

Comité français pour le sommet mondial du développement durable Groupe 12 : commerce éthique et commerce équitable

Président : Alain Chosson, CLCV
Rapporteur : Pierre Johnson, Alliance pour un monde responsable, pluriel et solidaire

Introduction : commerce international et développement durable

Le commerce international est-il un facteur de développement durable ?

Le commerce international a connu une croissance lente depuis plusieurs siècles, qui s'est brutalement accélérée depuis les années 1970, en raison des cycles de libéralisation dans le cadre du GATT puis de l'Organisation Mondiale du Commerce. Malgré l'omniprésence de l'information dans nos sociétés, les effets sociaux et environnementaux de ce phénomène restent mal connus par ceux et celles-là même qui y participent comme producteurs ou comme consommateurs. L'impact du commerce international dans les pays en développement est cependant loin d'être aussi positif que celui annoncé par certaines théories ou politiques économiques.

Les prix fixés au niveau mondial pour les produits agricoles et les matières premières, notamment, apparaissent comme extrêmement bas et fluctuants, et ne permettent pas d'assurer aux producteurs de ces pays (agricultures, artisans et salariés), qui ensemble forment au moins la moitié de la population mondiale, un revenu décent et en rapport avec le travail fourni. Ce sont des prix qui sont souvent imposés par les grands opérateurs (multinationales et spéculateurs), pour s'assurer les plus larges marchés possibles, souvent aux dépens de toute considération de développement durable. Ces mécanismes de formation des prix, en partie déconnectés des réalités de la production, ne permettent pas non plus aux consommateurs d'avoir une information fiable sur la vérité des coûts.

L'**Agenda 21** suggère cependant que le développement durable dans ces pays pourrait être accéléré par une coopération internationale basée sur des relations commerciales :

« un système commercial multilatéral ouvert, équitable, sûr, non discriminatoire, prévisible, compatible avec les objectifs du développement durable, et conduisant à une répartition optimale de la production mondiale selon les principes de l'avantage comparatif est [serait] bénéfique pour tous les partenaires commerciaux. De plus, un meilleur accès des exportations des pays en développement aux marchés des pays développés, allant de pair avec des politiques macro-économiques et environnementales rationnelles aurait sur l'environnement une incidence bénéfique et apporterait de ce fait une contribution importante au développement durable ».

Le même texte indique que la libéralisation des marchés, et donc le commerce international, peuvent être des conditions du développement durable à condition que :

1/ Les pays développés ouvrent plus qu'ils ne le font leurs marchés aux produits des pays en développement.

2/ Des accords puissent être négociés pour soutenir le prix des produits de base dont dépendent en grande partie les exportations des pays en développement.

3/ Ces pays développent des activités de transformation et la distribution, améliorent les méthodes de commercialisation et rendent le secteur des produits de base plus compétitif ; diversifient leur économie pour la rendre moins tributaire des exportations de produits de base; fassent en sorte que les prix des produits de base traduisent une utilisation efficiente et durable des facteurs de production et reflètent également le coût de cette production du point de vue de l'environnement et des ressources et sur le plan social.¹

Or, dix années après la Conférence de Rio de Janeiro, un tel système commercial multilatéral « ouvert, équitable, sûr, non discriminatoire, prévisible, compatible avec les objectifs du développement durable... » reste dans une grande mesure encore à construire. Les acteurs du commerce équitable et éthique partagent les objectifs énoncés ci-dessus, mais ont pris conscience que ceux-ci ne peuvent pas être atteints par le seul effort des pays producteurs, et que les obstacles à leur réalisation proviennent des structures actuelles du commerce international.

Ils défendent une conception de l'économie qui place l'être humain en son centre, et qui ne limite pas les échanges entre êtres humains aux produits, aux services ou à la monnaie. Leurs actions s'appuient sur la prise de conscience d'une partie des consommateurs, à la recherche de nouveaux repères et de plus en plus sensibles aux questions sociales et environnementales. Elles se traduisent par la mise en place de partenariats concrets avec les pays producteurs, alliant les principes du commerce, de l'équité, de la transparence et de la durabilité. Il ne s'agit pas d'opposer commerce « traditionnel » et commerce éthique et équitable, mais bien plutôt de promouvoir des pratiques commerciales éthiques et équitables qui interrogent les méthodes de production, distribution et consommation aujourd'hui dominantes, et mettent en valeur des principes pouvant faire évoluer les pratiques commerciales dominantes.

