

**Le commerce équitable en Suisse
dans l'optique d'une économie
solidaire de développement
international**

Stéphanie Doré

*sous la direction de
Jacques Caillouette, Université de Sherbrooke*

Note sur l'auteur :

Stéphanie Doré vient de terminer un programme de Maîtrise en Service social à l'Université de Sherbrooke. Une partie de sa scolarité s'est réalisée à l'Institut universitaire d'études du développement à Genève (IUED) en Suisse. Elle est professionnelle de recherche à la Chaire de recherche du Canada en développement des collectivités (CRDC) à l'Université du Québec en Outaouais, dirigée par Louis Favreau. Ce texte constitue la version intégrale de son mémoire de Maîtrise en Service social sous la direction de Jacques Caillouette, professeur au Département de Service social à l'Université de Sherbrooke.

*Publication de la Chaire de recherche du Canada en développement des collectivités
(CRDC), de l'Université du Québec en Outaouais*

Qualité d'impression
et de reproduction
garantie par l'Université de Sherbrooke

Série : Mémoires de maîtrise, numéro 7

ISBN : 2-89251-265-4

Septembre 2005

Résumé

La présente recherche se concentre sur le commerce équitable en Suisse. Notre question de départ est de comprendre comment se situe le commerce équitable, avec ses enjeux et ses stratégies, dans le cadre de l'économie solidaire et du développement international en utilisant l'expérience d'un pays où ce commerce jouit d'une importante popularité.

Le chapitre de méthodologie explique notre démarche de recherche. Nous abordons notre sujet par une approche qualitative et une logique inductive qui part du discours des acteurs sur le terrain. Nous avons eu l'opportunité de séjourner en Suisse pour une période de dix mois et d'aller à la rencontre de ces acteurs. Du même coup, nous avons pu réaliser des entrevues et des observations. Nos personnes informatrices nous ont aidé à comprendre la nature de ce mouvement, car elles y sont très impliquées et la plupart ont été présentes dès la création de leur organisation.

L'analyse globale de la problématique introduit le sujet et permet de mieux comprendre son contexte de déploiement. La mondialisation néolibérale actuelle crée des inégalités et est source d'effets pervers pour les pays les plus pauvres. Différentes stratégies sont mises de l'avant par la coopération internationale, pour rétablir un certain équilibre, dont le commerce équitable. Nous l'abordons comme une forme d'économie solidaire et d'outil au développement durable pour des communautés du Sud et ce, dans une perspective d'aide et de coopération internationale.

Dans notre analyse nous établissons d'abord un portrait global de la Suisse en démontrant comment la position et l'histoire de ce pays en font un terrain fertile au développement du commerce équitable. Depuis leur venue chez les Helvètes, les produits issus du marché équitable n'ont cessé de croître en nombre, et de leur côté les acteurs se sont multipliés en diversifiant leurs axes d'intervention. Certains privilégient l'information et la sensibilisation du public tandis que d'autres se concentrent davantage sur les débouchés économiques.

Par la suite, notre analyse fait ressortir les enjeux du commerce équitable présents en Suisse. Ce commerce bénéficie d'une reconnaissance de l'État, mais les acteurs revendiquent plus d'intervention du gouvernement pour protéger ce type de commerce. Aussi l'introduction des produits dans la grande distribution, comme dans les restaurants Mac Donald's, crée un profond débat sur l'orientation de ce commerce en Suisse. Enfin, nous relevons les questions des acteurs rencontrés sur l'apport mitigé du commerce équitable pour les communautés du Sud.

Finalement, nous proposons une réflexion synthèse sur les fondements idéologiques du commerce équitable et ses perspectives d'avenir. Nous relevons quelques éléments de discussion sur la place du commerce équitable dans l'aide internationale ainsi qu'au niveau du rôle des consommateurs dans le commerce international.

Remerciements

J'aimerais tout d'abord remercier mon directeur de Maîtrise M. Jacques Caillouette, professeur au département de Service social. J'ai toujours senti qu'il croyait et accordait un grand intérêt à mon projet de recherche ce qui m'a grandement aidé à aller jusqu'au bout dans un esprit positif. Son support, sa disponibilité et ses réflexions ont été pour moi d'une aide remarquable.

Merci au département de Service social et plus particulièrement à Mme. Suzanne Garon, professeur au département de Service social et directrice du programme de Maîtrise en Service social de 2002 à 2004, sans qui la poursuite de mes études en Suisse n'aurait pu être possible. Merci aussi à Mme. Garon et à M. Michel Lafleur pour avoir alimenté mes réflexions au cours de mon processus de recherche et avoir accepté de faire partie du jury d'évaluation.

Merci aux acteurs du commerce équitable en Suisse qui m'ont tous accueilli chaleureusement et qui ont accepté de livrer ouvertement leurs riches expériences. Leurs réflexions sur le commerce équitable ont grandement contribué à l'avancement de ma recherche. Je souhaite que leur apport soit bénéfique au développement du commerce équitable au Québec.

Enfin, un très grand merci à tous mes proches et mes collègues d'études qui ont su m'accompagner, m'encourager et me conseiller tout au long de ce travail.

Table des matières

Résumé.....	2
Remerciements.....	4
Liste des sigles et abréviation	8
Introduction.....	9
1. Méthodologie de recherche.....	14
1.1. Le type de recherche	14
1.2. L'échantillonnage	19
1.3. Les catégories.....	23
1.4. La collecte de données	27
1.5. L'analyse des données	29
2. Problématique	31
2.1. Un contexte de mondialisation.....	31
2.1.1. L'idéologie prédominante.....	32
2.1.2. Les petits producteurs marginalisés	35
2.2. Les courants de pensée de la coopération internationale	40
2.3. La réponse du commerce équitable.....	45
2.3.1. Le mouvement	46
2.3.2. Les acteurs et leurs liens	48
2.3.3. Les modèles théoriques.....	56

3. L'expérience suisse en matière de commerce équitable.....	60
3.1. Un terrain propice pour le commerce équitable.....	60
3.2. La naissance du commerce équitable.....	66
3.3. Les acteurs suisses et les réseaux internationaux.....	70
4. Les enjeux du commerce équitable en Suisse.....	85
4.1. Le rapport à l'État	85
4.1.1. Niveau fédéral.....	87
4.1.2. Niveau cantonal	92
4.2. La «MacDonalisation» du commerce équitable	96
4.3. Le commerce équitable aide-t-il les pays du Sud?.....	102
5. Éléments de synthèse	109
5.1. Les différents fondements idéologiques : entre militantisme et pragmatisme	110
5.2. Les perspectives d'avenir.....	115
5.2.1. Un outil de promotion de la démocratie	115
5.2.2. Un commerce international équitable	119
Annexe I : Liste des personnes informatrices.....	123
Annexe II : Grille d'entrevue.....	124
Annexe III : Schéma de la route conventionnelle du café.....	126
Annexe IV : Schéma de la route alternative du café	127
Bibliographie.....	128

Table des illustrations

Figure 2.1. : Contexte et enjeux de la production dans les pays en développement.....	39
Figure 2.2. : Le développement durable	44
Figure 2.3. : Les acteurs et le fonctionnement du commerce équitable.....	55
Tableau 3.1. : Produits certifiés par Max Havelaar Suisse	69

Liste des sigles et abréviation

APD : Aide publique au développement

ASRO : Association romande des
Magasins du Monde (Suisse)

BM : Banque mondiale

CNUCED : Conférence des Nations
Unies pour le commerce et le
développement

DDC : Direction du développement et de
la coopération (Suisse)

EFTA : European fair trade association

FGC : Fédération genevoise de
coopération (Suisse, canton de Genève)

FEDEVACO : Fédération vaudoise de
coopération (Suisse, canton de Vaud)

FLO : Federation of labelling
organization

FMI : Fond monétaire international

GATT: General agreement on tariff and
trade

IFAT: International federation for
alternative trade

IUED : Institut universitaire d'études du
développement

NEWS!: Network of European world
shop

OCDE : Organisation de coopération et
de développement économique

OCE : Organisme de commerce
équitable

OIT : Organisation internationale du
travail

OMC : Organisation mondiale du
commerce

ONU : Organisation des Nations Unies

ONG : Organisation non
gouvernementale

PAS : Programme d'ajustement
structurel

PNUD : Programme des Nations Unies
pour le développement

SECO : Secrétariat d'État à l'économie
(Suisse)

Introduction

C'est avec un intérêt particulier pour les questions reliées au développement international et les problèmes de sous-développement que nous nous intéressons au commerce équitable. Cette nouvelle stratégie de développement se veut très spécifique et originale par rapport à ce qui a déjà été fait dans l'aide humanitaire et l'aide au développement. Il s'agit d'une forme de mobilisation qui émane de la société civile en revendiquant une nouvelle manière de consommer. Il est fascinant de constater l'ampleur que le mouvement a acquise depuis ses débuts.

Une des plus évidentes raisons qui nous pousse à entamer une recherche sur le commerce équitable est la nouveauté de la pratique à l'heure actuelle. Peu de recherches servent de point de référence jusqu'à ce jour. Pourtant, parmi la panoplie de stratégies tentées dans la coopération internationale, celle du commerce équitable propose des moyens concrets qui permettent un réel développement local des communautés du Sud. Or, une recherche plus approfondie sur les stratégies et les enjeux du commerce équitable permet de démontrer à quel point il s'agit d'une pratique intéressante pour le développement.

Par son caractère de coopération Nord-Sud, le commerce équitable nécessite non seulement une intervention au Sud, mais aussi au Nord en ce qui a trait à la consommation responsable. On remarque que le commerce équitable est tout jeune au Québec, comparativement à l'Europe où il jouit d'une popularité plus importante quant à la commercialisation et à la popularité des produits. C'est en prenant l'exemple d'un pays où le commerce équitable est relativement bien développé, comme la Suisse, qu'il

est possible de mettre en lumière le cœur des enjeux actuels ainsi que les facteurs de réussite et les obstacles au développement de ce type de commerce. La Suisse présente un exemple avant-gardiste du commerce équitable par son dynamisme et sa popularité. La commercialisation des produits se fait, entre autres, par le biais de réseaux de distribution et de grandes entreprises, ce qui fait augmenter de manière considérable leur part de marché. Peu d'auteurs québécois se sont arrêtés sur cette expérience qui semble bien différente de ce que l'on connaît au Québec. Le fait d'explorer des pratiques et des approches nouvelles, dans un autre contexte permet ainsi de faire évoluer nos réflexions sur le sujet.

Évidemment rappelons que le but de cette recherche n'est pas de faire une comparaison entre la Suisse et le Québec. Toutefois, nous n'excluons pas le fait d'en dégager des questionnements pour l'avenir du commerce équitable au Québec, en utilisant l'expérience suisse comme point de repère. Le regard porté sur ce pays donne en outre l'occasion d'enrichir une réflexion plus globale sur le commerce équitable.

Les acteurs principaux qui interviennent dans le commerce équitable peuvent tirer profit de cette recherche, car elle vise également à situer le commerce équitable comme pratique d'intervention collective en lien avec la coopération internationale. En ce qui concerne le travail social, il s'agit de cadrer l'intervention dans un contexte de mondialisation et de solidarité internationale. Les pratiques de la profession doivent nécessairement s'actualiser aux réalités changeantes. En se familiarisant avec le

commerce équitable, les travailleurs sociaux sont invités à s'ouvrir sur des réalités d'ordre plutôt économique pour mieux intervenir au niveau du social.

La présente recherche est divisée en cinq chapitres. Le premier chapitre sur la méthodologie explique notre démarche de recherche. Notre question de départ est de situer le commerce équitable en Suisse, avec ses enjeux et ses stratégies, dans le cadre de l'économie solidaire et du développement international. Pour ce faire, nous abordons notre sujet par une approche qualitative et une logique inductive qui part du discours des acteurs sur le terrain. Afin d'éclairer notre compréhension nous avons jugé pertinent de rencontrer des gens qui font partis d'organisation de commerce équitable en Suisse. Comme nous avons eu l'opportunité de séjourner dans ce pays pour une période de dix mois, nous avons pu aller à la rencontre de ces acteurs. Du même coup, nous en avons profité pour faire quelques recherches documentaires et des observations de notre terrain de recherche. Nos personnes informatrices nous ont grandement aidé à comprendre la nature du mouvement, car elles y sont très impliquées et la plupart ont été présentes dès la création de leurs organisations. D'ailleurs l'analyse de notre terrain de recherche repose principalement sur l'expérience de ces acteurs clés du commerce équitable en Suisse.

Par le deuxième chapitre qui traite de la problématique, nous verrons que de la mondialisation que nous connaissons actuellement, avec ses effets pervers par la montée de l'idéologie néolibérale. Par contre, nous y voyons également des opportunités de faciliter l'introduction de plusieurs initiatives servant d'alternatives et de réponses aux conséquences de cette mondialisation. Le commerce équitable en est un bon exemple et

nous démontrons sur le plan théorique comment il s'insère dans une logique d'économie solidaire et de développement durable.

Afin de bien saisir la portée du commerce équitable en Suisse, nous avons jugé essentiel de dresser un portrait général de ce pays au troisième chapitre. Nous verrons alors quelques particularités pouvant être reliées au succès que connaît le commerce équitable. Effectivement, depuis sa venue chez les Helvètes la disponibilité des produits n'a cessé de croître, les acteurs se sont multipliés et ont diversifié leurs axes d'intervention. Certains privilégient l'information et la sensibilisation du public, tandis que d'autres se concentrent davantage sur les débouchés économiques. Il s'agit là d'un portrait nécessaire à dresser, afin de comprendre ce que représente le commerce équitable et ensuite entamer une analyse plus approfondie sur ses enjeux et ses perspectives d'avenir.

Les acteurs que nous avons rencontrés nous ont fait part de leurs préoccupations par rapport au développement du commerce équitable. Le quatrième chapitre propose trois grands questionnements qui traversent le mouvement. D'abord, nous remarquons que le commerce équitable bénéficie d'une reconnaissance de l'État, mais les acteurs revendiquent plus d'intervention du gouvernement pour protéger ce type de commerce. Aussi l'introduction des produits dans la grande distribution, comme dans les restaurants Mac Donald's, crée un profond débat sur l'orientation que prend le commerce équitable en Suisse. Enfin, nous relevons l'apport partagé du commerce équitable pour les communautés du Sud, selon les acteurs suisses.

Finalement, nous proposons une réflexion synthèse sur les fondements idéologiques du commerce équitable et ses perspectives d'avenir. Nous relevons quelques éléments de discussion sur la place du commerce équitable dans l'aide internationale ainsi qu'au niveau du rôle des consommateurs dans le commerce international.

Tout au long de notre recherche, nous étions animé par des questionnements qui ont guidé notre réflexion. Par exemple l'entrée sur scène du commerce équitable pourrait-il s'inscrire dans ce genre de mouvement international et signifier l'émergence d'un nouveau mouvement social ? Dans le cadre d'une coopération Nord-Sud, le mouvement qui s'apparente à l'introduction du social dans la sphère économique, se voulant indissociable dans l'élaboration de stratégies de développement, conduirait-il vers un réel changement social ? Le message qu'il porte serait-il une nouvelle forme de militantisme, un militantisme économique ? Quelles perspectives peut-on attribuer au phénomène, autant sur le plan des consommateurs comme militants que sur celui des possibilités d'influencer les marchés en cours à adopter des mesures éthiques ? Nous constatons que l'expérience helvétique peut nous apporter des éléments d'éclairage.

1. Méthodologie de recherche

1.1. Le type de recherche

La présente recherche sur le commerce équitable se veut exploratoire et elle s'insère dans une méthode qualitative. En effet, le but est de comprendre le phénomène étudié selon une logique inductive. C'est-à-dire que nous étudions le phénomène du commerce équitable en Suisse pour en saisir la spécificité et ainsi enrichir la réflexion sur le développement de cette pratique et sa contribution à l'économie solidaire, à la coopération internationale et au développement. L'étude nous permet de dégager des hypothèses relatives aux perspectives à l'échelle internationale du commerce équitable.

L'objectif principal de cette recherche consiste à mieux comprendre les stratégies du commerce équitable et ses enjeux actuels eu égard à l'économie solidaire et au développement international, à partir du terrain particulier de la Suisse. Considérant que la Suisse démontre une expérience très dynamique dans ce domaine, il est intéressant d'explorer les pratiques qui sous-tendent son développement. Les différents acteurs n'ont pas les mêmes visions de ce type de commerce. L'exploration de la perception de ces différents acteurs amène sur des pistes de réflexions pertinentes quant aux perspectives que nous pouvons dégager du commerce équitable comme stratégie d'économie sociale et de développement international. Dans cette optique, nous avons jugé intéressant d'orienter l'étude du commerce équitable en Suisse à travers l'expérience des acteurs concernés en considérant le sens qu'ils accordent à cette pratique.

Le fil conducteur de notre démarche repose sur une méthodologie qualitative et inductive dont on retrouve des éléments dans la méthode d'étude de cas et aussi la méthode de récits de vie. C'est en effet, à partir de l'expérience vécue par des acteurs clés, engagés dans des organisations de commerce équitable, que nous visons une meilleure compréhension de la réalité. Ces deux méthodes nous intéressent particulièrement de par leur lien avec la théorie ancrée.

Selon Yin, l'étude de cas se définit comme étant une «enquête empirique qui étudie un phénomène contemporain dans son contexte de vie réelle, où les limites entre le phénomène et le contexte ne sont pas nettement évidentes, et dans lequel des sources d'informations multiples sont utilisées»¹. Ainsi, on cherche à étudier un phénomène qui interagit et influence un contexte particulier. Cette méthode répond bien au caractère qualitatif de la recherche, car notre cela nous permet de :

[...] examiner des liens opérationnels qui doivent être retracés dans le temps plutôt que des fréquences ou des coïncidences. [...] En effet, l'étude de cas permet de saisir les caractéristiques globales et signifiantes des événements de la vie réelle, comme les cycles de vie individuels, les processus organisationnels et de gestion, les changements dans le voisinage, les relations internationales, et la maturation des industries.²

L'utilisation de l'étude de cas peut s'avérer fort pertinente car il s'agit de considérer un phénomène dans son ensemble. Dans ce cas-ci, il s'agit d'étudier le commerce équitable (considéré comme un phénomène) dans le cas d'un ensemble de pratiques de commerce équitable dans un pays donné avec son environnement propre (considérée comme un

¹ YIN, Robert (1984), dans MUCCHILLI, Alex, *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociale*, Éditions Armand Colin, 1996, p.77

² YIN, Robert, *Ibid.* p.78

ensemble). Or, il faut tenir compte de plusieurs caractéristiques définissant le cas pour arriver à expliquer le phénomène dont il fait partie, d'où la pertinence d'utiliser l'étude de cas.

Idéalement, l'étude de cas nous permettrait de faire un portrait global et plus approfondi d'un ou de plusieurs organismes de commerce équitable. Dans le cadre de cette recherche, l'étude des organisations en tant que telle n'est toutefois point notre objectif. Nous désirons plutôt étudier un phénomène à travers l'expérience de ces organisations. Cette nuance est primordiale pour bien comprendre l'utilisation partielle que nous ferons de la méthode de l'étude de cas. Il en est de même pour l'utilisation que nous envisageons pour la méthode des récits de vie.

Le récit de vie consiste en une méthode de recherche qui tient sa source dans le «récit biographique qui se limite aux dires du narrateur»³. Par certains aspects, cette méthode s'apparente aux méthodes inductives, telle la théorie ancrée. En ce sens, il s'agit d'un entretien entre le chercheur et un individu ou un ensemble d'individus concernés par l'objet d'étude. Remarquons que dans le cadre de cette recherche, il ne s'agit pas du vécu personnel d'un individu de sa naissance à aujourd'hui. Il s'agit plutôt de l'expérience de l'organisation à laquelle il est affilié par rapport à l'évolution du commerce équitable en Suisse. Remarquons que l'histoire des personnes informatrices est centrale par le fait que

³ GRELL, Paul, *Une méthodologie pour dépasser les réalités partielles*, dans *Les récits de vie, théorie, méthode et trajectoires types*, sous la direction de Danielle Desmarais et Paul Grell, Éditions St-Martin, 1986, p. 162

celles-ci possèdent un vécu et un engagement de longue date dans leur organisme d'appartenance et dans le réseau du commerce équitable.

Dans notre recherche, l'entretien n'est pas le seul outil sur lequel nous appuyons notre démarche exploratoire. Nous utilisons l'entretien particulièrement pour explorer, de manière inductive, l'univers symbolique des acteurs, c'est-à-dire les perceptions qu'ils ont de la pratique du commerce équitable. En ce sens, les récits de vie nous apparaissent pertinents par les fonctions qu'ils remplissent.

Selon Bertaux⁴, il y a trois fonctions que l'on attribue à l'utilisation des récits de vie en recherche qualitative soit la *fonction exploratoire*, la *fonction analytique* et la *fonction expressive*. Ce qui particularise les récits de vie, et qui avantage notre type de recherche, réside dans le fait qu'il n'est pas souhaitable que les trois fonctions soient entièrement distinctes et utilisées de façon ordinaire. En effet, «il est bon que l'exploration se poursuive alors que le travail d'analyse a commencé et que des rédactions préliminaires précèdent l'achèvement de la phase analytique»⁵. En recherche qualitative, il faut se rappeler que nous ne devons pas nous heurter à une structure trop rigide qui nous empêche de revenir sur des aspects déterminants du processus de recherche, d'où l'avantage d'utiliser la méthode des récits de vie.

⁴ BERTAUX, Daniel, *Fonctions diverses des récits de vie dans le processus de recherche*, dans *Les récits de vie, théorie, méthode et trajectoires types*, sous la direction de Danielle Desmarais et Paul Grell, Éditions St-Martin, 1986, p. 25.

⁵ BERTAUX, Daniel, *Ibid.* p. 24

Ainsi, en premier lieu, la fonction qui se veut exploratoire nous a permis de nous initier au terrain et d'en découvrir les lignes de forces pertinentes. Le but visé par cette fonction est d'entrer en contact avec un nouveau terrain de recherche, à savoir le commerce équitable. De sorte qu'en effleurant les processus essentiels qui déterminent la pratique, nous pouvons faire ressortir les traits structurels saillants et les enjeux centraux. C'est en tenant compte de l'expérience d'acteurs que l'on vise à avoir une meilleure idée de la réalité.

En deuxième lieu, la fonction analytique requiert plusieurs récits et permet de soutenir le corpus théorique de la recherche. Il y a deux moments préalablement observés à ce stade. Il y a celui où l'on vise la construction d'une théorie, c'est-à-dire une représentation mentale de ce qui se passe dans la réalité. Pour ce faire, il faut mettre en lien des phénomènes et en faire une esquisse typologique. Enfin, il y a le moment de vérification, où on cherche à consolider les expériences vécues avec des propositions descriptives du sujet et des interprétations avancées. La théorisation se construit à ce stade à partir des observations et du caractère répétitif dans l'observation d'un récit à l'autre. Remarquons que cette fonction permet de faire une description de la réalité difficile à rejeter tant elle est ancrée dans l'observation.

En troisième lieu, la fonction de type expressive permet pour sa part d'illustrer la théorie avancée en tirant un exemple tiré d'un récit. Le poids des mots prend tout son sens, car les récits se basent sur le vécu des gens qui, par le fait même, est difficile à contredire. Il faut considérer que l'illustration permet d'appuyer une théorie, mais ne consiste pas en

une preuve irréfutable. Par ailleurs, elle permet de faire exprimer le vécu des gens dans le contexte étudié. Dans ce travail de réécriture, nous nous effaçons en tant que chercheur, car ce que nous avons compris vient des récits eux-mêmes, et nous cherchons à le faire exprimer par les acteurs du milieu.

En résumé, dans cette recherche nous nous inspirons de l'étude de cas, mais nous ne l'utilisons pas à son état pur, car nous ne désirons pas limiter notre questionnement sur les organisations en tant que telles. Nous nous inspirons de la méthode, car nous croyons pertinent de regarder la réalité à travers l'expérience d'organisations qui s'inscrivent dans le mouvement du commerce équitable. Par ailleurs, les récits de vie permettent d'analyser l'expérience vécue par des individus, mais ils ne seront pas non plus utilisés à leur état pur. Sans toutefois nier la valeur des expériences individuelles, il nous semblerait incomplet de se fier uniquement à ce matériel si nous cherchons à étudier tout un mouvement. Les caractéristiques suivantes de la méthodologie sont alors élaborées en fonction de l'utilisation spécifique que nous ferons à la fois de l'étude de cas et à la fois des récits de vie.

1.2. L'échantillonnage

Étant donné le caractère qualitatif de la recherche, il devient davantage possible d'explorer en profondeur, et d'une façon détaillée, la réalité étudiée au moment où on l'étudie. Ainsi, on cherche à comprendre un phénomène en mouvance et non à le quantifier ou à le stigmatiser comme étant une pratique à caractère absolue. En

choisissant un échantillon plus limité, on vise justement à approfondir le vécu de la pratique du commerce équitable pour certains acteurs concernés.

Dans le cadre d'une recherche sur le commerce équitable, l'idée est de regrouper l'ensemble des acteurs concernés par la problématique. Il serait alors juste d'avancer que la population semble très large, car il s'agit autant des acteurs institutionnels (ex : ONG, coopératives, organismes de certification) que de la population en général (ex : communauté de producteurs, distributeurs, consommateurs), et ce autant au Nord comme au Sud. Nous devons alors sélectionner certains acteurs parmi la population étudiée.

Afin de cibler davantage l'échantillon, revenons à la question de recherche qui est de comprendre quels sont les particularités, l'évolution, les stratégies et les enjeux du commerce équitable en Suisse dans sa relation avec l'économie solidaire et le développement international. C'est pourquoi il nous est apparu pertinent de nous concentrer sur les acteurs directement touchés par le développement et le commerce équitable. Nous supposons qu'il est possible d'entrer dans cet univers afin de mieux comprendre quels sont les conditions et les intérêts des acteurs à adopter cette nouvelle pratique dans leurs champs d'intervention. Le rapport entre l'échantillon choisi et l'objet de recherche prend alors une plus grande importance, car il doit être cohérent. Ainsi, considérant notre intérêt actuel, nous nous sommes arrêtés sur les organismes de commerce équitable, c'est-à-dire ceux qui militent pour ce mouvement. Notre intérêt n'insiste pas particulièrement sur les étapes du processus du commerce équitable, mais plutôt sur la perception que les acteurs accordent à ce processus.

