

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS

AVANT-PROPOS

GLOSSAIRE

LISTE DES TABLEAUX

LISTE DES FIGURES

LISTE DES ENCADRÉS

LISTE DES ACRONYMES

INTRODUCTION

PARTIE I – GÉNÉRALITÉ SUR LE COMMERCE ÉQUITABLE

Chapitre 1 : Description du commerce équitable

Section 1 : Les fondements du commerce équitable

Section 2 : Historique du commerce équitable et les variétés du commerce équitable

Chapitre 2 : Commerce équitable et le marché traditionnel

Section 1 : Commerce équitable alternative au commerce traditionnel

Section 2 : Commerce équitable comme outil de développement

PARTIE II- RÉALITÉS ET DÉBATS SUR LE COMMERCE ÉQUITABLE

Chapitre 1 : Les réalités sur la tendance mondiale du commerce équitable

Section 1 : État de lieux du commerce équitable dans le monde

Section 2 : Les retombées du commerce équitable dans le Sud

Chapitre 2 : Les discussions sur le commerce équitable

Section 1 : Les défis à relever dans le commerce équitable

Section 2 : Les contradictions et critiques liés au commerce équitable

PARTIE III – MADAGASCAR ET LE COMMERCE ÉQUITABLE

Chapitre 1 : Panorama sur le commerce équitable à Madagascar

Section 1 : L'environnement socioéconomique de Madagascar

Section 2 : Genèse et acteur du commerce équitable à Madagascar

Chapitre 2 : Approche analytique du commerce équitable à Madagascar

Section 1 : Le commerce équitable comme moyen de lutte contre la pauvreté et de la promotion du développement durable

Section 2 : Les obstacles du commerce équitable à Madagascar et perspective d'avenir

CONCLUSION

ANNEXES

BIBLIOGRAPHIE

TABLE DES MATIÈRES

GLOSSAIRE

- Bio-équitable** : Le terme bio-équitable fait appel à la combinaison de deux concepts : le souci de l'équité dans les échanges commerciaux et le respect de l'environnement. Il répond aux exigences des consommateurs de ces deux secteurs distincts qui semblent dans certains cas se fondre dans une même logique. Par ailleurs, la marque « Bio-équitable© » provient d'une charte créée par cinq entreprises françaises. Elle est certifiée par l'organisme Ecocert et son logo « bio-équitable© » identifie les produits commercialisés par ces entreprises et qui satisfont aux critères de leur charte.
- Certification** : Processus de vérification confié à un organisme tiers accrédité et impartial pour attester qu'un service, un produit ou un processus est conforme aux spécifications énoncées dans un cahier des charges (ce que peut être une norme). Ainsi, si certification et accréditation sont deux procédures de vérification, l'accréditation vérifie des compétences alors que la certification vérifie une conformité à un cahier des charges.
- Commerce éthique** : Commerce garantissant que les producteurs, les distributeurs et leurs salariés travaillent dans le respect des droits de l'homme, des normes fondamentales de l'Organisation International du Travail et éventuellement de critères de protection de l'environnement. Toutefois, la définition du commerce éthique n'étant pas établie concrètement, tout acteur économique soucieux de minimiser certains des manquements du commerce conventionnel vis-à-vis de ces aspects sociaux ou environnementaux, peut qualifier sa

démarche d'éthique.

Label : Un label est une marque spéciale, créée par un syndicat professionnel parapublic, et dont le logo est apposé sur un produit destiné à la vente, pour en certifier l'origine, la qualité et les conditions de fabrication en conformité avec des normes préétablies dans un cahier des charges.

Lobbying : Influence exercée par un groupe de pression ou groupe d'intérêt sur un pouvoir public ou privé. Le lobbying est utilisé par les acteurs du commerce équitable pour promouvoir et négocier auprès des pouvoirs publics des échanges commerciaux équitables à plus grande échelle. La Plate Forme pour le Commerce Equitable permet aux différents acteurs qui la composent de parler de manière concertée lors des négociations nationales et internationales.

Prime de développement : Prime de délivré par certaines organisations de commerce équitable, comme Max Havelaar, aux organisations de producteurs ou aux coopératives partenaires du Sud. La prime de développement a pour but de financer des projets sociaux collectifs (par exemple : centres de santé, formation).

LISTE DES TABLEAUX

Tableau n°1 : Taux de croissance par secteur en %	43
Tableau n°2 : Exportation en valeur FOB et Importation en valeur CAF	44
Tableau n°3 : Les Unités de décisions œuvrant dans le commerce équitable	51
Tableau n°4 : Rang et score d'efficacité des unités de décisions œuvrant dans le commerce équitable	52
Tableau n°5 : Les écarts	53
Tableau n°6 : Classement des trois principaux problèmes rencontrés par les artisans	59

LISTE DES FIGURES

FIGURE N°1 : Croissance du commerce mondial des marchandises et PIB, en volume, 2005-2012 (variation annuelle en pourcentage)	19
FIGURE N°2 : Évolution du chiffre d'affaires 2004-2012 en France	25
FIGURE N°3 : La répartition des ventes des produits du commerce équitable	26
FIGURE N°4 : La répartition des ventes des produits du commerce équitable (hors alimentaire)	27
FIGURE N°5 : Les achats de produits alimentaires équitables des ménages Français en 2005, 2006 et 2007 en k€	28

FIGURE N°6 a : La pénétration des produits alimentaires du commerce équitables dans les ménages (en %)	29
FIGURE N°6 b : Somme dépensée par achat en commerce équitable (alimentaire uniquement)	29
FIGURE N°7 : Évolution chiffre d'affaire du commerce détail commerce équitable 2005-2007 (en million d'€)	30
FIGURE N°8 : Chiffre d'affaires du commerce de détail des magasins CÉ par groupe de produits (2005-2007)	31

LISTE DES ENCADRÉS

ENCADRE N°1 : Label	5
ENCADRE N°2 : Juste prix	8
ENCADRE N°3 : Oxfam	13
ENCADRE N°4 : Max Havelaar	14
ENCADRE N°5 : Banelino	21
ENCADRE N°6 : Les six points d'engagements des membres de la PFCE	21
ENCADRE N°7 : Sécurité alimentaire, souveraineté alimentaire, autosuffisance alimentaire	38

LISTE DES ACRONYMES

ANCESM	Association Nationale du Commerce Equitable et Solidaire de Madagascar
CCFD	Comité Catholique contre la Faim et pour le Développement
CÉ	Commerce Équitable
CIACESM	Comité Interministériel d'Appui au Commerce Equitable et Solidaire de Madagascar
CNUCED	Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement
DEA	Data Envelopment Analysis
FLO	Fairtrade Labelling Organization
INSTAT	Institut national de la Statistique
MMM	Miasa Mianatra Miaraka
NEWS	Network of European World Shops
OMC	Organisation Mondiale du Commerce
ONG	Organisation Non Gouvernementale
PFCE	Plate-forme du Commerce Équitable
RTM	Reggion Terzo Mondo

SERRV Sales Exchange for Refugee Rehabilitation Vocation

SRC Socially Responsible Consumption

WFTO World Fair Trade Organization

Rapport-Gratuit.com

INTRODUCTION

La mondialisation a amené à l'élargissement des relations internationales; ceci dans tous les domaines que ce soit au niveau culturel, technologique, commercial et aussi au niveau des activités de la finance. Dans ce sens ; le développement de l'échange dans le cadre de la mondialisation a marqué l'histoire du monde par les quantités de biens échangés dans le monde. Toutefois, la mondialisation n'a engendré que des bienfaits ; car l'échange mondial conformément à la division internationale du travail défavorise les pays du Sud. En effet, la mondialisation a amené des échanges inéquitables entre le Nord et le Sud. Certes il y a des organes et/ou institutions à l'instar de l'OMC qui est censée réguler le commerce mondial ; le déséquilibre et l'exclusion dans les échanges économiques subsistent encore surtout au niveau des échanges Nord-Sud. Il semble que ces institutions de régulation œuvrent pour l'hégémonie des pays du Nord au détriment des pays du Sud. Spécialisés dans la production et l'exportation des matières premières, les pays du Sud voient leur source de revenus diminuer de plus en plus due à la baisse du cours des matières premières constatées ces dernières années, d'où la dégradation des termes de l'échange. En réponse à ces constats se développa alors un genre nouveau de commerce dit commerce équitable (noté dans la suite CÉ) qui a pris une grande ampleur ces dernières années. La raison pour laquelle nous avons opté pour ce thème : « Enjeux et réalités du CÉ : cas de Madagascar ». Force est de constater que le commerce mondial s'avère handicapant pour les pays du Sud ; mis à l'écart du système, ces pays ou plus exactement, les petits producteurs du Sud se voient appauvris par l'engrenage que constitue cet échange inégal. L'arrivée des mouvements altermondialistes a marqué l'histoire des pays du Nord dans la prise de conscience de ce vice qu'a fait naître la mondialisation ; d'où l'émergence et le développement du CÉ. Ce commerce dit équitable est le prolongement de divers phénomène, à l'instar du *consomm'acteur* dans le souci de prendre en compte une dimension responsable dans les achats d'une part, il y a aussi le souci de se préoccuper de l'environnement d'autre part. Le CÉ a aussi ouvert un nouvel horizon dans l'échange Nord-Sud comme le témoigne le slogan tant de fois formulé, dans le cadre du CÉ «trade, not aid » se traduit, en français « du commerce, pas d'aide ». Le CÉ se donne donc pour priorité de redonner aux petits

producteurs du Sud leur dignité ainsi que leur indépendance et de mettre fin sur le cliché d'œuvre de charité dans les relations Nord-Sud. Néanmoins, les débats qui tournent autour du CÉ font l'objet de contradictions et de divergences entre les experts et les acteurs du CÉ. Mais à en croire il semblerait qu'actuellement le CÉ prend un nouveau virage à la suite de médiatisation accrue et à l'omniprésence du marketing et tant d'autre chose conduisant à la dénaturalisation de l'essence même du CÉ selon les propos d'experts et d'acteurs du CÉ. À Madagascar, le CÉ ne s'est pas fait attendre ; en effet, Madagascar est intégré dans les divers réseaux du CÉ. Le développement du CÉ à Madagascar semblerait il survint dans les années 90¹. Le CÉ à Madagascar se fait par le biais de diverses associations et d'ONG. À l'évidence, le CÉ pourrait constituer un élément catalyseur de développement pour Madagascar vu les potentialités que nous disposons. Dans le souci de protéger l'environnement à Madagascar actuellement aussi, le CÉ pourrait contribuer beaucoup dans le sens, où ce dernier prend en considération la dimension environnementale.

Ces constats vont amener à soulever bon nombre de questions qui seront examinées tout au long de ce travail. Tout d'abord, la question qui se pose est : peut-on vraiment assigner le salut du Sud dans le CÉ comme nous semblent faire croire les idées qui se répandent ? Ensuite, le CÉ fait-il vraiment profiter les producteurs du Sud, où est-ce tout simplement une nouvelle configuration d'asservissement dans le système capitaliste ? Enfin dans quelle mesure le CÉ contribue-t-il vraiment dans le développement du Sud (et bien évidemment Madagascar) ?

Afin de répondre à ces questionnements posés, notre plan de travail compte trois parties : en premier lieu, considérations générales sur le commerce équitable, en second lieu, les réalités et débats sur le commerce équitable et en dernier lieu, Madagascar et le commerce équitable.

¹cf. Identifications des freins et leviers du commerce équitable pour les organisations d'artisans à Madagascar, Septembre 2011

PARTIE I – CONSIDÉRATIONS GÉNÉRALES SUR LE COMMERCE ÉQUITABLE

Dans cette partie il est question tout d’abord de décrire le CÉ en se fondant sur son historique et ses formes, ensuite on va voir quel lien existe-t-il entre le CÉ et le commerce traditionnel en mettant l’accent sur le CÉ en tant qu’alternative au commerce traditionnel et CÉ comme outil de développement.

Chapitre 1 : Description du commerce équitable

Dans ce chapitre, on va explorer les fondements du CÉ et l’historique du CÉ.

Section 1 : Les fondements du commerce équitable

Avant d’entamer les fondements du CÉ ; il convient de donner d’abord la définition du CÉ, dans la mesure où c’est à travers elle que sera ausculté son fondement. Pour mieux définir le CÉ, il serait approprié de voir la définition au niveau international donnée par FINE² ; selon ce dernier le CÉ est un « un partenariat commercial, fondé sur **le dialogue, la transparence et le respect**, dont l’objectif est de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions commerciales et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés, tout particulièrement au Sud de la planète. Les organisations du CÉ (soutenues par les consommateurs) s’engagent activement à soutenir les producteurs, à sensibiliser l’opinion et à mener campagne en faveur de changements dans les règles et pratiques du commerce international conventionnel. »³. Il est à remarquer que cette définition, faisant l’objet de consensus fut élaborée en 2001 au niveau du FINE qui regroupent FLO, IFAT (devenue WFTO), NEWS !, EFTA.

En évoquant le CÉ, le dialogue, la transparence et le respect sont parmi les éléments fondamentaux de ce concept. Pour mieux comprendre les fondements du CÉ, on va voir tout

² FINE: FLO, IFAT, News! et EFTA

³ Artisans du Monde, 2003, p.3

d'abord ce qu'il en est de ces termes (dialogue, transparence, respect), ensuite la consommation responsable, fondement du commerce équitable et enfin la justice dans l'échange comme fondement du commerce équitable.

1) Le dialogue, la transparence et le respect comme fondement du commerce équitable

Quant on parle donc de dialogue, le CÉ veut offrir une dimension d'échange basé sur la négociation à l'échelle des relations commerciales et qui tend à s'éloigner d'une manière significative des anciennes pratiques commerciales Nord-Sud fondées sur une subordination. Sans conteste, on constate en général que les acteurs du Sud sont passifs vis-à-vis de l'échange ; par exemple, le fait que les producteurs du Sud sont pour la plupart du temps preneur de prix ; ils n'ont pas la capacité d'imposer ou de négocier au niveau du prix de leurs produits. Benoit Sebaut⁴ s'exprime sur cette situation dans laquelle les pays du Sud ne pouvaient pas fixer les prix ; il l'exprime comme suit : « (...).Autre paradoxe de l'ordre économique mondial, le prix des matières premières est à ce jour fixé par les bourses et autres actions spéculatives des pays occidentaux. », il poursuit encore en disant et en reprochant la situation que « (...).Pour la première fois dans le monde du négoce, c'est l'acheteur qui fixe le prix de vente ! »

En ce qui concerne maintenant la transparence, le CÉ veut mettre en exergue une dimension de garantie au niveau des produits, c'est-à-dire, que le CÉ offre une traçabilité tout au long du processus de production et de fabrication des produits. Cette transparence à l'échelon du CÉ se matérialise le plus souvent par le biais de label [voir encadré n°1 pour explication de ce que l'on appelle label]. En d'autres termes, les produits du CÉ fournissent des informations supplémentaires mettant ainsi l'emphasis sur une dimension de confiance dans le rapport entre les producteurs et les consomm'acteur comparativement aux produits du commerce traditionnel.

Enfin, en ce qui concerne le respect, cela consiste à mettre sur le même pied d'égalité au niveau de l'estime les cocontractants. Le plus part du temps évidemment, il semblerait que les producteurs du Sud soient mis dans une situation défavorable et même dès fois méprisable ; d'où donc la mise en estime des producteurs du Sud au niveau des relations commerciales.

⁴cf. Sebaut Benoit, « Innover, grâce au commerce équitable », *Projet*, 2010/4 n° 317, p. 43-48

ENCADRE N°1

Label⁵

Un label est une marque spéciale, créée par un syndicat professionnel ou un organisme parapublic, et dont le logo est apposé sur un produit destiné à la vente, pour en certifier l'origine, la qualité et les conditions de fabrication en conformité avec des normes préétablies dans un cahier des charges.

Pour appuyer cette idée, il semblerait toujours que l'article de Benoit Sebaut serait d'une grande aide, effectivement il prend acte de cette dimension de respect édicté par le CÉ suivant qu'il dit que « (...) Le commerce équitable est d'abord une économie au service de l'être humain : il cherche à remplacer les rapports d'aide ou d'assistance entre le Nord et le Sud (...) », en poursuivant toujours dans ce même ordre d'idée, il dit que « (...) Les acteurs du commerce équitable se reconnaissent autour de critères communs : (...), dignité des acteurs (...) »

2) La consommation socialement responsable comme fondement du commerce équitable

Depuis quelques années une nouvelle forme d'activisme s'est répandue dans l'hémisphère Nord, cet activisme se matérialise par l'engagement au niveau des consommations. Dans cette optique, la consommation n'est plus tout simplement un acte d'achat, mais elle couvre une dimension éthique et morale dans la mesure où l'acte d'achat peut faire évoluer les conditions sociale et écologique dans leur environnement local, mais aussi planétaire. Pour donner une définition claire de ce mouvement, il serait pratique de donner la définition donnée dans l'article de Agnès François-Lecompte⁶ tiré de la définition donnée par Webster, cette définition s'énonce comme suit : est considéré comme étant consommation responsable tous les comportements de consommation où « l'individu prend en compte les conséquences publiques de sa consommation privée et utilise son pouvoir d'achat pour induire des changements dans la société » (Webster, 1975). Toujours en référence à l'article d'Agnès François-Lecompte, les acheteurs veulent donc se soucier des effets possibles de leur acte d'achat ; en d'autres termes, ils se soucient des externalités de leur acte d'achat. Il est aussi à remarquer que cette consommation responsable peut se faire par le biais des

⁵ cf. Guide des labels du commerce équitable. Etude comparative avec d'autres labels éthiques, Édition 2011

⁶ cf. François-Lecompte Agnès, « La consommation socialement responsable : oui, mais... », *Reflets et perspectives de la vie économique*, 2009/4 Tome XLVIII, p. 89-98.

boycotts ; par exemple, les acheteurs peuvent mener une campagne contre une entreprise qui par exemple ne respecte pas l'environnement ou l'inverse, inciter les autres acheteurs à acheter les produits de telle ou telle entreprise, suivant que cette dernière respecte des normes éthiques. Et c'est en ces termes que l'on parle du CÉ du fait que le succès de ce commerce réside dans ce concept de consommation responsable ; du fait qu'en achetant un produit équitable le consommateur contribue à favoriser le niveau de vie des producteurs/agriculteurs dans le Sud et contribue à accroître la notoriété du CÉ. Dans la consommation responsable, conformément à l'article d'Agnès François-Lecompte les personnes qui déclarent effectuer la consommation socialement responsable (en anglais Socially Responsible Consumption (SRC)) sont motivées par le fait que leur comportement va permettre d'agir en faveur de la cause qui leur tient à cœur. D'une manière encore plus profonde selon toujours Agnès François-Lecompte, « (...), le consommateur se place dans une logique individuelle plus qu'instrumentale et utilise ses achats comme une façon de s'affirmer, de se valoriser personnellement, ou même de se différencier des autres en se plaçant au-dessus [de Kozinets et Handelman, 1998] ». Pour poursuivre l'analyse, référons-nous à l'article d'Anne-Sophie Binner et Isabelle Robert, qui montre les deux dimensions vis-à-vis de la consommation responsable qu'ils ont tirées de l'analyse de J. Roberts qui envisage donc la consommation socialement responsable sous deux dimensions : la dimension environnementale et la dimension sociale, et qui définit le consommateur socialement responsable comme étant « celui qui achète des biens ou des services qu'il perçoit comme ayant un impact positif (ou moins mauvais) sur son environnement, et qui utilise son pouvoir d'achat pour exprimer ses préoccupations sociales ». Pour analyser encore cette forme de consommation on peut aussi se reporter à l'article Franck Cochoy⁷ qui dit que « (...), la consommation engagée cherche à élargir les préférences du consommateur aux considérations citoyennes et donc à « politiser le marché » ».

En bref, la consommation socialement engagée tend à mettre une nouvelle dimension dans la façon de voir l'acte de consommation et d'achat, ce qui a favorisé l'émergence du CÉ et/ou du commerce éthique, tous les deux étroitement liés à la consommation socialement responsable.

⁷cf. Cochoy Franck, « Faut-il abandonner la politique aux marchés ? Réflexions autour de la consommation engagée », Revue Française de Socio-Economie, 2008/1 n°1, p.107-129.

3) *La justice dans l'échange comme fondement du commerce équitable*

Le CÉ cherche à favoriser une nouvelle forme d'échange. Manifestement, bon nombre de pays en développement sont défavorisés dans les échanges ; et ce commerce dit équitable tend à insuffler un nouveau souffle pour ces pays en mettant l'emphasis sur la justice dans l'échange ; par le biais de la juste rémunération dans l'achat de leurs produits. Cette justice dans l'échange est appuyée par des mouvements d'activiste en matière de consommation que l'on nomme les consommateurs engagés. De plus aussi ce commerce met en avant la vertu du « circuit court » qui est à même de pouvoir favoriser un prix juste [voir encadré n°2 pour explication du juste prix]. Indubitablement plus le circuit est long, moins sera le prix payé aux producteurs. Ce constat réside dans le fait que la plupart du temps les producteurs n'ont pas de relations directes avec les importateurs d'où le recours aux différents intermédiaires qui en profitent. Promouvoir la justice dans l'échange implique un présumé de remise en question de la théorie économique dominante ; dont, d'après les acteurs du CÉ, ne fait qu'enrichir les pays développés au détriment des producteurs/agriculteurs du Sud. Pour une critique de cette théorie dominante qui est la plus souvent centrée dans l'avantage comparatif de Ricardo ; l'ouvrage de Paul CARY⁸ serait d'un grand renfort, selon l'auteur en reprenant l'idée de Partant, il dit que l'échange évoqué par Ricardo dans sa théorie se fait entre nations alors que le commerce international « est plutôt transnational et met en rapport avec des individus ou des groupes sociaux dont les intérêts sont spécifiques et, parfois, à l'opposé de ceux de la nation à laquelle ils appartiennent » (Partant, 1982, p. 53). Ceci illustre donc le fait que le commerce international n'est seulement que vertu, on peut aussi donner des éléments de critique. Dans cette appréciation, le commerce international pourrait donc se faire au dénuement de certaines couches vulnérables de la société qui compose une nation.