Commerce éthique et équitable : des initiatives visant à rééquilibrer les rapports commerciaux

Le commerce équitable et le commerce éthique sont deux types d'initiatives complémentaires qui visent à rééquilibrer et rendre plus transparentes les relations commerciales entre les producteurs ou salariés du Sud² et les consommateurs du Nord. Parmi les pays développés, l'Europe joue un rôle de pionnier et de leader dans la mise en place de systèmes de commerce équitable ; et certaines entreprises européennes sont fortement impliquées dans le commerce éthique. Les pays du Nord de l'Europe les ont initiés plus tôt, mais au cours des dernières années, les acteurs français ont pris des initiatives visant au développement de ce type de relations, quelques unes d'entre elles originales et novatrices.

Le **commerce équitable** se caractérise par la mise en place de partenariats et de relations commerciales entre producteurs et consommateurs basées sur l'équité (notamment par le prix), le partenariat, la confiance (grâce à l'application des principes de transparence et de traçabilité), l'intérêt partagé, garantis par des critères précis. Né dans les années 1960, sous la forme de centrales d'achat et de magasins spécialisés de produits du Sud vendus à des conditions équitables, ses pratiques se sont diversifiées et étendues depuis la fin des années 1980, grâce notamment à la mise en place de labels de commerce équitable et à une plus grande conscience des consommateurs.

¹ Agenda 21 section 1 Dimensions sociales et économiques, chapitre 2. Coopération internationale visant à accélérer un développement durable dans les pays en développement et politiques nationales connexes, 2A. Promouvoir un développement durable par le commerce.

² Les termes « pays du Nord » et « pays du Sud » sont pris ici dans un sens générique, et non géographique.

« Pays du Nord » désignent les pays pleinement industrialisés, « Pays du Sud » désigne les pays en développement ou en transition. L'Europe de l'Est peut être incluse dans les pays du Sud, de même que l'Australie dans les pays du Nord. En un sens, les élites des pays en développement appartiennent au Nord, tandis que les populations marginalisées des pays industrialisés connaissent des conditions similaires à celles du Sud.

Le mouvement du commerce équitable a défini des **principes**, qui sont :

- Des relations directes entre producteurs et consommateurs, en limitant le plus possible les intermédiaires.
- La définition d'un juste prix permettant au producteur et à sa famille de vivre dignement, auquel s'ajoute dans de nombreux cas une prime de développement (voir ci-dessous).
- La plus grande transparence possible sur la formation du prix des produits (la part revenant à chacun des opérateurs est rendue publique).
- Dans le cas où les producteurs sont des salariés, le respect des conditions de travail correspondant au minimum aux normes internationales du Bureau International du Travail ou du pays si celles-ci sont supérieures à celles-là (salaire minimum, droit d'association, interdiction du travail forcé, etc.).
- La possibilité pour les producteurs d'obtenir un préfinancement si ceux-ci le demandent.
- La mise en place de relations et de contrats à long terme, basés sur le respect mutuel et des valeurs éthiques. Ces relations visent non seulement un prix juste, mais aussi un développement durable des groupes de producteurs ou de salariés.
- Les organisations de commerce équitable ont établi dans certains cas des critères de « progrès », assurant une progression des groupes de producteurs ou de salariés au-delà de ces conditions minimales.

Les acteurs du commerce équitable se sont d'abord portés sur des produits de base et des produits artisanaux. La prime (surprix) cédée aux producteurs pour ces produits, lorsqu'elle existe, est gérée collectivement par les organisations (coopératives, comités) qui les regroupent, leur donnant la possibilité d'agir pour le développement local (développement social, environnement, diversification des activités). Le commerce équitable correspond à une démarche qui peut s'appliquer également à d'autres produits ou services. Le tourisme équitable, l'épargne solidaire, sont des pratiques nouvelles largement convergentes et complémentaires avec le commerce équitable, mais qui demandent parfois à être mieux définies.

