles mettent en place un système interne de crédit ou d'accès facilité à celui-ci).

Au niveau organisationnel et humain, tandis que la situation de l'emploi et la confiance des producteurs peuvent en partie être reliées aux conditions commerciales et donc au commerce équitable, le soutien de ce dernier en matière de participation, de santé ou de formation est beaucoup plus indirect. En effet, nous n'avons pas pu établir de lien direct entre la participation au commerce équitable et le développement de ces dimensions, également observables dans d'autres organisations qui ne sont pas intégrées dans cette filière. Le constat est le même en matière de qualité, de protection de l'environnement ou même pour le fonds *fair trade*, qui peut, dans la pratique, être investi collectivement ou être tout simplement distribué. Ceci met en exergue la marge de manœuvre large des coopératives locales ainsi que le rôle d'autres acteurs clés dans la gestion du soutien du commerce équitable (les ONG locales, les réseaux de représentation des producteurs au niveau national ou encore les pouvoirs publics).

Enfin, la confrontation au terrain a confirmé deux risques importants du commerce équitable. Premièrement, à la suite de certains auteurs (par exemple Durnez, 2004), notre analyse confirme que la dépendance, engendrée par des commandes excessives à un nombre très limité de partenaires, constitue un problème crucial. En effet, cette dépendance peut compromettre la prise de décisions autonomes du partenaire et, à terme, sa survie (par exemple en cas de faillite de l'importateur). Ensuite, le cas de Carrasco, seule coopérative à ne pas bénéficier du commerce équitable dans une région où toutes les autres organisations de producteurs en bénéficient, démontre les dangers d'une discrimination et d'une mise en concurrence de coopératives présentes dans une même zone. Cette situation peut engendrer des conséquences dommageables, en premier lieu la désertion des producteurs vers les coopératives soutenues dans le cadre du commerce équitable. Par contre, notre étude de terrain ne permet pas de confirmer ou, du moins, d'imputer à la participation au commerce équitable, les risques de spécialisation de la production, de tensions accrues entre les objectifs économiques et sociaux, ou encore d'ingérence dans les processus de décision.

6. Conclusion

En conclusion, malgré quelques bémols à ne pas négliger, le tableau semble positif pour les partenariats étudiés. Ce bilan positif doit toutefois être relativisé par le fait qu'il dépend fortement de l'ampleur et de la pertinence du projet organisationnel local. On peut dire qu'en soutenant le développement économique, social et environnemental des partenaires, le commerce équitable accomplit une première partie du chemin. L'autre partie doit être parcourue par l'organisation elle-même en direction de ses membres, en fonctions de ses mécanismes propres. Ceci conforte selon nous une vision des organisations de producteurs du Sud non pas comme des groupements de « petits producteurs à assister », mais bien comme de réels partenaires de développement...

¹ Par exemple, dans le cas du café, pour chaque livre vendue, l'organisation de producteurs perçoit 5 US\$ (en plus des 1,21 US\$ prévus comme prix minimum) qui peuvent être affectés à des projets collectifs locaux.

Bibliographie

Artisans du Monde (2004), « Etude de l'impact de 25 ans de commerce équitable sur les producteurs du Sud partenaires d'Artisans du Monde », *Synthèse du rapport final réalisée par Christophe Mestre*, Lyon

Bayley, B., Jones, S., Roberts, S., Robin, N. (2000), « Fair trade : overview, impact, challenges », *Study to inform DFID's support to Fair Trade*, Oxford Policy Management et Sustainable Markets Group (International Institute for Environment and Development), Londres

Charlier, S., Yeppez Del Castillo, I., Andia, E. (2000), « Payer un juste prix aux cultivatrices de Quinoa, un éclairage « genre et développement » sur les défis du commerce équitable dans les Andes boliviennes », GRIAL, Université Catholique de Louvain, Editions Luc Pire

Chauveau, C., Eberhart, C. (2002), « Etude du commerce équitable dans la filière café en Bolivie », *Document CIC-DA*, La Paz

Develtere, P., Pollet, I. (2005), « Co-operatives and Fair-

Trade », *Background Paper*, COPAC Open Forum on Fair Trade and Cooperatives, Berlin

Durnez, D. (2004), « Does Fair Trade encourage sustainable development? Could it be considered as a development project? Impact analysis of Fair Trade practices in the export of craft products from the region of Kolkata », Mémoire en vue de l'obtention du DES en Gestion du Développement, promoteur G. Pirotte, Faculté d'Economie, de Gestion et de Sciences sociales, Université de Liège, année académique 2003 - 2004

Hayes, M., Moore, G. (2005), "The Economics of Fair Trade: a guide in plain English", *International Workshop on the Economics of Fair Trade*, Northumbria University

Hopkins, R. (2000), « Impact Assessment Study of Oxfam Fair Trade », *Final Report*, Oxfam Fair Trade Programme, novembre 2000

Lake, R., Howe, C. (1998), « The Development Impact of Fair Trade: Evidence from the work of Traidcraft and challenges for the future », *Document de synthèse*, Traidcraft Exchange

Nelson, V., Galvez, M. (2000), « Social Impact of Ethical and Conventional Cocoa Trading on Forest-Dependent People in Ecuador », *Final draft*, Natural Resources and Ethical Trade Programme, Natural Resources Institute, University of Greenwich

Paul, E. (2002), « L'évaluation du commerce équitable comme projet de développement, considérations méthodologiques », *Document interne*, Pôle Sud, Université de Liège

Ronchi, L. (2002), « The impact of fair trade on producers and their organizations: a case study with Coocafé in Costa Rica », *PRUS Working Paper n°11*, Poverty Research Unit at Sussex, University of Sussex

Roozen, N., Van der Hoff, F. (2001), « L'aventure du commerce équitable, une alternative à la mondialisation, par les fondateurs de Max Havelaar », JC Lattès, Paris



Commerce équitable et économie solidaire : quelle convergence ?

Par Ana Isabel Otero ,

Assistante-chercheure à la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable

L'économie solidaire et le commerce équitable sont fortement ancrés dans les nouveaux mouvements sociaux économiques, qui aspirent à créer une nouvelle société et un modèle de développement alternatif. Les nouveaux mouvements sociaux économiques en sont un bon exemple. Selon cette approche, les acteurs sociaux vont se réapproprier l'économie et vont la redéfinir selon leurs propres valeurs. Ainsi, les transactions économiques seront investies d'un contenu social et politique qui était auparavant négligé (Gendron 2001). La finalité de ces mobilisations est de créer une société plus équitable et plus démocratique. Elles répondent à des projets alternatifs de développement qui visent à redéfinir les rapports entre l'économie et le social, c'est-à-dire, à « faire de l'économie autrement » (Neamtan 2003 : 131). Elles favorisent aussi la solidarité internationale, la coopération, la création d'entreprises autogérées et la finance solidaire. Ainsi, autant le commerce équitable que l'économie solidaire dénoncent le système commercial conventionnel et visent une transformation des rapports marchands qui offrira plus d'équité.

Toutefois, le projet du commerce équitable, en tant que projet de transformation des échanges internationaux, peut s'avérer limité en raison de son rapprochement progressif au marché conventionnel. De même, il existe des tensions croissantes qui risquent même de mettre en péril les idéaux du commerce équitable. Afin d'éviter ces dangers, ou au moins de les limiter, quelques organisations de commerce équitable consacrent leurs efforts à l'encastrement de ce mouvement dans l'économie solidaire. C'est le cas d'une organisation particulière en Espagne, *Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria* (IDEAS). En effet, IDEAS a pris un fort engagement avec l'économie solidaire et propose ainsi des alternatives de développement qui ne s'inscrivent pas dans la logique marchande.

Cet article sera divisé en trois sections. Nous montrerons d'abord les fondements de l'économie solidaire. Ensuite, nous présenterons les tensions qui existent à l'intérieur du système équitable. Finalement, nous établirons l'apport de l'économie solidaire au commerce équitable sous la lumière de notre étude de cas.

I. L'économie solidaire

L'économie solidaire fait référence à des initiatives d'organisation locale et communautaire. Elle est née dans les années 70 et s'est inspirée des expériences d'autogestion et des luttes urbaines. Elle s'est également désignée comme une économie alternative et dont « l'aggravation du chômage et de la précarité dans les années 80, le recul de l'État providence en ont fait ensuite un outil d'insertion par l'activité économique » (Azam 2003 : 158). De même, l'économie solidaire s'est caractérisée comme une résistance à la logique économique dominante et comme une tentative de rééquilibrage des rapports commerciaux. Elle constitue aussi un essai « d'articulation inédite entre les économies marchande, non marchande et non monétaire... » (Laville 1994). Elle participe de cette manière à la mise en place de formes de régulation, de nouveaux rapports entre l'État, et le marché, ainsi que des transformations institutionnelles. À la différence de l'économie sociale, l'économie solidaire cherche une insertion spécifique dans la scène politique (Lévesque 2003).

En outre, l'économie solidaire « désigne une approche théorique séculaire, qui pense l'économie comme étant enchâssée dans le social plutôt que comme une sphère autonome » (Gendron 2001 : 176) Sur le plan théorique, l'économie solidaire représente un nouveau champ de recherche qui essaie d'interpréter et d'expliquer les pratiques économiques émergentes. Elle fait également référence à quelques pratiques économiques spécifiques qui peuvent être menées par des organisations concrètes ou qui répondent par elles-mêmes à une éthique particulière. En Europe, notamment en France et en Espagne, l'économie solidaire a été retenue comme une forme émergente d'économie sociale, basée sur les initiatives de développement local, de réinsertion et de lutte contre l'exclusion (Caillat 2004).

Pour Carola Reintjes, la Présidente de cette organisation, l'économie solidaire est plus qu'un outil visant à instaurer un contexte plus juste pour la distribution équitable des ressources. Puisqu'elle contribue à la démocratisation de l'économie, elle doit être un facteur de transformation sociale, économique, politique et culturelle. De plus, l'économie solidaire a la capa-

cité de créer des liens entre les intérêts collectifs et individuels. En ce sens, il ne s'agit pas de créer un autre secteur de l'économie, mais de proposer une approche transversale incluant des initiatives dans tous les secteurs de l'activité économique : la consommation éthique, les initiatives des femmes, les projets communautaires, l'agriculture écologique, les monnaies sociales, la finance éthique et solidaire, le commerce équitable, l'appropriation et la démocratisation des outils de développement, etc.

L'économie solidaire est, d'ailleurs, un outil de prise de pouvoir citoyen, de transformation sociale basée sur la responsabilité et la prise de conscience. En effet, lorsque le citoyen a le contrôle sur sa consommation, sur sa production ou sur ses épargnes, il est plus facile de créer un nouveau modèle économique, ancré dans la communauté et qui respecte les droits de la personne et l'environnement¹. Ainsi, l'économie solidaire n'est donc pas uniquement une manière d'organiser les acteurs économiques et sociaux. L'économie solidaire encadre toute une série de manifestations, grandes ou petites, qui permettent de construire une autre mondialisation. Il s'agit d'initiatives tangibles, qui s'insèrent dans une alternative de développement.

II. Le commerce équitable et ses dérives

Le commerce équitable, tel qu'il existe actuellement, est le fruit de trois mouvements principaux qui ont fini par converger (Le Velly 2004, Yilmaz 2005). Le manque de consensus à l'origine, ainsi que l'essor inattendu du commerce équitable, ont provoqué des tensions, voire des contradictions, à l'intérieur du système. Il existe une tension particulièrement importante; elle repose sur la différence entre la conception du marché équitable en tant qu'outil pour modifier le modèle économique dominant et une conception plus pragmatique qui met l'accent sur l'insertion des producteurs du Sud dans les marchés au Nord dans des conditions plus justes. Cette tension correspond à deux visions différentes. La première vision, plus radicale et idéologique, considère le commerce équitable comme un moyen pour modifier le modèle économique en place. De cette façon, le commerce équitable devient un outil de transition pour aboutir à un système commercial plus juste. L'autre vision, plus pragmatique, le considère comme un outil pour aider les petits producteurs au Sud. Pour les instigateurs de cette vision, le but du commerce équitable est de créer une niche de marché (Renard 2003). Bien évidemment, si le but est d'aider le plus de producteurs possible, les acteurs du commerce équitable doivent être prêts à sacrifier la pureté du mouvement afin d'augmenter le volume de ventes.

De même, la création du label, à côté des bénéfices qu'il entraîne comme outil d'identification des produits équitables, s'est par contre avérée comme un outil d'insertion dans le marché conventionnel. La croissance rapide des ventes dans ce marché, ainsi que la prise de conscience graduel du consommateur moyen, ont fait du commerce équitable une victime de son propre succès. Même si pensé comme un système alternatif qui dénoncerait les mauvaises pratiques des acteurs conventionnels, il s'allie désormais avec son ancien adversaire : le système capitaliste. Les instigateurs du commerce équitable se trouvent dans une situation difficile car ils doivent choisir entre la vision pragmatique qui rapprocherait les produits du grand public, et la vision puriste, qui conserve l'essence du mouvement comme un moteur de transformation sociale et économique.