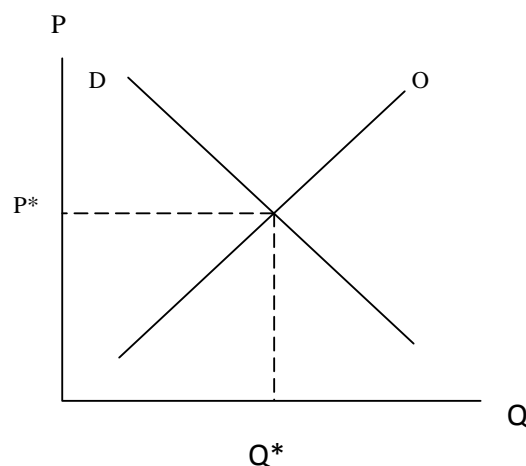
⁸cf. CARY P., Le commerce équitable, quelles théories pour quelles pratiques?, éd. L'Harmattan, Paris, 2007, p.102

ENCADRE N°2

Juste prix

Pour rappel, la détermination du prix dépend du courant de pensée considéré ; à ce titre, il y a deux grands courants de pensée qui se sont intéressés à ce sujet à savoir le courant libéral et le courant marxiste.

- D'après la théorie économique libérale, le juste prix est fixé à partir de la confrontation de l'offre et de la demande dans un marché concurrentiel.



Dans cette conception, la critique émise par les spécialistes est qu'elle prend uniquement en considération dans son explication de la détermination de la valeur, la sphère de la circulation en écartant la sphère de la production ; comme quoi cette conception fait l'objet de reproche qu'il n'explique pas la détermination de la valeur, mais seulement la variation des prix des biens sur le marché en fonction du jeu de l'offre et de la demande. À l'évidence, quand les biens sont sur le marché, ils revêtent déjà un prix qui dérive des coûts de production parmi lesquels se trouve le travail. Ce qu'il faut expliquer, c'est la détermination de ce prix par la décomposition de tous les éléments intervenant dans le coût total.

- Dans la théorie marxiste, de la valeur travail, la valeur d'un bien, son juste prix, est déterminée par la quantité de travail qu'il contient.

Dans cette perception, c'est le travail vivant qui est avant tout créateur de richesse. Ce qui intéresse la théorie marxiste, c'est la détermination de la valeur travail. Marx avait déterminé la valeur de la force du travail en la mettant en relation avec la valeur des biens de subsistance nécessaires à la reproduction de la même force de travail. C'est dire donc que le travail d'un homme doit lui garantir la possibilité d'assurer sa survie, qui passe nécessairement par la consommation de certains biens fondamentaux.

- En ce qui concerne maintenant le prix juste en matière de commerce équitable, la référence est la satisfaction des besoins fondamentaux. L'objectif est d'établir pour les petits

producteurs du Sud un prix, en général supérieur à celui du marché mondial qui est susceptible d'assurer à ces producteurs la satisfaction de leur besoin fondamental. De ce point de vue, le commerce équitable se rapproche de plus en plus de la conception du courant marxiste. D'autre part aussi, « le prix, pour être juste, doit d'abord couvrir assez largement – c'est-à-dire pas au plus serré – les coûts de production. Ensuite, il est important qu'il y ait accord des acteurs (acheteurs et vendeurs) sur ce prix » selon Simon Paré (cité dans l'ouvrage de Paul CARY intitulé « Le commerce équitable. Quelles théories pour quelles pratiques ? »). De plus aussi quand on parle de prix juste, ce dernier est fixé entre personnes qui s'estiment (au sens de Montesquieu)⁹. Le commerce équitable rejette donc l'idée systématique de la détermination du prix par la seule loi de l'offre et de la demande.

Généralement, la fixation du prix du commerce équitable est fondée sur quatre principes conformément à l'ouvrage de Paul CARY¹⁰ :

- Relation de confiance qui est primordiale ; dans cette perception, les acteurs ne cherchent pas à tromper leurs partenaires.
- Le prix mondial reste un référent. Il donne une base aux prix des matières premières.
- Les critères objectifs (coût des matières premières, temps passé) ont une importance variable.
- Enfin, intervient la référence à une notion de besoin (vivre dans la dignité) qui ne peut être que très relative.

REMARQUE¹¹

Prix juste ne veut pas dire surpris. On est toujours induit en erreur de dire que le prix équitable doit être inévitablement supérieur au cours du marché ; or le prix n'étant qu'un élément des mécanismes du commerce équitable. Il existe d'autres instruments tels que le préfinancement ou l'instauration de relation de long terme qui est d'une grande importance.

Section 2 : Historique du commerce équitable et les variétés du commerce équitable

Pour avoir une meilleure idée sur ce concept de CÉ, il paraît utile de considérer l'historique du CÉ ainsi que ses aspects.

⁹ cf. CARY P., **Le commerce équitable. Quelles théories pour quelles pratiques?**, éd. L'Harmattan, Paris, 2007

¹⁰ cf. CARY P., **Le commerce équitable. Quelles théories pour quelles pratiques?**, éd. L'Harmattan, Paris, 2007

¹¹ cf. CARY P., **Le commerce équitable. Quelles théories pour quelles pratiques?**, éd. L'Harmattan, Paris, 2007

1) Historique du commerce équitable

Le CÉ est apparu à une période où l'histoire du monde a pris un nouveau tournant et où aussi les pays du Nord et les esprits éclairés du Nord ont pris conscience des vices qu'ont engendrés les pratiques économiques dominantes à cette époque. Le commerce équitable voulait alors mettre en place un commerce plus juste où les pays du Sud pourraient avoir une place et opportunité dans l'échiquier mondial en matière de commerce, c'est-à-dire que le CÉ constituait d'une certaine manière une sorte de tremplin où les producteurs du Sud pouvaient avoir accès au marché du Nord. Et c'est pour répondre justement à cette préoccupation qu'a été créée en 1924 la CNUCED¹² qui promouvait le commerce comme un moyen de s'affranchir de la pauvreté et comme outil de développement ; et c'est même lors de la conférence de la CNUCED qu'a été évoquée l'expression célèbre « trade, not aid ».

Pour commencer tout d'abord à retracer l'histoire du CÉ, il est essentiel de rappeler que l'expression « **commerce équitable** » est apparue en 1989 ; ce terme fut utilisé pour la première fois par les dirigeants d'Andines¹³. Le CÉ est une réalité ancienne, ayant pour origine le commerce alternatif. La naissance du CÉ remonte dans le courant de l'après-guerre, plus précisément après la Deuxième Guerre mondiale. On peut citer à ce propos les premières initiatives menées par des actions caritatives chrétiennes à l'instar par exemple de la communauté religieuse américaine telle que Ten Thousand Villages (ex. : Self Help Crafts) et SERRV International (Sales Exchange for Refugee Rehabilitation Vocation) qui, à la fin de la Deuxième Guerre mondiale se proposaient de secourir des populations installées dans les camps de réfugiés en important des produits artisanaux¹⁴. Si l'on remonte le cours de l'histoire avant l'année 1989 ; selon Christian Jacquiau,¹⁵ l'histoire formelle du CÉ commence en décembre 1970 ; lorsqu'éclata la guerre civile entre les deux provinces occidentale et orientale du Pakistan. La scission donna naissance au Bangladesh. Ravagé par la guerre, en plus de l'inondation catastrophique ; l'abbé Pierre (Henri Grouès) lance son fameux « appel aux communes de France » ; et c'est à partir de là qu'a commencé le CÉ en France dont l'initiateur est l'abbé Pierre. Il demande à chacune d'elles de se jumeler avec une commune

¹² Conférence des Nations Unies pour le commerce et le développement

¹³ cf. ALLEMAND S. et SOUBELET I, **Le commerce équitable**, éd. Le Cavalier Bleu, coll. idées reçues, Paris, 2008

¹⁴ D'après ALLEMAND S. et SOUBELET I, **Le commerce équitable**, éd. Le Cavalier Bleu, coll. idées reçues, Paris, 2008

¹⁵ cf. JACQUIAU C., **Les coulisses du commerce équitables. Mensonges et vérités sur un petit business qui monte**, éd. Mille et une nuits, France, 2007

de la Bangladesh. Des dizaines de comités communaux se forment. Le premier juillet 1972 se réunit l'Assemblée générale constitutive de l'union des comités de jumelage coopération (Ucojuco), regroupant une cinquantaine de comités. Leur financement est assuré de différentes manières, par exemple 1 % d'impôts volontaires, ramassage d'objets rejetés par la société de consommation, vente de produits du tiers-monde...

Le CÉ ne trouve pas seulement ses origines à partir des mouvements chrétiens ; mais il est aussi à remarquer qu'il a pris ses sources à partir des mouvements tiers-mondistes. Si l'on prend comme référence l'ouvrage de Jean Pierre Doussin ; il dit en ces termes que « Le mouvement qui accompagne cette idée dénonce les méfaits du libéralisme et du capitalisme, coupables à ses yeux d'être la cause de toutes les inégalités en particulier celles créées par un commerce international dans lequel les forts s'enrichissent au détriment des plus faibles. »¹⁶. Et dans cette optique ; ces mouvements prônent l'émergence d'une nouvelle forme de commerce appelée commerce alternatif ; commerce conçu pour être un facteur de développement promouvant les pays du Sud. La justification de cette nouvelle forme de commerce réside dans le fait de se détacher de l'ancien modèle de relation Nord-Sud basé sur les dons. En effet ; l'on constate que les relations basées sur les dons sont susceptibles d'engendrer des relations de dépendance, comme l'affirme Jean Pierre Doussin en disant que « (...) les dons sont une forme d'aliénation créant des liens de dépendance de celui qui reçoit vis-à-vis de celui qui donne (...) »¹⁷.

2) Les formes de commerce équitable

Pour avoir une meilleure idée sur le CÉ, il serait d'une grande importance de caractériser les différents types de CÉ. En effet d'après Sylvain Allemand et Isabel Soubelet « Il n'y a pas un commerce équitable, mais des commerces équitables au sens où plusieurs approches et modes d'organisation existent, de même que des finalités variables selon les acteurs qui le portent. »¹⁸, on peut alors voir plusieurs formes du CÉ selon les acteurs, les aspirations et les intérêts mis en jeu. En général quand on parle de CÉ, il en existe deux en

¹⁶cf. DOUSSIN J.-P, **Le commerce équitable**, éd. PUF, coll. Que sais-je ?, Paris, 2009, p.24

¹⁷cf. DOUSSIN J.-P, **Le commerce équitable**, éd. PUF, coll. Que sais-je ?, Paris, 2009, p.24

¹⁸cf. ALLEMAND S. et SOUBELET I, **Le commerce équitable**, éd. Le Cavalier Bleu, coll. idées reçues, Paris, 2008, p.21

général à savoir le CÉ de filière ou intégré et le CÉ labellisé en référence à l'ouvrage de Jean Pierre Doussin¹⁹.

2-1) Le commerce équitable de filière ou intégré

Quand on parle du CÉ de filière, ceci consiste à commercialiser les produits dans les boutiques spécialisées ; toujours dans le souci de prendre soin à ce que les consommateurs du Nord puissent s'informer sur l'origine des produits, le lieu de production, les critères de distribution et les modes de production, les projets locaux financés par cet acte d'achat, etc. L'instance internationale dans le domaine du CÉ intégré est WFTO (World Fair Trade Organization) auquel se fédère les organisations de CÉ spécialisée/alternative²⁰ qui a un bureau régional sur chaque continent. Suivant l'ouvrage de NDONGO SAMBA SYLLA, contrairement au label Max Havelaar qui certifie des produits, le logo WFTO est réservé aux organisations 100% équitables. En guise d'exemple sur les acteurs du CÉ intégré, on peut citer la Fédération Artisans du monde, Artisanat SEL, Azimuts, Artisal, BouticEthic.

➤ La Fédération Artisans du monde

Toujours en se rapportant à l'ouvrage de Jean Pierre Doussin, le premier magasin Artisans du monde fut créé en 1974 à l'initiative de l'Union des Comités de jumelage de coopération en faveur des pays du Sud à la suite du grand mouvement de solidarité en faveur du Bangladesh lancée par l'abbé Pierre. En France, Artisans du monde est analogue à Oxfam [voir encadré n°3], il commercialise des produits d'artisanat et alimentaire à travers un réseau de plus de 90 points de vente ; d'une autre part aussi il œuvre sur la sensibilisation à la question des droits de l'homme au travail à travers le Collectif de l'éthique sur l'étiquette²¹. La Fédération Artisans du monde se trouve dans l'ascendance des Magasins du monde nés vers le milieu des années 1960, que l'on peut découvrir dans plusieurs pays ; mais qui peut être sous une autre appellation. Sur le plan international ; ce mouvement est fédéré au plan international dans un réseau européen appelé Network of European World Shops (NEWS !) qui fut mis en place en 1994.

¹⁹cf. DOUSSIN J.-P., **Le commerce équitable**, éd. PUF, coll. Que sais-je ?, Paris, 2009

²⁰ Cf NDONGO SAMBA S., **Le scandale commerce équitable. Le marketing de la pauvreté au service des riches**, éd. L'Harmattan Sénégal, Dakar, 2012, p.67

²¹cf. Lecomte T., **Le commerce équitable**, éd. Eyrolles, coll. Eyrolles Pratique, Allemagne, 2004

Le mécanisme de fonctionnement Artisans du monde consiste à vendre les produits provenant des petits producteurs artisanaux et agricoles où se tiennent des relations privilégiées. Artisans du monde est organisé en plusieurs structures à l'instar des coopératives ou associations de producteurs, micro entreprise, entreprises commerciales à but social, ONG, organisations intermédiaires de commercialisation, organisation des handicapés.

ENCADRE N°3

Oxfam²²(Oxford Committee for Famine Relief)

C'est une association anglaise de solidarité locale et internationale. Ressemblant au réseau Emmaüs, elle récolte des vêtements usagés qu'elle revend à travers un large réseau de magasins dans toute l'Angleterre. Dans les années soixante, elle comptait plus de 200 points de vente et décide de coupler ses programmes d'aide au développement avec des achats de produits de petits producteurs des régions où elle agit afin de participer à la dynamisation de l'économie locale et au financement des projets. L'association importe des produits qu'elle revend à travers son réseau de boutiques solidaires dans toute l'Angleterre.

Les organisations citées ci-après sont rassemblées en deux groupes de catégories de travailleurs à savoir les artisans professionnels et les producteurs en situation vulnérable tels que les femmes soutien de famille, handicapés, agriculteurs cherchant un revenu complémentaire, etc.

➤ **Artisanat SEL**

Après Artisans du monde, Artisanat SEL est aussi très influent ; ce dernier est une structure créée par l'association SEL (Service entraide et liaison) dérivant du cercles de solidarité protestants. Les produits vendus par Artisanat SEL proviennent de petites structures agricoles et artisanales. Les produits alimentaires qu'il vend sont sous le label FLO/Max Havelaar. Il est aussi à remarquer qu'Artisanat SEL est membre de WFTO (World Fair Trade Organization) dont son originalité tient au fait qu'il opte pour une vente par correspondance avec des catalogues. Pour illustrer les types de produits vendus par Artisanat SEL ; on peut par exemple mentionner la marque « Saveurs équitables » que l'on trouve sur les produits alimentaires. S'agissant des ventes effectuées, Artisanat SEL est parvenu en 2007 à 2,5

²²cf. Lecomte T., **Le commerce équitable**, coll. Eyrolles Pratique, éd. Eyrolles, Allemagne, 2004

millions d'euros pour les produits artisanaux et agricoles venant d'organisation de producteur de 25 pays qui font l'objet de visite périodique par des membres envoyés par l'association ou par des associations homologues des pays voisins²³.

2-2) Le commerce équitable labellisé

Les filières labellisées en référence à ce que dit Sylvain Allemand et Isabel Soubelet²⁴ ; consistent à ce que les produits soient vendus sans distinction au niveau des boutiques spécialisées ou dans les grandes distributions, c'est-à-dire, dans les GMS (grandes et moyennes surfaces) qui sont identifiables par un label délivré par les organisations nationales qui se fédèrent au niveau de la FLO (Fairtrade Labelling Organizations). À la différence du modèle précédent, le CÉ labellisé est basé sur la certification des produits. Pour un peu d'histoire, en 1988 au Pays Bas naît le premier label de certification des produits du CÉ sous le nom de Max Havelaar suivi de plusieurs autres. En 1997, l'ensemble de ces

ENCADRE N°4

Max Havelaar²⁵

Max Havelaar est le personnage éponyme du célèbre roman publié en 1860 par Edouard Douwes Dekker sous le pseudonyme « Multatuli » ; il parle de l'histoire d'un négociant en café en Indonésie qui dénonce le sort des petits producteurs contraints de se consacrer à des d'exportations.

labels s'est réuni au sein de FLO International (Fairtrade Labelling Organization) qui a son siège à Bonn en Allemagne.

Dès qu'on parle de FLO International, on a en tête les trois grands labels à savoir **Max Havelaar** [voir encadré n°4 pour l'origine du nom Max Havelaar], **Fairtrade** et **Transfair** ; on peut par exemple mentionner le cas de la France qui est désignée sous le label Max Havelaar (ainsi que la Suisse, Hollande) ; mais en Grande-Bretagne il est sous l'appellation Fairtrade et aux Etats-Unis Transfair (ainsi qu'en Allemagne).

²³ cf. DOUSSIN J.-P., **Le commerce équitable**, éd. PUF, coll. Que sais-je ?, Paris, 2009

²⁴ cf. ALLEMAND S. et SOUBELET I., **Le commerce équitable**, éd. Le Cavalier Bleu, coll. idées reçues, Paris, 2008

²⁵ cf. ALLEMAND S. et SOUBELET I., **Le commerce équitable**, éd. Le Cavalier Bleu, coll. idées reçues, Paris, 2008 & JACQUIAU C., **Les coulisses du commerce équitables. Mensonges et vérités sur un petit business qui monte**, éd. Mille et une nuits, France, 2007

Les partisans de ce mode d'organisation du CÉ justifient leur choix dans le souci de pouvoir atteindre un large public. À l'évidence, la distribution des produits du CÉ dans les GMS pourrait conduire à faire écouler beaucoup plus de produits du CÉ ; suivant que les gens sont plus aisés de faire leurs achats dans les GMS. Ils pensent qu'en adoptant ce comportement ; ils pourront ainsi décupler leur chiffre d'affaires et ainsi pouvoir mieux aider les producteurs/agriculteurs à améliorer leur condition de vie et à les intégrer dans le commerce.

Chapitre 2 : Commerce équitable et le marché traditionnel

Le CÉ est un concept innovant ; sa portée est très large. Le CÉ dans son développement et avec ses acteurs se veut être optimiste que ces derniers pourront changer la donne en matière de relation commerciale Nord-Sud et qu'avec ce commerce, ils auront une nouvelle vision des relations commerciales et une mise en question du système capitaliste dominant. Pour bien voir la relation qui existe entre ce commerce et le marché traditionnel ; il paraît intéressant d'observer tout d'abord le CÉ comme une alternative au commerce traditionnel et ensuite CÉ comme outil de développement.

Section 1 : Commerce équitable comme une alternative au commerce traditionnel

Vue alors les contextes actuels du commerce ; le CÉ se donne comme moyen de s'affranchir en se proposant comme alternative. Pour mieux appréhender alors, cette considération il serait propice, d'aborder le CÉ comme une alternative au libéralisme et d'examiner le CÉ comme moyen de réappropriation du marché.

1) Commerce équitable comme une alternative au libéralisme

Si l'on part de l'analyse de Sylvain Allemand et Isabel Soubelet²⁶, le CÉ est une alternative au capitalisme libéral. Dans leur analyse en nous référant à C. Jacquiau dans son ouvrage intitulé « Nous ferons un monde équitable » (2005) que « ce commerce est à la fois une rébellion et une proposition. Il constitue un modèle de marché dans le marché, une stratégie puissante qui vise à ce que les producteurs et les consommateurs se réapproprient la responsabilité et le pouvoir réel d'impulser et de mettre en œuvre des alternatives commerciales ». En partant de ces points, le CÉ constitue un nouvel horizon dans les échanges. Il cherche à donner un nouveau visage plus humain à l'échange vu que le commerce traditionnel avec sa dure loi handicape les petits producteurs. Le modèle prôné par le CÉ est un modèle où les producteurs sont mieux intégrés dans le commerce, si l'on cite par exemple le groupement des producteurs/agriculteurs dans des coopératives qui bénéficient d'un préfinancement qui est un moyen éviter l'endettement ou la dépendance

²⁶cf. ALLEMAND S. et SOUBELET I., **Le commerce équitable**, éd. Le Cavalier Bleu, coll. idées reçues, Paris, 2008

vis-à-vis des intermédiaires sans scrupule ; de plus, les producteurs bénéficient de formation. Pour illustrer ce désavantage des pays du Sud dans le circuit du commerce traditionnel, on observe que 87 % du prix payé pour un paquet de café reste dans les circuits du Nord, les 13 % restants retournent dans le Sud, dont 10 % sont divisés entre les intermédiaires et seulement 3 ou 4 % sont destinés aux producteurs²⁷. Alors qu'en entrant dans le CÉ, les producteurs bénéficient d'un meilleur traitement et sont à même de pouvoir amorcer un auto développement sans plus être contraints de vendre à perte leurs produits.