Dans le langage quantitatif, les chercheurs parlent d'échantillon probabiliste ou non probabiliste pour déterminer le type de sélection qu'ils font des sujets. En ce qui concerne la recherche qualitative, les différentes formes d'échantillonnage peuvent se faire soit par cas unique, soit par cas multiples comme le définit Yin⁶. Dans ce cas-ci, le cas multiple semble bien adapté à ce que nous cherchons à étudier. En effet, ce type d'échantillon permet une porte d'entrée sur l'expérience de plusieurs segments (organisations de commerce équitable), faisant partie d'un ensemble (acteurs du commerce équitable). Par exemple, il s'agit ici d'organisations du Nord qui font la promotion du commerce équitable et qui facilitent l'entrée de ce commerce dans les marchés occidentaux.

Afin de réaliser le terrain de la recherche, nous avons eu l'opportunité de nous déplacer en Suisse pour étudier à l'Institut universitaire d'études du développement (IUED) à Genève. Ce séjour nous a permis de rencontrer les différents acteurs durant une période de dix mois. Ainsi, nous avons rencontré une dizaine d'individus appartenant (ou ayant appartenus) à des organisations qui sont impliqués dans le mouvement du commerce équitable en Suisse. Les entrevues ont eu lieu pour la plupart au mois de mars 2004. Dans l'ensemble, le profil des gens rencontrés est assez diversifié, cinq hommes et six femmes, représentant tous les groupes d'âge entre 25 et 50 ans environ. La plupart avaient déjà visité un pays du Tiers-monde dans le cadre de leur travail. Ce sont des gens qui nous sont apparus très informés sur la réalité des relations Nord-Sud et préoccupés dans la recherche d'un monde meilleur. La plupart occupaient des postes de direction ou

⁶ YIN, Robert, *Case study research, Design and methods, second edition*, Éditions Sage, Californie, USA,

de gestion depuis de nombreuses années, et ce sont même parfois eux qui ont contribué à la mise sur pied de leur organisation.

Décrivons brièvement les organisations rencontrées, il s'agit de : Max Havelaar, un organisme de certification de produits équitables plus communément appelé label en Suisse ; l'Association Suisse Romande des Magasins du Monde, qui regroupe tous les magasins spécialisés de commerce équitable depuis 30 ans ; TerrEspoir, organisme de commerce équitable qui vend des fruits frais du Cameroun ; Pain pour le Prochain, organisme de coopération internationale et cofondateur de Max Havelaar et TerrEspoir ; La Semeuse, entreprise de torréfaction et de distribution de café équitable ; Genève Tiers-monde, organisme de coopération international et fondateur du magasin Le Balafon ; Association pour le commerce équitable de Genève, groupe de pression qui n'est plus actif actuellement, mais dont les activités se concentraient surtout au niveau de la sensibilisation et l'information du public ; La Calebasse, magasin spécialisé de produits équitables et membre de l'Association Suisse Romande des Magasins du Monde; Fédération du respect des consommateurs, organisme indépendant d'information aux consommateurs suisses ; enfin l'Institut universitaire d'études du développement, qui effectue des recherches, organise des colloques et publie des ouvrages sur le commerce équitable.

Les informateurs rencontrés dans ces organisations ont joué un rôle clé dans notre appropriation des enjeux et des stratégies du commerce équitable en Suisse. Ils nous ont

1994, p.38.

ouvertement livré leurs visions et leurs perceptions du mouvement. Ainsi par la voix de ces individus, nous pouvons avoir une idée globale de la position des acteurs du commerce équitable. Une liste des informateurs se trouve en annexe afin que le lecteur puisse s'y référer lors de l'analyse des résultats (voir Annexe I).

1.3. Les catégories

Ce chapitre permet d'élaborer les concepts centraux ou la catégorisation du sujet étudié. Dans une recherche quantitative il serait adéquat de parler de la mesure, soit les variables et les indicateurs permettant d'observer un phénomène. En recherche qualitative, cette *mesure* prend une autre forme en se référant davantage à ce que nous voulions étudier sur le terrain, ce qu'on appelle l'unité d'analyse.

Il a fallu préalablement définir certains concepts reliés à la question de recherche. C'est en abordant ou en observant ces concepts sur le terrain que nous avons pu structurer notre réflexion et ainsi mieux analyser notre matériel. Nous avons jugé utile de questionner les éléments déterminants sur la pratique à l'intérieur des organisations pour arriver à mieux comprendre le phénomène. Il est évident que l'objet de recherche est le commerce équitable en Suisse, mais pour comprendre le discours des personnes interrogées, il faut au minimum saisir la nature de leur organisation d'appartenance et le rapport de celle-ci au commerce équitable. Ainsi, nous pouvons avoir une meilleure idée de l'ampleur actuelle et des perspectives de la pratique à partir de la vision des acteurs du commerce équitable. Voici les thèmes à l'étude et leur rationnel de support pour la recherche.

➤ **Les événements clés de l’histoire dans l’organisation**

Nous voulions comprendre l’origine de l’organisme avec les périodes déterminantes qui expliquent ce qu’il est devenu aujourd’hui. Ces éléments ont également aidé à faire un portrait global du processus identitaire et des enjeux rencontrés au cours du temps. Dans un sens plus large nous avons voulu, avec ce thème, faire des liens avec les périodes clés de l’évolution du commerce équitable en Suisse.

➤ **La mission et le mandat**

Il s’agit d’explorer l’intervention dans le cadre institutionnel de l’organisation. Le commerce équitable est une activité de l’organisation, mais n’est peut-être pas la seule. Il nous a semblé intéressant de voir dans quelle suite logique s’insère le commerce équitable dans la pratique.

➤ **Les enjeux du commerce équitable**

Il s’agit d’un point central de notre question de recherche. Évidemment, nous avons porté une attention particulière aux tensions que peuvent vivre les différentes organisations impliquées dans le commerce équitable ainsi que leur positionnement.

➤ **Les stratégies d’actions**

Cet aspect permet de mettre en lumière l’organisation du terrain, à savoir dans quel but, de quelle façon et avec quels partenaires ou pour quelle

population interviennent les organismes par rapport au commerce équitable. En explorant les stratégies, nous visions à connaître le corpus théorique qui se trouve derrière le discours des acteurs.

➤ **Les résultats attendus et observés**

Dans l'élaboration des stratégies, les organisations visent un résultat précis. En ce qui concerne le commerce équitable, il nous est apparu intéressant de cerner l'atteinte des résultats attendus et les résultats observables qui n'étaient pas nécessairement planifiés au départ.

➤ **Les intérêts à développer le commerce équitable**

Certains organismes de coopération ont accordé un intérêt particulier à cette forme de commerce, donc une motivation particulière se trouve derrière la pratique qu'il semble pertinent d'analyser.

➤ **Le financement et les exigences des bailleurs de fond**

Le financement des organismes de commerce équitable peut illustrer certaines priorités des bailleurs de fond. Ceux-ci constituent des acteurs significatifs dans l'essor du commerce équitable et nous avons jugé pertinent de vérifier qui ils sont et quel est leur rapport avec le commerce équitable.

➤ **Les perceptions du commerce équitable dans le développement**

Étant donné que le commerce équitable s'inscrit dans une stratégie de développement, il est intéressant d'explorer ce que les organisations perçoivent du développement et la place qu'ils accordent au commerce équitable dans leur pratique. Leur opinion peut nous emmener sur des pistes de réflexion et mettre en lumière le corpus théorique sur lequel s'appuie leur pratique.

➤ **Les opportunités et les obstacles**

Les réussites et les échecs vécus peuvent en dire long sur les conditions indispensables à traiter lors de la mise sur pied de projet de commerce équitable. Notre intention ici était de relever les facteurs facilitant pour expliquer le phénomène. Cet aspect a contribué à notre réflexion quant aux perspectives d'avenir du commerce équitable.

➤ **Les relations avec les partenaires**

Les organisations de commerce équitable n'agissent pas seules. Des alliances stratégiques se voient nécessaires à l'essor du commerce équitable. La façon dont se créent et se maintiennent les relations entre les acteurs nous intéressait particulièrement.

Ces catégories révèlent les éléments que nous avons jugés pertinents d'analyser par rapport à notre question de recherche. C'est d'ailleurs à partir de ceux-ci que nous avons

construit les questions de la grille d'entrevue (voir Annexe II). Enfin, les unités d'analyse préalablement déterminées constituaient des balises de départ, mais par le caractère souple de la recherche nous sommes également demeurés attentifs aux préoccupations de nos interlocuteurs ce qui nous a inévitablement amené à explorer d'autres pistes. Notons que les catégories qui nous ont paru les plus éloquentes ont été les événements clés de l'histoire de l'organisation, les enjeux et les stratégies du commerce équitable, les perceptions du commerce équitable dans le développement, les opportunités et les obstacles ainsi que les relations avec les partenaires. Par ailleurs, nous avons observé l'émergence de d'autres catégories au cours du processus de recherche comme la position de l'État par rapport au commerce équitable et l'ambiguïté dans la terminologie, ce qui a permis d'enrichir notre analyse de données. Ainsi s'explique le caractère souple de la recherche qualitative.

1.4. La collecte de données

Nos sources de données concernent principalement la documentation, les archives, l'observation et les entretiens.

La première concerne les documents produits par les organisations en rapport au commerce équitable, mais aussi les documents théoriques ainsi que les articles d'actualité dans les journaux et les revues suisses qui abordent le sujet.

Ensuite par archives, nous entendons plutôt les documents internes des organismes, c'est-à-dire les procès verbaux, les rapports d'activités, les règlements, les codes d'éthique, les

contrats avec les partenaires, dans la mesure où ces documents apparaissaient significatifs à l'égard du commerce équitable et accessible pour nous.

Comme nous l'avons déjà mentionné, nous avons eu l'opportunité de vivre en Suisse pour une période de dix mois, ce qui nous a permis de faire quelques observations. Les études que nous avons eu l'opportunité de faire à l'Institut universitaire d'études du développement de Genève ont largement contribué à enrichir nos réflexions sur notre sujet de recherche. Cette expérience nous a en effet permis d'approfondir nos connaissances théoriques sur le commerce équitable et les liens que nous pouvons faire avec le développement. D'autre part, étant résidente temporaire du pays, nous avons pu faire quelques observations de l'intérieur sur la manière dont évolue le commerce équitable et comment il est perçu par la population.

Enfin l'entretien se veut très fondamental dans nos sources de données car il s'agit en fait de l'outil principal que nous avons exploité dans le cadre de cette recherche. Comme nous l'avons vu précédemment nous avons produit une grille d'entrevue semi-directive qui a su baliser nos entretiens tout en demeurant attentive aux préoccupations premières de nos interlocuteurs en regard au commerce équitable (voir Annexe II). Précisons que la grille comme telle est divisée en deux grandes parties qui se réfèrent au matériel descriptif et analytique de la recherche. La première partie visait à s'imprégner de la réalité actuelle et historique du commerce équitable à travers l'expérience vécue par les organisations. La deuxième partie nous permettait d'entrer dans les perceptions des informateurs par rapports aux stratégies et aux enjeux liés au commerce équitable.

1.5. L'analyse des données

Cette étape est fondamentale afin de structurer le matériel et en arriver à interpréter les résultats. Certains auteurs tel que Bertaux⁷, considèrent qu'il est possible de proposer une description convaincante des rapports sociaux étudiés, sans qu'il ait été question d'enquêtes par questionnaire. Ce constat s'appuie sur la possibilité d'atteindre la saturation, lors de la cueillette de données par les récits de vie. En sciences sociales, cette saturation peut être atteinte lorsqu'on peut dégager clairement, et dans de nombreux cas, un objet sociologique, c'est-à-dire une norme, une contrainte sociale, un processus, un rôle, etc.

À la lumière des entretiens, des lectures de documents et archives ainsi que des observations, nous sommes en mesure de faire des liens entre les différentes catégories définies précédemment. La première étape de notre analyse a été de transcrire les verbatims en texte intégral afin d'avoir un matériel écrit. Le seul problème que nous avons rencontré à cette étape est d'avoir constaté un mauvais enregistrement de la dernière entrevue (E10). Étant dans l'impossibilité de la transcrire, nous avons dû nous fier simplement sur les notes que nous prenions lors de cette entrevue et des documents qui nous ont été fournis.

La lecture des verbatims, s'est fait d'abord d'une manière horizontale, c'est-à-dire que nous avons ressorti les principaux concepts abordés dans chacun des entretiens. Tout en

⁷BERTAUX, Daniel, *Fonctions diverses des récits de vie dans le processus de recherche*, dans *Les récits de vie, théorie, méthode et trajectoires types*, sous la direction de Danielle Desmarais et Paul Grell, Éditions St-Martin, 1986.

relisant les entrevues, nous avons écrits des mémos dans le but d'établir des liens entre les entrevues et ainsi dégager les catégories sur lesquelles nous croyions qu'il était pertinent de baser notre analyse dans le cadre de cette recherche. Notre matériel est structuré de sorte que l'on peut plus facilement ressortir les éléments significatifs pour les acteurs et les comparer.

Ainsi, il nous a été possible de faire des liens entre les différentes expériences et avec un support documentaire nous avons pu structurer la dernière étape méthodologique, celle de la rédaction du présent mémoire. C'est en nous fiant particulièrement aux dires de nos personnes informatrices que nous avons vu qu'il est essentiel de faire un portrait de la Suisse et de certaines organisations pour mieux comprendre le commerce équitable en Suisse. Par la suite nous amenons quelques éléments d'analyse en mettant sous tension les différents points de vue des acteurs par rapport aux enjeux centraux qu'ils identifient. Nous terminons cette analyse en établissant des liens avec la problématique de départ et en ouvrant sur des questionnements par rapport aux perspectives d'avenir.

2. Problématique

Afin de mieux comprendre la spécificité du commerce équitable en Suisse, il est important de bien saisir le contexte dans lequel s'est structuré le mouvement du commerce équitable. La signification du modèle prédominant à l'ère de la mondialisation explique bien les relations économiques et politiques internationales actuelles ainsi que les raisons pour lesquelles des militants ont vu la pertinence d'instaurer un commerce équitable.

2.1. Un contexte de mondialisation

Quelques périodes historiques ont été déterminantes dans la forme de mondialisation que nous vivons présentement. Les mécanismes de relations internationales sont en fait très complexes à analyser dans un aspect global, car plusieurs facteurs ont été mis en cause et nous tenterons d'en ressortir les plus significatifs dans le cadre de cette recherche. Certes, ce qui nous intéresse plus particulièrement se réfère à la montée du néolibéralisme comme étant prédominante, et le fait que cette situation crée de grandes inégalités dans le monde. Par conséquent, les petits producteurs des pays sous-développés se retrouvent dans une situation difficile, car d'un côté ils ressentent des pressions internationales, et de l'autre les États ne parviennent pas à garantir le soutien nécessaire au minimum vital.

2.1.1. L'idéologie prédominante

Considérant que la mondialisation est une ouverture des pays dans l'échange avec d'autres pays, le concept en soi existe depuis fort longtemps. Cependant, il s'est transformé à travers le temps pour passer à ce qu'on appelle la globalisation. Les repères nécessaires à la compréhension de la transformation du phénomène sont bien amenés par

Rocher :

L'internationalisation a trait aux échanges entre nations et aux relations qui en résultent, la mondialisation est l'extension de ces relations à l'échelle du monde, alors que la globalisation est l'émergence d'un système-monde par de-là les échanges internationaux et la mondialisation, autrement dit une intensification de l'interdépendance entre les nations.⁸

Comme système, selon Gélinas, «la globalisation représente la gouvernance du monde par de puissants intérêts économiques supraétatiques»⁹.

C'est en 1944, à l'occasion de la Conférence internationale de Bretton Woods qu'on voit se dessiner un nouvel ordre économique mondial. Des délégués de 44 pays alliés s'entendent pour favoriser le libre-échange, la libre concurrence et la libre entreprise. On reconnaît trois grandes institutions transnationales comme acteurs principaux qui veilleront à l'application de ces règles : le Fonds Monétaire International (FMI), la Banque Mondiale (BM) et l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) anciennement appelé *General agreement on tariffs and trade* (GATT).

⁸ ROCHER, Guy, *La mondialisation est un phénomène pluriel*, dans FAVREAU, Louis et FRÉCHETTE, Lucie, *Mondialisation, économie sociale, développement local et solidarité internationale*, Collection Pratiques sociales et économiques, Presses de l'Université du Québec, Sainte-Foy, 2002, p. 41.

⁹ GÉLINAS, Jacques B., *La globalisation du monde, laisser faire ou faire ?*, Éditions Écosociété, Montréal, 1994, p.42.

Ces institutions dites supraétatiques dictent aux pouvoirs nationaux les règles impératives à suivre et font pression ensemble pour leur application. En effet, une *division triangulaire du pouvoir* se dessine entre les trois grandes institutions transnationales ; le FMI, ayant pour mandat d'accorder des prêts avec conditions aux banques pour prévenir les crises financières ; la BM, qui accorde des prêts pour des projets d'infrastructures liés au développement ; l'OMC, ainsi dotée d'un pouvoir de sanction en matière de droit commercial international, agit au niveau de la gestion du système commercial international. Or, ces instances interviennent dans une optique commune en imposant des Programmes d'ajustements structurels (PAS) comme conditions à l'accord de prêts et qui se détermine par :

[...], l'étroite collaboration entre le FMI, la Banque mondiale et l'OMC dans la «surveillance» des politiques économiques des pays en voie de développement. En vertu de ce nouvel ordre commercial [...], le rapport des institutions de Washington aux gouvernements nationaux a été redéfini. L'application des prescriptions du FMI et de la Banque mondiale ne dépend plus seulement des conventions de prêt conclues avec chaque pays, documents qui n'ont pas force obligatoire juridiquement. Plusieurs des clauses du Programme d'Ajustement Structurel (PAS), par exemple, la libéralisation du commerce et du régime d'investissements étrangers, font maintenant parties intégrante de la charte même de l'OMC. Désormais, ces articles constituent le fondement en droit international de la «surveillance» des pays et, par ricochet, de la mise en application des conditions de prêt.¹⁰

Les élites cherchent alors à uniformiser le système international dans un même créneau : celui du capitalisme. Les relations internationales se fondent sur l'échange de biens. Or, tout le système a évolué depuis quelques décennies par une gestion néo-libérale qui découle en fait des théories libérales classiques de Smith et Riccardo. En ce sens, les

¹⁰ CHOSSUDOVSKY, Michel, *La mondialisation de la pauvreté*, Éditions Écosociété, Montréal, 1997, p.29.

États adoptent des mesures qui facilitent le circuit des échanges commerciaux par des accords de libre-échange. Selon Gélinas¹¹, on identifie sept dogmes fondamentaux pour expliquer l'idéologie de la globalisation actuelle. Premièrement il y a la suprématie et l'infailibilité du marché. Tout se passe comme si nous considérons *le marché comme un espace où s'exerce la liberté* et où la liberté du choix des consommateurs dépasse la démocratie politique. La libre concurrence commerciale, la liberté d'entreprendre, de produire et d'investissement sont des termes qui reviennent souvent.

Ensuite la notion de *droit illimité d'appropriation et de propriété* représente le seul droit fondamental dont la protection devrait être la première fonction de l'État. Par conséquent la *primauté du privé sur l'État* devrait permettre de réaliser et de protéger naturellement l'intérêt général, et ce par l'émergence d'initiatives exprimés librement par le domaine privé.

Par ailleurs la *compétitivité à tout prix* exige, aux entreprises privées, une productivité permettant de rivaliser, c'est-à-dire produire le plus de biens possible avec un minimum d'investissement. Ce qui a pour effet de réduire au minimum les coûts de productions. Les conditions de travail qui en découle demande une *flexibilité au travail*. Pour assurer la compétitivité des entreprises ce sont souvent les travailleurs qui doivent encaisser la réduction des coûts de productions au niveau du salaire et des avantages sociaux.

¹¹ GÉLINAS, Jacques, dans CHOSSUDOVSKY, Michel, *Ibid.*, p. 171 à 173.

Selon l'idéologie néo-libérale tout devient marchandise, ce que Gélinas appelle le *tout-marchandise*, et ce autant au niveau des activités humaines (ex. culture, éducation, information) que dans la nature (ex. l'eau, l'air, le patrimoine génétique végétal, animal et humain). Au nom de la croissance économique et de l'intérêt général, on cherche à convertir le maximum d'éléments en biens qui se marchandent. De plus, la manière dont se passe la gestion de l'exploitation des ressources de la planète laisse croire qu'elles sont considérées comme étant infinies et inépuisables. *La croissance se veut à l'infini* et on la situe comme étant la solution aux problèmes sociaux (ex. le chômage, la pauvreté, le sous-développement).

Ces fondements de la globalisation reflètent bien la réalité du commerce international. Nous constatons que le commerce devient l'activité centrale des échanges internationaux. Les États visent une croissance économique des pays pour améliorer les conditions de vie de leurs populations. Pourtant, la croissance économique ne signifie pas nécessairement une meilleure qualité de vie pour la population, car les surplus se concentrent souvent entre les mains des classes privilégiées et ne sont pas nécessairement redistribués dans le système social. La valeur éthique dans le fonctionnement des entreprises se voit complètement dénuée de son sens au profit de la valeur économique.

2.1.2. Les petits producteurs marginalisés

Les accords internationaux, tels ceux de l'Organisation Mondiale du Commerce, la Banque Mondiale et le Fond Monétaire International, n'ont pas nécessairement joué en faveur du développement des pays du Sud. Les États du Sud, traversant une crise

d'endettement, se sont vus obligés d'appliquer des politiques néo-libérales dans la gestion de leur budget. Ce qui se traduit entre autres par la privatisation de plusieurs secteurs d'activité et par l'ouverture des marchés spécialisés vers l'exportation, sous prétexte que l'échange permet de dynamiser l'économie. Cependant, les échanges se font de manière inégale et créent une forme de dépendance des pays du Sud envers ceux de Nord. Ces pays du Sud qui souffrent de la faim exportent depuis des décennies des produits agricoles, à des prix souvent trop bas pour être rentables, vers d'autres pays qui connaissent déjà une surproduction alimentaire. En revanche, les pays du Nord, dont le secteur agricole est largement subventionné, transfèrent leurs surplus de céréales et autres produits agricoles vers les pays du Sud. Ceux-ci, ayant de la difficulté à concurrencer la production du Nord, doivent concentrer leur production sur l'exportation de matières premières. Ainsi, des milieux de vie et des marchés nationaux de produits vivriers se transforment en espaces de production massive destinés à l'exportation. L'échelle de production exige des plantations de monoculture, ce qui est très dommageable pour l'équilibre écologique et l'autonomie alimentaire de la population locale.

Considérant que l'activité économique essentielle des pays en développement se concentre au niveau de l'exploitation des matières premières, ils se voient plus vulnérables devant le marché international. En effet, ce marché est très instable, car les prix sont fixés en fonction de l'offre et de la demande par spéculations boursières. Par exemple, le café a connu une très grande chute de prix, par le fait qu'il a été dévalué suite à une surproduction mondiale. Cette situation a plongé un bon nombre de producteurs

dans une crise qui les a enlisés dans un cercle vicieux d'endettement et de problèmes sociaux.

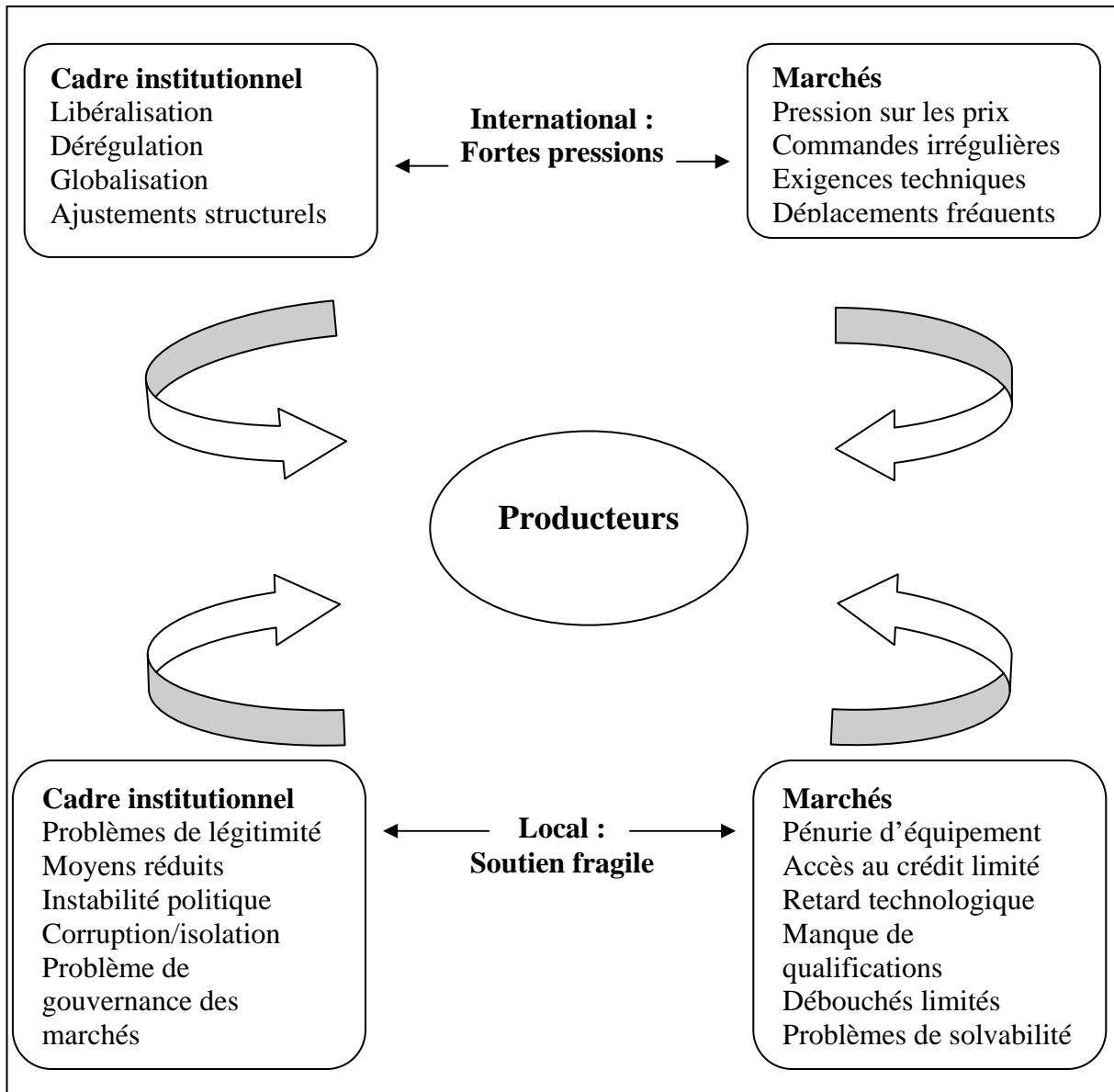
Ces petits producteurs, pour écouler leur marchandise, n'ont d'autres choix que de vendre à des intermédiaires, qui pourront eux-mêmes vendre à un nombre limité de multinationales. Dans ce cas-ci les nombreux petits producteurs se font compétition et ont tendance à vendre à des prix très bas qui génèrent une marge de profit très mince sinon nulle, ne couvrant parfois même pas le travail humain et le coût environnemental. En ce sens, les multinationales profitent largement de leur pouvoir d'achat pour manipuler les lois d'offre et de demande. Elles offrent au marché du Nord des produits à très bas prix, mais toujours avec une marge importante de profits qui renforce leur pouvoir. Ces entreprises, qui possèdent de grandes compagnies dans les pays du Sud, font pression sur les prix des productions des petits producteurs et ces derniers arrivent difficilement à écouler leur stock. Possédant le monopole du marché au Nord, il ne reste aucune autre alternative pour les petits producteurs que de se soumettre aux exigences qu'imposent ces acheteurs. On comprend bien que dans une recherche constante de profit, les valeurs humaines et écologiques soient mises en second plan ou pire, elles sont considérées comme des obstacles.