Taylor (2005) donne l'exemple du café. L'auteur affirme que la chaîne de valeurs du café offre des opportunités uniques pour réorganiser la production à l'extérieur des corporations qui dominent le marché. Les petits torréfacteurs, concentrés sur le café de spécialité, représentent cet « interstice » ou cette porte d'entrée pour le café du Sud dans des conditions optimales. Les liens directs avec les consommateurs facilitent la création de cette niche pour le café équitable et d'autres cafés durables. De même, grâce à la certification équitable, les relations commerciales à l'intérieur de la chaîne de valeurs sont altérées. Pourtant, l'offre du café équitable dépasse de sept fois la capacité d'absorption du marché alternatif, donc nombre de coopératives n'écoulent qu'une partie de leur production dans ce marché ou sont sur une liste d'attente pour la certification. Les problèmes qui ont émergé poussent les promoteurs du café équitable à modifier leurs stratégies originales et à se rapprocher des grosses compagnies. Ainsi, même si l'initiative équitable a commencé dans les années 80 avec un marché restreint, la stratégie actuelle, appuyée sur le label, est d'inclure les corporations, les gouvernements, les gros détaillants et d'autres acteurs afin d'augmenter la part de marché.

Quelques auteurs comme Latouche (2000) et Reynolds (2002) affirment que l'implication des grandes entreprises n'est pas le but ultime du commerce équitable et que, dans l'éventualité de leur participation, il faudrait s'assurer que toute la chaîne de valeur serait susceptible d'être certifiée. Or, l'implication des grandes entreprises et des grandes surfaces représente un danger d'appropriation du mouvement par ces acteurs. Cela met en péril la survie du système au Sud, des petits torréfacteurs au Nord, ainsi que les ONG de commerce équitable qui ne seront pas en mesure d'entrer en concurrence. Une fois que les entreprises et les

grandes surfaces ont été en mesure d'acquiescer des bénéfices et de nettoyer leur image, l'étape suivante serait de retourner aux anciennes pratiques. Le commerce équitable perdrait donc sa crédibilité et les producteurs au Sud risqueraient de retourner aux vieilles pratiques d'exploitation. De même, l'intégration du commerce équitable au système conventionnel entraîne des contraintes importantes, comme la quête pour l'efficacité et la compétitivité. Le résultat : une adaptation progressive à la rationalité économique dominante contre laquelle se posait le commerce équitable à ses origines. Pourtant, Renard (2003) signale que si le but du commerce équitable est d'abord d'aider les petits producteurs du Sud, toute stratégie limitant l'accès de leurs produits au marché devient contradictoire.

Il est donc important de considérer ces tensions puisque, si l'on veut écouler une quantité plus grande de produits du Sud dans les marchés du Nord, il est presque inévitable de s'inscrire dans le commerce conventionnel. Cela permet, bien évidemment, d'atteindre plus de consommateurs et d'aider ainsi plus de producteurs. Toutefois, l'essence même du commerce équitable est en jeu et il existe un risque majeur de déviance (Yilmaz 2005). Les différentes visions reflètent la vraie problématique du commerce équitable, basé sur un modèle qui est à la fois à l'intérieur du système conventionnel et contre lui (Taylor 2005). Ces visions permettent, également, de voir la contradiction entre l'identité des activistes et la réalité des affaires.

Toutefois, est-il vraiment possible de transformer le système commercial de l'intérieur? Quels sont les dangers que cela implique? Le risque est important : ce n'est plus le commerce équitable qui instrumentalise le marché, mais au contraire, le marché qui sert du commerce équitable pour atteindre une nouvelle niche de marché. Dans la section suivante, nous analyserons comment l'économie solidaire peut fournir une réponse aux tensions présentées ci-haut. Puisque les fondements de l'économie solidaire s'opposent au marché conventionnel, l'ancrage du commerce équitable dans un tel projet lui offre des débouchés intéressants.

III. L'apport de l'économie solidaire au commerce équitable

Selon Yilmaz (2005 : 13), « les organisations qui veulent tenir le cap des pionniers se réclament toujours d'une alternative à construire ». En effet, ces organisations visent une vraie transformation économique et sociale. Ainsi, de la même façon que les instigateurs « puristes » du commerce équitable, certaines organisations de commerce équitable au Nord cherchent à construire un modèle économique qui se

distingue clairement de l'économie marchande. L'économie solidaire offre des pistes intéressantes : puisqu'elle a comme objectif la satisfaction des besoins de base, elle ne fonctionne pas sous la logique du profit. Sa conception sous-jacente est « morale et non utilitariste » (Yilmaz 2005 : 13). Alors, les organisations qui s'inscrivent dans la logique de l'économie solidaire rejettent la vision qui tend à réduire les valeurs sociales en marchandises, ainsi que les notions d'efficacité et de compétitivité dans le commerce équitable.

L'engagement d'IDEAS envers l'économie solidaire
IDEAS reconnaît qu'autant l'économie solidaire que le commerce équitable possèdent un potentiel transformateur, capable de repenser et de construire un nouveau modèle social et économique. Toutefois, la portée du commerce équitable demeure assez limitée par rapport à l'économie solidaire, à cause, principalement, de la spécificité de ses activités commerciales et de ses dérives récentes. En effet, par lui-même, ce système manque d'outils suffisants pour poser un vrai défi au système international. L'obstacle principal, et le plus repéré par ses praticiens, est le fait qu'il s'insère dans la logique du système commercial international Nord-Sud. De cette manière, les liens de dépendance ne s'éliminent pas et les retombées sociales chez les pays importateurs ont une portée plus étroite. Afin de contourner ces limitations, des organisations comme IDEAS s'insèrent dans des programmes plus vastes, dont le commerce équitable est inclus, mais il n'est pas le protagoniste. Tel est le cas de la consommation responsable et de la finance solidaire. En effet, tout en ayant une vision plus globale du concept de développement – incluant la production, le financement, la distribution et la consommation – IDEAS propose un projet qui a plus de chances de réussir à l'extérieur du système conventionnel. Cela leur permet d'atteindre non seulement les petits producteurs du Sud, mais aussi des communautés locales. Le potentiel transformateur est mieux ancré, il pose un vrai défi à la structure commerciale et il transcende les frontières. Ainsi, l'économie solidaire devient un vrai outil de développement local, autant au Nord qu'au Sud.

En outre, l'engagement d'IDEAS dans un projet plus vaste comme celui de l'économie solidaire rend le commerce équitable non seulement plus visible, mais aussi plus idéologique. Dans le cas concret de l'Espagne, il est possible de trouver sur place des pratiques quotidiennes qui suivent le concept de l'économie solidaire, souvent encadrées par le Réseau d'économie alternative et solidaire (REAS). Selon ce réseau, l'économie solidaire est un moyen d'équilibrer les facteurs économiques, considérés comme un moyen, et non une fin, et de les mettre au service de la personne. L'économie solidaire exige donc une nouvelle conception de la responsa-

bilité individuelle et collective, une responsabilité qui nous permettra de participer effectivement dans les espaces de prise de décision économique.

Il faut noter, par contre, qu'étant donné la portée visée par l'économie solidaire et toutes ses modalités, il n'est pas surprenant de réaliser qu'il n'existe une définition seule et unique. Même si les acteurs ont un objectif commun - faire l'économie différemment, en donnant la priorité à la personne (Reintjes 2002) - le concept d'économie solidaire ne fait pas l'objet d'un consensus à l'intérieur d'IDEAS. Nous pouvons, toutefois, avancer que, dans la pratique, IDEAS vit l'économie solidaire comme une phase de récupération de valeurs éthiques, comme un moyen d'atteindre une activité utile pour la société, sans prétentions d'accumulation de capital. En tant qu'organisation de commerce équitable, ses membres considèrent que le commerce équitable et l'économie solidaire doivent aller main dans la main.

Toutefois, malgré que le positionnement idéologique d'IDEAS soit très clair, les tensions propres au commerce équitable que nous avons mentionnées plus haut ont une influence importante sur les activités de cette organisation. Les tensions sont plus visibles lorsque IDEAS passe de la théorie à la pratique en tant qu'entreprise qui cherche la survie au plan économique.

Le grand débat chez IDEAS : la grande distribution versus la pureté du mouvement

Le débat qui existe actuellement chez IDEAS montre autant l'aspect pratique du commerce équitable (la survie même de la coopérative) que les concepts théoriques (la pureté du mouvement versus son insertion au commerce conventionnel). IDEAS a l'ambition de devenir une organisation leader dans le domaine de l'économie solidaire, d'être une sorte de modèle à suivre. De cette façon, ses membres font très attention avant d'entreprendre certains chemins, et ils veulent surtout bien les justifier.

IDEAS jouit d'une bonne réputation en Espagne grâce à sa cohérence puisqu'elle vise à maintenir la « dimension militante et associative » du commerce équitable (Bucolo 2003). Et c'est justement sur cette cohérence qu'IDEAS base son projet de commerce équitable. Dans un système de commerce équitable comme l'espagnol, la réputation devient un facteur clé puisque la plupart des produits alimentaires ne sont pas labellisés. En fait, le mouvement équitable repose plus sur une « marque » ou sur le nom des organisations. Si le nom d'IDEAS est écrit sur l'emballage, les consommateurs ont la garanti que le produit couvre les critères du commerce équitable. Or, pour s'assurer de la confiance des consommateurs responsables, ces organisations doivent démontrer leur engagement à tous les niveaux. Le projet de

l'économie solidaire est donc très utile pour ce faire.

D'autre part, puisque cette organisation a gagné une bonne réputation en ce qui concerne sa prise de position, elle a donc un risque important si elle s'engage dans le marché conventionnel. L'image qu'elle donne est celle d'une organisation qui veille pour les principes du commerce équitable, pour la substance du mouvement. Ainsi, son engagement avec l'économie solidaire limite, paradoxalement, ses possibilités d'insertion dans la grande distribution. Si le commerce équitable semble parfois être compatible avec la grande distribution, l'économie solidaire prend une voie complètement alternative au marché conventionnel. De cette manière, si jamais elle décide de vendre dans les grandes surfaces, elle risque de nuire à sa réputation et de perdre une partie importante de sa base militante. La charge idéologique est donc très forte.

Or, même si un secteur d'IDEAS aimerait bien voir progresser les ventes et s'insérer dans la grande distribution, les efforts de cette organisation pour diriger le commerce équitable vers les marchés alternatifs semblent porter fruit. En effet, l'implication d'IDEAS dans l'économie solidaire et dans des projets alternatifs de développement lui a permis de faire augmenter la visibilité du commerce équitable sans avoir à risquer son essence. De même, la participation aux réseaux qui font la promotion de la consommation responsable lui offre, en tant qu'organisation de commerce équitable, une bonne réputation qui se reflète dans le volume de ventes. De même, IDEAS vise d'autres acteurs économiques et politiques qui sont susceptibles de s'impliquer sans compromettre l'esprit du commerce équitable. Tel est le cas de l'administration publique².

Conclusions

Nous avons montré comment IDEAS prend un engagement envers l'économie solidaire et comment elle fait le lien avec le commerce équitable. Cette organisation, bien connue par sa bonne réputation et sa cohérence, propose l'idée que le commerce équitable et l'économie solidaire doivent aller de pair. En fait, la vision que nous avons obtenue lors de cette recherche est que le commerce équitable est encadré dans l'économie solidaire. Le mouvement est plus global, et donc a plus de chances de réussir (dans ses limites, bien sûr) que si on prend le commerce équitable séparément.

De plus, dans un contexte où le commerce équitable présente des dérives importantes, les organisations comme IDEAS deviennent centrales afin de redonner la cohérence au mouvement et surtout de conserver son essence. Nous avons pu observer également que le fait de s'inscrire dans l'économie

solidaire comme moyen d'atteindre plus de justice limite davantage le marge de manœuvre de cette organisation. En effet, d'un côté IDEAS lutte pour les principes du commerce équitable et s'appuie sur les principes de l'économie solidaire pour augmenter sa portée. Mais d'un autre côté, ses risques de réputation augmentent également. Pourtant, grâce à sa vision globale de l'économie solidaire, ses projets proposent un ensemble de solutions qui ont plus de chances de réussir comme une véritable alternative de développement. Ainsi, l'économie solidaire offre au commerce équitable non seulement la possibilité de participer à un projet plus vaste, mais aussi d'augmenter sa portée tout en conservant ses valeurs de base.

Pour l'instant, IDEAS rejète le choix de s'insérer dans la grande distribution et verse ses efforts sur les boutiques solidaires et la sensibilisation auprès le grand public. Toutefois, le débat continue, autant à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'organisation. Le débat à l'intérieur confronte la survie d'IDEAS avec sa bonne réputation, et le débat externe confronte les principes du commerce équitable avec le positionnement des diverses organisations qui se sont insérées dans la grande distribution depuis longtemps.

¹ Carola Reintjes, "What is a Solidarity Economy?" <http://www.zmag.org/carolase.htm>

² Voir le bilan sur le symposium sur l'achat public éthique dans le bulletin Oeconomia Humana de la CRSDD de décembre 2005.

Références

Azam, Geneviève (2004) « Économie sociale, tiers secteur, économie solidaire, quelles frontières ? » *Revue de MAUSS*, No. 21, premier semestre, pp 151-161.

Bucolo, Elisabetta (2003) « Le commerce équitable » dans *Économie solidaire et démocratique*, Hermès, CNRS Éditions, pp. 109-118.

