



Identification des freins et leviers du commerce équitable pour les organisations d'artisans à Madagascar

Synthèse

Septembre 2011

1- Introduction

Malgré la richesse des savoir-faire et une grande diversité de l'artisanat malgache, les produits artisanaux en provenance de Madagascar sont très peu présents dans les circuits du commerce équitable ; ils sont toutefois présents dans les circuits conventionnels en France (marchés, boutiques) et dans quelques autres pays.

La PFCE (Plate Forme pour le Commerce Equitable), principal réseau de commerce équitable en France, a constaté la faible pénétration de l'artisanat malgache dans le commerce équitable et a souhaité en connaître les raisons. Seuls quelques membres de la PFCE sont en relation avec des artisans et groupements, ce qui représente un faible volume de vente, alors que l'artisanat est un secteur économique prépondérant qui constitue l'un des principaux leviers du développement économique et social de Madagascar.

Les trois principaux objectifs de cette étude sont de :

- fournir un état des lieux des acteurs de l'artisanat intervenant dans le commerce équitable à Madagascar,
- analyser les freins et leviers pour le développement du commerce équitable à Madagascar,
- élaborer des recommandations pour le développement du commerce équitable à Madagascar.

Grâce à ce travail, la PFCE et plus globalement les acteurs du commerce équitable pourront développer des actions spécifiques vers et/ou à Madagascar.

L'étude a été conduite sur 16 villes de Madagascar où quelques 80 acteurs ont été identifiés (associations, coopératives, entreprises, ONG), 50 entretiens ont été menés dont 42 à Madagascar et 8 en France. Les recueils et collectes d'informations ont été réalisés du mois d'août à novembre 2011. Des restitutions ont été organisées fin janvier dans trois localités de Madagascar et une à Paris en février 2011.

2- Les différentes pratiques du commerce équitable de l'artisanat à Madagascar

Bref aperçu du secteur artisanat et du commerce équitable malgache

L'artisanat malgache est riche d'une grande diversité de matières premières et de spécificités régionales tout en étant fortement ancré dans la tradition et la culture. Il procure des revenus à près de deux millions d'artisans sur une population estimée à près de 20 millions d'habitants. Ce secteur ne contribue cependant qu'à hauteur de 15% du PIB national¹ car les revenus générés sont faibles. Les entreprises artisanales sont souvent de très petite taille (5 à 6 personnes), faiblement mécanisées et informelles. En milieu rural, c'est une activité saisonnière, pratiquée en complément de l'agriculture, contrairement au cas des artisans urbains où l'artisanat a tendance à devenir une activité unique.

Plus de la moitié des artisans sont concentrés dans trois filières à savoir le textile et l'habillement (40%), les fibres végétales (12%) et le bois (10%). Les autres filières représentent chacune environ 4 à 5% (corne et cuir, pierre et bijoux, mécanique, peinture, habitat, travail du métal).

Le savoir-faire des artisans est souvent acquis « sur le tas » : soit transmis de génération en génération, soit en auto apprentissage. Il n'existe pas de dispositif pérenne d'apprentissage ou de formation de base ; les seules formations sont celles dispensées par des centres techniques ou des programmes sur des durées courtes.

¹ Chiffres 2008. Source : Ministère de l'économie du commerce et de l'industrie ; Direction de la promotion de l'artisanat.- Présentation générale du secteur artisanal de Madagascar.- 2008

Au niveau de la commercialisation, seuls 1,6% des artisans arrivent à exporter mais ne sont pas souvent en contact direct avec les clients.

Le commerce équitable a commencé à se développer à Madagascar dans les années 1990. L'initiative vient d'ONG confessionnelles et des centres d'aide aux personnes et enfants en difficulté. La filière agricole et agroalimentaire (épices, canne à sucre, litchi), la filière des huiles essentielles et la filière de l'artisanat sont les secteurs qui sont actuellement concernés.

Au niveau de l'artisanat, les partenariats entre Artisans du monde, Solidar'Monde ou Artisanat Sel démarrent début 2000 avec quelques groupements (coopérative KOVAPAMINA, association FIVATAMA) appuyées par des ONG comme Apostolat de la mer, ou SAF/FJKM. Le commerce équitable prend un peu plus d'ampleur grâce à l'ONG italienne RTM qui initie la création de l'ANCESM (Association Nationale du Commerce Equitable et Solidaire de Madagascar). Elle crée l'entreprise Ravinala SARL pour assurer les transactions commerciales entre les associations d'artisans et les centrales d'achat italiennes.