Les conséquences de ce système sont grandes et alarmantes pour les petits producteurs du Sud. La pauvreté touche de plus en plus de paysans. Les gouvernements, contraints aux exigences de leur créancier, telle la Banque Mondiale et le Fond Monétaire International, investissent peu dans les services de santé et sociaux. La population a difficilement accès

au crédit et si c'est le cas, les taux d'intérêts sont tellement élevés qu'on peut parler d'un endettement durable. Beaucoup de petits producteurs délaissent leurs activités pour aller travailler dans les industries des multinationales, là où les conditions de travail sont moindres. Les choix sont minces pour la population qui souvent se trouve en situation de survie, ce qui soulève beaucoup de questionnements quant aux défis du développement dans les pays du Sud.

Dans les pays en développement, ces producteurs se voient dans une situation plus difficile, qui s'explique principalement par deux grandes tensions ; l'une au niveau de la pression internationale ; l'autre au niveau de la fragilité du soutien local. Le schéma suivant démontre bien où se situent les producteurs à travers ces tensions.

Figure 2.1. : Contexte et enjeux de la production dans les pays en développement¹²



¹² RAES, T. et Lecomte, T., *Étude mondiale sur le commerce équitable*, Alter Eco PwC Conseil, Paris, 2001, p.12

Enfin, le néolibéralisme n'est pas une idéologie mauvaise en soi, c'est la façon dont il est géré qui devient préoccupante, par son manque démesuré d'éthique dans l'application des règles. La croissance du marché peut être très favorable pour tous, si les coûts de production intègrent la valeur humaine ainsi que les coûts écologiques. Comme le disent si bien les pionniers de la certification des produits équitables en Europe, si rien n'est fait en ce sens, «les frais reviendront à la charge des générations futures, qui seront confrontées à un environnement ayant perdu de sa diversité et dont les capacités à répondre aux besoins de la population auront diminué par la pollution et une exploitation abusive»¹³.

2.2. Les courants de pensée de la coopération internationale

Devant l'ampleur des inégalités et le constat d'une pauvreté étendue, les pays du Nord se mobilisent par la coopération internationale. Une panoplie de stratégies est envisagée pour réduire ces inégalités et de combattre la pauvreté. Le commerce équitable apparaît comme une nouvelle forme de coopération entre les pays du Nord et du Sud.

Au cours des grands débats idéologiques face aux stratégies de développement, on identifie deux grandes écoles de pensée sur lesquelles reposent les fondements de base des théories du développement : le courant libéral et le courant radical. C'est en saisissant les fondements de ces courants qu'il devient possible de comprendre à partir de

¹³ ROOZEN, Nico et HOFF, Frank van der, *L'aventure du commerce équitable, une alternative à la mondialisation par les fondateurs de Max Havelaar*, Éditions JC Lattès, France, 2002, p.242

quelles théories se construisent les projets de développement dans les pays sous-développés. Néanmoins, par la critique de ces deux courants se sont dessinées de nouvelles notions de développement dont s'inspire le commerce équitable.

En premier lieu, le courant libéral tient sa source principalement dans les théories avancées par Adam Smith (1723-1790), avec la théorie des avantages absolus et par David Ricardo (1772-1823), avec la théorie des avantages comparatifs. Selon Smith, «une nation a tout intérêt à importer des marchandises produites ailleurs à moindres frais et inversement à exporter des biens qu'elle peut produire à bon marché»¹⁴. Pour sa part, Ricardo, défendait l'idée «qu'en se spécialisant dans la production des biens qu'il produit le plus efficacement, c'est-à-dire les biens grâce auxquels il a un avantage absolu ou relatif, un pays réussit à dégager un surplus qui lui permet d'acheter les produits qu'il ne produit pas ou insuffisamment. Le commerce libre entre deux pays avantage les deux partenaires»¹⁵.

Appliquées à la coopération et au développement, ces théories envisagent une restructuration des échanges commerciaux vers l'industrialisation. Dans ce courant, le sous-développement d'un pays est perçu comme un retard dans sa croissance économique sur laquelle l'aide au développement se doit d'agir. En ce sens, Rostow a développé un modèle marquant qui attribut «cinq phases linéaires au développement : la société

¹⁴ SCROSATI, Alain, *Introduction à la coopération internationale*, Cahier de note pour le cours d'Introduction à la coopération internationale 413-104-89, dans la cadre du programme de Formation en Coopérant-Volontaire, Centre de formation en coopération internationale du Québec (CFCI), Cégep de Rivière-du-Loup, 2000, p.27

¹⁵ SCROSATI, Alain, *Ibid* p.27.

traditionnelle, les conditions préalables au décollage, le décollage, le progrès vers la maturité et l'ère de la consommation de masse»¹⁶. Ce modèle a pris une place importante dans l'aide au développement des années 50 à 70 : on axait alors sur l'industrialisation des pays sous-développés.

Par ailleurs, le courant radical dit de gauche comprend trois grandes tendances : le structuralisme, l'école de la dépendance ainsi que le marxisme et le néo-marxisme. Quoique les théories de ce courant aient été fort utilisées dans l'explication des causes du sous-développement, elles ont trouvé peu d'écoute dans les organisations internationales. Par l'analyse marxiste et néo-marxiste on entend l'idée que les pays du Sud se trouvent dans une «situation de blocage provoquée par l'intervention des pays du Nord dans le Sud au temps de la colonisation et, plus tard, par une présence technologique et économique déterminante dont les entreprises multinationales ont été et sont les fers de lance»¹⁷. Favreau et Fréchette¹⁸, soulignent par cette lecture que les inégalités dans les échanges entre le Nord et le Sud se caractérisent par : le colonialisme et l'impérialisme, la détérioration des termes de l'échange, une crise d'endettement et les nouvelles couches dirigeantes du Sud qui génèrent des formes de corruption.

Ainsi, ce courant a fait davantage appel à un repli sur les États du Sud pour se sortir du sous-développement. Les mouvements contestataires misaient alors sur un

¹⁶ SCROSATI, Alain, *Ibid* p. 27.

¹⁷ FAVREAU, Louis et FRÉCHETTE, Lucie, *Mondialisation, économie sociale, développement local et solidarité internationale*, Collection Pratiques et politiques sociales et économique, Presses de l'Université du Québec, Sainte-Foy, 2002, p.27.

¹⁸ FAVREAU, Louis et FRÉCHETTE, Lucie, *Loc. cit.*

développement endogène et sur la mobilisation générale des pays du Sud, entre autres au moyen de révolutions. Or, le rapport de force pour un équilibre entre les nations fut une ambition louable, mais a échoué avec l'échec du bloc socialiste.

Le courant radical et le courant libéral ont fortement été critiqués par le fait qu'ils représentent un aspect globalisant pour expliquer et résoudre les problèmes de sous-développement. Au début des années 80', les théoriciens du développement se sont détachés des analyses dites normatives qui considèrent les pays sous-développés comme un ensemble. Les analyses se font plutôt de cas par cas à partir d'une perspective historique et anthropologique. Dorénavant, les théoriciens s'intéressent davantage au fonctionnement des sociétés du Sud.

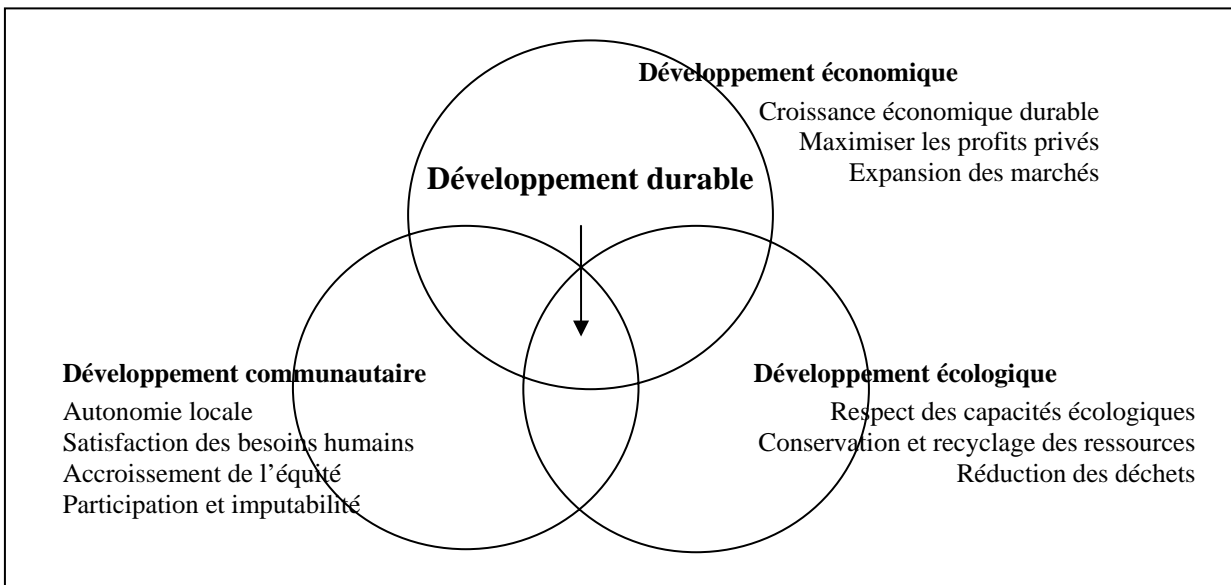
Aujourd'hui, les théories du développement se multiplient. Celles qui nous intéressent particulièrement font parties intégrantes des stratégies de plusieurs ONG. Elles considèrent le caractère pluridimensionnel du développement. Les projets élaborés dans ce sens tiennent compte d'une combinaison entre les aspects économiques, sociaux et environnementaux. Face à la mondialisation néo-libérale, selon certains auteurs, il s'avère nécessaire de réaffirmer l'activité économique. Comme le souligne Bartoli, on peut synthétiser la pensée actuelle du développement de la façon suivante :

- 1) le social doit être au poste de commande ;
- 2) l'économie doit être considérée pour ce qu'elle est, un instrument de développement et non une fin ;
- 3) l'environnement doit constituer une conditionnalité nouvelle dans les choix économiques qui s'opèrent ;

4) la poursuite simultanée de quelques grandes priorités s'impose, notamment l'emploi, la construction d'institutions démocratiques et le partage de la richesse¹⁹.

Dans cette vision, nous relevons trois sphères primordiales à considérer ; le social, l'environnement et l'économie. Cette vision du développement rejoint bien l'idée générale du développement durable. Selon Lafleur, c'est la convergence de ces trois types de dimension (sociale/communautaire, économique et environnementale) qui permet de réaliser des projets de développement durable. Comme nous pouvons le constater dans le tableau qui suit, elles sont considérées comme étant liées et interdépendantes.

Figure 2.2. : Le développement durable²⁰



¹⁹ BARTOLI, H, *Repenser le développement, en finir avec la pauvreté*, Paris, UNESCO/Economica dans FAVREAU, Louis et FRÉCHETTE, Lucie, *Mondialisation, économie sociale, développement local et solidarité internationale, Collection Pratiques et politiques sociales et économique*, Presses de l'Université du Québec, Sainte-Foy, 2002, p. 32.

²⁰ LAFLEUR, Michel, *Éléments problématique : Commerce international, les coopératives et le développement durable*, dans Séminaire international sur le commerce, les coopératives et le développement durable, IRECUS, Collection Documents et conférences, Université de Sherbrooke, Bibliothèque nationale du Québec, 2000

Le développement durable est un concept fort prisé des organisations de coopération internationale. D'après le rapport Brundtland, il vise «la satisfaction des besoins de la génération actuelle sans priver les générations futures de la possibilité de satisfaire leurs propres besoins»²¹. Plusieurs stratégies peuvent se dessiner à partir du développement durable. Celles qui nous intéressent le plus, comme nous le verrons dans la présentation du commerce équitable, s'apparentent aux théories qui se rapprochent du développement local et de l'économie sociale et solidaire. Effectivement le commerce équitable s'insère, à notre avis, dans les stratégies de l'économie solidaire.

2.3. La réponse du commerce équitable

Considérant l'état actuel des relations internationales, le mouvement du commerce équitable propose une nouvelle avenue. Les organisations de commerce équitable développent une relation avec les producteurs du Sud basée sur un système de valeur éthique au niveau social et écologique. Le commerce équitable, déjà perçu comme une alternative, se voit de plus en plus devenir un nouveau paradigme de l'économie de marché.

²¹ JOHNSON, Pierre, *Les coopératives de producteurs et le mouvement du commerce équitable face aux défis du développement durable*, dans *Rapport du Séminaire international « Commerce équitable, coopératives et développement durable »*, Chaire de Coopération Guy-Bernier et Chaire économie et humanisme, Université du Québec à Montréal, 2002, p. 88

2.3.1. Le mouvement

De prime abord, le commerce équitable s'insère dans une logique de développement économique. Selon Roozen et Hoff, «il ne remet pas en cause l'économie de marché en soi, mais il en attend quelque chose de positif et il veut en corriger fondamentalement les effets secondaires de façon à ce que les répercussions sociales soient toutes autres»²². Il ne s'agit pas de profiter de la vulnérabilité des pays sous-développés, mais de chercher un équilibre dans les relations économiques permettant de profiter à tous des bienfaits de l'expansion économique.

Afin de palier aux iniquités entre les pays du Nord et du Sud engendrées par le système d'échange actuel, le commerce équitable propose des moyens concrets permettant de réajuster la balance. En effet, il vise un rapprochement réel entre les producteurs et les consommateurs en éliminant les intermédiaires. L'exemple du café a été maintes fois utilisé pour mieux illustrer le phénomène. C'est en comparant la route traditionnelle du café par rapport à la route alternative que propose le commerce équitable que l'on peut constater sur quels principes repose cette nouvelle approche (voir annexe III et IV). La première comporte de nombreux intermédiaires entre les producteurs et les consommateurs. Certains intermédiaires ont plus de pouvoir que d'autres et seulement par leur grand nombre ils créent la base d'une répartition inéquitable des profits du

²² ROOZEN, Nico et HOFF, Frans van der, *L'Aventure du commerce équitable : une alternative à la mondialisation par les fondateurs de Max Havelaar*, Éditions JC Lattès, France, 2002, p. 239

marché. Tandis que dans la deuxième, le commerce équitable propose une voie différente basée sur sept principes bien définis²³:

➤ *Commerce direct :*

Les organisations de commerce équitable (OCE) achètent directement aux coopératives et aux associations considérées comme des partenaires égaux.

➤ *Un juste prix :*

Les prix sont fixés entre les partenaires en tenant compte des besoins des producteurs ainsi que de la réalité des marchés du Nord, et non en passant par la bourse dont les prix fluctuent en fonction de la spéculation et des lois du marché.

➤ *Engagement à long terme :*

Des ententes sont tenues à l'avance, de sorte que les producteurs sont en mesure de mieux planifier leurs activités et qu'ils sont assurés de l'écoulement de leur production.

➤ *Crédit :*

Les OCE doivent tenter de fournir du crédit à faible taux d'intérêts et une manière de le faire est de payer à l'avance une partie de la commande. Ainsi, les risques sont entrepris également par les partenaires.

➤ *Gestion démocratique :*

Les profits doivent être répartis équitablement parmi les groupes producteurs et tous les travailleurs doivent avoir une voix dans le processus décisionnel.

➤ *Information du public :*

Les états financiers doivent être transparents et les OCE s'engagent à fournir aux consommateurs les informations concernant les conditions de productions et la redistribution des profits.

➤ *Protection de l'environnement et développement communautaire :*

Les OCE soutiennent des producteurs dont les pratiques agricoles respectent l'environnement et qui mettent sur pied des projets de développement communautaire.

Afin de s'assurer du respect des engagements des acteurs dans le processus du commerce équitable, des organisations internationales neutres et indépendantes ont pour mission de

²³ WARIDEL, Laure, *Une cause café pour le commerce équitable*, Éditions le Intouchables, Bibliothèque

certifier les produits. Au Canada, cet organisme s'appelle Transfair Canada. Celui-ci fait partie d'un registre administré par le Fairtrade Labelling Organization International (FLO-International) qui regroupe tous les organismes de certification au niveau international. Ainsi, des procédures de vérifications y sont établies et doivent être suivies de façon très stricte.

Le café s'avère l'un des premiers produits visés par ce type de commerce, mais il n'est pas exclusif. Plusieurs autres produits circulent par la même route ; le thé, le cacao, la banane, le sucre, le riz, des produits d'artisanat, on parle aussi de la création d'un *Éditeur équitable*, pour la mise en marché de livres altermondialistes. Certains acteurs vont même jusqu'à inclure le commerce équitable au niveau du secteur des services par la venue du tourisme responsable. Or, le commerce équitable est une pratique qui peut s'appliquer à plusieurs produits de consommation et activités commerciales. C'est ainsi que l'on peut parler d'une autre forme de relation économique qui remet en question le modèle d'échange conventionnel. La valeur des produits inclut les coûts sociaux et écologiques nécessaires à une production durable.

2.3.2. Les acteurs et leurs liens

Les acteurs du commerce équitable contribuent à intégrer la dimension sociale dans l'activité commerciale. La Fédération européenne pour le commerce équitable (EFTA)²⁴ a développé le rôle de chaque catégorie d'acteurs en deux types d'organisations, soit

24 Fédération européenne pour le commerce équitable, 1997, p. 37.

celles qui constituent des partenaires directs dans le commerce équitable et celles qui y sont liées indirectement. À travers ces deux grandes catégories d'acteurs nous avons établi une typologie des fonctions qu'ils remplissent pour faciliter la compréhension du commerce équitable à travers les différentes phases de son processus. Par contre il s'avère important de noter que les acteurs peuvent chevaucher diverses fonctions dans le circuit du commerce équitable. Voyons cette typologie que nous faisons suivre d'un schéma représentatif du lien entre ces différents acteurs.

Les Partenaires du commerce équitable

❖ Les producteurs

Évidemment il est difficile d'établir un portrait global des producteurs car il varie selon l'origine géographique et le type de produit. Par contre, le regroupement en coopératives, en fédération de coopératives ou en syndicat de travailleurs est un élément caractéristique, car c'est ainsi que l'on vise des actions communes de développement local. On retrouve également des sociétés d'État, des organisations privées, des ateliers pour handicapés et des entreprises d'économie sociale du Nord.

Les producteurs visés par le commerce équitable sont souvent ceux qui se trouvent en marge du système commercial traditionnel au niveau international. Ce sont souvent des communautés isolées et ayant un niveau de vie très précaire qui les limite dans leur insertion. Le commerce équitable a ainsi pour objectif d'amener un revenu

²⁴ JONSHON, Pierre, *Commerce équitable, propositions pour des échanges solidaires au service du développement durable*, Éditions Charles Léopold Mayer, Paris, 2003, p.110 à 115.

décent, en plus d'une prime pour des projets de développement, à ces populations qui leur permet d'améliorer leur qualité de vie.

❖ *Les importateurs*

Les organisations concernées se situent au Nord et elles achètent directement leurs produits aux organisations de producteurs à un prix équitable, prix qui est négocié entre les producteurs et les organisations de certification. Les importateurs fonctionnent comme grossiste et/ou comme détaillant. À cette étape, deux principaux circuits sont possibles. D'un côté il y a les centrales d'achat du commerce équitable, qui fournissent les boutiques centralisées. De l'autre, il y a les importateurs privés, qui eux doivent nécessairement faire appel à une certification indépendante des produits. La certification permet de commercialiser les produits dans les réseaux de grande distribution et autres types de magasins.

❖ *Les distributeurs*

Nous retrouvons deux types de distributeurs ; les magasins alternatifs et ceux issus de la grande distribution.

Les premiers consistent en des points de vente spécialisés dans le commerce équitable offrent toute une gamme de produits alimentaires, mais aussi cosmétiques et artisanaux. Ils s'approvisionnent auprès des centrales d'achat vues précédemment, mais peuvent également bénéficier de relations directes avec les producteurs. Ces magasins qui fonctionnent en réseaux, assurent un commerce de proximité et une

information transparente au consommateur. La plupart utilisent les produits du commerce équitable comme médium à l'information et la sensibilisation du public par rapport aux réalités du Sud. Amener les citoyens consommateurs à se responsabiliser par rapport à leur acte d'achat est le moteur de leur travail.

Il y a aussi les grands distributeurs, c'est-à-dire les entreprises alimentaires et les restaurants qui introduisent certains produits équitables dans leurs commerces. Ils détiennent souvent une large part du marché alimentaire, ce qui permet une diffusion de grande envergure pour les produits équitables. Par contre, ce genre de partenariat peut comporter des ambiguïtés, car les grands distributeurs à la base ne poursuivent pas les mêmes objectifs que le commerce équitable. Souvent ils s'intéressent à la vente de produits équitables principalement parce qu'il y a une demande.

❖ *Les organismes de certification*

Les organismes de certification, aussi appelée label, assurent uniquement le respect des critères du commerce équitable et ils ont développé un certain nombre de critères par produit. Ils offrent la possibilité aux importateurs intéressés par le commerce équitable d'avoir accès à un registre de producteurs agréés. Ces organisations ne vendent aucuns produits, elles fonctionnent grâce à la vente de licences de certification qui permettent aux importateurs de prouver l'équité de leurs produits. Leur réputation est majeure car leur raison d'être dépend de la confiance que leur accordent les consommateurs en reconnaissant la validité de la certification. C'est pourquoi les organismes de certifications sont chapeautés par l'organisation

internationale Fairtrade Labelling Organization International (FLO-International) qui établit les critères et qui s'assure de leur contrôle par une entité indépendante de la structure.

❖ *Les consommateurs*

Le mouvement du commerce équitable s'appuie sur l'émergence d'une consommation responsable et solidaire. Les consommateurs peuvent être d'ordre individuel, collectif ou même institutionnel. Leur soutien face au produit de commerce équitable est de grande importance, car il exprime une volonté et une sensibilité collective de consommer autrement.

Les organisations associées

Par organismes associés nous entendons ici toutes les organisations qui agissent indirectement dans le circuit du commerce équitable. Leur rôle de soutien se veut fondamental et ce sont souvent ces organismes qui sont les précurseurs du mouvement. L'aide au développement est souvent un souci important pour ces acteurs et ils considèrent le commerce équitable comme un outil crédible pour y parvenir. Les organisations peuvent agir à différents niveaux par exemple dans la réalisation d'un projet de développement local au Sud, l'information et la sensibilisation au Nord, l'activité de lobby, le financement, la participation à des forums et autres plates-formes de concertation, la création de Fondation active dans le commerce équitable.

❖ *Les organisations non gouvernementales (ONG)*

Ces organisations ont un rôle très important car elles se trouvent souvent très près de la réalité des communautés. Par des aides financières, des appuis institutionnels et du support technique, elles peuvent contribuer à améliorer la position des producteurs faibles ou marginalisés. Leurs activités visent également l'amélioration des conditions de vie des communautés par différents projets (éducation, santé, transport, communication, vie communautaire, etc.). Par ailleurs, la consolidation des actions entreprises par les ONG leur redonne un pouvoir de militer et de faire pression sur les gouvernements pour viser un réel développement durable.

Les ONG qui œuvrent dans le développement international ainsi que les associations locales au Sud peuvent jouer un rôle important dans l'organisation institutionnelle au niveau des producteurs. Le commerce équitable représente alors un moyen d'action dans le cadre de projets issus du développement local.

❖ *Les organisations financières*

Ces organisations canalisent les investissements éthiques. Ils financent les projets à caractère équitable et permettent aux producteurs l'accès au crédit à des taux d'intérêt qui correspondent à leur réalité.