Caillat, Sophie (2004) « L'économie sociale, tentatives de définition » www.animafac.net

Gendron, Corinne (2001) « Émergence de nouveaux mouvements sociaux économiques » *Revue Pour*, No. 172, pp. 175-181.

Latouche, Serge (2000) "De l'éthique sur l'étiquette au juste prix", *Revue de MAUSS*, No. 15

Laville, Jean-Louis (1994) *L'économie solidaire : une perspective internationale*, Sociologie Economique, Desclée de Brouwer, 335 pp.

Le Velly, Ronan (2004) *Le commerce équitable : des échanges marchands contre le marché et dans le marché*. Thèse de Doctorat, Université de Nantes, Nantes, 328 pp.

Micheletti, M. (2003) *Political Virtue and Shopping: individuals, shopping and collective action*. New York: Palgrave Macmillan, 247 pp.

Neamtan, Nancy (2002) « L'économie sociale et solidaire et 'L'autre mondialisation » En préparation du symposium Citoyenneté et Mondialisation, Vancouver, June 14-16, 14 pp.

Neamtan, Nancy (2003), « L'économie solidaire comme radicalisation de la démocratie », *Revue de MAUSS*, No. 21, premier semestre, pp. 126-134.

Raynolds, Laura, 2002, *Poverty Alleviation through Participation in Fair Trade Coffee Networks: Existing Research and Critical Issues*, Faire Trade Research Group, Background Paper Prepared for Project Funded by the Community and Resource Development Program, the Ford Foundation, March <http://www.colostate.edu/Depts/Sociology/FairTradeResearchGroup/doc/rayback.pdf>

Reintjes, Carola (2002) "Iniciando ... continuando ... reflexiones, debates, sueños, utopías y estrategias colectivas ..." *Economía Solidaria en el Forum Social 2002*, <http://www.pacs.org.br/Semeando/semendo7esp.pdf>

Reintjes, Carola, "What is a Solidarity Economy?" <http://www.zmag.org/carolase.htm>, consultée le 27 février 2006.

Renard, Marie-Christine, (2003), "Fair trade: quality, markets and conventions", *Journal of Rural Studies* 19 : 87-96.

Taylor, Peter L. (2005) "In the Market, but not of it: Fair Trade Coffee and Forest Stewardship Council Certification as Market-Base Social Change", *World Development*, Vol. 33 No. 1, pp. 129-147


Yilmaz, Murat (2005) *Le commerce équitable*, Institut de recherche des Nations Unies pour le développement social, Société civile et mouvements sociaux, Document du programme No. 20, décembre, 22 pp.

Sites Internet

IDEAS, <http://www.ideas.coop/portada.html>

Red de Economía Alternativa y Solidaria, <http://www.reasnet.com/fseleccion.htm>

Red de Útiles Financieros Alternativos y Solidarios, RUFAS, <http://www.reasnet.com/rufas/presentacion.htm>



Colloque international
International colloquium
Coloquio internacional

sur le commerce équitable : commerce
équitable et développement durable

fair trade and sustainable development

sobre el comercio justo: El comercio justo y
los objetivos del desarrollo sustentable

19 -21 / 6/ 2006 Montréal, Québec, Canada

Colloque organisé par
**La Chaire de responsabilité
sociale et de développement
durable**
<http://www.crsdd.uqam.ca>
**École des Sciences de la
Gestion (ESG), Université
du Québec à Montréal
(UQÀM)**

En collaboration avec
Le Centre de recherche sur les innovations sociales
La Chaire de coopération Guy-Bernier
La Chaire du Canada en développement des collectivités,
Le Groupe de recherche en écologie sociale

Le colloque porte sur le commerce équitable et les visées du développement durable. Plus précisément, nous proposons d'explorer les contributions et limites du commerce équitable à la lumière des visées sociales, environnementales et économiques du développement durable. L'objectif de ce colloque est de poursuivre la réflexion amorcée lors du premier colloque international de 2002 qui avait pour titre « Commerce équitable, coopératives et développement durable » et qui avait réuni plus de 200 personnes. Ce colloque trilingue (français, espagnol, anglais) s'adresse à la fois aux chercheurs et aux praticiens.

Le commerce équitable se présente comme une alternative au marché conventionnel et s'est fixé des objectifs qui rejoignent ceux d'un développement durable, soit un développement social, économique et environnemental. Dans un souci de justice et d'équité, le commerce équitable propose de changer les règles du système néo-libéral auquel il s'oppose. Il intègre à l'échange une signification sociale en investissant les transactions économiques d'un contenu social et politique. Le commerce équitable a aussi créé un réseau social chargé de valeurs. Pour les producteurs, le commerce équitable se dit être un outil de développement permettant d'améliorer leurs conditions de vie, d'avoir un accès selon des conditions plus justes aux marchés internationaux et de stabiliser leur situation économique.

Le commerce équitable se retrouve aujourd'hui à la croisée des chemins et ses enjeux posent de nombreuses questions. Comment le commerce équitable peut-il demeurer une alternative se distinguant du commerce conventionnel sans toutefois risquer la marginalisation ? Quels sont les avantages, les risques et les conditions de succès de la certification ? Est-il possible de préserver les valeurs du mouvement tout en accroissant les parts de marché ? Par exemple, quelles sont les conséquences de distribuer les produits du commerce équitable dans les grandes chaînes de magasins ? Comment les initiatives du commerce équitable se distinguent-elles de celles des entreprises commerciales qui développent des politiques de responsabilité sociale et de développement durable ? Quelle est l'influence du commerce équitable sur le contexte institutionnel et les pratiques des entreprises commerciales ? Le commerce équitable permet-il l'amélioration des conditions de vie des producteurs ? Comment se comparent les exigences du commerce équitable au Sud et au Nord ? Comment se vivent de manière concrète les valeurs du commerce équitable et ce, tant chez les producteurs, les distributeurs que les consommateurs ? Voici quelques-unes des questions que le colloque donnera l'occasion d'approfondir.

Lors de ce colloque des conférenciers venus de tous les continents présenteront leurs analyses et réflexions sur les tendances du commerce équitable et sur sa contribution au développement durable. Au programme, des études de cas d'organisations du commerce équitable, des analyses de marchés, des études de perceptions des consommateurs, des analyses historiques et sociologiques, des questionnements sur le rôle du commerce équitable à la gouvernance et au développement, des échanges entre praticiens et spécialistes de gestion pour améliorer la pratique, des ateliers avec les principaux intervenants du domaine du commerce équitable et des réflexions sur les voies d'avenir.

Pour participer au colloque, inscrivez-vous sans tarder. Le formulaire d'inscription est disponible au www.crsdd.uqam.ca.

Des chambres dans les nouvelles résidences universitaires de l'UQAM ont été réservées à prix d'escompte pour les participants au colloque. Réservez la chambre de votre choix directement au <http://www.residences-uqam.qc.ca/>, section auberge, et mentionnez le nom du colloque pour profiter d'un prix réduit. Les places sont limitées. Si vous préférez loger à l'hôtel, voici des adresses où vous pourrez trouver des informations (<http://www.tourisme-montreal.org/>; <http://montreal.guia-de-hoteles.com/>). Pour vous situer, l'université se trouve à la station de métro Berri-UQAM, soit dans le « Quartier latin », dans le Centre-Ville.

Nous sommes dans de beaux draps ! Le commerce international du coton

Par *Caroline Mailloux*,

Assistante-chercheure à la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable

Introduction

La première trace de coton remonte à 3 200 ans avant J-C. Elle a été découverte sur les rives de l'Indus, rivière sacrée de l'Inde (Parmentier, Bailly, 2005). Aujourd'hui, la culture du coton a principalement lieu dans les régions tropicales et subtropicales, car cet arbuste demande beaucoup de soleil et d'eau durant sa phase de croissance (entre 5 à 7 mois) alors qu'une période de sécheresse est favorable lors de sa récolte. Toutefois, on trouve également le coton sous les climats tempérés. Bien souvent, à ces latitudes les précipitations n'assurent pas un approvisionnement en eau suffisant, il faut donc recourir à l'irrigation. Selon la Food and Agriculture Organization (FAO)¹, la Chine (26%), les États-Unis (19%) et l'Inde (12%) sont les plus grands producteurs de coton-fibre en pourcentage de la production mondiale pour la saison 2002/2003. La Chine (16%) et l'Union européenne (12%) sont les plus grands importateurs alors que les États-Unis (39%) sont de loin les plus grands exportateurs (toujours pour la saison 2002/2003).

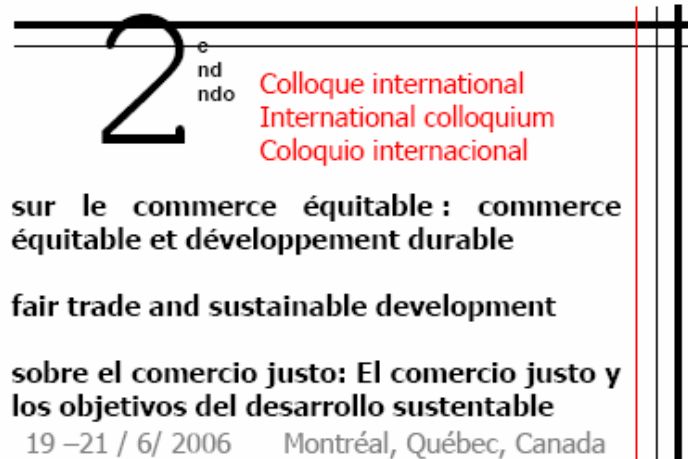
Commerce international du coton

Les prix mondiaux du coton-fibre sont très volatils et varient considérablement en fonction de l'offre et de la demande. Toutefois, ces prix sont plus souvent déprimés qu'à la hausse. Par exemple, sur l'ensemble de la saison 1994/95 le prix du coton était à 91 cents US la livre. Ce prix a ensuite chuté pendant cinq années consécutives, de telle sorte qu'en 1999/2000, il était de 52 cents US la livre. En octobre 2001, le cours mondial a atteint le seuil le plus bas depuis 1972, soit 35 cents US la livre (Parmentier et Bailly, 2005). Aujourd'hui, après une hausse temporaire, le prix du coton est encore à la baisse. Effectivement, de la saison 2003/2004 à la saison 2004/2005, la livre de coton est passée de 69 cents US à 53 cents US². Cette déprime des prix mondiaux est le résultat, entre autres, d'une crise de surproduction sur les marchés internationaux, l'offre étant trop abondante par rapport à la demande. Selon plusieurs auteurs, différents facteurs peuvent expliquer cette surproduction, notamment la concurrence des fibres synthétiques et l'augmentation des rendements liés à l'innovation technologique. Toutefois, un facteur joue un rôle plus décisif que les au-

tres, selon ces derniers, il s'agit des pratiques de subventions massives que certains États, comme les États-Unis et l'Union européenne, accordent à leurs producteurs de coton. Ces subventions sont à l'origine d'un dumping à l'exportation sur les marchés mondiaux. Elles interviennent sur les lois naturelles du marché en influençant le « prix d'équilibre ». Les producteurs de cotons subventionnés vendent leur coton sur le marché international en dessous du prix de production. Les producteurs de coton africains, qui ne reçoivent pas de subventions à l'agriculture, sont incapables de concurrencer ces prix. Ainsi, ils perdent des débouchés sur le marché international malgré le fait que leur agriculture soit beaucoup plus performante (coûts globaux de production par hectares, rendements, prix de vente) que celle produite aux États-Unis (Keita, Mendez et Alves, 2005). Quant à l'impact spécifique de ces subventions à l'agriculture cotonnière sur la baisse des cours mondiaux, de grandes divergences existent. L'étude « la plus maximaliste (...) estime qu'en l'absence de ces subventions, le cours mondial aurait été cette année-là [2000/2001] supérieur de 72,4 % à ce qu'il était effectivement. La plus minimaliste évalue quant à elle ce même pourcentage à 2,8% » (Parmentier, Bailly, 2005 : 20).

Le coton, l'OMC et les subventions à l'agriculture

Beaucoup d'encre a coulé concernant le dumping à l'exportation du coton américain et les règles de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC). Cela occupe les devants de la scène commerciale internationale. D'un côté, on retrouve les États-Unis qui subventionnent à coup de millions leurs exportations, de l'autre les pays africains exportateurs de coton qui ne peuvent les concurrencer. Au centre du litige, il y a les règles de l'OMC, qui sont censées valoir pour tous et selon lesquelles les subventions à l'exportation sont proscrites puisqu'elles distordent trop les échanges³. En 2001, les pays de l'Afrique de l'Ouest et du centre (AOC) demandent aux États-Unis et à l'Union Européenne de cesser les subventions à l'agriculture et invitent tous ceux et celles qui veulent construire un monde plus juste à se joindre à eux. Par la suite, plusieurs ONG appuient cette demande de même que la plainte offi-



The Fair Trade and Sustainable Development colloquium aims to explore the contributions and limits of Fair Trade from the perspective of the social, economic and environmental goals of sustainable development. The goal of the conference is to continue the analysis begun at the first international conference held in 2002, which brought together more than 200 people under the banner: " Fair Trade, Cooperatives and Sustainable Development". Researchers as well as practitioners are invited to attend this conference which will be conducted in English, French and Spanish.