Pour pousser plus loin l'analyse, on peut aussi considérer les analyses des altermondialistes. Ces altermondialistes voient à travers les modèles capitalistes et ultralibéralistes quelque chose de dépersonnalisé et de désincarné malgré le fait qu'elle soit guidée par des acteurs qui sont tout à fait visibles. Ils pensent que la « main invisible du marché » n'est que simple artifice dont le libéralisme se sert pour justifier les rouages de l'économie libérale. En outre aussi ils pensent que le commerce international dans la forme qu'elle revêt actuellement ne sert qu'à gratifier certains groupes sociaux ou certains pays. À cet effet, les altermondialistes prônent un nouveau visage du marché soucieux de l'environnement et de la société. Les altermondialistes sont donc favorables au commerce éthique et le CÉ qui sont tous deux conscients de la dimension environnementale et sociale dans la considération de l'échange.

2) Le commerce équitable comme moyen de réappropriation du marché

Le pilier de cette analyse repose sur les études menées par Karl Polanyi²⁸. Pour commencer, il définit le libéralisme du XIXe siècle comme une utopie dangereuse consistant à universaliser le principe du marché autorégulateur en l'étendant à des « marchandises fictives » - le travail, la terre et la monnaie²⁹. Toujours dans cette perception de Karl Polanyi et en se référant au manuel d'économie institutionnel écrit par Bernard Chavance « L'économie en général représente un "processus institutionnalisé" : elle est encadrée

²⁷ cf. Abdelgawad Walid, « **Le commerce équitable et la société civile internationale: Une chance pour la mondialisation d'un droit de l'économie solidaire** », Revue internationale de droit économique, 2003/2 t. XVII, 2, p.197-232.

²⁸ Karl Polanyi (1886-1964) qui est classé parmi l'une des figures de l'institutionnalisme originaire en matière d'économie institutionnelle. Il est connu surtout pour son ouvrage intitulé **La Grande Transformation** [1944]

²⁹ cf. CHAVANCE B., **L'économie institutionnelle**, éd. La Découverte, Paris, 2007, p.38

(embedded) et englobée dans des institutions économiques et non économique³⁰ ». En partant de cette analyse, Karl Polanyi voulait mettre en relief la nécessité de lier les éléments du processus économique considérés comme étant de plus en plus disloqués et éparpillés dans le libéralisme du XIXe siècle. Il a également mis en exergue que l'économie doit être au service du social et non l'inverse, surtout dans la mesure où il y a eu le phénomène de désencastrement qui a fait que l'économie s'est détachée du social. Dans son idée, il serait fondamental de recourir au concept de « formes d'intégration » qui selon lui « désignent les mouvements institutionnalisés par lesquels les éléments du processus économique sont reliés – depuis les ressources matérielles et le travail jusqu'au transport, au stockage et à la répartition des biens³¹ » ; en un mot, cette intégration consiste à la « réunification » de ce que la division du travail a séparé. De plus selon les notes de l'Institut Karl Polanyi : « Depuis l'économie, en tant que sphère autonome, a été identifiée au marché. La monnaie, la nature, l'homme ont été transformés en marchandises », ceci amène donc à une marchandisation accrue de nombreuses choses, c'est-à-dire, que le libéralisme actuel est caractérisé par le fait que tout *s'achète et tout se vend*. Le marché actuel a perdu de son essence qui était d'être une institution au service de la société basée sur des relations de réciprocité. Malgré tout, à l'heure actuelle on assiste à l'avènement d'organismes, d'institutions qui met en avant la réciprocité et prône une nouvelle vision de la rationalité économique à l'instar des ONG, de la coopération sociale et non lucrative et aussi le CÉ. Le CÉ est un nouveau moyen de redonner au marché son sens premier, qui est de servir la société, il va sans dire que le CÉ favorise des relations plus larges entre les producteurs et les consommateurs, offre une dimension de garantie aux acheteurs et permet de s'affranchir du rationalisme libéral traditionnel basé sur une préférence immuable, qui est la recherche du profit et le tout marchand.

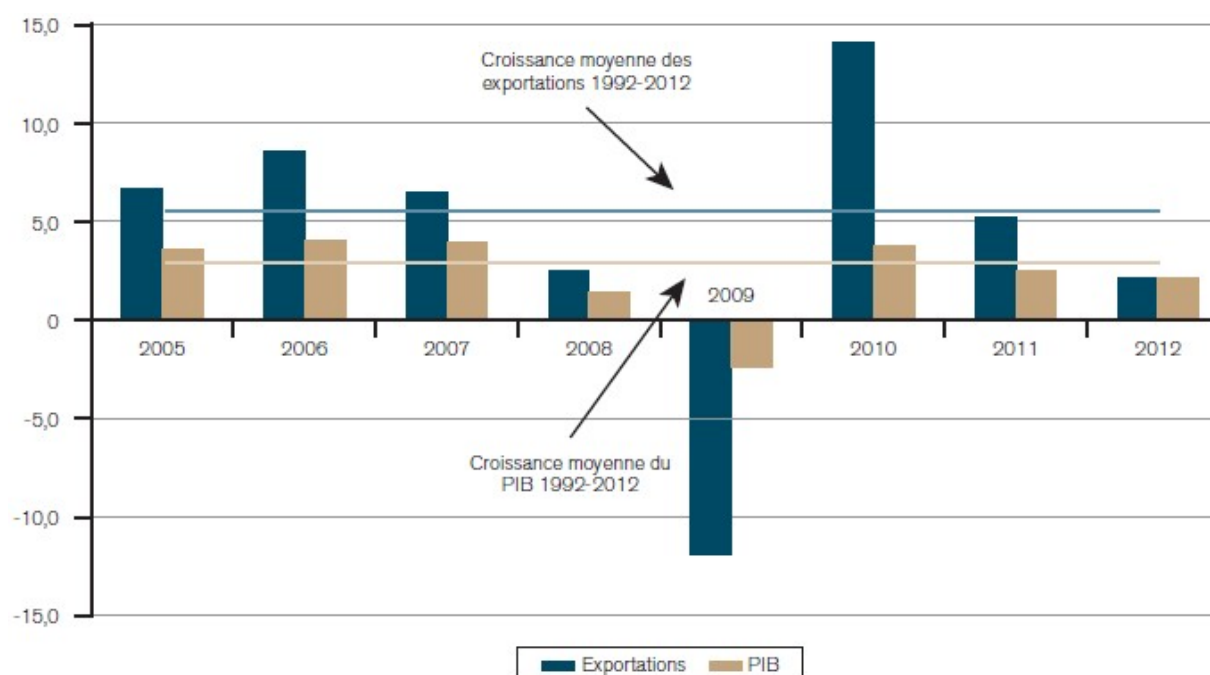
Section 2 : Commerce équitable comme outil de développement

Le XXIe siècle se caractérise par le foisonnement des échanges commerciaux, malgré des béabas [voir graphique n°1]. De ce point de vue, le CÉ contribue aussi au développement de la

³⁰cf. CHAVANCE B., *L'économie institutionnelle*, éd. La Découverte, Paris, 2007, p.39

³¹cf. CHAVANCE B., *L'économie institutionnelle*, éd. La Découverte, Paris, 2007, p.39

FIGURE N°1: Croissance du commerce mondial des marchandises et du PIB, en volume, 2005-2012 (variation annuelle en pourcentage)



Source : Secrétariat de l'OMC (tiré du Rapport sur le commerce mondial 2013, p.22)

communauté productrice défavorable. Pour mieux exposer ce constat, deux points majeurs ont leur intérêt : le CÉ comme moyen d'auto développement et ensuite le CÉ comme moteur du développement durable.

1) Le commerce équitable comme moyen d'auto développement

En prenant comme point de départ la Conférence du Cnuccd à Genève en 1964, dont le célèbre slogan « Traid not aid » (du commerce, pas d'aide), le souci consiste à mieux insérer les producteurs du Sud défavorisé dans le commerce international et à promouvoir un développement insufflé par les mécanismes locaux. En d'autres termes, le souci était plus de chercher à trouver des moyens de développement par les atouts de ces pays défavorisés et à mieux prendre conscience que les aides ne sont pas vraiment des dispositifs adéquats pour leur faire sortir de leur état de dénuement. Quand on parle d'aide, il est question des aides au développement dont les acteurs du CÉ sont hésitants de son bienfait. C'est dans cette considération que le CÉ semble être une des démarches qui pourraient être utilisées pour atteindre cette ambition. On sait que les producteurs qui se sont affiliés dans les

coopérations qui sont en relation avec les acteurs du CÉ sont bien structurés et bien plus efficaces, et arrivent à mieux vendre leurs produits à des prix qui permettent de couvrir leurs coûts de production, leur permettent de vivre dignement. Le CÉ offre donc, une possibilité pour ces producteurs démunis de s'atteler à leur propre développement par le truchement de la vente de leurs produits. Avec ce CÉ les producteurs du Sud pourront être le maître d'œuvre de leur propre développement et peuvent ainsi petit à petit s'affranchir des aides extérieures qui sont d'une part le plus souvent à caractère caritatif et d'une autre part aussi constituent des éléments d'assujettissement. Assujettissement dans le sens où les politiques et les stratégies adoptées sont subordonnées aux conditions des pays donateurs qui peuvent ne pas refléter les vrais défis et problèmes dans le pays bénéficiaire. Cette constatation est confirmée par l'ouvrage de Paul CARY ; qui affirme que « Le but recherché est que ces pauvres, grâce à une politique de la main tendue, qui leur permet d'accéder au marché occidental sans être soumis aux usuriers ou intermédiaires traditionnels, puissent "se développer par eux-mêmes"³² ». Paul CARY continue encore en disant que « (...) le commerce équitable postule des individus capables d'être acteurs de leur propre destin, capables, comme le suppose d'ailleurs la pensée marxiste, de construire leur histoire.³³ ». Conformément à cet ouvrage de Paul CARY, l'accent doit être mis sur la transformation sur place des matières premières étant donné que plus les matières premières sont transformées, plus les producteurs peuvent retirer de la valeur ajoutée ; de plus aussi une autre manière d'appréhender l'auto développement est la promotion du débouché local. Pour illustrer un exemple de l'impact du CÉ sur les producteurs, on peut nommer Banelino qui est une organisation de producteurs de bananes certifiés FLO [encadré n°5 sur l'histoire de Banelino]. Dans cette organisation de producteurs les bénéfices du CÉ se traduisent par un soutien des prix qui stabilise les revenus des producteurs en compensant les variations saisonnières des prix du marché internationaux, et d'après des enquêtes auprès des producteurs, l'effet « stabilité » est confirmé à 80 %. Cet exemple exhibe le fait que le CÉ a des effets palliatifs vis-à-vis de la variation des prix ce qui les rend indépendant de la fluctuation du prix sur le marché conventionnel et ainsi les producteurs peuvent favoriser leur auto développement.

³²cf. CARY P., **Le commerce équitable. Quelles théories pour quelles pratiques?**, éd. L'Harmattan, Paris, 2007, p.68

³³idem

ENCADRE N°5

Banelino³⁴

« Les fondateurs de Banelino sont des producteurs de trois groupes d'agriculteurs certifiés par FLO en 1996 : Amina, EL Mango y Renaciendo para el Bienestar (les deux derniers groupes ayant ultérieurement fusionné dans l'unité de production Juliana Jaramillo). Ces groupes ont dans un premier temps, exporté des bananes conventionnelles Fair Trade vers l'Europe avant de cesser leurs activités en 1998 suite à un incident climatique, l'ouragan Georges, qui a détruit une grande partie des plantations. Cet évènement menaçant les producteurs d'être rayés des registres de FLO pour absence de vente, et donc de ne plus avoir accès aux marchés d'exportation, a précipité la formation de l'Association Bananes Ecologiques de la Ligne Nord-ouest, Banelino. C'est ainsi qu'en 2000, les exportations Fair Trade de Banelino ont commencé (...) »

2) Le commerce équitable comme moteur du développement durable

À titre de rappel, le développement durable est une « Forme de développement économique veillant à ce que le développement actuel puisse se poursuivre et ne nuise pas aux générations futures³⁵. ». Ce que l'on constate en premier dans la notion de développement durable, c'est l'idée de l'équité intergénérationnelle. Dès lors qu'on parle aussi de développement durable, il vient à l'esprit les trois dimensions qui le fondent à savoir économique, sociale et environnementale. Du côté du CÉ, les efforts sont aussi mis dans le souci du développement durable, d'où la considération de ces trois dimensions dans les chartes des organismes de CÉ à l'instar des six points d'engagement des membres de la Plate-forme du commerce équitable (PFCE) [voir encadré n°6 pour les six points d'engagements]

ENCADRE N°6

Les six points d'engagements des membres de la PFCE

- ▶ L'équité et la solidarité dans les relations commerciales
- ▶ L'autonomie des producteurs

³⁴cf. Nadia Zariouh, Etude des effets et de l'impact du commerce équitable labellisé en République Dominicaine. Etude de cas de l'organisation producteurs Banelino, Novembre 2007

³⁵cf. BEZBAKH P. et GHERARDI S., **Dictionnaire de l'économie**, éd. Larousse, coll. Larousse à présent, Espagne, 2008, p.237

- ▶ La dignité des acteurs
- ▶ Le respect de l'environnement
- ▶ La transparence
- ▶ L'engagement à faire évoluer le commerce international

Le CÉ est considéré comme un levier du développement durable du fait de la dimension économique. En effet, le CÉ est un moyen de mieux intégrer les producteurs du Sud dans le commerce international, c'est-à-dire, que le CÉ permet d'assurer un débouché plus rémunérant et qui de plus repose sur une stabilité en matière de débouché. Quant au volet social, le CÉ contribue beaucoup au développement local par le biais des formations et d'appui aux producteurs et même dans des cas de financements d'infrastructure nécessaire à la bonne marche des affaires de ces petits producteurs. Enfin, le volet environnemental est à retenir, actuellement, le CÉ prône le développement des produits bio qui respectent des normes telles que la non-utilisation d'engrais chimique et la promotion des espèces traditionnelles. La concrétisation de cette dimension environnementale est l'apparition des labels bio équitables.

Pour confirmer l'idée que le CÉ et développement durable sont deux choses tout à fait compatibles ; nous pouvons nous référer à l'article VRAI/FAUX n°7- "Le commerce équitable, c'est du développement durable"³⁶ ; dans cet article il est dit que le CÉ valorise la dimension économique par le biais des aides accordées aux petits producteurs du Sud au niveau de leurs activités en contribuant aussi à l'accroissement de leurs revenus, l'amélioration des conditions de vie et du travail. Concernant la dimension sociale, le commercial équitable semble être un vecteur du développement durable suivant que « (...) dans les cahiers des charges des labelisateurs et organisation, s'inscrivent dans la promotion de justice sociale (...) ». Toujours dans ce même article pour montrer que le CÉ s'engage vraiment dans cette dimension sociale, il est dit que « Les petits producteurs en s'engageant dans une production équitable garantissent les droits fondamentaux des travailleurs, bannissant toute exploitation de la personne humaine. », critères qui sont fondamentaux en matière de développement social. Enfin en ce qui concerne la dimension environnementale, le CÉ est étroitement lié à cette dimension dans la mesure où les acteurs du CÉ s'engagent

³⁶cf. <http://www.jeconsommeequitable.fr/de-a-a-z/comprendre/345-vraifaux-nd7-gle-commerce-equitable-cest-du-developpement-durableq.html> (consulté le 18/02/2014)

progressivement dans la protection de l'environnement, comme cité en haut par des labels équitables certifiés bio.

Cette première partie a permis d'éclairer sur ce concept à la fois nouveau et ancien qu'est le commerce équitable ; ancien dans la mesure où il a déjà existé, mais sous d'autres formes et sous une autre appellation. Nouveau puisque sa portée actuelle dépasse l'entendement de ces acteurs. Non seulement cette partie nous a éclairés sur le concept de CÉ, mais nous a fait aussi voir ses fondements indispensables à la compréhension d'un concept tout à fait multidimensionnel.

PARTIE II - RÉALITÉS ET DÉBATS SUR LE COMMERCE ÉQUITABLE

Les considérations générales sur le commerce équitable viennent d'être examinées. En effet, cette première partie est impérativement incontournable si l'on veut aller loin dans l'approfondissement du concept de CÉ. Dans cette partie intitulée réalités et débats sur le commerce équitable, il sera question d'examiner les réalités sur la tendance mondiale du commerce équitable et aussi des discussions sur le commerce équitable.

Chapitre 1 : Les réalités sur la tendance mondiale du commerce équitable

Dans ce chapitre, il ne sera pas question d'entrevoir une analyse exhaustive de tous les continents, mais plutôt d'adopter une approche Nord et Sud du monde. Pour l'approche Nord on va se pencher sur l'état des lieux du commerce équitable dans le Nord et pour l'approche Sud on va prendre acte des retombées du commerce équitable dans le Sud.

Section 1 : L'état de lieux du commerce équitable dans le Nord

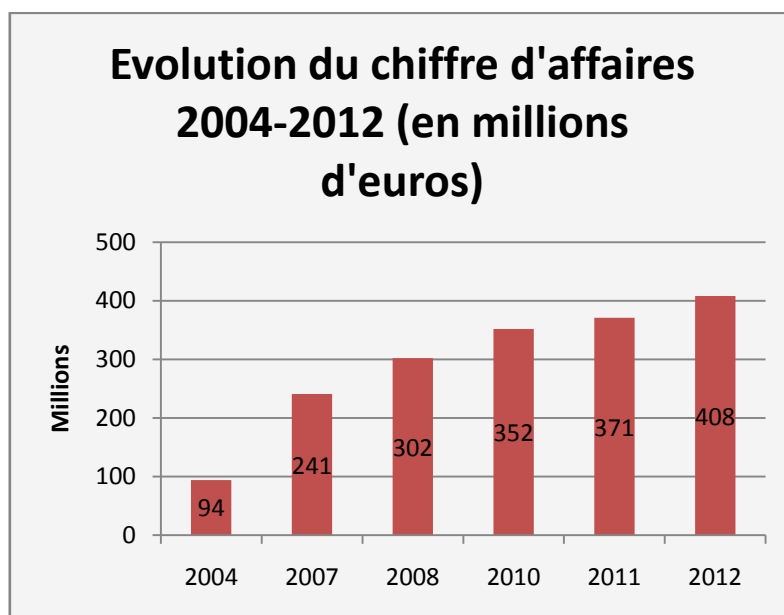
Dès qu'il est question du CÉ, il vient tout de suite à l'esprit les intervenants du CÉ qui sont en général au nombre de trois à savoir les agriculteurs/producteurs du Sud, les acteurs du CÉ (spécialisé ou non spécialisé), c'est-à-dire, les sociétés importatrices et les organismes labelisateurs... et enfin les consommateurs. Et c'est justement à travers ces intervenants que va être observé l'état de lieux du CÉ, c'est-à-dire, qu'il sera question du poids du CÉ dans le commerce du Nord ainsi que de son expansion.

1) Le commerce équitable en France

La France est l'un des pays de l'Europe où le CÉ n'est pas des moindres. En effet vers la fin des années 90 début 2000 les produits du CÉ ont connu beaucoup de succès auprès des consommateurs français, de plus aussi les chiffres d'affaires du commerce équitable ont commencé à s'accroître. Pour mettre en lumière ce phénomène, voyons donc

le graphique ci-dessous qui montre l'évolution du chiffre d'affaires du CÉ pendant la période de 2004-2012 (voir figure n°2).

FIGURE N°2 : Evolution du chiffre d'affaires 2004-2012 en France



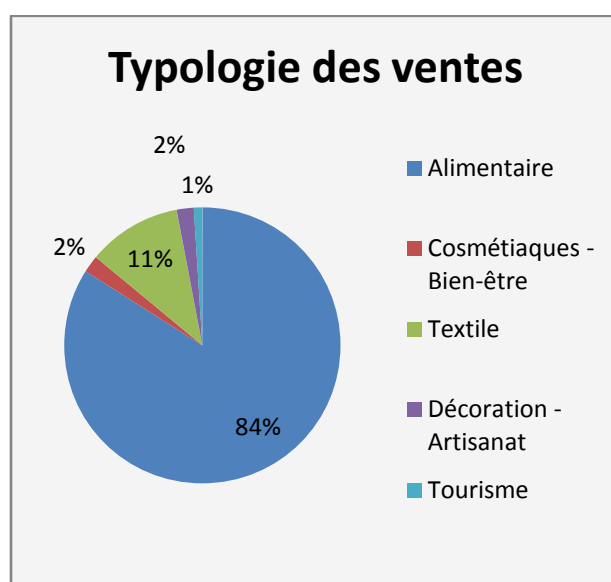
Source : PFCE, Rapport annuel 2012, p.7

En observant les données de ce graphique, on constate que le taux de variation annuelle moyen³⁷ du chiffre d'affaires de cette période 2004-2012 est de 20 % (mais le taux de variation de 2004-2012 est de 334 %). En détaillant l'analyse, pendant la période de 2004-2007, le taux de variation annuelle moyen du chiffre d'affaires est de 37 % ; ce qui veut dire que l'augmentation annuelle du chiffre d'affaires pendant cette période (2004-2007) tourne autour de 37 %. En poursuivant encore l'analyse on constate que le taux de variation de l'année 2007-2008 est de 25 %, c'est-à-dire, que le chiffre d'affaires du commerce équitable a augmenté de 25 % de celui de 2007. Dans le même ordre d'idées, le taux de variation annuelle moyen de la période 2008-2010 est de 8 %, correspondant au fait que pendant

³⁷À titre de rappel, taux de variations annuelles moyennes et taux de variation sont deux choses différentes. Pour calculer le taux de variation annuelle moyen, la formule est : $\lambda_{0-t} = \left(\left(\frac{v_t}{v_0} \right)^{\frac{1}{t}} - 1 \right) \times 100$ et pour le taux de variation la formule est $t_{i-j} = \frac{v_j - v_i}{v_i} \times 100$

cette période le chiffre d'affaires augmente chaque année de 8 %. Enfin, le taux de variation 2010-2011 est de 5 % et celui de 2011-2012 de 10 %. Ce que l'on peut retenir de ces chiffres, c'est que le commerce équitable en France pendant la période de 2004-2007 a connu une très forte augmentation, alors que de 2007-2008 ceci a légèrement diminué. Cette diminution se poursuit jusqu'en 2011 ; mais à partir de 2012, il y a eu regain de chiffre d'affaires ; car le taux de variation 2011-2012 était de l'ordre de 10 % comparativement à celui de 2010-2011 qui n'était que de 8 %. Pour ce qui est maintenant de la répartition des produits du CÉ, la figure ci-dessous (voir figure n°3) serait d'un grand concours dans l'éclaircissement de la configuration des ventes de produits équitables.

