

## Quel avenir pour le commerce équitable?

Représentant **10% des exportations mondiales et 550 milliards de dollars par an**, les produits agricoles, en particulier tropicaux (café, cacao, sucre, thé, caoutchouc, etc.), furent au cœur de la première mondialisation (les Grandes Découvertes), puis de la deuxième (la colonisation). Leurs producteurs sont aujourd'hui confrontés à la dégradation structurelle des termes de l'échange, à des **cours mondiaux erratiques fixés par les grandes places financières dans un but spéculatif**, à des concurrences de plus en plus vives entre pays producteurs et, enfin, à un contrôle quasi complet des marchés et des prix, soit par les grandes transnationales agroindustrielles, soit par les firmes de courtage et de négoce international.

Alors que les pays développés, qui font souvent tout pour bloquer les tentatives de régulation et de contrôle de ces marchés au sein de l'OMC, absorbent l'essentiel des produits agricoles, de nombreux pays d'Amérique latine, d'Afrique et d'Asie demeurent dépendants et cantonnés à l'exportation de produits à bas prix. Cela entraîne une **déstabilisation des territoires et des systèmes productifs**, par conséquent une paupérisation des campagnes. Ainsi, en Amérique latine, l'effondrement des cours du café menace 700 000 emplois au Guatemala, 280 000 au Nicaragua, 200 000 au Costa Rica, 135 000 au Salvador et 111 000 au Honduras.

Face à cette situation intenable s'est progressivement forgé, à partir des années 1980, **le concept de commerce équitable promu par des Organisations non gouvernementales (ONG) ou des associations à but non lucratif**, comme TransFair, Oxfam ou Max Havelaar. Le terme de commerce équitable ne doit pas faire illusion ; l'enjeu est bien d'**offrir une alternative crédible au simple jeu des lois du marché en mettant en place un nouveau système complet, du producteur au consommateur, qui est, selon ses promoteurs, « économiquement juste, socialement solidaire et moralement éthique »**.

A la production, le dispositif s'appuie sur des coopératives agréées de petits producteurs, telle que la *Small Organic Farmer Association* (SOFA) au Sri Lanka, qui regroupe près de 350 familles de producteurs. Disposant d'une réelle autonomie de gestion, ces organisations mettent en place **une meilleure rémunération du travail paysan, des programmes d'amélioration de la qualité des produits** axés le plus souvent sur une transition vers l'agriculture biologique, des structures nouvelles de financement (caisses de crédit), aboutissant à une **amélioration du niveau de vie rural** (rénovation de l'habitat, construction d'écoles, électrification, etc.), condition essentielle au décollage économique autonome à long terme.

A la consommation, l'objectif est de **fournir un produit de qualité, à la traçabilité garantie et à un prix raisonnable, vendu soit dans les réseaux de magasins agréés (26 200 en Allemagne, 8 270 au Royaume-Uni, 2 500 en France), soit dans les réseaux des grands distributeurs**.

Le lancement des bananes Oké aux Pays-Bas en 1996, sans être exempt de difficultés, montre que **ces grandes firmes ont désormais compris l'intérêt qu'elles pouvaient tirer d'un tel choix pour revaloriser leur image de marque**. Il en est de même en France, avec Auchan ou Carrefour. La place du commerce équitable, qui réalise 321 millions d'euros de chiffre d'affaires en Europe dont 31,5% en Allemagne, 23% aux Pays-Bas, 21% au Royaume-Uni... et seulement 3% en France, reste marginale, représentant 1 à 3% des parts de marché pour le café, le thé ou les bananes dans l'Union européenne. Elle **dépend largement de la sensibilité des différentes opinions publiques à un développement plus solidaire entre Nord et Sud**. Mais son dynamisme témoigne de la crédibilité de certaines alternatives aux dysfonctionnements actuels.