Preuve du rôle pionnier de l'Europe, les initiatives du commerce équitable y sont regroupées de façon cohérente (selon le type d'initiatives) en quatre fédérations internationales : la Fédération Internationale pour un Commerce Alternatif (IFAT), la Fédération Européenne du Commerce Équitable (EFTA), le Réseau de Magasins du Monde Européens (NEWS !) et l'Organisation Internationale de Labellisation du Commerce Équitable (FLO). En France, la Plate-forme Française du Commerce Équitable, de constitution récente, a vocation à regrouper tous les acteurs du commerce équitable, en garantissant à la fois la promotion et la reconnaissance de la diversité de ce secteur.

Le **commerce éthique**, pour sa part met l'accent sur la responsabilité sociale des entreprises, notamment des entreprises du Nord qui ont des relations commerciales importantes avec le Sud (fournisseurs, sous-traitants ou matières premières venant de ces pays). Par leur puissance économique, les grandes entreprises et les grands distributeurs ont le pouvoir d'influer sur les conditions sociales et environnementales dans les pays du Sud où ils opèrent. Il est généralement reconnu que le pouvoir de certaines entreprises multinationales dépasse celui de nombreux pays. Le commerce éthique vise à faire respecter des conditions sociales et environnementales minimales, basées sur les normes internationales reconnues, comme celles de l'Organisation Internationale du Travail pour ce qui est des droits des salariés (salaires minimaux, droit d'association, etc.), et à encourager le progrès social pour les travailleurs de ces entreprises.

Parmi les initiatives visant à développer un commerce éthique, on peut distinguer les démarches volontaires de certaines entreprises, des campagnes et actions menées par des associations indépendantes et des syndicats. Les premières s'appuient souvent sur des *codes de conduite*. Parmi les secondes, signalons les actions du collectif « De l'éthique sur l'étiquette », qui fait lui-même partie du réseau européen « Clean Clothes ». Les actions menées par ce collectif répondent essentiellement à deux objectifs : la sensibilisation des consommateurs (consommateurs individuels mais aussi collectivités locales dans le cadre de leurs achats publics) aux enjeux du commerce éthique, et la création d'un label social.

Les codes de conduite apparaissent comme des outils intéressants pour une régulation sociale et environnementale du commerce. Leur application potentielle est très large, puisqu'ils peuvent en principe s'appliquer sinon à tous du moins à de nombreux types de commerce, alors que, sous sa forme actuelle, le commerce équitable reste limité à quelques produits. Malgré le recours à des cabinets indépendants, des questions restent posées sur la conception des codes de conduite et la mise en place de mécanismes de vérification effectifs. Les acteurs français insistent sur la participation de toutes les parties prenantes, syndicats, travailleurs du Sud et organisations non gouvernementales de défense des droits économiques et sociaux, à ces processus.

La contribution du commerce éthique et du commerce équitable au développement durable

Le commerce éthique et le commerce équitable opèrent principalement suivant un axe Nord / Sud, parce qu'il apparaît que c'est sur cet axe que les rapports commerciaux actuels ont le plus besoin de réglementations intégrant la dimension éthique. Avec d'autres initiatives complémentaires, comme l'économie solidaire et la finance solidaire, ils contribuent à la définition d'une économie au service de l'être humain dans le respect de l'environnement.

