

Acteurs de Commerce Equitable et Organisations de Solidarité Internationale : Quelles synergies ?

Etude conduite par
la Plate-forme pour le Commerce Equitable



RAPPORT FINAL

Décembre 2010

Auteurs : Emilie DUROCHAT et Julie STOLL

Sigles et acronymes

AFD :	Agence Française de Développement
AFDI :	Agriculteurs français et développement international
AMAP :	Associations pour le maintien d'une l'Agriculture Paysanne
AVSF :	Agronomes et Vétérinaires Sans Frontières
CCFD :	Comité Catholique contre la Faim et pour le Développement
CE :	Commerce Equitable
CFSI :	Comité français pour la Solidarité Internationale
CIRAD :	Centre International de Recherche Agronomique pour le Développement
CNCE :	Commission Nationale pour le Commerce Equitable
CRID :	Centre de Recherche et d'Information pour le Développement
C2A :	Commission « Alimentation et Agriculture » de Coordination Sud
EAD :	Education au Développement
ESS :	Economie Sociale et Solidaire
FADM :	Fédération Artisans du Monde
FLO :	Fairtrade Labelling Organisation
GMS :	Grande et Moyenne Surfaces
IFAT :	International Fair Trade Association
ISF :	Ingénieurs Sans Frontières
MHF :	Max Havelaar France
OP :	Organisations de Producteurs
OCE :	Organisations de Commerce Equitable spécialisées
ONG :	Organisation Non Gouvernementale
OSI :	Organisation de Solidarité Internationale
PFCE :	Plate-Forme pour le Commerce Equitable
SI :	Solidarité Internationale
SSI :	Semaine de la Solidarité Internationale

Remerciements

La PFCE tient à remercier tous les organisations de solidarité internationale et collectifs d'OSI ayant participé à cette étude, qui ont accepté de nous recevoir et pris du temps pour répondre à nos questions.

La PFCE tient également à remercier la Division Partenariat ONG de l'AFD pour son soutien et pour l'intérêt qu'elle porte à cette étude et tout particulièrement Patricia Bay.

Sommaire

Sigles et acronymes	2
Remerciements	3
Sommaire	4
Synthèse	7
Introduction	19

CHAPITRE 1 : CONTEXTE, ENJEUX ET CONTENU DE L'ETUDE

1. Le Commerce Equitable : une démarche efficace au service du développement des populations défavorisées au Sud	21
A) Des travaux de recherche et des études, qui confirment son impact	21
B) Les organisations spécialisées de commerce équitable	22
2. Contexte de l'étude : un fondement associatif du commerce équitable	22
A) Les OSI à l'origine du mouvement du commerce équitable	22
B) Une rapide montée en puissance du secteur équitable qui en brouille les représentations	24
3. Problématique de l'étude : des enjeux communs mais des pratiques qui éloignent les deux groupes d'acteurs	25
A) Les enjeux communs	26
B) Les objectifs de l'étude	27
4. Objet et champ de l'étude	27
5. Méthodologie	29
A) Présentation de l'échantillon retenu	29
B) Phase d'investigation : Entretiens individuels semi directifs	29
C) Limites des résultats présentés dans le cadre de l'étude	30

CHAPITRE 2 : APPUI AU SUD

1. Accompagnement des organisations de producteurs/artisans au Sud par les OSI	31
A) Appui aux organisations de producteurs/artisans	31
B) Appui aux OP présentes dans les circuits de commerce équitable	32
2. Partenariats OSI-OCE sur le terrain	34
A) Les organismes de garantie de commerce équitable	34
B) Les atouts du schéma d'intervention triangulaire OP/ONG/OCE	36
3. Limites induites par les représentations des OSI	41
A) Points de blocage persistants	41
B) Questions posées par les OSI	42
C) Dérives possibles identifiées par les OSI	44
D) Propositions des OSI sur l'évolution à donner au secteur équitable	45

4. Recommandations et synergies à encourager concernant l'appui au Sud	47
A) Renforcer l'expertise et la diffusion d'expertise	47
B) Favoriser les coopérations sur le terrain	47
C) Promouvoir la participation des producteurs	48
D) Contribuer au développement d'un commerce équitable Sud-Sud	48

CHAPITRE 3 : EDUCATION AU DEVELOPPEMENT ET A LA SOLIDARITE INTERNATIONALE

1. Insertion du commerce équitable dans les activités d'EAD des OSI	49
A) Les pratiques d'EAD SI des OSI	49
B) Des pratiques nombreuses et variées des OSI en matière de commerce équitable	52
C) Un dépassement de la dimension Nord-Sud comme élément constitutif des démarches d'EAD	54
2. Des acteurs de commerce équitable également impliqués dans des activités d'EAD	54
A) La sensibilisation et l'éducation au développement au cœur de la définition du commerce équitable	54
B) La mission de sensibilisation et d'EAD des acteurs de commerce équitable	55
C) Exemples de MHF et de la FAdM, qui ont placé l'EAD au cœur de leur mission de commerce équitable	57
3. Divergences des représentations du commerce équitable au sein des OSI	58
A) Un recours ambivalent au commerce équitable comme outil d'EAD	58
B) Un positionnement contradictoire sur les enjeux	59
C) Des points d'attention formulés par les OSI	60
4. Convergences et synergies possibles entre OSI et OCE en matière d'EAD	61
A) Opérer un rapprochement stratégique entre les OSI et les OCE en matière d'EAD	61
B) Mener des campagnes d'EAD sur des thématiques qui n'opposent pas les solidarités au Nord et les solidarités au Sud	61
C) Poursuivre l'éducation au commerce équitable auprès du grand public	62
D) Renforcer les capacités des boutiques spécialisées de commerce équitable à sensibiliser les consommateurs	62

CHAPITRE 4 : PLAIDOYER INTERNATIONAL

1. Pratiques des OSI en matière de plaidoyer	63
A) Stratégies d'intervention des OSI en matière de plaidoyer	63
B) Panorama des activités de plaidoyer des OSI sur les problématiques « agriculture et alimentation »	64
C) Panorama des activités de plaidoyer des OSI sur les problématiques de régulation du commerce mondial	67
2. Pratiques de plaidoyer des acteurs de commerce équitable	70

A) Le plaidoyer en faveur d'une réforme des règles du commerce mondial : fondement du mouvement du commerce équitable _____	70
B) FADM et MHF : Des acteurs de commerce équitable présents dans le paysage du plaidoyer__	71
3. Analyse des positions des OSI _____	72
A) Sur l'efficacité du commerce équitable comme outil de plaidoyer_____	72
B) Sur la valeur ajoutée des OCE en matière de plaidoyer international _____	73
C) Sur l'implication des acteurs de commerce équitable dans le plaidoyer _____	73
D) Sur l'enjeu de positionnements clairs des OCE sur le commerce équitable "Nord Nord" et la défense des "droits économiques, sociaux et culturels » _____	74
4. Synergies identifiées entre OSI et OCE et recommandations en matière de plaidoyer _____	74
A) Renforcer les échanges d'expertise pour contribuer à l'élaboration des positions collectives _	75
B) Les thématiques de plaidoyer sur lesquels les acteurs de commerce équitable sont attendus	75
 Synthèse des recommandations et pistes d'actions _____	 76
Conclusion _____	79
 Annexes :	
Annexe 1 : Liste des personnes interrogées _____	81
Annexe 2 : Guides d'entretiens _____	82

Synthèse

Cette étude, réalisée par la Plate-Forme pour le Commerce Equitable entre octobre et décembre 2010, a pour finalité de permettre à l'ensemble des acteurs (PFCE, l'Agence Française de Développement et OSI françaises) de mettre en évidence les points de convergence et de discussion existants entre les Organisations de Solidarité Internationale et les Organisations de Commerce Equitable (associations et entreprises, hors secteur conventionnel).

30 interviews ont ainsi été réalisées dans 25 organisations¹. Ces entretiens ont permis de réaliser un panorama de leurs domaines d'intervention et d'apprécier leurs représentations du commerce équitable. L'analyse qui en découle permet d'identifier les synergies entre les deux groupes d'acteurs sur les trois champs d'intervention suivants :

1. L'appui aux organisations de producteurs et d'artisans au Sud,
2. L'éducation au développement et à la solidarité internationale
3. Le plaidoyer international

I. Contexte, enjeux et contenu de l'étude

Plusieurs OSI françaises² ont été à l'origine de l'émergence du secteur équitable et ont participé activement à son développement en contribuant à la création de Max Havelaar France, de la PFCE et de Solidar'monde et en s'investissant fortement dans la gouvernance de ces organisations.

Depuis les années 2000, le secteur du commerce équitable a véritablement changé d'échelle en France : professionnalisation des acteurs traditionnels du secteur, distribution des produits dans la grande distribution, augmentation des ventes, diversification des gammes de produits, implications d'entreprises conventionnelles, etc. Cette montée en puissance du commerce équitable a provoqué de nombreux débats au sein du secteur, y compris avec les OSI impliquées dans la démarche. Ces discussions ont entraîné un certain « brouillage » des représentations liées au secteur.

On observe par ailleurs depuis quelques années un désengagement progressif des OSI historiquement impliquées dans le développement du commerce équitable en France. En témoigne le retrait depuis 2005 d'un certain nombre d'OSI des instances de Max Havelaar France ou de la PFCE qui n'a pas toujours été accompagné par la création nouveaux cadres de collaboration et de discussion. Malgré cette prise de distance, les deux familles d'acteurs (OSI et OCE) continuent d'être liées par des enjeux communs qui restent forts.

Les enjeux communs :

• **L'accompagnement des organisations de producteurs au Sud**

La vocation du commerce équitable est de créer des conditions favorables au développement de groupes de producteurs et d'artisans des pays du Sud. Les travaux de recherche menés ces dernières années³ démontrent l'impact généralement positif du commerce équitable et les conditions dans lesquelles cet impact peut être démultiplié. On observe notamment un véritable effet de levier lorsque les organisations de producteurs sont accompagnées par des OSI, et/ou quand elles développent des partenariats commerciaux avec des organisations spécialisées de commerce équitable (profil des membres de la PFCE) ou des entreprises particulièrement engagées avec leurs partenaires. ***Il y a donc un véritable enjeu à développer des partenariats entre les acteurs de commerce équitable et les OSI de développement dans une perspective de renforcement des organisations de producteurs***

¹ 25 organisations dont 7 de commerce équitable, 10 OSI et 8 collectifs d'OSI.

² Notamment Peuples Solidaires, AVSF, le CCFD et Ingénieurs Sans Frontière.

³ « Le Commerce Equitable comme instrument de l'Aide Publique au Développement : Enjeux, impacts, enseignements, stratégies, mode opératoires et indicateurs », réalisée par Horus/AVSF (2009) et « Cartographie et analyse des études d'impact du commerce équitable au Sud » effectuée par le CIRAD (2010).

- **L'éducation à la solidarité internationale**

Tout comme pour les OSI, de nombreuses OCE s'impliquent dans des activités d'éducation au développement⁴. Or, les enjeux auxquels sont confrontées aujourd'hui les OSI et les OCE en matière d'EAD sont bien souvent similaires : intégration des préoccupations environnementales, risque de tendance au repli sur soit d'une partie de la société française dû à la crise économique, etc. Ces nouvelles problématiques rendent urgent l'élaboration de messages clairs et audibles sur les causes de la crise économique, de la crise alimentaire et de la crise écologique. ***Les OCE comme les OSI doivent développer des messages cohérents et crédibles sur les mécanismes d'interdépendance Nord- Sud et l'enjeu d'une solidarité mondialisée dans le cadre de leurs activités d'EAD.***

- **Réaffirmer l'enjeu d'une régulation du commerce international**

Le projet du commerce équitable démontre de manière concrète et volontariste, à travers l'instauration de relations commerciales équilibrées et l'application de prix rémunérateurs sur la durée, que la régulation des échanges commerciaux est un facteur de développement structurant et efficace pour les organisations de producteurs du Sud. ***Forts de ce constat et de cette valeur ajoutée à apporter au débat, il y a donc un véritable enjeu à ce que les acteurs du commerce équitable s'associent aux OSI, qui mènent régulièrement des campagnes de plaidoyer en faveur d'une réforme des règles du commerce mondial.***

- **Promouvoir et renforcer l'agriculture familiale**

Le renforcement de l'agriculture familiale apparaît comme primordial pour répondre aux enjeux de souveraineté et de sécurité alimentaire dans les pays du Sud. Le commerce équitable, portant à plus de 80% sur le commerce de matières agricoles, s'adresse avant tout aux organisations de petits producteurs. Par ailleurs, la mise en place d'échanges commerciaux équitables s'accompagne dans la majorité des cas d'appuis des OP par des OSI ou des ONG locales. Parallèlement, nombreuses sont les OSI françaises investies dans la promotion de l'agriculture familiale et dans le soutien aux organisations de producteurs, engagés ou non dans des relations de commerce équitable. Ainsi, OSI et acteurs de commerce équitable ont des visions convergentes en matière de défense de l'agriculture familiale et collaborent parfois avec les mêmes OP sur le terrain (chacune en fonction de son champ de compétence et d'expertise). ***Que ce soit en matière de plaidoyer, ou de renforcement des OP, OSI et OCE ont intérêt à échanger, collaborer et faire jouer de leurs complémentarités pour promouvoir ensemble l'agriculture familiale.***

II. Appui au Sud

1. Des collaborations sur le terrain quasi systématiques entre OSI, OP et OCE

Les OSI rencontrées s'accordent toutes pour promouvoir l'agriculture familiale. Elles fournissent à leurs partenaires du Sud (OP ou ONG locales) des soutiens divers afin de renforcer leurs capacités : appui institutionnel ou sur les volets production, transformation et commercialisation. Dans ce contexte, la grande majorité d'entre elles **collaborent avec des organisations de producteurs ou d'artisans qui commercialisent leurs produits via les circuits du commerce équitable**. Que les OP partenaires soient engagées dans des activités de commerce équitable ou pas, les types d'appuis proposés les OSI sont de même nature.

Cette étude vient ainsi confirmer l'existence d'un schéma opératoire souvent observé dans le cadre de filières équitables : une relation triangulaire entre OP, ONG et OCE, qui permet de faire jouer les meilleures synergies sur le terrain et facilite l'insertion des OP dans les filières équitables. Il existe en effet une forte complémentarité de compétences entre OSI et OCE dans le développement de

⁴ L'EAD fait partie des différentes définitions du commerce équitable développées par les acteurs (définition de FINE, accord AFNOR, charte de la PFCE, règles de la CNCE etc.)

nouvelles filières au Sud : appui à la structuration pour les premières, et développement de débouchés économiques pour les secondes.

Ainsi, les organisations de producteurs ou d'artisans qui entretiennent des relations commerciales avec les OCE sont généralement soutenues par des ONG locales ou par des OSI (entre 50% et 90% d'entre elles). On observe également des relations fréquentes entre OCE et ONG (locales ou internationales), qui vont de relations informelles à la co-crédation de nouvelles filières.

De manière générale, les OP n'ayant pas été appuyées par des ONG rencontrent plus de difficultés à s'insérer dans les circuits de commerce équitable : soit elles ne sont pas suffisamment structurées et éprouvent des difficultés à répondre aux critères de gouvernance transparente et démocratique nécessaires pour pouvoir bénéficier des conditions du commerce équitable, soit elles manquent d'expérience et d'expertise pour développer des produits susceptibles d'être vendus sur les marchés internationaux. **Dans ce contexte, l'appui des ONG est un préalable indispensable pour accompagner efficacement les OP qui souhaitent s'insérer avec succès dans les circuits de commerce équitable Nord-Sud.**

2. Des représentations ambivalentes du secteur du commerce équitable au Sud par les OSI de développement

L'étude a permis de mettre en évidence des synergies et des complémentarités fortes en matière de pratiques d'appuis aux OP par les OSI et les OCE. Cependant, malgré ces convergences et les nombreux partenariats existants sur le terrain, l'image que se font les OSI du commerce équitable demeure ambivalente.

En matière de représentation du secteur, certaines ONG de développement, dont AVSF (et dans une moindre mesure d'ISF) se distinguent des autres OSI. AVSF a en effet activement participé aux débats internes au mouvement du commerce équitable en contribuant jusqu'à récemment activement à la gouvernance de Max Havelaar France, en développant des filières de commerce équitable sur le terrain, en appuyant les organisations de producteurs dans leur capacités à participer à la gouvernance internationale de FLO (Fairtrade Labelling Organisation), ou en développant les premières méthodologies d'études d'impact du commerce équitable. Son analyse des forces et des faiblesses du commerce équitable est donc plus aboutie que celle de la plupart des autres ONG qui n'ont pas investi aussi fortement dans le secteur ces dernières années. Si la vision d'AVSF est parfois critique quand à certains aspects de l'évolution du secteur, ces critiques reflètent l'état des débats internes au secteur et rejoignent celles exprimées par certaines organisations de commerce équitable elles-mêmes.

Les autres OSI rencontrées, ont, de manière générale, un plus faible degré de connaissance des enjeux qui traversent le secteur. Cette distanciation relative des OSI par rapport au secteur les entraîne à formuler des critiques auxquels le mouvement du commerce équitable a pourtant la capacité de répondre de manière relativement pertinente et convaincante :

Exemples de critiques formulées par les OSI concernant le commerce équitable :

- **Le commerce équitable encouragerait la spécialisation des producteurs sur des cultures d'exportation au détriment des cultures vivrières et de la sécurité alimentaire :** l'expérience (ainsi que les études) montrent au contraire que les organisations de producteurs, qui bénéficient du commerce équitable, sont plus à même de développer des stratégies de diversifications de leur production, de prendre des positions sur les marchés locaux et globalement de participer efficacement au développement local.

- **L'impact environnemental des produits issus du commerce équitable** serait un argument pour en limiter l'essor : pourtant les critères du commerce équitable intègrent des normes

environnementales strictes en matière de gestion des sols, des terroirs, de la préservation de la biodiversité, etc. Par ailleurs, la priorité à l'agriculture familiale fait que la plupart des produits équitables ont un bilan carbone souvent moindre que les produits conventionnels équivalents. Enfin, les conditions économiques intrinsèques aux règles de commerce équitable (prix minimum garanti, engagement sur la durée, prime de développement etc.) sont autant de facteurs qui renforcent la capacité des producteurs à adopter de bonnes pratiques environnementales (le commerce équitable est d'ailleurs un élément fort qui rend possible la conversion des exploitations agricoles vers des modes de production biologiques)⁵.

- Le commerce équitable ne présenterait que peu d'intérêt dans un contexte de prix hauts sur le marché conventionnel : cette vision restrictive de l'intérêt du commerce équitable ne prend pas en compte les autres aspects structurants du commerce équitable : accompagnement des producteurs, prime de développement, renforcement de la gouvernance et structuration des organisations de producteurs, augmentation de la qualité des produits, engagements sur la durée des partenaires commerciaux, etc. Par ailleurs, la volatilité des prix des matières premières sur les marchés internationaux fait que les périodes de prix hauts, sont généralement suivi de périodes de prix bas. L'intérêt du commerce équitable est de permettre aux producteurs de maintenir leurs revenus et leur capacité à poursuivre leurs investissements à moyen terme, y compris lors de ces périodes de crise.

Certaines OSI ont formulé des inquiétudes concernant des aspects de l'évolution du commerce équitable que partagent également des acteurs du secteur :

- Un risque de labellisation croissante des productions issues des plantations au détriment de celles issues des organisations de petits producteurs ;
- Une certification techniquement exigeante et coûteuse, qui rend difficile la participation des producteurs les plus défavorisés ;
- Des relations avec la grande distribution et les multinationales qui ne favorisent pas toujours l'essor du marché de la manière la plus favorable aux producteurs ;

Ces inquiétudes sont également au centre des débats des OCE. Les OSI ayant au cœur de leur mission le développement des pays du Sud auraient aussi un intérêt à prendre pleinement part à ces débats et à les alimenter avec leurs propres perspectives.

4. Recommandations pour renforcer les synergies entre OCE et OSI

Cette étude a mis en évidence à la fois un fort degré d'implication des OSI françaises dans des partenariats avec des OP ou des OCE, et un faible degré de connaissance des OSI concernant les résultats des travaux de recherche sur le secteur. Parallèlement, l'implication sur le terrain importante des OSI sur des projets de commerce équitable ne s'accompagne pas de stratégies de capitalisation de ces expériences entre les OSI et les OCE concernées. Enfin, l'enquête révèle de fortes convergences d'analyse des OSI et des OCE concernant les modalités d'évolutions du commerce équitable. OSI et OCE partagent des positions communes fortes, mais peu de lieux de rencontres permettent d'acter ces convergences d'analyse et d'établir des stratégies communes afin de renforcer l'influence de ces positions dans le développement du commerce équitable.

Les recommandations suivantes visent à combler l'écart entre des pratiques fortes, des positions communes et un manque de rencontres et de capitalisation

Axe 1 : Renforcer l'expertise et la diffusion d'expertise sur le commerce équitable au sein des OSI

⁵ Ces affirmations sont des éléments issus de travaux de recherche pilotés par la PFCE depuis 2008 : « Cartographie et analyse des études d'impact du commerce équitable au Sud » effectuée par le CIRAD (2010), deux publications de la PFCE : « Commerce équitable et environnement » (2009), « Commerce équitable et justice climatique » (2010).

↳ **Recommandation n°1** : Améliorer le dialogue et la concertation entre OSI et OCE via notamment un rapprochement institutionnel entre la PFCE et Coordination Sud (adhésion de la PFCE à Coordination Sud, participation de la PFCE à des groupes de travail de Coordination Sud, etc.).

↳ **Recommandation n°2** : Mieux partager et capitaliser avec les OSI les résultats des études et des travaux de recherche réalisés sur le commerce équitable

↳ **Recommandation n°3** : Renforcer la participation des OSI dans les débats internes au secteur pour renforcer l'influence de leurs positions et leur prise en compte dans les évolutions du secteur.

Axe 2 : Favoriser de meilleures coopérations sur le terrain entre OSI/OP/OCE

↳ **Recommandation n°4** : Renforcer les échanges d'expérience entre les OSI concernant leurs activités d'appui aux OP de commerce équitable.

↳ **Recommandation n°5** : Encourager les acteurs de l'Aide Publique au Développement à favoriser le renforcement des projets de commerce équitable s'articulant autour de la relation OCE/OP/OSI, notamment via le dispositif Programme de Renforcement des Capacités Commerciales (PRCC).

Axe 3 : Promouvoir la participation effective des producteurs dans la construction des règles du jeu du commerce équitable et sa gouvernance

↳ **Recommandation n°6** : Favoriser la prise de parole des OP dans les débats et les décisions concernant la régulation du commerce équitable (notamment via ses principaux labels).

Axe 4 : Contribuer au développement d'un commerce équitable Sud-Sud

↳ **Recommandation n°7** : Appuyer les OP dans une réflexion sur le développement d'échanges Sud-Sud favorables aux petits producteurs et artisans, les conditions de diffusion du commerce équitable au Sud et la mise en place de circuits commerciaux courts.

III. Education au développement et à la solidarité internationale

L'éducation au développement et à la solidarité internationale représente un champ d'étude pertinent dans le cadre des relations entre OSI et acteurs de commerce équitable car il correspond à l'une des principales activités développées au Nord par les OSI et constitue, par ailleurs, l'un des principes d'action fondateurs du mouvement du commerce équitable.

1. Des OSI qui intègrent le commerce équitable dans leurs activités d'EAD

- **La plateforme EDUCASOL et la Semaine de la Solidarité Internationale constituent aujourd'hui des lieux incontournables en matière de sensibilisation et d'EAD SI**, au sein desquels la thématique « commerce équitable » joue un rôle important et auxquels appartiennent les associations Artisans du Monde et Max Havelaar France.

- **La promotion de la « consommation responsable » et du commerce équitable au cœur des activités d'EAD des OSI** : La promotion de la consommation responsable est fréquemment abordée dans les activités d'EAD des OSI. Ainsi, les OSI rencontrées mènent régulièrement des actions d'éducation au commerce équitable afin d'en favoriser son développement auprès du grand public. Ces actions sont généralement menées par les réseaux locaux des OSI, en lien avec les associations locales FADM ou des groupes locaux MHF. Elles se déroulent souvent à l'occasion de la Quinzaine du commerce équitable ou de la Semaine de la Solidarité Internationale.

- **Des têtes de réseaux moins engagées que leurs bénévoles** : Il est intéressant de noter qu'il existe une déconnexion importante entre les politiques d'EAD des têtes de réseaux des OSI (qui

n'incluent pas nécessairement la thématique « commerce équitable ») et les pratiques souvent nombreuses de leurs réseaux locaux en faveur du commerce équitable.

- **Un dépassement de la dimension Nord-Sud comme élément constitutif des démarches éducatives des OSI** : Les OSI rencontrées ont la volonté de mieux articuler leurs activités d'EAD et de plaider en proposant aux citoyens de devenir acteur de changement. Les OSI développent des actions d'éducation à la citoyenneté active au Nord de manière à faire converger les solidarités du Nord et du Sud. C'est également une tendance forte que l'on observe dans les activités et prises de positions des organisations de commerce équitable.

2. La mission de sensibilisation et d'EAD des acteurs de commerce équitable

Il existe un large spectre d'actions mises en œuvre par l'ensemble des OCE (entreprises ou associations) en matière de sensibilisation et d'éducation au commerce équitable. Ces dernières s'investiront plus ou moins dans ce champ en fonction de leurs missions et compétences particulières et au travers d'activités diverses telles que : des interventions auprès des écoles primaires, collèges, lycées, la création d'outils pédagogiques sur le commerce équitable ; des conférences, débats, ou ateliers à destination du grand public, des événements organisés autour de témoignages de producteurs du Sud, etc.

Les associations, comme Artisans du Monde, possèdent des ressources et une expertise propres pour développer de véritables actions d'EAD. De leur côté, les entreprises spécialisées du secteur participent plutôt à des actions de sensibilisation. Elles sont particulièrement exemplaires dans la mise à disposition d'informations concernant leurs partenaires du Sud et leurs pratiques commerciales (packagings, site internet, etc.) et participent régulièrement à des conférences, des débats sur la consommation responsable et le commerce équitable. Certains entrepreneurs sont également très engagés avec les grandes écoles et les universités et interviennent dans des cours sur la responsabilité sociale et environnementale des entreprises, l'entrepreneuriat social et le commerce équitable.

Des campagnes d'EAD à l'initiative de la PFCE et de ses membres

- **La campagne nationale « Territoires de Commerce Equitable »⁶** : Déclinaison française de la campagne internationale « Fair Trade Towns », cette campagne vise à sensibiliser les collectivités territoriales aux enjeux du commerce équitable et à les rendre elles-mêmes actrices de sensibilisation sur cette question auprès des différents acteurs de leurs territoires (écoles, commerçants, entreprises, etc.) et du grand public.
- **La Quinzaine du Commerce Equitable** : A l'initiative de la PFCE et organisée depuis 10 ans au mois de mai, cet événement a pour objectif de sensibiliser le grand public au commerce équitable partout en France. Elle dispose d'un site internet qui permet de fédérer et de promouvoir toutes les actions et événements organisés pendant la Quinzaine.

Des acteurs de commerce équitable incontournables dans le paysage des collectifs d'OSI

Les associations Fédération Artisans du Monde et Max Havelaar France appartiennent toutes deux aux collectifs d'OSI suivants : le CRID, Coordination Sud, la Plate-forme EDUCASOL, le comité de pilotage de la Semaine de la Solidarité Internationale.

Au sein de ces collectifs, ces deux acteurs de commerce équitable ont été tout particulièrement porteurs de la réflexion sur l'articulation entre les dimensions Nord et Sud, la thématique « commerce équitable » ayant permis de visualiser concrètement les enjeux Nord-Sud et la notion d'interdépendance.

3. Etat des lieux des représentations du commerce équitable par les OSI en matière d'EAD SI

⁶ Cette campagne est co-portée par la FADM, MHF et la PFCE. Pour en savoir plus : www.territoires-ce.fr.

- **Une représentation ambivalente du commerce équitable comme outil d'EAD**

- **Un consensus sur l'intérêt du commerce équitable comme outil d'EAD** : il représente une bonne porte d'entrée dans les démarches d'EAD tout en répondant de manière accessible au triptyque: « informer - sensibiliser - mobiliser ».

- **Des réserves sur la capacité du commerce équitable à générer un engagement citoyen** : Les OSI rencontrées s'interrogent beaucoup sur la signification réelle de l'acte d'achat de produits de commerce équitable par les consommateurs. Est-ce le signe d'un engagement fort de la part du consommateur, accompagné d'une véritable prise de conscience des enjeux Nord/Sud, où n'est-ce qu'un acte de consommation « à la mode » permettant de « se donner bonne conscience » ? De fait il n'existe pas de réponse unique à ces questions. Les études réalisées par les OCE ou par des instituts de recherche spécialisés montrent en effet la pluralité des profils de consommateurs et la diversité de leurs engagements et de leurs motivations. Ces études ne sont en général pas connues des OSI.

- **Une stratégie différenciée des acteurs de commerce équitable : communication versus EAD**

Plusieurs des OSI rencontrées mettent en évidence une différence significative dans les approches de la Fédération Artisans du Monde et de Max Havelaar France en matière d'éducation au commerce équitable, considérant la première comme un acteur à part entière d'EAD SI et le second comme un acteur s'étant éloigné de cette mission éducative pour s'inscrire davantage dans une démarche de communication.

- **Un positionnement contradictoire des OSI quant à l'enjeu de poursuivre l'éducation au commerce équitable**

La grande majorité des OSI interrogées est consciente du fait qu'un fort taux de notoriété du commerce équitable ne signifie pas nécessairement que les principes du commerce équitable sont bien compris et connus du consommateur et n'implique pas nécessairement le déclenchement de l'acte d'achat équitable ou responsable chez le citoyen. Elles souhaitent donc majoritairement voir se poursuivre l'éducation au commerce équitable mais ne placent cependant plus le commerce équitable au sein de leurs thématiques ou stratégies d'EAD.

4. Convergences et synergies possibles entre OSI et OCE en matière d'EAD

Le commerce équitable est clairement identifié par les OSI et collectif d'OSI comme un sujet pertinent d'EAD. Mais, celles-ci face à la montée en puissance d'autres thématiques et face aux interfaces limitées qu'elles peuvent avoir avec les OCE, investissent moins sur la thématique que dans le passé. Seules les plus grosses OCE (Fédération Artisans du Monde et Max Havelaar France) ont des relations régulières et institutionnelles avec les collectifs d'OSI concernant les problématiques d'EAD SI. Par ailleurs, OSI, comme OCE s'inscrivent dans une dynamique de rapprochement avec d'autres initiatives de la consommation responsable centrées sur les enjeux locaux en France. Ces dynamiques de rapprochement gagneraient en pertinence et en efficacité si elles étaient menées conjointement.