❖ *Les gouvernements nationaux, régionaux et locaux*

Les gouvernements nationaux des pays du Nord développent leurs propres politiques d'Aide publique au développement (APD). Ils établissent des priorités en matière de

coopération au développement. À partir de ces priorités, ils vont accorder un financement aux organisations qui vont dans le même sens. D'autre part, ils siègent dans les organisations internationales de développement (ex. BM, FMI, PNUD, CNUCED, etc.). Ils détiennent un pouvoir décisionnel. Leur reconnaissance en faveur du commerce équitable permet de faciliter l'entrée de cette nouvelle pratique au niveau politique et juridique.

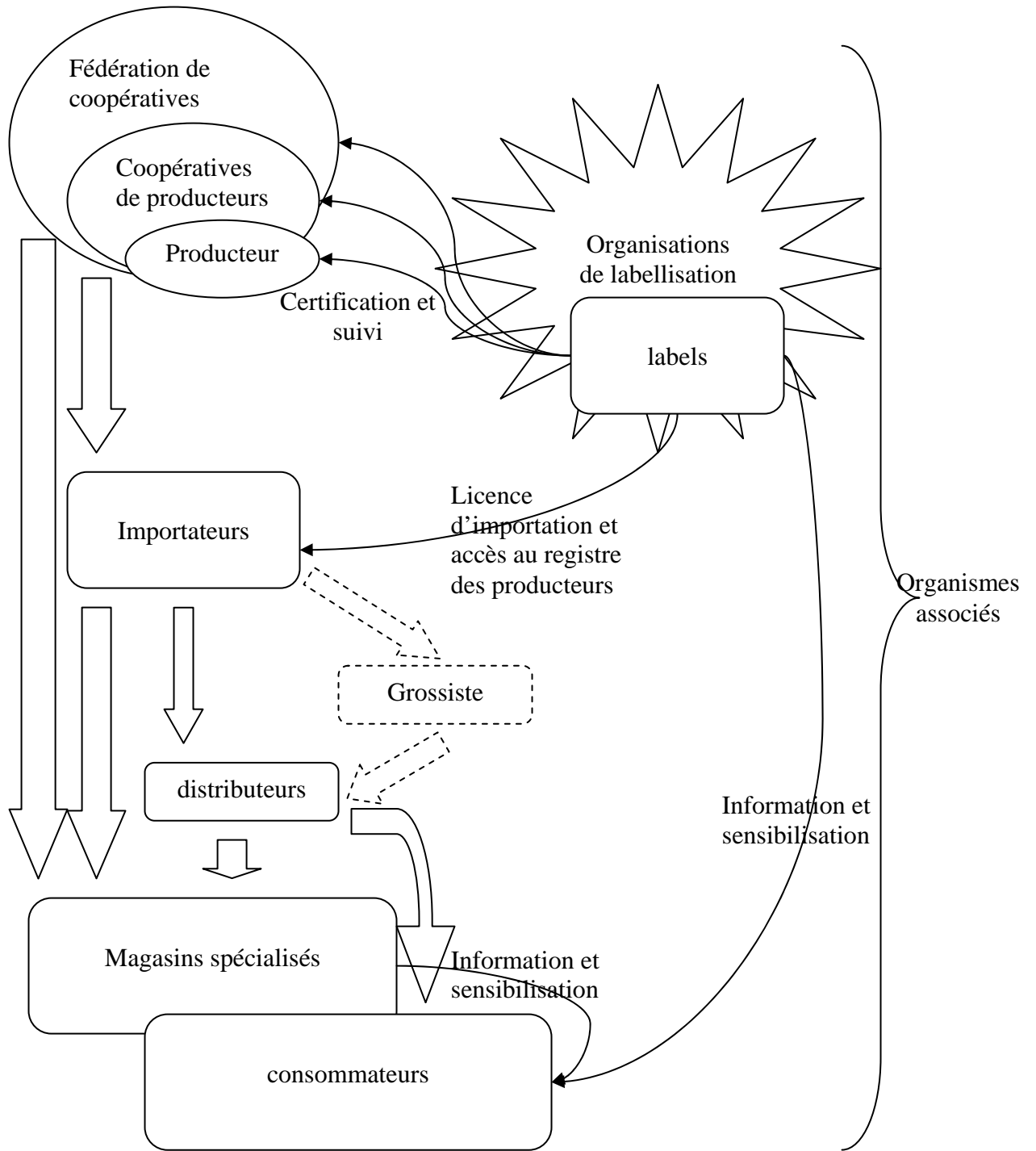
❖ *Les organisations qui aident les producteurs à répondre aux normes du marché intérieur ou à l'importation*

Il s'agit là d'organisations qui jouent un rôle de soutien technique à travers le développement de produits et de services, la formation et le conseil.

❖ *Certaines entreprises*

La différence des entreprises liées indirectement par rapport à celles qui y sont liées directement repose sur le fait qu'elles ne participent qu'à titre marginal au mouvement tandis que les autres y consacrent l'essentiel de leurs activités. Elles agissent surtout au niveau de la distribution et de la transformation des produits équitables. Même liées indirectement, elles peuvent avoir un très grand impact sur l'essor du commerce équitable parce qu'elles permettent une visibilité des produits à plus grande échelle.

Figure 2.3. : Les acteurs et le fonctionnement du commerce équitable



○ = acteurs du Sud
□ = acteurs du Nord

➡ = flux des produits
→ = flux de l'information ou de la certification

2.3.3. Les modèles théoriques

Comme nous avons déjà commencé à l'aborder dans un chapitre précédent, le commerce équitable est à inscrire dans l'optique d'un développement qui met en relation les facteurs sociaux et environnementaux comme étant indispensables au développement économique. Tout comme l'avance Favreau²⁵, le commerce équitable illustre fort bien la triple dimension du développement :

Dimension économique :

De petits producteurs de matières premières (café, cacao, miel, thé,...) du Sud vendent leurs produits à des pays du Nord à un prix équitable. Ils sont aujourd'hui 800 000 producteurs à vivre de ces échanges équitables en écoulant leurs marchandises.

Dimension sociale :

Les entreprises de ces petits producteurs (généralement des associations et des coopératives) respectent les conventions de l'Organisation internationale du travail (OIT) en matière de normes de travail et celles reliées à l'environnement. Elles font également en sorte de consacrer une partie de leurs profits à des projets de développement (éducation, santé, communication, transport, etc.). En contrepartie, les associations et les magasins du Nord s'engagent à sensibiliser la population aux conditions de travail et de vie des producteurs équitables.

Dimension environnementale :

Cet aspect se caractérise par un respect de l'environnement dans les moyens de production et dans un esprit de développement durable. Par exemple, il peut s'agir de culture mixte, de l'utilisation de compost (non utilisation d'insecticides et d'herbicides) et d'orientation vers une certification «organique» dont les composantes de base ont été fixées à l'origine par les associations écologiques du Nord, lesquelles ont institué ce type de commerce dans les années 1960.

Par ces trois dimensions, les organisations de commerce équitable visent à rapprocher le producteur du consommateur pour permettre une meilleure répartition des profits. Par

²⁵ FAVREAU, Louis, *Commerce équitable, économie sociale et mondialisation*, dans Rapport du Séminaire international « Commerce équitable, coopératives et développement durable », Chaire de Coopération Guy-Bernier et la Chaire économie et humanisme, Université du Québec à Montréal, Montréal, 2002, p. 2

conséquent, on se sert du marché pour faire émerger un développement à dimension sociale, économique et environnementale. En ce sens, le commerce équitable démontre certaines particularités des théories d'économie sociale et solidaire ainsi que celles reliées au développement local.

Nous situons donc le développement du commerce équitable en Suisse dans le cadre du modèle d'économie sociale et solidaire. Ce modèle introduit la sphère sociale dans la sphère économique. Comme vu précédemment dans les théories du développement, nous considérons que le développement ne peut se faire sans considérer le développement social. Ces deux créneaux ne doivent pas être isolés, mais plutôt interdépendants, dans le sens où l'un agit sur l'autre et vice versa.

Comme le définit Favreau²⁶, l'économie sociale se distingue du commerce de l'entreprise privée par quatre grands traits :

- des **finalités** qui ne sont pas de servir les détenteurs de capitaux, mais de remplir des fonctions sociales, au sens où l'activité vise à assurer la viabilité économique et l'utilité sociale ;
- des **acteurs** qui s'associent pour créer des entreprises qui répondent aux besoins de base d'un groupe ou d'une collectivité locale ;
- des **structures et des règles** orientées vers la participation démocratique et qui ne répartissent pas le pouvoir en fonction du capital détenu ;

²⁶ FAVREAU, Louis, *Commerce équitable, économie sociale et mondialisation*, dans *Rapport du Séminaire international « Commerce équitable, coopératives et développement durable »*, Chaire de Coopération Guy-Bernier et la Chaire économie et humanisme, Université du Québec à Montréal, Montréal, 2002, p. 6.

- des **activités** à caractère entrepreneurial au sens où la production de biens ou de services se développe sur les marchés, permettant ainsi d'assurer aux associés d'autofinancer leur entreprise tout en misant sur l'apport des solidarités rapprochées.

Ces aspects de l'économie sociale remettent en question la finalité du développement économique en insistant sur la valeur humaine qui se trouve au cœur des questions liées au développement. Évidemment, si on parle d'échanges internationaux, il faut ajouter une valeur de solidarité dans le développement économique. En effet, ce dernier devient possible si une forme de mobilisation dans les habitudes de consommations s'effectue en fonction d'un nouveau type de commerce. En faisant ainsi appel à la solidarité internationale, il nous paraît plus à propos de parler d'une forme d'économie solidaire.

Par ailleurs, le commerce équitable se construit à partir de l'organisation des communautés du Sud, c'est de cette manière qu'il contribue à une logique de développement local. En effet, le potentiel de développement à la base repose principalement sur la volonté de changement d'une communauté et ses capacités à se prendre en charge. Ce que plusieurs auteurs appellent une stratégie *d'empowerment*. Dans le cas du commerce équitable, la meilleure illustration du développement local s'apparente à l'organisation des communautés en coopératives.

Le but du développement local est d'entraîner une implication de la population en tant qu'acteur vers la mobilisation des potentialités et des ressources disponibles dans une triple dimension sociale, économique et culturelle, tout comme le décrivent Vachon et Coallier:

Le développement local est une stratégie visant à créer un environnement propice aux initiatives locales afin d'augmenter la capacité de la collectivité à s'adapter aux nouvelles règles de la croissance macro-économique. Cette même stratégie verra à trouver d'autres formes de développement qui, par des modes d'organisation et de production inédits, intégreront des préoccupations d'ordre social, culturel et environnemental dans des considérations économiques²⁷.

L'approche privilégie de considérer chaque espace comme étant doté d'une histoire, à la fois culturelle, économique, politique, géographique et sociale qui lui est propre. C'est en portant une attention particulière à ces caractéristiques qu'il est possible d'envisager une perspective de changement pour améliorer des conditions de vies insatisfaisantes.

Aussi, c'est le caractère spontané d'adaptation aux contraintes nouvelles par l'organisation des acteurs en présence qui rend compte d'une dynamique de développement local. L'analyse du milieu doit ainsi se faire avec les communautés et les acteurs significatifs. Sur le plan du développement international, le commerce équitable amène un nouvel esprit par «le passage d'un modèle vertical, donateur et bénéficiaire, à un modèle horizontal fondé sur la réciprocité. *Trade not aid* [du commerce pas de l'aide] fait école»²⁸. Considérée comme une forme de globalisation par le bas, l'initiative du commerce équitable représente une véritable alternative à l'ordre établi.

²⁷ VACHON, Bernard et COALLIER, Francine, *Le développement local, théorie et pratique*, Éditions Gaétan Morin, Boucherville, Québec, 1993, p.32

²⁸ ROOZEN, Nico et HOFF, Frans van der, *L'Aventure du commerce équitable : une alternative à la mondialisation par les fondateurs de Max Havelaar*, Éditions JC Lattès, France, 2002, p.238

3. L'expérience suisse en matière de commerce équitable

Nous prenons comme objet la Suisse pour étudier le commerce équitable, car ce dernier jouit d'une popularité remarquable. Ainsi à travers cette étude nous pouvons dégager un certain nombre d'éléments et d'hypothèses pouvant enrichir la réflexion sur ce nouveau type de commerce.

Afin de bien situer le commerce équitable en Suisse, nous avons jugé qu'il est essentiel de présenter un bref portrait de ce pays en insistant sur sa position dans la politique et le commerce sur le plan international. C'est en nous basant principalement sur des textes et des documents officiels que nous arrivons à dresser ce portrait. Les présentations subséquentes, sur la naissance du commerce équitable en Suisse ainsi que celles des acteurs, s'appuient plutôt sur les publications des organisations et sur l'expérience des personnes rencontrées. C'est à partir des particularités de ce pays ainsi que celles de certains acteurs que nous pourrions dégager notre analyse à la fin de ce travail.

3.1. Un terrain propice pour le commerce équitable

La Suisse est un pays enclavé entre la France, l'Italie, l'Autriche, le Lichtenstein et l'Allemagne. On y compte environ 7,3 millions d'habitants, dont 20% d'étranger, pour une superficie d'un peu plus de 40 000 km²²⁹. Ce qui représente environ toute la

²⁹ Site officiel de la Confédération Helvétique : www.admin.ch/ch/f/bk/buku2004/02.pdf

population québécoise dans un territoire aussi grand que deux fois la région de l'Estrie.

Le secteur des services est le plus significatif des activités économiques du pays.

Il est intéressant, dans le cadre de cette recherche, de relever l'aspect historique de la Suisse pouvant expliquer la popularité du commerce équitable. En fait, la création de ce pays s'est faite en l'an 1291 où trois cantons se sont regroupés et ont créé une Confédération. Ils ont basé leur alliance autour d'un pacte de non-agression et d'aide mutuelle en réaction à l'emprise de l'empire austro-hongrois. La Suisse primitive a dû se battre à de nombreuses reprises, jamais pour conquérir, seulement pour se défendre. Durant les siècles qui ont suivi, vingt autres cantons s'y sont joints pour former la Suisse actuelle. La neutralité et l'entraide sont des valeurs ancrées dans la culture des gens et ont traversé le développement de ce pays jusqu'à nos jours. C'est un pays qui se dit neutre dans le sens où il ne prend pas part aux conflits armés sauf pour protéger ses propres frontières ou, depuis peu, sous l'égide de l'ONU pour patrouiller à l'étranger dans le but de maintenir la paix et non pour imposer ses idées.

Les cantons se sont séparés des différents empires allemands, français et italiens ce qui explique les trois langues principales. La Constitution et les lois se sont adaptées à cette richesse culturelle pour former un ensemble qui tient compte des minorités. Le système politique qui s'est développé se veut démocratique et représentatif de la population. La population est fréquemment invitée, généralement à raison de quatre fois par année, à

voter pour ou contre des projets de lois. La participation à ces votations se situe en moyenne autour des 45%³⁰.

Actuellement il y a une forte présence d'organisations internationales en Suisse. Sur le site officiel de la ville de Genève, nous constatons qu'elle abrite à elle seule environ 190 organisations gouvernementales ou non. Cette ville est notamment réputée comme la Cité de la Paix et des grandes négociations internationales. Par exemple, la Croix Rouge a été créée à Genève par Henri Dunant, la Société des Nations devenue l'Organisation des Nations Unies (ONU) siège à Genève ainsi que plusieurs organismes qui y sont affiliés comme la Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (CNUCED), l'Organisation Internationale du travail (OIT), l'Organisation mondiale de la Santé (OMS), le Haut Commissariat pour les Réfugiés (HCR), etc. Genève accueille également l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC). Parallèlement, une dizaine d'organisations très spécialisées font de Genève le centre mondial de la normalisation technique et des droits d'auteurs: International Organization of Standardization (ISO), Union Internationale des Télécommunications (UIT) ou Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI).

Terre d'asile, Genève a su accueillir, au travers des siècles, des vagues successives de réfugiés, qui ont contribué à son développement (imprimerie, horlogerie ou industrie de la soie, notamment). Aujourd'hui Cité internationale, comptant plus de 40% d'habitants étrangers, elle est un formidable melting-pot, ouvert à toutes les cultures, toutes les origines³¹.

³⁰ Site officiel de la Confédération Helvétique : *Loc. cit.*

³¹ Site de la Ville de Genève : <http://www.ville-ge.ch/fr/decouvrir/monde/index.htm>

Ces quelques exemples montrent, que ce soit sur le plan diplomatique ou celui du commerce, que la Suisse est tournée vers l'étranger avec une action prenant d'emblée comme horizon la dimension internationale.

Selon l'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE) l'aide publique au développement (APD) accordée par la Confédération Helvétique représente 0,35% du produit national brut³². L'étude démontre qu'il s'agit là d'un écart par rapport à l'objectif de 0,7% fixé par l'ONU. Cependant ce qui nous intéresse particulièrement dans le cadre de cette recherche est l'opinion publique des suisses dans l'observation de l'OCDE. Une enquête qui a été réalisée en 1999 démontre que 76% de la population était favorable à l'aide au développement (50% pour son maintien et 20% pour son augmentation). Ce fort soutien populaire s'expliquerait d'une part par la présence d'une importante communauté d'ONG qui fait pression sur la politique et d'autre part par les campagnes massives de sensibilisation et d'information du public. Environ 7 millions de francs suisses (équivalent à la même somme en dollar canadien) sont consacrés chaque année à l'information du public. Les Suisses ont ainsi à leur portée l'information nécessaire pour avoir conscience du déséquilibre mondial.

Un autre aspect caractéristique de la Suisse, et en lien avec son principe de neutralité vu précédemment, est la gestion bancaire. Depuis longtemps reconnues pour leur secret bancaire, les banques suisses attirent de gros investissements de capitaux étrangers. Ce qui permet à la Suisse de se classer parmi les pays les plus riches du monde.

Évidemment une vague de contestation se soulève et dénonce cette forme de paradis fiscal en disant que les banques contribuent au blanchissement d'argent et aux détournements de fonds. C'est d'ailleurs une des raisons qui fait que la Suisse ne fait pas partie de l'Union Européenne, car cette dernière exige la levée du secret bancaire pour accepter la Suisse en son sein. Ce débat public prend la forme de débat politique. Plusieurs ONG, œuvres d'entraide et mouvements politiques emboîtent le pas pour dénoncer les pratiques bancaires et font pression pour qu'un changement s'effectue. Ainsi, à défaut de faire tomber le secret bancaire, certaines banques ont créé des fonds éthiques pour satisfaire les contestations populaires. Une conscience collective se développe face aux enjeux que cette situation soulève. Les questions éthiques par rapport au commerce de l'argent proviennent en partie de la population par leurs nombreuses actions de contestations. Il y a là un terrain fertile pour le développement du commerce équitable.

Cette conscience collective s'anime de plusieurs luttes engagées par des groupes de pression de nature diverses. Ces luttes peuvent être liées à différents secteurs comme : l'environnement, avec l'agriculture biologique, la gestion écologique des déchets industriels; le social, avec les questions reliés au logement, le respect des droits de l'Homme; l'économie, avec le commerce équitable, les fonds de placement éthiques; ou la politique, avec les luttes contre la privatisation des services de l'État. Les Suisses nous apparaissent plutôt soucieux et informés. Une personne informatrice établi un lien entre la conscience écologique et la conscience sociale. La Suisse a adopté des mesures plus

³² Site de l'OCDE : http://www.ocde.org/statisticsdata/0,2643,fr_2649_33721_1_119656_1_1_1,00.html

écologiques dans les subventions agricoles qui auraient probablement été instaurées par l'influence de la sensibilité des consommateurs face au respect de l'environnement.

[En Suisse] on a réorienté la politique agricole vers beaucoup plus d'écologie, [...] on a lié les subventions à ce qu'on appelle des prestations écologiques requises. Seuls les agriculteurs qui fournissaient des prestations écologiques touchaient des subventions (ex. meilleur respect des animaux, moins d'utilisation de pesticides, plus de surfaces de compensation écologique, etc.). Donc il y a vraiment eu là une réorientation de la politique agricole vers plus de respect envers l'environnement. L'agriculture suisse a été pendant longtemps leader à ce niveau là. Ce changement a probablement été dû au fait que les consommateurs étaient déjà sensibilisés par rapport au respect de l'environnement, donc par rapport au social j'aurais tendance à dire que cela s'inscrit justement dans cette même direction. En fait la conscience sociale vis-à-vis les pays du Sud est certainement assez ancienne en Suisse, mais récemment on commence aussi à s'inquiéter des conditions de production. (E4)

Cette personne émet l'hypothèse que la conscience sociale est très liée aux questions écologiques, ce qui favorise l'appui à de nouvelles stratégies qui répondent à cette conscience sociale, comme par exemple le commerce équitable. Actuellement ce nouveau type de commerce trouve facilement sa place, car plus de 60% de la population en ont pris connaissance³³ et on note une popularité à la hausse de la vente des produits depuis sa naissance en Suisse. Il pourrait être juste d'avancer que le commerce équitable s'est inscrit dans une stratégie viable aux yeux des Helvètes.

³³ Site de l'EFTA : www.eftafairtrade.org/Document.asp?DocID=120&tod=104014

3.2. *La naissance du commerce équitable*

La venue du commerce équitable en Suisse s'est effectuée en deux temps. Il y a eu premièrement l'influence des militants tiers-mondistes, puis deuxièmement l'introduction des produits dans le marché conventionnel.

Une personne informatrice (E2) nous explique que c'est dans la mouvance de contestations des étudiants du fameux mai 68' qu'est apparue l'idée de promouvoir un commerce plus équitable chez les Helvètes. Rappelons que mai 68' consiste au début d'une vague de manifestations étudiantes et ouvrières pour exprimer leur désaccord d'abord face au système de l'éducation en France dont le gaullisme et, par la suite, face à d'autres valeurs plus traditionnelles de la société occidentale. Ce mouvement a eu ses répercussions à l'extérieur de la France et à travers différentes luttes sociales. Cette remise en question s'est étendue jusqu'aux questions reliées à la gestion de l'aide au développement international. C'est à ce moment que l'idée de faire du commerce équitable en Suisse a émergée. Au tout début des militants tiers-mondistes utilisaient la vente de produits comme moyen d'information et de sensibilisation par rapport au développement dans les pays du Sud.

On est né dans toute cette mouvance mai 68 avec toutes ces réflexions [...] en 64 avec le *Trade not aid* de la CNUCED, [...] ils ont lancé ce fameux concept de dire : «il ne faut pas faire de l'aide avec le Tiers-monde il faut des échanges commerciaux ». Puis en Suisse, il y a eu toute une réflexion qui a été menée par des milieux d'abord confessionnels, protestants et catholiques, qui ont réfléchi à tous ces rapports en le Nord et le Sud. [...] Ils disaient : « le développement ce n'est pas nécessairement juste l'affaire du Sud, mais c'est de parler de mal développement », c'est-à-dire un mal développement qui touchait aussi bien nos régions que les régions du Sud.
(E2)

Les stratégies envisagées au départ consistaient davantage à sensibiliser et à informer la population de ce mal développement. Le rapport au commerce n'était pas vu comme un outil de développement et de solidarité. Les acteurs se sentaient même plus ou moins à l'aise de vendre des produits, car leur but était plutôt d'aborder une problématique que de développer un nouveau type de commerce.

[...] On utilisait le commerce comme support à toute une sensibilisation et justement pour susciter une interrogation sur ce mal développement. Donc l'idée n'était pas du tout de faire du commerce, ce n'était pas notre projet. Même quand on utilisait le slogan *Pour un commerce plus juste*, et bien c'était vraiment dans le sens d'interroger tout le système commercial sur cette logique qui faisait qu'effectivement les pays du Sud, vendaient [des produits] non transformés et puis que les prix avaient continué à baisser. Enfin c'était toute cette problématique là qui était abordée. [...] Je me souviens du premier magasin qu'il y avait à Lausanne, et bien on ne voyait pas les produits tellement il y avait des papiers, des *tracks*, des pétitions, les produits étaient dans un cageot bien au fond, tous cachés, c'est tout juste si on les voyait. Les produits de commerce étaient presque un tabou, on était presque gêné de vendre les produits, à l'époque. (E2)

Aussi la vente de produits au départ, et elle le reste encore aujourd'hui pour certains acteurs, représente une manière de supporter des mouvements politiques, des groupes marginalisés ou des actions du Sud. Consommer des produits équitables signifiait plutôt un geste de solidarité.

[...] On avait des produits symboliques. Le premier produit était le café *Ujamaa* de Tanzanie et ce n'était pas par hasard, c'était parce qu'il y avait la révolution en Tanzanie avec les Niérérés. Ensuite [...] on a eu le miel des réfugiés guatémaltèques, les sacs en jutes du Bangladesh, le café du Nicaragua. Ce dernier est arrivé en même temps que la révolution sandiniste. Les produits avaient une très forte connotation politique [...] les produits de départ était très lié à des révolutions qui se passait dans les pays parce que justement on faisait tout un travail de réflexion et de sensibilisation politique. (E2)

Les consommateurs achetaient ces produits par conviction, comme une forme d'engagement de solidarité pour une cause ou une forme de militantisme économique, et pas nécessairement par besoin et par recherche de qualité. Comme nous le rappelle une autre personne informatrice (E1), il y avait des gens qui achetaient du café *Ujamaa* de Tanzanie, qui était effroyablement amer et visqueux, mais que les gens achetaient quand même parce qu'il y avait un engagement et une volonté de le faire.

La venue d'un organisme de certification a marqué un point tournant du commerce équitable en Suisse, car il signait l'introduction des produits dans les magasins conventionnels. Ainsi, le commerce équitable est passé d'un marché de niche à un marché plus populaire.

Avec le temps, le mouvement s'est structuré, de nouvelles organisations se sont créées et ont adopté différentes stratégies qui font que le commerce équitable, aujourd'hui, s'est beaucoup développé en Suisse. Plusieurs produits sont disponibles et consommés régulièrement par la population. Le tableau ci-dessous démontre la part du marché qu'occupent les produits certifiés par Max Havelaar. Cet organisme assure le respect des critères du commerce équitable en Suisse, nous y reviendrons plus loin dans la présentation des acteurs.