La conception généralement reconnue du développement durable repose sur la convergence des objectifs sociaux, environnementaux et démocratiques. Selon le principe 1 de la déclaration de Rio : "les êtres humains sont au centre des préoccupations relatives au développement durable. Ils ont droit à une vie saine et productive en harmonie avec la nature". C'est dire qu'**un développement durable ne peut pas reposer sur des relations injustes, pas plus que des relations équitables ne peuvent reposer sur un développement ne respectant pas l'environnement et les droits des générations futures.** Concrètement, le commerce éthique et le commerce équitable contribuent aux objectifs du développement durable par au moins trois aspects fondamentaux :

1. Leur action vise à une meilleure **intégration des coûts environnementaux et sociaux de la production**. S'opposant au dumping social, ils offrent au consommateur individuel ou collectif la possibilité de prendre en compte ces dimensions pendant l'acte d'achat.
2. Les relations établies, notamment dans le cas du commerce équitable, reposent sur de véritables **partenariats entre producteurs et consommateurs**. Ces partenariats garantissent le respect des critères d'équité, la fiabilité de l'information, ainsi qu'une véritable traçabilité et transparence sur les conditions sociales et souvent environnementales de production.
3. La régulation des relations commerciales par **la prise en compte de la dimension éthique** (qui recouvre notamment les conditions sociales de production) **et de la durabilité**. Reposant sur un acte conscient des consommateurs, les relations établies sont souvent plus durables. Grâce aux conditions qu'elles garantissent aux salariés et/ou producteurs, ces pratiques peuvent devenir de véritables outils pour un développement durable des territoires.

Recommandations face aux défis actuels du commerce éthique et du commerce équitable

Les pratiques présentées plus haut sont assurément novatrices, et constituent des outils pour un développement durable s'appuyant sur de nouvelles dynamiques économiques. Sous l'emploi de termes génériques désignant un mouvement d'ensemble, des valeurs et des principes partagés, elles forment un ensemble caractérisé par la diversité des initiatives. Dans le cadre de ce groupe de travail du Comité Français pour le Sommet Mondial du Développement Durable, nous présentons plus loin certaines des initiatives françaises dans ces domaines, en insistant sur un échantillon de type 2 (partenariats étroits avec des acteurs de pays du Sud).

Cette présentation ne serait pas complète si l'on n'évoquait pas les défis auxquels elles sont actuellement confrontées, défis pour lesquels certaines initiatives sont une réponse :

1. Développer le commerce éthique et le commerce équitable.

Malgré une certaine notoriété en France, et plus encore dans d'autres pays d'Europe, le commerce équitable concerne une part très réduite des relations commerciales. Sa part dans le commerce international et les achats privés ou publics reste très minoritaire, voire confidentielle. Il en va de même pour le commerce éthique, concept encore nouveau, et qui demande, on l'a vu, une meilleure définition. L'intérêt de ces pratiques tient davantage à leur capacité à générer des relations commerciales exemplaires pour le développement social et le développement durable qu'à leur importance actuelle en chiffres absolus. Si les filières existantes prenaient une valeur d'exemplarité, la généralisation de ce type de relations commerciales pourrait avoir un effet de levier important.

Le développement du commerce éthique et du commerce équitable suppose un engagement non seulement du citoyen-consommateur, mais aussi des autorités publiques, afin de fournir un cadre législatif adapté, et des acteurs collectifs (collectivités et entreprises, principalement). De ce point de vue, les acteurs du commerce éthique proposent la création d'un label social garantissant « la bonne qualité sociale » des produits. Ce label serait garanti par un contrôle indépendant. Des changements dans la législation devraient permettre d'intégrer dans la commande publique et les appels d'offre la dimension éthique et sociale. La récente modification de l'article 14 du code des achats publics en France est un premier pas dans ce sens.

Le développement de ces formes de commerce nécessite également que soit abordé un certain nombre de questions essentielles pour emporter l'adhésion des consommateurs. La question des prix tout d'abord, impliquant entre autres une réflexion sur la vérité des coûts et du calcul des prix, et en particulier sur les politiques commerciales de nombreux distributeurs ; celle des moyens à mettre en œuvre pour que la consommation éthique et équitable soit accessible à tous et ne constitue pas le privilège d'une partie militante et/ou favorisée de la population ; et enfin la question de la lisibilité et de la précision de l'information donnée, pour que les consommateurs ne soient pas perdus face à une multiplication de signes de qualité mal identifiés.

