

## Le commerce équitable, un secteur en développement

**La déclaration universelle des Droits de l'Homme proclame à l'article 23-3 que : "Quiconque travaille a droit à une rémunération équitable et satisfaisante lui assurant ainsi qu'à sa famille une existence conforme à la dignité humaine et complétée, s'il y a lieu, par tous autres moyens de protection sociale". C'est grâce à cet article que le commerce équitable trouve sa légitimité juridique malgré le flou de certaines notions.**

L'expression "commerce équitable", vient de l'anglais "Fair Trade". Elle apparaît dans les années 1950 sous l'impulsion de l'ONG britannique Oxfam. Puis en 1964, à Genève, lors d'une réunion de la Conférence des Nations Unies pour le commerce et le développement, les pays du Sud insistent sur la nécessité d'échanges justes plutôt que la perception d'aides en devises

("le commerce, pas l'assistance" : "Trade, not aid"). Mais c'est dans les années 1990 que le commerce équitable prend véritablement son essor, avec l'apparition de labels, de magasins spécialisés et le décollage des ventes concomitant.

Le commerce équitable représente plus de 850 groupements de producteurs, soit plus de 800.000 producteurs du Sud qui font

vivre 5 millions de personnes dans environ 50 pays, mais aussi 15 fédérations nationales dans 13 pays regroupant 25.000 associations locales animées par 50.000 personnes. Et plus de 3.500 points de vente au détail assurent un débouché aux producteurs du commerce équitable. Aujourd'hui, un consommateur sur deux a déjà entendu parler de ce commerce solidaire.

### Le principe

Le concept du commerce équitable, ou commerce solidaire, s'applique à des opérations commerciales qui renforcent la position économique des petits producteurs et propriétaires, afin d'assurer qu'ils ne soient pas marginalisés dans l'économie mondiale. Il concerne surtout les entreprises des pays en développement. Pour cela, les acteurs du commerce équitable (à ne pas confondre avec le commerce éthique-voir lexique) veulent s'assurer que les producteurs et employés bénéficient d'une part adéquate du bénéfice total engrangé par la production, et améliorer les conditions sociales, notamment des employés. L'objectif à long terme est de promouvoir

le développement durable, c'est à dire de préserver les ressources naturelles pour les générations futures. L'objectif du commerce équitable est d'intégrer les producteurs des pays du Sud dans les échanges commerciaux au plan mondial.

Le processus consiste à :

- garantir un revenu minimum aux producteurs par l'achat de leurs produits à un prix souvent supérieur aux cours mondiaux,
- promouvoir le développement local par le financement de projets en parallèle, comme la construction d'écoles ou de dispensaires,
- intégrer à terme, les producteurs du

Sud dans le processus d'échanges mondiaux, hors label équitable.

Par ailleurs, un document cadre établi en 2000 par les organisations du commerce équitable, définit les principes fondamentaux du commerce équitable :

- définition d'une méthode de fixation des prix associant les producteurs...
- respect des droits des producteurs et des normes de protection sociale
- viabilité des contrats
- suivi d'un processus démocratique
- souci de l'environnement
- soutien financier et technique aux producteurs
- sensibilisation des opinions publiques du Nord...

### Le partenariat

Le commerce équitable repose donc sur une base partenariale : le but est de mettre en relation les différents acteurs de la filière afin de réduire les intermédiaires. Une plus grande part du bénéfice est ainsi garantie au producteur, tenu en contrepartie de respecter les principes du commerce équitable. Ces différents acteurs

sont les producteurs, les distributeurs, les consommateurs et les organismes certificateurs. Les producteurs sont souvent regroupés en coopératives, pour avoir une meilleure visibilité. Les distributeurs sont généralement les centrales d'achats des grands magasins, mais également des magasins en direct, ou des chaînes de dis-

tribution. Les consommateurs de ce type de produits sont sensibilisés à une démarche solidaire, soucieux du développement durable et prêts à les payer un peu plus cher. Enfin, les organismes de certification régularisent le secteur en contrôlant selon des normes strictes le respect de la charte de commerce équitable.