Fair Trade is an alternative economic network embedded in social values. Based on the values of justice and equity, Fair Trade presents a critique of the neo-liberal economic order and globalization and seeks to change the ways international business is conducted by injecting social and political considerations into economic transactions. For local producers, Fair Trade serves as a development tool to improve their living conditions, to provide fairer access to international markets and to stabilize their economic situation. Under certain conditions, Fair Trade can serve to popularize more environmentally sustainable practices.

Today, Fair Trade finds itself at a crossroads which poses challenges and raises numerous questions. How can Fair Trade remain an alternative that distinguishes itself from conventional trade without bearing the risk of remaining marginal? What are the advantages, the risks and the conditions of success for fair trade certification? Is it possible to preserve the movement's values while increasing market access? For example, what are the consequences of distributing Fair Trade products in supermarkets? How do Fair Trade initiatives distinguish themselves from other commercial enterprises that have socially responsible and sustainable policies? What influence has Fair Trade had on the institutional context and practices of traditional business enterprises? Does Fair Trade improve the living conditions of producers? How do Fair Trade requirements compare for organizations from the North and from the South? These are some of the questions that will be addressed during the conference.

During this conference, participants from all continents will present their analyses and reflections on fair trade tendencies, as well as their contributions towards sustainable development. The program includes: case studies on fair trade organizations, market analyses, studies on consumer perceptions, historical and sociological analyses, questions on the role of fair trade in governance and development, exchanges between management practitioners and specialists aimed at improving practice, workshops with the principal fair trade actors, and reflections on future directions.

To participate in this conference register now. The registration form is available at www.crsdd.uqam.ca

Several options of rooms (single, shared) with a special discount have been reserved for the participants in the new university residences. To make your reservation, contact <http://www.residences-uqam.qc.ca/>, on the section called "auberge", and mention the name of the colloquium to obtain the discount. We recommend you make your reservation as soon as possible as Montreal receive many visitors at this period of the year. If you prefer to stay at an hotel, there are many options in Montreal (<http://www.tourisme-montreal.org/>; <http://montreal.guia-de-hoteles.com/>).

The University of Quebec at Montreal is situated just at the metro station of the same name (Berri-UQAM), in the "Quartier latin", that is "Down-Town".

cielle déposée par le gouvernement brésilien auprès de l'organe de règlements des différends (ORD) de l'OMC pour la violation des dispositions en vigueur par les États-Unis. En avril 2003, une proposition conjointe du Bénin, du Burkina Faso, du Mali et du Tchad, nommée « Réduction de la pauvreté : Initiative sectorielle en faveur du coton » est déposée. Cette proposition demande, entre autres, l'élimination des subventions cotonnières des États-Unis ainsi qu'une « indemnisation financière offerte aux PMA producteurs de coton pour les pertes de ressources qu'ils subissent » (OMC, 2003).

À la conférence ministérielle de l'OMC à Cancun (septembre 2003), la question du coton est alors à l'ordre du jour et un groupe de travail lui est spécialement dédié. Toutefois, aucun engagement concret n'est pris et la Déclaration finale de la Conférence Ministérielle propose plutôt aux pays de l'AOC de diversifier leur économie dans laquelle le coton représente une partie trop importante. Quant à la sixième rencontre ministérielle de l'OMC, qui s'est tenue en décembre 2005 à Hong Kong, elle laisse sur la faim. Selon Phil Bloomer, responsable de la campagne « Pour un Commerce équitable » d'Oxfam International, c'est un « accord profondément décevant et il constitue une trahison des promesses faites pour le développement. Une fois de plus, les intérêts des pays riches ont prévalu ». Ce à quoi il ajoute que « l'agriculture est le secteur prioritaire pour les pays en développement, l'essentiel des négociations reste à faire sur ce volet. Le texte ne comporte aucun engagement de réduire les soutiens internes qui sont source de dumping, ni de renforcer les disciplines sur les aides autorisées. Le texte n'offre pas non plus de garanties que les pays en développement obtiennent un meilleur accès aux marchés du Nord. »⁴ Derrière ce combat de l'or blanc, se cache un second combat beaucoup plus large, soit celui pour plus de justice et d'égalité dans les échanges commerciaux internationaux et l'application égalitaire par tous des règles en vigueur à l'OMC⁵.

Filer un mauvais coton

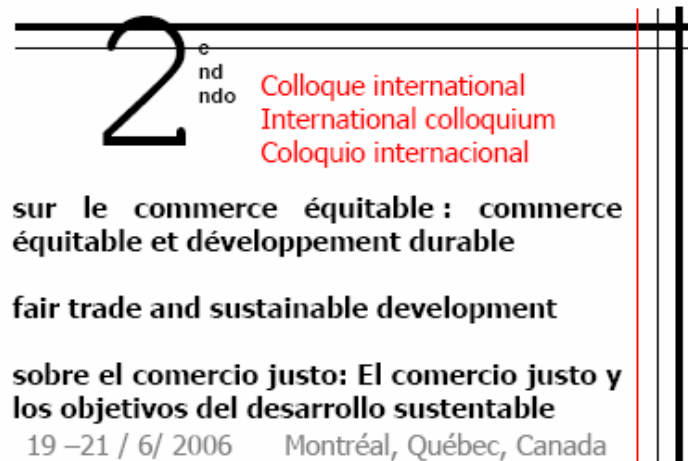
C'est dans l'AOC que les impacts de la chute et de l'instabilité des prix mondiaux sont les plus dommageables, cela majoritairement pour deux raisons. D'abord, on estime qu'en AOC, plus de 10 millions de personnes sont impliquées dans la production du coton⁶. Deuxièmement, la majorité du coton produit en AOC ne peut être commercialisé sur le marché mondial que sous la forme brute. Il est en effet presque impossible de transformer localement le coton en produits finis, ce qui augmente la dépendance de ces pays à l'égard des marchés à l'exportation. Par la suite, d'autres facteurs régionaux, nationaux (taux de change) et individuels interviennent sur l'impact des prix du marché sur les conditions de vie des producteurs. Par exemple, la part que la culture du coton occupe dans l'ensemble des revenus de l'agriculteur ou d'un pays est importante. Au Bénin, au Burkina

Faso, au Mali et au Tchad, la production du coton représente 5 à 10% du Produits Intérieur Brut (PIB), plus de 60 % des recettes d'exportations agricoles et plus de 30% des recettes d'exportation totales⁷.

Au pays de Gandhi

La production du coton en Inde représente 12% de la production mondiale pour la saison 2003/2004 selon la FAO⁸. Toutefois, contrairement à l'Afrique, l'Inde a la capacité de transformer la totalité de son coton (égrenage, filature, tricot, découpe et confection) avant de l'exporter sous forme de produits finis. Ainsi, les impacts liés au dumping et à l'instabilité des cours mondiaux du coton sont moins dommageables dans ce pays. Par contre, les conditions de travail des hommes, des femmes et des enfants dans l'industrie du textile sont déplorables. Effectivement, de la production hybride de coton (pollinisation croisée) aux salariés des usines de confection, tous les stades de production du coton reposent sur une main d'oeuvre bon marché plus souvent qu'autrement exploitée. Par exemple, l'étape de la pollinisation croisée en est une très délicate, mais techniquement simple, elle est ainsi souvent effectuée par des enfants. Dans l'État du Gujarat, cette production aurait employé 91 000 enfants de 8 à 14 ans, soit 31,8 du nombre total des travailleurs du secteur dans cette même région⁹. Les travailleurs du textile font beaucoup trop d'heures pour de bas salaires. Selon Parmentier et Bailly (2005), la situation s'envenime depuis l'avènement du salaire à la pièce. Ce système a pour effet d'intensifier le rythme du travail puisque chacun cherche à être plus efficace que son voisin.

Quant aux conditions de travail, elles n'atteignent souvent pas les règles minimales de l'Organisation International du Travail (OIT). Par exemple, on retrouve des expositions prolongées aux pesticides, des lieux de travail mal aérés et inconfortables, du matériel désuet et dangereux et un manque d'équipement de protection. Cela sans parler du manque d'hygiène notamment relié au nombre restreint de latrines pour la quantité d'employés, aux harcèlements sur les lieux de travail et à l'impossibilité de s'affilier à un syndicat. Ces conditions de travail très précaires s'expliquent notamment par les pratiques d'approvisionnement des compagnies situées au sommet de la chaîne. Par contre, il serait beaucoup trop facile de faire reposer sur ces dernières tout le poids du fardeau. De nombreux autres acteurs contribuent à cette situation tels que les gouvernements, les fournisseurs, les investisseurs, le Fonds Monétaire international (FMI), la Banque Mondiale (BM), les actionnaires et les consommateurs. C'est la raison pour laquelle, afin d'améliorer les conditions de travail des ouvriers du textile, il doit y avoir une mobilisation de l'ensemble des acteurs.



Nuestro coloquio abordará el tema del comercio justo y los objetivos del desarrollo sustentable. Más precisamente, proponemos explorar las contribuciones y los límites del comercio justo a la luz de los criterios sociales, ambientales y económicos del desarrollo sustentable. La meta de este coloquio es avanzar la reflexión que se inició durante el primer coloquio internacional del 2002 que tenía por título « Comercio justo, cooperativas y desarrollo sustentable » y que reunió a más de 200 personas. Este coloquio trilingüe (francés, español, inglés) se dirige a la vez a practicantes e investigadores sobre el tema.

El comercio justo es considerado como una alternativa al mercado convencional y tiene un objetivo triple que converge con el desarrollo sustentable, es decir, un desarrollo social, económico y ambiental. Debido a su preocupación por la justicia y la igualdad, el comercio justo propone cambiar las reglas del sistema neoliberal, al cual se opone ofreciendo un intercambio comercial con sentido social y político que va más allá del puro interés económico. De la misma manera, el comercio justo propone la creación de una red social rica en valores. Además, para los productores, este sistema pretende ser una herramienta de desarrollo que permite mejorar sus condiciones de vida, tener un acceso más justo a los mercados internacionales y estabilizar su situación económica.

El comercio justo se encuentra hoy en una encrucijada que inspira muchas interrogantes. ¿Cómo puede el comercio justo seguir siendo una alternativa al comercio convencional sin poner en riesgo su nicho en el mercado? ¿Cuáles son las ventajas, los riesgos y las condiciones de éxito de la certificación? ¿Es posible preservar los valores del movimiento al tiempo que se aumenta el volumen de ventas? Por ejemplo, ¿cuáles son las consecuencias de distribuir los productos de comercio justo en los grandes supermercados? ¿Cómo se pueden distinguir las iniciativas del comercio justo de aquellas de empresas comerciales dentro de una lógica de responsabilidad social y de desarrollo sustentable? ¿Cuál es la influencia del comercio justo sobre el contexto institucional y sobre las prácticas de las empresas comerciales? ¿El comercio justo permite realmente la mejora de las condiciones de vida de los productores? ¿Cómo se pueden comparar las exigencias del comercio justo en el Sur y en el Norte? ¿Cómo se viven de manera concreta los valores del comercio justo, tanto en los productores como en los distribuidores y los consumidores? Estas son sólo algunas de las preguntas que podrían ser abordadas y discutidas a profundidad a lo largo de este coloquio.

En el marco de este colloquio, los conferencistas que vienen de todos los continentes presentarán sus análisis y sus reflexiones sobre la tendencia del comercio justo y su contribución al desarrollo sustentable. Contamos en el programa con estudios de caso de organizaciones de comercio justo, con análisis del mercado, con estudios sobre la percepción de los consumidores, con análisis históricos y sociológicos, con cuestionamientos acerca de la influencia del comercio justo sobre la gobernabilidad y el desarrollo, así como con intercambios de ideas entre los practicantes y los especialistas en administración con el fin de mejorar las prácticas, con talleres que contarán con la presencia de las figuras principales en el comercio justo, y, finalmente, con reflexiones sobre el futuro del comercio justo.

Para participar en este coloquio, deberá inscribirse a la brevedad posible. El formulario de inscripción está disponible en la página de internet : www.crsdd.uqam.ca <<http://www.crsdd.uqam.ca>>

Se han reservado algunas habitaciones en las nuevas residencias de la UQAM, con precio especial para los participantes del coloquio. Usted puede reservar la habitación de su gusto directamente en <http://www.residencesuqam.qc.ca/> <<http://www.residences-uqam.qc.ca/>> , en la sección "auberge", y mencionar el nombre del coloquio para tener el precio especial. Los lugares son limitados.

Si prefiere quedarse en un hotel, le sugerimos consulte las páginas de internet (<http://www.tourisme-montreal.org/>; <http://montreal.guia-de-hoteles.com/>), donde encontrará más información. Para situarlo, la universidad se encuentra en la estación de metro Berri- UQAM, en el « Quartier latin », dentro del centro

La campagne « Vêtements Propres »

La campagne « Vêtements Propres », également connue sous le nom de « De l'éthique sur l'étiquette », soutient les travailleurs qui se battent pour le respect de leurs droits dans l'industrie du textile et de la chaussure de sport partout dans le monde. Elle est constituée d'organisations de développement, d'organisations de consommateurs et de syndicats. Leurs activités ont débuté au milieu des années 1990, en Europe, alors que leurs actions étaient centrées sur des dénonciations de cas concrets de violations des droits des travailleurs dans les chaînes d'approvisionnement des distributeurs européens. Par la suite, le mouvement a pris de l'ampleur à l'échelle internationale. En 1998, après deux ans de discussions internationales intensives avec les principales fédérations syndicales internationales, la campagne « Vêtements Propres » publie un code de conduite s'adressant aux entreprises. Ce code exige que les distributeurs et les marques respectent les droits fondamentaux des travailleurs et les fassent respecter dans toutes leurs filières d'approvisionnement en vêtements. Également, selon le code de conduite, les entreprises doivent accepter un contrôle de la part d'instances indépendantes, spécifiquement créées à cette fin et dans lesquelles sont représentés les ONG et les syndicats. Des projets pilotes ont été réalisés, notamment le projet pilote néerlandais duquel est née la Fair Wear Foundation, système de vérification indépendant. En mars 2005, quatorze entreprises néerlandaises étaient membres. D'autres pays européens, la Belgique en tête, tentent de faire adopter ce code de conduite auprès des entreprises nationales.