FIGURE N°3 : La répartition des ventes des produits du commerce équitable



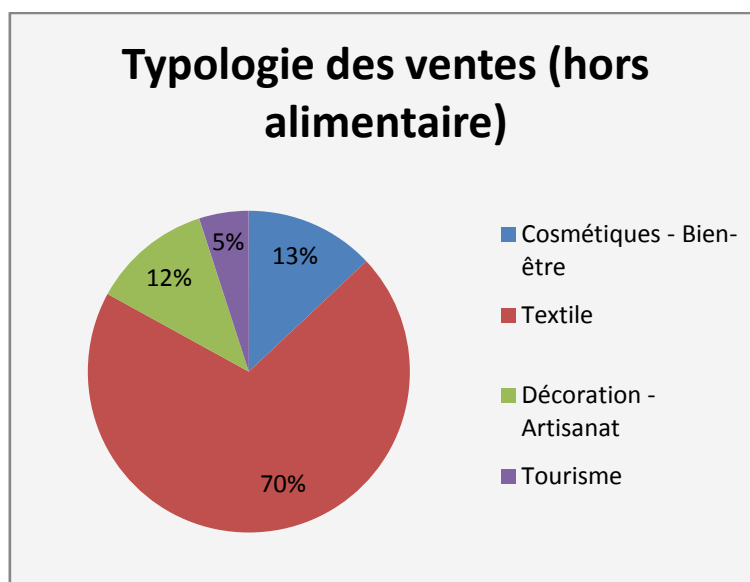
Source : PFCE, Rapport annuel 2012, p.8

À partir du moment où l'on parle du CÉ, il nous vient à l'esprit les produits alimentaires ; naturellement le produit phare du commerce équitable est le café. Le café qui dès les débuts du CÉ s'est imposé comme le porte-fanion du mouvement équitable. Cependant, les produits du CÉ ne s'étaient pas seulement arrêtés au café, mais se sont également élargis à d'autres produits alimentaires tels que les bananes, le miel, les jus de fruits... En deuxième position se place le textile qui depuis ces dernières années prend de plus en plus de place

dans le circuit du CÉ. Le développement du textile dans le CÉ réside dans la pulsion exercée par la montée de la labellisation des filières coton dans le Sud.

De ces constats, le secteur du CÉ peut être divisé en deux grands groupes à savoir alimentaire et non alimentaire. Comme on vient de le voir, le secteur alimentaire occupe une place dominante et en matière non alimentaire le textile prend une envergure non moindre (voir figure n°4).

FIGURE N°4: La répartition des ventes des produits du commerce équitable (hors alimentaire)



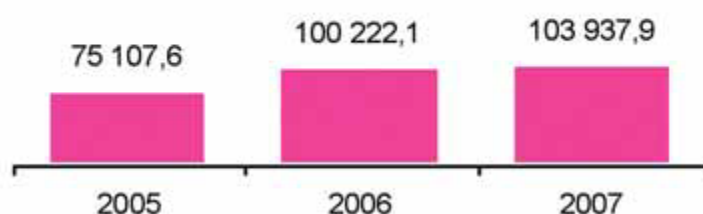
Source : PFCE, Rapport annuel 2012, p.8

La répartition du secteur du CÉ hors alimentaire est alors dominé par le secteur du textile qui est de l'ordre de 70 % et vient alors ensuite le cosmétique. Ces chiffres nous ont alors permis de juger sur la répartition sectorielle du CÉ, mais pour pouvoir vraiment évaluer le CÉ en France, il serait aussi fondamental de se pencher sur la perception des consommateurs du CÉ.

Le CÉ en France prend de plus en plus notoriété auprès des consommateurs français, car 99 % des Français ont déjà entendu parler du CÉ contre 9 % seulement en 2000 (Ipsos Juillet

2011)³⁸ et 78 % des Français formulent des appréciations positives sur le CÉ³⁹. Pour plus de détail sur la perception et la place du CÉ auprès des consommateurs français, il semblerait d'un grand appui de se référer à l'étude menée par la Direction générale de la Coopération internationale et du Développement (DgCiD)⁴⁰. Pour commencer, on va observer tout d'abord les achats de produits alimentaires équitables des ménages en 2005, 2006 et 2007 ; pour ce faire, on va analyser le graphique ci-dessous (voir figure n°5).

FIGURE N°5 : Les achats de produits alimentaires équitables des ménages Français en 2005, 2006 et 2007 en k€



Source : TNS Secodip (tiré de DgCiD, Le commerce équitable en France en 2007, p.20)

La première interprétation du graphique est que le taux d'augmentation des achats du produit alimentaire équitable de 2005-2006 est supérieur à celui de 2006-2007 ; étant donné que le taux de variation des achats de 2005-2006 est de 33 % tandis que pour 2006-2007 le taux est de 4 %. Une autre manière aussi de juger la considération du CÉ est de noter la pénétration des produits alimentaires du commerce équitable dans les ménages⁴¹ et la somme dépensée par achat en commerce équitable (voir figure n°6).

³⁸ PFCE, Rapport annuel 2012, p.7

³⁹ Idem

⁴⁰ cf. DgCiD, Le commerce équitable en France en 2007

⁴¹ Le taux de pénétration des produits de commerce équitable représente le pourcentage de consommateurs qui ont acheté un produit de commerce équitable.

FIGURE N°6 : La pénétration des produits alimentaires du commerce équitables dans les ménages (en %)

(a)

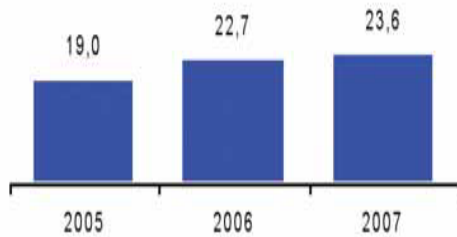
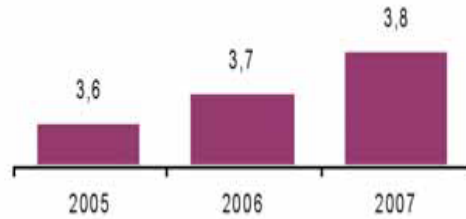


FIGURE N°6 : Somme dépensée par achat en commerce équitable (alimentaires uniquement)

(b)



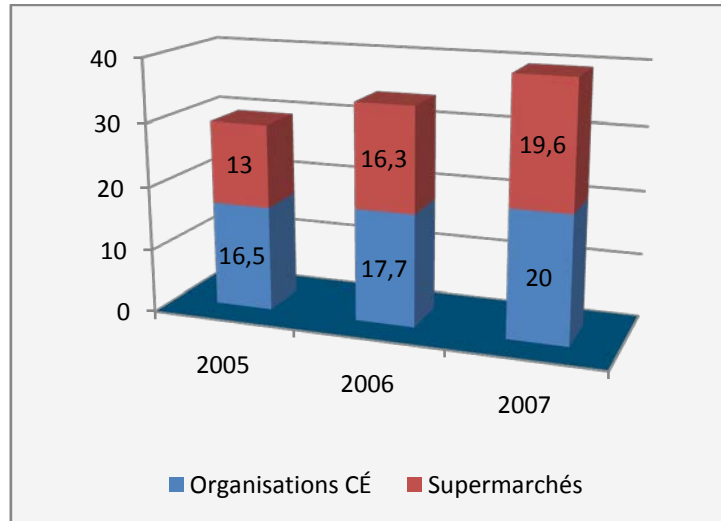
Source : TNS Secodip (tiré de DgCiD, Le commerce équitable en France en 2007, p.20)

En matière de taux de pénétration des produits équitables dans les ménages, on voit que c'est pendant l'année 2007 que le taux de pénétration est le plus élevé, toutefois si l'on regarde la période 2006-2007 dont le taux de pénétration passe de 22,7 % à 23,6 % qui sont moindres par rapport à la période 2005-2006 passant de 19,0 % à 22,7 %. On peut donc émettre l'idée que c'est pendant la période de 2005-2006 que le consommateur de produits équitables s'est développé en France. En matière de dépense par achat en CÉ, les sommes consacrées sont encore faibles comme le montre la figure.

2) Le commerce équitable en Belgique

La Belgique peut être considérée aussi comme l'un des exemples européens où le CÉ prend une place de plus en plus grande au sein des consommateurs. Pour mettre en lumière la situation du commerce équitable en Belgique, il serait pertinent de voir les études menées par *Idea Consult* que l'on peut relever dans le Document de travail – Mars 2009 de la Coopération Technique Belge (CTB). Pour commencer, on va voir la répartition des chiffres d'affaires du CÉ entre les deux circuits de distribution (voir figure n°7).

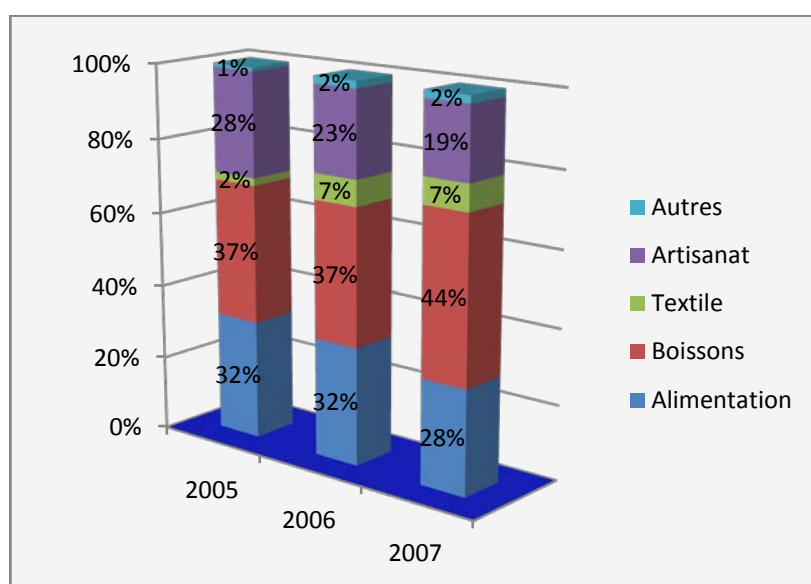
FIGURE N°7: Évolution chiffre d'affaire du commerce de détail commerce équitable 2005-2007 (en million d'€)



Source: Idea Consult (tiré de Trade For Development Centre. Coopération Technique Belge (CTB), Le commerce équitable en 2009, Document de travail – Mars 2009, p.35)

Du point de vue global, il semblerait que le chiffre d'affaires du commerce de détail CÉ dans les organisations CÉ soit supérieur à celui dans les supermarchés, pourtant si l'on calcule le taux de variation ou taux d'augmentation du chiffre d'affaires dans ces deux modes de distributions, l'on s'aperçoit que le taux d'augmentation du chiffre d'affaires de la vente en détail des produits équitables dans les supermarchés est supérieur à celui effectué au cœur des organisations CÉ. Manifestement, le taux d'augmentation du chiffre d'affaire du commerce de détail CÉ dans les organisations CÉ de 2005-2006 est seulement de l'ordre de 7 % comparativement à celui des supermarchés qui est de 25 %. On peut toujours voir cette faiblesse de taux d'augmentation du chiffre d'affaires de la vente en détail CÉ de 2006-2007, qui pour les organisations CÉ est de 13 % tandis que pour les supermarchés 20 %. La conclusion que l'on peut tirer de cette analyse est donc que les supermarchés commencent à gagner du terrain dans les ventes des produits du commerce équitable. Pour continuer l'analyse, on peut aussi s'intéresser au chiffre d'affaires de détail des magasins CÉ par groupe de produits toujours pendant la période de 2005-2007 ; pour se faire on va encore opérer à travers un graphique (voir figure n°8)

FIGURE N°8 : Chiffre d'affaires du commerce de détail des magasins CÉ par groupe de produits (2005-2007)



Source: IdeaConsult (tiré de Trade For Development Centre. Coopération Technique Belge (CTB), Le commerce équitable en 2009, Document de travail – Mars 2009, p.36)

Sur le graphique on constate la prépondérance alimentation, boisson et artisanat dans le chiffre d'affaires du commerce de détail des magasins CÉ. On voit aussi nettement que la boisson occupe une place déterminante dans le chiffre d'affaires des magasins CÉ en Belgique.

Pour clôturer sur le commerce équitable en Belgique, il est aussi indispensable d'examiner la notoriété du CÉ au sein des consommateurs Belge. D'après une enquête IPSOS réalisée en automne 2008 pour la Coopération Technique Belge (Fair Trade Centre) près de 9 Belges sur 10 affirment connaître le CÉ. En général ce sont les catégories sociales élevées qui connaissent ce concept (93 %).

Section 2 : Les retombées du commerce équitable dans le Sud

Dès le moment où l'on parle du CÉ et ses impacts, il vient d'emblée à l'esprit l'impact sur les conditions socioéconomiques des producteurs du Sud, mais on sait aussi qu'en général les producteurs se regroupent au sein d'organisation et cela a des impacts au niveau des organisations de producteurs. Cependant, le CÉ présente aussi des externalités positives

favorisant des effets d'entraînement. Pour examiner ces impacts du CÉ, l'étude menée par la CIRAD, UMR FOISA par Isabelle Vagneron et Solveig Roquigny s'intitulant CARTOGRAPHIE & ANALYSE DES ETUDES D'IMPACT DU COMMERCE ÉQUITABLE sera le document de base ainsi que d'autres écrits et recueils.

1) Les impacts socioéconomiques du CÉ sur les producteurs du Sud

Pour commencer à voir les impacts socioéconomiques du CÉ, on va voir tout d'abord l'impact du CÉ au niveau du prix. En effet, les écrits sur le CÉ évoquent souvent l'idée que le CÉ offre aux producteurs du Sud un prix qui en général est supérieur au circuit traditionnel (ou conventionnel) et si l'on se réfère au document CARTOGRAPHIE & ANALYSE DES ETUDES D'IMPACT DU COMMERCE ÉQUITABLE, en général 87% des études ont confirmé admettre des effets positifs du CÉ sur le prix. Suivant toujours ce document, l'effet prix du CÉ est à fortiori très influent suivant que le cours sur le marché conventionnel est en baisse ou est en crise. À propos maintenant des impacts du CÉ sur le revenu des producteurs du Sud ; il semblerait que ce dernier contribue à l'amélioration de leurs revenus. Pour en illustrer l'étendue ; 64% des études ont montré des effets globalement positifs du commerce équitable⁴² sur le revenu des producteurs tandis que 11% des études ont montré absence d'effet, 21% effet mitigé, 4% effet négatif. Les facteurs explicatifs de l'absence d'effet et de la présence d'effet mitigé sont la faible demande en produits CÉ, une dépendance aux marchés CÉ, des coûts de production et/ ou une certification élevée, surtout avec la double certification dite bio équitable et enfin des problèmes de dysfonctionnement organisationnels⁴³. Pour mettre en lumière cet impact du CÉ sur le prix et le revenu des producteurs, il serait très intéressant d'illustrer par un exemple concret. Pour cela, référons-nous à la publication FAIRTRADE MAX HAVELAAR, **Bilan annuel du commerce équitable 2010-2011**. Dans cette publication, l'exemple de l'impact positif du revenu est scruté à travers l'exemple de trois pays (Sénégal, Mali, Cameroun) producteurs de coton. La production de coton de ces trois pays sont certifié Fairtrade/Max Havelaar, et depuis cela les producteurs ont enregistré une hausse de leurs revenus. Les chiffres évoqués dans cette

⁴²cf. Isabelle Vagneron et Solveig Roquigny, **CARTOGRAPHIE & ANALYSE DES ETUDES D'IMPACT DU COMMERCE ÉQUITABLE**, février 2010

⁴³cf. Isabelle Vagneron et Solveig Roquigny, **CARTOGRAPHIE & ANALYSE DES ETUDES D'IMPACT DU COMMERCE ÉQUITABLE**, février 2010, p.19

publication mentionnent que comparativement au coton non certifié, les prix payés aux producteurs certifiés sont toujours supérieurs ; ceci dans des proportions allant de 22 à 49% au Sénégal, de 26 à 36% au Cameroun et de 36 à 76% au Mali. En outre, cette amélioration du revenu des producteurs, fidèlement à cette publication intitulée **Bilan annuel du commerce équitable 2010-2011**, a conduit à l'amélioration en matière alimentaire de ces derniers, pour la bonne raison qu'avec ce supplément de revenus, ils peuvent diversifier leur alimentation. De plus aussi ce gain de supplément induit par la certification de leurs produits a permis aux producteurs de faire face à des dépenses de santé, au financement de la scolarisation de leurs enfants, au remboursement des crédits, à l'amélioration de l'équipement du foyer ainsi qu'au financement des cérémonies familiales.

2) L'affermissement au niveau de l'empowerment dans les pays du Sud

Afin d'analyser ce phénomène, il serait tout d'abord indispensable de définir cette notion ; selon la définition donnée dans la publication intitulée CARTOGRAPHIE & ANALYSE DES ETUDES D'IMPACT DU COMMERCE ÉQUITABLE, « L'empowerment désigne le processus social de reconnaissance, de promotion et d'habilitation des personnes dans leur capacité à satisfaire leurs besoins, à régler leurs problèmes et à mobiliser les ressources nécessaires de façon à se tenir en contrôle de leur propre vie. Cette notion comporte trois composantes essentielles : la connaissance, l'estime de soi et la participation⁴⁴ » et on continuant les auteurs de ce document mentionné ci-dessus fait la remarque que « L'empowerment individuel implique nécessairement une relation avec les autres et la communauté⁴⁵. » ce qui fait qu'ils ont aussi incorporé comme référence « l'identification au groupe et l'intégration dans les réseaux sociaux⁴⁶ ». Pour commencer, en matière de connaissance selon toujours le document de base mentionné, 33/77 études ce sont intéressé à l'expertise des connaissances qu'ont les producteurs affiliés dans le CÉ. Les résultats ont montré que la moitié des études note une un progrès des connaissances des producteurs ; toutefois, il est à constater dans bon nombre de cas encore la manifestation chez les producteurs d'une connaissance floue du CÉ. Afin toujours de poursuivre l'analyse sur l'impact du CÉ sur l'empowerment ; estime de soi est aussi un élément crucial dans l'étude. Sur des études

⁴⁴cf. Isabelle Vagneron et Solveig Roquigny, **CARTOGRAPHIE & ANALYSE DES ETUDES D'IMPACT DU COMMERCE ÉQUITABLE**, février 2010, p.26

⁴⁵idem

⁴⁶idem

faites, 20/77 se sont penché sur l'effet du CÉ sur l'auto estime ; par exemple si l'on cite Ruban et Van Schendel (2008)⁴⁷ ; ils ont dit que « (...) la certification d'une plantation de banane au Ghana a un impact positif sur le sentiment de satisfaction des travailleurs vis-à-vis de leur travail et de leur compagnie, et contribue ainsi à renforcer leur auto-estime en tant que travailleur d'une plantation⁴⁸. ». Au niveau maintenant de la participation, malgré bon nombre de doute des effets du CÉ dans ce sens ; 12/17 études constate un impact positif du commerce équitable sur la participation des producteurs. La manifestation de ce constat est selon les auteurs comme suit : « Ces derniers [les producteurs] sont mieux intégrés aux organes de décisions de l'organisation dont ils sont membre, plus particulièrement pour l'utilisation de la prime qui doit se faire de manière concertée, (...) ». En dernier lieu, en ce qui concerne l'impact du CÉ sur l'identification au groupe et l'intégration dans des réseaux sociaux, ceci est indéfectiblement associé aux précédents critères, d'après les auteurs de la publication CARTOGRAPHIE & ANALYSE DES ETUDES D'IMPACT DU COMMERCE ÉQUITABLE. L'explication qu'ils donnent est que « (...) des producteurs qui ont une bonne connaissance du CÉ, qui se sentent reconnus et qui participent activement aux décisions du groupe sont plus à même de s'identifier positivement à ce groupe. De la même manière, ils sont plus aptes à développer des liens et à s'intégrer dans des réseaux sociaux qui dépassent le groupe auquel ils sont affiliés (autres organisations de producteur, ONG, réseaux informels, communautaire, ...)»⁴⁹. ». D'après la même source, 20/28 études ont révélé un effet positif du CÉ sur cette identification au groupe et l'intégration dans des réseaux sociaux. En guise d'exemple, on peut prendre l'étude menée par Ruben et Van Schendel(2008)⁵⁰ sur les ouvriers d'une plantation de bananes au Ghana ; selon eux « le CÉ a permis d'accroître non seulement le sentiment d'identification des ouvriers à la compagnie qui les emploient, mais également de développer chez ces derniers le sens de l'actionnariat ou "co-ownership"⁵¹ ».