Axe 1 : Opérer un rapprochement stratégique entre les OSI et les OCE en matière d'EAD

🔗 **Recommandation n°1** : La PFCE développe un cadre de discussion avec les OSI actives dans le champ de l'EAD afin d'échanger sur les principaux enseignements du commerce équitable pouvant être valorisés dans le cadre des activités d'EAD des OSI.

🔗 **Recommandation n°2** : Mieux faire connaître la campagne "Territoires de Commerce Equitable" aux OSI investies sur les questions de consommation responsable.

Axe 2 : Mener des campagnes d'EAD sur des thématiques qui n'opposent pas les solidarités au Nord et les solidarités au Sud

↳ **Recommandation n°3** : Renforcer les cadres de discussion entre OSI et OCE sur la problématique de la consommation responsable.

↳ **Recommandation n°4** : La PFCE et ses membres renforcent leur participation à des campagnes d'EAD portées par les OSI concernant des sujets connexes au commerce équitable identifiés par les OSI : droits fondamentaux (droits économiques, sociaux et culturels), problématiques agricoles et environnementales, réforme des règles du commerce mondial.

Axe 3 : Poursuivre l'éducation au commerce équitable auprès du grand public

En rejoignant les lieux identifiés comme pertinents en matière de sensibilisation au commerce équitable

↳ **Recommandation n°5** : La PFCE renforce sa participation à la Semaine de la Solidarité Internationale et encourage les collaborations entre ses membres et les OSI.

En développant des outils d'EAD sur la thématique « commerce équitable »

↳ **Recommandation n°6** : La PFCE devrait renforcer sa capacité à accompagner les OSI qui désirent produire des outils d'EAD autour du commerce équitable. Elle doit mieux diffuser les résultats de ses travaux (production d'expertise sur l'environnement, sur l'impact du commerce équitable, etc.) et favoriser les mises en relations entre OSI et OCE.

IV. Plaidoyer international

Les actions de plaidoyer international représentent un champ d'étude incontournable dans le cadre des relations entre OSI et acteurs de commerce équitable car il correspond à l'une des principales activités développées au Nord par les OSI et constitue, par ailleurs, l'une des revendications fondatrices du secteur équitable (« réformer les règles du commerce mondial »). Les principales thématiques de plaidoyer communes aux OSI et aux OCE sont celles de la régulation du commerce mondial et de la promotion de l'agriculture familiale.

1. Synthèse des thématiques de campagne de plaidoyer des OSI

Les campagnes de plaidoyer des OSI s'articulent généralement avec leurs activités d'appui au Sud et d'EAD et se déclinent en différentes étapes : le développement de l'expertise, la formulation de positions communes avec d'autres OSI, le travail de lobby auprès des cibles identifiées. Les OSI rencontrées inscrivent leurs activités de plaidoyer dans une démarche de recherche d'alliances et de travail en collectifs d'acteurs et respecteront le principe de subsidiarité.

- **Des activités de plaidoyer des OSI sur les problématiques « agriculture et alimentation » centrées sur :**

- La promotion et la défense de l'agriculture familiale,
- La régulation des marchés agricoles mondiaux et le droit à la défense de l'agriculture locale à travers la protection des marchés
- La mise en cohérence les politiques européennes et internationales avec le principe de souveraineté alimentaire
- La promotion d'une « Politique Agricole Commune » qui bénéficie aux producteurs du Nord sans impacter négativement ceux du Sud via le collectif PAC 2013.

- **Des activités de plaidoyer des OSI sur les problématiques de régulation du commerce mondial**

Parmi les OSI menant des activités de plaidoyer en faveur d'une régulation du commerce mondial, on observe deux approches complémentaires de la régulation, celle des mécanismes de libre échange et celle des acteurs de commerce.

- **La régulation des mécanismes de libre échange** : réforme des règles de l'OMC, lobbying pour des accords de libre échange entre l'UE et les PMA qui bénéficient aux populations du Sud etc.

- **Un plaidoyer en faveur d'une régulation des acteurs du commerce international** (entreprises, multinationales, banques, etc.) via :

- **La régulation financière des entreprises** : lutte contre les paradis fiscaux et judiciaires

- **La régulation extra-financière des entreprises**, via : l'introduction d'un contrôle démocratique sur les impacts sociaux et environnementaux de l'activité des entreprises et la promotion du respect des droits de l'homme au travail notamment dans les secteurs à forte intensité de main d'œuvre tels que l'industrie textile, l'industrie du jouet et les plantations de produits exotiques

2. Etat des lieux des pratiques de plaidoyer des acteurs de commerce équitable

Historiquement, le commerce équitable est né de la volonté d'établir des relations commerciales plus justes et de proposer d'autres règles au commerce mondial (telles que le prix équitable, le préfinancement, la prime de développement, etc.). La PFCE en tant que tête de réseau national des acteurs de commerce équitable mène des actions de plaidoyer en relayant des campagnes d'autres OSI, en menant ses propres campagnes de sensibilisation (telles que « Territoires de commerce équitable »), en effectuant un travail de plaidoyer institutionnel en France (en faveur d'une régulation du commerce équitable par les pouvoirs publics et d'une reconnaissance du commerce équitable comme outil de l'aide publique au développement au Sud) et en Europe (via le travail mené en lien avec FTAO).

Le mouvement du commerce équitable dispose d'un bureau européen de plaidoyer commun à toutes les organisations de commerce équitable : le « Fair Trade Advocacy Office » (FTAIO)⁷. Ce bureau mène des actions de plaidoyer sur les politiques de développement de l'Union européenne pouvant avoir un impact sur le secteur du commerce équitable. Il promeut notamment une politique commerciale de l'UE, qui contribue au développement au Sud, la mise en cohérence des politiques commerciales de l'UE avec les 3 piliers du développement durable, l'enjeu de politiques de développement qui se concentrent tout particulièrement sur les producteurs et artisans les plus marginalisés, des mesures d'aide au commerce pour les petits producteurs, etc.

Membres historiques du secteur équitable en France, la Fédération Artisans du Monde et Max Havelaar France sont deux organisations présentes dans plusieurs collectifs d'OSI menant des actions de plaidoyer, sont des relais de campagnes de plaidoyer menés par d'autres OSI ou collectifs associatifs et mènent leurs propres campagnes.

3. Etat des lieux des représentations des OSI

- **Un consensus des OSI pour considérer le commerce équitable comme un argument de plaidoyer pour la promotion d'une économie sociale et solidaire et d'un système commercial international plus juste.** Ces dernières considèrent que le secteur du commerce équitable devrait davantage revendiquer ses réussites en matière d'instauration à moyen terme d'un système de régulation du commerce mondial et d'impacts positifs générés au sud en termes de développement. Elles estiment également que l'implication dans le plaidoyer des acteurs de commerce équitable est primordiale si le secteur équitable veut être à la hauteur de ses ambitions en matière de réformes des règles du commerce.

⁷ FTAIO est le bureau de plaidoyer conjoint des 3 grandes fédérations de commerce équitable : WFTO (World Fair Trade Organization), FLO (Fairtrade Labelling Organisations), EFTA (European Fair trade Association).

Dans une logique de recherche de complémentarités, les OSI rencontrées identifient comme valeurs-ajoutées potentielle des OCE :

- **Leur appartenance et connaissance du secteur commercial :** les OCE, en tant qu'acteurs de commerce disposent d'une solide compréhension des mécanismes inhérents au commerce ainsi qu'une bonne connaissance des réalités du commerce international (connaissances des normes internationales en matière d'import-export, etc.). Plusieurs OSI rencontrées considèrent qu'il y a un enjeu à associer les acteurs de commerce aux positionnements de plaidoyer développés par les OSI sur les règles du commerce mondial.
 - **Leur expérience concrète et empirique d'instauration de relations commerciales équilibrées avec des OP au Sud** (existence de référentiels, etc.) et leur expertise concernant la définition du prix « équitable » et « rémunérateur » pour les producteurs.
- **Les OSI voient un enjeu à ce que les OCE développent des positionnements claires quant à :**
 - la question de la souveraineté alimentaire et des échanges locaux (notamment concernant un commerce équitable Nord-Nord).
 - leur rôle dans la dénonciation des pratiques et des acteurs de commerce qui ne respectent pas les "droits économiques, sociaux et culturels ».

4. Synergies identifiées entre OSI et OCE et recommandations en matière de plaidoyer

Les OSI comme les OCE reconnaissent que l'apport des OCE dans les campagnes de plaidoyer des OSI est un enjeu important, à la fois pour le renforcement de ces campagnes, mais aussi pour la crédibilité du projet du commerce équitable. **Les recommandations en la matière s'articulent donc autour de deux axes : le renforcement des liens entre OCE et OSI en matière d'activités de plaidoyer, et l'identification des thèmes de plaidoyer sur lesquelles les OCE devraient renforcer leur présence.**

Axe 1 : Renforcer les échanges d'expertise pour contribuer à l'élaboration des positions collectives

↳ **Recommandation n°1 :** La PFCE renforce les échanges en matière de plaidoyer avec ses membres (en particulier avec les OSI adhérentes et avec les OCE qui participent à des campagnes de plaidoyer) afin de renforcer son expertise, d'alimenter sa réflexion stratégique et sa capacité à prendre des positions publiques.

↳ **Recommandation n°2 :** La PFCE participe aux lieux d'élaboration de positions et/ou de campagne en intégrant la C2A et en rejoignant le collectif PAC 2013.

Axe 2 : Les OCE renforcent leurs activités de plaidoyer autour des thématiques sur lesquelles elles ont une légitimité :

- **La dénonciation du non respect des droits fondamentaux par les acteurs de commerce**

↳ **Recommandation n°3 :** La PFCE s'associe ou relaie, lorsque cela est pertinent, les campagnes de plaidoyers développées par des OSI sur la question du respect des droits fondamentaux au travail. Ex : « Des droits pour tous, des règles pour les multinationales »

- **La régulation des mécanismes du commerce mondial**

↳ **Recommandation n°4 :** La PFCE participe aux travaux de FTAO sur les questions de régulation du commerce mondial et relaie les positions du mouvement du commerce équitable auprès des OSI et collectifs d'OSI mobilisés sur des thématiques similaires (notamment auprès de la C2A).

- **La défense et la promotion de l'agriculture familiale**

🔗 **Recommandation n°5** : La PFCE et ses membres réaffirment leur soutien à l'agriculture familiale et renforcent leur participation à des actions de plaidoyer en faveur des petits producteurs, que ce soit au Sud ou au Nord.

- **Le réchauffement climatique et la justice climatique**

🔗 **Recommandation n°6** : La PFCE et ses membres poursuivent leurs travaux de plaidoyer pour une « justice climatique » et se font le relais de campagnes internationales sur le réchauffement climatique.

Conclusion

Cette étude a mis en évidence les liens nombreux qui existent entre organisations de commerce équitable (OCE) et organisations de solidarité internationale (OSI). **Que ce soit en matière d'appui aux producteurs du Sud, en matière d'activités d'EAD ou en matière de plaidoyer, les synergies d'actions et les convergences d'intérêts entre les deux groupes d'acteurs sont réelles.**

Cependant, cette étude identifie également les conséquences de la distanciation entre OSI et OCE qui s'est opérée ces dernières années : **représentations réciproques parfois biaisées, manque de capitalisation des expériences et des expertises développées par les différents acteurs et déficit de collaborations** sur des sujets qui gagneraient à être abordés en commun. Ainsi, dans les trois domaines d'actions identifiés (appui aux producteurs du Sud, EAD et plaidoyer), les recommandations qui découlent de l'analyse des pratiques, des collaborations et des représentations des acteurs, insistent sur **l'importance de redynamiser les liens entre les OSI et les OCE à travers notamment un rapprochement institutionnel entre les deux têtes de réseaux du secteur : la PFCE et Coordination Sud.**

Ce rapprochement permettrait d'une part de réaffirmer l'appartenance du mouvement du commerce équitable au monde de la solidarité internationale⁸ et d'autre part de développer des cadres d'échange d'expertise, d'élaboration de positions communes et de développement de collaborations.

Par ailleurs, un des objectifs de l'étude était de mieux comprendre le désengagement relatif des OSI dans le mouvement du commerce équitable. Ce désengagement ne s'est pas confirmé en matière d'appui aux producteurs du Sud, ni en ce qui concerne la place du commerce équitable dans les grandes campagnes de d'EAD organisées lors de la SSI. Mais la distanciation s'est en effet confirmée en matière de participation des OSI à la gouvernance des OCE (Max Havelaar, PFCE, Solidar'Monde, etc.) et en matière d'investissement intellectuel pour suivre les enjeux liés à l'évolution du secteur. Ce désengagement progressif des OSI a parfois été expliqué par certaines OSI comme une reconnaissance par celles-ci de la maturité économique et politique des OCE. La structuration des OCE, leur professionnalisation, la diversification de leurs sources de financement pour certaines ou leur autonomisation financière pour d'autres rendent pertinente une telle interprétation.

Pourtant, le mouvement du commerce équitable est traversé par de nombreux débats concernant les modalités de changement d'échelle de la démarche et sa capacité à être vecteur de transformations sociales, économiques et environnementale pour les producteurs du Sud, mais également pour les consommateurs du Nord. Or les OSI ne sont pas insensibles à ces débats. Elles sont même nombreuses à prendre positions, à questionner certaines évolutions ou à émettre des réserves. Ainsi, **l'étude a identifié d'importantes similarités de visions entre OSI et OCE en matière d'évolution du commerce équitable. Or la distanciation des OSI du secteur du commerce équitable les a coupées de leur capacité à influencer les évolutions du secteur et à rendre leurs**

⁸ NB : les termes d'OSI et d'OCE auxquels il est fait référence dans l'étude ne doivent pas faire oublier que certaines OCE sont également des OSI à part entières (ex : la Fédération Artisans du Monde, l'association max Havelaar, etc.). La dichotomie introduite entre les acteurs est donc partiellement artificielle puisque les OCE, notamment celles qui ont le statut associatif se vivent pleinement comme des acteurs de la solidarité internationale (cf introduction p.7).

préoccupations audibles. Ainsi, le renforcement des collaborations entre OSI et OCE permettrait de renforcer le poids des positions que partagent les OSI et les OCE : une attention prioritaire à l'agriculture familiale, un besoin d'appui renforcé aux organisations de petits producteurs pour bénéficier des conditions de commerce équitable, des activités d'EAD s'articulant autour de solidarités mondialisées et des activités de plaidoyer dans lesquelles les OCE font pleinement reconnaître leur expérience, leur vision et leur expertise, etc.

En conclusion, que ce soit pour rendre plus efficaces les actions d'appui aux producteurs du Sud, pour renforcer l'impact des campagnes d'EAD auprès des citoyens, ou pour renforcer la pertinence et l'efficacité des campagnes de plaidoyer, les opportunités d'un rapprochement entre OSI et OCE équitable existent. L'étude révèle que le degré d'investissement des OSI dans le commerce équitable, et le type de collaboration qui seront mis en place entre OCE et OSI auront également un impact sur l'évolution même du mouvement du commerce équitable.

Introduction

Objet de l'étude

Cette étude, réalisée par la Plate-Forme pour le Commerce Equitable entre octobre et décembre 2010, a pour finalité de permettre à la PFCE, à l'Agence Française de Développement et aux OSI françaises de mieux apprécier les relations existantes entre les organisations de commerce équitable et les OSI et d'identifier les perspectives d'actions communes aux deux groupes d'acteurs. Elle s'est intéressée à mettre en évidence les points de convergence et de tension existants entre les Organisations de Solidarité Internationale et les Organisations de Commerce Equitable (associations et entreprises).

Méthodologie

Limite de l'étude

Il est important de préciser qu'une large part des produits issus du commerce équitable sont aujourd'hui mises sur le marché par des entreprises conventionnelles, c'est-à-dire dont les principales activités ne sont pas la vente de produits équitables. Ces entreprises ne font pas partie du champ de l'étude. Ces entreprises sont généralement peu impliquées dans des partenariats avec les ONG, que ce soit en matière d'appui aux OP, d'activité d'EAD, ou de plaidoyer. Ces éléments ressortent notamment de l'étude sur l'achat équitable des grandes entreprises, réalisée par la PFCE en 2010 pour le compte de l'AFD. Ainsi, le rôle de la grande distribution n'est pas analysé en tant que metteur en marché de produits équitables (marques de distributeurs). En revanche, leur activité en tant que distributeur de produits de commerce équitable est abordée par les ONG interrogées, notamment dans la partie sur leurs représentations du secteur.

Echantillonnage

Dans le cadre de cette étude, la PFCE a réalisé 30 interviews auprès de 25 organisations (dont 7 organisations de commerce équitable, 10 OSI et 8 collectifs d'OSI, présentés en annexe 1).

Ces entretiens ont permis de réaliser un panorama de leurs domaines d'intervention et d'apprécier leurs représentations respectives du commerce équitable. L'analyse qui en découle permet d'identifier les synergies entre les deux groupes d'acteurs sur les trois champs d'intervention suivants :

1. L'appui aux organisations de producteurs et d'artisans au Sud,
2. L'éducation au développement et à la solidarité internationale
3. Le plaidoyer international

Une bonne participation des OSI et collectifs d'OSI à l'étude et un intérêt marqué pour son objet

Les OSI et collectifs d'OSI préalablement désignés comme objet de l'étude se sont montrés particulièrement réceptifs aux objectifs de l'étude et ont facilement accepté de participer. La majorité des OSI rencontrées ont manifesté de l'intérêt quant à l'objet de l'étude et en partagent les quatre principaux enjeux : (1) renforcement de l'accompagnement des organisations de producteurs au Sud, (2) éducation au développement et à la solidarité internationale, (3) réaffirmation de l'enjeu de régulation du commerce international, (4) promotion de l'agriculture familiale. Dans un contexte de tensions budgétaires ressenti par la majorité des OSI, ces dernières se sont montrées particulièrement ouvertes à promouvoir des synergies avec les acteurs de commerce équitable et ce, dans une démarche générale de priorisation et de recherche d'alliances. Dans cette perspective, les OSI rencontrées voient clairement un enjeu à mener des actions plus efficaces tant au Sud (dans leurs activités d'appui aux OP ou ONG locales) qu'au Nord (dans leurs activités d'EAD et de plaidoyer) en faisant jouer davantage les complémentarités entre acteurs et en appliquant un principe de subsidiarité entre partenaires.

Perspectives

Cette étude donnera lieu à un exercice de restitution partagé entre acteurs du commerce équitable et OSI, qui sera l'occasion de dégager des enseignements et d'envisager des perspectives de collaborations opérationnelles et institutionnelles : en matière d'appui au Sud, d'EAD et de plaidoyer, en termes de recherche et développement, de capitalisation, etc.

Pour la PFCE et ses membres, cette étude permettra de renforcer la réflexion stratégique de la structure (réaffirmée lors de la dernière Assemblée Générale de la PFCE, mai 2010) sur les partenariats à développer avec les organisations de la solidarité internationale.

Plan du rapport

CHAPITRE 1 : Contexte, enjeux et contenu de l'étude

CHAPITRE 2 : Appui aux organisations de producteurs et d'artisans au Sud,

CHAPITRE 3 : L'éducation au développement et à la solidarité internationale

CHAPITRE 4 : Plaidoyer international

CHAPITRE 1: CONTEXTE, ENJEUX ET CONTENU DE L'ETUDE

Cette étude s'inscrit dans un contexte paradoxal : d'une part, une forte reconnaissance du commerce équitable comme outil efficace de développement au sud et, d'autre part, une montée en puissance très rapide du secteur équitable, qui en brouille les représentations. Par ailleurs, on observe depuis quelques années un désengagement progressif des OSI historiquement impliquées dans le développement du commerce équitable en France. Au regard des enjeux communs majeurs (le renforcement de l'accompagnement des organisations de producteurs au Sud, l'éducation au développement et à la solidarité internationale, la réaffirmation de l'enjeu de régulation du commerce international, la promotion de l'agriculture familiale), cette étude a pour ambition de démontrer qu'il existe des leviers d'actions communs et des synergies possibles aux deux groupes d'acteurs.

1. Le Commerce Equitable : une démarche efficace au service du développement des populations défavorisées au Sud

La démarche de commerce équitable apparaît comme un moyen d'action particulièrement innovant et efficace pour répondre aux problématiques de développement au Sud, puisqu'elle :

- définit des objectifs de développement des populations défavorisées et vulnérables du Sud
- s'adresse à des populations comptant parmi les plus défavorisées du Sud (exploitations agricoles familiales)
- développe un mode opératoire basé sur des mécanismes spécifiques (prix minimum garanti aux producteurs, prime de développement, renforcement des organisations de producteurs et de contrats commerciaux pérennisés).

Par ailleurs, le commerce équitable s'inscrit au Nord dans une démarche caractérisée par la volonté d'un nombre croissant des consommateurs de donner un sens à leurs achats. Lorsqu'il est mis en œuvre par des acteurs spécialisés de commerce équitable, il permet de garantir les meilleurs impacts économiques, sociaux et environnementaux auprès des populations défavorisées du Sud.

A) Des travaux de recherche et des études, qui confirment son impact

Le champ du commerce équitable a fait l'objet ces dernières années de nombreuses études d'impact réalisées par des centres de recherche, des universitaires ou des bureaux d'étude. Deux travaux de synthèses de ces études permettent de dégager des résultats significatifs :

- L'une (réalisée par le bureau d'étude HORUS et AVSF), commandée par l'Agence Française de Développement en 2009 : « Le Commerce Equitable comme instrument de l'Aide Publique au Développement : Enjeux, impacts, enseignements, stratégies, mode opératoires et indicateurs ».
- L'une effectuée par le CIRAD⁹ (2010), à la demande de la PFCE, établit une cartographie de 77 études d'impacts du commerce équitable, ainsi qu'une analyse détaillée des résultats identifiés par ces études.

Des impacts positifs confirmés sur :

- Le revenu net global des producteurs ;
- La sécurisation des revenus ;

⁹ Cette étude a été financée grâce à une subvention du Ministère des Affaires étrangères et Européennes. Des représentants du MAEE et de l'AFD ont assisté à la restitution de cette étude par le Cirad et la PFCE en Avril 2010.

- La structuration des organisations de producteurs ;
- L'environnement, notamment quand il s'applique aux petits producteurs via la valorisation d'une agriculture paysanne peu consommatrice d'intrants chimiques ;
- Les organisations de producteurs et de leurs membres, via l'utilisation de la prime de développement pour des projets qui concernent l'ensemble de la communauté (infrastructures, etc.).

B) Les organisations spécialisées de commerce équitable

La revue des études d'impact du commerce équitable, effectuée en 2010 par le CIRAD, confirme les conclusions d'Horus et AVSF et met en évidence que les organisations de producteurs impliquées dans le commerce équitable sont d'autant plus performantes et génératrices de développement qu'elles sont accompagnées dans leur démarche d'organisations spécialisées de commerce équitable et/ou d'organisations de solidarité internationale. L'étude Horus signale par ailleurs que la qualité des produits des organisations de producteurs impliquées dans le commerce équitable est en générale plus importante lorsque la production est vendue à des organisations spécialisées de commerce équitable (profil des membres de la PFCE). L'accompagnement rapproché mis en œuvre par ces OCE, permet aux OP de se positionner sur des marchés plus rémunérateurs, avec des pratiques culturelles plus respectueuses de l'environnement.

2. Contexte de l'étude : un fondement associatif du commerce équitable

A) Les OSI à l'origine du mouvement du commerce équitable

Plusieurs Organisations de Solidarité Internationale (OSI) ont historiquement participé au développement du secteur équitable. Elles ont, dès le départ, appréhendé le commerce équitable comme un outil de développement au Sud, qui a la volonté de garantir aux producteurs un marché, des prix stabilisés, apporte des préfinancements et permet non seulement la croissance économique mais aussi des améliorations de leurs conditions de vie en matière d'éducation, de santé et de respect du droit du travail. Elles ont aussi utilisé le commerce équitable comme outil d'éducation au développement au Nord et outil de plaidoyer pour revendiquer un système de commerce international plus équitable. Issues de la mouvance catholique, du milieu « tiers-mondiste » ou encore de l'action sociale, ces OSI affichent des objectifs de développement communs (lutter contre la pauvreté dans les pays du Sud, favoriser l'émergence d'un commerce plus juste, et militer pour le progrès et le respect des droits humains) objectifs qui sont également ceux que promeut le commerce équitable.

Depuis son apparition en France dans les années 1970, le secteur du commerce équitable s'est structuré ainsi grâce à la formalisation de plusieurs réseaux nationaux dans lesquels des organisations de solidarité internationale se sont impliquées. La Fédération Artisans du Monde, créée en 1981, s'est appuyée sur le réseau du CCFD. Ce dernier s'est également impliqué financièrement dans la mise en place de la centrale d'achat de la Fédération Artisans du Monde, Solidar'Monde. En 1992, Agronomes et Vétérinaires Sans Frontières (à l'époque CICDA), Peuples Solidaires et Ingénieurs Sans Frontières rejoints par la suite par le CCFD se sont réunis pour créer l'association Max Havelaar France. En 1997, le CCFD et Handicap International entre autres se sont joints aux principaux opérateurs spécialisés du commerce équitable de l'époque (Max Havelaar France, Fédération Artisans du Monde, etc.) pour créer la Plate-forme pour le Commerce Equitable afin de mieux faire connaître le commerce équitable auprès du grand public et des pouvoirs publics. Par la même, ces organisations de solidarité internationale ont une histoire commune avec le commerce équitable.

Tableau récapitulatif des OSI historiquement et actuellement impliquées dans le secteur du commerce équitable

OSI impliquées dans le secteur équitable	Historiquement	Actuellement
Peuples Solidaires	Membre historique de la Plate-forme du Commerce équitable Membre fondateur de Max Havelaar France et Solidar'Monde	
Ingénieurs Sans Frontière	Membre fondateur de Max Havelaar France Membre de la PFCE jusqu'en 2009	Membre du collectif Act2e ¹⁰ Membre du Conseil d'administration de Max Havelaar France
Agronomes et Vétérinaires Sans Frontière (AVSF)	Membre fondateur de Max Havelaar France (anciennement CICDA)	Siège à la Commission Nationale pour le Commerce équitable (CNCE) Réalisation en coopération avec Horus d'une étude « Le commerce équitable comme instrument de l'APD : enjeux, impacts, enseignements, stratégie, modes opératoires et indicateurs » (2009) Réalisation pour la PFCE d'une étude sur le « quinoa équitable » (2010) Réalisation pour FLO international d'une méthodologie d'étude d'impact du commerce équitable Adhérent de Max Havelaar France
Comité Catholique contre la Faim et pour le Développement (CCFD)	Membre fondateur de la PFCE, de Max Havelaar France et de la Fédération Artisans du Monde. Impliqué financièrement dans la création de la centrale d'achat « Solidar'Monde ».	Siège à la CNCE Membre du conseil d'administration de PFCE Adhérent de Max Havelaar France
Handicap International	Membre fondateur de la PFCE	Membre de la PFCE Catalogue de produits équitables en ligne
GRET		Siège à la CNCE Réalisation d'une étude pour la PFCE et le MAEE sur "le commerce équitable en France en 2007"
Oxfam France - Agir Ici (anciennement Agir Ici)	En 1993 : campagne de promotion du label Max Havelaar (campagne soutenue par CICDA, ISF, Peuples Solidaires, RITIMO) En 1999 : campagne conjointe d'Agir Ici, du CCFD et de Max Havelaar France « pour un commerce plus juste....exigez des produits éthiques » : campagne d'introduction du café MH dans les rayons des grandes surfaces, (campagne soutenue par 60 OSI, syndicats et mouvements d'éducation populaire)	

² ACT2e (Actions étudiantes pour le commerce équitable) regroupe des acteurs du commerce équitable et des organisations étudiantes (www.act2e.org).

B) Une rapide montée en puissance du secteur équitable qui en brouille les représentations

Depuis les années 2000, le secteur du commerce équitable a véritablement changé d'échelle en France : augmentation des ventes, diversification des gammes de produits, implications d'entreprises conventionnelles, distribution des produits dans la grande distribution, professionnalisation des acteurs traditionnels du secteur etc. Cette montée en puissance du commerce équitable a entraîné de nombreux débats au sein du secteur, y compris avec les OSI impliquées dans la démarche, qui ont entraîné un certain « brouillage » des représentations liées au secteur : quel rôle les entreprises peuvent-elles avoir dans le développement des pays du Sud ? Quelle différence, ou complémentarité avec le travail effectué par les ONG ? Quelle légitimité les entreprises de commerce équitable ont-elle pour revendiquer un travail de développement ? Toutes les entreprises qui vendent des produits équitables ont-elle le même mode opératoire ? Vendre des produits équitables dans des lieux de distribution par ailleurs critiqués par les ONG pour leurs manquements aux règles de la RSE est-il légitime ? Toutes ces questions sont apparues avec la montée en puissance du secteur équitable et les ONGs françaises ou les collectifs d'OSI n'y répondent pas toutes de la même manière. Au sein même des organisations les avis ne sont pas toujours identiques et les visions peuvent également varier au cours du temps.

a) Un changement d'échelle du commerce équitable

Le secteur équitable, encore jeune et en pleine évolution, connaît depuis quelques années un essor rapide, en France et dans le monde. Au Nord, son chiffre d'affaires total a été multiplié par 10 entre 2000 et 2007, pour dépasser les 3 milliards d'euro de chiffre d'affaires en 2008. Le nombre de points de vente proposant des produits de commerce équitable a augmenté de 50% sur la même période en Europe, dépassant les 70 000 en 2007. En France, les ventes de produits issus du commerce équitable sont estimées à environ 240 millions d'euro en 2007, soit une augmentation de 157% par rapport à 2004. Le chiffre d'affaire du commerce équitable labellisé par FLO (Max Havelaar) en France en 2008 était de 256 millions d'euro, soit une augmentation de 22% par rapport à l'année précédente. Au Sud, le nombre d'OP et plantations labélisées Max Havelaar a été multiplié par 2 entre 2000 et 2007, passant de 300 à 632 ; elles regroupent environ 1,5 millions de producteurs.

b) Une diversité d'acteurs économiques impliqués dans la commercialisation de produits équitables

▪ La professionnalisation des acteurs traditionnels du secteur

Les plus grosses organisations spécialisées de commerce équitable se professionnalisent. En France les trois principales entreprises positionnées sur le commerce équitable (Ethiquable, Alter-Eco et Lobodis) revendiquent une gestion professionnelle sont engagées dans un processus de croissance avec vente en GMS et développement à l'export et cherchent à se positionner sur le haut de gamme. De la même façon, des structures plus anciennes, comme Artisans du Monde, modernisent et formalisent leur mode de fonctionnement.¹¹

▪ Une croissante hétérogénéité au sein des acteurs traditionnels du commerce équitable

¹¹ Cf Etude Horus/AVSF (2009), p. 4.