On estime que les transactions en commerce équitable de l'artisanat s'élève à environ 248 000 € par an, ce qui est très faible par rapport à l'exportation de l'artisanat estimée à 10 millions € en 2010².

Actuellement, **le commerce équitable de l'artisanat implique environ 3 500 artisans dans tout Madagascar dont 70% de femmes**. Ce chiffre représente seulement 0,17 % de l'ensemble des artisans. Les ateliers artisanaux associés au commerce équitable se trouvent concentrés sur les régions montrées sur la carte ci-contre (au centre et à l'est de l'île). Les fibres et matières végétales, le textile et l'habillement, les corne et cuir, la soie, le bois et dérivés, le travail du métal et les matières recyclés sont les filières les plus exploitées. Il existe d'autres zones plus isolées mais les acteurs recensés ne sont pas encore formellement actifs dans le commerce équitable : Morondava pour la sculpture de figurine de baobab – Ambovombe et Taolagnaro pour la vannerie en sisal et Mahajanga pour le raphia.

Carte 1 : Principales localisations des ateliers des artisans du commerce équitable de l'artisanat de Madagascar

Les différentes pratiques du commerce équitable

Cinq types de pratiques ont été identifiés autour du commerce équitable de l'artisanat. Ces pratiques sont résumées dans le tableau ci-dessous avec les principales caractéristiques et acteurs pour chaque système.

A titre de comparaison, l'approche du secteur de l'artisanat est très différente de la pratique du domaine de l'agroalimentaire où ce sont les produits qui sont certifiés par des organismes de certification tel ECOCERT (Bio et bioéquitable) ou FLO. Il existe déjà une liste de produits références (cacao, épices, huiles essentielles, sucre, litchi) avec l'application de cahiers de charges bien précis et de contrôles externes rigoureux. Des structures comme AVSF³, l'ONG Fanamby, l'association ManaoDe, le programme PPRR⁴ soutiennent les producteurs via des formations et mises aux normes ainsi que via la prise en charge des coûts de certification.

² Source : Direction de l'Artisanat

³ Agronomes Vétérinaires Sans Frontières

⁴ Programme de Professionnalisation des Revenus Ruraux

Tableau 1 : Caractéristiques des différentes pratiques du commerce équitable de l'artisanat

Les pratiques identifiées	Pratiques du Commerce Equitable		Pratiques se rapprochant du Commerce Equitable		
	La pratique « filière intégrée »	Le label Commerce Equitable ANCESM	Les labels proches du Commerce Equitable Cas Associations Fivoarantsaina et VMSL	La pratique « éthique »	Pratique impulsée par des projets de sensibilisation sur le Commerce Equitable Etude de cas MadaCraft
Caractéristiques	<ul style="list-style-type: none"> - Partenariat entre acteurs du Nord membres de réseaux et les groupements d'artisans malgaches : contacts directs entre les deux parties, sinon des ONG locales assurent la mise en relation - Importateurs membres de réseaux nationaux et internationaux de CE - En même temps, vente dans des boutiques d'artisanat à Madagascar - Vente vers le marché européen et américain 	<ul style="list-style-type: none"> - Création d'un label du commerce équitable au niveau national qui rassemble 49 structures (producteurs, artisans, exportateurs, organismes d'appui) - Partenariat commercial des membres (lancés dans le commerce équitable) avec Ravinala SARL, la seule structure accréditée WFTO⁵ à Madagascar et en forte relation avec Ravinala Italie - Possibilité pour les membres de nouer d'autres partenariats - Eventuellement des ventes locales 	<ul style="list-style-type: none"> - Mise en place de label de l'association, dont les critères du cahier des charges sont proches de ceux du Commerce Equitable - Forte intervention d'ONG d'appui - Vente au niveau local et national - Non intégration dans le marché du Commerce Equitable 	<ul style="list-style-type: none"> - Focalisation sur le respect des conditions de travail et des droits des employés - Boutiques de vente au niveau national - Contrat établi avec des importateurs étrangers qui n'ont pas forcément des affiliations à des réseaux du commerce équitable 	<ul style="list-style-type: none"> - Artisans sensibilisés au Commerce Equitable via le Programme « MadaCraft » - Création de la marque « MadaCraft » actuellement gérée par l'ONG C-for-C, pour les produits des artisans formés, sans cahier des charges. - Gestion de commande via Internet qui bénéficie aux artisans formés dans le cadre du programme - Création des Revendeurs Agréés de MadaCraft (RAM) pour s'occuper des transactions commerciales
Les principaux acteurs	<p><u>Acteurs du Nord</u> : Artisans du monde, Solidar'Monde, Artisanat sel, Oxfam, Tear Craft, CPALI, SEERV</p> <p><u>Acteurs malgaches</u> : KOVAPAMINA, FIVATAMA, 3F, Hitia Sahaza, Bezalila, Coopérative Tambahra</p>	<p><u>Acteurs du Nord</u> : Ravinala Italie</p> <p><u>Acteurs malgaches</u> : ANCESM et ses membres, Ravinala SARL</p>	<p><u>Acteurs malgaches</u> : Association Fivoarantsaina – Association VMSL</p>	<p><u>Acteurs du Nord</u> : importateurs se revendiquant d'une démarche éthique</p> <p><u>Acteurs malgaches</u> : dans la plupart des cas, entreprises (SARL, EURL) avec artisans salariés</p>	<p><u>Acteurs du Nord</u> : Importateurs qui ne sont pas forcément des acteurs du commerce équitable</p> <p><u>Acteurs malgaches</u> : Artisans formés dans le cadre du programme MadaCraft – ONG C-for-C</p>
Estimation du nombre d'artisans impliqués	Environ 1800 artisans	Environ 260 artisans	Une centaine d'artisans, de tous les maillons de la filière	Environ 1100 artisans	3 RAM et 134 artisans enregistrés dans le site web