## Les organismes certificateurs

Alors que le commerce équitable connaît un succès croissant, il est de plus en plus nécessaire de normaliser le secteur et l'appellation "produit du commerce équitable". Faute de label officiel et donc de contrôle public, plusieurs organismes ont mis en place des systèmes de certification pour éviter les abus et les dérives. Le label "Bio équitable" a été créé par le cabinet privé Ecocert. Quant à la Plate-

forme du commerce équitable (PFCE), organisation professionnelle regroupant les 31 acteurs français du commerce équitable avec comme objectif de faire connaître le commerce équitable en France, elle travaille à une norme AFNOR. Les plus grands organismes régulateurs à ce jour sont : l'international FLO (Fairtrade Labelling Organization) et Max Havelaar, d'origine néerlandaise. Aujourd'hui, le

chiffre d'affaires des produits portant le logo Max Havelaar représente environ 400 millions d'euros. C'est donc la référence dans le domaine et le passage obligé pour les producteurs et les distributeurs. Max Havelaar est une association à but non lucratif, créée en 1992, qui promeut le commerce équitable avec des produits de base : café, thé, bananes, jus de fruits et chocolat.

## Les produits

Le café est le premier produit du commerce équitable vendu dans le monde. Viennent ensuite le thé, le chocolat, les bananes, mais on peut aussi trouver jus de fruits, sucre, riz et miel avec le label équitable. Cela a tendance à se diversifier très rapidement, les produits disponibles se multipliant. Les vêtements issus du commerce équitable connaissent des succès appréciables, bénéficiant

d'un effet de mode. Ainsi, la veste d'uniforme de l'orphelinat péruvien Nuestra Señora de la Misericordia a été vendue chez Colette, temple de la mode parisienne, et a permis de construire un dispensaire. Une nouvelle campagne de communication de l'association Max Havelaar fait par ailleurs la promotion de ces nouveaux produits, en vantant leur aspect esthétique, en plus d'être éthique.

Enfin, on voit se développer le tourisme éthique, dernière création de cette tendance : des voyages basés sur le respect de la population locale sont organisés pour les touristes soucieux de développement durable. C'est donc toute une gamme de produits et de services qui sont équitables, et donc respectueux des populations du Sud.

## Les magasins

Selon Gaëlle Rouby de la Plate-forme du commerce équitable, deux approches différentes cohabitent au sein de cette organisation. Les "alternatifs" considèrent que le commerce équitable est amené à remplacer l'économie existante. Ils refusent donc de passer par les magasins traditionnels et préfèrent des boutiques indépendantes et spécialisées (comme "Artisans du monde"). Par contre, les "réformistes", veulent "changer le système de l'intérieur" et préfèrent les grandes surfaces qui touchent le maximum de consom-