L'étude sur « Les réseaux d'acteurs du commerce équitable »¹² met en évidence une relativement grande diversité et hétérogénéité au sein des acteurs traditionnels du commerce équitable, incarnée autour de deux principales représentations du commerce équitable :

- les acteurs de CE porteurs de la représentation « alternative » considèrent que le commerce équitable doit se construire comme un système économique différent de l'actuel et ils contestent généralement totalement le système économique en place.

- les acteurs de CE porteurs de la représentation « réformiste » considèrent le commerce équitable comme un outil de développement et d'appui aux producteurs du Sud, qui propose des axes d'amélioration du système économique actuel et ambitionnent de prouver qu'il est possible d'être performant, y compris à court terme, selon les critères économiques conventionnels, tout en adoptant des pratiques sociales, économiques - et souvent environnementales - plus responsables.

■ L'implication des acteurs économiques conventionnels dans le secteur

Le développement du secteur s'accompagne de la montée en puissance de nouveaux acteurs économiques non issus du monde de la Solidarité Internationale ou de l'Economie Sociale et Solidaire. Aujourd'hui près de 40% des ventes de commerce équitable sont le fait de marques conventionnelles et plus de 60% des produits sont vendus dans des grandes surfaces¹³. En 2001, alors que seuls 10% des GMS (grandes et moyennes surfaces/hyper et supermarchés) distribuaient au moins deux produits issus du commerce équitable, elles étaient 95% à distribuer au moins trois produits de commerce équitable en 2006¹⁴. La première partie des années 2000 a donc véritablement vu la gamme de produits se diversifier, la consommation équitable se démocratiser et l'implication des acteurs économiques conventionnels participer massivement à cet essor.

c) Un relatif désengagement des OSI du secteur équitable

Au cours des cinq dernières années, le nombre des OSI membres de la PFCE a diminué alors qu'un nombre croissant d'entreprises ont rejoint le collectif. Parmi les OSI qui se sont historiquement impliquées dans le développement du commerce équitable en France, on peut observer depuis 2005 une tendance progressive au désengagement des OSI au sein des instances de gouvernance de Max Havelaar France, de la PFCE ou des fonds investis initialement dans certaines centrales d'achats. Par exemple, AVSF s'est retiré du conseil d'administration de Max Havelaar et ISF de la PFCE. Le CCFD a vendu ses parts investies dans le capital de la centrale d'achats Solidar'Monde.

Ce désengagement progressif d'un certain nombre d'OSI des instances de Max Havelaar France ou de la PFCE ne s'est pas accompagné d'une réflexion en conséquence de la part des acteurs de commerce équitable et des OSI sortantes, sur le maintien d'un espace de dialogue entre les deux groupes d'acteurs et la création nouveaux cadres de collaboration et d'échanges entre OSI et OCE.

3. Problématique de l'étude : des enjeux communs mais des pratiques qui éloignent les deux groupes d'acteurs

Toutefois, malgré une certaine prise de distance, les OSI et les organisations de commerce équitable continuent de partager des enjeux communs majeurs et pourraient favoriser de meilleures synergies

¹² Etude réalisée par la PFCE en collaboration avec l'IEDES sur la base d'une enquête effectuée en région Ile de France auprès de 21 opérateurs spécialisés du commerce équitable. [Rapport "Les réseaux d'acteurs du commerce équitable - Exemple de l'Ile-de-France". PFCE-IEDES 2009](http://www.commerceequitable.org/images/pdf/acteurs/picri_etatdeslieux_idf_oct09.pdf) téléchargeable sur le site internet de la PFCE :

http://www.commerceequitable.org/images/pdf/acteurs/picri_etatdeslieux_idf_oct09.pdf

¹³ Cf. Le Commerce Equitable en France en 2007, MAEE/PFCE

¹⁴ Cf. Evaluation FSP / GRET/MAEE/PFCE

(opérationnelles, institutionnelles, en matière d'EAD et de plaidoyer, en termes de recherche et développement, de capitalisation, etc.), susceptibles de servir le développement au Sud.

A) Les enjeux communs

a) Consolider l'accompagnement des organisations de producteurs au Sud

La vocation du commerce équitable est de créer des conditions favorables au développement de groupements de producteurs et d'artisans des pays du Sud. Les travaux de recherche menés ces dernières années démontrent l'impact généralement positif du commerce équitable sur la structuration et le renforcement des OP et les conditions dans lesquelles cet impact peut être démultiplié. On observe notamment un véritable effet de levier lorsque les OP sont accompagnées par des OSI et/ou quand elles développent des partenariats commerciaux avec des organisations spécialisées de commerce équitable (profil des membres de la PFCE)¹⁵.

Il y a donc un véritable enjeu à développer des partenariats entre les acteurs de commerce équitable et les OSI dans une perspective de renforcement des capacités des organisations de producteurs et de leur poids politique.

b) Renforcer la compréhension des mécanismes d'interdépendance Nord Sud et les enjeux d'une solidarité mondialisée

Face aux constats de :

- montée en puissance de la problématique environnementale dans les préoccupations des français,
- faible lisibilité par les citoyens de l'articulation entre les enjeux sociaux, économiques, écologiques, globaux et locaux,
- risque de repli sur soit de la société française que fait courir la crise (« La Corrèze avant le Zambèze »)

il apparaît urgent de rappeler les enjeux de la solidarité internationale et de promouvoir une meilleure compréhension des causes de la crise économique, de la crise alimentaire et de la crise écologique.

Dans ce contexte, il semble impératif que les acteurs du commerce équitable comme les OSI développent des messages cohérents et crédibles sur les mécanismes d'interdépendance Nord-Sud et l'enjeu d'une solidarité mondialisée dans le cadre de leurs activités d'EAD.

c) Réaffirmer l'enjeu d'une régulation du commerce international

La crise alimentaire de 2008 a illustré de manière dramatique les conséquences de la disparition des modes de régulations des échanges mondiaux : disparition des instruments de régulation internationaux et nationaux, libéralisation rapide des marchés, réformes des politiques des grands pays développés et émergents, faible investissement dans le secteur agricole au cours des dernières décennies, etc. En effet, les marchés agricoles ne s'autorégulent pas spontanément du fait d'une demande relativement inélastique et d'une offre qui ne s'ajuste qu'imparfaitement de par le délai nécessaire au temps de la production agricole. Nombre d'experts s'accordent à dire aujourd'hui que la stabilisation des prix alimentaires doit être conçue dans une perspective de long terme, comme une condition du développement¹⁶. Le projet du commerce équitable démontre de manière concrète

¹⁵ Cf. Cartographie et analyse des études d'impact du commerce équitable au Sud, effectuée par le CIRAD, 2010.

¹⁶ Voir par exemple les travaux de Franck Galtier ou Benoit Daviron, économistes au Cirad sur l'organisation et la performance des marchés agricoles, l'organisation du commerce international de produits tropicaux et les normes internationales dans le secteur agricole.

et volontariste, à travers l'instauration de relations commerciales équilibrées et l'application de prix rémunérateurs sur la durée, que la régulation des échanges commerciaux est un facteur de développement structurant et efficace pour les organisations de producteurs du Sud.

Forts de cette valeur ajoutée à apporter au débat, il apparaît pertinent que les acteurs du commerce équitable s'associent aux OSI, qui mènent régulièrement des campagnes de plaidoyer en faveur d'une réforme des règles du commerce mondial.

d) Promouvoir l'agriculture familiale

La flambée des prix alimentaires en 2008 a rappelé l'importance stratégique de l'agriculture, particulièrement pour les pays en développement, et notamment dans une perspective de sécurité et de souveraineté alimentaires au Sud. Le renforcement de l'agriculture familiale apparaît aujourd'hui comme une alternative adaptée au développement des populations du sud dans cette recherche de souveraineté alimentaire. Dans ce contexte, le soutien direct aux cultures vivrières et aux cultures d'exportations des exploitations familiales des pays en développement est un axe stratégique qui doit être renforcé. Le commerce équitable, constitué à plus de 80% d'échanges portant sur des matières agricoles, est basé avant tout sur un soutien aux organisations de petits producteurs.

OSI et acteurs de commerce équitable ont donc des intérêts convergents en matière de défense de l'agriculture familiale et pourraient renforcer leurs stratégies respectives en développant leurs collaborations.

B) Les objectifs de l'étude

Dans le contexte de désengagement progressif des OSI de la gouvernance du secteur équitable, que l'on observe depuis 2005, cette étude vise à identifier de nouveaux cadres de collaboration et de discussion entre acteurs du commerce équitable et OSI afin de contribuer efficacement :

- à un accompagnement renforcé des organisations de producteurs au Sud,
- au renforcement de la compréhension des mécanismes d'interdépendance Nord Sud et des enjeux d'une solidarité mondialisée
- à la mise en œuvre d'actions concertées de plaidoyer en mesure de peser en faveur d'une régulation du commerce international et de la promotion de l'agriculture familiale.

Cette étude permettra d'identifier les complémentarités de compétences existantes entre les deux groupes d'acteurs en vue de renforcer leurs partenariats déjà existants ou de développer d'éventuels nouveaux cadres de collaboration: opérationnels, institutionnels, en matière d'EAD et de plaidoyer, en termes de recherche et développement, de capitalisation, etc.

4. Objet et champ de l'étude

Cette étude vise à mettre en évidence les points de convergence et de divergence existants entre les deux groupes d'acteurs afin d'identifier les possibles synergies pouvant se jouer entre eux.

- **Groupe d'acteur n°1 : Les principales Organisations de Solidarité Internationale (OSI)**¹⁷ françaises apportant un appui à des organisations de producteurs au Sud et les différents

¹⁷ En France, le principe même des ONG n'est pas défini en droit : il n'existe ni contrôle, ni label officiel ONG. Le terme recouvre, outre la solidarité internationale, des domaines d'activité très diversifiés : droits de l'homme, culturel, environnement. Sur le plan juridique, la plupart de ces organisations opte pour le statut d'association relevant de la loi du 1^{er} juillet 1901. Afin de singulariser l'action humanitaire et le développement, on utilise de plus en plus le terme Organisation de Solidarité Internationale (OSI) pour désigner les ONG actives dans

collectifs généralistes ou thématiques, auxquelles elles appartiennent (parmi lesquelles certaines sont membres de la PFCE)¹⁸.

- **Groupe d'acteurs n°2 : les organisations de commerce équitable spécialisées (OCE)** définies comme suit : *"Les acteurs du commerce équitable spécialisés, regroupent non seulement les importateurs et distributeurs dont l'activité se revendique quasi-exclusivement dédiée à des produits de commerce équitable mais aussi les organismes de certification (labellisateur) exclusifs du commerce équitable et les associations de représentation et de promotion du commerce équitable. Ils peuvent être membres de réseaux de commerce équitable au niveau national (PFCE, MINGA), européen (NEWS) ou international (FLO, IFAT)"*¹⁹. Au sein de ces OCE, nous nous intéresserons exclusivement à celles qui sont membres de la PFCE et tout particulièrement aux importateurs et distributeurs dont l'activité commerciale est exclusivement dédiée à des produits de commerce équitable ainsi qu'aux organismes de certification (parmi lesquels certains sont considérés comme des OSI à part entière)²⁰.

Il est important de préciser qu'une large part des produits issus du commerce équitable sont aujourd'hui commercialisés par des entreprises conventionnelles, c'est-à-dire dont les principales activités ne sont pas la vente de produits équitables. Ces entreprises ne font pas partie du champ de l'étude. Nous n'avons pas cherché à identifier où à analyser le rôle de ces entreprises, ni les partenariats qu'elles pouvaient avoir avec les ONG en matière d'appui aux OP, d'activités d'EAD, ni de plaidoyer. En revanche leur implication dans le secteur du commerce équitable est largement liée à certaines représentations que peuvent avoir les OSI, et/ou les OCE sur le secteur.

Il convient également de préciser, que pour des raisons de simplification de la lecture et de l'analyse nous avons intégré dans la catégorie OCE, des associations qui sont également considérées comme des OSI à part entière. C'est le cas en particulier de la Fédération Artisans du Monde et de l'Association Max Havelaar, qui sont membre de Coordination Sud, du CRID et d'autres collectifs d'OSI.

Cette étude s'intéresse à :

- **Réaliser un panorama des activités des OSI en matière :**
 - d'appui aux producteurs,
 - d'éducation au développement,
 - de plaidoyer international
- **Effectuer un état des lieux des cadres de collaboration et des partenariats existants entre les acteurs du commerce équitable et les OSI :** Panorama des partenariats existants et mise en évidence des groupes d'acteurs concernés par ces partenariats, caractérisation des principaux partenariats existants par une typologie adaptée.
- **Caractériser les représentations du commerce équitable par les OSI et collectifs d'OSI :** en identifiant les différentes représentations que revêt la notion de commerce équitable pour les OSI et en mettant en évidence des éléments de divergence et convergence existants entre les représentations du commerce équitable des acteurs du secteur et celles des OSI.

ces domaines. Ces deux types d'actions divergent sur deux points : le temps de l'action (long terme contre urgence) et la taille du budget (bien plus élevée pour les humanitaires) (VIELAJUS Jean-Louis, 2007, Les ONG de développement, acteurs d'une mondialisation moins inégalitaire et plus solidaire, in Techniques financières et Développement, n°86 : les ONG de développement, Mars 2007)

¹⁸ Parmi les OSI membres de la PFCE : CCFD, Handicap International, Echoppe, Artisans du Monde, Max Havelaar France.

¹⁹ Définition donnée par le Rapport "Les réseaux d'acteurs du commerce équitable - Exemple de l'Ile-de-France", PFCE-IEDES 2009.

²⁰ C'est le cas des associations Max Havelaar France et de la Fédération Artisans du Monde, qui sont tous deux membres de Coordination Sud, du CRID et d'autres collectifs d'OSI.

- **Identifier les synergies possibles entre les deux groupes d'acteurs** : opérationnelles, institutionnelles, en matière d'EAD et de plaidoyer, en termes de recherche et développement, de capitalisation, etc.

5. Méthodologie

A) Présentation de l'échantillon retenu

Le tableau ci-dessous présente le détail des acteurs de commerce équitable, OSI et collectifs d'OSI ayant été interrogés dans le cadre de cette étude.

Cibles initialement identifiées pour la phase d'investigation	Nombre et typologie des acteurs interrogés	Echantillon interrogé
Entre 5 et 7 importateurs ou distributeurs de commerce équitable (Acteurs spécialisés de commerce équitable membres de la PFCE)	2 acteurs spécialisés dans les productions agricoles	Ethiquable Alter Eco
	3 acteurs spécialisés dans les productions artisanales	Artisanat Sel Artisans du Monde Tudo Bom
	2 systèmes de garantie	Max Havelaar France Eco Cert
Entre 8 et 10 organisations de solidarité internationale (OSI)	2 OSI membres de la PFCE	CCFD-Terre Solidaire Echoppe
	4 OSI historiquement ou actuellement impliquées dans le secteur équitable	GRET Peuples Solidaires ISF AVSF
	4 autres OSI (investies dans l'appui au Sud et le plaidoyer)	Frères des Hommes Oxfam France - Agir Ici Secours Catholique-Caritas AFDI
Entre 5 et 7 collectifs d'OSI	3 collectifs généralistes d'OSI	CRID Coordination Sud CFSI
	2 collectifs d'OSI spécialisés dans le champ de la sensibilisation et de l'EAD	EDUCASOL Semaine de la Solidarité Internationale
	2 collectifs d'OSI spécialisés dans le champ du plaidoyer	Collectif de l'Ethique sur l'étiquette Collectif PAC 2013
	1 collectif de capitalisation	Inter-réseaux Développement Rural

B) Phase d'investigation : Entretiens individuels semi directifs

La phase d'investigation s'est déroulée sous la forme d'entretiens individuels d'une durée d'une heure environ (ou d'entretiens téléphoniques).

Au total, 25 organisations ont été interrogées et 30 entretiens individuels ont été effectués.

La liste des personnes interrogées dans le cadre de cette étude est disponible en annexe 1.

Afin de mener à bien ces entretiens individuels semi-directifs, deux guides d'entretien avaient été créés (cf. annexe 2) :

- Un guide d'entretien à destination des acteurs spécialisés de commerce équitable
- Un guide à destination des OSI, dont le contenu a été adapté au type d'acteur rencontré : OSI historiquement et actuellement impliquées dans le secteur équitable, OSI extérieures au secteur équitable, collectifs d'OSI.

C) Limites des résultats présentés dans le cadre de l'étude

■ **Du discours de l'individu à la représentation de la structure**

Nous avons supposé que la représentation de la structure était celle portée par « le dirigeant » (ou directeur/président) de l'organisation et avons cherché autant que possible à rencontrer les décideurs des organisations. De fait, les discours collectés peuvent se révéler partiels et ne représentent pas nécessairement le point de vue officiel de l'organisation.

■ **Une variabilité dans la qualité des entretiens réalisés**

Initialement prévu d'une durée d'une heure, les entretiens effectués se sont révélés de durée et de qualité variables, du fait principalement du degré de disponibilité des personnes rencontrées. Cette variabilité dans le degré de réponse aux entretiens introduit donc un biais en accordant une importance plus grande aux entretiens de longue durée.

CHAPITRE 2 : APPUI AU SUD

1. Accompagnement des organisations de producteurs/artisans au Sud par les OSI

Les OSI rencontrées partagent toutes comme objectif commun la promotion de l'agriculture familiale et le renforcement des OP, considérant que l'agriculture familiale constitue un enjeu fort pour les pays du Sud en matière de : création d'emploi, sécurité alimentaire, développement d'une économie locale, ancrage territorial des populations rurales, etc. Dans cette perspective, elles fournissent généralement à leurs partenaires du Sud (OP ou ONG locales) des appuis divers afin de renforcer les capacités des organisations de producteurs ou d'artisans : appui institutionnel ou appui sur les volets production, transformation et commercialisation. Une grande partie des OSI rencontrées appuie des organisations de producteurs ou d'artisans qui commercialisent leurs produits via les circuits du commerce équitable. Les partenariats qu'elles développent avec les OP engagées dans le commerce équitable sont, dans l'ensemble, de même nature que ceux qu'elles développent avec les OP qui ne le sont pas.

A) Appui aux organisations de producteurs/artisans

a) Des approches diversifiées

En matière de renforcement des OP et de promotion de l'agriculture familiale, les OSI rencontrées ont souvent une approche commune mais divergent par leurs stratégies d'intervention :

- maîtrise d'œuvre directe de projets de développement (mise à disposition d'assistance technique et d'équipes présentes sur le terrain, exemples : AVSF, GRET),
- appui technique et financier à des partenaires du Sud, adressés directement aux OP (exemples : CCFD, AFDI) ou à des ONG locales, qui soutiendront elles-mêmes les OP (exemples : CCFD, Secours Catholique),
- appui financier à des OSI par le biais d'appels à projets en appui à des organisations de producteurs (exemple : CFSI).

b) Un appui institutionnel aux OP

Les projets des OSI rencontrées ont en commun leur approche pragmatique. L'appui institutionnel à des coopératives ou plateformes de producteurs, par ces OSI incluent généralement :

- un renforcement des capacités des OP décliné sous la forme de formation des leaders des organisations paysannes, renforcement organisationnel (appui à la vie et gestion associatives, formation en gestion financière), etc.
- un accompagnement des OP dans leur rôle d'acteur local, en les appuyant afin qu'elles défendent localement des positions de plaidoyer sur l'agriculture paysanne ou, quand cela est possible, en participant à l'élaboration des politiques agricoles nationales (via de la mobilisation d'expertise, échanges internationaux paysans, etc.).

c) Un renforcement technique des OP

L'apport d'expertises des OSI aux OP est varié et se décline sur les axes suivants :

- **Appui à des systèmes de productions durables visant à les rendre plus pérennes** (conseils agricoles, appui à l'approvisionnement et au stockage, techniques agro-écologiques). Exemple : le

réseau des AFDI intervient pour développer des dispositifs de conseils agricoles via des paysans relais, des appuis aux techniques agricoles et pratiques agro-écologiques.

- **Appui à la transformation des produits agricoles** (appui technique et parfois investissement) : dans une volonté d'encourager la transformation locale des productions agricoles afin de promouvoir de la création de valeur ajoutée et de l'emploi localement.

- **Appui à la recherche de débouchés commerciaux** (débouchés locaux, régionaux ou internationaux, calcul de prix, discussion sur les contrats en vue d'une autonomie commerciale des OP, etc.) et à la recherche des prix les plus rémunérateurs pour les producteurs. Exemple : le GRET travaille à la valorisation des productions agricoles via l'utilisation de signes de qualité tels que les labels (de l'agriculture biologique ou du commerce équitable, ou les Indications Géographiques Protégées).

d) Inter-Réseaux Développement Rural: un réseau de mutualisation et de capitalisation des pratiques d'appui aux OP

Inter-réseaux Développement rural²¹ est un réseau spécialisé dans l'animation de réflexions et la diffusion d'information sur le développement et l'organisation du monde rural des pays du Sud. Les axes de travail d'Inter-réseaux Développement rural s'articulent autour de grandes problématiques touchant les agriculteurs du Sud, leurs organisations et les organismes en appui à ces acteurs, à savoir en priorité l'évolution des agricultures familiales, la structuration de la profession agricole et les transitions en cours dans le monde rural. Inter réseaux contribue à la mutualisation d'informations coproduites par le réseau, notamment via des groupes de travail thématiques (commercialisation de produits agricoles, organisations interprofessionnelles, pôle conseil à l'exploitation familiale, services agricoles, appui aux OP). Ces groupes de travail contribuent à mutualiser et capitaliser différentes pratiques et enseignement relatifs au renforcement des OP ainsi qu'à les diffuser auprès des OP ou structures travaillant en appui aux OP (publications, revue bulletins de veille électronique, site web, etc.).

Exemples de « fiches techniques » à destination des OP (ou structures d'appui aux OP) développées par le volet « commercialisation » d'Inter-Réseaux :

- Organisations de producteurs (OP) et commercialisation de produits agricoles,
- Ventes individuelles sur un marché de proximité,
- Organisation du transport par l'OP,
- Achat stockage par l'OP,
- Accès au crédit pour mieux commercialiser,
- Warrantage ou crédit stockage,
- Transformation et conditionnement des produits,
- Améliorer les itinéraires techniques,
- Améliorer la qualité des produits,
- Améliorer les mesures de quantités et pesées,
- Système d'information de marchés (SIM),
- Concentration de l'offre en un lieu unique de marché,
- Organisation de marchés et de bourses agricoles,
- Régulation de l'offre sur les marchés,
- Organisations interprofessionnelles.

B) Appui aux OP présentes dans les circuits de commerce équitable

Parmi les différents appuis apportés par les OSI aux OP, et notamment ceux concernant la recherche de débouchés commerciaux, l'intégration dans les circuits du commerce équitable est souvent

²¹ Réseau de plus de 6 000 membres, travaillant pour et avec des organisations et institutions variées (organisations paysannes, ONG, administrations publiques, institutions de recherches, universités, etc.), réparties essentiellement en Afrique de l'Ouest et en Europe.

identifiée par les OSI comme un instrument pertinent d'appui aux partenaires du Sud, qui permet la stabilisation des prix aux producteurs, une meilleure valorisation économique de la production et la création de débouchés commerciaux supplémentaires.

Des pratiques nombreuses des OSI en matière d'appui à des OP commercialisant leurs produits dans les circuits de commerce équitable

AVSF	<ul style="list-style-type: none"> - 15 à 20 projets d'appui aux OP en lien avec le commerce équitable : appui spécifique apporté par AVSF à ces OP en matière de conseil stratégique aux coopératives, financement d'activité, formation des leaders paysans, formation commerciale, appui à la certification - Relations techniques avec Max Havelaar France (équipe marchés et équipe filière) : pour faciliter la rencontre entre coopératives de continents différents et faciliter les relations entre les détenteurs de licence Max Havelaar et les OP. - Nombreuses coopérations de terrain avec des OCE et une relation privilégiée avec Ethiquable.
GRET	Le GRET étudie depuis 2009 la possibilité de développer des débouchés équitables sur la filière beurre de karité au Burkina-Faso.
CCFD	<p>Le CCFD et sa filiale la SIDI soutiennent chacun actuellement des partenaires qui commercialisent leurs produits dans les circuits du commerce équitable :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Le CCFD-Terre Solidaire appuie environ 25 organisations qui ont un volet de commerce équitable ou commercialisent au sein de réseaux spécialisés. Le CCFD-Terre Solidaire a encouragé ses partenaires du Sud et de l'Est à commercialiser leurs produits ou les productions de leurs bénéficiaires dans le cadre du commerce équitable lorsque cela était pertinent et il a facilité les relations entre les acteurs français de ce secteur économique. L'intérêt pour cet instrument d'appui aux partenaires du Sud via la stabilisation des prix à la production et la création de meilleurs débouchés de commercialisation. -Depuis 2005, la SIDI a commencé à financer des OP qui commercialisent localement ou exportent dans les circuits du commerce équitable : environ une vingtaine d'OP commercialisant via les circuits du commerce équitable sont soutenues.
AFDI	Dans le cadre de son volet d'appui à la commercialisation des OP, l'AFDI intervient en appui à 2 coopératives de cacao (au Cameroun et à Madagascar) et une coopérative de café en Colombie qui commercialisent une partie de leur production en CE. AFDI a permis la rencontre des leaders paysans avec des acteurs économiques du CE en France et a fourni une assistance technique sur le terrain.
Secours Catholique	Parmi les structures appuyées localement par le réseau des Caritas (financé par le Secours Catholique), il existe plusieurs organisations de producteurs et d'artisans qui commercialisent leurs produits dans les circuits du commerce équitable. ²²
ISF	Réalisation d'études de faisabilité auprès de 2 coopératives mexicaines de producteurs de cacao et café : bilan technique sur le produit, étude de marche sur le marché français, etc.

Les OSI françaises rencontrées sont ainsi fortement impliquées dans l'appui aux organisations de producteurs ou d'artisans commercialisant leurs produits via les circuits du commerce équitable. Les différents types d'appui qu'elles adressent à ces OP commercialisant leurs produits dans les circuits de commerce équitable au Sud sont assez similaires à ceux qu'elles adressent généralement aux autres OP.

²² Le nombre exact d'OP ne nous a pas été communiqué.

2. Partenariats OSI-OCE sur le terrain

Les OP commercialisant leurs produits dans les circuits de commerce équitable doivent être professionnelles pour répondre aux exigences définies dans les référentiels de commerce équitable et assurer leurs engagements vis-à-vis des OCE importatrices, ou des entreprises en général. Si les standards du commerce équitable, notamment dans la filière labellisée FLO, prévoient des instruments d'appui aux OP, ceux-ci sont souvent insuffisants, si bien que des appuis complémentaires apportés par des opérateurs de développement s'avèrent indispensables. Cette étude met en évidence le rôle important d'appui joué par les ONG et/ou OCE en ce sens.

Cette partie décrit les différents types de relations, qui se nouent sur le terrain entre l'organisation de producteurs ou d'artisans, l'organisme de garantie de commerce équitable, l'ONG locale (ou OSI) et l'OCE importatrice.

A) Les organismes de garantie de commerce équitable

Les systèmes de garantie de commerce équitable (ou labels) contribuent à mettre en relation les différents acteurs des filières équitables et ont pour mission d'établir les standards de commerce équitable et de les contrôler.

Dans le paysage français des organismes de garantie de commerce équitable, le système FLO (Label Max Havelaar) et le système ESR (Label Ecocert Equitable) disposent de différents modes opératoires pour accompagner les organisations de producteurs désireuses de commercialiser leurs produits dans les circuits du commerce équitable.

Les mécanismes de renforcement et d'appui des OP au sein du système FLO

1/L'accompagnement des OP

Le système FLO international accompagne les OP au travers de :

- **son unité PSR et le travail des « liaisons officers »** : La Fédération FLO international dispose d'une unité en charge des relations et services avec les producteurs (PSR)²³ visant à appuyer les OP engagées dans le commerce équitable. Cette unité comprend des "Liaison Officers" basés sur le terrain auprès des OP, qui jouent un rôle de couroi de transmission d'information entre FLO et les OP afin de permettre une meilleure anticipation des demandes et besoins des OP.

- **l'unité « Standard » et les initiatives nationales Max Havelaar**

Cet accompagnement s'effectue via :

a) la fourniture d'informations, conseils et formations aux OP :

- pour améliorer le respect des critères du commerce et répondre aux exigences de la certification
- pour accompagner les OP dans la mise en œuvre des recommandations à la suite des contrôles.
- pour consolider les ventes et créer de nouveaux débouchés aux OP
- pour renforcer la coordination des producteurs au sein des OP

b) le développement d'interactions entre les OP (partage de pratiques et d'expériences)

c) la mise à disposition d'un fond d'aide à la certification pour les OP : La Fédération FLO International a créé un fond pour aider les organisations de petits producteurs à financer les coûts relatifs à la certification équitable. Sont éligibles prioritairement à ce fond, les OP qui demande la certification pour la première fois et ne disposent pas des ressources financières suffisantes pour financer la totalité du coût de certification.

2/La mise en place d'échanges intra ou inter-continentaux entre les OP visant à faciliter les échanges d'expériences, de pratiques et d'expertise.

3/Appui à la mise en place de réseaux régionaux de producteurs :

²³ The Producer Services and Relations Unit

La Fédération FLO international a contribué à la création de 3 réseaux continentaux d'OP engagées dans le commerce équitable : la CLAC²⁴ en Amérique Latine, le NAP²⁵ en Asie et l'AFN²⁶ en Afrique, qui sont représentés dans la gouvernance de la Fédération FLO International. Ces réseaux continentaux d'OP permettent de renforcer le poids politique des producteurs.

Au sein du système ESR²⁷ :

L'accompagnement des OP au cœur de la démarche

Une filière ESR repose sur l'existence d'un accompagnement des producteurs afin de les aider à mieux comprendre les conditions et les tendances du marché, et à développer des savoirs, des compétences, et des ressources. Dans la démarche ESR, un tel appui est réalisé au travers d'un **partenariat permettant le développement social et économique des bénéficiaires**. Un opérateur de la filière, le « porteur de projet », est identifié afin de coordonner ces actions de développement. Suivant les filières et le degré d'autonomie et de structuration des Producteurs, le Porteur de projet pourra être : soit l'Organisation de producteurs capable de contribuer au développement social et économique de ses membres et des communautés associées ; soit un acheteur de la filière désireux et capable de contribuer au développement économique et social du groupe de production. **Tout porteur de projet doit, avant de s'engager dans la démarche, démontrer qu'il souhaite et qu'il est capable de soutenir les producteurs afin qu'ils atteignent le degré d'organisation qui leur permette d'acquérir plus de fonctions autonomes.**

Un programme d'action déterminant l'appui à apporter à la filière et aux OP

La démarche ESR s'articule autour des 3 étapes suivantes:

1. Identification avec les OP de leurs besoins d'appui technique et des axes de développement social, économique et environnemental vers lesquels ils souhaitent s'engager ;
2. Identification d'un programme d'action des projets potentiels d'accompagnement et de développement à coordonner ;
3. Définition des moyens financiers et techniques qui seront mis en œuvre pour répondre aux besoins identifiés

La marque Bio-Partenaire²⁸ : l'appui aux entreprises importatrices ou OCE dans la mise en place de filières équitables ESR

La marque Bio-Partenaire va accompagner les entreprises désireuses de développer des filières équitables à répondre aux exigences du référentiel ESR (développé ci-dessus). Bio-Partenaire va travailler avec des entreprises, qui acceptent d'être « porteur de projet » dans la création de filière ESR et qui vont ainsi s'engager à bâtir un projet de développement sur plusieurs années pour répondre aux besoins des producteurs et de la filière. L'entreprise appréciera ensuite dans quelle mesure elle peut elle-même répondre aux besoins d'appui des OP identifiés ou déléguer cette mission d'appui à une ONG locale. L'approche de Bio-Partenaire place ainsi l'entreprise ou l'organisation spécialisée de commerce équitable au cœur de la démarche équitable en garantissant que cette dernière assure pleinement sa mission d'appui aux OP, telle que définit dans le référentiel ESR.