Le coton équitable, le bon plan de coton¹⁰

C'est à Paris en mars 2005 qu'on annonce la labellisation Max Havelaar d'un coton équitable provenant du Mali, du Sénégal et du Cameroun. Cela touche alors 3 300 producteurs d'Afrique de l'Ouest. Les standards de labellisation ont été fixés par la Fair Trade Labelling Organizations International (FLO) de laquelle Max Havelaar est membre. Cela permet aux producteurs de recevoir un prix plus juste, donc nécessairement plus élevé et stable. À cela s'ajoutent tous les avantages du commerce équitable, tels que l'élimination de plusieurs intermédiaires, un engagement à long terme de la part des acheteurs du Nord et une gestion démocratique et transparente de l'organisation pour ne nommer que ceux-là. Actuellement, on retrouve des coopératives de coton équitable labellisé Max Havelaar en Afrique de l'Ouest (Mali, Sénégal, Cameroun, Burkina Faso), au Pérou, au Pakistan, au Brésil et en Inde. Dans ce dernier pays, une seule coopérative est officiellement labellisée soit Agrocel, elle se situe dans l'État du Gujarat. Par contre, plusieurs autres organisations sont en

processus de labellisation.

Adapté à la situation indienne, il y a également un label alternatif qui se réclame du commerce équitable sur l'ensemble de la filière du coton. Il s'agit du label Made in dignity de Oxfam Fair Trade et Oxfam-Magasins du monde. Les critères d'Oxfam Made in dignity sont sensiblement les mêmes que ceux de la FLO concernant la production du coton (culture et égrenage). Quant aux critères développés par Oxfam Made in dignity pour les étapes subséquentes de la transformation, ils reposent principalement sur le code de conduite de la campagne « Vêtements Propres », sur la démarche d'auto-évaluation de l'International Fair Trade Association (IFAT), sur le respect de la législation indienne et le respect des normes fondamentales de l'OIT. Les organisations AGROCEL et Rajlakshmi (État du Madhya Pradesh) détiennent la certification Made in dignity.

Conclusion

La crise cotonnière est due à de multiples facteurs. Nous en avons cerné ici quelques-uns, notamment, la situation de surproduction à l'échelle mondiale, celle des subventions à l'agriculture, la grande dépendance des pays africains envers le marché de l'exportation et les mauvaises conditions de travail des employés du textile en Inde. D'autres facteurs, tout aussi importants, doivent également faire partie des éléments de compréhension de la crise du coton. Par exemple, l'emploi très abondant de produits chimiques dans la culture et la transformation du coton, ou encore le choix du mode de culture pratiquée par un agriculteur. Bref, la question du coton est complexe et elle doit être abordée à plusieurs échelles (internationale, régionale et nationale) et d'un point de vue transdisciplinaire. Les enjeux environnementaux du coton sont fortement liés aux enjeux économiques et sociaux et vice versa. Si cette interdépendance appelle à une vision globale du problème, elle démontre également l'importance de la recherche de solutions qui touchent l'ensemble des acteurs de la filière cotonnière. Le coton équitable, en se souciant d'améliorer la situation économique, sociale et environnementale des agriculteurs, est un exemple de solution intégrée. «Made in dignity», en promouvant l'équité sur la totalité de la chaîne de transformation du coton, ouvre une nouvelle voie au commerce équitable, celle des produits semi-industriels.

¹ FAO « Coton examen du marché » http://www.fao.org/es/esc/fr/20953/22215/highlight_28507fr.html.

² Ces chiffres sont issus du Site « Cotton Outlook » <http://www.cotlook.com/> In Parmentier et Bailly, 2005 : 15.

³ À l'exception de celles spécifiées sur des listes d'engagement des États-membres.

⁴ Communiqué de presse Oxfam – 18 Décembre 2005, http://www.oxfam.org/fr/news/pressreleases/2005/pr051218_wto_trahison.

⁵ À ce sujet, lire le rapport d'Oxfam International « Deux poids deux mesure » disponible à l'adresse suivante : <http://www.maketradeair.com/fr/assets/francais/Chapitre%201.pdf>.

⁶ Info comm de la CNUCED, <http://r0.unctad.org/infocomm/francais/coton/plan.htm>.

⁷ Groupe Africain « Propositions d'éléments de modalités dans le cadre de l'initiative sectorielle en faveur du coton » Groupe Africain (sous comité du coton), 22 avril 2005 p. 1 *In* Parmentier et Bailly, 2005.

⁸ FAO « Coton, examen du marché » http://www.fao.org/es/esc/fr/20953/22215/highlight_28507fr.html.

⁹ Venkateswarlu, D. 2004. "Child labour in hybrid cottonseed production in Gujarat and Karnataka, study commissioned by India Committee of the Netherlands", Pays Bas *In* Parmentier et Bailly, 2005.

¹⁰ Le titre est emprunté à Parmentier et Bailly, 2005 : 133 « Le bon plan de coton : le commerce équitable ».

Références

Parmentier, Stéphane et Bailly, Olivier. 2005. Coton. Des vies sur le fil. Agriculture, environnement et conditions de travail. Belgique, Oxfam-Magasins du Monde, 152 p.

Campagne « Vêtements Propres » <http://www.vetementspropres.be/index.php?p=g&id=1>
Consulté le 3 mai 2006

FAO « Coton examen du marché » http://www.fao.org/es/esc/fr/20953/22215/highlight_28507fr.html
Consulté le 22 mai 2006

Keita, M.S, Mendez, Del Villar P., R.A Alvez L. 2005. Les facteurs de compétitivités dans la production cotonnière : analyse comparative entre le Brésil, les États-Unis et le Mali, Centre de Coopération Internationale en Recherche agronomiques pour le Développement (CIRAD), site <http://www.cirad.fr/fr/index.php>.

OMC, « Réduction de la pauvreté : Initiative sectorielle sur le coton, Propositions conjointe du Bénin, du Burkina Faso, du Mali et du Tchad, OMC, 16 mai 2003 <http://www.mediaterrre.org/afrique-ouest/actu,20030911094938.html>

Info comm de la CNUCED, <http://r0.unctad.org/infocomm/francais/coton/plan.htm>.
Consulté le 16 avril 2006

Oxfam, Communiqué de presse « L'OMC : L'accord qui vient d'être conclu est une trahison » 18 Décembre 2005, http://www.oxfam.org/fr/news/pressreleases/2005/pr051218_wto_trahison
Consulté le 15 avril 2006

Oxfam International « Deux poids deux mesure, commerce, globalisation et lutte contre la pauvreté » <http://www.maketradeair.com/fr/assets/francais/Chapitre%201.pdf> consulté le 22 mars 2006

Le site Internet du mois...

OXFAM Magasins du monde

En entrant dans la section «**Force de changement**» du site d'OXFAM Magasin du monde, vous trouverez une série d'études réalisées par cette organisation sur les enjeux du commerce international de différents produits (de l'agriculture à l'artisanat) ainsi que sur l'alternative du commerce équitable.

www.madeindignity.be/Public

La protection de l'environnement n'est-elle qu'un alibi du commerce équitable ?

Par *Alice Friser*,

Assistante-chercheure à la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable

Dans la course au développement durable, il semble que le commerce équitable (CÉ) se soit peu à peu arrogé un réseau de valeurs occidentales dont dépendent à présent des notions telles que le respect des modes de vie traditionnels ou la protection de l'environnement. Il en va sans dire, et cet élan est louable, que de nombreuses initiatives d'économie solidaire et organisations non gouvernementales ont suivi la même voie, dans l'idée d'assurer aux générations futures un avenir plus stable tout en combattant les injustices liées aux politiques de développement passées. Par exemple, pour le Réseau Intercontinental de Promotion de l'Économie Sociale Solidaire (RIPESS), allier gouvernance locale, développement durable et participation active est à la source d'un monde plus juste (2006). Mais où est la limite entre initiative et paternalisme ? Qui a décidé du bien fondé des idéaux de développement et qui a dit que tous les individus aspiraient aux mêmes rêves ? La mondialisation ?

Depuis le rapport Brundtland, l'environnement s'est inscrit comme le fer de lance de nombreuses politiques internationales en faisant écho à la notion de justice. Cette soudaine prise de conscience arrive à point nommé devant la gabegie de ressources naturelles de ces dernières décennies. Homme et nature doivent s'accorder, d'autant plus qu'au Sud, la santé de millions d'individus est aggravée chaque année, entre autres, par l'utilisation effrénée de pesticides ou de produits chimiques interdits au Nord, avec pour seuls avantages le profit de quelques riches industriels et notre confort à nous, consommateurs plus ou moins avertis.

Toutefois, il devient raisonnable de questionner la façon dont ces initiatives, et plus particulièrement le CÉ intègrent l'environnement en tant que pilier du développement durable et comment s'établissent au Sud les décisions pensées au Nord. Plus précisément, si les aspects économiques et sociaux sont à l'origine du commerce équitable et constituent sa finalité, l'aspect environnemental s'est-il érigé au même rang ou représente-il un prétexte utilisé pour saluer le développement durable ?

Aussi, dans quelle mesure les communautés impliquées dans les réseaux de commerce équitable sont-elles capables de préserver leur patrimoine culturel tout en appuyant des initiatives nées d'un romantisme occidental, mais néanmoins essentielles ? Si mon objectif premier est de nourrir ma famille, la

protection de l'environnement sera-t-elle une de mes priorités ? Non, bien entendu, à moins que cela n'aide également ma famille à survivre.

La vision environnementale du commerce équitable

Le commerce équitable s'affiche clairement comme un fervent partenaire du développement durable, il suffit d'en rappeler les critères de base, classés selon les piliers économique, social et environnemental du développement durable, pour le constater. Ainsi, selon l'IFAT, prix équitable, accès au crédit et relation d'affaire à long terme constituent les critères économiques du commerce équitable, promotion du développement social, processus de prise de décision démocratique, éducation, absence d'intermédiaire sont ses critères sociaux, et protection de l'environnement son critère environnemental. Cependant, si le commerce équitable s'abroge la protection de l'environnement comme l'un de ses critères essentiels, il est à noter que deux approches, plutôt limitées, sont mises en œuvre pour y parvenir : réduire l'utilisation de pesticides de toute façon trop onéreuses pour les cultivateurs (à cet effet, FLO a d'ailleurs élaboré une liste de matériaux interdits pour chaque produit, et une pour l'ensemble des produits du commerce équitable), et encourager les savoir-faire traditionnels (compost, rotation des cultures, préservation des sols et emploi de pesticides naturel). Dans certains cas, notamment celui d'Équita, les standards du commerce équitable sont appuyés par les standards de l'agriculture biologique pour atteindre une double certification grâce à laquelle tous les piliers du développement durable sont respectés. Mais, il est nécessaire de préciser que même si le commerce équitable tend à se rapprocher de l'agriculture biologique, tous les industriels ne se positionnent pas dans le créneau de la double certification, inquiets de voir les idéaux fondamentaux du CÉ se corroder face à une profusion de nouveaux critères selon eux secondaires (Diaz Pedregal, 2006). Si l'on assiste à des divergences au sein même des objectifs du CÉ, dans ce cas précis, à travers ses standards environnementaux, comment prétendre au respect des critères du développement durable de façon homogène ?

Équita, Oxfam-Québec

Pour Équita, filiale de commerce équitable d'Oxfam-Québec, la protection de l'environnement passe aussi par l'éducation des consommateurs et l'adoption progressive de valeurs y étant associées telles que l'équilibre physique et spirituel, le *boycott* (Stolle et Micheletti, 2005) de certains produits jugés non éthiques ou encore l'éthique environnementale. De plus, les produits commercialisés par Équita sont tous équitables et biologiques, ce qui dépasse les standards environnementaux établis par FLO et permet d'assurer aux travailleurs du commerce équitable une meilleure santé et aux produits une qualité supérieure. Toutefois, il n'est pas souvent aisé pour les organisations de commerce équitable d'obtenir une double certification, tout d'abord pour des raisons financières évidentes, d'autre part pour des raisons de choix: la certification biologique ne fait peut-être pas partie des objectifs premiers des producteurs. Alors sur quels critères les producteurs préfèrent-ils le commerce équitable ou l'agriculture biologique au commerce traditionnel ? Les producteurs du Sud choisissent-ils d'appartenir au réseau équitable ou n'ont-ils pas le choix, s'ils veulent survivre face à un système d'échanges inéquitable ?