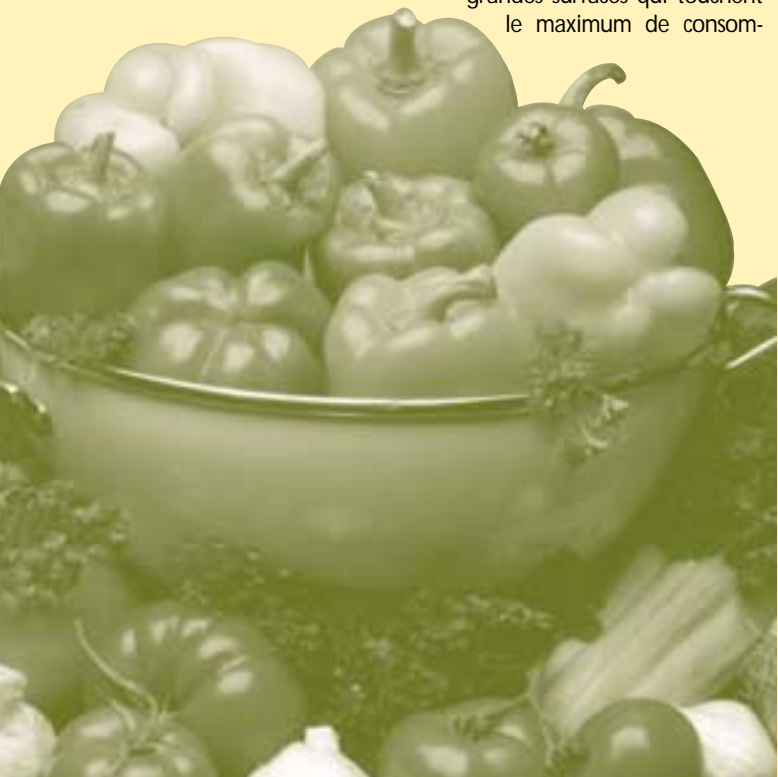
mateurs. C'est effectivement grâce à ces derniers que les parts de marché du commerce équitable ont pu augmenter si rapidement (90% de la production équitable est vendue en GMS). Le chiffre d'affaires du commerce équitable en GMS en France est de 71 M€ (source Points de Vente). La progression s'est beaucoup diversifiée. Alors que le café représentait la quasi totalité de la production en 2000, aujourd'hui les autres produits atteignent 42% des ventes. Cela intéresse donc beaucoup la grande distribution. Monoprix a été le pionnier, suivi par Leclerc, Carrefour, Auchan, Intermarché et Cora. Il y a ainsi 25 références chez Leclerc, 23 chez Champion et chez Carrefour, 20 chez Monoprix et 19 chez Auchan et Intermarché... Les chiffres sont encourageants et les grandes surfaces veulent développer ce type de vente. Leclerc a lancé une grande campagne de promotion pour sa ligne de produits éthiques en expliquant le principe du commerce équitable à

ses clients, avec l'ambition de "devenir leader sur ce marché". Carrefour multiplie le nombre des filières qui intègrent les critères environnementaux et sociaux. Quant à Champion, un "magasin laboratoire développement durable" va être testé... Le commerce équitable répond à une attente des consommateurs pour ce qui est naturel et bio, en réaction contre la "mal bouffe". De grandes chaînes de restauration ont également choisi de proposer ces produits. La chaîne américaine Starbucks, géant anglo-saxon du café à emporter, a choisi de n'utiliser que du café issu du commerce équitable. En Suisse, c'est Mac Donald's qui utilise le café issu du commerce équitable pour se donner une image plus respectueuse du Sud, plus solidaire, et en même temps valoriser la qualité de ses produits. En France, les hôtels Sofitel utilisent le café Malongo, et beaucoup de restaurants suivent cette tendance...

## Dans la région

Dans la région, la plupart des grands magasins vendent des produits du commerce équitable. Lors de la quinzaine du commerce équitable, organisée par Max Havelaar, au début du mois de mai, des opérations de sensibilisation et de promotion des produits du commerce équitable ont été organisées en GMS pour le public. Un Plan Régional de Développement de l'Economie Sociale et Solidaire (PRDESS) a été signé à la fin de l'an-

née 2003. Son objectif est de renforcer l'économie solidaire, notamment en favorisant l'insertion, autre volet de l'équité. Selon une étude de l'INSEE, ce secteur représente 107.600 salariés permanents employés dans l'un des 23.800 établissements de toutes catégories, recensés en janvier 2003. 85% sont



## ►►► Dans la région

employés par des associations, 10% par les coopératives et 3% par les mutuelles. Des magasins "Artisans du monde" sont installés à Boulogne-sur-Mer et à Calais. Ils sont soutenus dans leur action par la Jeune Chambre Economique de Boulogne-sur-Mer Côte d'Opale. Celle-ci a organisé l'opération "Le commerce équitable, ce n'est pas un poisson d'avril", le 1<sup>er</sup> avril dernier, avec une distribution de tracts pour informer la population locale sur le commerce équitable et promouvoir ces nouveaux magasins. La Jeune chambre Economique a aussi sensibilisé la ville de Boulogne-sur-Mer et les élus de la Communauté d'Agglomération du Boulonnais au commerce équitable, en plaidant pour la signature de la Charte "500 villes s'engagent pour le commerce équitable". Avec cette charte, les communes s'engagent à promouvoir le commerce équitable et à en utiliser les produits dans leurs services, et les cantines scolaires. Corinne Vasseur et Marc Magnier de la J.C.E. BOUCO envisagent à la rentrée d'axer aussi leur action de sensibilisation au commerce équitable en direction des cafés, hôtels et restaurants de la région.