²⁴ Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de pequeños productores de comercio justo

²⁵ Network of Asian Producers

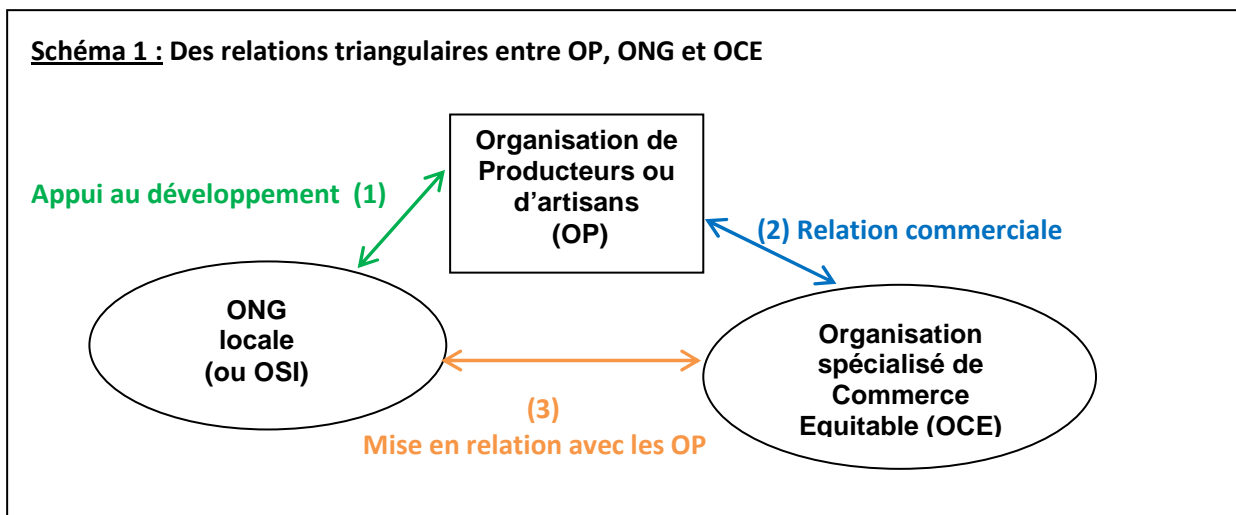
²⁶ African Fairtrade Network

²⁷ ESR : Pour des échanges Équitables, Solidaires et Responsables.

²⁸ Association loi 1901, Bio Partenaire réunit des Petites et Moyennes Entreprises soucieuses de produire dans le respect des critères environnementaux et qualitatifs de l'Agriculture Biologique et des critères du Commerce Équitable. Ses missions ont notamment pour objectif de : Fédérer et accompagner les petites et moyennes entreprises porteuses de projets Bio Équitable et Bio Solidaire, promouvoir une démarche universelle via les chartes Bio Équitable et Bio Solidaire, Participer aux actions de communication sur les valeurs et les principes de l'Agriculture Biologique et du Commerce Équitable.

B) Les atouts du schéma d'intervention triangulaire OP/ONG/OCE

Cette étude vient confirmer l'existence d'un schéma opératoire souvent observé dans le cadre de filières équitables : une relation triangulaire entre OP, ONG et OCE, qui semble permettre de jouer les meilleures synergies sur le terrain et de faciliter l'insertion des OP dans les filières équitables.



a) Une relation d'appui au développement entre OP et ONG (cf. relation (1) sur le schéma)

- **Des OP de commerce équitable quasi-systématiquement soutenues par des ONG**

Entre 50% et 90% des organisations de producteurs ou d'artisans, avec lesquelles les OCE interrogées entretiennent des relations commerciales ont été soutenues dans le passé ou continuent à être soutenues par des OSI françaises, des ONG internationales ou des ONG locales. Il est difficile de faire une estimation précise de ces partenariats car les OP entretiennent et gèrent elles-mêmes leurs partenariats avec une ou plusieurs ONG locales ou internationales et l'OCE peut ainsi ne pas en être directement informé. Par ailleurs, les appuis apportés par les OSI ou ONG locales ont souvent lieu sur une période de temps limitée : ainsi une OCE pourra ne pas avoir connaissance d'un appui ayant eu lieu au cours des années précédentes.

Les organisations de producteurs ou d'artisans, avec lesquelles travaillent les OCE interrogées dans le cadre de cette étude, sont généralement soutenues :

- soit par une ONG locale, qui pourra elle-même être soutenue par une OSI française ou ONG internationale (approche partenariale des OSI telles que le CCFD, le Secours Catholique, etc.)
- soit par une OSI française ou ONG internationale (ou son antenne nationale).

Le cas de la Fédération Artisans du Monde : La FADM estime qu'approximativement 90% de ses partenaires commerciaux sont des organisations de producteurs ou d'artisans soutenues par des OSI françaises ou des ONG locales. Parmi ces OSI, on va retrouver des OSI françaises telles que le CCFD, Caritas, Emmaüs international, AVSF ou des OSI européennes telles que Oxfam solidarité et Mission 21. Environ 50% des organisations, avec lesquelles la FADM entretient des relations commerciales dans le secteur de l'artisanat sont par ailleurs des organisations soutenues par le CCFD.

- **Les appuis spécifiques au commerce équitable apportés par les OSI ou ONG locales aux OP**

Dans le cadre des filières équitables, les ONG d'appui ont généralement un rôle de terrain, d'appui structurant ou de courroie entre l'organisation de producteurs et l'OCE basée au nord. Les principaux appuis apportés par les OSI à ces OP sont généralement les mêmes que ceux adressés à d'autres OP

(et présentés dans la partie 1.A, p. 19-20). Par ailleurs, les OSI vont aussi largement contribuer à accompagner les OP afin qu'elles respectent leurs engagements définis dans les critères du commerce équitable comme suit :

- **la gestion démocratique, transparente et non discriminatoire de l'OP** : contrôle effectif par les membres de la gestion de l'OP et de la répartition des revenus générés par le commerce équitable en conformité avec un objectif de développement de la communauté.

- **le respect des critères environnementaux du commerce équitable** : mise en œuvre des techniques de cultures anti-érosives, limitation de l'utilisation d'engrais minéraux et de pesticides de synthèse, développement des techniques favorisant la prévention et la lutte biologique contre les parasites, maladies et favorisant le maintien de la biodiversité, gestion de l'eau (prélèvement, rejet, recyclage) de façon à respecter l'environnement, limitation des quantités de rejets dans l'eau et dans l'air, gestion des déchets, incitation à l'utilisation de ressources renouvelables, etc.

- **le respect des critères sociaux du commerce équitable** : respect des droits fondamentaux des producteurs (liberté d'association et reconnaissance effective du droit de négociation collective), élimination de toute forme de travail forcé ou obligatoire, abolition effective du travail des enfants, élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession, etc.

La capacité à avoir un fonctionnement démocratique et transparent, la mise en relations avec des partenaires économiques, les compétences techniques pour développer des produits répondants aux standards des consommateurs du Nord sont autant de raisons qui font de l'appui des ONG un préalable quasiment incontournable pour accompagner efficacement les OP qui souhaitent développer une activité de commerce équitable.

b) Une relation commerciale entre OP et OCE (cf. relation (2) sur le schéma)

Les OCE s'impliquent auprès des producteurs les plus défavorisés, organisés en organisations de producteurs ou d'artisans ou en association. L'organisation de producteurs ou d'artisans est identifiée comme un échelon de structuration fondamental pour le développement des filières équitables.

- **Une relation commerciale basée sur un contrat social et économique et des engagements réciproques des OP et des OCE**

L'application des principes du commerce équitable repose sur un engagement dans un partenariat commercial à long terme avec les OP, qui est basé sur le dialogue, la transparence et le respect. Les transactions du CE s'inscrivent dans le cadre d'un contrat social implicite selon lequel les OCE importatrices acceptent de faire plus que ce qui est la norme dans un marché conventionnel, comme payer un prix équitable, offrir des cofinancements et apporter leur soutien pour renforcer les capacités des producteurs. En échange, les producteurs utilisent les bénéfices du commerce équitable pour améliorer leurs conditions sociales et économiques, particulièrement parmi les membres les plus désavantagés de leurs organisations.

Cette relation commerciale particulière repose sur :

- **La structuration des producteurs en OP : un échelon fondamental pour le développement des filières équitables au Sud**

La structuration des producteurs et artisans au sud est fondamentale pour garantir la capacité de commercialisation des petits producteurs et leur permettre ainsi d'intégrer des filières de commercialisation rémunératrices et durables. Les OCE travaillent donc avec des organisations de producteurs structurées, qui sont issues généralement du regroupement et de la mise en commun

des moyens des producteurs eux-mêmes et permettent aux producteurs les plus marginalisés d'intégrer des filières de commercialisation locale et internationale via les filières équitables. Ce sont ces organisations qui assurent pour le compte des producteurs, toutes les activités liées à la commercialisation des produits : exportation, douanes, logistique, marketing, communication, etc.

- **L'engagement des OCE à développer des relations commerciales avec les producteurs les plus défavorisés**

Les OCE établissent leurs relations commerciales avec des organisations de producteurs ou d'artisans en évaluant quelle est la triple valeur ajoutée (économique, sociale et environnementale) générée par le développement du partenariat commercial de commerce équitable. Les OCE disposent généralement toutes d'outils d'audits internes (cf. la méthodologie FTA 200, lire encadré), qui leur permettent à la fois d'évaluer la qualité sociale et environnementale de leurs partenariats commerciaux au Sud mais aussi d'identifier l'appui spécifique pouvant être apporté par l'OCE à chaque OP (nombre de visites annuelles, appui technique éventuel, mise en relation avec des ONG locales, etc.).

La méthodologie d'Alter-Eco : FTA 200

Cet outil permet d'évaluer la valeur ajoutée de la filière dans son ensemble, du producteur individuel au port de départ du pays producteur, en passant par l'organisation productrice, la coopérative ou éventuellement l'unité de transformation, de conditionnement et l'exportateur. La méthodologie FTA 200 permet d'évaluer le niveau de risque et de l'état de développement de la filière équitable. L'objectif est de mieux comprendre les enjeux du développement durable de la filière et du centre de production en particulier. On étudie les moyens à mettre en place pour maximiser la valeur ajoutée économique, sociale et environnementale de la filière. Pour Alter Eco cet outil est, à la fois d'un outil permettant d'identifier les éventuelles faiblesses des filières sur des critères qualités, économiques, logistiques ou au regard des critères de Commerce Equitable. C'est également un outil utilisé par Alter Eco pour mieux piloter son soutien aux producteurs : en plus des visites régulières à l'ensemble des filières (au moins tous les 2 ans), Alter Eco fixe la fréquence de ses audits en fonction de la performance au FTA 200.

■ **Des relations entre OP et OCE facilitées par les ONG**

La difficulté pour les OCE à développer des relations commerciales avec des OP n'ayant jamais été appuyée par des ONG

Les OCE interrogées mettent en évidence que les organisations de producteurs ou d'artisans, qui n'ont jamais été soutenues par des OSI ou ONG locales, vont rencontrer plus de difficultés que celles qui sont soutenues dans les relations commerciales qu'elles entretiennent avec les OCE. Avec ces organisations de producteurs ou d'artisans, les OCE vont généralement devoir faire face à certaines difficultés suivantes : structuration limitée des producteurs, difficulté de communication, manque de professionnalisme, problèmes de qualité, etc. Dans une perspective où elles souhaitent continuer à entretenir des relations commerciales avec ces OP, certaines OCE vont jouer un rôle d'intermédiaire en recherchant des ONG qui vont pouvoir répondre aux besoins de ces OP.

Dans le secteur de l'artisanat : les partenaires commerciaux des OCE sont souvent des ONG locales qui jouent un rôle d'intermédiaire

Dans le secteur de l'artisanat, les OCE nouent généralement des relations commerciales avec deux types d'organisations soit des groupements d'artisans, soit des ONG locales ayant développé une activité artisanale de CE dans le cadre de leurs activités d'appui aux populations (majoritairement défavorisées et marginalisées). Ces dernières sont majoritaires dans les filières artisanales équitables

ou l'ONG locale joue alors un rôle d'intermédiaire entre les artisans et l'OCE et prend généralement en charge la diffusion et la commercialisation de produits réalisés par des populations défavorisées²⁹. Les deux OCE interrogées spécialisées dans le secteur de l'artisanat (FADM et Artisanat Sel) mettent en évidence le rôle important joué par des ONG locales dans le développement des filières artisanales équitables. En effet, parmi les partenaires commerciaux de FADM et Artisanat Sel dans le secteur de l'artisanat, la majorité sont des ONG locales ayant développé, entre autres activités d'appui aux populations, une activité artisanale, dont une partie ou la totalité est commercialisée via le commerce équitable.

Expérience d'Artisanat Sel : Parmi les 23 partenaires d'Artisanat Sel dans le secteur de l'artisanat, 11 sont des ONG locales, qui pour la plupart ont développé des activités artisanales pour permettre l'insertion économique de populations marginalisées ou créer de l'emploi local dans des zones de fort chômage.

L'ONG HEED au Bangladesh

(2eme ONG du pays) a développé des activités de commerce équitable au travers de son département « HEED Artisanat » et travaille depuis plus de 30 ans avec des artisans marginalisés afin de leur permettre de développer leurs compétences artisanales et d'acquérir leur indépendance économique. Dans un pays où le chômage atteint 80% de la population active, Heed joue un rôle important en matière de création d'emploi local en travaillant avec plus de 300 groupements d'artisans et plus particulièrement avec des populations marginalisées (minorités ethniques, réfugiés et artisans handicapés).

c) Une relation entre OCE et ONG pour accompagner les OP (cf. relation (3) sur le schéma 1)

On observe des relations fréquentes entre OCE et ONG locales, qui vont de relations informelles à la co-crédation de nouvelles filières. Il existe une forte complémentarité de compétences entre OSI et OCE dans le développement de nouvelles filières au Sud : appui à la structuration pour les premières, et développement de débouchés économiques pour les secondes.

- **Une diversité de relations entre les OCE et les ONG : de relations informelles à la co-crédation de nouvelles filières**

Des objectifs communs et une complémentarité des missions des OCE et des ONG

Dans la création de filières équitables on constate généralement deux cas de figures :

-soit l'ONG est déjà présente en appui à l'OP sur le terrain et initie une prise de contact avec une OCE en vue d'accompagner l'OP dans sa recherche de nouveaux débouchés commerciaux.

-soit l'OCE est déjà en relation avec l'OP sur le terrain et va initier (quand cela est possible) une prise de contact avec une ou plusieurs ONG afin qu'elles apportent un appui de développement à l'OP

Ces relations entre OSI et OCE sont par conséquent fréquentes et variables en fonction des zones d'intervention géographique de chacune.

Les ONG locales ou OSI apparaissent comme des relais de terrain pertinents (ancrées dans les réalités locales et proches des producteurs) et souvent incontournables afin de :

- faciliter les relations et la communication entre l'OP et l'OCE.
- aider les OP à remplir les critères du commerce équitable.

²⁹ Dans ce cas, une attention toute particulière doit être portée aux conditions d'approvisionnement et de production et à la réalité d'une démarche sociale et 'd'empowerment' des communautés par rapport aux autres intermédiaires présents sur le marché.

Des relations importantes entre les OCE et les ONG dans la création de nouvelles filières

Parmi les organisations spécialisées de commerce équitable, certaines s'engagent dans le développement de nouvelles filières au Sud. Ce développement de nouvelles filières s'accompagne généralement d'un « rôle de formation et d'accompagnement au démarrage de ces groupes de producteurs très marginalisés », qui est souvent assuré conjointement avec des institutions internationales (ONU, PNUD), des associations de solidarité internationale, et des acteurs locaux³⁰.

La création de filière « coton agro écologique » au Brésil : l'expérience de Tudo Bom

Tudo Bom a participé activement à la création du "Réseau pour le développement du coton agro-écologique dans le Nordeste du Brésil" (REJE). Tudo Bom a pris part des débuts à l'émergence de ce projet multi acteurs qui a conduit à la création du réseau en tant que tel visant à créer et structurer la filière « coton agro-écologique du Nordeste » dans une perspective de promotion et de recherches de débouchés commerciaux.

Le réseau REJE "Réseau pour le développement du coton agro-écologique dans le Nordeste du Brésil"

a été créé afin de rassembler les différents acteurs de la filière coton agro-écologique du Nordeste et de développer des marchés pour le coton agro-écologique du Nordeste

Il rassemble :

- des producteurs (700),
- des acheteurs (10 dont Tudo Bom, Veja, etc.),
- des représentants des services de l'Etat (organes décentralisés du Ministère de l'Agriculture, du développement agricole, assistants techniques, etc.)
- des ONG (6/7) de développement agricole (qui apportent notamment un appui technique aux Producteurs sur les pratiques culturales et l'agro écologie, et vont jouer un rôle de facilitatrices entre dialogue entre les producteurs (facilitatrices).

■ **Une forte complémentarité de compétences entre OSI et OCE**

Il existe en effet une forte complémentarité de compétences entre OSI et OCE dans le développement de nouvelles filières au Sud : appui à la structuration pour les premières, et développement de débouchés économiques pour les secondes.

Exemple de complémentarité entre une AVSF et Ethiquable : création d'une filière fonio équitable au Mali

- Compétences d'Ethiquable : engagement à racheter une partie de la production, appui au montage d'une usine de pré-cuisson du fonio, financement intégral de l'usine de transformation.
- Compétences d'AVSF : appui aux producteurs de fonio, résolution des problèmes techniques rencontrés par les producteurs concernant la gestion de l'eau, mise en place de projets de développement de l'élevage en appui aux bénéficiaires.

Exemple de complémentarité entre Artisanat SEL et Handicap International : création d'une filière noix de cajou au Sénégal

- Compétences d'Handicap International : connaissance des réalités de terrain, équipe sur place, travail avec les producteurs de noix de cajou
- Compétences d'Artisanat Sel : connaissance des problématiques liées à la certification et à l'importation, engagement à racheter une partie de la production pour créer des débouchés commerciaux aux produits

³⁰ Cf. « Le Commerce sera équitable », Tristan Lecomte, éditions Eyrolles, 2007, p.354-5.

3. Limites induites par les représentations des OSI

L'étude a permis de mettre en évidence des synergies et des complémentarités fortes en matière d'accompagnement des OP par les OSI et les OCE. Cependant, malgré ces convergences et les nombreux partenariats existants sur le terrain, l'image que se font les OSI du commerce équitable demeure ambivalente.

A) Points de blocage persistants

a) Des acteurs du commerce équitable qui entretiennent une relation ambiguë avec le secteur de la solidarité internationale

Les entretiens effectués dans le cadre de l'étude sur « Les réseaux d'acteurs du commerce équitable »³¹ mettent en évidence une relation ambiguë des acteurs de commerce équitable avec le secteur de la solidarité internationale :

« Même si beaucoup ont conscience et ont souhaité mener dans leur travail de tous les jours une action utile pour les autres, solidaire, ces mêmes personnes sont souvent soucieuses de se détacher du vocabulaire de l'humanitaire, de la charité, du développement pour adopter celui de l'entreprise. Certains opérateurs la rejettent par principe, soucieux de ne surtout pas être affiliés à des organisations philanthropiques ou pire « charitables », et au vocabulaire que l'on y associe. Pour d'autres, la plupart liées aux réseaux historiques du commerce équitable, c'est dans son origine même que le commerce équitable est clairement apparu en réaction aux problèmes rencontrés par les acteurs du développement et de la coopération. Ainsi le commerce équitable a offert un nouvel outil qui permet de mettre les acteurs du Nord et du Sud sur un pied d'égalité, autant que possible. »³¹

Les acteurs du commerce équitable sont aussi nombreux à affirmer que le commerce équitable n'est pas une charité – sorte de résidu inconscient du slogan historique Trade not Aid. Cependant, ils revendiquent pleinement leur appartenance au monde des entreprises sociales et leur volonté de « faire du business autrement ». Ils ont une volonté forte de construire avec leurs partenaires du Sud des relations permettant de contribuer à l'amélioration des économies locales.

b) Un degré de connaissance variable des impacts du commerce équitable au Sud parmi les OSI

Parmi les OSI interrogées, on peut distinguer deux types d'acteurs :

- **Les OSI fortement engagées dans le secteur et dans les débats qui traversent le commerce équitable** (AVSF et dans une moindre mesure ISF) : Leurs analyses des forces et des faiblesses du commerce équitable sont plus abouties que celles de la plupart des autres OSI, qui n'ont pas investies aussi fortement dans le secteur ces dernières années. Si leur vision est parfois assez critique quant à certains aspects de l'évolution du secteur, leurs remarques et points d'attention reflètent l'état des débats internes au secteur et rejoignent celles exprimées par certaines organisations de commerce équitable elles-mêmes. AVSF se distingue tout particulièrement au regard de sa participation active aux débats internes au mouvement du commerce équitable (en contribuant jusqu'à récemment à la gouvernance de Max Havelaar France), par ses actions de développement de filières de commerce équitable sur le terrain, par ses actions d'appui aux OP dans leur capacités à participer à la gouvernance internationale de FLO ou par le développement des premières méthodologies d'études d'impact du commerce équitable.

³¹ Cf. Rapport "Les réseaux d'acteurs du commerce équitable - Exemple de l'Ile-de-France", PFCE-IEDES 2009, p. 21-22.

- **Les autres OSI** : Les autres OSI rencontrées ont généralement une connaissance assez limitée des effets avérés du commerce équitable. Parmi elles, certaines ont gardé en tête les critiques apportées au secteur au cours des dernières années et ne savent pas toujours dans quelle mesure ces critiques sont réellement fondées. Néanmoins et de façon générale, on peut dire que le OSI et collectifs d'OSI rencontrés ont une vision positive du mouvement du commerce équitable et ont souvent fait le choix dans le passé de ne pas se positionner publiquement sur les grands débats traversant le secteur afin de ne pas nuire à sa montée en puissance et gagner l'opinion publique à sa cause. Toutefois, cette méconnaissance des mécanismes et impacts réels du commerce équitable ne permet pas aux OSI de tenir des positions fermes et convaincues en faveur de la thématique. Les OSI continuent de nourrir des doutes sur l'efficacité du commerce équitable, ce qui nuit à une mise en œuvre assumée de programmes de commerce équitable par ces dernières.

c) Des inquiétudes des OSI exprimées de manière récurrente depuis l'émergence du secteur

▪ Le commerce équitable créerait des îlots de prospérité au Sud

Parmi les arguments développés à l'encontre du développement du commerce équitable, certaines OSI expriment leurs craintes quant au développement d'un « découpage équitable » entre les OP, qui risque de créer entre les OP des « îlots de prospérité ». Face à cette inquiétude, il convient de rappeler que :

- Le risque de création d'îlots de prospérité est inhérent à tout autre projet de développement mené par les OSI, qui ne pourra toujours s'adresser qu'à un nombre limité d'OP, communautés villageoises, etc.
- L'étude Horus-AVSF (2009) a mis en évidence que lorsque les relations de commerce équitable se développent, les OP intègrent de nouveaux producteurs et c'est alors l'ensemble d'un territoire, qui profite des bénéfices de la démarche.

▪ Le commerce équitable limiterait son impact à la seule création d'une niche au Nord

Plusieurs OSI interrogées émettent des doutes quand à la capacité du commerce équitable à véritablement changer d'échelle et à dépasser le phénomène de niche commerciale. Pourtant, dans certains pays les produits issus du commerce équitable ont atteint des volumes considérables et significatifs. C'est le cas de la Suisse par exemple où plus de 50% des bananes vendues dans le pays sont issues du commerce équitable. Par ailleurs, dans les pays du Sud, on assiste également à une capacité du commerce équitable à toucher un maximum de producteurs : en Bolivie par exemple près de la moitié des organisations de producteurs de cacao sont labellisées par le système FLO.

B) Questions posées par les OSI

Cette distanciation relative des OSI les amène à formuler certaines critiques au sujet du commerce équitable, auxquelles le mouvement du commerce équitable à la capacité de répondre de manière relativement pertinente et convaincante.

a) La spécialisation des producteurs sur des cultures d'exportation (au détriment des cultures vivrières et de la sécurité alimentaire)

Plusieurs OSI interrogées émettent la critique selon laquelle le commerce équitable contribue à spécialiser les producteurs et à déplacer leur production vers des cultures d'exportation, au détriment des cultures vivrières garantant leur sécurité alimentaire. Il convient de noter qu'il n'y a pas nécessairement de contradiction entre l'enjeu de productions vivrières (dans la perspective de

satisfaire les marchés locaux et notamment les marchés urbains en forte croissance) et de cultures d'exportation. AVSF a notamment mis en évidence que dans le cadre des filières équitables, il existe une plus grande stabilité économique, qui va permettre aux producteurs de prendre plus de risque en matière de diversification agricole (a contrario des producteurs les plus vulnérables). Par ailleurs, plusieurs OSI (dont le GRET) s'accordent à reconnaître que le commerce équitable tend à générer un effet indirect sur la qualité des productions et les compétences commerciales des OP, qui va permettre aux OP de se positionner plus facilement sur les marchés locaux et régionaux.

b) Une commercialisation sur les marchés d'exportation plutôt que sur les marchés locaux versus

La prise de conscience progressive de la crise écologique et du changement climatique invite nombre d'OSI à remettre en cause la structure même du commerce international et à donner la priorité pour promouvoir favoriser les filières courtes et les échanges au niveau local. Ainsi, la majorité des OSI rencontrées s'accorde à vouloir promouvoir la commercialisation des produits de leurs OP partenaires en priorité sur les marchés locaux, nationaux et régionaux, au regard des enjeux que représentent la croissance urbaine et l'émergence de classes moyennes importantes dans les pays du Sud. Ces marchés locaux et nationaux peuvent aussi être rémunérateurs pour les producteurs, disposent aussi des niches et sont bien souvent plus faciles d'accès que les marchés internationaux.

c) L'impact environnemental des produits issus du commerce équitable

Pour certaines OSI, la prise de conscience progressive de la crise écologique et le changement climatique invitent les acteurs du commerce équitable à évaluer l'empreinte écologique et le bilan carbone des produits issus du commerce équitable afin de pouvoir distinguer ces produits selon les filières et les modes de transport. L'impact environnemental des produits issus du commerce équitable serait ainsi un argument qui joue en sa défaveur.

Réponses apportées par le secteur équitable

Les critères du commerce équitable intègrent des normes environnementales strictes en matière de gestion des sols (utilisation limitée des pesticides et des engrais, interdiction des OGM, rotation des cultures, culture sous ombrage, préservation de la biodiversité, incitation à l'utilisation d'énergies renouvelables).

La priorité donnée à l'agriculture familiale et à l'agriculture biologique (plus de 40% des produits équitables sont également issus de l'agriculture biologique) dans les filières équitables induit que la plupart des produits équitables commercialisés par les OCE ont un bilan carbone souvent moindre que celui des produits conventionnels équivalents.

Les conditions économiques intrinsèques aux règles de commerce équitable (prix minimum garanti, engagement sur la durée, prime de développement etc.) sont autant de facteurs qui renforcent la capacité des producteurs à adopter de bonnes pratiques environnementales. Le renforcement des OP leur permet plus facilement d'adopter des mesures d'adaptation de leurs conditions de travail au changement climatique.

d) L'intérêt que représente le commerce équitable dans un contexte de prix hauts sur le marché conventionnel

Pour certaines des OSI rencontrées, il ne fait nul doute que le commerce équitable joue un rôle important de régulation des prix aux producteurs dans un contexte soit de grande volatilité des prix soit de prix bas sur le marché conventionnel. Néanmoins, certaines questionnent l'intérêt du

commerce équitable dans un contexte de prix élevés des produits sur le marché conventionnel (cf. le marché du café ou le prix sur le marché conventionnel est largement supérieur au prix minimum garanti par le commerce équitable).

Des réponses apportées par le secteur équitable

La volatilité des prix des matières premières sur les marchés internationaux est un véritable problème pour le développement et le renforcement de l'agriculture familiale. Les périodes de prix bas rendent l'activité agricole peu ou pas rémunératrice. En période de prix haut, la faiblesse des organisations de producteurs ne permet pas toujours à ces derniers de bénéficier des conditions favorables du marché. En accompagnant les producteurs sur la durée avec des prix minimums garantis, le commerce équitable permet aux producteurs de maintenir leurs revenus lors des périodes de crises. En période de prix hauts, les prix du Commerce Equitable s'alignent sur les cours du marché.

Par ailleurs, le prix minimum garanti aux producteurs n'est qu'un des mécanismes du commerce équitable favorisant le développement des organisations de producteurs. La prime de développement versée aux OP, la possibilité de préfinancement, l'appui au renforcement de la gouvernance et à la structuration des organisations de producteurs, l'accompagnement technique des producteurs, l'augmentation de la qualité des produits, l'engagement sur la durée des partenaires commerciaux, etc. participent également au développement des producteurs et de leur OP dans un contexte de prix hauts (ou bas) sur le marché conventionnel.