A propos d'empowerment, l'idée de l'empowerment des femmes tient aussi un rôle important ; dans cette optique, la question qui se pose est : le CÉ agit-il positivement

⁴⁷ Citer dans Isabelle Vagneron et Solveig Roquigny, **CARTOGRAPHIE & ANALYSE DES ETUDES D'IMPACT DU COMMERCE ÉQUITABLE**, février 2010

⁴⁸ cf. Isabelle Vagneron et Solveig Roquigny, **CARTOGRAPHIE & ANALYSE DES ETUDES D'IMPACT DU COMMERCE ÉQUITABLE**, février 2010, p.27

⁴⁹ Idem

⁵⁰ Citer dans Isabelle Vagneron et SolveigRoquigny, **CARTOGRAPHIE & ANALYSE DES ETUDES D'IMPACT DU COMMERCE ÉQUITABLE**, février 2010

⁵¹ cf. Isabelle Vagneron et SolveigRoquigny, **CARTOGRAPHIE & ANALYSE DES ETUDES D'IMPACT DU COMMERCE ÉQUITABLE**, février 2010, p.28

dans l'empowerment des femmes qui sont des groupes assez vulnérables ? La grille d'analyse de la réponse est vue à travers « la représentation et la participation des femmes dans les organes de décision au niveau de l'organisation, et leur prise de décision au sein des ménages⁵² ». Selon Isabelle Vagneron et Solveig Roquigny⁵³ les effets sont difficiles à constater, dans la mesure où les effets sont hétérogènes. Malgré cela on peut avancer un certain résultat positif à l'exemple de l'étude menée par Asti (2007)⁵⁴ qui atteste l'amélioration des conditions économique et sociale des femmes dans une filière textile au Brésil. On peut aussi mentionner l'étude dirigée par Garza Perezgrovas et Trejo Cervantes (2002)⁵⁵ où la représentativité des productrices s'est beaucoup améliorée au Mexique. Pour continuer à voir cette amélioration de l'empowerment au niveau des femmes, le document **Bilan annuel du commerce équitable 2010-2011** va aussi dans un sens positif du CÉ. En effet, les femmes sont considérées comme des membres à part entière des organisations du CÉ, c'est-à-dire que, le CÉ inspire à rompre les pratiques consistant à exclure les femmes dans les organisations qui furent autrefois très répandues en Afrique, ou si dans d'autres cas, les femmes sont présentes; elles ne sont que de simple suiveur ; en d'autres termes, elles sont justes des acteurs passifs au sein des organisations.

⁵²cf. Isabelle Vagneron et Solveig Roquigny, **CARTOGRAPHIE & ANALYSE DES ETUDES D'IMPACT DU COMMERCE ÉQUITABLE**, février 2010, p.28

⁵³cf. Isabelle Vagneron et Solveig Roquigny, **CARTOGRAPHIE & ANALYSE DES ETUDES D'IMPACT DU COMMERCE ÉQUITABLE**, février 2010

⁵⁴Citer dans Isabelle Vagneron et Solveig Roquigny, **CARTOGRAPHIE & ANALYSE DES ETUDES D'IMPACT DU COMMERCE ÉQUITABLE**, février 2010

⁵⁵Citer dans Isabelle Vagneron et Solveig Roquigny, **CARTOGRAPHIE & ANALYSE DES ETUDES D'IMPACT DU COMMERCE ÉQUITABLE**, février 2010

Chapitre 2 : Les discussions sur le commerce équitable

Le CÉ est un concept tout à fait innovant, riche d'idées. Mais en dépit de cela, le CÉ n'est nullement exempté de critique, de remise en question et parfois même le CÉ présente des contradictions et il a aussi encore devant lui beaucoup de défis à relever. Pour mettre en lumière ces constats, on va voir tout d'abord les défis à relever dans le CE et après les contradictions dans le CÉ.

Section 1 : Les défis à relever dans le commerce équitable

Dans cette section, on va parler des défis vis-à-vis de la consommation équitable et des consommateurs de produit équitable ainsi que les défis d'organisation dans le commerce équitable

1) Les défis vis-à-vis de la consommation équitable et aux consommateurs de produit équitable

Un des défis à relever par le CÉ au niveau des consommateurs est la sensibilisation des opinions publiques, des consommateurs et des pouvoirs publics d'adhérer pleinement dans le sens de la consommation responsable dans les actes d'achat. Dans ce sens donc, les organismes du CÉ doit plaider d'une manière encore plus convaincante qu'aujourd'hui les consommateurs de leur faire prendre acte de la nécessité de leur achat orienté dans le CÉ. Les produits du CÉ doivent de même prendre place au niveau des achats effectués par les pouvoirs publics ; c'est-à-dire, qu'il faudrait que les acteurs du CÉ convainquent les pouvoirs publics d'effectuer des achats en produit équitable. En effet, l'achat des pouvoirs publics des produits équitables constituerait un moyen pour ce dernier de pouvoir se développer et atteindre une proportion plus significative.

Parmi les défis auquel le CÉ doit faire face, l'un d'entre eux est la structure des produits proposés dans ce circuit. En effet, l'on s'aperçoit que la variété des produits du CÉ n'est pas diversifiée. Les produits du CÉ tournent autour de l'alimentation (café, thé, sucre, miel, bananes, cacao...), de l'artisanat et récemment du textile et plus encore des ballons de foot qui sont loin d'être riches en valeur ajoutée. En effet, pour espérer passer d'un statut ilot à une vraie pratique commerciale viable, le CÉ doit penser à la diversification des

produits et à enrichir les gammes de produits offerts. C'est de cette manière que les petits producteurs peuvent prendre en charge la transformation et le conditionnement des produits pour en tirer davantage de valeur ajoutée.

2) Les défis d'organisation dans le commerce équitable

Le CÉ est caractérisé par des normes et exigences ; et c'est aussi l'un des grands défis du CÉ. Ce défi est surtout orienté vis-à-vis des agriculteurs/producteurs dans la mesure où ce sont eux qui sont astreints aux normes. Ces normes forcent les producteurs à concourir à des dépenses considérables ; or la plupart des producteurs sont de petits exploitants d'où leur impossibilité de satisfaire ces exigences et normes. Privés du circuit équitable, ils sont obligés de vendre leur produit au circuit normal avec ses risques et périls tels que l'existence des intermédiaires qui achètent leurs produits à des niveaux très bas ainsi que l'exposition aux aléas de la fluctuation du marché. Donc, les organismes du CÉ doivent prendre en compte ce constat et calibrer les normes qu'ils imposent aux producteurs compte tenu des réalités existantes. En d'autres termes les normes doivent refléter les caractéristiques spécifiques de chaque pays considéré et producteur cible, compte tenu du fait que les modèles et normes d'un pays à l'autre ne sont pas tout à fait parfaitement transposables ; il faut une prise en compte des spécificités socioéconomiques, culturelles et anthropologiques.

Les acteurs œuvrant dans le commerce équitable sont aussi très diversifiés avec des méthodes d'action différentes les unes des autres ; toutefois, la finalité est la même : il s'agit d'instaurer une nouvelle image de l'échange commercial. Le défi à franchir dans ce sens est qu'il serait nécessaire de coordonner les diverses organisations tant au niveau national qu'international et à prendre acte de ces diversités comme étant un élément essentiel pour le développement du commerce équitable et non l'inverse.

Enfin, le commerce équitable a aussi pour ambition de développer le commerce Sud-Sud. Ceci est encore un projet de grande envergure ; mais ceci devrait à terme se faire. Ceci permettrait de promouvoir des débouchés locaux et ainsi promouvoir le développement local dans la zone d'échange considérée.

Section 2 : Les contradictions et critiques liées au commerce équitable

Selon les protagonistes du CÉ ; ce dernier est une idée de représentation d'un nouveau genre dans le monde des échanges et autour des relations Nord-Sud. Mais ces protagonistes du CÉ exaltent les milles et vertus de ce dernier ; sans même remettre en question leur appréhension de ce concept.

1) La question de la sécurité alimentaire et de l'environnement

Un aspect contradictoire du CÉ est celui de la sécurité alimentaire (voir encadré n°7 pour la conception sécurité alimentaire, souveraineté alimentaire, auto suffisance alimentaire) ; en effet, le CÉ se propose comme un outil d'auto développement pour les agriculteurs/producteurs marginalisés du Sud ; or les constats sont figés ; au contraire, on s'aperçoit de plus en plus que ces derniers sont devenus dépendants de leurs exportations dans le Nord et que leur sécurité est mise en péril par cette spécialisation primaire ; étant donné en général que ces spécialisations peuvent se faire au détriment des agricultures vivrières. L'auto développement des populations du Sud ; aussi bien que les producteurs marginalisés passent par cette sécurité alimentaire ; or les organismes de certification de CÉ laissent encore ceci en suspens. Toutefois, des organismes de CÉ mettent actuellement en exergue la nécessité de prise en compte de la sécurité alimentaire.

ENCADRE N°7

Sécurité alimentaire, souveraineté alimentaire, autosuffisance alimentaire

- D'après le Sommet mondial de l'alimentation qui s'est déroulé à Rome en 1996 : « La sécurité alimentaire existe lorsque tous les êtres humains ont, à tout moment, un accès physique et économique à une nourriture suffisante, saine et nutritive leur permettant de satisfaire leurs besoins énergétiques et leurs préférences alimentaires pour mener une vie saine et active. ». Selon la FAO, la sécurité alimentaire sous-tend des enjeux de la satisfaction, de l'accès, du risque et de la durabilité.
- « Autosuffisance alimentaire prône la production nationale comme moyen exclusif pour répondre aux besoins des populations... 56»
- « Le concept de souveraineté alimentaire ne se prononce pas spécifiquement sur l'accès à

⁵⁶ Cf **Quel commerce équitable pour demain?**, éd. Charles Léopold Mayer, France, 2009, p. 75

l'alimentation, notamment des populations les plus pauvres, mais pose plutôt la question du rôle des échanges internationaux, exprimant ainsi la volonté de réappropriation par les populations du choix des politiques agricoles et alimentaires. 57»

Conformément aux idées des intervenants dans le CÉ ; celui-ci tend à favoriser un auto développement aux pays défavorisés dans le Sud et à leur offrir aussi des débouchés pour leurs produits à des prix plus rémunérateurs leur permettant de faire vivre leur famille dignement. Et c'est justement à travers cette idée que sera vue une des contradictions du CÉ. En effet, la plupart des exportations effectuées par les pays du Sud dans le circuit équitable sont pour la plupart des produits primaires agricoles. Dans cette optique, les petits producteurs consacrent une part importante des terres cultivables à la plantation des produits du CÉ au détriment d'autres activités. Du point de vue de la durabilité ; cette pratique de monoculture nuit à la pérennité de la fertilité des sols. À titre d'exemple, nous pouvons noter le cas de la production de quinoa en Bolivie dont l'expansion de production a provoqué la stérilité définitive de certaines parcelles de terrains, suite à l'utilisation de tracteurs tandis qu'en Bolivie seuls 3% des terres en Bolivie sont aptes à l'agriculture⁵⁸. En parlant toujours des vices de cette pratique de culture pour le cas bolivien, il semblerait aussi que la pratique de la culture de quinoa a eu des externalités négatives au niveau des éleveurs de lamas, moutons, chèvre, car la culture du quinoa se fait à l'encontre des pâturages⁵⁹. Ces constats semblent montrer que le modèle équitable contrairement au discours exposé par ces protagonistes serait contraire au principe de durabilité dont ils confèrent au CÉ la vertu.

Pour finir, selon les points de vue du mouvement de la décroissance : « En encourageant l'exportation par les pays du Sud de certains types de biens (ceux qui sont produits dans le Nord notamment), le Commerce équitable contribuerait paradoxalement à augmenter la pression anthropique sur l'environnement ». En effet, le transport des produits dans le Sud vers le Nord nécessite la consommation d'énergie et l'émission de gaz à effet de serre.

⁵⁷ Définition donnée par R. Blein et citée dans **Quel commerce équitable pour demain?**, éd. Charles Léopold Mayer, France, 2009, p. 75

⁵⁸ cf. **Quel commerce équitable pour demain?**, éd. Charles Léopold Mayer, France, 2009

⁵⁹ idem

2) La question de la redistribution, de la souveraineté des consommateurs et de l'alliance du commerce équitable avec les grandes distributions

Une autre vertu essentielle accordée au CÉ aussi est la meilleure redistribution du revenu dans le mécanisme de l'échange commercial. Preuve, pour un paquet de 250 grammes, la part des revenus des producteurs passe de 0,19 euro dans le marché conventionnel à 0,58 euro sur le marché équitable⁶⁰. Ces chiffres montrent que le passage dans le circuit conventionnel au circuit équitable a entraîné une augmentation de 205% du revenu octroyé aux producteurs. Pourtant, ce chiffre peut être trompeur pour la raison que ce prix élevé « (...) est offert à la coopérative en contrepartie d'un avantage transformé et de meilleure qualité (...)»⁶¹. Le commerce équitable a peut-être bel et bien évincé les *coyotes*⁶² ; mais d'après certains auteurs, les intermédiaires ont changé de forme et de visage sous l'appellation désormais célèbre dans le monde de l'équitable de coopérative.

Nul doute, le commerce équitable cherche à aider les producteurs du Sud par le biais de l'achat de leurs produits à des prix justes. Ceci ne peut se faire sans la contribution volontaire et engagée des consommateurs ; pourtant, certaines propagandes diffusées par les acteurs et défenseurs du mouvement semblent aller à l'encontre de la souveraineté des consommateurs. Une illustration de ce constat est celui d'un éditeur de *l'Institute of economic affair* d'orientation néolibérale ; il expose le fait que « (...) les membres de son diocèse lui auraient confié que le fait de ne pas acheter les produits du Commerce équitable est un péché plus grave que le vol, car agir autrement reviendrait à mettre les pauvres en coupe réglée et que les produits labellisés FT (Fairtrade) sont les seuls équitables pour les pauvres »⁶³. Face à de tels propos, comment encore vraiment croire que le commerce équitable qui, pourtant soucieux du respect et fervent défenseur de liberté dans le prolongement de leur principe de l'équitable, vienne à de tels arguments. Dans cette optique, les protagonistes du CÉ bafouent même le droit fondamental des consommateurs de choisir librement et de ne pas être blâmé par leur choix par des impératifs philosophico-

⁶⁰ cf. JACQUIAU C., **Les coulisses du commerce équitables. Mensonges et vérités sur un petit business qui monte**, éd. Mille et une nuits, France, 2007

⁶¹ cf. **Quel commerce équitable pour demain?**, éd. Charles Léopold Mayer, France, 2009, p. 122

⁶² C'est le nom donné en Amérique latine des intermédiaires.

⁶³ Booth, 2008 citer dans NDONGO SAMBA S., **Le scandale commerce équitable. Le marketing de la pauvreté au service des riches**, éd. L'Harmattan Sénégal, Dakar, 2012, p.96

moraux. C'est à travers même de tels présupposés que le CÉ est attaqué par les néolibéraux; qui selon ces derniers est « (...) une entorse aux libertés individuelles de par sa démarche⁶⁴. » ; et qui aussi d'après Marc Sidwell⁶⁵ contraint les consommateurs à acheter équitable en arguant des pressions morales.

Le commerce équitable s'est aussi donné pour mission d'atteindre un large public en se ralliant avec le GMS et les multinationales. Or c'est justement dans ce sens que les controverses s'observent ; le CÉ qui lui, noue une image modèle et fiable vis-à-vis de ses partisans et des consommateurs, s'est rangé à côté des grandes distributions et multinationales qui selon l'ouvrage de NDONGO SAMBA SYLLA « trainent des casseroles » au regard de l'éthique. Ceci dit, le débat par certains auteurs et spécialiste autour de la certification est qu'il faudrait mieux une certification des **organisations** au lieu des **produits**, ils appuient leurs idées en disant qu'« En certifiant les produits, les initiatives de labellisation permettraient à des entreprises, dont les pratiquent sont contestables sur le plan éthique, de vendre des produits FT. Ce qui contribue à bonifier leur image auprès du public à un coût véritablement dérisoire (...)»⁶⁶.

Pour résumer, cette deuxième partie nous a encore éclairé plus sur les questions qui sous-tendent le concept du CE. En effet, cette partie a permis de mesurer la notoriété du commerce équitable dans les pays du Nord. De plus, on a aussi pu voir les impacts perceptibles de ce concept dans le Sud et aussi les perspectives et défis qu'il doit encore relever. Enfin pour finir, nous sommes à même de relever les questions épineuses et houleuses autour du CÉ.

⁶⁴ cf. NDONGO SAMBA S., **Le scandale commerce équitable. Le marketing de la pauvreté au service des riches**, éd. L'Harmattan Sénégal, Dakar, 2012, p.97

⁶⁵ Citer dans NDONGO SAMBA S., **Le scandale commerce équitable. Le marketing de la pauvreté au service des riches**, éd. L'Harmattan Sénégal, Dakar, 2012

⁶⁶ cf. NDONGO SAMBA S., **Le scandale commerce équitable. Le marketing de la pauvreté au service des riches**, éd. L'Harmattan Sénégal, Dakar, 2012, p.109-110

PARTIE III – MADAGASCAR ET LE COMMERCE ÉQUITABLE

Après avoir traité les généralités sur le commerce équitable, s'exprimer sur la réalité et les débats sur le commerce équitable semblerait aussi imparable. Ceci dit, voir ce qu'il en est du CÉ à Madagascar est aussi une chose fondamentale étant donné que c'est la finalité même de cette recherche. Pour ce faire, dans cette troisième partie nous allons voir le panorama sur le CÉ à Madagascar et l'approche analytique du CÉ dans l'économie Malgache.

Chapitre 1 : Panorama sur le commerce équitable à Madagascar

Le CÉ à Madagascar a pris ces dernières années une place prépondérante. Afin de mieux se pencher sur le commerce équitable à Madagascar il serait tout d'abord nécessaire d'examiner l'environnement socioéconomique de Madagascar et ensuite de voir la genèse et le fonctionnement du CÉ à Madagascar.

Section 1 : L'environnement socioéconomique de Madagascar

Pour parfaire l'analyse, l'étude de la caractéristique socioéconomique de Madagascar est incontournable, car ceci constitue un élément clé pour identifier les créneaux possibles pour intensifier le phénomène du CÉ. Il sera ici question de la caractéristique économique de Madagascar et l'échange économique.

1) Caractéristique socioéconomique et démographique de Madagascar

En guise de rappel, la superficie de Madagascar est de 587 295 km², la population en 2013 est de 22 599 698⁶⁷. Au niveau des indicateurs économiques ; le Produit Intérieur Brut nominal (en milliards d'Ariary) respectivement de l'année 2008, 2009, 2010, 2011*, 2012* sont de **16 081, 16 729, 18 273, 20 088, 21 989**⁶⁸. En ce qui concerne le taux de croissance du Produit Intérieur Brut (en %) de l'année 2008, 2009, 2010, 2011*, 2012* ; ils sont respectivement **7,1, -4,1, 0,4, 1,6, 3,1**. Nous voyons bien que la crise politique, que le pays a

⁶⁷ Cf. statistiques-mondiales.com

⁶⁸ Cf. Source : DSY INSTAT / 2011* et 2012* : provisoires (tiré de INSTAT, TABLEAU DE BORD ECONOMIQUE, n° 14, Janvier 2014, p.5)

traversé en 2009, a eu des conséquences significatives comme le montrent les chiffres au niveau du taux de croissance du Produit Intérieur Brut ; on est passé à 7,1% en 2008 à -4,1% en 2009, cependant on observe une légère amélioration du taux de 2010 à 2012. Toutefois, ce regain de croissance économique n'arrive pas encore vraiment à pallier les effets de cette crise de 2009. Il est aussi à remarquer que ce n'est pas seulement la crise interne qui est la cause de cette situation économique actuelle de Madagascar ; mais la crise interne s'est conjuguée avec la crise internationale en particulier la crise de la dette dans la zone euro. De ce fait, l'importation des pays européens a diminué impactant ainsi l'économie de leurs partenaires à l'instar de Madagascar, il y a aussi le fait que les banques sont devenues réticentes dans l'octroi de crédit ; renforçant ainsi le manque de moyens du pays. Un autre aspect essentiel dans l'analyse de l'économie malgache aussi est la considération du taux de croissance par secteur. Le tableau ci-dessous nous sera d'une grande aide à ce propos (voir tableau n°1).