Aussi, devant l'exemple d'Équita, peut-on prétendre que les questions de transport, de santé et de sécurité alimentaire sont résolues pour autant ? La réponse est loin d'être évidente, surtout si l'on considère quelques échecs passés du CÉ comme celui du quinoa andin, le manque de solutions face au problème de transport, ou les faibles parts de marché que le commerce équitable est parvenu à s'accaparer, mais elle tendrait vers une affirmation sur le long terme. En effet, les critères du commerce équitable adressés aux producteurs sont divisés en deux niveaux, les critères minimaux et les critères de progression, les premiers devant être respectés pour que les producteurs obtiennent une certification, les derniers ayant pour but de les encourager continuellement à améliorer les conditions de travail et le bien-être des employés, la qualité du produit ainsi que la durabilité environnementale de leurs activités (Gendron, 2004 :27). Plus récents, les standards environnementaux sont ouverts à une plus grande flexibilité que les standards économiques et sociaux, visant des objectifs à long terme.

Des pistes de solution

C'est pourquoi il serait intéressant de se pencher sur les raisons qui poussent les producteurs du Sud à choisir un mode d'agriculture plutôt qu'un autre afin d'évaluer la manière dont de bonnes mesures environnementales pourraient être adoptées unanimement au Nord et au Sud et ainsi réduire un éventuel rapprochement entre l'initiative de protection de l'environnement et le probable paternalisme des organi-

sations du Nord envers les communautés du Sud.

Aussi, il serait important de penser aux aspects que le commerce équitable pourrait améliorer pour développer une vision environnementale juste et réaliste, autant du point de vue de la faisabilité que pour permettre aux producteurs de s'adapter et de progresser. Nous proposons trois pistes de solutions : en premier lieu, encourager le développement de la certification «biologique équitable». Après tout, nous l'avons vu, le commerce équitable est de plus en plus lié à d'autres valeurs éthiques, et vouloir préserver ses critères initiaux en se refusant au changement est vain. Deuxièmement, encourager le développement d'un partenariat entre initiatives socio-économiques pour une meilleure protection de l'environnement et pour une plus grande sécurité alimentaire (ie: diversification des cultures), et finalement encourager le développement d'un partenariat entre initiatives internationales et locales pour encourager le commerce et le développement local. En recherchant une amélioration constante des critères du CÉ, et en remettant en question ses pratiques, le slogan *Trade not Aid* pourra alors être utilisé pour qualifier tous les plans du commerce équitable, et pas seulement son essence d'alternative économique. Le développement durable pourra aussi, sur cette même lancée, signifier davantage que ce qu'on appelle parfois au Sud un protectionnisme vert.

Conclusion

Il n'est pas facile de distinguer le bon du mauvais dans les mesures environnementales à adopter si l'on considère que les décisions pensées au Nord sont souvent hors contexte et donc non appropriées à la réalité journalière des producteurs et travailleurs impliqués dans le réseau équitable. C'est la raison pour laquelle, selon nous, les standards environnementaux équitables sont sur une corde sensible et semblent limités. Mais comme le démontre l'exemple de Équita, la protection de l'environnement n'est pas un alibi du commerce équitable. Il s'agit d'une initiative nécessaire à l'amélioration de vie des travailleurs, qui tend à s'améliorer de manière continue, et qui se doit de devenir un pilier du commerce équitable, car ce dernier reflète encore, on l'oublie trop souvent, une relation entre commerce et environnement.

Avec le CÉ du quinoa, certaines communautés andines ont trop poussé leurs exportations au détriment de leurs cultures vivrières, ce qui les a obligé à importer des denrées alimentaires nouvelles et à recourir à des aliments plus pauvres en nutriments essentiels et mal adaptés aux besoins des travailleurs, ce qui s'est traduit en graves carences alimentaires

Références

Diaz Pedregal, V. Janvier 2006. « Le commerce équita-

ble: un des maillons du développement durable? ». *Développement Durable et Territoires*, dossier 5: Économie plurielle, responsabilité sociétale et développement durable. En ligne: <<http://developpementdurable.revues.org/document1644.html>>. Site consulté le 28 mai 2006.

Équita. En ligne: <http://www.equita.qc.ca/commerce/commerce_equi.htm>. Site consulté le 14 mai 2006.

FLO. 2006. "Set of standards for all products". En ligne: <<http://www.fairtrade.net/sites/standards/set.html>>. Consulté le 29 mai 2006.

Gendron, C. 2004. « Le commerce équitable: un nouveau mouvement social économique au coeur d'une autre mondialisation ». CRSDD, n°2, p1-27.

IFAT. En ligne: <<http://www.ifat.org/>>. Site consulté le 10 mai 2006.

M'Bengue, K. mars 2004. « L'économie sociale et solidaire vue de Mumbai ». En ligne : <<http://www.uqo.ca/ries2001/conference/Ripess/article%20economie%20sociale.html>>. Site consulté le 30 mai 2006.

Stolle et Micheletti. 2005. "Political Consumerism as Political Responsibility". Séminaire organisé par la CRSDD le 17 novembre 2005.

Turcotte, M-F. 2005. "Fair trade, Inter-cooperation, and corporate social responsibility for an alter-globalization". Communication adressée au Forum social de Porto Alegre le 30 janvier 2005 en collaboration avec Olga Navarro-Flores et Corinne Gendron, CRSDD.



Numéro thématique de la Revue

Économie et Solidarités

Appel à contributions

**Date limite : 15 août 2006
(Parution au printemps 2007)**

Le commerce équitable comme mouvement de transformation

Responsable : Corinne Gendron

Chaire de responsabilité sociale et de développement durable, ESG, UQAM

Figure emblématique de la nouvelle génération des mouvements sociaux économiques, le commerce équitable canalise des revendications politiques, sociales et économiques en proposant un système d'échange plus juste et avantageux pour les pays du Sud. À travers son institutionnalisation au cours des années 1990, il a présidé à l'instauration d'un véritable système commercial qui questionne tout autant qu'il renouvelle le système économique traditionnel; en offrant jusqu'au double du prix aux producteurs pour leurs récoltes, le système équitable vient en effet saper l'idéologie concurrentielle fataliste par laquelle les acteurs économiques dominants justifient les prix dérisoires des denrées produites par les pays du Sud. Mais ces mêmes acteurs s'approprient simultanément le « produit équitable » pour rejoindre la niche des consommateurs conscientisés à la problématique Nord-Sud. Cette institutionnalisation « économique » inquiète une fraction du mouvement équitable qui l'envisage comme une récupération à travers laquelle son message de justice est dilué et son pouvoir de transformation affaibli pour ne pas dire annihilé. Pourtant, qu'elle soit politique ou économique, l'institutionnalisation est transformation; l'institutionnalisation ne dissout pas le mouvement social qui en est le moteur, même si elle peut modifier son discours et ses stratégies. Cette institutionnalisation économique qui se juxtapose à un éventuel processus d'institutionnalisation politique sont porteuses de transformations aux niveaux des rapports sociaux d'une part, mais aussi aux échelles institutionnelle et organisationnelle. Ces transformations transcendent le mouvement équitable lui-même; les entreprises par exemple, doivent désormais composer

avec une définition de leur performance sociale fixée non plus seulement par leurs spécialistes des affaires publiques, mais bien par la myriade d'ONG qui a défini en quoi consiste un « commerce équitable ». À l'instar des autres nouveaux mouvements sociaux économiques, le commerce équitable participe ainsi à une restructuration éthique du marché, à travers laquelle le traitement réservé aux producteurs du Sud peut notamment être utilisé comme facteur de différenciation commerciale. Logique commerciale et responsabilité sociale peuvent ainsi se rejoindre tout en appuyant des stratégies d'une institutionnalisation plus politique, et renforcer le processus de transformation des règles du commerce international.

Nous souhaitons dans ce numéro thématique explorer les avenues de transformation portées par le commerce équitable en les déclinant selon cinq perspectives : le Nord, le Sud, les consommateurs, les producteurs du Sud et les grandes entreprises. Nous sollicitons des articles susceptibles d'illustrer comment le commerce équitable a pu être porteur de transformations dans les économies du Nord d'une part, et dans celles du Sud d'autre part. Nous souhaitons aussi recevoir des articles qui se penchent sur les transformations que le commerce équitable a impulsées chez les consommateurs, chez les producteurs, et chez les grandes entreprises traditionnelles. Nous accepterons aussi des analyses s'intéressant au potentiel de transformation du commerce équitable envisagé de façon globale. Nous favoriserons les articles offrant une perspective intégrée plutôt que des approches exclusivement économiques, politiques ou sociales.

Indications pour la soumission des articles

Veillez soumettre votre article avant le **15 août 2006** en l'acheminant par courriel à Véronique Bisailon à l'adresse suivante: bisailon.veronique@courrier.uqam.ca. Le comité de rédaction acceptera des articles originaux en français et en anglais accompagnés de deux résumés de 8 à 10 lignes dans chaque langue. Les articles ne devront pas excéder 32 000 caractères (sans espaces), incluant les tableaux, les notes de fin, les figures et les références bibliographiques (15-17 pages double interligne). Les textes des rubriques ne devront pas excéder 22 000 caractères (sans espaces); les comptes rendus d'ouvrages seront d'au plus 11 000 caractères (sans espaces). Le rédacteur se réserve le droit de commander des articles plus longs ou plus courts.

Mise en forme du texte

Marges: Haut, bas et droite : 2,5 cm. Gauche: 3 cm.

Justification: à gauche sans renforcement (alinéa) au début des paragraphes.

Caractères: police normale, Times 12 (utilisation de l'italique réservée aux mots étrangers et aux titres d'ouvrages).

Interligne: 1 ½ avec un double retour entre les paragraphes

Titres: En lettres majuscules et en caractères gras (mettre les accents sur les majuscules: É, À...). Le titre de l'article doit être en Times 14. Les sous-titres sont en lettres minuscules et en caractères gras.

Ponctuation: le point-virgule (;), le deux points (:) et autres signes (?, !, %, \$) doivent être précédés d'un espace insécable. Utiliser les guillemets français, avec espaces insécables (« exemple »)

Sigles: mettre la première apparition du nom au long suivi du sigle entre parenthèses (ex : Conseil régional de développement (CRD))

Auteur: le nom de l'auteur ou des auteurs doit apparaître après le titre de l'article selon l'ordre suivant : Prénom, Nom, appartenance institutionnelle et adresse électronique.

Notes : Placer les notes **en fin de texte** et non en bas de page et les numéroter en chiffres arabes.

On devra limiter l'utilisation de tableaux et de graphiques et ne présenter que ceux qui sont jugés essentiels à la compréhension du texte. Chacun devra porter un titre et être numéroté en chiffres romains et cela de façon continue. Présentés séparément, on devra cependant indiquer clairement leur emplacement dans le texte. Pour la féminisation, il faut utiliser un mot pour chaque genre (les employés et employées).

Références bibliographiques

Livre: NOM, Prénom. (année). *Titre*, lieu d'édition, éditeur, nbre de p.
(autres informations si présentes: autres auteurs, no d'édition, collection)

Article: NOM, Prénom. (année). « Titre article », *Titre revue*, vol. x, no x, pages.

Les références bibliographiques ne contiennent que les références présentes dans le texte.

La Revue *Économie et Solidarité*

Économie et Solidarité est la revue du Centre interdisciplinaire de recherche et d'information sur les entreprises collectives (CIRIEC Canada). Son contenu porte sur les caractéristiques de l'économie sociale, sur son rôle comme agent de développement socio-économique, sur sa gestion, sur les secteurs d'activité où elle est engagée et sur l'analyse comparative internationale de son émergence et de son développement. Revue scientifique destinée aux chercheurs (professeurs et étudiants), son mandat est de s'intéresser aux organisations de l'économie sociale (coopératives et associations) et de traiter de leur spécificité. Revue destinée aux praticiens, son but est de promouvoir le développement de ces organisations et entreprises dans les situations qui apparaissent les plus appropriées.

Pour bien comprendre cette double fonction de la revue, deux commentaires s'imposent. En premier lieu, dans une économie de marché comme la nôtre, où les organisations dominantes ne sont pas de type coopératif ou associatif, l'économie sociale est mal connue. Il importe dès lors de bien comprendre et de diffuser des connaissances spécifiques à ce type d'entreprise et d'organisation dont l'importance stratégique dépasse le poids statistique. En second lieu, de par leurs fondements socio-politiques, leur place au sein des différents secteurs d'activité (agriculture, épargne et crédit), leur

rôle dans le développement régional et leur apport à la résolution de problèmes non ou mal résolus (habitation, emploi, etc.), les entreprises de l'économie sociale constituent souvent des agents de développement privilégiés plus aptes que d'autres à assumer certaines fonctions du processus de l'allocation des ressources. En somme, si la revue prétend participer à sa manière au développement de l'économie sociale, c'est en partie par choix mais aussi parce que cette forme d'entreprise peut apporter une réponse spécifique et pertinente à certains problèmes économiques et sociaux que rencontrent les sociétés contemporaines.

Cette publication est destinée aux professeurs, aux chercheurs, aux étudiants et aux praticiens intéressés par l'économie sociale, ses initiatives et son développement. Instrument de diffusion des connaissances dans le domaine, cette revue scientifique est le seul périodique nord-américain voué principalement à l'économie sociale. Sa publication est rendue possible grâce à l'engagement social de l'ensemble des collaborateurs, aux revenus d'abonnements et de ventes au numéro et aux subventions de nos généreux donateurs.