C) Dérives possibles identifiées par les OSI

a) Un risque de labellisation croissante des productions issues des plantations au détriment de celles issues des organisations de petits producteurs

La plupart des OSI rencontrées n'est pas strictement opposée à la labellisation équitable de certaines plantations agricoles mais considère que cela ne constitue pas un axe prioritaire de développement au Sud. Face à 3 milliards de personnes qui vivent de l'agriculture dans le monde, l'enjeu prioritaire pour ces OSI est de promouvoir un mode de production non intensif, créateur d'emplois et qui promeut des méthodes culturales respectueuses de l'environnement, à savoir une agriculture familiale qui bénéficie aux petits producteurs. Pour d'autres OSI, il existe un risque réel de concurrence entre agriculture familiale et plantations sur certains territoires ruraux et il y a un véritable enjeu à limiter le développement de la labellisation équitable des plantations en cohérence avec l'ensemble du territoire. Ces critiques émises quand à la stratégie de changement d'échelle choisit ces dernières années par la Fairtrade Labelling Organisation (FLO) sont également portées par les OCE et les organisations de producteurs à l'intérieur du système FLO.

b) Une certification contraignante (coûts, normes) qui exclut les producteurs les plus vulnérables

Parmi les OSI rencontrées, nombreuses sont celles qui font part de leur inquiétude quant aux coûts et contraintes de la labellisation équitable, parfois trop importants et pouvant être sources de découragement pour les organisations de producteurs les plus vulnérables et les moins organisées

désireuses de commercialiser leurs produits dans les circuits de commerce équitable. Ingénieurs Sans Frontières a mené en 2007-2008 un travail de recherche-action sur l'impact des normes sur l'exportation de produits alimentaires et agricoles au Sud et mis en évidence en quoi les normes liées à la certification des produits (agriculture biologique, commerce équitable, etc.) peuvent avoir un caractère excluant pour certaines OP. Pour d'autres OSI, il existe un problème inhérent à la certification équitable qui réside dans le fait que les normes de certification sont fixées "par le Nord" et "pour le Nord" et requièrent par conséquent une acquisition de compétences par les OP désireuses d'y répondre. Il convient de noter que cette acquisition de compétences relatives à la certification et respect des normes d'une filière équitable est très liée à l'accompagnement par l'exportateur ou par les OSI. De façon générale, il existe donc un risque que le commerce équitable ne s'adresse qu'à des OP, qui ont déjà des capacités importantes (en matière d'autofinancement, de gestion de l'export, etc.). Il y a une volonté commune parmi les OSI siégeant à la CNCE (qui œuvre à la mise en place d'un système de reconnaissance des systèmes de garantie de commerce équitable) ne pas créer des contraintes de certification supplémentaires pour les OP et de veiller à ce que le commerce équitable contribue bien à permettre aux petits producteurs d'accéder au marché et qu'il ne va pas, à terme, les exclure (cf. parallèle avec le bio car recours à un organisme certifié qui coûte cher et va exclure les producteurs qui n'ont pas les moyens des OP).

c) Des relations avec la grande distribution et les multinationales qui ne garantissent pas toujours les meilleures conditions aux producteurs

Pour certaines des OSI rencontrées, il existe un risque de mise en dépendance des producteurs vis-à-vis des distributeurs du nord, et en particulier des grandes chaînes de distribution qui développent leurs propres réseaux et leurs propres marques de commerce équitable (généralisation des demandes d'exclusivité des distributeurs sur certains produits, fluctuation des prix d'achat et irrégularité dans le volume des commandes et la durée de la relation commerciale, absence de préfinancements, etc.). Par ailleurs, plusieurs OSI considèrent que la grande distribution applique des marges trop importantes sur les produits issus du commerce équitable et qu'ainsi la plus-value est principalement réalisée par le distributeur. D'autres OSI mettent en évidence le risque de voir la grande distribution profiter de cette niche que représente le commerce équitable (cf. expérience de l'introduction des produits issus de l'agriculture biologique dans la grande distribution) en développant ses propres marques de commerce équitable et en écartant à terme les organisations spécialisées de commerce équitable plutôt qu'en œuvrant à faire grandir le marché.

Ces inquiétudes des OSI sont largement au centre des débats des OCE. Les OSI, ayant au cœur de leur mission le développement des pays du Sud, auraient ainsi un intérêt à prendre pleinement part à ces débats et à les alimenter avec leurs propres perspectives.

D) Propositions des OSI sur l'évolution à donner au secteur équitable

a) Garantir la plus grande valeur ajoutée possible aux producteurs

Parmi les OSI rencontrées, le GRET s'interroge sur l'intérêt que pourrait représenter, au sein des différents systèmes de commerce équitable, des exigences minimales sur la répartition de la valeur ajoutée. Cela consisterait à identifier un pourcentage minimum de la valeur ajoutée (VA) qui reviendrait au producteur et/ou un pourcentage maximum revenant au distributeur (par exemple, Ethiquable³² négocie avec la GMS pour que la marge prise ne représente pas plus de 25% de la VA totale du produit). Dans cette perspective, le GRET est en faveur :

³² Ethiquable est une organisation spécialisée de commerce équitable, membre de la PFCE.

- d'un affichage par les OCE (dans leur communication et sur leurs packagings produits) de la part de la VA totale du produit qui revient aux producteurs (comme une mention valorisante de la qualité sociale du produit)
- d'imposer des règles plus strictes à la grande distribution afin qu'elle limite ses marges sur les produits issus du commerce équitable.

b) Promouvoir un ajustement vers le haut des cahiers des charges du commerce équitable

Parmi les OSI rencontrées, certaines considèrent qu'il y a un véritable enjeu, afin que le secteur équitable garde sa pertinence et sa crédibilité, à ce qu'il s'inscrive dans une logique d'exigences croissantes en matière sociale et environnementale afin de faire évoluer à terme les pratiques des entreprises conventionnelles vers le haut. D'après elles, le secteur équitable aurait donc intérêt à se positionner dans une dynamique permanente de « surenchère qualitative ». Une telle surenchère pourrait permettre que les entreprises ne s'emparent pas du marché équitable sans avoir par ailleurs à développer des contreparties.

Cette « surenchère qualitative » pourrait prendre plusieurs formes :

- Une évolution des cahiers des charges du commerce équitable en incluant des critères sociaux et environnementaux plus exigeants pour les entreprises importatrices,
- La création de labels différenciés au sein du secteur équitable : Plusieurs OSI considèrent que, si à terme les contradictions au sein du secteur équitable deviennent trop fortes, on ne doit pas exclure la possibilité d'une « différenciation » au sein même du secteur équitable (par exemple, création d'un label de commerce équitable "petits producteurs").

c) Promouvoir le renforcement de la crédibilité du système FLO

Par le renforcement des dispositifs d'accompagnement des OP

Parmi les OSI rencontrées, AVSF s'interroge sur la capacité du système FLO tel qu'il est organisé aujourd'hui à accompagner un nombre croissant d'OP au Sud et considère que la question de l'accompagnement des OP et de la place à donner aux OSI appuyant ces OP a sans doute été quelque peu minimisée jusqu'alors dans le système FLO.

Par un renforcement de la participation des OP dans la gouvernance du système FLO

Dans la perspective d'une croissance et d'un changement d'échelle du commerce équitable, ISF identifie qu'il y a un enjeu à garantir à terme une négociation équilibrée entre les acteurs du sud et ceux des grandes marques du Nord. ISF et AVSF considèrent ce changement d'échelle possible que s'il y a une implication massive de ces acteurs dans les instances du système FLO, qui pourront ainsi prendre activement part aux réflexions stratégiques du secteur équitable.

En exigeant davantage de RSE de la part des entreprises conventionnelles, qui développent des produits labélisés équitables

La labellisation FLO/Max Havelaar des produits issus du commerce équitable n'engage aujourd'hui les entreprises conventionnelles commercialisant ces produits qu'à assurer la traçabilité du produit et à respecter les règles de l'OIT. ISF nous a fait part de sa volonté à faire évoluer les choses en rendant les marques dépendantes de l'équitable pour leurs produits phares. D'après ISF, le système FLO/Max Havelaar pourrait devenir plus exigeant en demandant, au travers de ses cahiers des charges, que les entreprises conventionnelles ayant des produits labélisés FLO/Max Havelaar qu'elles améliorent de manière significative leurs critères de responsabilité sociale et environnementale. « Une telle évolution pourrait être de nature à convaincre ceux qui soupçonnent les grandes marques de faire du « fairwashing » en labélisant seulement un ou deux produits. »³³

³³ Article « Commerce équitable labellisé : des évolutions nécessaires », publié dans la magazine AlterActif N°70 (2010) d'Ingénieurs Sans Frontière..

d) Développer un système de labellisation « allégé » pour les OP les plus petites et les plus vulnérables

Le GRET est favorable à engager une réflexion sur la création d'un système de labellisation « allégé » à destination des OP les plus petites et les plus défavorisées, qui ne peuvent pas faire face au coût et exigences de la certification. Un tel système, qui s'inspirerait des systèmes de certification participatifs (cf. expériences américaines), permettrait aux OP de petites tailles produisant au dessous d'un certain chiffre d'affaire d'accéder à la certification sans coût par le biais d'une certification participative qui impliquerait différents acteurs de la société civile (consommateurs, ONG, etc.).

4. Recommandations et synergies à encourager concernant l'appui au Sud

Cette étude a mis en évidence à la fois un fort degré d'implication des OSI françaises dans des partenariats avec des OP ou des OCE, et leur faible degré de connaissance du secteur. Parallèlement, l'implication sur le terrain importante des OSI sur des projets de commerce équitable ne s'accompagne pas de stratégies de capitalisation de ces expériences entre les OSI et les OCE concernées. Enfin, l'enquête révèle de fortes convergences d'analyse des OSI et des OCE concernant les modalités d'évolutions du commerce équitable. OSI et OCE partagent des positions communes fortes, mais peu de lieux de rencontres permettent d'acter ces convergences d'analyse et d'établir des stratégies communes afin de renforcer l'influence de ces positions dans le développement du commerce équitable.

Les recommandations suivantes pourraient permettre de combler l'écart existant entre des pratiques et positions communes et un manque d'échanges et de capitalisation.

A) Renforcer l'expertise et la diffusion d'expertise

Recommandation n°1: Améliorer le dialogue et la concertation entre OSI et OCE via la création d'un espace de dialogue pérenne.

Recommandation N°2 : Rendre possible un rapprochement institutionnel entre les deux têtes de réseaux des OCE et des OSI, que représentent la PFCE et Coordination Sud.

Recommandation n°3 : Mieux partager et capitaliser les résultats études et des travaux de recherche réalisés sur le commerce équitable avec les OSI.

Recommandation n°4 : Renforcer la participation des OSI dans les débats internes au secteur pour renforcer l'influence de leurs positions et leur prise en compte dans les évolutions du secteur.

B) Favoriser de meilleures coopérations sur le terrain

Cette étude vient confirmer que le schéma OP/ONG d'appui/OCE est un schéma indispensable qui permet de jouer les meilleures complémentarités entre OSI et OCE.

Recommandation n°5: Renforcer les échanges d'expérience entre les OSI concernant leurs activités d'appui aux OP de commerce équitable.

Recommandation n°6 : Renforcer les programmes de coopérations entre OCE/OSI et organisations de producteurs.

Recommandation n°7 : Encourager les acteurs de l'Aide Publique au Développement à favoriser le renforcement des projets de commerce équitable s'articulant autour de la relation OCE/OP/OSI, notamment via le dispositif de « Programme de Renforcement des Capacités Commerciales » (PRCC).

C) Promouvoir la participation des producteurs

Si les OSI françaises s'impliquent fortement sur le terrain dans des projets d'appui aux OP concernant la commercialisation de produits issus du commerce équitable, peu participent au renforcement de la capacité de ces OP à prendre part à la gouvernance des systèmes de commerce équitable. Or les critiques des OSI concernant certaines évolutions du commerce équitable convergent avec les positions des OP elles-mêmes. Il y a un enjeu important à ce que les OP soient également appuyées dans leurs capacités à prendre part à la construction des règles du jeu du commerce équitable et sa gouvernance, notamment au sein des réseaux internationaux FLO et WFTO.

Recommandation n°8 : Favoriser les liens et échanges d'expériences entre organisations de producteurs impliqués de différents pays et continents

Recommandation n°9 : Favoriser la prise de parole des OP dans les débats et les décisions concernant la régulation du commerce équitable (notamment via ses principaux labels).

D) Contribuer au développement d'un commerce équitable Sud-Sud

Une grande partie des OSI ont évoqué leur intérêt pour le renforcement des activités de promotion de l'agriculture familiale à travers la promotion de relations commerciales de proximité (marchés locaux et régionaux). En parallèles, les OP historiquement impliquées dans le commerce équitable Nord/Sud développent également des initiatives de commerce équitable local qui en reprend les grands principes.

Recommandation n°10 : appuyer les OP dans une réflexion sur le développement d'échanges Sud-Sud favorables aux petits producteurs et artisans, les conditions de diffusion du CE au Sud et la mise en place de circuits commerciaux courts

CHAPITRE 3 : EDUCATION AU DEVELOPPEMENT ET A LA SOLIDARITE INTERNATIONALE

« L'éducation doit aider l'homme à s'insérer, d'une façon critique, dans le processus historique, et se rendre libre, par la prise de conscience, du « syndrome » de l'avoir et la dépendance à la consommation » Paolo Freire, fondateur de l'éducation populaire au Brésil

L'éducation au développement et à la solidarité internationale représente un champ d'étude pertinent dans le cadre des relations entre OSI et acteurs de commerce équitable car il correspond à l'une des principales activités développées au Nord par les OSI et constitue, par ailleurs, l'un des principes d'action fondateur du mouvement du commerce équitable. Dans le cadre de ce chapitre, nous constaterons que mise en œuvre d'actions de sensibilisation et d'EAD est une mission commune aux OSI et aux OCE et ce, quelque soit leurs statuts (associations, entreprises, etc.).

1. Insertion du commerce équitable dans les activités d'EAD des OSI

A) Les pratiques d'EAD SI des OSI

L'éducation au développement (EAD) est une des principales activités développées au Nord par les OSI rencontrées. L'objectif est double : il s'agit de sensibiliser l'opinion publique aux problématiques de la solidarité internationale, mais aussi de contribuer au changement des mentalités et des comportements de chacun dans le but de contribuer individuellement et collectivement à la construction d'un monde juste, solidaire et durable. L'éducation au développement et à la solidarité internationale (EAD SI), considérée par certaines OSI comme l'un des piliers de leur action « a pour objectif de favoriser : la compréhension des mécanismes d'interdépendance et d'exclusion dans le monde, la prise de conscience de l'importance de la solidarité internationale comme facteur de changement social, l'action pour la construction d'un monde solidaire. »³⁴

a) Deux collectifs incontournables en matière d'éducation et sensibilisation à la solidarité internationale

La plateforme EDUCASOL et la Semaine de la Solidarité Internationale constituent aujourd'hui des lieux incontournables en matière de sensibilisation et d'éducation à la solidarité internationale, au sein desquels la thématique « commerce équitable » joue un rôle important. Les associations Artisans du Monde et Max Havelaar France appartiennent à ces deux collectifs.

▪ La Plateforme EDUCASOL : mutualisation des pratiques et outils d'EAD SI

La plate-forme EDUCASOL³⁵ a l'objectif de renforcer le positionnement des acteurs de l'éducation au développement et de contribuer à ce que les citoyens sensibilisés par le biais d'actions d'éducation

³⁴ Définition de l'EAD SI identifiée par la plateforme EDUCASOL .

³⁵ La plateforme EDUCASOL a pour membres : Aide et Action - CCFD - CEFODE – CFSI - CRID - Ecole de la Paix - Enfants Réseaux Monde-Services - Etudiants et Développement - Fédération Artisans du Monde - FORIM - Frères des Hommes - le GRAD - le GREF - Ingénieurs Sans Frontières - Juristes-Solidarités - Max Havelaar - ORCADES - le Partenariat, Centre Gaïa - Peuples Solidaires - RED - RITIMO -Les Scouts et Guides de France - Secours Catholique - Solidarité Laïque - Starting Block.

au développement et à la solidarité internationale, s'engagent en faveur des relations Nord- Sud plus justes et plus solidaires.

La plate-forme EDUCASOL met à la disposition de ses membres et des acteurs d'EAD en général :

- **un centre de ressources pédagogiques** : Ces outils pédagogiques disponibles à la vente s'adressent à tous ceux qui souhaitent s'informer, comprendre et agir en faveur d'une solidarité active et réfléchie. Plus d'une centaine d'outils pédagogiques très divers quant à leurs thématiques, leurs publics et leurs supports sont ainsi à la disposition des acteurs d'EAD.

- **une base de données d'échange d'expériences** : Cette base de données permet de capitaliser et de mutualiser les pratiques d'EAD mises en œuvre par les acteurs d'EAD et de les rendre accessible à d'autres sous la forme d'un centre de ressources accessible sur le site internet de la plateforme.

- **une base de données d'outils pédagogiques** : Une base de données d'outils pédagogiques est également accessible sur le site internet de la plateforme.

■ **La Semaine de la Solidarité Internationale : le temps fort de sensibilisation grand public à la SI**

La Semaine de la Solidarité Internationale (SSI)³⁶ (chaque année durant la 3eme semaine de novembre) vise à faire connaître et à sensibiliser les français aux questions de solidarité internationale.

La consommation responsable au cœur de la SSI :

- Parmi les activités de sensibilisation réalisées dans le cadre de la SSI on constate de très nombreuses actions en lien avec la consommation responsable au sens large : finances solidaires, tourisme solidaire et équitable et commerce équitable constituent 3 des 14 thématiques identifiées dans la cadre de la campagne.

- L'action « consommer responsable » est identifiée comme l'une des 9 actions pouvant être menées par le citoyen désireux d'agir en faveur de la solidarité internationale : « *En étant plus exigeant sur la provenance et la fabrication des produits que nous consommons, nous favorisons le respect des droits à la santé, au logement, à l'éducation, au travail... et nous participons à assurer une rémunération plus juste des producteurs locaux.* » au sein de laquelle la consommation équitable est identifiée en tant que telle.

La place significative du commerce équitable dans la SSI

Depuis sa création, MHF et la FADM sont membres du comité de pilotage national de la SSI et mobilisent leurs réseaux locaux autour de cet événement. Les groupes locaux du réseau MHF et les associations locales FADM vont généralement s'investir activement au sein des comités de pilotage locaux (à l'échelle locale ou départementale) de préparation de la SSI. La SCOP Ethiquable a également mené des actions de sensibilisation au commerce équitable dans le cadre de la SSI 2010.

Quelques chiffres

Nombre d'activités organisées sur la thématique « commerce équitable » : Environ 360 activités en 2009 (soit environ 22%), 387 activités en 2010.

La thématique « commerce équitable » : 5eme thématique abordée (sur 14) en 2009, 6eme thématique abordée (sur 14) en 2010.

³⁶ Les organisations membres de la SSI sont les suivantes : Amnesty International, Aide et Action –Animafac- Centraider- CCFD - CFSI – Coordination Sud-CRIDA – CUF- Etudiants et Développement - Fédération Artisans du Monde – FSU – FFMJC – France Volontaires – Fédération Léo Lagrange -- Max Havelaar – Oxfam France - Peuples Solidaires - RADSIS - RITIMO - Secours Catholique – Secours Islamique - Solidarité Laïque - Starting Block.

b) La promotion de la « consommation responsable », comme thématique transversale des activités d'EAD des OSI

La promotion de la consommation responsable est fréquemment abordée dans les activités d'EAD des OSI, et apparaît généralement comme une thématique transversale à d'autres :

- **Consommation responsable & agriculture familiale** : La consommation responsable est abordée par certaines OSI comme un moyen de défendre l'agriculture familiale au Nord comme au Sud. Par exemple, le CFSI affiche sa volonté de « Reconstruire la chaîne alimentaire: promotion d'une agriculture familiale et d'une consommation responsable. Dans cette perspective, le festival de films Alimen'Terre, met en évidence certaines dérives de la production alimentaire et aborde la question de consommation responsable comme une recherche de cohérence globale du citoyen dans ses comportements. De son côté, ISF fait la promotion de la consommation responsable en s'investissant dans le développement de plusieurs AMAP sur les campus universitaires.
- **Consommation responsable & solidarité internationale** : La consommation responsable permet de mettre en évidence comment les choix de consommation au Nord ont un impact au Sud. Par exemple, la SSI a fondé son action de sensibilisation sur cette « notion d'interdépendance Nord-Sud et propose pour ce faire différentes pistes d'actions concrètes, dont la « consommation responsable » identifiée au sens large (tourisme équitable et solidaire, circuits courts, éthique, etc.).
- **Consommation responsable & respect des droits fondamentaux** : Le collectif de l'Éthique sur l'étiquette fait la promotion des achats socialement responsables auprès de publics divers (grandes distributions, collectivités territoriales, associations de consommateurs, etc.) afin de sensibiliser les citoyens au respect des droits fondamentaux et à la qualité éthique des produits, qu'ils consomment.

B) Des pratiques nombreuses et variées d'EAD des OSI en matière de commerce équitable

Certaines OSI rencontrées mènent des actions d'éducation au commerce équitable afin de favoriser son développement auprès du grand public. Ces actions sont généralement mises en œuvre par leur réseau de bénévoles alors que le siège de l'organisation propose des formations et des outils pédagogiques sur le commerce équitable. Organisées plusieurs fois dans l'année et notamment pendant la Semaine de Solidarité Internationale et la Quinzaine du Commerce Équitable, ces actions d'éducation au développement et au commerce équitable se font souvent en partenariat avec des associations locales Artisans du Monde, et peuvent être accompagnées de vente de produits de commerce équitable.

- **Les pratiques et outils d'EAD des OSI**

	Pratiques d'EAD	Outils d'EAD
CCFD	- Fort engagement des bénévoles du CCFD autour des questions de CE (et en lien avec les problématiques connexes que sont l'agriculture et la consommation) - La quinzaine du commerce équitable est vécu comme un temps fort des groupes locaux CCFD - Proximité des réseaux CCFD avec réseaux FADM et MHF	- kit commerce équitable (2005) - utilisation et diffusion des outils pédagogiques de la FADM
AVSF	Une offre de formations au développement rural international (à destination des étudiants, professionnels et collectivités territoriales), qui inclut un module sur les impacts du CE au Sud	- Kit commerce équitable
ISF	Sensibilisation et Vente de produits équitables sur les campus Session de formations annuelles sur le thème du commerce équitable à destination des bénévoles de l'association	Publication d'articles sur le commerce équitable dans leur magazine "AlterActif »
CFSI		Recueil d'outils d'éducation au développement ALIMENTERRE qui inclut des outils pédagogiques en lien avec le CE
Secours Catholique	Sensibilisation des bénévoles du réseau Caritas à la consommation équitable	

- **Des têtes de réseaux moins engagées que leurs bénévoles**

En matière d'activités d'EAD menées en lien avec le commerce équitable, il est à noter qu'il existe une déconnexion importante dans la pratique entre les politiques d'EAD des têtes de réseaux nationaux des OSI et les pratiques de leurs réseaux locaux. Plusieurs OSI rencontrées (Peuples Solidaires, Frères des Hommes, CCFD, etc.) ont mis en évidence la proximité qu'entretiennent les bénévoles de leur réseaux locaux avec les bénévoles des réseaux de certains acteurs de commerce équitable, tels que la FADM et MHF : participation à des événements communs (SSI, Quinzaine du commerce équitable, Semaine du développement durable, etc.), investissement dans d'autres associations, etc. Dans ce contexte, il convient de mentionner que certaines de ces pratiques ne sont pas toujours pleinement assumées ou accompagnées par les sièges des OSI elles-mêmes, et desquelles ils préfèrent souvent se distancier.

- **Des produits équitables, qui permettent aux OSI de sensibiliser leurs réseaux et de lever des fonds propres**

Plusieurs OCE membres de la PFCE, nous ont fait part des relations commerciales qu'elles entretiennent avec plusieurs OSI françaises (parmi lesquelles WWF, Action contre la faim, Amnesty International, le CCFD, Handicap International, Ingénieurs Sans Frontières, etc.), qui vont acheter des produits issus du commerce équitable afin de les revendre sous la forme d'objets promotionnels (catalogue de Noël, vente en ligne, etc.). Les OSI poursuivent généralement un double objectif à travers cette vente de produits du commerce équitable: elle permet de sensibilisation des réseaux de bénévoles et de donateurs des OSI au commerce équitable et à la consommation responsable ; à cet objectif de sensibilisation peut alors s'ajouter celui de rassembler des fonds pour financer les activités de la structure, siège ou association locale de bénévoles.

C) Un dépassement de la dimension Nord/Sud, comme élément constitutif des démarches éducatives des OSI

Les OSI rencontrées qui s'investissent le plus dans des actions d'EAD au Nord, ont mis en évidence de nouveaux questionnements, qui traversent le secteur de l'EAD SI et qui convergent tous vers une tendance au dépassement de la dimension Nord-Sud pour une approche éducative, qui allie davantage les dimensions « locale » et « globale ».

■ Une volonté de mieux articuler les dimensions EAD et plaidoyer

Une enquête réalisée par EDUCASOL sur l'intégration de l'EAD dans les stratégies de ses membres met en évidence que la place de l'EAD est de plus en plus importante pour les OSI françaises, qui la voient comme un enjeu crucial de mobilisation de la société civile dans une recherche de cohérence accrue avec leurs projets d'appui au Sud. Dans cette perspective, les acteurs d'EAD SI de la plateforme EDUCASOL se questionnent sur comment mieux croiser la démarche éducative et la démarche de plaidoyer (incluant des propositions concrètes pour que le citoyen devienne acteur de changement). Au sein du réseau du CCFD-Terre Solidaire, certains groupes locaux vont de plus en plus de plus en plus fréquemment s'afficher sur des problématiques Nord-Nord (migrations, Roms, défense de l'agriculture familiale en France, etc.) et mener des actions concrètes en ce sens. Le CCFD souhaite ainsi s'inscrire dans une logique de formation de « militants au Nord » capables de mener des actions concrètes de transformation sociale et d'influer sur les lieux de gouvernance au Nord.

■ De l'éducation au développement à une éducation à la "citoyenneté active"

Les membres d'EDUCASOL discutent actuellement sur l'enjeu de maintenir la relation Nord-Sud comme élément constitutif déterminant de la démarche éducative de ces OSI. Parmi les membres d'EDUCASOL, certains acteurs d'EAD ont récemment modifiés leur approche d'EAD SI pour se positionner davantage comme "acteur d'éducation à la citoyenneté" (Starting Block) ou formateur « d'acteurs de transformation sociale au Nord » (CCFD-Terre Solidaire).

Par exemple, le CCFD-Terre Solidaire revoit sa démarche d'EAD en passant d'une logique de "campagnes thématiques annuelles" à une logique de "projet régionaux et locaux d'animation et d'EAD" qui mettraient davantage en adéquation les thèmes de travail permanents au CCFD³⁷ avec les réalités régionales ou départementales, auxquelles sont confrontées localement les groupes de bénévoles du CCFD (régions à dominante agricole, territoires avec des taux de chômage particulièrement élevés, régions concernées par l'intégration de populations immigrées, etc.). De son côté, Frères des Hommes propose chaque année à destination d'un public de jeunes de 20 à 30 ans un programme européen de formation « Hémisphères » sur le thème des « mobilisations citoyennes ». Cette formation est assurée par les partenaires du sud de Frères des Hommes, qui viennent partager leurs expériences en matière mobilisations citoyennes au Sud (défense de l'agriculture familiale, etc.).

■ Des campagnes thématiques des OSI qui font converger les solidarités/luttes au Nord comme au Sud

Parmi les OSI et collectifs d'OSI rencontrés, il y a une tendance croissante à identifier des problèmes et des causes similaires au Nord comme au Sud. Il y a une prise de conscience que les populations au Nord comme au Sud subissent les conséquences des dysfonctionnements du système libéral (crise économique, crise écologique, etc.), sur lesquelles il faut agir conjointement.

■ Au CCFD, nombreux sont les bénévoles sensibles aux questions de consommation et d'agriculture locales : AMAP, circuits courts, initiative de type « Terre de liens », « voyages

³⁷ Parmi les thèmes de travail permanents du CCFD-Terre Solidaire: souveraineté alimentaire, paix/conflits, ESS, financement du développement, migrations, égalité homme femme, RSE).

d’immersion » effectués par les bénévoles auprès d’agriculteurs français plutôt que dans les pays du Sud, etc. Face à cette tendance, le CCFD souhaite approfondir sa réflexion sur l’engagement citoyen à travers les échanges Nord/Nord, par exemple avec le développement de réseaux de type « Associations pour le maintien d’une l’Agriculture Paysanne (AMAP)», la valorisation de la notion de « produits du terroir ».

- Frères des Hommes valorise des acteurs du Nord et du Sud engagés pour une alimentation saine, une consommation responsable et le développement des agricultures paysannes au sein de sa campagne « Mondialisons nos Solidarités ». A travers cette initiative, Frères des Hommes permet aux citoyens, paysans et militants du Nord et du Sud de réfléchir ensemble aux solutions mises en place pour développer une agriculture paysanne qui permet de nourrir localement les populations, en quantité mais aussi en qualité.

- Du côté des OSI membres du CFSI, il y a une volonté de mettre en évidence les similarités Nord-Sud sur les questions agricoles et à trouver des fils structurants qui n’opposent pas des producteurs en difficulté du Nord et du Sud. Ainsi, le discours du collectif portera sur la promotion des circuits courts (AMAP, etc.), une réforme de la PAC (qui bénéficie aux producteurs du Nord sans impacter ceux du Sud), soit un discours « pro-paysan » de défense de ceux « qui nourriront le monde demain ».

2. Des acteurs de commerce équitable également impliqués dans des activités d’EAD

L’EAD SI du grand public constituent l’une des démarches inhérentes au secteur équitable ainsi qu’une mission centrale des acteurs de commerce équitable.

A) La sensibilisation et l’éducation au développement au cœur de la définition du commerce équitable

L’enjeu de sensibilisation et d’éducation au développement du grand public est inhérent au concept même de commerce équitable, tel que définit par FINE ou tel que mentionnés dans l’accord Afnor ou le référentiel établi pour la Commission Nationale du Commerce Equitable (CNCE).

<p>La définition internationale du commerce équitable par FINE³⁸</p>	<p>« Le commerce équitable est un partenariat commercial, fondé sur le dialogue, la transparence et le respect, dont l'objectif est de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions commerciales et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés, tout particulièrement au Sud de la planète. Les organisations du commerce équitable (soutenues par les consommateurs) s’engagent activement à soutenir les producteurs, à sensibiliser l’opinion et à mener campagne en faveur de changements dans les règles et pratiques du commerce international conventionnel. »</p>
<p>L’accord AFNor « AC X50-340 - Commerce équitable » de 2006 qui reconnaît 3 principes fondamentaux du commerce équitable</p>	<p>1 - L’équilibre de la relation commerciale entre les partenaires ou co-contractants 2 - L’accompagnement des organisations de producteurs et/ou de travailleurs engagés dans le commerce équitable 3 - L’information et la sensibilisation du consommateur, du client, et plus globalement du public, au commerce équitable</p>

³⁸ FINE est une coordination informelle des acteurs du commerce équitable réunissant les grands réseaux internationaux (FLO, WFTO, EFTA).