Tableau 3.1. : Produits certifiés par Max Havelaar Suisse³⁴

Produits (année de certification)	Part du marché en Suisse
Café (1992)	6% = 1 514 tonnes
Miel (1993)	12% = 438 tonnes
Cacao-Chocolat (1994)	1% = 311 tonnes
Sucre (1994)	> 0,1% = 76 tonnes
Thé (1995)	4% = 37 tonnes
Banane (1997)	30% = 18 836 tonnes
Jus de fruits (1999)	5% = 3 346 000 litres
Fleurs (2001)	10% = 72 millions de tiges
Riz (2002)	3% = 417 tonnes
Mangues (2003)	> 3% = 72 tonnes
Ananas (2003)	5% = 474 tonnes
Plantes (2004)	À venir

Il existe également plusieurs autres produits non certifiés qui s'inscrivent dans le commerce équitable. Il s'agit surtout des produits l'artisanat mais aussi de certains produits alimentaires comme les fruits séchés. Les données sur la part de marché qu'occupent ces produits sont plus difficiles à répertorier étant donné qu'ils se vendent dans un créneau plutôt alternatif, mais il faut tout de même considérer qu'ils sont présents et qu'ils font connaître le commerce équitable.

³⁴ Site de Max Havelaar Suisse : <http://www.maxhavelaar.ch>, 2004

3.3. Les acteurs suisses et les réseaux internationaux

Derrière chaque organisation du commerce équitable en Suisse se trouve une panoplie d'acteurs qui ont contribué à leur fondation et qui sont toujours impliqués dans leur déroulement actuel. Le commerce équitable représente ainsi un engagement de plusieurs acteurs dans la recherche d'une nouvelle économie solidaire. Plusieurs ONG, œuvres d'entraide, Églises et même certains départements gouvernementaux jouent un rôle essentiel dans l'essor du commerce équitable.

Ce qui est intéressant de constater dans la panoplie des acteurs suisses est qu'ils agissent souvent à différents niveaux. En effet, ils sont souvent actifs à travers plusieurs étapes du processus du commerce équitable, que ce soit au niveau de la production, de l'importation, de la distribution, de l'information et de la sensibilisation ou encore de la certification. Nous ne nommerons pas ici tous les acteurs suisses, mais bien ceux qui marquent la spécificité du commerce équitable en Suisse.

La Fondation Max Havelaar Suisse

Max Havelaar est un organisme de certification, plus communément appelé label en Suisse. Son but est de fournir des licences qui assurent aux consommateurs que le produit répond aux critères du commerce équitable. La Fondation s'occupe également du contrôle des critères auprès des partenaires du Sud et fait un travail d'information auprès du public en Suisse.

La première Fondation Max Havelaar a vu le jour en Hollande en 1988 par une initiative de commercialisation alternative du café. C'est à la suite de cette expérience prometteuse et parce que la conjoncture était favorable que la Fondation du même nom a vu le jour en Suisse en 1992. Six œuvres d'entraide suisses (Swissaid, Eper, Helvetas, Action de Carême, Caritas et Pain pour le Prochain), avec le soutien de l'Office Fédérale des Affaires Étrangères, aujourd'hui il s'agit du Secrétariat à l'Économie (SECO), ont contribué à la mise en œuvre du label. Actuellement, comme nous le rappelle une personne informatrice (E1), Max Havelaar s'autofinance par la vente de ses licences et les œuvres d'entraide fondatrices travaillent encore en étroite collaboration avec le label en siégeant au conseil de la fondation.

Depuis sa création, Max Havelaar développe et rend disponible sur le marché un produit par année. Par conséquent, une étude de marché est entamée en Suisse et un travail de repérage des partenaires potentiels du Sud est réalisé en fonction des critères du commerce équitable. Max Havelaar doit évidemment s'appuyer sur des structures qui respectent les critères, par exemple des coopératives, pour apposer le label. Il est intéressant de constater que ces structures ont parfois été mises sur pied grâce à des projets de coopération dans le cadre d'ONG ou encore par l'entremise de d'autres organismes de commerce équitable qui vendaient les produits sans détenir le label dès le départ.

Il est clair que Max Havelaar n'a pas inventé le commerce équitable en Suisse, car celui-ci existait déjà depuis plusieurs années sous forme de commerce alternatif. La grande

innovation de Max Havelaar a été de créer un dialogue avec les leaders de la grande distribution afin de permettre aux produits du commerce équitable de rejoindre un public plus large. Contrairement à ce que l'on observe au Québec, les plus grands distributeurs alimentaires, qui se nomment la Coop et la Migros et qui se partagent environ 80% du marché suisse, se sont tout de suite intéressées au commerce équitable lorsque Max Havelaar a été créé.

Il est intéressant d'analyser plus en profondeur l'intérêt de ces distributeurs porté en faveur des produits équitables. Comme nous le souligne une personne informaticienne, la manière dont ils se sont introduits suppose une compétition au niveau marketing à caractère éthique.

Les grands distributeurs en Suisse se livrent vraiment une bataille au niveau de leur image d'engagement pour des causes, donc c'est devenu tout à leur avantage de mettre en avant ces produits. [L'introduction des produits équitables] est liée à une stratégie de marketing des distributeurs.
(E4)

L'engagement pour des causes sociales et environnementales dans ces entreprises fait parti de leur politique depuis fort longtemps. Les produits biologiques et régionaux sont les points forts des stratégies de communication de Migros et Coop. Sur leurs tablettes, on y retrouve plus d'une vingtaine de labels de toutes sortes, dont Max Havelaar. Ils défendent une vision éthique du commerce et une image d'engagement pour séduire les consommateurs avertis et parce que cela poursuit le cours historique de ces entreprises. Ce qui est particulier depuis 2004 est que Coop ne vend plus que des bananes certifiées par Max Havelaar (E4).

Parce qu'il correspondait bien à l'image que ces entreprises veulent se donner, c'est presque naturellement que le commerce équitable a fait son apparition remarquée sur les tablettes des magasins. Remarquons aussi que ces grands distributeurs ont suscité un intérêt pour les produits du commerce équitable chez plusieurs autres distributeurs qui les ont suivis dans leur démarche. Plusieurs entreprises arrivent à la réflexion qu'il y a un marché pour le commerce équitable et qu'ils doivent emboîter le pas.

Grâce à la grande distribution le commerce équitable est passé d'un marché de public engagé à un marché plus populaire. D'ailleurs, la plupart de nos personnes informatices nous ont souligné que le succès du commerce équitable en Suisse est lié à l'introduction des produits dans les grandes chaînes de distribution. Les produits ont dorénavant une plus grande visibilité et sont davantage accessible. Une personne informatices (E3) ajoute que cette visibilité a permis de faire connaître de manière significative la notion de commerce équitable à plus de gens et augmenter les part de marché du commerce équitable.

Il est à noter que si ces perspectives réjouissent les acteurs du commerce équitable, il n'en demeure pas moins que le fait d'écouler une grande partie des produits par le réseau des géants de l'agro-alimentaire il y a un danger de dépendance financière de Max Havelaar vis-à-vis des entreprises qui détiennent le monopole du marché. Ceci s'explique par le fait que, comme déjà mentionné, Max Havelaar s'autofinance grâce à la vente de licence. Or, comme une grande partie des produits sont commercialisés par Coop et Migros, quelques craintes sont permises quant aux marges de manœuvre future de la Fondation.

Néanmoins, le succès de Max Havelaar peut être attribué à deux facteurs. D'une part parce qu'il a permis d'introduire les produits équitables dans la grande distribution. D'autre part, parce qu'il y avait déjà une demande pour ces produits et que les consommateurs ont facilement accordé une confiance au label. Il faut tout de même reconnaître que pour qu'il y ait un engouement pour les produits équitables, il y a eu tout un travail de sensibilisation et d'information déjà mis en œuvre depuis de nombreuses années par d'autres acteurs.

L'Association Romande des Magasins du Monde (ASRO)

L'Association Romande des Magasins du Monde est une organisation à but non lucrative qui chapeaute les magasins spécialisés dans le commerce équitable. On y retrouve principalement des produits de l'artisanat et des produits alimentaires dont certains sont certifiés par Max Havelaar.

L'Association suisse romande est renommée pour son rôle de pionnière dans le commerce équitable en Suisse. À l'origine, c'est-à-dire au début des années 70', se trouvent des groupes régionaux qui travaillaient au niveau de la sensibilisation des réalités Nord-Sud. Ils proposaient déjà des produits du commerce équitable pour appuyer des actions à des groupes du Sud. Ces divers groupes régionaux ont vu la pertinence de s'associer pour consolider leur apport au commerce équitable. C'est dans ce contexte qu'en 1974 l'Association des Magasins du Monde fut créée et la même année on inaugurerait le premier Magasin du Monde à Lausanne. Depuis, différents groupes se sont greffés à l'initiative et une quarantaine de magasins occupent des points de vente dans le

territoire suisse romand. Ces magasins fonctionnent grâce à l'implication d'environ 1000 bénévoles.

Les Magasins du Monde sont considérés comme les précurseurs du commerce équitable en Suisse parce qu'ils furent les premiers à attirer l'attention du public vers ce type de commerce. Leurs activités de départ se concentraient principalement sur la sensibilisation et l'information. C'est au cours des années 80' qu'ils ont développé leurs activités de vente de manière plus pointue afin de répondre aux demandes de leurs partenaires du Sud qui cherchaient davantage à écouler leurs produits équitables. L'ASRO importe elle-même une partie de ses produits, mais elle entretient des relations fortes avec Claro SA qui lui fournit une large gamme de produits. L'ASRO, avec d'autres associations, a d'ailleurs contribué à la création de la centrale d'importation Claro SA.

Claro Fair Trade S.A.

Claro SA est une centrale d'importation de produits équitables. Anciennement appelée OS3, acronyme de Organisation Suisse Tiers-monde, l'organisation avait débuté ses activités à but non lucratives en 1977. Ce sont encore une fois quelques œuvres d'entraide qui ont fondé ensemble cette organisation. C'est en 1997 que OS3 s'est transformé en une société anonyme que l'on appelle Claro SA. Actuellement, les œuvres d'entraide fondatrices y participent comme actionnaires. Le cheminement que connaît Claro SA se veut bien particulier, car l'organisation a connu des changements importants dans son évolution.

Son implication auprès des communautés marginalisées et la volonté de faire croître le commerce équitable en Suisse ont toujours été les principales préoccupations de l'organisation. Claro SA importe plusieurs produits de l'artisanat, mais aussi certains produits alimentaires. Elle est membre des réseaux EFTA, de l'IFAT et de NEWS!, dont il est mention plus loin dans ce chapitre. Remarquons que Claro SA n'est pas un organisme de certification, car elle laisse la tâche de contrôler les critères à ces réseaux internationaux. Cependant, pour les consommateurs la marque Claro SA signifie qu'il s'agit de produits du commerce équitable parce qu'elle en respecte les critères. Il faut noter tout de même qu'une partie des produits alimentaire que l'on retrouve chez Claro SA est certifié par Max Havelaar.

Les changements structurels de l'organisation s'observent d'abord par la venue de Max Havelaar en Suisse qui a engendré plus de concurrence pour les magasins par rapport à la grande distribution. Ils ont dû ainsi trouver des moyens pour améliorer leur image et entamer des changements structurels permettant une plus grande efficacité. Les 140 magasins sont désormais administrés sous le modèle de franchise. Si le personnel demeure à 80% bénévole, on tend à une professionnalisation de plus en plus perceptible. On parle effectivement de plan d'affaires, de chiffre d'affaires, de stratégie de marketing qui se traduit, entre autres, par une enseigne commune et des heures d'ouverture fixes pour tous les magasins. Aussi, on a développé un système informatisé pour uniformiser le système des commandes et ainsi, être plus efficace. Par ailleurs Claro SA demeure actif dans l'information et la sensibilisation du public ainsi qu'au niveau d'actions de lobbying.

Le Forum suisse pour le commerce équitable

Le Forum suisse pour le commerce équitable est une plate-forme créée en 1999 par l'initiative de l'œuvre d'entraide Pain Pour le Prochain. Environ vingt-cinq organisations intéressées par le commerce équitable sont membres et participent de manière volontaire aux frais de fonctionnement. Ce forum constitue un lieu d'échanges et de discussions, il vit des réunions biennuelles sans toutefois développer des activités permanentes.

Le but est de mieux coordonner et de donner plus de poids aux actions entreprises individuellement par ses membres. La première tâche que s'est fixée le forum a été de définir les principes et les buts communs des acteurs du commerce équitable. Aussi différents thèmes sont abordés selon les préoccupations du moment, par exemple l'intérêt ou non de participer au Forum Économique Mondial de Davos. Dans le cadre de ses travaux le forum a défini une charte suisse pour le commerce équitable afin que tous les acteurs travaillent sur un dénominateur commun.

Au départ, l'idée était de former une plate-forme pour être l'interlocuteur auprès des pouvoirs publics donc auprès de la Confédération, puis l'autre aspect était de faire des campagnes de lobbying en commun (E2). Pourtant il semble que le Forum ne s'est pas développé plus loin qu'un lieu d'échange, dû au fait que la culture suisse se veut très fragmentée. «C'est très difficile de faire des choses comme ça au niveau Suisse, finalement on est des cultures différentes, on a pas seulement la langue, on a quand même des manières de penser, des manières de faire différentes par région linguistique» (E2). Il

ne faudrait cependant pas minimiser l'impact des contacts informels et des collaborations développés au sein du Forum.

La Fondation TerrEspoir

La particularité de cette organisation de commerce équitable repose sur le fait qu'elle travaille directement avec une communauté de producteurs de fruits tropicaux du Cameroun. Elle vend ces fruits en Suisse à partir de son d'entrepôt ou par l'entremise de réseaux paroissiaux, de marchés publics ou des magasins spécialisés de commerce équitable.

Une personne informatrice (E5) nous parle de la création de l'organisation qui a vu le jour au début des années 90' par l'initiative de M. Martin, agronome et ancien directeur d'une école au Cameroun. C'est lorsque ce dernier est retourné au Cameroun qu'il a fortement été secoué par les problèmes que rencontraient ses anciens élèves. Il constatait que la dévaluation du franc CFA augmentait les problèmes liés à la commercialisation des produits agricoles. L'idée a germé d'aller plus loin, de ne pas seulement former les gens à la production, mais aussi de les habituer au niveau de la commercialisation. Le défi était double, car d'une part il voulait appuyer ces gens au niveau de la transformation et de la commercialisation locale, et d'autre part il s'agissait de tenter la mise en marché d'une partie des productions en Suisse. Donc, le projet avait démarré à titre expérimental, et avec des quantités d'importation très limitées soit de 80 à 100 kilos de fruits par semaine. Actuellement l'organisation a plus de dix ans d'activités et transite de deux à trois tonnes de fruits frais par semaine. «D'une douzaine de familles au départ,

actuellement on a 130 familles membres plus les groupes de transformateurs, ce qui fait 150 familles qui vivent de leur production et ont un revenu d'appoint intéressant» (E5).

L'organisation TerrEspoir s'est constituée en fondation, qui fonctionne grâce à l'appui financier des œuvres d'entraide Pain Pour le Prochain et le Département Missionnaire. Celles-ci ont contribué à un capital social nécessaire pour structurer de manière officielle la Fondation. Une association de soutien qui est composé d'environ 220 membres a également permis à TerrEspoir de se développer. Aujourd'hui, l'organisation frôle l'autofinancement par le bénéfice de ses ventes, «il faudrait trois tonnes et demi pour pouvoir vraiment faire tourner la structure et l'autofinancer totalement» (E5).

Cose (Commerce solidaire et équitable)

L'association Cose marque la spécificité du travail en réseau très présent en Suisse. Dans ce cas-ci il s'agit d'une consolidation de l'engagement de sept institutions actives dans le commerce équitable pour travailler sur un projet commun. Elle a été créée en avril 2000 afin de mettre en commun les moyens et les compétences du Centre Écologique Albert Schweitzer (CEAS), de Genève Tiers-Monde, de TerrEspoir, de Fairworld (Bâle), d'Andine (France), de la Calebasse et de la Fondation Le Balafon. Ces organisations qui réalisent leurs propres projets de commerce équitable se sont associées autour d'un projet commun qui se veut annonciateur d'une collaboration future intense.

Le projet consiste à la mise sur pied d'une vinaigrerie au Burkina Faso dont la matière première de base est la mangue, dans le but de favoriser l'utilisation des surplus locaux.

Suite à cette expérience prometteuse, l'utilisation d'autres fruits comme l'ananas, la banane et le liechies est venue diversifier les produits. Ceux-ci sont actuellement en vente dans les magasins spécialisés de commerce équitable en Suisse. L'organisation joue ainsi un rôle d'importateur et d'organisme de certification.

Les réseaux internationaux

Un élément important à souligner réside dans le fait que les acteurs suisses du commerce équitable agissent de concert avec des réseaux internationaux. Le mouvement cherche ainsi à consolider ses activités et tend à uniformiser la pratique à travers des espaces communs. En Europe, on retrouve quatre grands réseaux qui se sont eux-mêmes regroupés sous l'acronyme FINE (représentant les quatre premières lettres des associations impliquées). Leurs buts principaux étant de :

- Développer un système de monitoring unique pour l'ensemble du mouvement du commerce équitable,
- Recourir à la certification des produits autant que possible,
- Partager leurs informations de manière systématique,
- Coordonner les activités de mobilisation et de lobbying.

Afin de ne pas s'éloigner du commerce équitable en Suisse, nous ne ferons ici qu'une brève description de ces réseaux. D'abord parmi les organisations membres, on retrouve FLO International (Fairtrade Labelling Organizations International) qui est active à l'échelle mondiale depuis 1997. Il s'agit d'un réseau d'organismes de certification, dont

les plus représentés sont Max Havelaar et Transfair provenant de différents pays³⁵. Ensuite il y a l'IFAT (International Federation for Alternative Trade) qui est une coalition d'organisations active dans le commerce équitable et qui a pour but de mettre en relation des groupes de producteurs du Sud avec des importateurs du Nord. Aussi, il y a NEWS! (Network of European World Shops) qui regroupe les Magasins du Monde européens et dont le but premier est la mise en réseau d'informations et la coordination d'action et de campagnes de sensibilisation à l'échelle du continent. Enfin il y a l'EFTA (European Fair Trade Association) qui est une association regroupant une douzaine d'organisations d'importation et qui, en plus de diffuser de l'information, soutient certains projets de ses membres et tente d'harmoniser leurs actions.

Les organisations de commerce équitable en Suisse accordent une certaine importance à être membres de ces réseaux. D'un côté cela permet l'échange d'informations entre les différents pays et ainsi enrichir leurs expériences, de l'autre, ces réseaux représentent des interlocuteurs à l'échelle internationale dans la promotion du commerce équitable.

Les ONG, les œuvres d'entraide et les organisations militantes

Les ONG de développement ainsi que les œuvres d'entraide qui réalisent des projets dans les pays du Sud contribuent à mettre en place les conditions nécessaires au

³⁵ Transfair Autriche, Max Havelaar Belgique, Transfair Allemagne, Transfair Canada, Fairtrade Foundation (Grande-Bretagne), Max Havelaar Danemark, Transfair Italie, Fairtrade Mark Irlande, Max Havelaar Norvège, Transfair Japon, Reilun Kaupan edistämisyhdistys (Finlande), Transfair Minka Luxembourg, Föreningen för Rättvisemärkt (Suède), Stichting Max Havelaar (Pays-Bas), La Fondation Max Havelaar Suisse et Transfair USA.

développement du commerce équitable. Ceci s'explique principalement par le fait que certains projets aident des communautés de producteurs à se structurer en coopératives, et à établir leur propre plan de développement. Par la suite, il est possible que ces producteurs puissent écouler leurs productions via les entreprises de commerce équitable, mais il y a tout un travail préalable qui doit être fait pour qu'ils répondent aux critères, et c'est à ce niveau que les ONG et œuvres d'entraide peuvent les soutenir. Par ailleurs, ces organisations ont largement contribué à la fondation de plusieurs organismes de commerce équitable. Ceci illustre que la particularité du commerce équitable chez les Helvètes est que le mouvement s'allie à plusieurs autres acteurs qui cherchent à changer les règles de la mondialisation actuelle.

Par exemple, la Déclaration de Berne, qui est une association de citoyens et citoyennes décidés à agir pour un monde plus juste, contribue à renforcer le mouvement du commerce équitable parce qu'elle défend également la cause des populations défavorisées des pays pauvres auprès des décideurs politiques et économiques suisses. L'association existe depuis 1968, où un groupe de théologiens avait diffusé une déclaration demandant d'avantage d'aide au développement et une révision en profondeur de la politique suisse vis-à-vis des pays du Sud. Leurs plus grandes activités consistent à faire des campagnes massives d'information publique sur des thèmes qui concernent les relations entre la Suisse et les pays du Sud : politique de développement, entreprises multinationales, droits humains, finance internationale, alimentation, santé, culture, recherche scientifique, etc. Ces activités contribuent à dévoiler certaines mauvaises pratiques pour engager le public dans des actions qui font pression pour

changer ces pratiques. La Déclaration de Berne surveille de près les pratiques de Nestlé, la deuxième plus importante multinationale au monde en alimentation et dont le siège social est en Suisse. Les campagnes d'information de la Déclaration de Berne ont obligé cette entreprise à changer ses pratiques parce qu'elle commençait à avoir une très mauvaise réputation en Suisse.

L'organisation ne reçoit aucun financement du gouvernement ou d'entreprises privées, elle est appuyée financièrement, et à 86% de son budget, par la cotisation des 18 000 membres³⁶. Avec l'implication de deux autres associations, Pain Pour le Prochain et Action de Carême, la Déclaration de Berne a lancé une campagne visant le respect des conditions de travail dans la production de vêtements qui s'appelle «Clean Clothe's». Cette campagne demande que les marques et les distributeurs adoptent, et mettent en œuvre, un code de conduite complet et conforme aux normes minimales de l'Organisation Internationale du Travail (OIT). Elle réclame également qu'une instance de contrôle indépendante vérifie l'application de ce code. Nous ne sommes pas très loin ici d'un label pour le secteur du textile. Donc, l'engagement de la Déclaration de Berne avec celle de Pain Pour le Prochain et Action de Carême contribue à étendre le commerce équitable à d'autres secteurs d'activités, ce qui renforce le mouvement.

Il est intéressant de constater que même l'entreprise privée commence à être à l'écoute des messages livrés par le militantisme en Suisse. C'est le cas avec les banques éthiques,

³⁶ Déclaration de Berne, rapport d'activité 2003

par exemple la Banque Alternative de Lausanne, qui garantit un investissement dans les entreprises éthiques ou encore l'UBS, la plus importante banque suisse, qui met à la disposition de ses clients un catalogue de placements éthiques. Donc, il s'agit là d'acteurs économiques, qui ont un rôle à jouer dans le développement d'une nouvelle idéologie en Suisse, issue du militantisme altermondialiste et qui s'ajoute au mouvement du commerce équitable.

Enfin, il est clair qu'en Suisse le commerce équitable trouve sa place, car la population est préoccupée par les questions internationales et voit dans ce type de commerce une action qui permet de concrétiser leur sensibilité. Nous avons dû limiter la présentation des acteurs en Suisse car la liste serait longue. Nous avons ici relevé celles qui nous ont paru démontrer les particularités du commerce équitable dans ce pays. Nous observons ainsi une diversité de stratégies adoptées par rapport au développement du commerce équitable. Ces différences enrichissent bien sûr l'expérience suisse, mais elles engendrent aussi des tensions que nous pouvons retrouver à travers certains enjeux du mouvement.

4. Les enjeux du commerce équitable en Suisse

Nos observations sur le terrain ainsi que nos entretiens avec différents acteurs nous ont permis de faire ressortir des enjeux déterminants dans l'évolution du commerce équitable. Nous relevons ici trois grands thèmes, inspirés des catégories vues dans la méthodologie, qui illustrent les tensions présentes dans le monde du commerce équitable en Suisse. Les enjeux se présentent principalement sous forme de préoccupations, d'obstacles, d'opportunités, de facteurs de risque ou de défis à relever que les acteurs du milieu associent au développement du mouvement.

C'est en faisant une lecture horizontale de tous ces enjeux qu'il est possible de dégager une préoccupation centrale pour le développement du commerce équitable en Suisse. Celle-ci concerne principalement la crédibilité de ce nouveau type de commerce. Tous les acteurs s'entendent pour dire que le commerce équitable doit défendre sa crédibilité pour qu'il puisse évoluer. Nous observons la présence de ce concept sur plusieurs plans, notamment le rapport à l'État, l'efficacité économique ainsi que le réel apport au pays du Sud.

4.1. Le rapport à l'État

Comme nous avons pu le constater à travers l'histoire des acteurs du commerce équitable en Suisse, l'initiative a d'abord émergé de la société civile. Par contre, le gouvernement n'est pas étranger au succès que l'on peut observer du commerce équitable en Suisse. En effet, les autorités politiques contribuent à soutenir son évolution, soit en consommant

des produits à l'intérieur des institutions, soit en apportant un soutien financier. Aussi nous pouvons dégager un souci de reconnaître légalement le commerce équitable au niveau de la politique régionale, mais il reste beaucoup de travail à faire pour qu'il y ait un contrôle réel au niveau fédéral comme nous le souligne cette personne informatrice.

Il y a une préoccupation au niveau de l'administration fédérale par rapport à cette démarche et une approbation, mais pas de contrôle réel. [...] En Suisse en tout cas et je ne pense pas qu'il y a sur le plan international des règles qui font office de jurisprudence et de lois par rapport au commerce équitable. Donc c'est quelque chose qui reste encore à créer, et qui reste à mon avis encore peut-être une épine dans le pied du commerce équitable.
(E1)

Remarquons que pour bien comprendre l'enjeu du commerce équitable dans son rapport avec l'État en Suisse, il faut au minimum saisir les différentes composantes de son système. Celui-ci se veut bien complexe, car plusieurs paliers autonomes et indépendants le constituent. Il y a premièrement la Confédération, qui se situe au niveau fédéral, ensuite il y a les cantons puis les communes. Ces paliers de gouvernement ne participent pas de la même manière au développement du commerce équitable.