Politique éditoriale

Économie et Solidarité se veut une revue scientifique. Les textes publiés sont évalués par trois lecteurs qui ont une expertise dans l'un ou l'autre champ de l'économie sociale (coopératives, associations, développement local, etc.) ou dans la discipline de l'auteur. Deux avis positifs suffisent pour que le texte soit retenu, à moins que les objections du troisième lecteur ne soient jugées très sérieuses. L'arbitrage est fait par la rédaction. *Économie et Solidarité* est une revue interdisciplinaire. Les textes publiés relèvent généralement de l'une ou l'autre des disciplines des sciences humaines et sociales.

Pour plus d'informations sur la revue veuillez visiter le site Internet : <http://www.unites.uqam.ca/ciriec/revue/index.html>
ou communiquer avec Marlène Lessard, secrétaire de rédaction :
(819) 595-3900 poste 2383
ou par courriel : revue.ciriec@uqo.ca

Le CIRIEC

Le CIRIEC, Centre interdisciplinaire de recherche et d'information sur les entreprises collectives, est une association scientifique sans but lucratif qui s'intéresse à toutes les formes d'organisation et d'activité économiques orientées vers l'intérêt collectif ou général. Il a été fondé au Québec en 1967, comme section nationale du Centre international de recherches et d'information sur l'économie publique, sociale et coopérative (CIRIEC international) dont le siège est à Bruxelles.

Devant l'inégalité croissante du partage de l'emploi et des richesses entre les pays et au sein des diverses sociétés, devant l'ampleur des problèmes sociaux résultant des courants de centralisation et de concentration économique, et devant la pertinence de mettre en œuvre et de renforcer les diverses formes d'organisation économique offrant aux personnes et aux groupes de population la possibilité d'accroître leur pouvoir d'intervention et leur engagement dans les décisions économiques qui influencent leur vie, le CIRIEC se donne pour but principal de contribuer à l'édification d'une économie solidaire par un soutien éclairé et critique au développement de l'économie sociale, normalement inspirée par des principes et des objectifs de démocratie, de participation, d'équité, de justice, de solidarité, de promotion des personnes et de préservation des ressources collectives. Le CIRIEC entend, par économie sociale, l'ensemble des structures et composantes des économies associative, communautaire, coopérative, mutualiste, parapublique et syndicale, qui ont toutes pour but plus ou moins explicite le service de l'intérêt collectif ou général. Par l'expression « entreprises collectives », l'association désigne à la fois les entreprises de l'économie sociale et celles du secteur public.

Le CIRIEC vise :

- à grouper en association les universitaires québécois et canadiens (professeurs, chercheurs et étudiants) ainsi que toute autre personne, association, entreprise, institution ou organisation intéressée aux entreprises collectives et à l'économie sociale ou solidaire ;
- à instituer des partenariats dynamiques et productifs entre les milieux de la recherche et de l'enseignement et ceux de la pratique qui partagent l'objectif de construire une économie solidaire ;
- à susciter, soutenir et diffuser des recherches, des échanges et des initiatives engageant, dans des champs concernés, une ou plusieurs disciplines scienti-

fiques ;

- à permettre au plus grand nombre possible de ses membres de participer aux échanges, travaux et forums nationaux et internationaux axés sur l'enrichissement des connaissances et des expériences relatives à l'économie sociale ou solidaire ;
- à favoriser et à soutenir, dans la mesure de ses possibilités, le développement, le décloisonnement et la diffusion des connaissances touchant les divers aspects de l'économie sociale et solidaire.

Pour plus d'information sur le CIRIEC, veuillez visiter le site Internet : <http://www.unites.uqam.ca/ciriec/>.



Thematic Edition of the Revue

Économie et Solidarités

(Spring 2007)

Call for Contributions

Due Date: 15th of August 2006

Fair Trade: A Transforming Movement

Person Responsible for this Thematic Edition : Corinne Gendron

Chaire de responsabilité sociale et de développement durable, ESG, UQAM

As the symbolic figure of new generation social economic movements, fair trade canalizes political, social and economic demands by proposing an exchange system that is more just and advantageous for Southern countries. Throughout its institutionalization during the 1980s, it succeeded in installing a real commercial system that questions the traditional economic system as much as it renews it. By paying producers up to double for their harvests, the fair system in effect saps the fatalistic competitive ideology by which dominant economic actors justify the ridiculous prices paid for produce from Southern countries. Simultaneously, these same actors adopt «fair trade products», to reach the niche of consumers concerned by the North-South problematic. This "economic" institutionalization worries a fraction of the fair trade movement, who see it as an intrusion through which their message of justice and their transforming power are weakened if not destroyed.

Regardless of whether the institutionalization is political or economical, it is transforming; the social movement continues to fuel this institutionalization, even if it has had to modify its speech and strategies. Thus the economic institutionalization, which is juxtaposed by a possible political institutionalization, is causing social transformations as well as institutional and organizational ones which transcend the fair trade movement. Enterprises,

for example, must now operate with a definition of their social performance defined not only by their specialists in public relations, but also by a myriad of NGOs who define what "fair trade" means. Following the example of other social economic movements, fair trade participates in the ethical restructuring of the market through which the treatment of Southern producers is a commercially differentiating factor. Commercial logic and social responsibility can also be combined by supporting strategies towards political institutionalization, and by reinforcing the transformation process of international commercial rules.

In this thematic edition we wish to explore the transformational avenues of fair trade from five perspectives: the North, the South, the consumers, Southern producers, and large enterprises. We are looking for articles that illustrate how fair trade is transforming Northern and Southern economies. We are also hoping to receive articles that explore these transformations with regards to consumers, producers, and large traditional enterprises. We will also accept articles that analyze the transforming potential of fair trade at a global level. Those articles that offer an integrated perspective rather than exclusively economic, political or social ones will be favoured.

Instructions for Contributors

Please submit your article before the 15th of **August 2006** by email to Veronique Bisailon (bisailon.veronique@courrier.uqam.ca). The Editorial Board welcomes manuscripts in French or English, although they should include an abstract of 8-10 lines in both French and English. Articles may not exceed 32 000 characters, other texts may not exceed 22 000 characters, and book reviews may not exceed 11 000 characters, all counted without spaces.

Text

Margins: Top, bottom and right: 2.5 cm. Left: 3 cm.

Justification: Left justification (no indentation at beginning of paragraphs).

Typeface: Normal, Times 12 (italics: use only for foreign words and book titles)

Spacing: 1 ½, double spacing after each paragraph.

Titles: in uppercase letters and bold type (with accents on uppercase letters: É, À...). The title should be in 14 and the subtitles in lowercase letters and bold type.

Footnotes: At the end of the text (rather than at the foot of the page).

Acronyms: The first use of the name should be written in full, followed by the acronym in brackets (e.g.: community economic development corporations (CEDCs)).

Authors: Author's name should appear following the article title, as follows:

First name, Last name, institutional affiliation and electronic address.

Tables, graphics and figures should be limited to those judged essential for understanding the text. Tables and graphics must each be titled and be numbered consecutively in Roman numerals. Please indicate clearly the position of each graphic or table in the text. Capitalisation should be

minimised and should follow the standard rules.

Bibliographical References

References should be listed in full at the end of the paper in the following standard form:

Book: NAME, First name. (year). *Title*, Place of publication, publisher, number of pages, other information as required: other authors, edition, collection

Article: NAME, First name. (year). "Title of article", *Periodical Title*, vol. x, no x, pages.

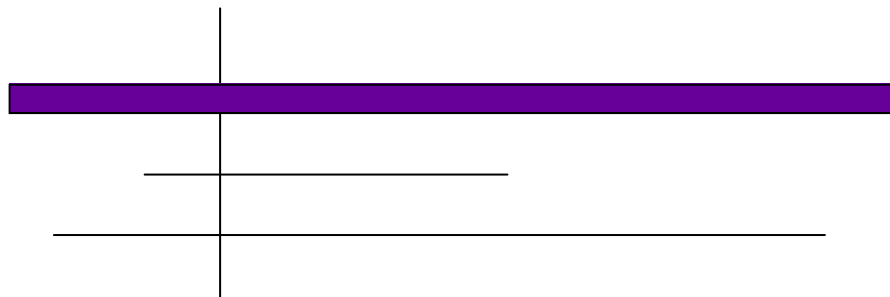
For more informations, visit the web site : www.unites.uqam.ca/ciriec/revue/index.html

Or contact Marlène Lessard : (819) 595-3900 # 2383 or revue.ciriec@uqo.ca

Vous pouvez apporter votre contribution au bulletin...

Le numéro de septembre 2006 d' *Oeconomia Humana* sera consacré au thème de la **Responsabilité sociale chez les PME et les coopératives.**

Pour contribuer à ce numéro, vous pouvez proposer un article en l'envoyant, avant le 20 août 2006 à l'adresse suivante: crsdd@uqam.ca.



Portrait de Sarasu

Kotada Tea Estate, État du Tamil Nadu

Par *Saleema Hutchinson et Karine Filiatrault*.
En collaboration avec Justice à l'heure du thé et Équita Québec

Pour Sarasu, la vie a commencé au cœur d'une plantation de thé où elle est née. Aujourd'hui, cette femme au regard intense vit toujours sur la même propriété, qui est *Kotada Tea Estate*. Âgée de 47 ans, Sarasu a déjà derrière elle 31 ans de service pour la compagnie de *Kotada*. Issue d'une famille Hindou pauvre, l'éducation jusqu'à la 7^e année qu'elle a reçue n'a pas été suffisante pour lui permettre d'exercer un métier différent de celui de ses parents. Sarasu est mariée à un charpentier qui travaille pour la compagnie *Parasv Raman*. Ensemble, ils vivent avec leurs trois enfants qui sont maintenant dans la vingtaine. Située à près de 5000 pieds au-dessus du niveau de la mer, *Kotada Tea Estate* est l'une des nombreuses plantations de thé à avoir pris racine

dans les collines du Nilgiri. L'entreprise se trouve à proximité du village de Coonoor, au cœur du Tamil Nadu (État du sud de l'Inde). Le paysage est presque à l'image du paradis. De multiples oiseaux chantent leur mélodie glorieuse perchés parmi les chênes argent et les eucalyptus. Les nuages cachent les sommets des collines et les plants de thé présents

partout autour projettent leur vert jeune et vivant. L'imperfection du paysage prend ses racines dans la pauvreté qui gruge le peuple travaillant cette terre si abondante. Malgré le fait que le gouvernement indien oblige les compagnies de thé à assurer l'accès pour les travailleurs et leurs enfants à des services médicaux, des logements gratuits et des écoles, ces règlements ne sont souvent pas respectés. La vie d'une cueilleuse de thé en Inde peut ainsi être lourde et sans pitié.

Sarasu affirme que la plantation pour laquelle elle travaille se distingue des autres et elle le sait, car ses six frères et soeurs travaillent aussi dans l'industrie du thé. Elle n'hésite pas à dire que *Kotada* offre des services sociaux de qualité supérieure, que les conditions de travail sont plus favorables et que le

niveau de salubrité et d'hygiène des lieux dépassent les normes. Mais ce ne sont pas les seules différences qu'elle note. Étant à la tête du comité des travailleurs qu'elle a joint 10 ans plus tôt, entre autres par sa capacité de lire et d'écrire, Sarasu est à l'affût des changements qui prennent place au sein de la plantation. Sa principale fonction au niveau du comité est d'effectuer le lien entre les demandes des employés et la direction. Elle doit aussi assurer la supervision de la garderie, de la propreté des lieux et de la gestion des déchets. Sarasu sait que la plantation dans laquelle elle travaille se distingue des autres entreprises de la région puisqu'elle doit répondre à certains critères sociaux et environnementaux

afin de recevoir une certification équitable. En effet, *Kotada* vend une partie de son thé sur le marché équitable. Cela signifie que les consommateurs payent un juste prix à des entreprises qui respectent les droits des travailleurs et travailleuses.

Dans le cas du thé, les règles du commerce équitable s'appliquent différem-

ment puisque de nombreuses organisations qui y prennent part constituent des plantations appartenant à des entreprises privées, comparative-ment aux coopératives qui représentent davantage la réalité du café et du cacao équitables par exemple. Ainsi, dans le cas des plantations de thé, le droit d'association, la non-discrimination, l'interdiction du travail des enfants, le droit d'être embauché légalement et de bénéficier d'avantages sociaux sont des critères que *Kotada* doit respecter. De plus, étant donné les exigences environnementales des acheteurs de thé équitable, la plantation a aussi modifié ses pratiques agricoles. Elle est fière aujourd'hui d'afficher «100% sans pesticides» et d'adopter des pratiques de plus en plus écologiques, entre autres au niveau de la gestion des déchets et de la forêt



qui entoure la plantation. L'amélioration des conditions de travail et l'accès à des services adéquats permettent ainsi à Sarasu et sa communauté d'espérer mieux pour un travail des plus exigeant.