2. Mettre en place un démarche de qualité globale partagée avec les pays du Sud

Les notions de commerce équitable et de commerce éthique ont acquis en France une audience beaucoup plus large qu'il y a quelques années.³ Malgré une progression encore modeste de ces secteurs en terme commercial, la demande pour des preuves de qualité allant au-delà des obligations légales se développe. On assiste également à la multiplication des démarches et des acteurs. Dans un contexte où l'information donnée aux consommateurs reste incomplète, cette progression comporte aussi certains risques. La dimension "éthique" et la mise en place de codes de conduite peuvent être vue par certaines entreprises ou distributeurs comme un argument marketing, sans que les instruments de contrôle sur les allégations faites soient mis en œuvre.

Une réflexion est en cours dans plusieurs pays européens visant à la définition de lignes directrices et de principes communs permettant de mieux caractériser les pratiques de commerce équitable et de commerce éthique. En France cette réflexion intègre l'ensemble des acteurs concernés, associations de consommateurs, de commerce équitable⁴, institutions internationales, pouvoirs publics, organisations de solidarité internationale. Un groupe de travail a été mis en place par l'AFNOR (Association Française de Normalisation) pour réfléchir à cette question. Différentes initiatives visent à la régulation du commerce éthique : citons le label Finansol pour la finance solidaire et les actions du collectif De l'Ethique sur l'Etiquette pour le monitoring de secteurs comme le textile ou l'industrie du jouet.

Il existe dans les pays en développement des regroupements de producteurs et des réseaux reliant des acteurs du commerce équitable, de l'économie solidaire et/ou de l'entrepreneuriat responsable. Cette dimension doit être davantage pris en compte par les acteurs du Nord. Une véritable démarche de certification du commerce éthique et équitable devrait être co-produite par les acteurs du Nord et du Sud.

3. Agir en synergie avec d'autres initiatives visant au développement durable

Le commerce éthique et le commerce équitable ne sont bien entendu pas les seules initiatives s'appuyant sur les relations économiques et visant un développement durable. L'agriculture biologique, la mise en place d'indications d'origine géographique et l'écologie industrielle sont quelques unes des initiatives complémentaires. Certaines affinités existent déjà entre ces initiatives: les produits du commerce équitable sont généralement produits dans le respect de l'environnement et sont de plus en plus souvent de qualité biologique (pour les produits alimentaires), et une partie de mouvement de l'agriculture biologique prête une attention particulière au respect des conditions sociales. Cependant, le commerce équitable et le commerce éthique doivent encore prendre position sur la préservation de l'environnement.

Les risques auxquels sont confrontés ces mouvements visant au développement durable sont similaires : danger de récupération par des stratégies de marketing n'offrant pas de réelles garanties aux consommateurs, accessibilité réduite pour les consommateurs ayant un pouvoir d'achat modeste, manque de lisibilité des pratiques lorsqu'elles apparaissent comme concurrentes et dispersées, notamment.

A condition de répondre à ces défis par une meilleure définition et lisibilité de leurs pratiques et de leurs principes, tous les mouvements visant au respect de critères de progrès en matière sociale et environnementale sont complémentaires dans le cadre de la recherche d'un développement et d'un commerce durable. Leur coordination garantirait au consommateur une qualité globale, respectant à la fois l'environnement et la société.

³ Sondage IPSOS - Septembre 2001 - Les Français et le commerce équitable : en un an, le niveau de notoriété du commerce équitable a plus que doublé puisque aujourd'hui, 1 Français sur 5 déclare avoir entendu parler du commerce équitable contre 1 sur 10 seulement en octobre 2000. Une fois informés sur les vertus de ce mode de consommation, 90% des personnes déclarent leur préférence pour des produits issus du commerce équitable. Source : Max Havelaar.

⁴ La Plate-forme Française du Commerce Équitable coordonne en France les acteurs du commerce équitable, en respectant la diversité de leurs démarches.

4. Reconnaître les initiatives locales au Nord et au Sud

Tels qu'ils sont actuellement conçus et mis en œuvre par leurs acteurs, le commerce éthique et le commerce équitable opèrent principalement dans une dimension Nord / Sud. La solidarité internationale apparaît en effet comme une des priorités actuelles du développement durable.