<p>La Commission Nationale du Commerce Equitable³⁹ <i>qui a établi un référentiel reconnaissant les principes du commerce équitable (2010)</i></p>	<p>« Critère 3 : Actions d'accompagnement des producteurs, d'information et de sensibilisation du public Sensibilisation du public aux enjeux du commerce équitable Le demandeur de la certification déploie des actions d'information et de sensibilisation du public sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> -les enjeux du commerce équitable, et le commerce international - les organisations de la filière -les produits (composition, traçabilité, ..) <p>Le demandeur organise, participe ou relaie des campagnes pour sensibiliser les publics visés (particuliers, entreprise, élus, etc. Il propose des évolutions des règles aux bénéficiaires des OP et il amène les publics ciblés à agir (réglementation, consommation, soutien à la filière, etc.)»</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

B) La mission de sensibilisation et d'EAD des acteurs de commerce équitable

Il existe un continuum d'actions mises en œuvre par tous les acteurs de commerce équitable afin de sensibiliser et/ou d'éduquer le grand public au commerce équitable.

a) Les enjeux de l'EAD pour les principaux acteurs de commerce équitable

<p>PFCE <i>(Chartre à laquelle adhèrent les organisations membres)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Informers les citoyens sur les mécanismes du commerce international, ses dysfonctionnements et ses incohérences. - Sensibiliser les citoyens aux enjeux du commerce équitable en favorisant la circulation d'informations sur l'intérêt de l'amélioration de la qualité sociale et environnementale des produits et services. - Promouvoir une consommation responsable et un changement de mode de consommation par une prise de conscience individuelle et collective.
<p>Fédération Artisans du Monde</p>	<p>Les enjeux de l'éducation au commerce équitable dans la construction d'un monde plus juste :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Promouvoir une consommation responsable qui induit des changements de modes de vie à travers une prise de conscience individuelle et collective des rapports entre la crise socio environnementale et les rapports de production et de consommation actuels. - Promouvoir une économie solidaire qui permet aux personnes de défendre l'adhésion à des valeurs éthiques non axées sur le profit. - Promouvoir des mobilisations citoyennes qui visent à des régulations internationales et démocratiques.
<p>Max Havelaar France</p>	<p>Promouvoir le label Max Havelaar et sensibiliser les Français sur le commerce équitable Max Havelaar France sensibilise l'opinion publique au commerce équitable. Elle organise des campagnes qui sont relayées par les militants d'un réseau de 44 groupes locaux. Elle travaille aussi en partenariat avec d'autres institutions, entreprises ou associations, et rédige des documents qui font référence.</p>

b) Des pratiques de sensibilisation et d'EAD menées par tous les acteurs de commerce équitable

- **Des pratiques très variées**

³⁹ La Commission Nationale du Commerce Equitable (CNCE), née en 2010 de la loi du 2 août 2005 et du décret du 16 mai 2007, viendra reconnaître les labels de Commerce Equitable développés par la société civile.

Il existe un large spectre d'actions mises en œuvre par l'ensemble des organisations de commerce équitable (entreprises ou associations) en matière de sensibilisation et d'éducation au commerce équitable. Ces derniers s'investiront plus ou moins dans ce champ en fonction de leurs missions et compétences particulières et au travers d'activités diverses telles que :

- La mise à disposition d'information concernant l'origine des produits issus du commerce équitable et les spécificités des coopératives de producteurs sur les sites internet des acteurs marchands de commerce équitable ou le packaging des produits,
- Des interventions auprès des écoles primaires, collèges, lycées, écoles de commerce,
- La création d'outils pédagogiques sur le commerce équitable,
- Des conférences, débats, ou ateliers à destination du grand public,
- Des conférences de presse et événements organisés autour de témoignages de producteurs du Sud
- Etc.

Les associations, comme Artisans du Monde, possèdent des ressources et une expertise propres pour développer de véritables actions d'EAD (cf. ci-dessous). De leur côté, les entreprises spécialisées du secteur (profil des membres de la PFCE) participent plutôt à des actions de sensibilisation. Elles sont particulièrement exemplaires dans la mise à disposition d'informations concernant leurs partenaires du Sud et leurs pratiques commerciales (packagings, site internet, etc.) et participent régulièrement à des conférences, des débats sur la consommation responsables et le commerce équitable. Certains entrepreneurs sont également particulièrement engagés avec les grandes écoles et les universités et un certain nombre d'entre eux interviennent dans des cours sur la responsabilité sociale et environnementale des entreprises, sur l'entrepreneuriat social et le commerce équitable.

■ Des événements à l'initiative de la PFCE et de ses membres

- **La campagne nationale « Territoires de Commerce Équitable »⁴⁰** : Déclinaison française de la campagne internationale « Fair Trade Towns », cette campagne vise à sensibiliser les collectivités territoriales aux enjeux du commerce équitable et à les rendre elles-mêmes actrices de sensibilisation sur cette question auprès des différents acteurs de leurs territoires (écoles, commerçants, entreprises, etc.) et du grand public.

- **La Quinzaine du Commerce Équitable** : A l'initiative de la PFCE et organisée depuis 10 ans au mois de mai, la Quinzaine du Commerce Équitable a pour objectif de sensibiliser le grand public au commerce équitable partout en France. Elle dispose d'un site internet qui permet de fédérer et de promouvoir toutes les actions et événements organisés pendant la Quinzaine.

La Quinzaine du Commerce Équitable
www.quinzaine-commerce-equitable.fr

Quelques chiffres

Nombre d'événements organisés : **400 activités en 2009, 452 activités en 2010.**

Nombre d'organisations participantes : **94 organisations en 2009, 219 organisations en 201.**

Type d'événements organisés

Actions de rue, animations culturelles, animations en magasins, animations en milieu scolaire, organisation de brunch équitables, exposition-Vente, marchés équitables, projections-conférences-débats, accueil de partenaires du Sud, etc.

⁴⁰ Cette campagne est co-portée par la FADM, MHF et la PFCE. Pour en savoir plus : www.territoires-ce.fr.

■ Des outils d'EAD créés par les acteurs de commerce équitable

- **Le rôle significatif de la FADM dans la création d'outils d'EAD sur le commerce équitable** : la FADM édite de nombreux outils pédagogiques (Dessins animés, vidéos, exposition, manuels, kit d'animation, etc.) afin d'informer, sensibiliser et éduquer aux dysfonctionnements du commerce international et à l'alternative du commerce équitable, aussi bien les enfants, les jeunes que les adultes. FADM dispose d'un catalogue « Informer, Sensibiliser, Eduquer à la découverte du commerce équitable⁴¹ » qui rassemble leur outils et publications à destination des associations locales ADM, des enseignants et animateurs. Depuis de nombreuses années FADM a produit des outils d'EAD de qualité, qui sont utilisés par d'autres OSI françaises.

- **Un centre de ressources pédagogiques sur le commerce équitable**: Créé par Equi'Sol (acteur de promotion du commerce équitable et membre de la PFCE), le centre de ressources « EDUCATION EQUITABLE »⁴² met à disposition des acteurs d'EAD et des enseignants une centaine d'outils pédagogiques et de fiches expériences sur l'éducation au commerce équitable.

C) Exemples de MHF et de la FAdM, qui ont placé l'EAD au cœur de leur mission de commerce équitable

La Fédération Artisans du Monde et Max Havelaar France sont deux associations historiques dans le secteur français du CE, qui incarnent chacun une vision du commerce équitable, respectivement la filière intégrée et filière labellisée.

a) Des acteurs de commerce équitable incontournables dans le paysage des collectifs d'OSI

Les associations Fédération Artisans du Monde et Max Havelaar France appartiennent toutes deux aux collectifs d'OSI suivants :

- le CRID,
- Coordination Sud,
- la Plate-forme EDUCASOL
- le comité de pilotage de la Semaine de la Solidarité Internationale.

Au sein de ces collectifs, ces deux acteurs de commerce équitable ont été tout particulièrement porteurs de la réflexion sur l'articulation entre les dimensions Nord et Sud, la thématique « commerce équitable » ayant permis de visualiser concrètement les enjeux Nord-Sud et la notion d'interdépendance (fondement de l'EAD SI).

L'importance des réseaux locaux : Afin de mener des activités de sensibilisation et d'éducation au développement, l'existence des réseaux de bénévoles est cruciale. En effet, ce sont généralement les bénévoles qui organisent, en partenariat avec d'autres structures (écoles, cafés, associations, églises, etc.), des activités de sensibilisation et d'EAD rencontres à l'échelle locale. La capacité de la FADM et de MHF à s'investir activement en matière de sensibilisation au commerce équitable et d'EAD repose sur l'existence de réseaux forts : 140 associations locales Artisans du monde et 45 groupes locaux Max Havelaar France.

⁴¹ Version 2010, téléchargeable sur :

<http://www.artisansdumonde.org/ressources/education/143-catalogue-des-outils-pedagogiques/download.html>

⁴² Accessible sur internet à l'adresse suivante : www.educationequitable.com

b) Deux acteurs aux missions complémentaires en matière de sensibilisation et d'EAD

▪ La mission de sensibilisation du grand public de Max Havelaar France

Les OSI rencontrées s'accordent à dire que l'association Max Havelaar France a joué un rôle important en matière de sensibilisation du grand public au commerce équitable et a largement contribué à atteindre un taux de notoriété du commerce équitable très élevé en France (96% en 2009 contre 9% en 2000). Ce travail de sensibilisation a également été permis grâce aux temps forts annuels, que représentent la Quinzaine du Commerce Equitable et la Semaine de la Solidarité Internationale, au sein desquels Max Havelaar France s'est largement investi.

▪ Une mission éducative de la FADM largement reconnue

La Fédération Artisans du Monde, avec son réseau de 6500 bénévoles, propose des animations pédagogiques diverses : des interventions en milieu scolaire, des formations et des conférences-débats. Leurs compétences dans ce domaine sont largement reconnues : les associations Artisans du Monde ont été agréées par le Ministère de l'Education Nationale en tant qu' "associations éducatives complémentaires de l'enseignement public" et la FADM a été agréée par le Ministère de la Jeunesse et des Sports en tant qu' "association nationale de jeunesse et éducation populaire".

Fort de son réseau de 140 associations locales, la FADM est également un relais efficace de campagnes nationales d'EAD. Quelques exemples en attestent: le fort investissement de la FADM dans le programme de sensibilisation et EAD « Une seule planète ! » du CRID, l'investissement des associations locales Artisans du Monde dans la diffusion de la campagne et du Festival de films Aliment'Terre, etc.

3. Divergences des représentations du commerce équitable au sein des OSI

A) Un recours ambivalent au commerce équitable comme outil d'EAD

a) Un consensus des OSI sur l'intérêt du commerce équitable comme outil d'EAD

Fondé sur les valeurs de justice et d'équité, et concrétisé dans des produits du quotidien, le commerce équitable apparaît pour les OSI une porte d'entrée pertinente dans leurs activités d'EAD: il permet de matérialiser la dimension Nord-Sud et les mécanismes d'interdépendance liés à la globalisation des économies et des échanges.

C'est un outil efficace d'EAD, qui répond clairement au triptyque: « informer – sensibiliser – mobiliser » : Le commerce équitable permet à la fois d'informer le citoyen sur l'impact au Sud de ses pratiques de consommation, de le sensibiliser à l'enjeu de l'amélioration de la qualité sociale et environnementale des produits et services, et enfin de le mobiliser en lui proposant un acte concret d'achat.

C'est un outil très souvent utilisé par les OSI en introduction à des activités d'EAD qu'elles mènent sur de nombreux autres thèmes connexes : inégalités de développement, souveraineté alimentaire, fonctionnement du commerce international, etc.

b) Des OSI conscientes de l'enjeu d'approfondissement de la sensibilisation au commerce équitable

La grande majorité des OSI interrogées, et notamment celles étant membres de la plateforme EDUCASOL, font cependant preuve de vigilance vis-à-vis du commerce équitable quand il apparaît comme une solution trop concrète et immédiate aux citoyens désireux d'être acteur de changement ici et là-bas. Selon certaines OSI, il existe un risque avec le commerce équitable de cantonner les citoyens à un « acte de charité » qui satisferait facilement l'individu sans induire d'autres changements dans son comportement de citoyen. Selon les OSI rencontrées, il y a un véritable enjeu à dépasser l'acte individuel et isolé d'achat du consomm'acteur, pour inscrire le citoyen dans une mobilisation citoyenne plus globale.

c) Une stratégie différenciée des acteurs de commerce équitable : communication versus EAD

Plusieurs des OSI rencontrées mettent en évidence une différence significative dans les approches de la FADM et de MHF en matière d'éducation au commerce équitable: considérant FADM comme un acteur à part entière d'EAD SI, et reprochant à MHF de s'être trop éloigné de cette mission éducative pour s'inscrire davantage dans une démarche de communication. Plusieurs OSI regrettent que MHF ne se soit pas intégré davantage dans une réelle démarche d'EAD en ne proposant pas suffisamment à son réseau et aux citoyens désireux de s'engager en faveur du commerce équitable des campagnes de plaidoyer et des outils d'EAD en conséquence.

B) Un positionnement contradictoire sur les enjeux

Avec un taux de notoriété record du commerce équitable en France (96% en 2009), les OSI faisant l'objet de cette étude ont été interrogées afin de savoir si la sensibilisation et/ou l'éducation des citoyens au commerce équitable reste un enjeu important dans la société française.

- **Des OSI et collectifs d'OSI conscients des limites associées à un fort taux de notoriété du commerce équitable**

La grande majorité des OSI interrogées est consciente du fait qu'un fort taux de notoriété du commerce équitable ne signifie pas nécessairement que les principes du commerce équitable sont bien compris et connus du consommateur et n'implique pas nécessairement le déclenchement de l'acte d'achat équitable ou responsable chez le citoyen.

- **Des OSI sensibles à l'enjeu de voir progresser la consommation responsable et équitable en France**, dans un contexte :

- d'insuffisante traduction du taux de notoriété du commerce équitable en actes d'achat : malgré le doublement du chiffre d'affaires du commerce équitable entre 2004 et 2007, la consommation équitable par habitant est de l'ordre de 3,3€/an en France en 2007 et reste inférieure à la moyenne européenne (4€/an).

- d'opportunités importantes de sensibilisation à la consommation responsable auprès des cibles traditionnelles d'EAD : les enfants, adolescents et jeunes adultes (18-30 ans), qui sont généralement des publics cibles souvent identifiés par les OSI pour leurs activités d'EAD, constituent des publics privilégiés pour les questions de consommation responsable auxquelles il sont particulièrement réceptifs.

- **Cependant, les OSI ne placent plus l'éducation au commerce équitable au sein de leurs politiques d'EAD**

Les OSI interrogées souhaitent majoritairement voir se poursuivre l'éducation au commerce équitable mais ne placent plus le commerce équitable au sein de leurs thématiques ou stratégies d'EAD.

C) Des points d'attention formulés par les OSI

a) L'enjeu de réconcilier consommation locale et consommation équitable

Les OSI interrogées souhaitent mettre en cohérence la consommation de produits locaux et la consommation de produits issus du commerce équitable. Selon elles, il y a un enjeu à faire une distinction au sein des filières équitables entre les produits qui sont disponibles localement et les produits pour lesquels un commerce international (et équitable si possible) est indispensable (café, cacao, thé, etc.). Il y a une volonté de mieux articuler consommation locale et consommation équitable, sans les mettre en opposition et ce dans une recherche de cohérence dans les comportements. Il convient ici de rappeler que les produits issus du commerce équitable sont pour leur grand majorité des produits agricoles (café, cacao, riz, thé, oranges, etc.) ou artisanaux tropicaux ne pouvant être produits en Europe et n'entrant donc pas directement en concurrence avec la production locale. Certaines des OSI interrogées voient également un enjeu à ce que l'impact environnemental (empreinte écologique et bilan carbone) des produits issus du commerce équitable puisse être évalué afin de permettre aux consommateurs d'effectuer des choix cohérents.

b) Un acte d'achat équitable qui ne s'accompagne pas nécessairement d'une sensibilisation du citoyen

- **Achats équitables dans la grande distribution ou dans les boutiques spécialisées, un débat qui existe aussi entre les acteurs de commerce équitable**

Certaines OSI interrogées effectuent une distinction entre l'acte d'achat effectué dans la grande distribution et l'acte d'achat effectué dans les lieux spécialisés de distribution (boutiques bio ou boutiques spécialisées de commerce équitable). Ces dernières considèrent que l'achat équitable est un acte d'achat, qui dans le cadre de la grande distribution ne donne pas lieu à une sensibilisation du consommateur mais peut avoir un impact différent sur le citoyen s'il est accompagné d'une explication ou d'une documentation, comme cela est plus souvent le cas dans le cadre des boutiques spécialisées.

- **Les boutiques spécialisées de commerce équitable : un lieu privilégié de sensibilisation ?**

Les OSI interrogées sont assez partagées quant à considérer les lieux spécialisés de distribution (boutiques bio ou boutiques spécialisées de commerce équitable) comme des lieux privilégiés de sensibilisation du consommateur. Certaines considèrent que les boutiques spécialisées de commerce équitable continuent à être des lieux de sensibilisation donnant accès à de la documentation, des brochures et explications diverses sur le commerce équitable, etc. De tels lieux peuvent contribuer à un travail de sensibilisation à moyen ou long terme auprès des citoyens. D'autres OSI émettent la critique selon laquelle l'achat de commerce équitable dans ces lieux n'est pas toujours suffisamment accompagné d'un discours approprié et explicite concernant le commerce équitable : le produit issu du commerce équitable étant parfois présenté sous un angle « exotique » sans que soit abordé l'histoire des producteurs et de leur coopérative et l'impact du commerce équitable sur leurs communautés, etc. Pour certaines OSI, il y a un véritable enjeu à ce que les boutiques spécialisées de commerce équitable soient en mesure d'adresser aux consommateurs un discours professionnel sur le commerce équitable, ses enjeux et ses impacts.

4. Convergences et synergies possibles entre OSI et OCE en matière d'EAD

Le commerce équitable est clairement identifié par les OSI et collectif d'OSI comme un sujet pertinent d'EAD. Mais, celles-ci face à la montée en puissance d'autres thématiques et face aux interfaces limitées qu'elles peuvent avoir avec les OCE, investissent moins sur la thématique que dans le passé. Seules les plus grosses organisations de commerce équitable (Fédération Artisans du Monde et Max Havelaar France) ont des relations régulières et institutionnelles avec les collectifs d'OSI concernant les problématiques d'EAD SI. Par ailleurs, OSI, comme OCE sont dans une dynamique de rapprochement avec d'autres initiatives de consommation responsables centrées sur les enjeux locaux en France. Cette dynamique de rapprochement avec les dynamiques territoriales gagnerait en pertinence et en efficacité, si des initiatives étaient menées conjointement.

A) Opérer un rapprochement stratégique entre les OSI et les OCE en matière d'EAD

Recommandation n°1 : La PFCE développe un cadre de discussion avec les OSI actives dans le champ de l'EAD afin d'échanger sur les principaux enseignements du CE pouvant être valorisés dans le cadre des activités d'EAD des OSI.

Recommandation n°2 : Les OCE devraient être plus proactives dans la diffusion de l'expertise qu'elles développent auprès des responsables EAD des OSI (études l'impact du CE, études de consommation, etc.).

Recommandation n°3 : Mieux faire connaître la campagne "Territoires de Commerce Equitable" aux OSI investies sur les questions de consommation responsable (afin qu'elles s'en saisissent localement, participent aux conseils locaux du commerce équitable créés dans le cadre de la campagne, etc.).

B) Mener des campagnes d'EAD sur des thématiques qui n'opposent pas les solidarités au Nord et les solidarités au Sud

Recommandation n°4 : Renforcer les cadres de discussion entre OSI et OCE sur la problématique de la consommation responsable.

Il y a un enjeu à utiliser l'attractivité du commerce équitable pour aborder des sujets et thématiques qui lui sont connexes. Parmi les sujets connexes au commerce équitable identifiés par les OSI et qui leur paraissent intéressants à exploiter en matière d'EAD, on observe des thèmes relatifs :

- à la problématique des droits fondamentaux : « droits économiques, sociaux et culturels », droit à une rémunération juste, droit à l'alimentation, justice sociale.
- aux problématiques agricoles et environnementales : respect de l'environnement, développement durable, agriculture biologique, surexploitation des ressources au Sud, mode de production durable, agriculture paysanne.
- à l'éthique au travail : droits de l'homme au travail, juste rémunération du travail, autonomie des producteurs.
- aux règles du commerce international.

Recommandation n°5 : La PFCE et ses membres renforcent leur participation à des campagnes d'EAD portées par les OSI concernant les thèmes mentionnés ci-dessus.

C) Poursuivre l'éducation au commerce équitable auprès du grand public

- **En rejoignant les lieux identifiés comme pertinents en matière de sensibilisation au CE**

La Semaine de la Solidarité Internationale est identifiée comme un lieu incontournable d'EAD SI qui a activement contribué à la sensibilisation au commerce équitable et qui continue d'être un lieu de diffusion des messages liés au commerce équitable.

Recommandation n°6 : La PFCE renforce sa participation à la Semaine de la Solidarité Internationale et encourage les collaborations entre ses membres et les OSI.

- **En développant des outils d'EAD sur la thématique « commerce équitable »**

Plusieurs des OSI rencontrées (CCFD, ISF, etc.) ont fait part de :

- leur inquiétude quant à la capacité actuellement réduite de la FADM a contribué à produire de nouveaux outils d'EAD sur le thème du commerce équitable.
- leur intérêt pour que la PFCE (ou d'autres acteurs de commerce équitable) les appuie dans la création d'outils d'EAD sur le thème du commerce équitable.

Recommandation n°7 : La PFCE devrait renforcer sa capacité à accompagner les OSI, qui désirent produire des outils d'EAD autour du commerce équitable. Elle doit mieux diffuser les résultats de ses travaux (production d'expertise sur l'environnement, sur l'impact du commerce équitable, etc.) et favoriser les mises en relations entre OSI et OCE.

D) Renforcer les capacités des boutiques spécialisées de commerce équitable à sensibiliser les consommateurs

Il y a un enjeu à ce que les lieux de distributions spécialisés sur le commerce équitable soient porteurs d'un discours professionnel sur le commerce équitable afin que la distribution spécialisée garantisse sa valeur ajoutée vis-à-vis de la grande distribution.

Recommandation n°8 : La PFCE contribue à la formation et à l'information des boutiques spécialisées de commerce équitable.

CHAPITRE 4 : PLAIDOYER INTERNATIONAL

Les actions de plaidoyer international représentent un champ d'étude incontournable dans le cadre des relations entre OSI et acteurs de commerce équitable car il correspond à l'une des principales activités développées au Nord par les OSI et constitue, par ailleurs, l'une des revendications fondatrices du secteur équitable (« réformer les règles du commerce mondial »). Les principales thématiques de plaidoyer communes aux OSI et aux OCE sont celles de la régulation du commerce mondial et de la promotion de la souveraineté alimentaire et de l'agriculture familiale. Comme pour les deux chapitres précédents, nous ferons un état des lieux des pratiques, des partenariats et des représentations, dont l'analyse permettra de formuler des recommandations pour renforcer les synergies entre les deux types d'acteurs.

1. Pratiques des OSI en matière de plaidoyer

A) Stratégies d'intervention des OSI en matière de plaidoyer

Les actions de plaidoyer auprès des institutions nationales et internationales mais aussi des entreprises est une pratique de plus en plus importante parmi les OSI rencontrées.

a) Des campagnes de plaidoyer articulées avec l'ensemble des activités du commerce équitable (EAD et appui aux partenaires du Sud)

Les OSI jouent un rôle de relais des positionnements de leurs organisations partenaires au Sud (organisations de producteurs, ONG locales, etc.) et contribuent à renforcer leurs capacités afin qu'elles puissent mener directement des actions de plaidoyer auprès de leurs Etats.

Les OSI mènent généralement des campagnes, qui allient éducation au développement (sensibilisation et/ou formation des citoyens à l'objet de la campagne) et plaidoyer (pression citoyenne auprès des décideurs ou représentations dans les lieux de prise de décision).

b) Principales caractéristiques des démarches de plaidoyer des OSI

Les OSI qui s'engagent dans des activités de plaidoyer articulent généralement leurs campagnes autour des axes suivants :

- i) développement d'une expertise sur l'objet de plaidoyer
- ii) formulation de positions communes avec d'autres OSI
- iii) travail de lobby auprès des cibles identifiées par la campagne de plaidoyer (décideurs politiques, entreprises, etc.) mis en œuvre selon diverses modalités (pétition, mobilisation, envoi de carte postales, etc.) ; intervention des OSI dans les lieux de prise de décision politique (sommets et groupes de travail nationaux, européens et internationaux tel que les forums sociaux, conférences de l'ONU, etc.).

c) Une recherche de synergies entre acteurs de la société civile

- La recherche d'alliance et le travail en collectifs d'acteurs :

Afin de peser davantage dans les débats et peser sur les cibles identifiées dans le cadre de leurs actions de plaidoyer, les OSI rencontrées vont généralement chercher à mener des campagnes de plaidoyer en coordination avec d'autres OSI ou d'autres organisations de la société civile (syndicats, associations de consommateurs, associations de collectivité, mouvements d'éducation populaire, etc.).

- **Un principe de subsidiarité :**

Les collectifs d'OSI rencontrés développent généralement leurs activités de plaidoyer en respectant le principe de subsidiarité tant à l'égard des activités de leurs membres que de celle d'organismes poursuivant des objectifs convergents en France ou similaire au plan européen.

B) Panorama des activités de plaidoyer des OSI sur les problématiques « agriculture et alimentation »

Comme en témoigne le tableau présenté ci-après, la grande majorité des OSI rencontrées mènent des actions de plaidoyer sur les questions d'agriculture et d'alimentation. Cette étude met en évidence le rôle de concertation et d'élaboration de positions communes joué par plusieurs collectifs informels d'OSI tels la commission Agriculture et Alimentation (C2A)⁴³ de Coordination Sud et le collectif PAC 2013.

1. La promotion et la défense de l'agriculture familiale	
a) La reconnaissance des enjeux que représente l'agriculture familiale	
<p>Une position commune de la Commission "Agriculture et Alimentation" de Coordination Sud (C2A)⁴⁴</p>	<p>Les enjeux de l'agriculture familiale⁴⁵ : la création d'emplois nombreux et de revenus en milieu rural (pour gérer la transition démographique et économique), la capacité à nourrir les populations (et à garantir leur sécurité alimentaire), la promotion de la qualité et de la diversité des productions agricoles, la gestion durable des ressources, de l'environnement et des territoires ruraux.</p> <p>Un triple avantage des agricultures familiales par rapport à une agriculture productiviste:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▸ produire en quantité suffisante pour les marchés locaux et pour une population croissante; ▸ maîtriser l'exode rural en générant des emplois stables et nombreux dans les campagnes; ▸ gérer durablement les ressources grâce à une agriculture pauvre en intrants chimiques.
<p>Des OSI qui se font le relais des positionnements de leurs organisations partenaires au Sud (AVSF, GRET, etc.)</p>	<p>- Appui aux OP pour qu'elles fassent entendre leur voix dans en faveur d'une meilleur prise en compte de l'agriculture familiale et des politiques de développement rural dans les politiques publiques : Exemple de d'actions de plaidoyer d'AVSF</p> <p>- Défendre la possibilité pour les producteurs locaux de commercialiser leurs productions localement : Exemple du GRET</p>
b) Un positionnement contre l'accaparement des terres au Sud	
<p>Une position commune de la Commission "Agriculture et Alimentation"</p>	<p>Développement d'une expertise⁴⁶ relative au phénomène croissant d'accaparement des terres observé dans de nombreux pays au Sud. L'analyse des risques pour les populations et la souveraineté alimentaire des pays récepteurs, a conduit la C2A à formuler des propositions communes en faveur d'une régulation de ces projets d'investissements massifs pour une prise en compte des droits et pratiques des populations locales.</p>
<p>La campagne "Privés de terre, privés d'avenir" menée actuellement par Oxfam France en partenariat direct avec AVSF⁴⁷ :</p>	<p>Dénonciation de l'accaparement des terres par des investisseurs et le changement climatique, qui mettent en péril l'agriculture paysanne au sud. Cette campagne plaide en faveur d'un soutien effectif à l'agriculture familiale, d'une révision des traités d'investissements juste et respectueuse des droits fondamentaux et pour que les promesses de financement de l'adaptation au changement climatique soient respectée.</p>
2. Une volonté de réguler les marchés agricoles mondiaux en affirmant le droit à la protection des marchés	

⁴⁴ La C2A rassemble les ONG menant des actions de plaidoyer afin d'influencer les politiques touchant à l'agriculture et au commerce agricole 4D, AITEC (via le réseau IPAM), AVSF, CCFD- Terre solidaire, CFSI, CIDR, CRID, Fédération Artisans du Monde, GRET, IRAM, Oxfam France - Agir ici, Peuples Solidaires, Secours Catholique - Caritas France, Secours Islamique France, UNMFREO - Union Nationale des Maisons Familiales Rurales d'Education et d'Orientation

⁴⁵ Cf. document de position de la C2A : « Défendre les agricultures familiales : lesquelles, pourquoi ? » (décembre 2007).

⁴⁶ Rapport de la C2A, « Agricultures familiales et sociétés civiles face aux investissements dans les terres dans les pays du Sud », Octobre 2010.