Six jours par semaine, dépendamment de l'endroit où la cueillette des feuilles de thé s'effectue, Sarasu marche de 1 à 3 kilomètres pour se présenter au travail. La cueillette commence vers 7h00 et se poursuit jusqu'au moment d'effectuer la première pesée, tout juste avant le dîner. Les femmes circulent à tour de rôle, munies de leur petit calepin qu'elles tendent au peseur pour qu'il y inscrive le poids des feuilles amassées. Après le dîner, qu'elle prendra chez elle si la distance le permet, elle continue la cueillette durant tout l'après-midi. La tâche réalisée est la même que durant la matinée: debout parmi les arbustes, les cueilleuses arrachent les trois premières feuilles des arbustes de thé, qu'elles transportent dans leur panier. La journée de travail se termine vers 17h30. Après une journée de labeur, Sarasu aura généralement ramassé plus de 22 kilos de feuilles. Ceci lui rapportera une somme de 72 Roupies (Rps), additionnée d'une maigre prime durant la meilleure saison. Après les diverses déductions retirées de son salaire, telles que les assurances, les frais d'union, d'entretien du temple, de fonds de pension et le remboursement de dettes personnelles, elle obtiendra environ 600 Rps par mois (près de 19\$ Can). Tout comme plusieurs autres parents, Sarasu a contracté un prêt de la plantation pour le mariage de sa fille. Le prêt, qui s'élève à 60 000 Rps, a été utilisé afin de verser la dot nécessaire à la famille de son gendre. Cette situation lui coûte aujourd'hui la moitié de son salaire mensuel, somme qui lui est retirée automatiquement chaque mois. Avec le salaire de son mari, qui équivaut environ au sien, le couple retire un montant insuffisant pour subvenir à tous les besoins essentiels de la famille. Sarasu doit donc emprunter chaque mois pour l'achat de la nourriture.

Malgré cette épreuve, Sarasu n'en veut pas à la compagnie pour laquelle elle travaille. Elle comprend que les conditions du marché sont mauvaises actuellement. La chute du prix du thé depuis 1999 fait en sorte que son prix de vente est plus bas que les coûts de production. Cette grave crise frappe les plantations partout en Inde. Pour freiner les conséquences encore plus désastreuses comme la fermeture de plantations, les syndicats de l'État du Tamil Nadu ont même accepté une diminution de salaire. Bien que Kotada soit certifiée équitable, elle n'a pas encore un marché suffisamment important sur ce réseau pour pouvoir éviter les secousses du marché conventionnel. Sarasu avoue qu'à cause de la crise de l'industrie, elle a souvent faim vers la fin du mois. Elle se dit toutefois heureuse de recevoir un salaire régulier, contrairement à de multiples plantations des alentours où les salaires ont été retenus depuis autant que 19 mois. Les conditions de ce marché trop peu encadré forcent de nombreuses plantations à

fermer leurs portes, créant des milliers de sans-emploi. Sarasu voit des gens qu'elle connaît perdre leur maison, leur école, et tout ce qu'ils ont connu depuis souvent plus d'une génération. Malgré les maux de tête financiers, si on lui demande qu'est-ce qui devrait changer au sein de la plantation pour améliorer la qualité de vie, elle répond : «avoir plus d'argent pour se nourrir » puisque tous les autres services de la plantation sont de qualité.

La cueilleuse de thé ne comprend pas toute la complexité du commerce équitable, mais elle est reconnaissante pour les changements qui ont été apportés au sein de sa plantation depuis qu'elle a obtenu sa certification équitable en 1996. Pour Sarasu, l'avantage le plus tangible du commerce équitable réside en la qualité des services offerts. Le comité du commerce équitable, qui regroupe quinze représentants des travailleurs et des travailleuses, ainsi que de la direction, est responsable de la gestion de la prime équitable. Après avoir recueilli les demandes des employés, celui-ci doit choisir dans quels projets l'argent amassé par les ventes de thé équitable sera investi. La prime équitable a permis d'améliorer la qualité de vie de Sarasu et de ses collègues puisqu'elle a rendu possible :

- l'appui financier pour les études supérieures des enfants des employé(e)s et l'achat de matériel, comme des ordinateurs, pour les écoles primaire et secondaire de la plantation;
- la diversification des services offerts par l'hôpital qui peut maintenant compter sur le travail d'une femme médecin, d'un pharmacien et d'une infirmière, ainsi que sur la disponibilité d'une salle d'urgence, d'un dortoir, d'une salle d'accouchement, d'une maternité et d'une pharmacie;
- la mise sur pied de projets de développement communautaire, comme la réalisation d'infrastructures pour fournir l'eau potable à un village tribal ou vivent certains travailleurs et travailleuses de la plantation;
- l'installation d'un téléphone accessible aux employé(e)s.

Tout comme la plupart des travailleurs et cueilleuses de plantation, la capacité de rêver de Sarasu est limitée. Lorsqu'on lui propose néanmoins d'imaginer ce qui pourrait arriver de meilleur, ce qu'elle ose dire concerne la situation de ses enfants : «je souhaite que mes enfants bénéficient d'un travail qui leur plaît et que mon plus jeune poursuive ses études.» À ses yeux, ce qui est le plus fondamental, c'est que ses enfants puissent connaître un avenir meilleur.

From the Streets of Montreal to the Corridors of Parliament Hill: Fair Trade Moves to the Next Level

Annelies Hodge

Perhaps inspired by the inroads already made in Europe, but above all aware of the need to take Fair Trade to the next level here in Canada, a committee has been formed to oversee the institutionalization of Fair Trade friendly policies into Canadian politics.

This group, comprised mostly of Quebec actors who have essentially initiated and are leading this movement, is set to become Pan-Canadian this June when Fair Trade actors from coast to coast, present at the Canadian Youth Forum of Fair Trade, will join the discussions. They will learn what has occurred so far and how they can get involved to make this dream a reality. For those of you who will not be at York University from the 2nd to the 4th of June for this event don't worry, you'll be kept up to date through articles such as this one that will be published regularly in *Oeconomia Humana*.

Numerous Canadian Fair Trade actors realized the importance of having government support when they attended the first international Fair Trade Fair and Symposium parallel to the WTO Ministerial in Cancun, 2003. Discussions and rules at the WTO which see fair trade essentially as free trade, forbid discrimination between two products on the basis of process or method of production. Thus, an apple from New Zealand is actually cheaper than a Canadian apple, since they cannot be taxed to make the Canadian ones more competitive, and as such Canadians consume New Zealand apples that require much more energy and produce much more waste in the transportation process whilst putting Canadian apple producers out of work. Of course there are many other examples when this rule has more positive consequences, but the point is that this rule goes against internalizing social and environmental costs into prices, a necessary step towards achieving a sustainable society, and something that fair trade products do quite effectively. Thus, if the WTO members pushed for this rule to be reinforced with regards to fair trade products, which reward more sustainable production methods with a higher price thus assisting the development of marginalized producers, the fair trade system itself would be under threat. So it is important that fair trade has a legal framework, allowing it to be protected from the WTO and other free trade initiatives, so that it can continue fighting for a fairer trading system that is actually conducive towards sustainable development goals.

Équiterre, one of the most important fair trade promoters in Canada, saw the WTO Ministerial in Hong Kong last December as an opportunity to create a united Canadian fair trade platform. Équiterre thus organized a symposium in Ottawa last December to unite fair trade actors before the ministerial, in order to discuss the idea of a platform and the importance of it in the context of trade liberalization. The reaction from fair trade actors, from roasters to producers and promoters to distributors, was unanimous: a Canadian fair trade platform should be established to push for government recognition and policies that encourage fair trade. This process began in Hong Kong a few weeks later, where once again there was a Fair Trade Fair and Symposium, which many government representatives visited to learn more about fair trade.

The first official meeting of the Canadian Consultation Coalition on Fair Trade, as the platforms steering committee began to be called, was on the 2nd of March in Montreal. It comprised numerous actors such as Transfair Canada, Équiterre, Carrefour Tiers-Monde, Equita Oxfam Quebec, Cooperative Coffee, Conscience Equitable, CSI Sherbrooke, a student from Laval University, and our own research chair, the Chair of Social Responsibility and Sustainable Development at UQAM. The aims of this initial meeting were to reach consensus on the objectives of the coalition, and begin working on a definition of fair trade and determining who fair trade actors are. The FINE definition was used as a starting point and reworked, however no final consensus was reached on this or the principal fair trade actors. These two tasks were placed on the agenda for the next meeting, which occurred on the 21st of April. The participants of the April meeting - which expanded to include the North-South Institute, GRCE-HEC and Humaniterre - debated at length who the principal fair trade actors are, and finally decided that they should be categorized (i.e. producers, educators, roasters etc.) although no final categories were decided upon. Consensus was reached on the definition which is as follows:

Fair trade is a partnership based on dialogue, transparency and respect, aimed at encouraging greater equity in world commerce. It contributes towards eco-

conomic and social justice as well as the protection of the environment by offering better commercial conditions and guaranteeing the rights of marginalized producers and workers, particularly in developing countries.

Fair trade organisations, supported by consumers, actively participate in: supporting producers in developing countries according to the criteria elaborated by the international organizations IFAT, FLO and FTF; raising public awareness; and campaigning for changes in the rules and practices of conventional international trade.

On that same day 14 government demands, most of which were raised during the December and March meetings, were voted on and reduced to 5. These five demands (see table below), are currently under investigation by an international group of researchers. They, and more, will be presented and expanded upon in York, so that a real pan-Canadian force can be built to lobby the government later on this year.

Demands
• The creation of a CIDA fund for fair trade
Official recognition of fair trade by the federal government
• Recognition of the term fair trade
• The promotion of ethical buying policies by governments
• The inclusion of fair trade in school curriculums

As a participant and observer on the committee, I have been impressed by the motivation and consensus of actors so far, who are voluntarily taking part in this process not for money or prestige, but because they know that fair trade does make a big difference and want it to do so much more. In the 10 years since fair trade coffee was first sold in the streets of Montreal, the movement certainly has come of age. Hopefully more and more actors will get behind this coalition, so that those politicians in Parliament Hill will have no choice but to heed



APPEL POUR AFFICHES

2^e
nd
ndo

Colloque international
International colloquium
coloquio internacional

sur le commerce équitable : commerce équitable et
développement durable

fair trade and sustainable development

19 -21 / 6/ 2006 Montréal, Québec, Canada

Deuxième colloque international sur le commerce
équitable
**Le commerce équitable et le développement du-
rable**

Colloque organisé par
La Chaire de responsabilité sociale et de développe-
ment durable

<http://www.crsdd.uqam.ca>

Université du Québec à Montréal (UQÀM)

En collaboration avec
La Chaire de coopération Guy-Bernier
La Chaire du Canada en développement des collecti-
vités,
Le Groupe de recherche en écologie sociale
Le Centre de recherche sur les innovations sociales

Types de propositions d'affiches

La proposition concerne un montage visuel, qui sera généralement de format affiche (qui pourra se déposer sur un chevalet). Les propositions d'affiches peuvent prendre trois formes,

- celle de la présentation d'une analyse ou d'une réflexion sur le thème du colloque ;
- celle d'une expression artistique, par exemple des photos, des poèmes, peinture, dessin ou autres qui ont un lien avec le commerce équitable ou le développement durable ;
- soit celle de la présentation d'une organisation liée au commerce équitable ou au développement durable, de ses activités ou de ses produits.

Les propositions d'affiche retenues seront regroupées par thèmes par les organisateurs du colloque. L'affiche doit être présentée par la ou l'une des personnes en ayant fait la proposition. Les affiches pourront aussi être exposées lors de certaines réceptions du colloque.

Présentation des propositions d'affiche

La proposition doit inclure les renseignements suivants :

Nom et prénom du présentateur ou de la présentatrice

Adresse complète

Numéro de téléphone et de télécopieur

Adresse électronique

Statut : type d'organisation (le cas échéant), étudiant(e), professeur(e), chercheur(e), praticien(ne), autre (veuillez spécifier)

Titre de l'affiche (maximum 180 frappes)

Type d'affiche (tel que décrit ci-haut)

Texte décrivant très brièvement l'affiche (moins de 100 mots)

Faire parvenir votre proposition par courrier électronique à crsdd@uqam.ca, en précisant dans l'objet de votre message le titre du colloque « Commerce équitable et développement durable - exhibit », avant le 25 mai 2006.

Après réception de l'acceptation de la proposition (le cas échéant), faire parvenir votre inscription au colloque et, ce, avant le 5 juin 2006, afin que vos noms et titres d'affiches puissent être inscrits au programme.

**CHAIRE de responsabilité
sociale et de
développement durable****ESG UQÀM**

École des sciences de la gestion
Université du Québec à Montréal
Case postale 6192
Succursale Centre-Ville
Montréal (Québec) H3C 4R2

Téléphone : 514.987.3000
poste 6972#

Télécopieur : 514.987.3372

Courriel: crsdd@uqam.ca

Visitez notre site Internet

www.crsdd.uqam.ca

Inscrivez-vous à notre liste d'envoi électronique

crsdd@uqam.ca

Bulletin de la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable

Rédactrice en chef, mise en page : Lysiane Roch

Rédacteur-adjoint: Julien Boucher

Collaborateurs : Martin Dumas, Chantale Hervieux, Benjamin Huybrechts, Ana Isabel Otero, Caroline Mailloux, Alice Friser, Saleema Hutchinson, Karine Filiatrault et Annelles Hodge.