Cependant, celui-ci ne pourra pas être atteint sans une progression des critères sociaux et environnementaux à la fois dans les pays du Nord et dans ceux du Sud. De nouveaux partenariats peuvent se développer, permettant une production et un commerce plus durables dans ces pays. Ces partenariats devraient se baser sur la collaboration d'acteurs impliqués dans le commerce équitable, l'économie solidaire et d'autres mouvements visant à intégrer la solidarité et le développement durable aux relations économiques.

Les acteurs du Sud s'efforcent aussi de gagner une plus grande autonomie, et mettent en place des initiatives visant au développement de la solidarité et de l'équité dans leurs espaces nationaux et régionaux. Dans le cadre des partenariats actuels, le collectif *De l'Éthique sur l'Étiquette* s'appuie sur des organisations du Sud pour la vérification des conditions de production chez les sous-traitants des grandes entreprises. L'organisation Yamana et le "chantier Commerce Équitable" de l'Alliance pour un monde responsable, pluriel et solidaire se proposent pour leur part d'identifier et de faire reconnaître des initiatives du Sud dans le domaine du commerce équitable.

Conclusion

Dix ans après la conférence de Rio de Janeiro, la progression du commerce international n'a pas eu les effets escomptés sur le développement durable des pays du Sud et du Nord. Dans certains cas, il a au contraire fait progresser les inégalités et accru la pression sur l'environnement naturel. Progressivement, les scientifiques et les populations prennent conscience que les modes de consommation dominants, ceux des pays industrialisés et de l'élite des pays en développement, ne sont ni durables ni généralisables à l'ensemble de la planète. Leur impact sur les modes de production au Sud est souvent négatif, et ils constituent des modèles qui tendent à se répandre mondialement, rendant plus difficile la recherche et la diffusion d'alternatives.

Les instruments juridiques permettant une régulation du commerce international par la prise en compte de ses effets sur les conditions sociales et environnementales des pays producteurs et consommateurs sont actuellement quasi inexistantes. Le commerce éthique et le commerce équitable questionnent les cadres actuels du commerce international, et proposent des pratiques conciliant les relations économiques avec le progrès social et la préservation de l'environnement. Les consommateurs, les pouvoirs publics et les entreprises ont le pouvoir de faire progresser ces pratiques, pour qu'elles représentent une part toujours plus importantes des relations commerciales. Les principes qui les guident pourraient être intégrés dans le cadre d'une nouvelle gouvernance, qui proposerait une articulation entre le commerce et la gestion de biens publics à l'échelle mondiale (incluant notamment le droit social, la préservation de l'environnement et des ressources naturelles, et la sécurité alimentaire).

Initiatives

« Développement du commerce équitable en Afrique », projet soutenu par la Plateforme Française du Commerce équitable et la DGCID du MAE (Direction Internationale de la Coopération Internationale et du Développement du Ministère des Affaires Etrangères).

« Accompagnement et valorisation de labels régionaux de commerce équitable, à partir du label mexicain de commerce équitable », projet soutenu par Yamana, la DIES (Délégation Interministérielle à l'Innovation Sociale et à l'Economie Sociale) et l'Alliance pour un monde responsable, pluriel et solidaire.

« Réseaux de villes exemplaires pour les achats publics », présenté par le collectif « De l'Ethique sur l'Etiquette » et Cités Unis France.

« Tourisme pour un développement durable dans les pays les moins avancés », présenté par ARTODEV-SARL, Ouagadougou (Burkina Faso), soutenu par la DGCID.

Participants

AFNOR, Alliance pour un monde responsable et solidaire, Les Amis de la Terre, Auchan, CFE-CGC, CLCV, Collectif de l'éthique sur l'étiquette, Max Havelaar France, Délégation Interministérielle à l'Innovation Sociale et à l'Economie Sociale, INDECOSA CGT, Ministère des Affaires Étrangères – DGCID, Plate-Forme du Commerce Equitable (PFCE), Yamana.