## Lexique...

- **Commerce éthique** : Les entreprises s'assurent que les producteurs respectent le droit du travail pendant toute la production.
- **Commerce équitable** : Son but est d'assurer aux populations du Sud un revenu équitable par rapport à ceux du Nord en leur garantissant des revenus plus élevés que les cours mondiaux, pour ne pas devoir vivre dans l'assistance.
- **Max Havelaar** : association promouvant le commerce équitable et label assurant le respect de la Charte du commerce équitable.
- **Développement durable** : démarche qui vise à répondre aux besoins d'aujourd'hui sans pour autant hypothéquer l'avenir, grâce à une meilleure prise en compte de l'environnement dans le développement économique et le progrès social. Cet objectif impose de modifier les modes de production et de faire évoluer les pratiques de consommation.
- **Economie sociale et solidaire** : elle est composée du secteur de l'insertion par l'activité économique, des structures d'utilité sociale, des formes coopératives ou mutualistes de l'économie et certaines entreprises du secteur privé.

### Sources

Site gouvernemental du Haut Conseil pour la Coopération Internationale : [www.hcci.gouv.fr](http://www.hcci.gouv.fr)  
Points de vente n°936 du 28 juin 2004 - Le Monde du 9-10 mai 2004 - La Gazette Nord-Pas-de-Calais du 20 mars 2004  
Norcomex Informations n°129 du 3<sup>ème</sup> trimestre 2003 - Les Echos du 4 mai 2003 et du 3 mai 2004  
L'Express, du 3 mars 2004 - La Voix du Nord du 21 juillet 2004, etc...

# FOIRE EXPO de Boulogne-sur-Mer

Du vendredi 22 au lundi 25 octobre - Esplanade Mariette

*. Habitat . Gastronomie .  
. Jardin . Loisirs .*

Quelques stands  
sont encore disponibles,  
contactez-nous  
dès maintenant au

03 21 09 16 66

MC2 EVENT - 10 Résidence Sainte Cécile Center 62176 SAINTE CECILE  
Tél : 03 21 09 16 66 - Fax : 03 21 09 16 67

## LES LIENS UTILES...

- [www.commerceequitable.org](http://www.commerceequitable.org)
- [www.mawhavelaarfrance.org](http://www.mawhavelaarfrance.org)
- [www.mission-humanitaire.com](http://www.mission-humanitaire.com)
  
- [www.artisansdumonde.org](http://www.artisansdumonde.org)
- [www.ethnik.org](http://www.ethnik.org)
- [www.hcci.gouv.fr](http://www.hcci.gouv.fr)
- [www.pouruncommerceequitable.com](http://www.pouruncommerceequitable.com)  
(le site d'Oxfam)
- [www.jcebouco.org](http://www.jcebouco.org)

\* Liste non exhaustive

C'est bien d'avoir le choix.  
C'est mieux d'avoir cet homme vos côtés pour choisir.



PUBLICIS DIALOG

En tant que client d'EDF Entreprises, vous avez accès à de nombreux services : aide à la maîtrise de vos consommations d'électricité, suivi de votre contrat sur internet, conseil sur vos projets, et bien d'autres encore. Mais comment en tirer le meilleur parti ? En appelant votre conseiller commercial. Ensemble, vous pourrez choisir l'offre la plus compétitive et la mieux adaptée à votre entreprise.

Contactez EDF Entreprises au 0 820 821 333 (0,118 € TTC/min\*)  
[edfentreprises.fr](http://edfentreprises.fr)

\*Prix indicatif pour un appel partant d'un poste fixe au 1/03/04

Quand votre monde s'éclaire



EDF Entreprises  
Electricité de France