Au niveau fédéral, il y a deux départements qui s'occupent de gérer l'Aide Publique au Développement. Il s'agit de Secrétariat à l'Économie (SECO) et la Direction du développement et de la coopération (DDC). Ce dernier fait parti de la SECO, mais agit de manière indépendante. Leur apport au commerce équitable est surtout relié au financement et au soutien technique par le biais de projets de coopération internationale.

Au niveau cantonal et communal, les instances politiques sont indépendantes, elles établissent leurs priorités et gèrent leur propre enveloppe d'aide au développement.

Celles qui ont particulièrement retenu notre attention en Suisse romande sont la Fédération vaudoise de coopération (Fedevaco), qui relève du canton de Vaud, et la Fédération genevoise de coopération (FGC), du canton de Genève. Nous observons que ces dernières sont plus enclines à entamer une démarche de reconnaissance politique du commerce équitable que les organismes fédéraux.

4.1.1. Niveau fédéral

Au niveau de la Confédération, comme déjà mentionné, il s'agit de la DDC et du SECO qui gèrent respectivement 80% et 20% de l'enveloppe suisse d'aide au développement. Le rapport annuel 2002 de la coopération internationale de la Suisse, démontre bien le travail conjoint de la DDC et du SECO. Leurs lignes directrices sont principalement : la sauvegarde et le maintien de la paix ainsi que la défense des droits de l'Homme; la promotion et le renforcement des conditions cadres du développement durable; l'amélioration de la justice sociale et la situation des femmes; la protection de l'environnement naturel. La Confédération reconnaît le commerce équitable comme un instrument de développement durable et finance des projets qui peuvent contribuer à instaurer les conditions nécessaires à son essor. Nous le voyons bien dans la contribution de la DDC.

Pour sa part la DDC intervient dans quatre domaines de compétence, soit la coopération au développement bilatéral et multilatéral, l'aide humanitaire ainsi que la coopération technique avec l'Europe de l'Est. Le volet qui nous intéresse particulièrement est celui de la coopération au développement. À travers celle-ci, la coopération multilatérale

consiste en une participation à des fonds ou à des institutions internationales, tandis que la coopération bilatérale représente les actions directes sur le terrain par la DDC ou les ONG partenaires. Ces dernières doivent correspondre aux orientations et aux priorités pour obtenir du soutien financier. Considérant le développement durable comme une stratégie globalisante et qui contribue à la réduction de la pauvreté, la DDC soutien les ONG qui participent au développement du commerce équitable en Suisse. C'est donc par le biais des activités des ONG de développement que la DDC finance des projets reliés au commerce équitable, c'est-à-dire qu'ils peuvent déboucher sur du commerce équitable sans toutefois exiger qu'il s'agisse de l'ultime finalité.

Donc pour la DDC il s'agit surtout de financer des projets directement au Sud et de travailler à mettre en place les conditions nécessaires à la réalisation d'un projet de développement durable. Par exemple, une de nos personnes informatrices parle des programmes d'aide à la commercialisation locale et des programmes de micro crédits comme étant des pistes intéressantes qui peuvent déboucher sur du commerce équitable avec une mise en marché des productions dans les pays du Nord.

Il y a des volets dans les projets de développement qui favorisent la commercialisation dans les pays du Sud, comme des programmes de micro crédit, pour que les gens puissent mettre en place leurs ateliers et gagner leur vie, etc. [...] Ça permet de tester quelques pistes, de mettre en place les structures pour qu'après ils puissent exporter des choses, une partie de la production. [...] Mais ça reste essentiellement des projets pour les pays du Sud. Après ça peut déboucher peut-être sur une relation de commerce équitable avec le Nord, mais c'est principalement fait pour qu'à la base ils améliorent leur niveau de vie et vivent de leurs activités. (E5)

Les conditions nécessaires au développement du commerce équitable consistent à mettre en place des structures au Sud, mais aussi au Nord pour qu'il y ait une mise en marché.

La DDC intervient plutôt indirectement à ce niveau car elle finance des ONG qui elles ont la liberté de déterminer comment sera utilisé cet argent pour soutenir les structures de commerce équitable en Suisse. Par conséquent, la DDC finance des ONG suisses qui développent leurs propres activités de commerce équitable. Ça a été le cas pour plusieurs ONG qui ont contribué à la fondation d'organisations de commerce équitable comme Max Havleaar, TerrEspoir, Le Balafon, La Calebasse, etc. Par exemple, Pain Pour le Prochain, une ONG de développement, bénéficie de subventions de la DDC qui lui permet de développer ses activités reliées au commerce équitable. Ainsi, l'ONG a choisi d'un côté de soutenir la Fondation TerrEspoir et de l'autre de financer la structure de producteurs au Sud et d'assurer le suivi et le contrôle des critères du commerce équitable (E3).

Donc la DDC gère l'Aide Publique au Développement dans un esprit de développement social et d'aide humanitaire pour les pays du Sud. Mais elle n'est pas la seule à gérer cette enveloppe. Il y a aussi la SECO qui, pour sa part, défend des intérêts plutôt économiques dans le développement et l'aide étrangère. Son principal mandat est d'instaurer les conditions macro-économiques favorables à la croissance et aux investissements dans les pays en voie de développement. Son rôle est donc de définir les mesures économiques et commerciales de la coopération au développement. D'une certaine manière ce département de la coopération suisse prône l'idée que le développement durable repose sur le développement économique.

La SECO participe directement à la promotion du commerce équitable. Sa plus grande contribution a été de financer les fonds de roulement de départ de la Fondation Max Havelaar.

[Max Havelaar] a eu au départ une subvention de la SECO qui représentait le quart du budget de la Fondation, soit environ 150 000 francs suisses. Ce soutien a duré sept ans de manière régressive. La dernière année il représentait le dixième du budget. (E1)

Le soutien était conditionnel à ce que l'organisme de certification arrive à s'autofinancer par la vente de licences. Cet objectif a été atteint en 2000 et depuis Max Havelaar est autonome financièrement. Le raisonnement de la SECO était de prioriser la mise en place d'un organisme de certification solide et autonome pour qu'il y ait des ouvertures sur les marchés de la grande distribution et que le commerce équitable soit réellement bénéfique.

Plusieurs acteurs reconnaissent l'apport de la SECO au développement du commerce équitable en Suisse. Par contre, selon une personne formatrice (E3), la participation de la SECO au commerce équitable pourrait engager l'aide publique suisse sur un terrain glissant. En même temps que la SECO s'engage de plus en plus dans la promotion du commerce équitable, elle fait la promotion des intérêts suisses à l'étranger, donc aussi les intérêts des entreprises suisses à l'étranger. Par conséquent, sa contribution au commerce équitable pourrait être une forme d'aide intéressée car elle en tire profit.

De plus, le gouvernement suisse, et particulièrement la SECO, présente un discours paradoxal car en même temps que les autorités font la promotion du commerce équitable, elles défendent une position néolibérale sur la sphère internationale. Une personne

informatrice illustre ce point en expliquant que le type de représentation des politiques suisses dans les instances internationales comme l'OMC démontre bien que la SECO ajuste son discours selon le contexte et joue sur deux tableaux contradictoires :

C'est le SECO qui a la direction de la délégation suisse, qui va par exemple à l'OMC, qui suit les négociations de l'OMC, etc. [...] C'est eux qui ont le plus de pouvoir dans cette délégation de l'OMC. Ils vont là-bas et puis [ils défendent des idées] de libéralisation des marchés et d'une politique très néolibérale en général. Et en même temps de plus en plus ils disent qu'il faut soutenir aussi le commerce équitable. Alors que le commerce équitable c'est aussi une critique justement de cette politique. Enfin c'est très contradictoire. (E3)

Plusieurs associations et organisations sociales exigent de la SECO un discours plus cohérent et tentent de faire pression sur les représentants. Cependant, les actions entreprises en ce sens trouvent peu d'écoute chez leurs élus tant le lobby économique est fort en Suisse. Un fait intéressant dans la représentation politique en Suisse est que nombre d'élus sièges également dans les conseils d'administration de grandes compagnies nationales ou multinationales suisses. Les ONG, en quête de justice sociale et de démocratie, réagissent fortement à cette situation et s'engagent dans des activités qui visent une plus grande mobilisation sociale dans la défense des droits.

Nous faisons des campagnes d'informations et nous essayons de faire du lobbying sur le gouvernement Suisse pour influencer ses positions sur certaines questions de la politique de développement. [...] Il y a une pétition qui circule qui parle aussi de l'OMC et de l'agriculture pour influencer justement les positions de la délégation suisse, qui est sensée représenter l'intérêt de la population. Mais ils sont plus en contact avec des lobbys économiques qu'avec d'autres milieux! Donc c'est de mettre de la pression par ce biais plutôt sur leur position politique. (E3)

Même si la position des politiciens paraît ambiguë et qu'aucune législation n'est envisagée pour protéger le commerce équitable, il n'en demeure pas moins que le

commerce équitable et les thèmes connexes commencent à faire partie de l'ordre du jour des discussions parlementaires. Une personne informatrice souligne son approbation au fait que ce genre d'initiative soit construit dans la société civile, mais il s'avère nécessaire que le commerce équitable soit intégré à l'arsenal légal de l'État pour qu'il soit durable. En effet si concrètement rien n'est fait à cet égard c'est la crédibilité et la durabilité du mouvement qui est en jeu.

Pour moi c'est quand même bien que la société civile puisse construire quelque chose sans que nécessairement les États soient impliqués. Par contre au niveau de la crédibilité et de la durabilité du commerce équitable il doit se passer quelque chose, parce que si ce n'est pas intégré, si ça ne fait pas partie des règles de la société ça reste un peu une démonstration de solidarité sympathique mais si ça ne dure pas. Pour le moment, [...] le commerce équitable a gagné le cœur des gens et la tête des gens, ça fait partie de notre fonctionnement mais ça ne fait pas partie de notre arsenal légal. (E1)

Nous observons qu'il y a encore beaucoup de travail à faire pour que le commerce équitable soit protégé par des lois. Par contre, il est intéressant de constater que les instances politiques cantonales, en plus d'accorder un financement aux organismes et activités du commerce équitable, démontrent une volonté d'instaurer une démarche politique qui vise à protéger le commerce équitable au niveau régional.

4.1.2. Niveau cantonal

En Suisse, les cantons disposent de leurs propres instances politiques qui agissent de manière indépendante par rapport à la Confédération dans plusieurs secteurs. Au niveau de la coopération internationale, les cantons établissent leurs priorités d'action et gèrent leur propre enveloppe de financement. Afin de faciliter cette gestion, certains cantons délèguent cette tâche à des associations reconnues pour leur compétence au niveau des

questions de développement. Dans le canton de Genève il s'agit de la Fédération Genevoise de Coopération (FGC) et du côté du canton de Vaud, c'est la Fédération Vaudoise de Coopération (FEDEVACO). Il est intéressant de constater que ces associations regroupent la plupart des organisations et œuvres d'entraide impliquées dans le développement international pour établir la politique cantonale de coopération et allouer le budget en conséquence. Tout comme nous l'explique une personne formatrice, la FGC et la FEDEVACO constituent une interface entre les États cantonaux et les organisations de développement.

C'est une sorte d'interface indépendante entre l'État et les œuvres d'entraide. [...] l'État cantonal reconnaît qu'il n'a pas le temps ni forcément les compétences et les connaissances pour pouvoir évaluer tous les projets qu'il lui sont soumis. Donc il lègue cette tâche à une structure, comme la FGC ou la FEDEVACO, qui regroupe la plupart des organisations de coopération et de développement et qui a un mandat clair, celui de gérer cette enveloppe financière avec justement des gens qui ont la compétence d'étudier un projet de développement. (E9)

Toutes les demandes de subventions adressées aux États cantonaux respectifs doivent passer par l'approbation de la FGC ou de la FEDEVACO. Ce processus contribue à faciliter le choix des pouvoirs publics en les déchargeant du travail d'expertise attribué aux membres de ces fédérations. La position de ces associations par rapport au commerce équitable semble assez favorable pour le mouvement. Plusieurs subventions pour des projets ponctuels reliés au commerce équitable, comme des campagnes d'information, peuvent être attribuées aux organisations qui en font la demande.

Au-delà du financement, nous observons une volonté de la part de ces structures à reconnaître le commerce équitable comme un outil de développement et ainsi l'intégrer

dans leur charte constitutionnelle. Par exemple, au niveau du canton de Vaud, ce travail est déjà réalisé, car la FEDEVACO a inscrit dans la constitution cantonale qu'elle soutient le commerce équitable parce qu'il représente un instrument pertinent de développement (E5).

En ce qui concerne la FGC, une personne informatrice (E5) nous explique que tout récemment il y a eu une demande formelle du canton de Genève afin que soit créée une charte cantonale pour le commerce équitable. Cette demande aurait été transmise aux organisations de commerce équitable actives dans le canton. Ces organisations voyaient la demande comme une reconnaissance de leur travail et une volonté de l'État de Genève de rendre crédible le commerce équitable. La demande est bien reçue par les organisations et nous sentons un enthousiasme à développer des collaborations avec les autorités politiques. «Il y a une prise de conscience quand même et je pense que c'est important qu'on réagisse, qu'on réponde à ça, qu'on travaille avec les autorités justement quand il y a une demande qui émane de leur part» (E5). Une autre organisation témoigne de sa motivation à vouloir créer cette charte pour que tous travaillent dans le même sens par rapport au commerce équitable et surtout éviter que le terme soit utilisé à «toutes les sauces» (E10).

L'idée de créer des chartes pour le commerce équitable exprime une volonté de standardiser les critères, c'est-à-dire que les acteurs s'entendent sur une même définition des critères. Max Havelaar occupe une place importante et même centrale dans la certification des produits équitables, mais il n'a pas le contrôle exclusif de l'utilisation du

terme «commerce équitable». Il y a des magasins qui disent vendre des produits équitables sans se doter du label Max Havelaar. Il est possible qu'effectivement les produits correspondent au commerce équitable, mais le contraire est aussi vrai et le consommateur moyen ne peut le savoir comme le souligne une personne informatrice.

On est face à une concurrence où un peu tout le monde s'approprie le concept et le nom commerce équitable. Il y a énormément d'acteurs dans le monde entier qui prétendent faire du commerce équitable, mais est-ce qu'ils respectent aussi les mêmes critères par rapport au prix de financement, de l'organisation sociale, etc. Ce qu'il y a derrière souvent on ne sait pas. (E5)

Notre intention ici n'est point de faire le procès de qui que ce soit, mais de relever l'idée qu'en l'absence de réglementation il y a là un risque d'abus de confiance et de perte de crédibilité pour le mouvement du commerce équitable. Le concept est relatif et peut être interprété et récupéré de différentes manières, de sorte qu'on s'éloigne des fondements de départ du commerce équitable. Par exemple, une entreprise déclare qu'elle fait du commerce équitable alors qu'elle s'engage à verser un pourcentage de son chiffre d'affaires à un orphelinat! Une autre personne informatrice nous dit qu'il n'est aucunement question alors de commerce équitable.

Le commerce équitable est une démarche politique à la base, ce n'est pas seulement mettre de côté un pourcentage du chiffre d'affaires pour soutenir un orphelinat ou acheter des couvertures pour les pauvres petits Tibétains ou je ne sais pas. Même si l'intention est bonne, la dimension commerce équitable n'est pas réelle, c'est plutôt de l'assistance qu'ils font. (E6)

Les organisations de commerce équitable souhaitent qu'il y ait un socle commun pour l'ensemble du commerce équitable. Nous avons déjà vu que le Forum Suisse pour le commerce équitable a déjà fait ce travail de mise en commun, mais il doit passer au

niveau juridique pour protéger l'appellation «commerce équitable». Par l'établissement des chartes, la FEDEVACO et la FGC contribuent à renforcer le mouvement, ce qui est déjà un bon pas. Les organisations de commerce équitable espèrent que la démarche va gravir les échelons et attirer l'attention de la Confédération à l'idée que, pour que le commerce soit équitable, le gouvernement doit intervenir.

Donc on comprend que les autorités politiques ont un rôle à jouer dans l'évolution du commerce équitable. D'un côté elles financent certaines activités, soit directement reliées au commerce équitable par un soutien aux labels, soit indirectement par un soutien aux ONG qui, elles, vont soutenir des projets reliés au commerce équitable. Par contre, il n'existe pas de législation officielle pour protéger ce type de commerce, de sorte qu'il est possible de manipuler le concept à sa guise. Ce qui a une influence sur la crédibilité du mouvement. Nous voyons aussi l'importance que les organismes de commerce équitable s'entendent sur les mêmes bases pour que le mouvement se renforce davantage. Il y a là encore beaucoup de travail à faire car nous constatons que les acteurs ne perçoivent pas nécessairement le commerce équitable de la même manière. Ceci se voit dans la relation qu'ont les acteurs du commerce équitable avec le marché de la grande distribution.

4.2. La «MacDonaliation» du commerce équitable

Le commerce équitable, malgré qu'il affiche une figure de succès en Suisse, demeure marginal par rapport à l'ensemble du commerce mondial. Une personne informatrice situe le commerce équitable comme une économie alternative qui occupe une mince part des échanges internationaux.

[...] Si on considère que le commerce mondial aujourd'hui c'est environ 6000 milliards de dollars, d'échange. Que dans ces 6000 milliards de dollars, les 4/5 sont des échanges entre acteurs du Nord, à destination ou en provenance de ces partenaires du Nord [...]. Le reste étant des échanges qui peuvent être considérés comme Nord-Sud ou Sud-Sud. [...] 1,1% pour l'Afrique, [qui compte] 600 millions d'habitants. C'est pour situer un peu. Sur 6000 milliards de dollars du commerce mondial, le volume tout échange confondu, il y a 350 millions d'euros pour l'ensemble du commerce équitable. Et nous en Suisse on réalise 150 millions de francs cette année. Donc, 150 millions pour 2003, avec une augmentation de 40% du chiffre d'affaire par rapport à l'année d'avant. (E1)

C'est dans cette logique que le commerce équitable doit aller chercher une plus grande place sur les marchés pour aider le plus de producteurs possibles à améliorer leurs conditions de vie. Certaines organisations de commerce équitable cherchent à développer des marchés qui permettent d'augmenter les ventes de manière considérable. Max Havelaar a grandement participé à l'augmentation de la vente des produits en incitant le plus grand nombre possible de distributeurs à se doter de licences de commerce équitable. Il faut admettre que le label a été créé dans une période où le commerce équitable jouissait d'une popularité grâce aux campagnes de sensibilisation menées par plusieurs organisations. Donc certaines entreprises, qui œuvrent dans la distribution alimentaire de grande échelle, se sont intéressées aux produits du commerce équitable. Depuis, leur popularité ne cesse de croître et de plus en plus d'entreprises en Suisse se dotent de licences parce qu'elles savent qu'il y a une demande pour ces produits.

Un fait des plus intéressants a été que les restaurants MacDonald's en Suisse ne vendent que du café équitable depuis juin 2003. En fait c'est le distributeur de café des restaurants qui s'est doté d'une licence Max Havelaar, qui donc s'est engagé à respecter

les critères du commerce équitable. Il s'agit d'un projet pilote et, s'il fonctionne bien, il n'est pas exclu que l'ensemble des MacDonald's d'Europe se mettent à vendre du café Max Havelaar aussi, donc du café équitable (E1). Évidemment, cette situation ouvre un profond débat en Suisse sur les fondements mêmes du commerce équitable.

Différents positionnements s'observent dans l'opinion des certains acteurs du commerce équitable. Une personne informatrice (E1) nuance l'entente par le fait que Max Havelaar a accordé une licence au fournisseur des restaurants MacDonald's et mentionne qu'il a traité cet intervenant au même titre que n'importe quel autre.

[Max Havelaar] n'a pas signé un contrat de licence avec MacDo, mais avec une maison qui s'appelle Aroma et qui est le fournisseur de MacDo. Ce contrat de licence est exactement le même que celui qui aurait pu passer avec n'importe quel preneur de licence en Suisse ; même obligations, même possibilités, même conditions. Il n'y a pas de complaisance vis-à-vis de cet intervenant. On pourrait aussi nous reprocher de travailler avec Coop et Migros, c'est aussi des gros eux, c'est aussi le système capitaliste. (E1)

L'organisme de certification a considéré cet intervenant au même titre qu'un autre. La logique qui a guidé Max Havelaar à accorder sa licence a été premièrement de considérer les bénéfices financiers que cette entente pouvait engendrer. L'organisation a été tentée par les effets bénéfiques au niveau de la sécurité de revenus que cette entente peut procurer aux petits producteurs de café. Le fait d'accorder une licence au fournisseur des restaurants MacDonald's se voulait prometteur.

Ça veut dire des quantités considérables supplémentaires dans les ventes de cafés équitables. Et ça veut dire aussi plus de sécurité pour les petits producteurs, les petits paysans qui sont dans des coopératives, notamment en Amérique latine, mais en Afrique et ailleurs. [...] Si, tout à coup au lieu de, en Suisse 1500 tonnes de café [équitable], on en fait 1800, donc 300 tonnes de plus. C'est 300 tonnes de plus qui nous viennent du Sud, fournies par des paysans du Sud, qui ont travaillé là-dessus et qui ont été

payé normalement, décevant. Si on multiplie ça par tous les pays d'Europe, ça va être 3000 tonnes de plus ou 5000 tonnes de plus qui viennent du marché équitable et vous aurez plus de paysans qui auront droit à ces conditions-là. Alors, est-ce qu'il faut vendre son âme à la mal bouffe, à MacDo «LE» symbole de la multinationale américaine? Est-ce que ça vaut la peine pour faire travailler 500 000 familles de paysans du Sud? Bon Max Havelaar Suisse a dit oui. (E1)

Cette entente, avons-nous dit, crée des controverses dans le monde du commerce équitable helvétique. Max Havelaar, en voulant développer le marché du commerce équitable, a accordé une licence à une entreprise qui, comme nous le dit notre interlocuteur, représente un symbole, sinon «LE» symbole du système capitaliste. L'image peut être forte, ce qui amène certains acteurs à se positionner totalement contre ce projet comme si, dans la recherche d'un succès, Max Havelaar avait dépassé une limite et enfreint à l'éthique du commerce équitable.

Toutefois, notre personne informatrice se montre favorable à ce genre de collaboration. Elle croit que le commerce équitable représente une action concrète pour changer les choses, mais pour une action plus efficace il ne faut pas radicaliser le mouvement et refuser ce genre d'entente car en bout de ligne ce sont les producteurs marginalisés qui en profitent. Le but de Max Havelaar est d'améliorer les conditions de vie de ces producteurs et l'organisation ne se revendique pas nécessairement comme un groupe de pression politique. Donc le fait de pouvoir écouler son café dans une entreprise qui en consomme déjà beaucoup contribue à renforcer le mouvement. Pour cette personne informatrice il faut être pragmatique et éviter une ligne trop idéologique.

Notre but n'est pas d'être anti-capitaliste ou anti-G8, mais d'être pour changer les choses et puis agir pour changer les choses. Si on met toutes nos énergies à être «anti» et puis que finalement il n'y a que 1500 tonnes

de l'ensemble du marché mondial qui est vendu certifié équitable, à quoi ça sert ? Par contre si tout à coup, on assimile 8000, 10 000 tonnes qui le seront, est-ce que là il n'y a pas un geste qui est vraiment plus efficace ? Pour nous, la réponse est oui. (E1)

Une autre personne informatrice (E5) rejoint ce point de vue en disant que le but poursuivi est aussi de vendre le maximum de produits du Sud par le biais du commerce équitable. Le fait de permettre à MacDonald's de vendre du café équitable dans une période creuse pour le café permettrait une meilleure qualité de vie pour plusieurs producteurs et les organismes de commerce équitable doivent s'ouvrir à ce genre de collaboration. Il s'agit d'une expérience qu'il faut essayer pour voir ce que ça peut apporter.

Certains acteurs se positionnent, toutefois, radicalement contre le projet en avançant l'idée que l'entente dépasse les limites acceptables. Une personne informatrice (E2) reconnaît que Max Havelaar n'est pas en faute car rien dans les règles du commerce équitable ne l'empêchait d'accorder cette licence, par contre elle insiste sur le fait que cette situation pose un réel problème éthique pour le mouvement. MacDonald's représente un symbole fort du capitalisme, de la mal bouffe, et ne doit pas être considéré comme n'importe quel autre preneur de licence. D'autres s'allient à cette idée en disant que, même si la situation permettra à beaucoup plus de producteurs de vivre du commerce équitable, ce dernier vend son âme militante. Cette entente ne serait que le fruit d'une stratégie de marketing pour se donner bonne figure, contribuant du même coup à diluer le mouvement.

Je [pense que] le problème c'est que le commerce équitable vend un petit peu son âme. MacDonald's se fait un peu une virginité en commercialisant du café Max Havelaar. Bon en même temps c'est bien

pour les producteurs, c'est un client de plus, donc un peu d'argent de plus pour eux. Mais de l'autre côté ça dilue un petit peu la valeur du label Max Havelaar et les [autres] labels du commerce équitable. (E6)

Une autre personne informatrice défend l'idée que l'engagement de MacDonald's dans le commerce équitable se veut minime par rapport aux bénéfices qu'il en retire, soit d'améliorer son image et ainsi probablement augmenter ses recettes parce que les gens croient en la cause. En réalité, selon une personne informatrice, ils ne font que payer un peu plus cher mais ne sont pas foncièrement engagés pour la cause.