TABLEAU N°1: Taux de croissance par secteur en %

Année	2008	2009	2010	2011*	2012*
Secteur Primaire	2,9	8,5	-3,4	0,7	1,5
Secteur Secondaire	3,6	-7,8	-7,5	3,2	10,0
Secteur Tertiaire	8,2	-7,5	0,9	-0,3	2,6

Source : DSY INSTAT/ 2011 et 2012* : provisoires (tiré de INSTAT & VICE PRIMATURE CHARGÉE DE L'ECONOMIE ET DE L'INDUSTRIE, TABLEAU DE BORD ECONOMIQUE, n° 14, Janvier 2014, p.5)*

Pour une interprétation globale du tableau, on s'aperçoit que l'année 2008 fut marquée par un important taux de croissance du secteur tertiaire par rapport aux autres secteurs ; mais pour l'année 2009, les secteurs tertiaire et secondaire ont enregistré un taux de croissance négatif sauf pour le secteur primaire ; pour l'année 2010 seul le secteur tertiaire a connu un taux de croissance positif et inversement, l'année 2011 le taux de croissance du secteur tertiaire est négatif, enfin l'année 2012 est surtout marquée par un fort taux de croissance

du secteur secondaire. La moyenne du taux de croissance pendant la période 2008-2012 pour le secteur primaire, secondaire, tertiaire est respectivement **2,02%, 0,3%, 0,78%**. Pour une interprétation plus précise de ces chiffres ; en moyenne le taux de croissance respective du secteur primaire, secondaire, tertiaire pendant la période 2008-2012 est de **2,02%, 0,3%, 0,78%**.

2) Tour d'horizon en matière d'échange extérieur de Madagascar

Madagascar est un pays insulaire possédant 4 828 kilomètres de côtes ; ceci dit, en matière d'échange commercial ; Madagascar connaît toujours ces dernières années un déficit de la balance commerciale (voir annexe). Pour illustrer ce constat ; le taux de couverture⁶⁹ serait l'indicateur le plus approprié ; en 2009 ce taux est de 27,7%, en 2007 il est de 52,5% et en 2006 de 55,0%⁷⁰. Pour une bonne appréhension de ces chiffres et de l'échange effectué par le pays, il serait convenable de donner la signification exacte de ces chiffres. En 2009, ce taux de couverture est 27,7% ; cela signifie qu'en 2009 la valeur des exportations ne représente seulement que 27,7% des importations ; dit d'une autre manière si les importations sont financées par les exportations, ceci signifie donc que la valeur des exportations de 2009 ne peut couvrir que 27,7% des importations. Pour pouvoir mieux encore apprécier la situation des échanges extérieurs de Madagascar ; il serait approprié de voir des données plus récentes. Dans ce cas, nous avons pris les données d'exportation et d'importation du dernier trimestre 2011, de l'exportation de l'année 2012 et des deux premiers trimestres 2013 (voir tableau n°2).

TABLEAU N°2: Exportation en valeur FOB et Importation en valeur CAF

PERIODE	Exportation en valeur FOB (millions d'Ariary)	Importation en valeur CAF (millions d'Ariary)
Dernière trimestre 2011	765 059	1 290 205
2012	2 713 359	5 438 552
Les deux 1ers trimestres 2013	2 031 732	3 500 801

Source : DES/INSTAT (tiré de INSTAT & VICE PRIMATURE DE L'ECONOMIE ET DE L'INDUSTRIE, TABLEAU DE BORD ECONOMIQUE, n° 14, Janvier 2014, p.5)

⁶⁹ À titre de rappel le taux de couverture est le rapport entre les exportations et les importations.

⁷⁰ Cf. INSTAT 2010, Situation économique au 1^{er} janvier, Avril 2010, p.44

Ces chiffres nous montrent encore que Madagascar présente des déficits de la balance commerciale. Pour bien observer cela, nous allons calculer le taux de couverture. Pour le dernier trimestre 2011, ce taux est de 59,3%, pour année 2012 le taux est de 49,9% et pour les deux premiers trimestres 2013 le taux est alors de 58,0%. Ces constats amènent à la réflexion de la manière dont on doit faire pour décupler notre potentialité en termes d'exportation, pour ne plus être en déficit. Cette réflexion a toujours été présente dans les ordres du jour de colloques, séminaires et recherches des chercheurs. Pour ce faire, beaucoup des chercheurs se sont dit qu'il faut intensifier l'intégration du pays à des groupes régionaux tels que le COMESA, la SADC,...

Bref, le commerce extérieur de Madagascar souffre encore de graves problèmes de déficit de la balance commerciale. Le pays doit revoir sa politique économique s'il veut résoudre ce problème et songer à voir d'autres alternatives. C'est justement dans cette optique que nous avons opté d'analyser le cas du CÉ à Madagascar, qui selon leurs acteurs pourrait apporter des bienfaits à l'économie Malgache ; sans pour autant prétendre être une solution miracle à la situation économique ; vue non seulement encore son faible poids au niveau local qu'international et comme le dit si bien certain que ce n'est encore qu'une goutte d'eau dans l'océan et de plus la difficulté des études d'impacts.

Section 2 : Genèse et acteur du commerce équitable à Madagascar

Pour avoir une idée sur la genèse du commerce équitable à Madagascar, il serait mieux d'adopter les sous-titres ci-après à savoir : la naissance du commerce équitable et ses acteurs à Madagascar, ensuite on va voir le cadre réglementaire qui régit le commerce équitable à Madagascar.

1) La naissance du commerce équitable et ses acteurs à Madagascar

En référence à l'étude menée par le CITE (Centre d'Information Technique et Economique) et la PFCE (Plate-forme pour le Commerce Equitable) dans « Identification des freins et levier du commerce équitable pour les organisations d'artisans à Madagascar », Septembre 2011 ; le CÉ à Madagascar a pris son envol dans le courant des années 90. Les instigateurs du CÉ à Madagascar sont des ONG souvent confessionnelles ; comme ce fut ses débuts en Occident par des initiatives chrétiennes, ainsi que des centres d'aides aux personnes et enfants en difficulté et actuellement le champ des intervenants s'est élargi.

Non moins nombreuses sont les filières prises en compte dans le CÉ à Madagascar à savoir la filière agricole, la filière de l'agroalimentaire, la filière artisanale, ...Le commerce équitable a certes commencé en 1990 ; mais l'organisation du commerce équitable n'a pu vraiment se coordonner qu'avec l'apparition de ANCESM (Association Nationale du Commerce Equitable et Solidaire de Madagascar). En effet, les agriculteurs/producteurs œuvrant dans le CÉ avant l'apparition de l'ANCESM se sont éparpillés sans vraiment nouer de vraies relations, c'est-à-dire, qu'il n'y avait pas eu d'espace de concertation. ANCESM a été fondé le 14 novembre 2007 sous l'impulsion de regroupement d'acteurs du CÉ et surtout à partir d'une réflexion initiée en 2005⁷¹. ANCESM est appuyé par RTM (Reggion Terzo Mondo) qui s'affaire depuis 2003 à la promotion du commerce équitable à Madagascar. Le rôle de l'ANCESM, en se fondant à sa publication intitulée PLAN D'ACTION 2012-2013 ; ANCESM a pour mission « (...) le soutien aux producteurs/artisans membres en leur accordant divers services d'appui tels que : le renforcement de leurs capacités en leur proposant des formations (techniques de production intégrant la gestion raisonnée des ressources, gestion interne des activités, design, Commerce Equitable et Solidaire), l'appui à l'approvisionnement en outils, l'appui à la commercialisation des produits (promotion des produits dans le site Web, mise en relation avec le marché extérieur, éditions des catalogues,...), mais surtout en les responsabilisant au sein de leur communauté au niveau social et environnemental⁷². ». Conformément à cette publication⁷³, ANCESM compte une soixantaine de membres – entreprises et de groupement de producteurs réunissant en tout 2000 producteurs ventilés dans 10 régions de Madagascar.(Analamanga, Itasy, Vakinakaratra, Amoron'i Mania, Matsiatra Ambony, Vatovavy Fitovinany, Androy, Alaotra Mangoro, Atsinanana, Analanjirofo). Outre ANCESM, RTM ; nombreux encore sont les acteurs du CÉ soit les agriculteurs/producteurs, ainsi que des sociétés exportatrices spécialisées dans le circuit équitable comme Ravinala Sarl. Pour un peu de précision sur Ravinala Sarl ; ce dernier est une société exportatrice de produits artisanaux qui s'affaire dans le domaine du CÉ.

⁷¹ Cf. <http://www.commerce-equitable-madagascar.org/historique.html>

⁷² ANCESM, PLAN D'ACTION 2012-2013, p.2

⁷³ idem

2) Cadre réglementaire du commerce équitable et les tâches des acteurs du commerce équitable.

Le cadre réglementaire du CÉ se base surtout sur l'arrêté interministériel n°28861/2011 du 29 juillet 2011 relatif à la création du CIACESM (Comité Interministériel d'Appui au Commerce Equitable et Solidaire de Madagascar). Dans l'article premier, il est dit que le CIACESM est placé sous la tutelle technique du ministère chargé du commerce, l'article 2 définit le rôle du comité à savoir que « Le comité a pour objet de veiller à la cohérence de la politique de l'Etat vis-à-vis de la structuration du Commerce Equitable et Solidaire, d'accompagner les opérateurs du Commerce Equitable et Solidaire, de coordonner les structures du Commerce Equitable et Solidaire, de jouer le rôle d'interface entre les acteurs et organismes d'appui au Commerce Equitable et Solidaire et les services administratifs concernés et de faciliter la circulation des informations. Le comité est chargé de faciliter et de rédiger le mécanisme pour favoriser la promotion et le développement du Commerce Equitable et Solidaire à Madagascar. ». En plus de ces rôles énoncés dans l'article 2 ; l'article 3 rajoute que « (...), le Comité est chargé de :

- Fixer et valider les critères de base pour les rassemblements nationaux des Acteurs du Commerce Équitable et Solidaire de Madagascar ;
- Recevoir, examiner et valider périodiquement les rapports d'activités de l'Association Nationale du Commerce Equitable et Solidaire de Madagascar (ANCESM) en tant que premier rassemblement national des Acteurs du Commerce Equitable et Solidaire à Madagascar ;
- Contribuer à la mise en place du couloir commerce équitable et solidaire pour faciliter les procédures ;
- Élaborer les textes régissant le Commerce Équitable et Solidaire à Madagascar ;
- Promouvoir le développement du commerce équitable et Solidaire à Madagascar. »

Cet arrêté témoigne de la prise en compte par les pouvoirs publics de l'importance du CÉ et de la nécessité de son développement à Madagascar dans le souci de vouloir atteindre le développement durable. On sait si bien que si en Europe le succès du CÉ a pu se faire, cela a été possible grâce au soutien des pouvoirs publics tant au niveau financier que technique.

Pour plus de détails sur l'historique du CIACESM ; les dates ci-dessous sont d'une grande importance⁷⁴ :

- 2005 : Début de la coopération entre RTM et l'administration notamment le Ministère en charge du Commerce pour réfléchir sur la promotion et le développement du commerce équitable et solidaire à Madagascar ;
- 17 Août 2005 : signature d'un Protocole d'accord qui fixe le mode de collaboration en vue de parvenir à l'objectif fixé ;
- 16 Août 2006 : Signature de son avenant. Il a été procédé en premier lieu la nomination du personnel administratif habilité à mettre en œuvre les dispositions du Protocole. Un Comité ad hoc a été mis en place ;
- 14 Octobre 2010 : Relance des activités et atelier de réflexions au Colbert ;
- 11 Novembre 2010 : Suite réflexion, au Ministère de l'industrie ;
- Octobre 2010 : Mise en place officielle du Comité Interministériel d'Appui au Commerce Equitable et Solidaire.

Un autre arrêté interministériel aussi constitue un cadre réglementaire du CÉ qui est arrêté interministériel n°23877/2011 du 11 août 2011 relatif à la création de ANCESM. ANCESM qui a été dit plus haut crée en 2007, mais sa formalisation et sa reconnaissance au niveau des instances des pouvoirs publics ont commencé à partir de cet arrêté interministériel.

⁷⁴ Cf. flyers CIACESM, MADAGASCAR FOIRE TSIRY du 10-11-12 novembre 2011

Chapitre 2 : Approche analytique du commerce équitable à Madagascar

Le CÉ comme partenariat commercial fondé sur le dialogue, la transparence et le respect, dont l'objectif, est de parvenir à l'équité dans les échanges et ainsi qu'au développement durable pourrait constituer un nouveau souffle pour les agriculteurs/producteurs dans des situations défavorisées à Madagascar et dans le cas échéant pourrait même devenir un stimulant pour sortir le pays de cet état de pauvreté chronique. La raison même de l'objet de ce chapitre qui va se décliner en deux parties, à savoir le CÉ comme moyen de lutte contre la pauvreté et la promotion du développement durable et ensuite il sera question de voir les obstacles du CÉ à Madagascar et perspective d'avenir.

Section 1 : Le commerce équitable comme moyen de lutte contre la pauvreté et de la promotion du développement durable

Le CÉ a des retombées larges qui peuvent s'apprécier à différents niveaux ; et comme on le sait, ce genre de commerce peut avoir des impacts appréciables qui peuvent répondre aux besoins actuels du pays. Pour exhiber le concours du CÉ dans l'économie Malgache nous allons voir : le CÉ comme levier économique pour les agriculteurs/producteurs et ensuite le CÉ comme moyen de protection de l'environnement.

1) Le commerce équitable comme levier économique pour les agriculteurs/producteurs malgache

Conformément à sa définition, le CÉ contribue à améliorer le niveau de vie des producteurs ainsi que de leur bien-être par le biais de prix plus rémunérateurs aux agriculteurs/producteurs⁷⁵. Madagascar ne fait pas aussi exception du fait qu'il pourrait contribuer à faire sortir de la pauvreté certains groupes sociaux vulnérables tels que les agriculteurs et les artisans. Le CÉ comme levier économique pour les agriculteurs/producteurs est ici appréhendé dans une optique où il offre un revenu élevé aux producteurs. Le revenu élevé est l'un des garants qui influencent de manière concrète la vie de ces agriculteurs/producteurs. Pour illustrer cette confirmation que le CÉ offre un revenu

⁷⁵ À remarquer que producteurs peut être ici appréhendé comme ouvriers

plus élevé aux agriculteurs/producteurs, référons nous à « Etude de l'impact de 25 ans de commerce équitable sur les producteurs du Sud partenaires d'Artisans du Monde⁷⁶ » effectué par Artisans du Monde en 2004. Dans cette étude d'impact il a été évoqué le cas de *Madagascar Arts* dans lequel ses ouvriers de l'atelier de production touchent 245 000 Fmg contre 140 000 à 240 000 Fmg dans une entreprise⁷⁷. Le constat observé est alors que les ouvriers travaillant dans le CE gagnent un salaire 75% à 2% plus que les ouvriers dans une entreprise. Certes le salaire de 245 000 Fmg n'est pas suffisant pour amorcer un changement de vie, mais au moins le CE prend part pour combler dans la mesure du possible ce fossé existant entre les plus démunis et les riches. C'est justement dans ce sens que le CE doit faire des efforts, vu que la différence de rémunération existe, mais dans bien des cas ils sont toujours encore insatisfaisants. On peut aussi relever le constat d'une augmentation de revenu annuel réel, toujours dans le cas de *Madagascar Arts* qui d'après toujours l'étude d'impact met en exergue le bienfait du CE sur le revenu des ouvriers. L'exemple cité est le cas d'une artisane qui travaillait dans une entreprise de la zone franche et qui devient une employée à plein temps par *Madagascar Arts* qui a enregistré un accroissement de son revenu de l'ordre de 65% (passage de 1 740 000 Fmg à 2 880 000 Fmg). À Madagascar dans le contexte de cette année, avoir de tels revenus annuels pour des artisans salariés n'est pas offert à tout le monde qui a amené non seulement l'augmentation de revenu, mais aussi a conduit ces derniers à changer leur posture sociale. Naturellement, avec un meilleur revenu dont les effets sont tout à fait visibles extérieurement, les personnes considérées sont mieux vues par la société et mieux considérées aussi. On voit bien ici l'efficacité du CE chez *Madagascar Arts* ; et de ses retombées sur le revenu de ceux qui travaillent chez eux. Pour montrer vraiment cette efficacité de *Madagascar Arts* ; il serait utile de faire appel à l'étude de performance par le biais de la méthode de l'enveloppement des données ou Data Envelopment Analysis⁷⁸ (DEA). Pour ce faire, on va tout d'abord définir les unités de décisions qui oeuvrent dans le CE : Wend Penga, Koupela, PRESCRAFT, *Madagascar Arts*,

⁷⁶ Cf. FEDERATION ARTISANS DU MONDE, Etude de l'impact de 25 ans de commerce équitable sur les producteurs du Sud partenaires d'Artisans du Monde, février 2004

⁷⁷ cf. FEDERATION ARTISANS DU MONDE, Etude de l'impact de 25 ans de commerce équitable sur les producteurs du Sud partenaires d'Artisans du Monde, février 2004, p.49 [il est à remarquer que les montants évoqués est à placer dans le contexte de l'étude réalisé en 2004. Au moment de étude 10 000 Fmg = 2€]

⁷⁸ La méthode DEA a été développée par Charnes Cooper et Rhodes en 1978. Cette méthode sert à analyser et à évaluer efficacité relative des unités dans l'organisation. La DEA est capable d'identifier les unités de même efficacité relative et les unités qui sont inefficaces par rapport à un groupe de référence (note de cours d'analyse de donnée)

Fivapamina, Groupe Ramahaleo, GRRC (Gandhi Rural Rehabilitation Center), EMA (Equitable Marketing Association), Corr the Jute Works, Aarong, ACP (Association For Craft Producers), SAFFY, Kory Ampara, Comparte, Fondation Solidaridad. Ensuite, définir les inputs et les outputs ; les inputs sont : le nombre de producteurs, nombre d'OP (organisation de producteur) rencontrées ; en ce qui concerne les outputs ; ils sont au nombre de deux à savoir le chiffre d'affaires non équitable et chiffre d'affaires équitable.

TABLEAU N°3: Les Unités de décisions œuvrant dans le commerce équitable

ORGANISATION	(I)Nombre de producteurs	(I)Nombre d'OP rencontrées	(O)Chiffre d'affaire non équitable K€	(O) Chiffre d'affaire équitable K€
Wend Penga	13	1	0	2
Koupela	7	1	0,75	2,25
PRESCRAFT	800	4	137,5	137,5
Madagascar Arts	100	3	100	300
Fivapamina	72	1	4	36
Groupe Ramahaleo	8	1	0	2
GRRC	38	1	2	3
EMA	2500	8	37,5	712,5
Corr the Jute Works	5000	3	800	1200
Aarong	30000	2	9010	990
ACP	900	4	375	125
SAFFY	2000	3	110	440
Kory Ampara	18	1	0,8	7,2
Comparte	1200	2	500	500
Fundation Solidarida	500	2	120	180

Source : ARTISANS DU MONDE, Etude de l'impact de 25 ans de commerce équitable sur les producteurs du Sud partenaires d'Artisans du Monde, février 2004, p.29

Ensuite en utilisant le logiciel *DEA SOLVER Learning versions 3.0*, on obtient les scores d'efficacité. À titre de rappel, une unité de décision est efficace si son score d'efficacité est égale à 1 ; il est aussi à remarquer que le score d'efficacité est borné entre [0 ; 1]. Efficacité est la somme pondérée des outputs sur la somme pondérée des inputs. Dans notre étude, il

est ici question du modèle BCC⁷⁹ (Banker, Charnes et Cooper) orienté input. Après avoir fait entrer les données dans le logiciel on obtient le résultat ci-dessous (voir tableau n°4)

TABLEAU N°4: Rang et score d'efficacité des unités de décisions œuvrant dans le commerce

Rank	DMU	Score
1	Comparte	1
1	Wend Penga	1
1	Koupela	1
1	Kory Ampara	1
1	Madagascar Arts	1
1	Fivapamina	1
1	Groupe Ramahaleo	1
1	GRRC	1
1	Aarong	1
1	Corr the Jute Works	1
11	ACP	0,95138889
12	EMA	0,93833333
13	Fundation Solidarida	0,72475319
14	SAFFY	0,61013648
15	PRESCRAFT	0,38899706

Source : Propre calcul à partir du logiciel DEA SOLVER Learning versions 3.0

On voit bien ici que l'unité de décisions *Madagascar Arts* (ainsi que *Comparte*, *Wend Penga*, *Koupela*, *Kory Ampara*, *Fivapamina*, *Groupe Ramahaleo*, *GRRC*, *Aarong* et *Corr the Jute Works*) est bien efficace alors que *ACP*, *EMA*, *Fundation Solidarida*, *SAFFY* et *PRESCRAFT* ne le sont pas. Certes *Fivapamina* et *Groupe Ramahaleo* ont un score d'efficacité égale à 1, or on constate encore que *Fivapamina* et *Groupe Ramahaleo* ont besoin de correction au niveau de l'output (voir tableau n°5). L'explication est que peut être ces unités de décisions ne sont pas optimum vis-à-vis du logiciel.

⁷⁹ Le choix du modèle BCC réside dans la nature de l'output. L'output est ici le chiffre d'affaires et si l'on fait l'hypothèse que l'on double input cela ne signifie pas nécessairement que l'output se double (on peut supposer que la production se double mais l'output considéré n'est pas le nombre de produit fabriqué). En effet le chiffre d'affaire dépend de la vente et la vente dépend des débouchés qui dans le secteur artisanal n'est pas toujours constante et assuré mais varie.