⁴⁷ Cette campagne bénéficie par ailleurs du soutien des associations suivantes : Care France, CCFD-Terre solidaire, CFSI, Coopération atlantique-Guinée 44, Groupe URD, Peuples solidaires (en association avec Action Aid), Planète Urgence, Réseau foi et justice Afrique-Europe, Solidarité.

a) Plaidoyer en faveur d'une régulation du commerce mondial des denrées agricoles	
Une position commune de la C2A	Recommandations⁴⁸: - Donner la priorité aux droits de l'Homme et reconnaître le principe de souveraineté alimentaire - Reconnaître le droit au développement des agricultures - Assainir et réguler les marchés agricoles mondiaux : en mettant fin à toutes les aides directes et indirectes à l'exportation, en redéfinissant la notion de dumping, en redéfinissant les soutiens qui sont légitimes et ceux qui ne le sont pas, en maîtrisant les volumes des produits échangés sur le marché mondial
b) Le droit à la protection des marchés agricoles nationaux	
Une position commune de la C2A	Concernant les mesures de protection des marchés agricoles⁴⁹: - une diversité d'instruments de politique publique est indispensable pour promouvoir le développement (aucune politique ne pouvant marcher dans tous les pays, pour tous les produits et à tout moment) - la protection des marchés doit pouvoir faire partie de ces instruments de politique publique.
3. La volonté de mettre en cohérence les politiques européennes et internationales avec le principe de souveraineté alimentaire	
a) Plaidoyer dans les cadres de discussions avec les décideurs politiques	
La C2A (via certains de ces membres)	- au niveau national : participation au Groupe Interministériel pour la Sécurité Alimentaire (GISA) et à ses différents groupes de travail - au niveau européen participation aux travaux ⁵⁰ de CONCORD (Confédération Européenne des ONG d'urgence et de développement) - au niveau international : le travail piloté par la FAO pour la mise en place d'un « Partenariat mondial pour l'agriculture et la sécurité alimentaire » visant à assurer une meilleure cohérence des différentes politiques concernant l'agriculture et la sécurité alimentaire
b) Plaidoyer auprès des institutions européennes sur la recherche de cohérence des politiques européennes avec le principe de souveraineté alimentaire	
Le collectif CFSI	Dans le cadre de sa campagne Alimen'Terre, le collectif CFSI mène un travail de plaidoyer au niveau européen, à destination principalement des parlementaires européens pour promouvoir des politiques européennes (agricoles, commerciales, de développement, etc.), qui soient cohérentes avec le droit à l'alimentation et à la souveraineté alimentaires des Etats.
c) Plaidoyer pour réformer la « Politique Agricole Commune »	
Le collectif PAC 2013⁵¹ qui rassemble des OSI, ONG environnementales et organisation agricoles dans la perspective de l'échéance de la réforme de la PAC après 2013,	L'objectif : Promouvoir une PAC qui bénéficie aux producteurs du Nord sans impacter négativement ceux du Sud. Parmi les 6 propositions formulées par le collectif en février 2010 : <i>« Définir une PAC réellement cohérente qui ne soit pas préjudiciable à la sécurité alimentaire des pays du Sud : L'Union européenne doit rechercher les moyens de permettre aux pays en développement d'approvisionner leur marché intérieur avec des politiques agricoles et commerciales leur garantissant une souveraineté alimentaire. L'avenir de l'agriculture européenne sur les marchés mondiaux passe par une priorité donnée aux produits de qualité à haute valeur ajoutée, et non par des produits qui ne sont exportables qu'avec des subventions. »</i>

⁴⁸ Cf. rapport "Agriculture : pour une régulation du commerce mondial. Mettre le développement au cœur des négociations de l'Accord sur l'agriculture à l'OMC", septembre 2006.

⁴⁹ Cf. Rapport de la C2A, « La protection des marchés agricoles. Un outil de développement » (2006).

⁵⁰ Parmi les travaux menés par CONCORD : le rapport « Pleins feux sur la cohérence des politiques », paru en anglais (octobre 2009) et en français (mars 2010). www.concordeurop.org

⁵¹ Le collectif PAC 2013 rassemble les organisations suivantes : Amis de la Terre, CCFD, CFSI, Confédération Paysanne, FADM, CMR, FNCIVAM, FNH, Peuples solidaires, Associations 4D, RAC, WWF France, Terre de Liens.

C) Panorama des activités de plaidoyer des OSI sur les problématiques de régulation du commerce mondial

Dans le paysage des OSI françaises agissant dans le secteur du plaidoyer et lobby en faveur d'une régulation du commerce mondial, on observe deux approches complémentaires de la régulation :

- La régulation des mécanismes de libre échange
- La régulation des acteurs de commerce : un certain nombre de problèmes identifiés au sein du fonctionnement du commerce mondial sont des problèmes générés directement par les acteurs de commerce (entreprises, multinationales, banques, etc.).

a) Plaidoyer en faveur d'une régulation des mécanismes de libre échange

▪ Des OSI favorables à une réforme de l'OMC

Depuis plus de dix ans, un grand nombre d'OSI françaises considèrent qu'une réforme en profondeur de l'OMC est indispensable pour replacer le développement au cœur des règles du commerce mondial et plaident en faveur⁵ :

- d'une remise en cause de son objectif fondateur, à savoir l'élimination de tous les obstacles aux échanges commerciaux : l'objectif de l'OMC doit être de favoriser l'établissement de règles commerciales contribuant au développement durable et favorables aux populations du Sud, notamment en assurant le respect de l'ensemble des droits humains ;
- d'une garantie pour tous les pays, notamment ceux du Sud, de pouvoir mettre en œuvre les politiques de développement qu'ils souhaitent et qui correspondent aux intérêts de leur peuple ;
- d'un fonctionnement plus transparent et démocratique afin de permettre la pleine participation de tous les pays aux négociations commerciales.

▪ Pour des accords de libre échange de l'Union Européenne, qui bénéficient aux populations du Sud

Le CCFD, en collaboration avec d'autres OSI rencontrées dans le cadre de cette étude (GRET, Oxfam France, Peuples Solidaires, etc.) a mené un travail d'expertise sur les accords de libre échange de l'Union Européenne avec les pays du Sud. Ce travail d'expertise compare 25 accords de libre échange de l'Union Européenne, qui concernent 93 pays du Sud et analyse les clauses de chacun des accords. Cette analyse de fond permet d'identifier les effets potentiels que ces accords peuvent avoir sur les pays du Sud en matière de capacités des états, de sécurité et de souveraineté alimentaires et de potentiel commercial des pays du Sud. Ce travail aboutit à des pistes concrètes de réflexion afin de mener des actions de plaidoyer autour des accords de libre échange européens et formule des pistes de travail à destination des acteurs de la société civile et des décideurs politiques.

b) Plaidoyer en faveur d'une régulation des acteurs du commerce international

Dans le paysage des OSI françaises agissant dans le secteur du plaidoyer, on observe deux approches complémentaires de la régulation des acteurs du commerce international (entreprises, multinationales, banques, etc.) :

- La « régulation financière » des entreprises
- La « régulation extra financière » des entreprises

Positions des OSI pour une régulation des acteurs du commerce international (entreprises, multinationales, banques, etc.)

1. La « régulation financière » des entreprises

La régulation financière des entreprises vise à lutter contre les paradis fiscaux et les phénomènes d'évasion fiscale via une réforme des normes comptables des entreprises afin de les obliger à présenter leurs rapports financiers dans chacun des pays où elles sont présentes. Il s'agit de permettre aux pays en développement mieux bénéficier des richesses qui sont produites sur leurs territoires par les entreprises.

<i>Collectifs d'OSI</i>	<i>Campagnes</i>	<i>Réseaux européens</i>
<p>La Plate-forme paradis fiscaux et judiciaires : cette plate-forme née dans le cadre de la coalition « 2005, plus d'excuses » vise à faire cesser les paradis fiscaux et judiciaires incluant des critères autres que fiscaux, notamment l'existence du secret bancaire et de l'impunité juridique.</p>	<p>La campagne « STOP Paradis fiscaux⁵² » : qui vise à faire disparaître les paradis fiscaux et à exiger plus de transparence de la part de leurs utilisateurs. Les propositions de la campagne sont les suivantes : mettre les pays du Sud au cœur de la lutte contre les paradis fiscaux, dresser une liste de tous les paradis fiscaux et judiciaires, prendre des sanctions à l'encontre des paradis fiscaux et de leurs utilisateurs, obliger les utilisateurs des paradis fiscaux à rendre des comptes, mettre fin aux sociétés écrans et aux prête-noms, mondialiser la lutte contre la fraude et l'évasion fiscales, condamner partout de la même façon les manquements à l'impôt, renforcer la coopération judiciaire et les sanctions en matière de délinquance économique et financière et accompagner la reconversion des paradis fiscaux.</p>	

2. La « régulation extra financière » des entreprises

a) Introduire un contrôle démocratique sur les impacts sociaux et environnementaux de l'activité des entreprises :

L'enjeu d'une régulation extra-financière des entreprises s'articule autour de trois aspects :

- la responsabilisation des entreprises (société mère sur les activités de leurs filiales et de leurs fournisseurs),
- la transparence financière des entreprises (rapport financier, suivi des rapports des entreprises),
- l'accès à la justice pour les populations impactées par les activités des entreprises.

⁵² Campagne à l'initiative des organisations syndicales CFDT, CGT, Snui, Solidaires et des associations Attac, CCFD-Terre Solidaire, Oxfam France-Agir Ici et de la Plate forme paradis fiscaux et judiciaires.

<i>Collectifs d'OSI</i>	<i>Campagnes</i>	<i>Réseaux européens</i>
<p>Le Forum citoyen pour la responsabilité sociale de l'entreprise⁵³ (RSE)</p> <p>Le Forum citoyen pour la RSE vise à promouvoir l'apparition de cadres nationaux, européens et internationaux structurants pour la RSE, (susceptibles de favoriser la négociation collective des entreprises, tant en interne qu'en externe) et à favoriser la construction d'instruments et de lieux d'évaluation indépendante, susceptibles de garantir la soutenabilité démocratique et l'efficacité sociale et environnementale du processus de responsabilisation des entreprises.</p>	<p>La campagne européenne « Des droits pour tous, des règles pour les multinationales » a été relayée en France depuis 2010 par les organisations membres du forum citoyen pour la RSE et vise à promouvoir l'instauration d'une réglementation contraignante des multinationales pour les rendre légalement responsables, transparentes et justiciables de leurs pratiques au Sud.</p>	<p>Le Forum citoyen pour la RSE fait partie de la coordination européenne « European coordination for corporate justice » (ECCJ)⁵⁴, qui vise à sensibiliser l'opinion publique européenne sur l'enjeu que l'Union Européenne opère une régulation des entreprises à la fois à l'intérieur et à l'extérieur de l'Europe.</p>
<p>b) Promouvoir le respect des droits de l'homme au travail dans les secteurs à forte intensité de main d'œuvre (industrie textile, industries du jouet, plantations produits exotiques)</p>		
<p>Dans l'industrie textile</p>		
<i>Collectifs d'OSI</i>	<i>Campagnes</i>	<i>Réseaux européens</i>
<p>Le Collectif Ethique sur l'Étiquette mène des actions de plaidoyer concernant la régulation des activités des entreprises et le respect des conventions et règles de l'OIT. Son champ d'intervention concerne le respect des droits de l'homme au travail dans les secteurs à forte intensité de main d'œuvre et ce principalement dans l'industrie textile.</p>	<p>Campagne « Droits des travailleurs : liquidation totale ? » (2010) préparée au niveau européen et menée par le collectif de l'éthique sur l'étiquette à destination des enseignes françaises de la grande distribution. Cette campagne dénonce les pratiques des enseignes de la grande distribution dans le domaine du textile (pression sur les fournisseurs, politiques de RSE peu développées, pression sur les prix, flux tendus, délocalisation en fonction des coûts de production, etc.)</p>	<p>Le Collectif Ethique sur l'Étiquette appartient au réseau européen « Clean Clothes campaign⁵⁵», qui œuvre à la défense des droits de l'homme au travail dans l'industrie textile en général et dans l'industrie des vêtements de sport.</p>
<p>Dans l'industrie du jouet et dans les plantations de produits exotiques</p>		
<i>Collectifs d'OSI</i>	<i>Campagnes</i>	<i>Réseaux européens</i>
<p>Peuples Solidaires mène un travail de plaidoyer sur ces deux thématiques depuis près de 10 ans via :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des campagnes pluriannuelles sur ces thèmes via ses groupes locaux, des médias, etc. - le lancement d'« Appels urgents », qui dénoncent plusieurs fois par an des cas de violation des droits de l'homme - le travail effectué à la fois au Nord avec des partenaires européens et au Sud avec des partenaires (syndicats ou ONG/Associations) 	<p>La campagne de Peuples Solidaires sur l'industrie du jouet (essentiellement en Chine)</p> <p>La campagne de Peuples Solidaires concernant les plantations de produits exotiques (banane, ananas, canne à sucre)</p>	<p>Consortium Européen « C'est pas du jeu »⁵⁶ pour l'amélioration des conditions de travail dans la filière de production des jouets.</p> <p>Réseau d'Action Européen sur la Banane (Euroban)⁵⁷ pour l'amélioration des conditions de travail dans les plantations de bananes et d'ananas.</p>

⁵³ Né en juillet 2004 d'une volonté de favoriser une expression convergente d'organisations de la société civile - syndicats, ONG, réseaux d'experts - sur la question de la RSE, face à l'enjeu d'introduire la possibilité d'un contrôle démocratique sur les impacts sociaux et environnementaux de l'activité des entreprises, ce collectif rassemble Les Amis de la Terre France ; Greenpeace France ; FNE (France Nature Environnement), Amnesty International France ; LDH (Ligue des Droits de l'Homme) ; Sherpa, CCFD (Comité Catholique contre la Faim et pour le Développement) ; CRID (Centre de Recherche et d'Information pour le Développement) ; Oxfam France - Agir Ici ; Peuples solidaires ; Secours Catholique - Caritas France ; - syndicats (CFDT ; CGT) et Alternatives économiques).

⁵⁴ ECCJ rassemble 250 organisations européennes de la société civile présentes dans 15 pays européens. www.corporatejustice.org

⁵⁵ Créée en 1989, la CCC est une coordination européenne d'organisations présentes dans 15 pays européens : www.cleanclothes.org.

⁵⁶ Campagne européenne « Stop Toying Around ! ». www.stop-toying-around.org

⁵⁷ Le réseau Euroban est constitué de 35 ONG dans 13 pays européens.

2. Pratiques de plaidoyer des acteurs de commerce équitable

A) Le plaidoyer en faveur d'une réforme des règles du commerce mondial : fondement du mouvement du commerce équitable

Historiquement, le commerce équitable est né de la volonté d'établir des relations commerciales plus justes et de proposer d'autres règles du commerce mondial de manière à favoriser le développement des pays du Sud.

a) Les actions de plaidoyer de la PFCE

Au sein de la Charte fédératrice des membres de la PFCE, il est fait mention de l'engagement à faire évoluer le commerce international, notamment en « *informant les citoyens sur les mécanismes du commerce international, ses dysfonctionnements et ses incohérences et en participant au plaidoyer en menant ou soutenant des campagnes en faveur de règles et de pratiques plus justes dans le commerce international.* »⁵⁸

Les actions de plaidoyer menées par la PFCE :

Relais de campagnes	<ul style="list-style-type: none">- signataire de la campagne « Ultimatum Climatique » (2009) du réseau Action Climat- signataire de la campagne « 2005 plus d'excuses » des OSI françaises sur le thème des Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD)
Plaidoyer institutionnel	<ul style="list-style-type: none">- plaidoyer institutionnel pour une reconnaissance du commerce équitable comme outil de l'aide publique au développement au Sud (auprès de l'AFD et du MAEE)- plaidoyer institutionnel pour une régulation du commerce équitable par les pouvoirs publics (travail mené pour la création d'une Commission Nationale du Commerce Equitable, où la PFCE et 4 autres de ses membres siègent aujourd'hui)
Plaidoyer en lien avec FTAO au niveau européen	<p>La PFCE mène des actions de plaidoyer à destination de la commission européenne et du Parlement européen en lien avec FTAO :</p> <ul style="list-style-type: none">- plaidoyer en faveur d'une « justice climatique » : en dénonçant un réchauffement climatique qui affecte particulièrement les régions les plus pauvres et en reconnaissant la double responsabilité des pays industrialisés (réduire leurs émissions et aider les pays du Sud à s'adapter).- relais de la campagne « Pledge for fair trade » (2009) à destination des candidats français aux élections du Parlement Européen (engagement en faveur d'un soutien au commerce équitable, d'un soutien aux producteurs du Sud et de la mise à disposition de financements européens dans ce sens)- plaidoyer en amont de la publication guide « Buying Social » (2010) par la Commission européenne pour une meilleure introduction des critères sociaux dans les marchés publics.
Propres campagnes de plaidoyer	<p>Campagne « Territoires de commerce équitable » à destination des collectivités territoriales visant à promouvoir les achats publics équitables et la sensibilisation au commerce équitable des acteurs présents sur le territoire (entreprises, commerçants, grand public, écoles, etc.)</p>

⁵⁸ Cf. Charte de la PFCE: <http://www.commerceequitable.org/lapfceetsesmembres/chartedelapfce.html>

b) Un bureau européen de plaidoyer des organisations de commerce équitable : le « Fair Trade Advocacy Office » (FTAO)⁵⁹

Le FTAO mène des actions de plaidoyer à l'échelle européenne sur toutes les politiques de développement de l'Union européenne pouvant avoir un impact sur le secteur du commerce équitable. Ce bureau européen de plaidoyer : assure une veille sur les politiques de l'Union européenne, fait le lien avec les Commissaires et parlementaires européens, représente le mouvement du commerce équitable et ses positions auprès de différentes organisations internationales, institutions de l'Union Européenne et de la société civile.

Parmi les positions défendues par la FTAO :

- **L'enjeu à ce que les politiques européennes de développement et d'aide au commerce se concentrent tout particulièrement sur les petits producteurs et artisans**, qui sont des acteurs clefs du développement local et garants de la sécurité alimentaire au Sud.
- **Une politique commerciale de l'Union Européenne, qui contribue à promouvoir le développement au Sud** : par la mise en cohérence des politiques commerciales de l'Union Européenne au regard de ses objectifs d'éradication de la pauvreté et de développement au Sud.
- **Des politiques européennes, qui promeuvent de façon équilibrée les trois piliers du développement durable (économique, social et environnemental)** et pas seulement le pilier environnemental.
- **L'enjeu d'une cohérence entre les différentes politiques de l'Union Européenne**, qui doit être placé au cœur du travail des institutions européennes et des états européens.
- **Des aides au commerce** à destination des producteurs les plus défavorisés.
- **L'enjeu d'associer les petits producteurs à l'élaboration des politiques, projets et programmes de développement de l'Union Européenne** afin de garantir leur efficacité en terme de réduction de la pauvreté et d'impacts auprès des populations les plus défavorisées.

Récemment, le FTAO a mené des actions de plaidoyer à l'occasion de la publication du guide de la commission européenne « Buying Social » (2010) sur l'introduction des critères sociaux dans les marchés publics et a participé à diverses consultations européennes (réforme de la PAC après 2013, livre blanc sur « La politique de développement de l'UE », livre vert sur « L'avenir de l'appui budgétaire de l'UE en faveur des pays tiers », etc.).

B) FADM et MHF : Des acteurs de commerce équitable présents dans le paysage du plaidoyer

La Fédération Artisans du Monde et Max Havelaar France sont deux acteurs majeurs du commerce équitable en France et participent aux travaux de plusieurs collectifs d'OSI menant des actions de plaidoyer. Ces deux associations relaient des campagnes de plaidoyer menés par d'autres OSI ou collectifs associatifs et mènent également leurs propres campagnes.

	Fédération Artisans du Monde	Max Havelaar France
Membre de :	<ul style="list-style-type: none">- Collectif PAC 2013- Commission C2A de Coordination Sud- Collectif de l'Ethique sur l'étiquette- Plate-Forme des ONGs françaises pour la Palestine⁶⁰ + campagnes associées- CRID dont elle relaie les campagnes de plaidoyer (campagne « une seule planète ! », Etat d'urgence planétaire	<ul style="list-style-type: none">- Alliance pour la planète- CRID- Des partenariats avec WWF, Slow Food et le CFSI

⁵⁹ FTAO est le bureau de plaidoyer conjoint des 3 grandes fédérations de commerce équitable : WFTO (World Fair Trade Organization), FLO (Fairtrade Labelling Organisations), EFTA (European Fair trade Association).

⁶⁰ Née fin 1993, de dix associations françaises de solidarité internationale (AITEC, Association France Palestine, Association Médicale franco-palestinienne, Amnesty International, CCFD, Cedetim, Cimade, Enfants Réfugiés du Monde, Terre des Hommes, Vétérinaires sans Frontières), qui ont

Relais de campagnes :	<ul style="list-style-type: none"> - Plusieurs campagne du CFSI : « Campagne Alimen'Terre », « Lait : Ne tarissons pas la source africaine ! » - La campagne « OMD 2015, des actes pas des promesses » de l'Association Mondiale Contre la Pauvreté (AMCP) 	- la campagne Aliment'Terre du CFSI
Propres campagnes de plaidoyer :	<ul style="list-style-type: none"> - Campagne « Palestine » (2010): campagne de mobilisation contre la politique d'occupation en Palestine et pour le soutien au producteurs et peuple palestiniens. - Campagne «Peuples Amérindiens» (2010): campagne visant à promouvoir l'ensemble de droits fondamentaux attachés à la survie et au respect des peuples indigènes ; à soutenir les peuples amérindiens dans leurs luttes contre l'exploitation de leurs territoires par les gouvernements et compagnies transnationales ; à dénoncer les négociations sur les accords d'association UE-Amérique latine ; à affirmer que les relations commerciales entre l'UE et les pays d'Amérique latine doivent être guidées par les principes de justice sociale, d'équité et de défense de la souveraineté alimentaire. - Campagne « Territoires de commerce équitable » à destination des collectivités territoriales visant à promouvoir les achats publics équitables et la sensibilisation au commerce équitable des acteurs présents sur le territoire (entreprises, commerçants, grand public, écoles, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> - Campagne « Territoires de commerce équitable » à destination des collectivités territoriales visant à promouvoir les achats publics équitables et la sensibilisation au commerce équitable des acteurs présents sur le territoire (entreprises, commerçants, grand public, écoles, etc.) - Campagne « Faites une pause équitable » : visant à promouvoir les achats professionnels équitables au sein des entreprises - Campagne « Changeons d'Etiquette » : visant à convaincre les marques de prêt-à-porter d'intégrer du coton équitable dans leurs collections.

3. Analyse des positions des OSI

A) Sur l'efficacité du commerce équitable comme outil de plaidoyer

Les OSI rencontrées sont nombreuses à reconnaître que **le commerce équitable est une expérience empirique qui met en évidence qu'une régulation à moyen terme du commerce mondial est possible**. Dans cette perspective, elles considèrent que le secteur du commerce équitable devrait davantage revendiquer ses succès en matière :

- **d'instauration d'un système de régulation du commerce international** : mécanisme de stabilisation des prix dans un contexte de volatilité des prix, instauration de relations commerciales avec les OP qui s'inscrivent dans la durée, mise à disposition des OP d'un préfinancement, versement d'une prime de développement, etc.
- **d'impacts positifs en terme de développement générés au Sud** : impacts économiques, impacts sociaux, renforcement des capacités des OP, impact environnemental, etc.

souhaité coordonner leurs actions afin d'accompagner la création d'un Etat palestinien par la promotion des principes d'Autodétermination, de Développement et de Solidarité, la Plateforme des ONGs françaises pour la Palestine rassemble aujourd'hui 41 organisations.

B) Sur la valeur ajoutée des OCE en matière de plaidoyer international

a) Une légitimité acquise par la pratique ...

Les OSI rencontrées reconnaissent une légitimité aux OCE à faire entendre leur voix dans le paysage du plaidoyer, de part les leçons apprises de leurs expériences et de leurs succès dans la mise en place de filières équitables au Sud ainsi que leur connaissance des OP au Sud et des réalités auxquelles elles font face.

b) qui s'inscrit dans une recherche de complémentarités

Les OSI rencontrées sont favorables à une recherche de complémentarités entre OSI et OCE identifiant comme valeurs-ajoutées potentielle des OCE :

- **leur appartenance et connaissance du secteur commercial** : les OCE, en tant qu'acteurs de commerce disposent d'une solide compréhension des mécanismes inhérents au commerce ainsi qu'une bonne connaissance des réalités du commerce international (connaissances des normes internationales en matière d'import-export, etc.). Plusieurs OSI rencontrées considèrent qu'il y a un enjeu à associer les acteurs de commerce (dont les OCE font partie) aux positionnements de plaidoyer développés par les OSI sur les règles du commerce mondial.
- **leur expérience concrète et empirique d'instauration de relations commerciales équilibrées avec des OP au Sud** (existence de référentiels, etc.)
- **leur expertise en matière de définition de comment est composé un prix équitable et rémunérateur pour le producteur** : Plusieurs OSI rencontrées (CFSI, AFDI, Collectif PAC 2013) ont mis en évidence leur intérêt pour travailler à une définition commune de ce que pourraient être des « prix rémunérateurs » sur les marchés agricoles et ce, à la fois au Sud et au Nord. L'une des propositions de plaidoyer formulées par le collectif PAC 2013, vise à « *Mieux organiser les marchés agricoles pour réguler les prix à un niveau rémunérateur, incitatif et stable : L'agriculture européenne doit être tournée en priorité vers la satisfaction des besoins de son marché intérieur, ainsi que vers la production de produits à haute valeur ajoutée qui soient exportables sans aides publiques. Il appartient aux pouvoirs publics européens de continuer à jouer un rôle dans la limitation des risques de marchés, et donc dans la maîtrise des volumes de production, avec des instruments appropriés qui régulent les prix et assurent des revenus agricoles plus équitables.* »

C) Sur l'implication des acteurs de commerce équitable dans le plaidoyer

La plupart des OSI rencontrées ont exprimé de l'intérêt pour que les acteurs de commerce équitable s'impliquent davantage dans le secteur du plaidoyer. Certains OSI considèrent même que l'implication dans le plaidoyer des acteurs de commerce équitable est primordial si le secteur équitable veut être à la hauteur de ses ambitions en matière de réformes des règles du commerce.

Parmi les OSI rencontrées, plusieurs ont formulé des propositions concrètes de rapprochement entre OSI et OCE en matière de plaidoyer, parmi lesquelles :

- la participation de la PFCE aux travaux de plaidoyer de Coordination sud et notamment à ceux développés par la commission « Agriculture et Alimentation »,
- la participation de la PFCE à d'autres plateformes thématiques travaillant sur la régulation du commerce mondial (Forum citoyen pour la RSE, Collectif de l'Ethique sur l'Etiquette, etc.).

D) Sur l'enjeu de positionnements clairs des OCE sur le commerce équitable "Nord Nord" et la défense des "droits économiques, sociaux et culturels »

Parmi les OSI et collectifs d'OSI rencontrés, nombreux sont ceux qui considèrent que le secteur équitable devrait se positionner clairement :

a) Sur la question de la souveraineté alimentaire et des échanges locaux: quid d'un commerce équitable Nord-Nord ?

Les nouveaux défis qui traversent la société, tels que l'enjeu de souveraineté alimentaire et la réflexion sur l'enjeu d'une relocalisation des échanges commerciaux, invitent les acteurs du commerce équitable à s'emparer de ces questions et les accompagner de positionnements clairs. Plusieurs OSI rencontrées considèrent que les OCE doivent impérativement se positionner sur ces deux problématiques et par conséquent accepter de remettre en cause quelques uns des fondements historiques du commerce équitable (notamment la dimension Nord-Sud) pour réfléchir à des approches nouvelles en terme de développement de canaux de distribution (tel que le développement d'un commerce équitable Nord-Nord).

A ce titre, de nombreuses OSI nous ont fait part de leur regret que la dimension Nord-Nord du commerce équitable n'ait pas été déclinée dans la loi sur le commerce équitable du 2 août 2005 (qui définit le commerce équitable comme un contrat social et économique exclusivement Nord-Sud).

b) Sur la dénonciation des pratiques et des acteurs de commerce qui ne respectent pas les "droits économiques, sociaux et culturels »

Pour quelques OSI rencontrées, qui travaillent notamment sur les problématiques des droits de l'homme au travail, il y a un enjeu à ce que les acteurs de CE crédibilisent leurs actions d'amélioration des conditions de vie des producteurs au Sud en menant en parallèle des actions de plaidoyer au Nord afin de dénoncer les pratiques et les acteurs de commerce qui ne respectent pas les "droits fondamentaux (économiques, sociaux et culturels)". Selon elles, les acteurs de commerce équitable devraient investir plus clairement le champ du plaidoyer pour dénoncer les conséquences générées par les pratiques du commerce mondiale par de nombreuses entreprises conventionnelles, et pour affirmer la primauté des droits fondamentaux et ainsi réaffirmer la pertinence du commerce équitable comme alternative exigeante en matière de respect des droits fondamentaux .

4. Synergies identifiées entre OSI et OCE et recommandations en matière de plaidoyer

De manière générale, les organisations de Commerce Equitable mènent des activités de plaidoyer directement liées à la promotion ou à la reconnaissance du commerce équitable (ex : campagne « Territoire de Commerce Equitable », travail autour et au sein de la Commission Nationale du Commerce Equitable, plaidoyer auprès des acteurs de l'Aide Publique au Développement pour renforcer leur soutien au secteur etc.). Mise à part la Fédération Artisans du Monde, et dans une moindre mesure Max Havelaar, les organisations de commerce équitable sont rarement engagées dans des activités fortes de plaidoyer sur des thématiques connexes au commerce équitable.

Les OSI comme les OCE reconnaissent pourtant que l'apport des OCE dans les campagnes de plaidoyer des OSI est un enjeu important, à la fois pour le renforcement de ces campagnes, mais aussi pour la crédibilité du projet du commerce équitable. Les recommandations en la matière s'articulent donc autour de deux axes : le

renforcement des liens entre OCE et OSI en matière d'activités de plaidoyer, et l'identification des thèmes de plaidoyer sur lesquelles les OCE devraient renforcer leur présence.

A) Renforcer les échanges d'expertise pour contribuer à l'élaboration des positions collectives

Recommandation n°1 : La PFCE renforce les échanges en matière de plaidoyer avec ses membres (en particulier avec les OSI adhérentes et avec les OCE qui participent à des campagnes de plaidoyer) afin de renforcer son expertise, d'alimenter sa réflexion stratégique et sa capacité à prendre des positions publiques.

Recommandation n°2 : La PFCE renforce sa contribution à l'élaboration des positions des acteurs de Commerce Equitable au sein de FTAO (bureau de plaidoyer des acteurs de Commerce Equitable à Bruxelles) et diffuse ces positions auprès des OSI et des OCE françaises.

Recommandation n°3 : La PFCE participe aux lieux d'élaboration de positions et/ou de campagne en intégrant la C2A, en rejoignant le collectif PAC 2013 et établit des liens avec le CFSI.

B) Les thématiques de plaidoyer sur lesquels les acteurs de commerce équitable sont attendus

- **La dénonciation du non respect des droits fondamentaux par les acteurs de commerce**

Recommandation n°4 : La PFCE s'associe ou relaie, lorsque cela est pertinent, les campagnes de plaidoyers développées par des OSI sur la question du respect des droits fondamentaux au travail. Ex : « Des droits pour tous, des règles pour les multinationales »

- **La régulation des mécanismes du commerce mondial**

Recommandation n°5 : La PFCE participe aux travaux de FTAO sur les questions de régulation du commerce mondial et relaie les positions du mouvement du commerce équitable auprès des OSI et collectifs d'OSI mobilisés sur des thématiques similaires (notamment auprès de la C2A).

- **La défense et la promotion de l'agriculture familiale**

Recommandation n°6 : La PFCE et ses membres réaffirment leur soutien à l'agriculture familiale et renforcent leur participation à des actions de plaidoyer en faveur des petits producteurs, que ce soit au Sud ou au Nord.

- **Le réchauffement climatique et la justice climatique**

Recommandation n°7 : La PFCE et ses membres poursuivent leurs travaux de plaidoyer pour une « justice climatique » et se font le relais de campagnes internationales sur le réchauffement climatique.