MacDonald's se donne bonne figure. MacDonald's s'achète une bonne conscience et vraiment il a payé le prix. Parce qu'en s'engageant avec le label il ne s'engage à rien, à part de payer plus, de vendre leur marchandise plus cher. Ce n'est pas eux qui vont garantir que dans les entreprises au Sud ils respectent les codes ou j'en sais rien. Donc c'est ça un peu bonne conscience à bon prix. (E3)

Enfin, cette même personne informatrice (E3) exprime l'idée que l'accord d'une licence Max Havelaar à l'intérieur des restaurants MacDonald's cristallise les écarts idéologiques qui animent les acteurs du commerce équitable. Cela provoque chez ceux-ci une profonde réflexion sur les bases de ce type de commerce. Ce qui les amène à se demander quelle orientation ils accordent au commerce équitable. Une autre personne informatrice juge nécessaire, en ce sens, que l'on s'arrête un peu pour réfléchir aux questionnements que soulève la situation, mais surtout que les acteurs du Sud soient impliqués dans cette réflexion et la prise de position.

[...] Quelle orientation on a envie de donner au commerce équitable ? Est-ce qu'on a envie d'en faire un outil de coopération et de développement ? Ou est-ce qu'on a envie de le prendre comme fer de lance pour ouvrir de nouveaux marchés ? Il faudrait pouvoir faire justement une étude beaucoup plus approfondie par rapport aux attentes des producteurs du Sud, parce que là aussi autant on a de partenaires de coopératives du Sud, il y a peut-être des attentes différentes. (E7)

Certains acteurs adoptent des stratégies qui visent à augmenter la part du marché des produits du commerce équitable dans l'idée que la recette de ces ventes aide les communautés de producteurs du Sud. Qu'en est-il de cette aide?

4.3. Le commerce équitable aide-t-il les pays du Sud?

Plusieurs acteurs se questionnent à savoir comment et à quel point le commerce équitable peut contribuer au développement des pays du Sud. Il est clair que ce type de commerce est relativement nouveau et qu'il peut s'avérer difficile d'évaluer son impact réel sur les communautés participantes à l'heure actuelle. Les réflexions des acteurs suisses rencontrés nous permettent cependant de dégager des éléments de réponses qui démontrent que le commerce équitable peut être positif pour certaines caractéristiques mais qu'il comporte aussi ses effets pervers.

D'un point de vue quantitatif, au niveau européen, on estime à 5 millions de producteurs du Sud qui sont directement touchés par le commerce équitable actuellement (E6). Donc, plusieurs familles peuvent bénéficier des retombés économiques du commerce équitable et ainsi améliorer leur qualité de vie. Plusieurs acteurs perçoivent le commerce équitable comme une activité plutôt positive et croient fondamentalement qu'il contribue au développement social des communautés du Sud. Cette qualité de vie se traduit par une plus grande sécurité. D'une part le système de préfinancement permet d'éviter l'endettement des communautés productrices comme le souligne cette personne informatrice.

Nous offrons un préfinancement de 50% pour nos commandes. Donc ça évite l'endettement avec des intérêts pour acheter la matière première qui sert à produire notre commande, car souvent ils n'ont pas d'argent pour débiter la fabrication. (E5)

D'autre part, parce que la relation commerciale s'inscrit dans la durabilité. Cette durabilité amène une certaine assurance pour les producteurs, car l'organisation suisse de commerce équitable les accompagnera tout au long du processus.

Ils savent que nous adoptons des relations commerciales durables. Donc si au niveau des produits ça ne vend plus du tout ou ce n'est plus la mode, on essaie quand même d'améliorer, d'aller vers autre chose etc., mais à la base on essaie quand même d'avoir des relations qui sont durables. Ça déjà c'est une certaine stabilité. (E5)

Par ailleurs, le commerce équitable contribue à amener un savoir-faire qui permet aux producteurs d'acquérir plus d'autonomie. Une personne informatrice relie cette caractéristique au concept d'empowerment.

Ce qui est le plus important c'est le processus de formation et d'empowerment des producteurs. Si un jour [le commerce équitable comme on le connaît] n'existe plus, et bien [les producteurs] ils auront acquis un savoir-faire et dans certains aspects ils auront modernisé et diversifié leur production. Voilà, ils ont pu apprendre et puis transformer et c'est aussi ça le but de la démarche du commerce équitable comme nous la percevons. L'idéal c'est qu'ils puissent être autonomes pour exporter (E3)

Par contre, certains croient que le commerce équitable s'inscrit dans la même logique d'offre et de demande vécue dans le commerce conventionnel et que cette situation comporte des effets pervers. En effet des producteurs peuvent être tentés de produire des biens pour répondre à une demande des pays riches et ainsi augmenter leurs chances de réussite. L'effet pervers est de dénaturer le commerce équitable qui veut, à la base, encourager des communautés marginalisées à vivre de leurs productions et non de les

amener vers un marché d'exportation captif. Notre personne informatrice illustre cette situation avec l'exemple des fleurs.

Si les producteurs commencent à cultiver des fleurs alors qu'ils n'en produisaient pas, c'est vraiment entrer dans la logique de dire qu'il faut faire des produits d'exportation même si c'est à un prix juste, plutôt que de renforcer les productions qu'ils font et de leur donner les moyens de développer ça et de vivre dignement grâce à ça. (E3)

Cette personne informatrice soulève un point intéressant, car le commerce équitable malgré toutes les bonnes intentions demeure un commerce Nord-Sud. Inévitablement par le fait qu'il s'agit d'un commerce entre pays pauvre et riche, il y a des rapports de force qui sont présents. Par exemple, pour qu'ils puissent écouler leurs productions sur les marchés du Nord, plusieurs acteurs remarquent que les produits doivent répondre à une demande.

Parce que c'est vrai que [les producteurs] ont eu quand même des problèmes par rapport à des produits qui ne se vendaient plus. Donc, il faut préparer les producteurs à vendre aussi des produits qui soient vendables. (E2)

Tranquillement, on intègre des mécanismes qui font qu'on passe de la revendication d'une consommation responsable à la logique de la société de consommation actuelle. Pour cette personne informatrice il y a là un problème d'incohérence auquel les acteurs du commerce équitable doivent porter une attention particulière.

Dans le commerce équitable on est en train de passer de la logique conductrice où on voulait un partenariat avec les producteurs et leur permettre d'accéder au marché ainsi qu'un travail de sensibilisation des consommateurs à une logique où il faut répondre aux besoins des consommateurs. Donc on est en train d'oublier un petit peu notre point de départ et on arrive dans la logique que je critique, de plus en plus. (E2)

Tout en admettant que le commerce équitable doive être flexible et s'ajuster en quelque sorte aux variations du marché, cette personne insiste sur le fait que le commerce équitable est aussi l'affaire des consommateurs. Ceux-ci doivent se responsabiliser dans leur façon de consommer et elle croit qu'il s'agit d'une activité de sensibilisation à développer davantage.

Par rapport aux produits je pense qu'il faut aussi évoluer, on ne peut pas n'ont plus vendre n'importe quoi ça c'est une affaire. Si on veut vendre on doit aussi tenir compte de la demande des consommateurs. Mais on peut aussi faire un travail auprès des consommateurs. Si on arrive à expliquer au consommateur, il est prêt à faire, il faut lui expliquer pourquoi tel produit et la valeur du produit, pas seulement la valeur marchande, mais aussi la valeur sociale. Donc c'est tout un travail à faire. (E2)

En ce qui concerne les produits de l'artisanat il est intéressant de constater comment les organisations allient la notion de durabilité dans une relation commerciale qui répond à une demande du Nord et qui varie en fonction de la mode. En fait une personne informatrice nous explique que dans son organisation, on va accompagner le partenaire du Sud dans les changements à faire pour maintenir la popularité de ses produits en Suisse. Par exemple, on lui fournit des catalogues et des photos de produits à la mode et qui peuvent être consommés en Suisse (E5). Ce qui importe c'est de continuer à travailler avec les mêmes partenaires et de les amener à innover dans leurs productions.

Nous gardons les mêmes partenaires. Comme à Madagascar on travaille avec un regroupement de femmes qui oeuvre principalement à faire des paniers en racia. Donc là c'est relativement facile de changer des modèles ou des couleurs. Aussi au Bénin on travaille avec une famille de sculpteurs donc là on va rester dans le bois, on ne va pas leur demander de fabriquer des choses en métal, mais peut-être qu'on va leur donner un modèle ou la description d'un jeu qui est très populaire ici. (E5)

Pour des magasins qui travaillent directement avec les communautés de producteurs, il peut paraître plus facile de réajuster la production et d'apporter des changements. Par contre, certaines organisations travaillent avec un plus grand bassin de producteurs, ce qui rend la communication plus difficile et les liens sont moins serrés avec les communautés. Par conséquent, c'est la relation commerciale qui prime, avec une plus forte influence des lois de l'offre et de la demande. Cette situation contribue à instaurer une forme de compétition parmi les communautés de producteurs qui peut nuire au commerce équitable et aux bienfaits qu'il devrait générer.

Une personne informatrice (E2) remarque qu'il y a même des différences culturelles qui divisent le mouvement et peut même créer des injustices. En effet, il y a quand même des tendances très marquées au niveau européen, et même au niveau international, entre le monde Anglo-saxon et le monde Latin. Le premier axe toute sa démarche sur le produit et sur le marketing, il utilise d'ailleurs le vocabulaire du marketing. Le monde latin est beaucoup plus orienté sur l'aspect de la sensibilisation et de l'action politique. Le clivage se note non seulement en Europe, mais aussi au niveau des producteurs.

Les Latinos sont extrêmement engagés politiquement, tandis que les Asiatiques ne veulent que vendre et développer de nouveaux marchés. Je trouve que les Asiatiques vont vraiment loin, car ils peuvent aller jusqu'à copier les caractéristiques culturelles d'un autre pays du monde. Par exemple ils font des hamacs dans des organisations de commerce équitable qu'on jurerait qu'ils sont fabriqués au Guatemala, même chose pour des colliers *made in India* avec des perles de verre et puis des boules en os qu'on jurerait provenir de l'Afrique. (E2)

Il y a une forme de compétition qui se ressent parmi les partenaires du Sud, car évidemment ils n'ont pas les mêmes caractéristiques culturelles, mais aussi socio-économiques. Le fait de payer un prix équitable peut être relatif car les coûts de

productions ne sont pas les mêmes partout. Ce qui contribue à créer des inégalités entre les communautés de producteurs et certains en profiteraient pour vendre leurs produits moins chers. Le problème qu'identifie cette personne informatrice est que les organisations de commerce équitable ferment les yeux sur ces inégalités et ne cherchent pas à intervenir.

[En Inde] ils vendent leurs produits à moitié prix parce qu'ils ont un coût de main-d'œuvre qui est beaucoup moins élevé qu'ailleurs. Les organisations de commerce équitable jouent ce jeu-là, que je trouve tout à fait inadmissible. Je trouve qu'on doit aussi respecter les cultures et puis on devrait faire tout un travail de réflexion et d'effort par rapport à ça. (E2)

Cette situation peut sembler problématique pour la crédibilité du commerce équitable et nous pouvons nous demander si cette situation correspond réellement aux critères ou si elle est le résultat d'une interprétation de ces critères.

Enfin, un dernier point qui restreint l'aide réel du commerce équitable pour les pays du Sud est que le réseau actuel ne peut absorber toutes les demandes formulées par une importante quantité de producteurs du Sud. Les organismes de commerce équitable doivent ainsi faire des choix.

On a énormément de demande. On a quasiment une nouvelle demande par semaine. Donc c'est très difficile je dirais pour un nouveau groupe de producteurs du Sud. Il y a beaucoup de demande, mais aussi il y a beaucoup de gens qui font la même chose. (E5)

Donc, le commerce équitable a certains effets bénéfiques pour les communautés du Sud, comme une amélioration de leur qualité de vie par la vente des produits ainsi que l'acquisition de plus d'autonomie à faire face à la mondialisation. Par contre, il peut générer de la concurrence non désiré entre les communautés de producteurs. D'autant

plus que le commerce équitable a encore à se développer davantage pour inclure toutes les communautés visé par ce type de commerce.

Les trois enjeux soulevés dans ce chapitre, tout comme ils suscitent une profonde réflexion chez les acteurs, nous amènent à questionner les assises même du commerce équitable. En effet, pour qui travaille-t-on : les producteurs ou les consommateurs ? Devrait-on mettre nos énergies au développement de nouveaux marchés ou aux pressions politiques ? Le commerce équitable est-il une démarche politique ou un marketing social? Ces questions laissées sans réponses peuvent exprimer un peu le climat actuel du commerce équitable en Suisse. À la lumière de cette expérience, peut-être que le Québec aurait avantage à se poser les mêmes questions? Certes, les positionnements possibles illustrent des fondements idéologiques tout à fait différents. C'est là un apport fort intéressant dans la problématique de recherche.

5. Éléments de synthèse

L'expérience de la Suisse nous amène à entamer une réflexion sur la place qu'occupe le commerce équitable, considéré comme une forme d'économie solidaire, dans le développement international. Il est en effet intéressant de mettre en lumière en quoi l'économie solidaire s'inscrit dans une nouvelle vision de la coopération internationale pour le développement et quelles perspectives il est possible d'attribuer à cette pratique. Ce chapitre établit un lien entre notre *corpus* théorique de départ et les observations que nous avons dégagées de l'expérience du commerce équitable en Suisse.

Dans un premier temps, nous avons découvert qu'il y a plusieurs stratégies possibles pour développer le commerce équitable. Il s'agit là d'un apport fort considérable à notre *corpus* théorique qui provient de nos observations à travers l'expérience suisse. Également c'est en creusant cette réflexion que nous avons lié ces stratégies à différents fondements idéologiques et différentes visions du développement par les acteurs que nous avons rencontrés. Ainsi, à la lumière de ces constatations que nous avons pu faire dans le cadre de cette recherche, nous pouvons enrichir le cadre théorique traité dans le chapitre de la problématique.

Dans un deuxième temps, nous jugeons pertinent à la fin de cette recherche d'élargir la perspective pour analyser le commerce équitable. D'abord, nous arrivons à l'idée qu'il s'agit d'un outil différent pour promouvoir les choix de société et qui sert à l'expression démocratique pouvant influencer le système économique. Ensuite, il est intéressant de

voir comment ce type de pratique peut représenter une forme d'aide internationale à l'heure actuelle et ce qu'il reste à faire en ce sens pour mettre en place les conditions nécessaires à un monde plus équitable.

5.1. Les différents fondements idéologiques : entre militantisme et pragmatisme

Dans notre chapitre sur la problématique, nous avons fait état de la définition du commerce équitable comme s'il n'y avait qu'une seule combinaison possible. En effet, nous avons au départ illustré le circuit du commerce équitable à partir d'un schéma qui apprécie le processus d'une relation directe (voir Annexe IV). Mais, par la suite, avec la mise en perspective des différents acteurs et des réseaux du commerce équitable, il fut possible de constater que plusieurs stratégies sont mises en œuvres pour développer ce nouveau type de commerce. En Suisse, deux grandes tendances sont identifiées dans l'application des mesures équitables, c'est-à-dire comme on les appelle dans le langage du commerce équitable en Suisse, la filière intégrée et la filière labellisée.

La première, la filière intégrée, est le reflet de la forme historique du commerce équitable avec des intervenants spécialisés dans cette branche et qui ont tous pour but le développement des pays en voie de développement. Le commerce équitable est ainsi lié à un projet de société et d'économie solidaire. L'information, la sensibilisation et le militantisme prennent une place centrale par le médium de la vente de produits. Le commerce équitable est facilité par l'implication de plusieurs bénévoles ainsi que par l'appui d'un public sensibilisé et engagé par rapport aux problèmes de relations Nord-

Sud. Souvent les liens sont plus directs entre les producteurs et les consommateurs et la confiance au niveau de l'équité des produits ne passe pas nécessairement par la labellisation.

La seconde filière, la filière labellisée, est complémentaire à la première, mais se nourrit d'une toute autre logique qui est venue avec l'arrivée de grands organismes de certification. On cherche à augmenter les ventes de produits équitables pour que le plus de communautés du Sud possibles puissent bénéficier des retombées économiques. Une des façons de développer à grande échelle le commerce équitable est de faire en sorte que les produits soient facilement accessibles dans les entreprises conventionnelles. Selon cette logique, plus les gens consomment des produits équitables, meilleures sont les bénéfices et plus nombreux sont les producteurs à écouler leurs produits via le commerce équitable. Il s'agit d'une logique plutôt orientée vers la consommation que le militantisme. D'un côté, l'engagement des entreprises, plus limité, se veut en réponse à une demande des consommateurs, tandis que l'organisme de certification est pleinement impliqué dans le contrôle et le suivi des critères équitables ainsi qu'au niveau de la promotion de ce type de commerce. Ce dernier occupe une place centrale dans la philosophie de la filière labellisée.

Les deux filières travaillent au développement du commerce équitable et nous remarquons qu'elles rejoignent bien le modèle d'économie sociale de Favreau³⁷ vu dans

³⁷ FAVREAU, Louis, *Commerce équitable, économie sociale et mondialisation*, dans *Rapport du Séminaire international « Commerce équitable, coopératives et développement durable »*, Chaire de

le chapitre de la problématique. En effet, leurs finalités d'améliorer les conditions de vie des producteurs marginalisés remplissent des fonctions sociales à travers des activités économique de commerce. Les acteurs s'associent pour répondre à des besoins collectifs. Les structures et les règles sont orientées vers la participation démocratique et les activités économiques visent l'autonomie et la solidarité. Là où les acteurs du commerce équitable peuvent se diviser, c'est dans l'ancrage idéologique qui les pousse à favoriser ce type de commerce. Pour certains, le commerce équitable est un engagement et un militantisme tandis que d'autres cherchent à professionnaliser le mouvement. Ces deux pôles font que les acteurs, selon notre analyse, s'inspireraient de deux paradigmes différents, que l'on pourrait identifier comme le paradigme sociocritique et le paradigme pragmatique.

Nous relient la philosophie de la filière intégrée à une forme de militantisme critique parce que nous remarquons que les acteurs aspirent à un projet plus large que simplement faire du commerce équitable. Pour eux, ce type de commerce est un outil pour un changement profond des structures sociales. Ils perçoivent la société dans une dynamique de rapport de force caractérisée par de l'exploitation. Le mouvement du commerce équitable représente un moteur de changement parce qu'il contribue à la conscientisation et à la mobilisation sociale pour faire pression et permettre de modifier des dynamiques inéquitables. Derrière cette logique, on y défend des valeurs de justice sociale et d'égalité. Une de nos personnes informatrices illustre bien l'idéologie issue du

paradigme sociocritique, car elle démontre que le commerce équitable est un moyen de réaliser un projet socio-économique plus large.

Nous faisons la promotion de la solidarité dans l'économie en proposant des alternatives comme le commerce équitable. C'est un projet de société que nous développons, c'est plus que simplement du commerce. Nous faisons ce travail d'interpeller les consommateurs sur le système économique, sur le capitalisme et sur l'exploitation. Mais on fait plus que les interpeller, on cherche à développer un projet socio-économique global et le commerce équitable est un outil pour y parvenir. (E2)

Pour sa part, la filière labellisée se campe plutôt dans la défense de valeurs qui se rattachent à la liberté. Cette liberté passe par une plus grande autonomie des communautés du Sud à se prendre en main. Les retombés économiques du commerce équitable constituent une entrée d'argent qui leur permet de financer elles-mêmes leur projet de développement. Il ne s'agit pas de charité, mais bien d'un revenu acquis grâce à leur travail. Le développement passe ainsi par l'autonomie des communautés et leur capacité à se prendre en charge. Une personne informatrice nous indique que le rôle des organisations du Nord est d'apporter des outils pour que ces producteurs puissent faire face à la mondialisation actuelle et entrer dans les filières commerciales, ce qu'elle rattache à une forme d'empowerment.

Notre créneau c'est la valorisation de la personne à travers le travail qu'elle fait. C'est vraiment de valoriser le travail de l'agriculteur et d'appuyer les gens à travers la commercialisation et la transformation. C'est en leur donnant les outils nécessaires qui leur permettent de maîtriser les filières de la commercialisation et de mettre en place des structures fiables et solides pour qu'ils soient autonomes totalement et qu'ils se prennent en charge eux-mêmes. C'est ça le concept d'empowerment. (E6)

Pour que le commerce équitable puisse apporter ces outils et générer le développement local, il doit vendre beaucoup, donc s'insérer dans le marché conventionnel. C'est le résultat qui compte, soit l'augmentation des revenus. On ne doit pas s'arrêter à des

barrières éthiques, à savoir à qui on accorde des licence ou pas. Le but est de faire du profit et permette à plus de producteurs possible de monter dans le bateau.

Le fait que les acteurs du commerce équitable soient animés par des logiques de pensées différentes, génère inévitablement des tensions entre eux. En Suisse, ces tensions ressortent particulièrement à travers le débat que suscite l'introduction du café Max Havelaar chez MacDonald's. Cependant, les différences entre les acteurs leur ont permis d'agir en complémentarité sur certains aspects. En effet, certains ont davantage axé vers l'action sociale et politique dans leurs démarches, tandis que d'autres misaient sur le développement économique du commerce équitable. Leurs efforts pris dans un ensemble font qu'il y a là un mouvement qui agit sur deux plans nécessaires pour son évolution. Ces deux pôles d'intervention rendent effectivement le mouvement dynamique en Suisse. Leurs différences empêchent une radicalisation du mouvement d'un côté comme de l'autre.

Aussi, comme le souligne une personne informatrice, parce qu'ils travaillent à différentes échelles, les acteurs se complètent. Par exemple, Max Havelaar utilise souvent des réseaux de producteurs déjà organisés grâce au travail de d'autres organisations.

Il y a une bonne complémentarité finalement entre tous les acteurs. Par exemple lorsque Max Havelaar, cherche à développer un nouveau produit, [...] il va s'appuyer en premier lieu sur les réseaux de producteurs qui existent déjà grâce au travail des Magasins du Monde, d'Oxfam ou d'autres comme Artisans du Monde. Donc Max Havelaar essaie d'harmoniser la structure à leurs critères et propose un plan de réajustement avec des objectifs et des échéances précis pour pouvoir les intégrer au registre des producteurs, agriculteurs de commerce équitable international. Et puis, ils essaient de faire en sorte que tout le monde finalement puisse se raccrocher au bateau. (E9)

Il y a ainsi tout un travail préliminaire d'organisation des structures qui est fait à la base par des organisations de commerce équitable qui travaillent à plus petite échelle. Cette étape se veut nécessaire afin de permettre aux producteurs d'intégrer les rouages du commerce équitable. Par la suite, le fait de pouvoir certifier leurs produits permet d'augmenter leur vente et de passer à une autre échelle de production.

Alors, évidemment, qu'après que ça fait aussi une augmentation de la consommation et donc de la production significative. Parce que les réseaux de distribution de produits Max Havelaar en Suisse, mais aussi partout en Europe, sont beaucoup plus développés que les réseaux de distribution des Magasins du Monde ou Artisans du Monde. (E9)

Donc, on voit qu'il y a une forme de complémentarité. Nous constatons aussi que, pour que le commerce équitable soit prometteur, les acteurs s'entendent pour dire que les consommateurs doivent prendre conscience de leur pouvoir et agir de manière responsable. Une autre piste serait que le commerce équitable se raccroche à une démarche politique d'aide internationale d'une façon globale. Ce qui nous amène à relever les perspectives d'avenir.

5.2. Les perspectives d'avenir

5.2.1. Un outil de promotion de la démocratie

La réussite du commerce équitable jusqu'à aujourd'hui repose en grande partie sur la participation de la population par sa consommation des produits équitables. Plusieurs croient que c'est à travers la consommation responsable massive que le commerce équitable contribuera à faire changer les choses, c'est-à-dire à améliorer les conditions de vie des communautés, mais aussi à changer les mentalités et les habitudes de

consommation et à pousser les entreprises à adopter de nouvelles mesures de production. Le commerce équitable exprime les choix d'une société. De là l'idée que les citoyens traduisent leur opinion à travers l'activité commerciale.

L'idée de rapprocher le consommateur du producteur nécessite une volonté de mobilisation des gens à la base. Celle-ci est bien particulière, car il s'agit d'une mobilisation dans les habitudes de consommation, ce qu'on appelle la consommation responsable. On interpelle les gens par le pouvoir qu'ils exercent : on ne vote qu'une fois aux quatre ans, mais on consomme tous les jours et l'impact de nos achats sur les communautés du Sud peut être significatif. Il s'agit en quelque sorte d'inclure une valeur éthique dans l'action de consommer. Le message se précise alors : «je choisis de consommer ce produit, d'un côté par besoin, mais aussi par principe».

Plus les consommateurs adopteront des produits du commerce équitable, plus la taille du marché sera importante et fera pression sur le marché conventionnel. Le mouvement vise à ce que le commerce équitable établisse un rapport de force significatif pour que les normes du marché conventionnel changent. À titre d'exemple, la part de «15% du marché de la banane équitable en Suisse devient intéressante et les chances d'atteindre les 30% à court ou moyen terme ne relèvent pas de l'utopie»³⁸. Ainsi, on note que Chiquita et Dole, deux entreprises multinationales bien ancrées dans le marché fruitier, ne peuvent

³⁸ ROOZEN, Nico et HOFF, Frans van der, *L'Aventure du commerce équitable : une alternative à la mondialisation par les fondateurs de Max Havelaar*, Éditions JC Lattès, France, 2002, p. 249

ignorer ces chiffres longtemps³⁹. En effet, «Dole investit dans la culture biologique des bananes et s'oriente sur les possibilités d'une certification sociale [...]. Chiquita a développé son *better banana project* (projet de la banane meilleure) qui vise à intégrer des améliorations sociales et environnementales au niveau de la production»⁴⁰. Le commerce équitable peut constituer en soi un moyen de faire pression sur les entreprises. Certains acteurs suisses croient que le fait d'intégrer les produits équitables dans les entreprises capitalistes est un premier pas vers le changement des mentalités.

Nous ne sommes pas d'accord avec le système capitaliste où seul le bénéfice compte. Par contre, si nous pouvons refiler aux entreprises qui font partie de ce système un peu de notre marchandise équitable pour que ça fasse pencher la balance, on le fait. [...] Notre but à nous, c'est de changer les comportements et de changer les mentalités chez les intervenants du commerce mondial pour que finalement au bout du compte le commerce équitable devienne la norme. (E1)

Pour faire pencher la balance, les produits équitables doivent être consommés par le plus de gens possibles. La consommation devient une forme d'expression des choix de société. Le commerce représente en quelque sorte une avenue intéressante d'expression démocratique.