TABLEAU N°5: LES ECARTS

No.	DMU	Score	Excess Nombre de producteurs S-(1)	Excess Nombre d'OP rencontrées S-(2)	Shortage Chiffre d'affaire non équitable K€ S+(1)	Shortage Chiffre d'affaire équitable K€ S+(2)
1	Wend Penga	1	4,80E-04	0	6,00E-05	0
2	Koupela	1	0	0	0	0
3	PRESCRAFT	0,38899706	0	0	0	32,2230289
4	Madagascar Arts	1	0	0	0	0
5	Fivapamina	1	0	0	1,32E-04	0
6	Groupe Ramahaleo	1	0	0	0,799992	0,76920308
7	GRRC	1	0	0	0,299977	15,3459704
8	EMA	0,93833333	0	4,50666667	383,333333	0
9	Corr the Jute Works	1	0	0	0	0
10	Aarong	1	0	0	0	0
11	ACP	0,95138889	0	1,49305556	0	312,5
12	SAFFY	0,61013648	0	0	290,369342	0
13	Kory Ampara	1	0	0	0,499987	0,76145885
14	Comparte	1	0	0	0	0
15	Fundation Solidaridad	0,72475319	0	0	19,8224108	0

Source : Propre calcul à partir du logiciel DEA SOLVER Learning versions 3.0

Le cas de certaine coopérative artisanale est un des aspects qui montrent que le CÉ est un levier économique. En guise de rappel, le secteur artisanal concourt entre 15 à 20% du Produit Intérieur Brut⁸⁰ et il y a près de 1 800 000 artisans, constituant 14% de la population active partagée dans 95 métiers⁸¹. Ce qui fait apparaître que de nombreuses personnes dépendent de l'artisanat et qu'il contribue d'une manière non moindre à l'économie. Pour pouvoir illustrer l'importance de l'artisanat dans le commerce équitable et montrer qu'il contribue à faire sortir des producteurs défavorisés dans la pauvreté, prenons exemple de l'Organisation Professionnelle de Vannières AMM (ou Andrin'ny Mpandrary Matsiatra Ambony) et les tresseurs de sisal de Tambohovory/Commune rurale d'Andranovorivato qui

⁸⁰ Cf. La Vérité du mercredi 23 février 2011, n°0841

⁸¹ idem

travaillent avec Ravinala Sarl⁸² et les micros entreprises rurales vannières de la Haute Matsiatra. Cette analyse se base sur des données tirées d'un article de presse⁸³ ; et c'est ainsi que sera appréciée l'étendue du CÉ dans cette perspective de levier économique. Selon l'article, les commandes des trois derniers mois (de janvier à mars 2011) ont pu générer un chiffre d'affaires allant jusqu'à plus de 2 961 000 Ar. En l'espace seulement de 3 mois, parvenir à de tels chiffres d'affaires pour des artisans, c'est quelque chose d'inimaginable ; mais avec le circuit équitable, cela est chose possible et avec de telles sommes la vie des artisans pourraient s'améliorer d'une manière conséquente, si l'on suppose que les relations commerciales avec les partenaires sont consolidées d'une manière durable et stable. En effet si les artisans arrivent à avoir un chiffre d'affaires plus important, ils pourront subvenir à leurs besoins primaires, à l'élargissement et à l'amélioration de leur activité. Ils pourront aussi investir dans l'éducation de leurs enfants et aussi avoir accès aux services sanitaires qui sont des éléments essentiels pour parvenir à une meilleure qualité du capital humain selon la nouvelle théorie de la croissance. Effectivement, d'après cette théorie ce n'est pas seulement le capital physique qui est le facteur de la croissance, il y a aussi le facteur humain qui se cultive par l'éducation et la santé. De ce constat, le CÉ pourrait être considéré comme un des éléments de levier économique pour les agriculteurs/producteurs malgaches, mais cela implique le fait d'assurer les débouchés.

Un autre exemple pour exposer le fait que le CÉ tient lieu de levier économique pour les agriculteurs/producteurs est le cas de MMM (Miasa Mianatra Miaraka)⁸⁴. En s'appuyant sur leur catalogue 2013, MMM emploie à plein temps une vingtaine de personnes appelée artisans et un contrat de travail de deux ans est fixé avec chaque artisan. Ces artisans bénéficient en effet d'une formation professionnelle pendant la durée du contrat et le but de MMM est qu'une fois le contrat achevé, les artisans puissent trouver un emploi durable hors MMM et aussi que MMM puisse embaucher de nouvelles personnes pour donner la même chance. Les revenus perçus par les artisans de MMM sont de 93 000 Ar nets par mois et un 13^e mois versé en 3 fois dans l'année. Au vu du montant de leur

⁸² À remarquer que Ravinala Sarl est une société exportatrice de produits artisanaux qui travaille dans le commerce équitable et solidaire et collaborent aussi avec de nombreux groupements et associations de paysans dans tout Madagascar

⁸³ Les données sont tirées de Madagascar Matin du vendredi 1^{er} avril 2011, n°0536

⁸⁴ MMM est lancé par ATD Quart Monde en septembre 2006 et c'est le 30 novembre 2010 que MMM s'est constitué en association. En décembre 2011, MMM est admis comme membre de l'ANCESM (Association National du Commerce Equitable et Solidaire de Madagascar) et elle bénéficie du label CÉ par l'ANCESM

salaire, il est à remarquer que ces artisans perçoivent plus vis-à-vis du salaire minimum qui est de l'ordre de 70 000 Ar. La dimension salaire n'est pas seulement la seule vertu tirée par les artisans, il y a aussi la dimension relationnelle qui est le pilier de l'existence humaine et de son épanouissement ; comme l'indique le témoignage d'un artisan dans le catalogue : en disant « Depuis que je suis à MMM, j'ai constaté beaucoup de changements : je me sens libre et j'ose parler plus, cela permet d'avoir des amis », un autre artisan témoigne aussi en disant que « C'est agréable de travailler ici au niveau des relations entre les artisans, car j'ai des amies avec qui partager mes soucis ; elles me donnent du courage. Et puis, nous travaillons ensemble. Par exemple, si une brodeuse a fini son travail, elle vient en renfort de celles qui n'ont pas terminé ». La pauvreté engendre de même l'exclusion ; mais MMM a pu sortir des artisans de leur état de dénuement et qui par conséquent leur a rendu la dignité. Pour illustrer ce constat, un artisan s'est exprimé en ces termes : « Avant de travailler à MMM, j'étais marginalisé. Je voulais avoir des contacts avec les autres, mais ils s'écartaient et me rejetaient, car j'avais des vêtements sales et les gens se fichaient complètement de nous. Maintenant, ma vie n'est plus comme avant. Les gens sont surpris de me voir ; ils trouvent que j'ai beaucoup changé et ils me demandent ce que je fais. ».

Comme on la montré plus haut, le CÉ agit aussi positivement au niveau de l'empowerment des femmes (voir partie II, chap. 1, section 2, 2). À Madagascar, cet effet positif du CÉ au niveau de l'empowerment des femmes malgaches sera exploré à partir de l'exemple de l'association *Fivapamina* qui regroupe des femmes de pêcheurs de Toamasina et comme l'a relaté la Revue Économie solidaire, Novembre-Décembre 2012. *Fivapamina* a été créée en 1976⁸⁵ et d'après la Revue Économie solidaire, *Fivapamina* est entrée dans le réseau Solidar'Monde (plate-forme française d'achats équitables) année 1992. La coopérative Kovapamina, quant à elle a été créée en 2002 et elle est entrée dans l'ANCESM depuis 2007. Conformément à cette revue, les femmes de la coopérative participent à des ateliers de créativité et de qualité animés par un designer français, afin qu'elles puissent répondre aux attentes des consommateurs du Nord ; ces ateliers sont sous le soutien du CCFD (Comité Catholique contre la Faim et pour le Développement) Terre-solidaire et de Solidar'Monde. Les femmes de cette coopérative se spécialisent surtout dans la conception d'articles en vannerie et dans la broderie. En participant à ces activités, les femmes apportent un

⁸⁵ Cf. ARTISANS DU MONDE, *Etude de l'impact de 25 ans de commerce équitable sur les producteurs du Sud partenaires d'Artisans du Monde*, février 2004

complément de revenus à leur foyer, qui leur permet de payer les frais de scolarité et les vêtements de leurs enfants. Par le biais de cette coopérative, il apparaît que le CÉ contribue d'une manière perceptible à l'empowerment des femmes, en effet elles ont une autonomie financière et sont capables d'apporter leur part dans le revenu du foyer qui en général est l'affaire des hommes. En effet, les femmes de cette coopérative ont pu consolider leur empowerment dans la mesure où, cela leur a permis tout d'abord d'avoir leurs propres revenus et d'avoir de l'estime voire être aussi acteur dans leur épanouissement familial.

2) Le commerce équitable comme outil pour le développement durable à Madagascar

Pour rappel, c'est le rapport Bruntland (Notre avenir à tous, 1987) qui a introduit la notion de développement durable correspondant à une « forme de développement économique veillant à ce que le développement actuel puisse se poursuivre et ne nuise pas aux générations futures⁸⁶ ». Le développement durable implique trois dimensions à savoir économique, sociale et environnementale. Le commerce équitable n'en est pas incompatible, surtout que l'on constate la présence de ces trois dimensions dans les chartes des organisations œuvrant dans le CÉ. À Madagascar, le CÉ se présente comme une aubaine dans la promotion du développement durable. En effet d'après un article paru dans le journal La Vérité du Mercredi 18 Janvier 2012, n°1114 que pour atteindre le développement durable « il faut exploiter d'une manière rationnelle les ressources disponibles... » et pour se faire « (...), le commerce équitable joue un grand rôle (...) par sa contribution au développement économique des producteurs, puis par le développement social et environnemental qu'ils apportent grâce à leur revenu ». À titre d'exemple, à Madagascar, l'association Ethnik.org s'engage dans la réduction de la pauvreté par l'appui d'un développement économique durable et responsable par le biais du développement de l'artisanat⁸⁷. La société Aroma forest producteur essentiel d'ylang-ylang certifié bio est un autre exemple qui atteste que le CÉ peut promouvoir un développement durable. Cette société cherche à préserver la biodiversité et à promouvoir le développement durable⁸⁸.

⁸⁶ Cf. BEZBAKH P. et GHERARDI S., Dictionnaire de l'économie, éd. Larousse, coll. Larousse à présent, Espagne, 2008

⁸⁷ Cf. La Vérité du Mercredi 18 Janvier 2012, n°1114

⁸⁸ Cf. La Vérité du Lundi 9 janvier 2012, n°1106

Dans son prolongement, le CÉ contribue à la protection et à la sauvegarde de l'environnement. La protection et la sauvegarde de l'environnement sont nécessaires pour atteindre le développement durable et c'est justement là que se pose le problème. Pour les agriculteurs/producteurs, sauvegarder l'environnement revient à adopter des comportements d'évitement ; or qui dit comportement d'évitement dit manque à gagner. Manque à gagner du seul fait qu'éviter tel ou tel comportement pour la protection de l'environnement signifie renonciation à des bénéfices potentiels. Pour illustrer le cas : considérons un agriculteur qui plante du cacao ; pour étendre son champ, il doit abattre des arbres or on lui défend de le faire pour préserver l'environnement. En acceptant cela, il perd un bénéfice potentiel, mais à côté de cela il y a des bénéficiaires qui sont la société. Dans cette optique, l'agriculteur peut être assimilé à un fournisseur de service environnemental du fait que son comportement a permis de garder une certaine qualité environnementale. Le comportement du producteur engendre donc une externalité positive ; si les bénéficiaires espèrent que cela perdure doit tôt ou tard en payer le prix. C'est justement dans de telles circonstances qu'intervient la notion de paiement de service environnemental et sa relation avec le CÉ. En effet, les fournisseurs de services environnementaux⁸⁹ doivent être payé en dépit de leur comportement d'évitement pour protéger l'environnement et la biodiversité par le mécanisme de certification bio équitable par exemple. En reprenant l'exemple du producteur de cacao, pour l'inciter à ne pas abattre des arbres, on lui propose de labellisé son cacao en bio équitable par exemple qui est une sorte de reconnaissance de son comportement et qui en même temps contribue à améliorer le revenu qu'il tire de sa plantation sans avoir à abattre des arbres. Cette illustration montre les enjeux du CÉ dans la préoccupation d'atteindre un développement durable. Pour une illustration concrète à Madagascar on peut mentionner le cas de l'Association des Planteurs de Mananara regroupant 650 familles qui a été créée en 2004. Il convient de rappeler également que cette zone a été déclarée réserve de biosphère par l'UNESCO, ce qui signifie que la conservation de cette forêt tropicale est une priorité mondiale, puisque cette forêt contient des faunes et flores endémiques. Cette association prône un modèle de développement et les producteurs

⁸⁹ « Il y a service environnemental lorsqu'une unité économique ou institutionnelle A effectue pour le compte d'une autre unité B une opération sur un bien support C, opération visant intentionnellement l'amélioration ou le maintien en l'état des attributs environnementaux de C » [définition tiré de Géraldine Froger, Philippe Méral, Jean-François Le Coq, Olivier Aznar, Valérie Boisvert, Armelle Caron et Martine Antona, « Regards croisés de l'économie sur les services écosystème et environnementaux », VertigO-la revue électronique en science de l'environnement [En ligne], Volume 12 numéros 3 | décembre 2012

qui s'y regroupent décident collectivement des moyens pour gérer durablement les ressources naturelles. En matière de protection de l'environnement, cette association s'est engagée dans la réduction de la culture sur brulis⁹⁰. Cette association est surtout célèbre pour sa vanille qui est commercialisée sous le nom de vanille bourbon de Madagascar (voir annexe pour photos). Cette association peut être considérée comme un exemple de réussite du label bio équitable, pour la seule raison qu'avec l'augmentation de leurs revenus les producteurs ont abandonné les pratiques nocives comme la coupe des bois précieux dans les forêts protégées. En termes de paiement de service environnemental, les membres de l'association sont considérés comme étant des fournisseurs de service environnemental en la raison de leur comportement d'évitement (abandon de la culture sur brulis et abattage des bois précieux) a pu être récompensé par le biais de la labellisation de leur vanille qui leur a permis d'accroître leurs revenus.

Section 2 : Les obstacles du commerce équitable à Madagascar et perspective d'avenir

Le CÉ à Madagascar semble aller dans la bonne voie vu les répercussions constatées au niveau des groupements de producteurs et au niveau de la protection de l'environnement. Néanmoins, le CÉ doit encore faire beaucoup d'efforts s'il veut étendre son champ d'action. Effectivement, le CÉ est encore confronté à divers blocages et doit encore prouver sa contribution dans l'économie Malgache. Dans cette section, il sera justement question des obstacles liés au CÉ à Madagascar et des perspectives d'avenirs du CÉ à Madagascar.

1) Les obstacles liés au CÉ à Madagascar

À l'échelle de l'économie nationale le CÉ reste encore dérisoire et parcellaire face aux divers obstacles rencontrés à Madagascar. Ces obstacles se trouvent dans tous les secteurs notamment l'artisanat et le secteur de la production agricole. En ce qui concerne surtout l'artisanat, on peut en relever quelques-uns. Pour analyser les obstacles du CÉ dans le secteur de l'artisanat nous allons nous référer à la publication faite par CITE & PFCE s'intitulant « Identification des freins et leviers du commerce équitable pour les organisations d'artisans à Madagascar » ainsi qu'à d'autres sources.

⁹⁰ Cf. <http://www.ethiquable.be/fr/catalogue-produits/vanille-bourbon-de-madagascar>

Tout d'abord, le CÉ dans le secteur artisanal à Madagascar présente les mêmes difficultés que celui dans le circuit conventionnel comme le dit si bien la publication faite par CITE & PFCE. Pour ce faire, nous allons nous baser sur le document publié par INSTAT intitulé « ENQUETE PILOTE SUR LE SECTEUR ARTISANAT » sur activité en 2001. En référence à cette publication, les problèmes que connaissent les artisans malgaches sont : insuffisance de fonds de roulement, le prix élevé des matières premières entraînant le problème de la commercialisation des produits sous l'effet du prix assez élevé du prix de revient et en dernier lieu la difficulté d'accès aux emprunts, puis l'insuffisance des équipements et l'inexistence de formations techniques. En faisant l'enquête, l'INSTAT a relevé les deux problèmes cruciaux rencontrés par les artisans qui sont celui de la matière première (prix élevé, insuffisance) et des débouchés (non-existence ou méconnaissance), et en troisième position se trouve l'absence d'encadrement. En 2002, INSTAT a aussi fait une enquête sur les artisans malgaches et les problèmes relevés confrontés par les artisans malgaches (voir tableau n°6).

TABLEAU N°6: Classement des trois principaux problèmes rencontrés par les artisans

<i>En pourcentage</i>	<i>Premier problème</i>	<i>Deuxième problème</i>	<i>Troisième problème</i>
Prix des matières premières	30,97	15,12	10,92
Considération "Vita malagasy"	5,90	6,77	7,09
Afflux de l'artisanat étranger	5,60	6,47	6,29
Mépris des artisans malgaches	21,79	25,43	16,73
Trop d'Intermédiaire	5,90	8,28	7,97
Problèmes de débouchés	16,34	20,99	21,51
Formation technique	3,66	6,32	11,08
Problèmes de point de vente	3,66	7,67	15,06
Autres	6,19	2,93	3,35
Total	100	100	100

Source : Enquête sur l'artisanat 2002, calculs effectués par les techniciens de la DRID/INSTAT.

À partir de ce tableau il est constaté que 31% des artisans questionné déclare que les prix des matières premières constituent le premier problème contre 21,79% pour les problèmes concernant le mépris des artisans malgaches. En deuxième position arrive le problème lié au

mépris des artisans malgaches de l'ordre de 25,43% et 20,99% pour les problèmes de débouchés. En troisième niveau, se trouve toujours le problème de débouchés qui est de l'ordre de 21,51% et le mépris des artisans malgaches (16,73%). Pour résumer, les trois premiers problèmes rencontrés par les artisans sont les prix des matières premières, problèmes liés au mépris des artisans malgaches et enfin celui du problème de débouchés. L'élément de liaison qui lie ces deux enquêtes réalisées par INSTAT est que le prix des matières premières et des débouchés constituent les problèmes primordiaux auxquels font face les artisans malgaches outre les autres problèmes spécifiques détectés dans chacune des périodes d'études. Les artisans, qu'ils soient dans le circuit conventionnel ou dans le circuit équitable connaissent ces deux problèmes. Malgré existence du CÉ qui cherche à favoriser des débouchés plus rémunérateurs, ce n'est pas la totalité des productions des artisans qui est vendue dans le circuit du CÉ. Les matières premières aussi constituent un élément majeur de blocage du développement du CÉ en matière artisanale ; en effet les produits du commerce équitable nécessitent des qualités pour être admissibles au niveau du circuit équitable or ceci nécessite des matières premières spécifiques et de bonnes qualités qui ne sont pas toujours données à tous les artisans. À dire vrai, la majorité des artisans malgaches sont des petits exploitants qui sont le plus souvent de petites unités exploitations ; donc pour satisfaire aux exigences certains d'entre eux sont contraints de s'endetter s'ils sont crédibles au niveau des créanciers. Cependant, le CÉ est doté d'une arme pour faire face à cela, qui est le système de préfinancement ; mais la question est : est-ce vraiment suffisant pour couvrir les achats des matières premières ? Et le préfinancement ne permet-il seulement qu'à couvrir les produits destinés au CÉ ; or le circuit équitable ne représente encore qu'une part minime des débouchés sauf pour quelques cas d'exception. Ces questions et soucis sont essentiels pour parvenir à un système viable dans le CÉ. Pour poursuivre l'analyse sur les facteurs de blocage du CÉ dans le secteur artisanal, référons-nous maintenant à la publication faite par CITE & PFCE⁹¹. D'après ce document les freins au CÉ dans le secteur artisanal sont :

- La non-maitrise des principes du CÉ ;
- La méconnaissance du marché du CÉ ;

⁹¹ CITE & PFCE, Identification des freins et leviers du commerce équitable pour les organisations d'artisans à Madagascar, Septembre 2011

- L'absence de cadre réglementaire pour servir de balise à l'utilisation et à l'affichage du terme « commerce équitable » et pour permettre une coordination des interventions de tous les acteurs du CÉ ;
- Un système de contrôle peu efficient et une absence de transparence et traçabilité ; le seul contrôle interne ne suffit pas à garantir le respect des cahiers de charge ;
- L'absence de gestion raisonnée qui engendre l'indisponibilité de matières premières en relation avec les ressources naturelles (fibres végétales, soie, bois) qui impacte sur leur prix et leur approvisionnement ;
- La faiblesse des innovations et du design ;
- La concurrence du marché conventionnel surtout au niveau des prix ;
- D'autres facteurs comme l'insuffisance d'accompagnement, la faiblesse de la communication entre acteurs, et le manque de promotion du secteur.

Ce tour horizon sur le blocage du CÉ dans le secteur artisanal n'est certes pas suffisant pour mieux appréhender les problèmes du CÉ dans le domaine de l'artisanat ; mais cela a pu nous faire voir les grandes lignes et défis à prendre en compte si le CÉ dans ce domaine puisse s'amplifier.

Le CÉ au niveau des produits de l'agriculture présente aussi beaucoup d'obstacles qui entravent sa bonne marche. S'agissant des produits de l'agriculture, bon nombre des produits des agriculteurs ne répondent pas encore aux normes et exigences de la pratique du CÉ ; ceci trouve son explication par le manque d'information et d'encadrement des agriculteurs qui sont exigés par le circuit de l'équitable. Le problème de non-conformité aux normes trouve aussi son explication au niveau de la pratique de la culture même dont entre autres la vieillesse des pieds de plantation de la vanille par exemple, des litchis, ...Avec de tels pieds de plantation, même avec toute la volonté du monde, la qualité du produit ne pourra être satisfaisante. Non seulement la qualité sera des moindres, mais la quantité pourra diminuer. Le CÉ est aussi confronté aux problèmes de l'éparpillement des producteurs qui rend difficile leur accès au circuit de l'équitable d'où la non-connaissance des avantages qu'ils peuvent retirer de l'entrée dans ce circuit.