Synthèse des recommandations et pistes d'actions

Constats	Recommandations	Perspectives et pistes possibles
APPUI AU SUD		
<p>1. Des collaborations sur le terrain quasi systématiques entre OSI, OP et OCE</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Une forte complémentarité de compétences entre OSI et OCE dans le développement de nouvelles filières au Sud : appui à la structuration pour les premières, et développement de débouchés économiques pour les secondes. ▪ Des OP n'ayant pas été appuyées par des ONG, qui rencontrent plus de difficultés à s'insérer dans les circuits de commerce équitable. ▪ L'appui des ONG est un préalable indispensable pour accompagner efficacement les OP qui souhaitent s'insérer avec succès dans les circuits de commerce équitable Nord-Sud. 	<p>Axe 1 : Renforcer l'expertise et la diffusion d'expertise sur le commerce équitable au sein des OSI</p> <p>↳ Recommandation n°1 : Améliorer le dialogue et la concertation entre OSI et OCE via notamment un rapprochement institutionnel entre la PFCE et Coordination Sud (adhésion de la PFCE à Coordination Sud, participation de la PFCE à des groupes de travail de Coordination Sud etc.).</p> <p>↳ Recommandation n°2 : Mieux partager et capitaliser avec les OSI. les résultats des études et des travaux de recherche réalisés sur le commerce équitable</p> <p>↳ Recommandation n°3 : Renforcer la participation des OSI dans les débats internes au secteur pour renforcer l'influence de leurs positions et leur prise en compte dans les évolutions du secteur.</p>	<p>R1 La PFCE adhère à Coordination Sud. La PFCE participe à la C2A.</p> <p>R2 La PFCE actualise sa base de données OSI. La PFCE diffuse ses publications, travaux de recherche et études aux OSI. La PFCE et convie les OSI aux restitutions de ses travaux.</p> <p>R3 La PFCE révisé sa stratégie d'adhésion et encourage les OSI les plus pertinentes à devenir membres de son collectif. La PFCE invite certaines OSI à participer à ses groupes de travail (filière quinoa, dispositif d'études d'impact, etc.).</p>
<p>2. Des représentations du secteur qui restent équivoques au niveau des OSI</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Un faible degré de connaissance des OSI concernant les résultats des travaux de recherche sur le secteur. ▪ De fortes convergences d'analyse des OSI et des OCE concernant les modalités d'évolutions du commerce équitable. ▪ Des OSI et OCE, qui partagent des positions communes fortes, mais disposent de peu de lieu de rencontres leur permettant d'acter ces convergences d'analyse et d'établir des stratégies communes. 	<p>Axe 2 : Favoriser de meilleures coopérations sur le terrain entre OSI/OP/OCE</p> <p>↳ Recommandation n°4 : Renforcer les échanges d'expériences entre les OSI concernant leurs activités d'appui aux OP de commerce équitable.</p> <p>↳ Recommandation n°5 : Encourager les acteurs de l'Aide Publique au Développement à favoriser le renforcement des projets de commerce équitable s'articulant autour de la relation OCE/OP/OSI. Le Programme de Renforcement des Capacités Commerciales (PRCC) de l'AFD pourrait-être l'un des instruments pertinents permettant la mise en place de tels projets.</p>	<p>R4 La PFCE et Coordination Sud mettent en place un groupe d'échange de pratiques entre OSI sur les thèmes du commerce équitable et de l'appui aux OP.</p> <p>R5 La PFCE poursuit son dialogue avec l'AFD en y associant les OSI menant des projets d'appui aux OP au Sud, pour développer un programme de développement et de renforcement de filières de commerce équitable au Sud.</p>
	<p>Axe 3 : Promouvoir la participation effective des producteurs dans la construction des règles du jeu du commerce équitable et sa gouvernance</p> <p>↳ Recommandation n°6 : Favoriser la prise de parole des OP dans les débats et les décisions concernant la régulation du commerce équitable (notamment via ses principaux labels).</p>	<p>R6 Les OSI et les acteurs de l'aide publique au développement incluent au sein de leurs projets de soutien aux OP des mesures d'appui aux leaders des OP : renforcement de la gouvernance, formation politique, participation aux consultations internationales, etc.).</p>
	<p>Axe 4 : Contribuer au développement d'un commerce équitable Sud-Sud</p> <p>↳ Recommandation n°7 : Appuyer les OP dans une réflexion sur le développement d'échanges Sud-Sud favorables aux petits producteurs et artisans, les conditions de diffusion du commerce équitable au Sud et la mise en place de circuits commerciaux courts.</p>	<p>R7 Réaliser une étude de faisabilité sur le développement d'échanges Sud-Sud. La PFCE dialogue avec les OSI qui appuient le développement de circuits commerciaux régionaux au Sud pour une prise en compte des critères du commerce équitable dans un contexte Sud-Sud.</p>

EDUCATION AU DEVELOPPEMENT ET A LA SOLIDARITE INTERNATIONALE

<p>1. Des acteurs de commerce équitable très actifs dans le champ de l'EAD : un large spectre d'actions sont mises en œuvre par l'ensemble des OCE (entreprises ou associations) en matière de sensibilisation et d'éducation au commerce équitable : des interventions auprès des écoles primaires, collèges, lycées, la création d'outils pédagogiques sur le commerce équitable ; des conférences, débats, ou ateliers à destination du grand public, des événements organisés autour de témoignages de producteurs du Sud, etc.</p>	<p>Axe 1 : Opérer un rapprochement stratégique entre les OSI et les OCE en matière d'EAD</p> <p>↳ Recommandation n°1 : La PFCE développe un cadre de discussion avec les OSI actives dans le champ de l'EAD afin d'échanger sur les principaux enseignements du commerce équitable pouvant être valorisés dans le cadre des activités d'EAD des OSI.</p> <p>↳ Recommandation n°2 : Mieux faire connaître la campagne "Territoires de Commerce Equitable" aux OSI investies sur les questions de consommation responsable.</p>	<p>R1 La PFCE diffuse ses publications auprès des responsables EAD des OSI. La PFCE diffuse ses outils et publications au collectif EDUCASOL.</p> <p>R2 La PFCE présente la campagne "Territoires de Commerce Equitable" aux OSI et invite leurs réseaux de bénévoles à s'en emparer. La PFCE diffuse la newsletter de sa campagne "Territoires de Commerce Equitable" aux OSI investies sur les questions de consommation responsable.</p>
<p>2. Une représentation ambivalente du commerce équitable comme outil d'EAD :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Un consensus sur l'intérêt du commerce équitable comme outil d'EAD : il représente une bonne porte d'entrée dans les démarches d'EAD tout en répondant de manière accessible au triptyque: « informer - sensibiliser - mobiliser ». 	<p>Axe 2 : Mener des campagnes d'EAD sur des thématiques qui n'opposent pas les solidarités au Nord et les solidarités au Sud</p> <p>↳ Recommandation n°3 : Renforcer les cadres de discussion entre OSI et OCE sur la problématique de la consommation responsable.</p> <p>↳ Recommandation n°4 : La PFCE et ses membres renforcent leur participation à des campagnes d'EAD portées par les OSI concernant des sujets connexes au commerce équitable identifiés par les OSI : droits fondamentaux (droits économiques, sociaux et culturels), problématiques agricoles et environnementales, réforme des règles du commerce mondial.</p>	<p>R3 La PFCE invite les OSI à mener des actions de promotion de la consommation responsable à l'occasion de la Quinzaine du Commerce Equitable.</p> <p>R4 La PFCE relaie auprès de ces membres et de leurs réseaux de bénévoles des campagnes d'EAD portées par les OSI et les invite à s'en emparer. La PFCE incite ses membres et les acteurs d'EAD à faire référence à la PFCE dans leurs outils d'EAD traitant du commerce équitable.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Des réserves sur la capacité du commerce équitable à générer un engagement citoyen. ▪ Un positionnement contradictoire des OSI quant à l'enjeu de poursuivre l'éducation au commerce équitable : La grande majorité des OSI interrogées souhaitent voir se poursuivre l'éducation au commerce équitable mais ne placent cependant plus le commerce équitable au sein de leurs thématiques ou stratégies d'EAD. 	<p>Axe 3 : Poursuivre l'éducation au commerce équitable auprès du grand public</p> <p>En rejoignant les lieux identifiés comme pertinents en matière de sensibilisation au commerce équitable</p> <p>↳ Recommandation n°5 : La PFCE renforce sa participation à la Semaine de la Solidarité Internationale et encourage les collaborations entre ses membres et les OSI.</p> <p>En développant des outils d'EAD sur la thématique « commerce équitable »</p> <p>↳ Recommandation n°6 : La PFCE devrait renforcer sa capacité à accompagner les OSI qui désirent produire des outils d'EAD autour du commerce équitable. Elle doit mieux diffuser les résultats de ses travaux (production d'expertise sur l'environnement, sur l'impact du commerce équitable, etc.) et favoriser les mises en relations entre OSI et OCE.</p>	<p>R5 La PFCE et certains de ces membres participent aux réunions de préparation de la SSI et invitent ses réseaux à prendre activement part à l'événement. La PFCE relaie l'événement via son site internet et un communiqué de presse.</p> <p>R6 La PFCE alimente l'expertise des OSI désireuses de développer des outils d'EAD sur le commerce équitable. La PFCE met à disposition des OSI l'information et l'expertise du secteur via son centre de ressources.</p>

PLAIDOYER INTERNATIONAL

<p>1. Le plaidoyer comme revendication fondatrice du secteur équitable : Historiquement, le commerce équitable est né de la volonté d'établir des relations commerciales plus justes et de proposer d'autres règles au commerce mondial.</p> <p>2. Des thématiques de plaidoyer communes aux OSI et aux OCE : la régulation du commerce mondial et la promotion de l'agriculture familiale.</p>	<p>Axe 1 : Renforcer les échanges d'expertise pour contribuer à l'élaboration des positions collectives</p> <p>↳ Recommandation n°1 : La PFCE renforce les échanges en matière de plaidoyer avec ses membres (en particulier avec les OSI adhérentes et avec les OCE qui participent à des campagnes de plaidoyer) afin de renforcer son expertise, d'alimenter sa réflexion stratégique et sa capacité à prendre des positions publiques.</p> <p>↳ Recommandation n°2 : La PFCE participe aux lieux d'élaboration de positions et/ou de campagne en intégrant la C2A, en rejoignant le collectif PAC 2013 et établit des liens avec le CFSI.</p>	<p>R1 La PFCE invite à l'occasion de ses journées au Vert des OSI à venir partager leurs expertises.</p> <p>R2 La PFCE participe à la C2A. La PFCE se rapproche du collectif PAC 2013. La PFCE élabore et diffuse des communiqués de presse sur l'avenir de la PAC et la défense de l'agriculture familiale et se fait le relais des positions communes élaborées à la C2A et dans le collectif PAC 2013.</p>
<p>3. Un consensus des OSI pour considérer le commerce équitable comme un argument de plaidoyer pour la promotion d'une économie sociale et solidaire et d'un système commercial international plus juste.</p> <p>4. Une réelle valeur-ajoutée des OCE en matière de plaidoyer de part leur appartenance et connaissance du secteur commercial et leur expérience concrète et empirique d'instauration de relations commerciales équilibrées avec des OP au Sud (existence de référentiels, expertise concernant la définition du prix « équitable », etc.).</p> <p>5. Des OSI attentives à un positionnement clair des OCE concernant : la souveraineté alimentaire et les échanges locaux (notamment le commerce équitable Nord-Nord) ; le rôle des acteurs de commerce équitable dans la dénonciation des pratiques et des acteurs de commerce qui ne respectent pas les "droits économiques, sociaux et culturels ».</p>	<p>Axe 2 : Les OCE renforcent leurs activités de plaidoyer autour des thématiques sur lesquelles elles ont une légitimité :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La dénonciation du non respect des droits fondamentaux par les acteurs de commerce <p>↳ Recommandation n°3 : La PFCE s'associe ou relaie, lorsque cela est pertinent, les campagnes de plaidoyers développées par des OSI sur la question du respect des droits fondamentaux au travail. Ex : « Des droits pour tous, des règles pour les multinationales »</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La régulation des mécanismes du commerce mondial <p>↳ Recommandation n°4 : La PFCE participe aux travaux de FTAO sur les questions de régulation du commerce mondial et relaie les positions du mouvement du commerce équitable auprès des OSI et collectifs d'OSI mobilisés sur des thématiques similaires (notamment auprès de la C2A).</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La défense et la promotion de l'agriculture familiale <p>↳ Recommandation n°5 : La PFCE et ses membres réaffirment leur soutien à l'agriculture familiale et renforcent leur participation à des actions de plaidoyer en faveur des petits producteurs, que ce soit au Sud ou au Nord.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le réchauffement climatique et la justice climatique <p>↳ Recommandation n°6 : La PFCE et ses membres poursuivent leurs travaux de plaidoyer pour une « justice climatique » et se font le relais de campagnes internationales sur le réchauffement climatique.</p>	<p>R3 La PFCE est signataire de campagnes de défense des droits de l'homme au travail et se fait le relai de ses campagnes dans ses médias.</p> <p>R4 La PFCE en collaboration avec FTAO participe activement aux consultations de la Commission européenne sur la définition des politiques publiques de l'UE concernant : le développement, la stratégie commerciale, la PAC, l'environnement, etc.</p> <p>R5 La PFCE développe une position en faveur d'un commerce équitable « Nord-Nord » qui pourrait bénéficier aux producteurs de l'agriculture familiale au Nord.</p> <p>R6 La PFCE poursuit son travail pédagogique et son plaidoyer pour la justice climatique à travers différentes actions : conférences, publications, participation à un collectif d'ONG françaises, etc.</p>

Conclusion : le rôle à jouer des OSI dans l'évolution du secteur équitable

*" Il y a pire que de se faire récupérer, il y a de ne jamais se faire récupérer"
Gustave Massiah (ancien président du CRID)*

Cette étude a mis en évidence les liens nombreux qui existent entre organisations de commerce équitable (OCE) et organisations de solidarité internationale (OSI). Que ce soit en matière d'appui aux producteurs du Sud, en matière d'activités d'EAD ou en matière de plaidoyer, les synergies d'actions et les convergences d'intérêts entre les deux groupes d'acteurs sont réelles.

Cependant, cette étude identifie également les conséquences de la distanciation entre OSI et OCE qui s'est opérée ces dernières années : **représentations réciproques parfois biaisées**, manque de **capitalisation sur les expériences et expertises** développées par les différents acteurs et **déficit de collaborations** sur des sujets qui gagneraient à être abordés en commun. Ainsi, dans les trois domaines d'actions identifiés (appui aux producteurs du Sud, EAD et plaidoyer), les recommandations qui découlent de l'analyse des pratiques, des collaborations et des représentations des acteurs, insistent sur l'importance de redynamiser les liens entre les OSI et les OCE à travers notamment un rapprochement institutionnel entre les deux têtes de réseaux du secteur : la PFCE et Coordination Sud.

Ce rapprochement permettrait d'une part de réaffirmer l'appartenance du mouvement du commerce équitable au monde de la solidarité internationale⁶¹ et d'autre part de développer des cadres d'échange d'expertise, d'élaboration de positions communes et de développement de collaborations.

Par ailleurs, un des objectifs de l'étude était de mieux comprendre le désengagement relatif des OSI dans le mouvement du commerce équitable. Ce désengagement ne s'est pas confirmé en matière d'appui aux producteurs du Sud, ni en ce qui concerne la place du commerce équitable dans les grandes campagnes de d'EAD organisées lors de la SSI. Mais la distanciation s'est en effet confirmée en matière de participation des OSI à la gouvernance des OCE (Max Havelaar, PFCE, Solidar'Monde, etc.) et en matière d'investissement intellectuel pour suivre les enjeux liés à l'évolution du secteur. Ce désengagement progressif des OSI a parfois été expliqué par certaines OSI comme une reconnaissance par celles-ci de la maturité économique et politique des OCE. La structuration des OCE, leur professionnalisation, la diversification de leurs sources de financement pour certaines ou leur autonomisation financière pour d'autres rendent pertinente une telle interprétation.

Le mouvement du commerce équitable continue d'être traversé par de nombreux débats concernant les modalités de changement d'échelle de la démarche et sa capacité à être vecteur de transformations sociales, économiques et environnementales pour les producteurs du Sud, mais également pour les consommateurs du Nord. Or, toutes ces questions concernent et mobilisent les OSI, qui sont là sur leur champ d'expertise. Elles sont même nombreuses à prendre position et, de fait, ce travail des OSI nourrit la réflexion générale du commerce équitable, lequel ne peut être appréhendé par le seul secteur productif. L'étude identifie d'importantes similarités de visions entre OSI et OCE en matière d'évolution du commerce équitable.

Des opportunités de collaborations existent mais la distanciation récente entre les deux acteurs les a coupés de leur capacité d'influence commune et a contribué par ailleurs à rendre moins audible le sujet. Le renforcement des collaborations entre OSI et OCE permettrait de renforcer le poids des positions que partagent les OSI et les OCE : une attention prioritaire à l'agriculture familiale, un besoin d'appui renforcé aux organisations de petits producteurs pour bénéficier des conditions de commerce équitable, des activités d'EAD s'articulant autour de solidarités mondialisées et des activités de plaidoyer dans lesquelles les OCE font pleinement reconnaître leur expérience, leur vision et leur expertise, etc.

En conclusion, que ce soit pour rendre plus efficaces les actions d'appui aux producteurs du Sud, pour renforcer l'impact des campagnes d'EAD auprès des citoyens, ou pour renforcer la pertinence et l'efficacité des

⁶¹ Rappelons ici que si nous avons parlé tout au long de cette étude d'OSI et d'OCE, certaines OCE sont également des OSI à part entières (ex : la Fédération Artisans du Monde, l'association max Havelaar, etc.). Ainsi la dichotomie entre les acteurs est partiellement artificielle puisque les OCE, notamment celles qui ont le statut associatif se vivent pleinement comme des acteurs de la solidarité internationale (cf introduction p.7).

campagnes de plaidoyer, les enjeux d'un rapprochement assumé entre OSI et OCE équitable sont forts. Ce que révèle par ailleurs l'étude c'est que le degré d'investissement des OSI dans le commerce équitable, et la place que les OCE sauront leur faire dans leurs débats, ou celles qu'elles sauront prendre dans les cadres de collaborations existants entre OSI, aura également un impact sur l'évolution même du mouvement du commerce équitable.

Annexe 1 : Liste des personnes interrogées

	Nom de l'Organisation	Personne rencontrée	Titre	Date de l'entretien
Organisation de Solidarité Internationale				
1	Agronomes et Vétérinaires Sans Frontière (AVSF)	Pierril LACROIX	Responsable du département agricultures paysannes	24/11/2010
		Jean-Jacques BOUTROU	Directeur général	30/11/2010
2	Agriculteurs Français et Développement International (AFDI)	Anne SOUHARSE	Chargée de mission	30/11/2010
3	Comité Catholique contre la Faim et pour le Développement (CCFD-Terre Solidaire)	Catherine GAUDARD	Directrice du département plaidoyer international	17/11/2010
		Pascal VINCENS	Directeur du département EAD	30/11 /2010
4	Echoppe	André Ernst	Président	10/12/2010
5	Frères des Hommes	Yves ALTAZIN	Directeur	26/12/2010
6	Groupe d'Echanges et de Recherches Technologiques (GRET)	Martine FRANÇOIS	Responsable de Programme Environnement, Filières et Agricultures familiales	22/11/2010
		Laurent LEVARD	Responsable de programme Pôle Politiques publiques et régulations internationales	04/12/2010
7	Ingénieurs Sans Frontière (ISF)	Tanguy MARTIN	Coordination nationale	24/11 /2010
8	Oxfam France - Agir Ici	Luc LAMPRIERE	Directeur	10/12/2010
9	Peuples Solidaires	Maude FERAL	Directrice	04/11/2010
10	Secours Catholique - Caritas	Daniel VERGER	Directeur Département Action et Plaidoyer Internationaux	16/12/2010
Collectifs d'OSI				
11	Collectif de la Semaine de la Solidarité Internationale	Hanna ALLOUCH	Coordinatrice	29/11/2010
12	Coordination Sud	Jean-Louis VIELAJUS	Président	02/12/2010
13	Centre de Recherche et d'Information pour le Développement (CRID)	Bernard SALAMAND	Président	26/11/2010
14	Comité Français pour la Solidarité Internationale (CFSI)	Anne-Francoise TAISNE	Déléguée nationale adjointe	03/12/2010
15	Collectif de l'Ethique sur l'Etiquette	Nayla AJALTOUNI	Coordinatrice	02/12/2010
16	Inter-Réseaux Développement Rural	Christophe JACQUEMIN	Directeur	25/11/2010
17	Plate-forme EDUCASOL	Anne KABORE	Responsable appui méthodologique aux acteurs	23/11/2010
18	Collectif PAC 2013	Samuel FERET	Coordinateur	18/11/2010
Acteurs de commerce équitable				
19	Fédération Artisans du Monde	David ERHART	Responsable des Relations avec les Partenaires du Sud du Plaidoyer	29/10/2010
		Erika GIRAULT	Responsable EAD	23/11/2010
20	Max Havelaar France	Olivier CABRERA	Responsable des Relations Extérieures	16/11/2010
		Valérie HAUCHART	Responsable des Relations Producteurs	06/12/2010
21	Alter Eco	Nicolas MOUNARD	Directeur	18/11/2010
		Eric GARNIER	Directeur de la communication	08/11/2010
22	Ethiquable	Christophe EBERHART	Fondateur et gérant	18/11/2010
23	Tudo Bom	Jérôme SCHATZMAN	Fondateur et gérant	29/11/2010
24	Artisanat Sel	Yves TURQUAIS	Directeur	10/11/2010
25	Eco Cert	Laurent LEFEBVRE	Responsable Département CEquitable	21/12/2010

Annexe 2: Guides d'entretiens

GUIDE D'ENTRETIEN Organisations spécialisées de commerce équitable (membres de la PFCE)

Cet entretien portera sur les relations partenariales que votre organisation de commerce équitable entretient avec :

- des Organisation de Solidarité Internationale (OSI) et/ou ONG locales au Sud (sur le terrain, en lien directement avec les OP ou groupement d'artisans)

et/ou

- des OSI (ou collectifs d'OSI) au Nord sur des actions d'EAD et/ou de plaidoyer

1. PARTENARIATS DE TERRAIN au Sud avec des ONG locales ou OSI

- Origine du partenariat avec l'ONG de terrain (ou dans certains cas de la création de l'ONG)
- Au sein de ce partenariat, quelles sont les rôles et compétences de chaque partie prenante ?
- Selon vous, qu'est ce que le partenariat a permis en terme d'appui aux producteurs/artisans ?
- Quelles sont, selon vous, les plus-values engendrées par ce partenariat ?

2. PARTENARIAT AU NORD avec des OSI ou collectifs d'OSI sur des activités d'EAD ou de plaidoyer

- Avec quelles OSI ou collectifs d'OSI françaises votre organisation entretient- elle des relations ?
- Origine du partenariat avec l'OSI ou le(s) collectif(s) d'OSI françaises
- Quelles sont les activités/campagnes que vous menez au Nord avec ces OSI ou collectifs d'OSI ? Sur quelles thématiques ?
- Quelles sont, selon vous, les plus-values engendrées par ce partenariat ou par l'appartenance à ce collectif ?
- Considérez-vous que l'identification de votre organisation de commerce équitable comme appartenant au secteur de la Solidarité Internationale soit un élément important ?

GUIDE D'ENTRETIEN

OSI/Collectifs d'OSI

INTRODUCTION

A. Une étude financée par l'AFD/DPO

Objectifs de l'étude : L'étude consistera à mettre en évidence les points de convergence et de divergence existants entre les acteurs du commerce équitable et les OSI/Collectifs d'OSI au vu de leurs activités respectives afin d'identifier de possibles synergies entre les deux groupes d'acteurs.

- Réaliser un état des lieux des cadres de discussions et relations partenariales existants entre les OSI (ou collectifs d'OSI) et les acteurs spécialisés de commerce équitable
- Caractériser les représentations des OSI (ou collectifs d'OSI) sur le commerce équitable
- Mise en évidence des synergies possibles entre les OSI/Collectifs d'OSI et les acteurs de commerce équitable (acteurs spécialisés de commerce équitable + PFCE)

B. Les constats initiaux préalables à l'étude:

1. Le commerce équitable est un outil efficace au service du développement au Sud

2. Le soutien historique des OSI au développement du commerce équitable

3. Une rapide montée en puissance du secteur qui en brouille les représentations et ne permet pas de jouer les meilleures synergies

- a) Un changement d'échelle du commerce équitable
- b)qui s'accompagne d'un nombre croissant d'acteurs et d'une croissante hétérogénéité au sein des acteurs traditionnels du commerce équitable
- c) L'implication des acteurs économiques conventionnels dans le secteur
- d) Un relatif désengagement des OSI du secteur

4. Aujourd'hui des enjeux communs identifiés :

à Consolider l'accompagnement des organisations de producteurs au Sud : impacts d'autant plus positifs quand les partenariats commerciaux :

- impliquent une organisation spécialisée de commerce équitable (profil des membres de la PFCE)
- sont accompagnés de projets de développement appuyés par des OSI⁶²

Il y a donc un véritable enjeu à développer des partenariats entre les acteurs de commerce équitable et les OSI dans une perspective de renforcement des organisations de producteurs.

à réaffirmer l'importance d'une solidarité Nord-Sud : La prise de conscience par les français de l'importance de la problématique environnementale (réchauffement climatique, etc.) ne s'est pas accompagnée d'une croissance identique de leur sensibilisation à la solidarité internationale. Le risque de repli sur soit de la société française que fait courir la crise rend urgent l'élaboration au sein des acteurs de la société civile d'un discours commun, crédible/audible et équilibré sur les causes de la crise économique, de la crise alimentaire et de la crise écologique. Enjeu de **messages forts et crédibles sur l'importance d'une solidarité mondialisée.**

A réaffirmer l'enjeu d'une régulation du commerce international

Le projet du commerce équitable démontre de manière concrète et volontariste, à travers l'instauration de relations commerciales équilibrées et l'application de prix rémunérateurs sur la durée, que la régulation des échanges commerciaux est un facteur de développement structurant et efficace pour les organisations de producteurs du Sud. **Forts de ce constat et de cette valeur ajoutée à apporter au débat, il y a donc un véritable enjeu à ce que les acteurs du commerce équitable s'associent aux OSI, qui mènent régulièrement des campagnes de plaidoyer en faveur d'une réforme des règles du commerce mondial.**

A Promouvoir l'agriculture familiale au Sud

C. Déroulement de l'étude :

Enquêtes : du 25/10 au 25/11

Analyse des résultats d'enquêtes : du 26/11 au 30/12

Restitution : Une réunion de restitution co-organisée avec l'AFD aura lieu au premier trimestre 2011 à laquelle vous serez naturellement invité.

⁶² Cf. Cartographie et analyse des études d'impact du commerce équitable au Sud, effectuée par le CIRAD, 2010.

D. Déroulement de l'entretien

On se propose de mener cet entretien pour :

1. Dresser un panorama des OSI/Collectifs d'OSI en fonction de leurs activités d'appui au Sud, d'EAD et de plaidoyer
2. Identifier les relations existantes des OSI/Collectifs d'OSI avec les acteurs du commerce équitable (au Sud ou au Nord)
3. Caractériser la représentation du commerce équitable

Confidentialité des données

Cet entretien sera enregistré. Nous nous engageons à garantir la confidentialité des informations que vous nous communiquerez lors de cet entretien et de tout autre échange ultérieur qui pourrait avoir lieu (pour collecter des informations complémentaires).

QUESTIONNAIRE

1. ACTIVITES DE L'OSI/COLLECTIF D'OSI

1.1. APPUI AU SUD

- **Type de projets de développement/appui au sud menés par votre OSI :**
 - soutien au OP ?
 - appui au développement économique ?
 - développement rural intégré ?
- **Quelle vision du développement défendez-vous pour les pays du Sud ?**
- **Quel modèle économique souhaitez-vous promouvoir par vos actions?**
- **Dans quelle mesure, pensez-vous que l'intégration des producteurs et artisans du Sud dans le commerce mondial soit une solution à la pauvreté et aux inégalités ?**
- **Comment voyez-vous le rôle des entreprises dans le développement au Sud ?**
- **Que pensez-vous de la responsabilité sociale des entreprises ?**

1.2. EDUCATION AU DEVELOPPEMENT

- **Votre organisation mène-t-elle des activités d'éducation au développement ?**
- **Quels sont les objets de vos campagnes d'éducation au développement ?**
- **Quels sont les cibles de vos activités d'EAD ?**
- **Considérez-vous que la sensibilisation des consommateurs fasse partie de l'EAD? Quelle place y a-t-il pour les questions de consommation responsable dans vos activités d'EAD ?**
- **Le taux de notoriété du commerce équitable en France étant de 96%, considérez-vous que la sensibilisation du consommateur au commerce équitable reste un enjeu important dans la société française?**

1.3 LOBBYING/PLAIDOYER

- **Votre organisation mène-t-elle des actions de plaidoyer et/ou participe-t-elle avec d'autres à de telles campagnes ?**
- **Quels sont les objets de vos campagnes de plaidoyer ? (Régulation du commerce international et notamment des produits agricoles, souveraineté alimentaire, utilisation de l'aide publique au**

développement, réforme de la PAC, lutte contre le réchauffement climatique, sécurisation du foncier, etc.) Auprès de quelles cibles ?

- Quels sont vos réseaux/ vos partenaires dans cette activité (collaboration avec d'autres OSI) ?
- Quel est la vision de votre organisation concernant le fonctionnement du commerce mondial ?
- D'après vous, quelles sont les solutions aux incohérences et dysfonctionnements du commerce international ?
- Considérez-vous que les conséquences du libéralisme économique au Sud soient suffisamment dénoncées par les OSI dans la société française?
- Que pensez-vous du concept de « trade justice » (justice par le commerce)?

2. REPRESENTATION DU COMMERCE EQUITABLE PAR L'OSI

- Quelle est votre définition du commerce équitable ?
- Considérez-vous que le commerce équitable soit un outil de développement pertinent au Sud?
- Comment qualifieriez-vous l'efficacité du commerce équitable: faible/négligeable, importante/significative ?
- A quelles conditions pensez-vous qu'une PME spécialisée dans le commerce équitable puisse être considérée comme un acteur de la solidarité internationale?
- Comment votre organisation se positionne-t-elle sur les questions de débat suivantes?

Le périmètre des échanges du commerce équitable : Nord/Sud ? Sud/Sud ?, Nord/Nord ?

Les stratégies de distribution des produits issus du commerce équitable : grande distribution ? boutiques spécialisées ? les Deux ?

Selon vous le mouvement du commerce équitable doit il : Promouvoir plus d'équité dans le commerce conventionnel ou contribuer à réguler le commerce international ?

Garantie du commerce équitable : labels existants suffisants ou régulation nécessaire par les pouvoirs publics ?