Le commerce équitable, au Québec, gagne à être connu grâce à l'engagement de plus en plus d'organisations qui en font la promotion, mais il demeure encore marginal par rapport à ce que connaît la Suisse dans ce domaine. Par contre, nous remarquons que les Québécois démontrent une sensibilité aux effets pervers de la mondialisation et

³⁹ La part du marché de la banane MaxHavelaar en Suisse atteint actuellement la proportion de 30% (voir tableau 3.1.)

⁴⁰ ROOZEN, Nico et HOFF, Frans van der, *L'Aventure du commerce équitable : une alternative à la mondialisation par les fondateurs de Max Havelaar*, Éditions JC Lattès, France, 2002, p. 249

recherchent des alternatives. Certes les citoyens prennent conscience du pouvoir qu'ils exercent par leur habitudes de consommation dans plusieurs secteurs d'activité. Les pistes d'action jusqu'à maintenant les plus discutées sur la sphère publique concernent principalement l'alimentation, le transport, l'énergie et la consommation domestique. En effet, les produits d'agriculture biologique occupent une place de plus en plus importante. Une autre forme d'alternative dans le domaine alimentaire et qui se rapproche un peu plus du commerce équitable, mais cette fois-ci au niveau local, est l'Agriculture Soutenue par la Communauté (ASC). Les citoyens québécois ont l'opportunité de soutenir les agriculteurs de leur région en leur achetant directement des paniers de légumes biologiques. Les consommateurs et les agriculteurs deviennent ainsi des partenaires pour une consommation locale et coupent les intermédiaires dans le domaine agricole.

Remarquons qu'une tendance au niveau des partis politique est d'opter pour le développement durable dans leurs arguments afin de rejoindre les soucis de l'opinion publique. En Suisse, plusieurs mesures sont mêmes entreprises par le gouvernement en ce sens. Il est intéressant de constater qu'au Canada, l'idée du développement durable fait son chemin par l'engagement du pays à respecter le protocole de Kyoto. Celui-ci vise à restreindre les émissions de gaz à effet de serre. Ainsi, la population est appelée à diminuer sa consommation d'énergie au niveau domestique et industriel. L'utilisation restreinte de l'automobile par le covoiturage, l'utilisation du transport en commun ou encore du vélo dans les métropoles sont des alternatives adoptées par de plus en plus de Québécois. Aussi le gouvernement explore les possibilités d'utiliser d'autres sources d'énergie que l'eau, comme avec les projets de production d'énergie éoliens et solaires,

pour une meilleure protection de nos matières premières. D'ailleurs, un autre dossier concernant les matières premières, qui a ouvert un large débat public, est la gestion de nos forêts. On y dénonce la coupe à blanc et l'utilisation extensive des forêts en défendant l'idée qu'il faille préserver cette ressource. Nous sommes en effet de plus en plus amenés comme citoyens à réviser nos habitudes et nos modalités de consommations.

Les consommateurs ont à se responsabiliser en affirmant leur citoyenneté à travers leurs habitudes de consommation. Il faut donc en ce sens considérer le commerce comme un outil de promotion de la démocratie. Cependant, cette recherche nous permet de comprendre que les consommateurs à eux seuls ne pourront suffire à faire changer les choses. D'autres organisations, syndicats et autres groupes de pressions pouvant exercer des pressions en ce qui concerne les normes du travail, du respect des droits humains et de l'environnement, sont appelés à se mobiliser pour dynamiser aussi ce mouvement. Enfin les États ont à se positionner et adopter un discours et des mesures, tant sur les plans nationaux qu'internationaux, qui rejoignent les revendications du commerce équitable.

5.2.2. Un commerce international équitable

Nous pouvons dire que l'expérience suisse de commerce équitable représente une forme d'aide internationale. Ceci se constate d'abord par l'appui du gouvernement pour différents projets de coopération reliés au commerce équitable, mais aussi par l'engagement de la population pour une consommation responsable et solidaire à la cause des producteurs marginalisés.

La forme d'aide que suggère le commerce équitable se veut bien particulière, parce qu'il ne s'agit pas de charité mais de solidarité à travers l'activité commerciale. Donc les paysans améliorent leurs conditions de vie grâce au revenu de la vente et non pas à cause de dons de charité. Il s'agit ainsi d'un engagement individuel des consommateurs dans l'aide au développement de certaines communautés.

Cependant, le commerce équitable n'est pas seulement l'affaire des consommateurs. Comme l'expérience suisse le montre pour qu'il y ait une réelle démarche d'aide internationale, nos gouvernements, à l'ère de la mondialisation, doivent s'engager à instaurer des conditions équitables dans la gestion du commerce mondial. Comme le suggère une personne informatrice (E8), il serait pertinent d'agir sur les rapports de forces dans le commerce mondial en intégrant des valeurs d'équité au niveau des politiques internationales en matière de commerce. Par exemple, les dirigeants devraient revoir leurs politiques dans un aspect global et les arrimer afin de réellement aider les pays du Sud à se sortir de la pauvreté en vendant leurs matières premières à un juste prix.

Selon le directeur de la Banque Mondiale : toute l'aide humanitaire au développement représente 50 milliards de dollars. C'est beaucoup de sous, mais toutes les subventions agricoles cumulées dans le monde c'est 350 milliards de dollars. Il n'y a pas de développement basé sur la charité. [...] Je pense que si on payait les matières premières à un prix juste et équitable ça aiderait au développement. Les pays en voie de développement sont plus mal aujourd'hui après 30 ans d'aide humanitaire, d'aide au développement ! C'est monstrueux ! On doit leur permettre de vendre leur matière à un juste prix. (E8)

Le parallèle entre l'aide au développement et les subventions à l'agriculture se veulent une équation intéressante dans la politique d'aide internationale. En effet si l'on considère que la grande majorité des pays du Sud sont riches en matières premières, il est

difficile à imaginer qu'ils n'arrivent pas à subvenir à leurs besoins. Une des raisons avancée ici serait que les subventions aux agriculteurs du Nord rendraient les pays du Sud, qui n'ont pas les moyens de financer autant l'agriculture, moins compétitifs sur le marché mondial. Cette personne informatrice propose l'introduction de tarifs douaniers pour les pays du Sud afin qu'ils puissent protéger leurs frontières.

Il faut que les pays du Nord réduisent leurs subventions à l'exportation. Ceux-ci éliminent leur surplus sur le marché international ce qui crée la chute des cours mondiaux dans pleins de domaines. [...] Il n'est pas question de tout éliminer, mais fondamentalement c'est de reconnaître que les pays du Sud ont besoin de subventions pour soutenir une agriculture de proximité. [...] D'un autre côté il faut que les pays du Sud puissent réintroduire des tarifs douaniers. Ils doivent pouvoir protéger leurs frontières des importations des produits bons marchés du Nord, qui font chuter les prix et puis qui ruinent l'agriculture là-bas. (E3)

Il s'agit de mesures du commerce international qui doivent être étudiées et ajustées dans la perspective d'une politique internationale pour un commerce équitable durable. L'aide internationale pourrait tout aussi bien se traduire par l'instauration de règles commerciales équitables. C'est en misant sur des stratégies de plus grande échelle que les pays auront la possibilité d'être sur le même pied d'égalité en matière de commerce.

Enfin, toutes les réflexions qui ont nourri ce travail nous amènent à constater que le commerce équitable demeure une solution capitaliste à un système capitaliste. Tant que nous resterons dans ce système, il s'agit probablement de la meilleure solution à instaurer pour aider les communautés marginalisées du Sud à s'intégrer dans ce système. L'expérience suisse nous montre les deux bras, militant et pragmatique, du commerce équitable comme étant indispensables au dynamisme de ce commerce car l'un développe

les débouchés économiques, tandis que l'autre milite pour un monde plus équitable et conscientise la population. Nous réalisons à quel point il s'agit d'un mouvement social particulier parce qu'il traduit une activité économique en un outil de changement.

L'expérience du commerce équitable en Suisse a pu nous éclairer sur nos questionnements et nous amener à la réflexion que cette solution demeure tout de même partielle. Si l'on désire évoluer dans une mondialisation qui se veut équitable, il faut prendre les mesures nécessaires et être conséquent. Il faut que les pays puissent être sur le même pied d'égalité en matière de commerce international et ainsi restreindre les rapports de forces. Le commerce équitable nous amène sur la réflexion qu'en tant que citoyen responsable nous avons un rôle à jouer en modifiant nos habitudes de consommation. Or, nos gouvernements aussi ont une part de responsabilité à assumer car ce sont eux qui nous représentent dans le cadre des organisations supraétatiques qui adoptent les règles de cette mondialisation. Le travail de reconnaissance pour un monde plus équitable doit certes provenir tout autant des gouvernements que des sociétés civiles pour faire changer les choses. Alors la perspective d'une économie solidaire citoyenne se posera en alternative incontournable pour le développement international.

Annexe I : Liste des personnes informatrices

Toutes les personnes informatrices sont des gens qui travaillent dans le cadre des organisations suivantes :

E1 : Max Havelaar Suisse, organisme de certification de commerce équitable

E2 : Association suisse romande des Magasins du Monde, regroupement de magasins spécialisés dans le commerce équitable

E3 : Pain pour le prochain, organisation non gouvernementale de développement et cofondateur de TerrEspoir

E4 : Actions consommateurs, organisme d'information public

E5 : Genève Tiers-Monde, organisation non gouvernementale de développement et cofondateur du Magasin Le Balafon

E6 : TerrEspoir, Fondation qui importe, distribue et vend des produits équitables

E7 : Institut universitaire d'étude du développement, institut de recherche

E8 : La Semeuse, entreprise privée de torréfaction et de distribution de café équitable

E9 : Association pour le commerce équitable de Genève (ACEG), association qui fait la promotion du commerce équitable

E10 : La Calebasse, magasin spécialisé de commerce équitable et membre de l'Association suisse romande des Magasins du Monde

Annexe II : Grille d'entrevue

Sujet : Le commerce équitable en Suisse

Question de recherche : Le commerce équitable en Suisse : stratégies et enjeux pour l'économie solidaire et le développement international

Type d'entretien : Semi-directif : des thèmes et des questions que l'on désire aborder sont élaborés à l'avance, mais nous considérons que d'autres peuvent émerger durant les entretiens et nous en serons attentifs.

1. Présentation de l'organisme étudiée et description (matériel descriptif) :

Actualité

- ❑ Mission, mandat et rôle de l'organisation dans le commerce équitable en Suisse.
- ❑ Portrait du commerce équitable en Suisse.
- ❑ Relation du commerce équitable dans le développement international.
- ❑ Relation du commerce équitable avec l'économie solidaire et/ou un nouveau type d'économie.

Historique

- ❑ Événements clés de l'histoire de l'organisation par rapport à l'évolution du commerce équitable en Suisse.
- ❑ Facteurs historiques, sociaux, économiques, politiques et culturelles pouvant influencer l'évolution du commerce équitable en Suisse.

2. Analyse du phénomène (matériel analytique) :

Stratégies et acteurs

- ❑ Actions posées qui ont fait évoluer le commerce équitable (ce qui a ou pas fonctionné et ce qui aurait pu être fait).

- ❑ Résultats attendus et observés.
- ❑ Interactions entre les acteurs et partenaires du commerce équitable.

Enjeux

- ❑ Obstacles et opportunités dans l'évolution du commerce équitable.
- ❑ Motivations des acteurs et des consommateurs à développer le commerce équitable.
- ❑ Position de l'organisation par rapport aux sept tensions.

Commerce équitable :

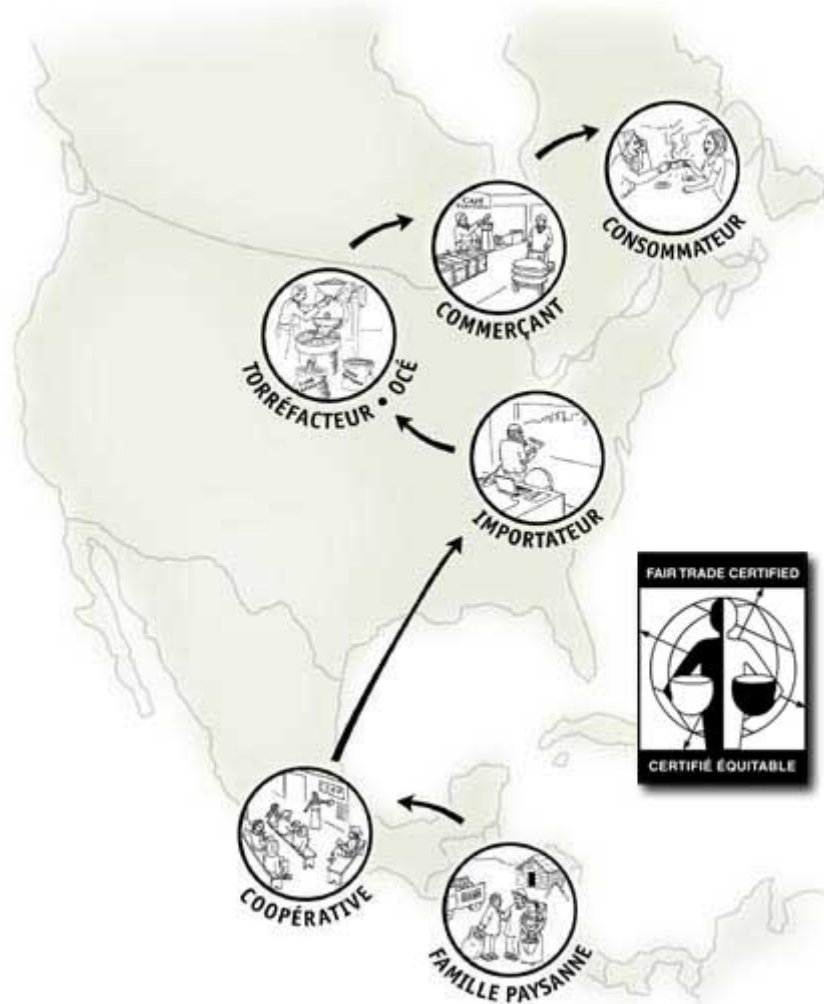
1. Efficacité économique VS réalisation des objectifs
2. Acteur commercial VS acteur politique
3. Offre potentiel VS demande réelle
4. Démarche politique VS marketing social
5. Producteurs du Sud : acteurs économiques VS partenaires de développement
6. Partenariat entre organisme de labellisation et secteur privé : compromis VS compromission
7. Commerce de «niche» VS capacité de «rayonnement» sur le commerce traditionnel

Annexe III : Schéma de la route conventionnelle du café



Source : Site de Equiterre : <http://www.equiterre.qc.ca/cafe/rteconventionnelle/routec.html>

Annexe IV : Schéma de la route alternative du café



Source : Site Equiterre : <http://www.equiterre.qc.ca/cafe/rtealternative/routee.html>

Bibliographie

ALBERT, Odile, *Pour un commerce équitable, expériences et propositions pour un renouvellement des pratiques commerciales entre les pays du Nord et ceux du Sud*, Éditions Charles Léopold Mayer, Paris, 1998

ASSOCIATION CANADIENNE DES TRAVAILLEUSES ET TRAVAILLEURS SOCIAUX, *Le travail et la mondialisation*, Édition Bill Rowe, numéro spécial, Ottawa, juillet 2000

AUROI, Claude et SCHÜMPERLI Y., Catherine, *Le commerce durable, vers de plus justes pratiques commerciales entre le Nord et le Sud*, Institut universitaire d'études du développement, Genève, 2001

BOTTI, Dominique, *A propos de l'économie solidaire : guide critique et synthèse bibliographique*, dans Nouveaux cahiers de l'Institut universitaire d'études du développement Collection Enjeux, no 7, .183-187, juin 1998

CHOSSUDOVSKY, Michel, *La mondialisation de la pauvreté*, Éditions Écosociété, Montréal, 1997

DACHEUX, Éric et LAVILLE, Jean-Louis, *Économie solidaire et démocratie*, Hermès 36 Cognition, Communication, Politique, CNRS Éditions, Paris, 2003

DEFOURNY, J., DEVELTERE, P., FONTENEAU, B., *L'économie sociale au Nord et au Sud*, De Boek et Larcier, Paris, Bruxelles, 1999

DEFOURNY, J., FAVREAU, L., LAVILLE, J.-L., *Insertion et nouvelle économie sociale, un bilan international*, Desclée de Brouwer, Paris, 1998

DEMOUSTIER, Danièle, *L'économie sociale et solidaire, s'associer pour entreprendre autrement*, Syros, Paris, 2001

DESMARAIS, Danielle et GRELL, Paul, *Les récits de vie, théorie, méthode et trajectoires types*, Éditions St-Martin, 1986

DUBOIS, J.-L., et al., *Pauvreté et développement socialement durable*, Économie, gestion et démographie, Presses universitaires de Bordeaux, 2003

ÉCONOMIE ET HUMANISME, *De l'insouciance à la responsabilité, quel pouvoir pour les consommateurs?*, numéro 357, Lyon, juillet 2001

EME, Bernard et LAVILLE, Jean-Louis, *Donner sa place à l'économie solidaire*, dans *Projet*, no 247, p. 59-66, septembre 1996

ÉTHIER, Diane, *Introduction aux relations internationales*, manuel du cours POL 1600, Département de sciences politique, Université de Montréal, hiver 2002

FARRO, Antimo L., *Les mouvements sociaux, diversité, action collective et globalisation*, Politique et économie, Les Presses de l'Université de Montréal, 2000

FAVREAU, Louis, *Commerce équitable, économie sociale et mondialisation*, dans *Rapport du Séminaire international « Commerce équitable, coopératives et développement durable »*, Chaire Coopération Guy-Bernier et la Chaire économie et humanisme, Université du Québec à Montréal, Montréal, 2002

FAVREAU, Louis et FRÉCHETTE, Lucie, *Mondialisation, économie sociale, développement local et solidarité internationale*, Collection Pratiques et politiques sociales et économique, Presses de l'Université du Québec, Sainte-Foy, 2002

FRANÇOIS, Wasmith, *Le commerce équitable, les coopératives et le développement durable*, Essai de maîtrise en sciences de gestion et développement des coopératives, IRECUS, Université de Sherbrooke, 2000

FONDATION MAX HAVELAAR SUISSE, Bâle, Rapport annuel 2002

FOUREL, Christophe et al., *La nouvelle économie social, efficacité, solidarité et démocratie*, Alternatives économiques, Éditions La Découverte et Syros, Paris, 2001

GAILLARD, Jean-Michel, *Comment la planète est devenue un village*, dossier sur la mondialisation dans, L'Histoire, no 270, Paris, novembre 2002

GÉLINAS, Jacques B., *Et si le Tiers Monde s'autofinçait : de l'endettement à l'épargne*, les Éditions Écosociété, Montréal, 1994

GÉLINAS, Jacques B., *La globalisation du monde, laisser faire ou faire ?*, Édition Écosociété, Montréal, 2000

GENDRON, Corine, *Envisager la responsabilité sociale dans le cadre des régulations portées par les Nouveaux mouvements sociaux-économiques*, Les Cahiers de la Chaire-Collection recherche, no 01-2002, École des sciences de la gestion, Université du Québec à Montréal, Montréal, 2002

GIROUX, Guy, *L'État, la société civile et l'économie, turbulences et transformation*, Les Presses de l'Université Laval, 2001

IRED, *Vers un commerce plus équitable ?*, dossier paru dans Innovation et réseaux pour le développement, Forum no 62, p.69-82, avril-juin 1997, Genève

JOHNSON G., SCHOLES, K., *Stratégique*, Édition française dirigée par F. Fréry, Publi-Union Éditions, Paris, 2000

JONSHON, Pierre, *Commerce équitable, propositions pour des échanges solidaires au service du développement durable*, Éditions Charles Léopold Mayer, Paris, 2003

JOHNSON, Pierre, *Les coopératives de producteurs et le mouvement du commerce équitable face aux défis du développement durable*, dans *Rapport du Séminaire internationale « Commerce équitable, coopératives et développement durable »*, Chaire de Coopération Guy-Bernier et Chaire économie et humanisme, Université du Québec à Montréal, 2002

KLEIN, Naomi, *No logo, la tyrannie des marques*, Éditions Alfred A. Knopf Canada, Toronto, 2000

KONATÉ, Moussa, SIMARD, Paule, GILES, Claude et CARON, Lyne, *Sur les petites routes de la démocratie, l'expérience d'un village malien*, Éditions Écosociété, Montréal, 1999

LAFLEUR, Michel, *Éléments problématique : Commerce international, les coopératives et le développement durable*, dans *Séminaire international sur le commerce, les coopératives et le développement durable*, IRECUS, Collection Documents et conférences, Université de Sherbrooke, Bibliothèque nationale du Québec, 2000

LAVILLE, Jean-Louis, *L'économie solidaire, une perspective internationale*, Éditions Desclée de Brouwer, Paris, 1994

LECOMTE, Tristan, *Le pari du commerce équitable, Mondialisation et développement durable*, Éditions d'Organisation, Paris 2003

MINTZERB, H., AHLSTRAND, B., LAMPEL, J., *Safari en pays stratégie*, Éditions Village Mondial, 1999

MUCCHILLI, Alex, *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociale*, Éditions Armand Colin, 1996

OCDE, *Cohésion sociale et mondialisation de l'économie, ce que l'avenir nous réserve*, Éditions de l'OCDE, Paris, 1997

OXFAM, *Pour un commerce équitable, deux poids deux mesures, commerce, globalisation, et lutte contre la pauvreté*, 2002

POUPART, Jean et al., *La recherche qualitative : enjeux épistémologiques et méthodologiques*, Éditions, Gaëtan Morin, 1997

PRÉVOST, Paul, *Le développement local : Contexte et définition*, Collection Cahiers de recherche, IRECUS, Université de Sherbrooke, Sherbrooke, 2001

RAES, T. et LECOMTE, T., *Étude mondiale sur le commerce équitable*, Alter Eco PwC Conseil, France, 2001, p.12

ROOZEN, Nico et HOFF, Frans van der, *L'Aventure du commerce équitable : une alternative à la mondialisation par les fondateurs de Max Havelaar*, Éditions JC Lattès, France, 2002

ROUILLÉ D'OFÉUIL, Henri, *Avec l'économie sociale et solidaire, une autre façon de créer et de produire des entreprises vraiment citoyennes*, supplément dans Le Monde Diplomatique, no 584, 49^e année, Paris, novembre, 2002

SANJURJO, Dante, *Quel contrôle pour le commerce équitable*, dans Le Monde Diplomatique, p.2-3, octobre 2001

SCHÜMPERLI Y., Catherine, *Le commerce équitable à la croisée des chemins*, dans les Nouveaux cahiers de l'Institut universitaire d'études du développement, Collection Enjeux, p. 155-161, Genève, juin 1998

SCROSATI, Alain, *Introduction à la coopération internationale*, Cahier de note pour le cours d'Introduction à la coopération internationale 413-104-89, dans la cadre du programme de Formation en Coopérant-Volontaire, Centre de formation en coopération internationale du Québec (CFCI), Cégep de Rivière-du-Loup, 2000

TREMBLAY, Marielle, TREMBLAY, Pierre-André et TREMBLAY, Suzanne, *Développement local, économie sociale et démocratie*, Collection Pratiques sociales et politiques sociales et économiques, Presses de l'Université du Québec, Sainte-Foy, 2002

VACHON, Bernard et COALLIER, Francine, *Le développement local, théorie et pratique*, Éditions Gaétan Morin, Boucherville, Québec, 1993

VAN KEMENADE, Solange et FAVREAU, Louis, *Coopération Nord-Sud et économie sociale : L'expérience de l'ONG Développement et Paix (1967-1999)*, Cahiers du CRISES, Université du Québec à Montréal, Montréal, mars 2001

WARIDEL, Laure et TEITELBAUM, Sara, *Commerce équitable : Une poussée pour des échanges plus justes aux Pays-Bas, en Belgique, en Suisse et en France*, Rapport de recherche, ÉquiTerre, Bibliothèque nationale du Québec, 1999

WARIDEL, Laure, *Une cause café pour le commerce équitable*, Éditions le Intouchables, Bibliothèque nationale du Québec, Montréal, 1997

YIN, Robert, *Case study research, Design and methods, second edition*, Éditions Sage, Californie, USA, 1994

Sites Internet :

Action consommation : <http://www.actionconsommation.org>

Claro : <http://www.claro.ch>

Clean Clothe's : <http://www.cleanclothes.ch>

Communauté de travail : <http://www.swisscoalition.ch>

Confédération Helvétique : <http://www.admin.ch>

Coop : <http://www.coop.ch>

Déclaration de Berne : <http://www.ladb.ch>

Direction du développement et de la Coopération (DDC): <http://www.ddc.admin.ch>

EFTA (European Fair Trade Association) : <http://www.eftafairtrade.org>

Équiterre : <http://www.equiterre.qc.ca>

FEDEVACO (Fédération vaudoise de coopération) : <http://www.fedevaco.ch>

FGC (Fédération Genevoise de coopération) : <http://www.fgc.ch>

FLO (International Fair Trade Labelling Organisation) : <http://www.fairtrade.net>

Genève TiersMonde: <http://www.getm.fgc.ch>

IFAT (International Federation for Alternative Trade) : <http://www.ifat.org>

IUED (Institut universitaire d'études du développement) : <http://www.unige.ch/iued/>

Magasins du Monde : <http://www.mdm.ch>

Max Havelaar Suisse : <http://www.maxhavelaar.ch>

Migros : <http://www.migros.ch>

NEWS! (Network of European Worldshops) : <http://www.worldshops.org>

OCDE : <http://www.ocde.org>

Oxfam-Québec : <http://www.oxfam.qc.ca>

Pain Pour le Prochain : <http://www.bfa-ppp.ch>

Secrétariat d'État à l'Économie (SECO) : <http://www.seco.admin.ch>

TerrEspoir : <http://www.terrespoir.com>

Ville de Genève : <http://www.ville-ge.ch>