2) Réflexions et perspective sur le commerce équitable à Madagascar

Le CÉ a su trouver sa place au niveau des agriculteurs/producteurs à Madagascar, toutefois les efforts à accomplir restent encore considérables. Les acteurs du commerce équitable s'attèlent depuis les commencements du CÉ à Madagascar à son expansion et s'est donné pour but de le développer, dans le but de réduire l'extrême pauvreté des agriculteurs/producteurs malgaches. Les acteurs du commerce équitable cherchent dans la mesure du possible à pencher la balance en faveur des petits producteurs par le biais de divers lobbying, que ce soit national et international. La cause que ces acteurs défendent est juste et mérite d'être soutenue. Mais des questions et remarques sont encore à prendre en compte pour étendre ce mouvement à Madagascar. Au début, le CÉ cible certes les agriculteurs/producteurs défavorisés. Attaquer la pauvreté par le biais du CÉ n'est elle pas utopique ; vue que la pauvreté aujourd'hui est le fruit de l'histoire du passé et qui de plus est une pauvreté suite à des problèmes structurels ; en outre, penser attaquer la pauvreté au niveau du commerce des produits à faibles valeur ajoutée pose des doutes. Madagascar dans le circuit du CÉ perpétue le schéma classique de la division internationale du travail ; en effet, la plupart des produits exportés dans le cadre du circuit équitable sont encore les traditionnels produits de rentes soumis aux fluctuations du marché. Bref, la pertinence du CÉ dans sa finalité est indubitable ; mais cela n'empêche pas toutefois à l'esprit éclairé et critique de questionner sur la validité de ce concept à la fois innovant et ambitieux.

Le CÉ n'a nul doute pas de reproche au niveau des retombées sur des petites communautés villageoises rurales ; mais ce que l'on attend d'une nouvelle approche comme le CÉ est qu'il y ait des effets d'entraînement sur l'économie globale du pays. Jusqu'à présent le CÉ que ce soit à Madagascar et dans d'autres pays n'a pas encore prouvé son efficacité sur son apport sur économie globale d'un pays. Néanmoins, on a pu enregistrer des impacts parcellaires de part et d'autre. L'avenir du CÉ passe par sa capacité à pouvoir impacter d'une manière conséquente l'économie d'un pays pour qu'il ne soit plus considéré comme une goutte d'eau dans l'océan. Certes, ceci est un travail de grande envergure, mais qui est une nécessité à ne pas négliger. Les acteurs du CÉ et les autorités publiques et ces partisans à Madagascar doivent travailler ensemble pour que ce dernier puisse vraiment arriver à la fin noble qu'ils se sont assignés et à élargir les champs d'action pour qu'il y est vraiment un impact perceptible à l'échelle de l'économie nationale.

CONCLUSION

Ce travail sans pour autant prétendre être exhaustif et tout à fait satisfaisant dans l'analyse du CÉ a permis de faire ressortir les grandes idées qui gravitent autour de ce concept. Le CÉ est un concept multidimensionnel ; l'appréhender et étudier demande une rigueur et réflexion approfondie et nécessite une vision pluridisciplinaire pour mener à bien l'étude. Tout au long de cette étude, il a été question d'éclairer sur ce qu'est le CÉ, sur son fonctionnement, les questions qui lui sont liées et surtout on a pu observer le CÉ à travers le cas de Madagascar.

Au vu de ce travail, ce que l'on peut retenir du CÉ c'est que ce concept est innovant et louable dans ses objectifs et moyens d'action. Néanmoins, la noblesse de ce concept est entachée par son appropriation par des acteurs avides de profit et cela a mis en doute la crédibilité du CÉ au sein de ses sympathisants. A travers quelques exemples significatifs, on a pu analyser ce que le CÉ a apporté dans le cadre de la réalité malgache. Tout au long de l'analyse, les questions posées plus haut ont trouvé des réponses satisfaisantes dans la mesure des données et documents de base en notre disposition.

Pour commencer à répondre aux questions posées plus haut, commençons à répondre tout d'abord à la question : peut-on vraiment assigner le salut du Sud dans le CÉ ? Pour répondre d'une manière directe, c'est quelque chose d'utopique de penser que le salut du Sud pourra reposer sur le CÉ, certes il a été constaté des retombées perceptible et visibles ; mais ceci reste encore des cas isolés et ne se constate pas encore à l'échelle de l'économie nationale de plus le poids du CÉ dans le commerce mondial reste encore faible qui est de l'ordre de 1,1 milliard d'euros en 2005 et 3,5 milliard d'euros en 2009⁹². En ce qui concerne la question de dire si le CÉ fait-il vraiment profiter le Sud, où est-ce tout simplement une nouvelle forme de configuration d'asservissement dans le système capitaliste ; au vu de l'étude faite, le CÉ pourrait faire profiter les pays du Sud ; malheureusement, le système de CÉ perpétue encore le schéma de la spécialisation primaire fidèlement à la division internationale du travail qui on sait est une des explications de la situation de dénuement de bon nombre de pays du Sud et ce constat se conjugue aussi par la mainmise par les firmes

⁹² Cf. <http://www.youphil.com/fr/article/06453-cinq-chiffres-commerce-equitable?ypcli=ano>

multinationales du mouvement équitable dans le but d'asservir leurs intérêts entraînant ainsi la déviation de l'essence même du CÉ. Enfin sur la question de développement du Sud, le CÉ a montré sa volonté de se présenter comme levier de développement dans le Sud ; de plus, le CÉ met en avant la promotion du développement durable en y considérant les trois dimensions fondamentales du développement durable (dimension économique, sociale, environnementale). Que ce soit en Afrique, en Amérique latine ou à Madagascar, le CÉ a confirmé sa volonté de contribuer au développement. Seulement le CÉ à lui seul ne pourra pas mener à un développement ; mais il faut le combiner avec d'autres initiatives ; concernant particulièrement Madagascar ce ne sont pas les potentialités qui manquent, mais c'est le problème d'adéquation de l'utilisation de ses potentialités pour parvenir à cette fin qui pose problème.

Au vu de ces comptes rendus qui a permis d'éclaircir sur le concept de CÉ ; ce dernier n'a pas encore livré toutes ses facettes seul le temps dira comment le CÉ s'adaptera dans le système économique dominé par le libéralisme. Et c'est justement dans ce sens qu'une question vient à l'esprit le concernant : est-ce que le CÉ pourra il encore subsisté dans le temps compte tenu de la domination du libéralisme et continuer a aidé les petits producteurs marginalisés où devra-t-il se dissoudre dans ce système pour pouvoir continuer à perdurer ?

ANNEXES

ANNEXE 1 : Valeurs des exportations, des importations et balance commerciale

(En millions de FMG) (3)

Année	Exportations (FOB)	Importations (CAF)	Balance commerciale
1991	559073,3	785689,5	-226616,2
1992	516822,0	833773,4	-316951,4
1993	498995,6	890609,1	-391613,5
1994	1246719,3	1408620,0	-161900,7
1995 (1)	2147866,2	2924996,6	-777130,4
1996	1902980,9	2617004,0	-714023,1
1997	1935441,3	3460678,6	-1525237,3
1998	2657715,1	3890056,0	-1232340,9
1999	3075250,9	4829861,7	-1754610,8
2000	4688982,2	6619389,6	-1930407,4
2001	6290287,3	6813124,1	-522836,8
2002	2970811,9	3416848,6	-446036,7
2003	5608821,8	7751177,9	-2142356,1
2004 (2)	9393094,3	15379677,9	-5986583,6
2005	1733814,0	3415146,3	-1681332,3
2006	2104531,4	3861893,0	-1757361,6
2007	2314891,9	4914422,7	-2599530,8
2008	2228806,8	6443192,8	-4214386
2009	2059664,9	6104133,9	-4044469
2010 (x)	2405508,0	5446226,2	-3040718,2
2011 (x)	2983898,1	5913606,1	-2929708
2012	3331815,9	6898822,8	-3567006,9

Source : Direction Générale de l'Institut National de la Statistique

(1) Nouvelle série : Commerce spécial+Autres régimes douaniers+Zones Franches

(2) A partir de 2004 : Source Direction Générale des Douanes

(3) A partir de 2005 : valeur en millions d'ARIARY

x : Nombre rectifié

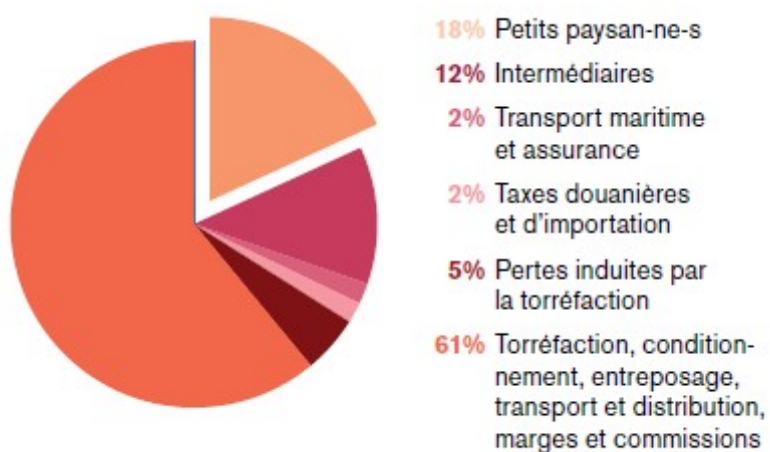
ANNEXE 2 : Vanille bourbon de Madagascar



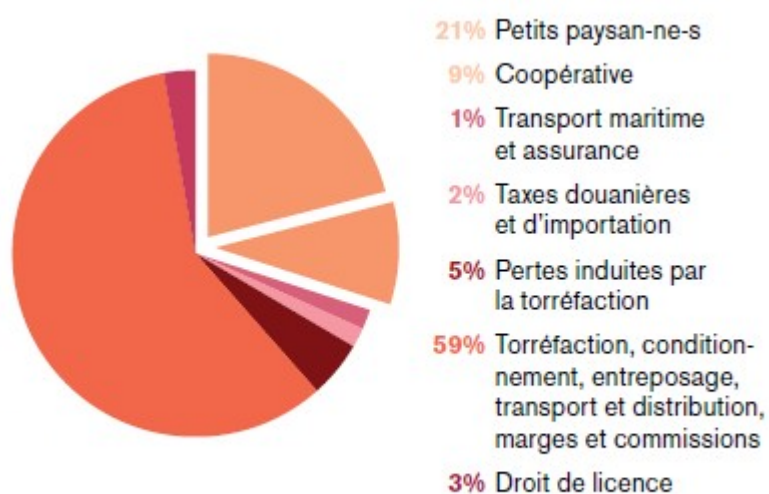
Source : <http://www.ethiquable.be/fr/catalogue-produits/vanille-bourbon-de-madagascar>

ANNEXE 3 : Composition du prix du café conventionnel et du café équitable

Composition du prix du café conventionnel



Composition du prix du café équitable



Source : Solidar Suisse, Rapport sur le café espresso. Halte à l'exploitation dans le commerce du café !, p.6

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages et manuels

-ALLEMAND S. et SOUBELET I., Le commerce équitable, éd. Le Cavalier Bleu, coll. idées reçues, Paris, 2008

-CARY P., Le commerce équitable. Quelles théories pour quelles pratiques?, éd. L'Harmattan, Paris, 2007

-CHAVANCE B., L'économie institutionnelle, éd. La Découverte, Paris, 2007

-DOUSSIN J.-P., Le commerce équitable, éd. PUF, coll. Que sais-je?, Paris, 2009

-FAVREAU L. et ABDOU SALAM F., L'Afrique qui se refait. Initiatives socioéconomiques des communautés et développement en Afrique noire, éd. PUQ, coll. Pratiques et politique, sociales et économiques, Québec, 2007

-GENDRON C., PALMA TORRES A. et BISAILLON V., Quel commerce équitable pour demain?, éd. Charles Léopold Mayer, France, 2009

-JACQUIAU C., Les coulisses du commerce équitables. Mensonges et vérités sur un petit business qui monte, éd. Mille et une nuits, France, 2007

-KRUGMAN P.-R. et OBSTFELD M., Économie internationale, éd. de Boeck (4^e édition), Bruxelles, 2004

-LECOMTE T., Le commerce équitable, éd. Eyrolles, coll. Eyrolles Pratique, Allemagne, 2004

-NDONGO SAMBA S., Le scandale commerce équitable. Le marketing de la pauvreté au service des riches, éd. L'Harmattan Sénégal, Dakar, 2012

-PIKETTY T., Le capital au XXI^e siècle, éd. du Seuil, coll. Les livres du nouveau monde, France, 2013

Dictionnaires et lexiques

-BEZBAKH P. et GHERARDI S., Dictionnaire de l'économie, éd. Larousse, coll. Larousse à présent, Espagne, 2008

-SILEM A. et ALBERTINI J.-M, Lexique d'économie, éd. Dalloz (11e édition), Paris, 2010

Articles et revues scientifiques

-Abdelgawad Walid, « Le commerce équitable et la société civile internationale : » Une chance pour la mondialisation d'un droit de l'économie solidaire, Revue internationale de droit économique, 2003/2 t. XVII, 2, p. 197-232

-Binninger Anne-Sophie et Robert Isabelle, « Consommation et développement durable » Vers une segmentation des sensibilités et des comportements, La Revue des Sciences de Gestion, 2008/1 n°229, p. 51-59

-Bucolo Elisabetta, « Le commerce équitable, une pratique d'économie solidaire », Ecologie & politique, 2004/1 N°28, p. 27-44.

-Carimentrand Aurélie et Ballet Jérôme, « La responsabilité des firmes vis-à-vis du développement : le cas de la filière quinoa du commerce équitable en Bolivie », Mondes en développement, 2008/4 n° 144, p. 13-26.

-Cochoy Franck, « Faut-il abandonner la politique aux marchés ? Réflexions autour de la consommation engagée », Revue Française de Socio-Économie, 2008/1 n° 1, p. 107-129.

-Coutrot Thomas, « À propos du commerce équitable » Les coulisses d'un pamphlet, Mouvements, 2007/1 no 49, p. 186-193.

-Décaillot Maurice, « L'Équité économique, un projet actuel », Innovations, 2011/1 n°34, p. 185-204.

-Dehaudt Marc, « Note de lecture » Corinne Gendron, Arturo Palma Torres et Véronique Bisailon, Quel commerce équitable pour demain ? Pour une nouvelle gouvernance des échanges. , Projet, 2010/2 n° 315, p. 85-87.

-Dorman Peter, « Pourquoi la théorie internationale du commerce n'est pas une théorie du commerce international. », Une confirmation du scepticisme robinsonien, Innovations, 2001/2 no 14, p. 159-183.

-Johnson Pierre William, « Commerce équitable et mondialisation », Revue du MAUSS, 2003/1 no 21, p. 73-79.

-Sebaut Benoit, « Innover, grâce au commerce équitable », Projet, 2010/4 n° 317, p. 43-48.

Articles et revues de presse

-La Vérité du Lundi 9 janvier 2012, n°1106

-La Vérité du Mercredi 18 Janvier 2012, n°1114

-La Vérité du Mercredi 23 février 2011, n°0841

-Madagascar Matin du Vendredi 1er avril 2011, n°0536

Rapports et publications

-ARTISANS DU MONDE, Dossier de présentation, juillet 2007

-ARTISANS DU MONDE, Etude de l'impact de 25 ans de commerce équitable sur les producteurs du Sud partenaires d'Artisans du Monde, février 2004

-CITE & PFCE, Identification des freins et leviers du commerce équitable pour les organisations d'artisans a Madagascar, septembre 2011

-DgCiD, Le commerce équitable en France en 2007

-OMC, Rapport sur le commerce mondial 2013

-Solidar Suisse, Rapport sur le café espresso. Halte à l'exploitation dans le commerce du café !

-Trade For Development Center & Coopérative Technique Belge, Le commerce équitable en 2009, Document de travail – Mars 2009

TABLE DES MATIERES

REMERCEMENTS.....	i
AVANT-PROPOS.....	ii
SOMMAIRE.....	iii
GLOSSAIRE.....	iv
LISTE DES TABLEAUX.....	vi
LISTE DES FIGURES.....	vi
LISTE DES ENCADRÉS.....	vii
LISTE DES ACRONYMES.....	viii
INTRODUCTION.....	1
PARTIE I – CONSIDÉRATIONS GÉNÉRALES SUR LE COMMERCE ÉQUITABLE.....	3
Chapitre 1 : Description du commerce équitable.....	3
<i>Section 1 : Les fondements du commerce équitable.....</i>	3
1) Le dialogue, la transparence et le respect comme fondement du commerce équitable.....	4
2) La consommation socialement responsable comme fondement du commerce équitable.....	5
3) La justice dans l'échange comme fondement du commerce équitable.....	7

<i>Section 2 : Historique du commerce équitable et les variétés du commerce équitable.....</i>	9
1) Historique du commerce équitable.....	10
2) Les formes de commerce équitable.....	11
2-1) Le commerce équitable de filière ou intégré.....	12
2-2) Le commerce équitable labellisé.....	14
Chapitre 2 : Commerce équitable et le marché traditionnel.....	16
<i>Section 1 : Commerce équitable alternative au commerce traditionnel.....</i>	16
1) Commerce équitable comme une alternative au libéralisme.....	16
2) Le commerce équitable comme moyen de réappropriation du marché.....	17
<i>Section 2 : Commerce équitable comme outil de développement.....</i>	18
1) Le commerce équitable comme moyen d'auto développement....	19
2) Le commerce équitable comme moteur du développement durable.....	21
PARTIE II – RÉALITÉS ET DÉBATS SUR LE COMMERCE ÉQUITABLE.....	24
Chapitre 1 : Les réalités sur la tendance mondiale du commerce équitable.....	24
<i>Section 1 : L'état de lieux du commerce équitable dans le Nord.....</i>	24
1) Le commerce équitable en France.....	24

2) Le commerce équitable en Belgique.....	29
<i>Section 2 : Les retombés du commerce équitable dans le Sud.....</i>	<i>31</i>
1) Les impacts socioéconomiques du commerce équitable sur les producteurs du Sud.....	32
2) L'affermissement au niveau de l'empowerment dans les pays du Sud.....	33
Chapitre 2 : Les discussions sur le commerce équitable.....	36
<i>Section 1 : Les défis à relever dans le commerce équitable.....</i>	<i>36</i>
1) Les défis vis-à-vis de la consommation équitable et aux consommateurs de produit équitable.....	36
2) Les défis d'organisations dans le commerce équitable.....	37
<i>Section 2 : Les contradictions et critiques liés au commerce équitable.....</i>	<i>38</i>
1) La question de la sécurité alimentaire et de l'environnement.....	38
2) La question de la redistribution, de la souveraineté des consommateurs et de l'alliance du commerce équitable avec les grandes distributions.....	40
PARTIE III – MADAGASCAR ET LE COMMERCE ÉQUITABLE.....	42
Chapitre 1 : Panorama sur le commerce équitable à Madagascar.....	42
<i>Section 1 : L'environnement socioéconomique de Madagascar.....</i>	<i>42</i>
1) Caractéristique socioéconomique et démographique de Madagascar.....	42

2) Tour horizon en matière d'échange extérieur de Madagascar.....	44
<i>Section 2 : Genèse et acteur du commerce équitable à Madagascar.....</i>	<i>45</i>
1) La naissance du commerce équitable et ses acteurs à Madagascar.....	45
2) Cadre réglementaire du commerce équitable et les tâches des acteurs du commerce équitable.....	47
Chapitre 2 : Approche analytique du commerce équitable à Madagascar.....	49
<i>Section 1 : Le commerce équitable comme moyen de lutte contre la pauvreté et de la promotion du développement durable.....</i>	<i>49</i>
1) Le commerce équitable comme levier économique pour les agriculteurs/producteurs malgache.....	49
2) Le commerce équitable comme outil pour le développement durable à Madagascar.....	56
<i>Section 2 : Les obstacles du commerce équitable à Madagascar et perspective d'avenir.....</i>	<i>58</i>
1) Les obstacles liés au commerce équitable à Madagascar.....	58
2) Réflexion et perspective sur le commerce équitable à Madagascar.....	61
CONCLUSION.....	63
ANNEXES.....	x
BIBLIOGRAPHIE.....	xiii
TABLE DES MATIÈRES.....	xvi

Nom : NDIMBIARISON

Prénoms : Jean Marc

Titre : ENJEUX ET RÉALITÉS DU COMMERCE
ÉQUITABLE : CAS DE MADAGASCAR

Nombre de pages : 64

Tableau : 6

Graphique : 8

RÉSUMÉ

Le XXI^e siècle est caractérisé par l'intensification des échanges commerciaux où chaque pays cherche à trouver sa place. Toutefois, cette intensification des échanges s'est soldée par un échange inégal au bénéfice des grandes puissances et au détriment des petits agriculteurs/producteurs du Sud. Cependant émergence du commerce équitable a donné un nouveau souffle aux agriculteurs/producteurs du Sud en leur garantissant un prix juste qui leur permet de pouvoir couvrir la totalité de leurs coûts de production et de vivre dans la dignité. En plus de la promotion d'un échange plus juste en faveur des petits agriculteurs/producteurs du Sud, le commerce équitable peut contribuer d'une manière conséquente au développement durable. L'objet même de ce travail de montrer les vertus du commerce équitable et des questions qui le sous-tendent et d'en apporter des réflexions sur son devenir.

Mots clés : Échange inégal, commerce équitable, prix juste, dignité, développement durable

Encadreur : Madame Lalao RAJAOSON

Adresse de l'auteur : Lot N° 31 Cité Andohaniato-Ambohipo