⁵ World Fair Trade Organization

3- Présentation générale des freins et leviers

L'artisanat issu du commerce équitable est confronté aux mêmes blocages que l'ensemble de la filière artisanale, à savoir difficulté d'accès au marché et au financement, manque de formation, qualité médiocre et aléatoire, faiblesse du marketing, insuffisance de moyens (outillage, fonds de roulement), design peu créatif et exploitation irrationnelle des matières premières issues des ressources naturelles.

D'une manière générale, les principaux freins au Commerce Equitable sont les suivants :

- **La non maîtrise des principes du Commerce Equitable** lesquels sont différemment compris par les acteurs notamment les artisans ;
- **La méconnaissance du marché du commerce équitable.** L'artisan connaît mal l'environnement dans lequel vit le client et il lui est difficile d'appréhender ce que ce dernier attend en termes de qualité, de design, de couleur, mais aussi pourquoi le client achète des produits issus du commerce équitable, etc.
- **L'absence de cadre réglementaire** pour servir de balise à l'utilisation et à l'affichage du terme « commerce équitable » et pour permettre une coordination des interventions de tous les acteurs du commerce équitable ;
- **Un système de contrôle peu efficace** et une absence de transparence et traçabilité ; le seul contrôle interne ne suffit pas à garantir le respect des cahiers de charge ;
- **L'absence de gestion raisonnée qui engendre l'indisponibilité de matières premières** en relation avec les ressources naturelles (fibres végétales, soie, bois) qui impacte sur leur prix et leur approvisionnement ;
- **La faiblesse des innovations et du design** où les produits proposés par les artisans n'arrivent pas toujours à suivre les tendances du marché et les attentes des clients ;
- **La concurrence du marché conventionnel** en termes de prix et de produits. Le marché de gros du « Coum » Antananarivo est l'exemple le plus probant où l'on trouve des produits à très faible prix et où les exportateurs ont l'habitude de s'approvisionner, y compris ceux qui affichent « commerce équitable » ;
- **D'autres facteurs comme** l'insuffisance d'accompagnement, la faiblesse de la communication entre acteurs, et le manque de promotion du secteur.

En terme de **leviers**, les facteurs ci-dessous nous paraissent les plus importants pour que le commerce équitable se développe de plus en plus :

- **La formation** : c'est une étape essentielle pour que les artisans améliorent leur savoir-faire, intègrent des méthodes de gestion et apprennent à vendre ;
- **La promotion et la communication** : le développement du commerce équitable est étroitement lié à une bonne compréhension de ce système que ce soit de la part des artisans ou des consommateurs. Ces derniers doivent être conscients de l'environnement culturel, économique et social de l'artisan producteur ; ils doivent aussi être convaincus que leurs achats vont directement bénéficier aux artisans producteurs, d'où une intense communication de part et d'autre ;
- **Le partenariat** : Si des groupements d'artisans ont su maintenir et même développer leurs activités de commerce équitable, c'est que les responsables et leaders ont su rassembler tous les éléments permettant d'entretenir les partenariats avec les clients du Nord : fidélité par rapport aux principes du commerce équitable, sérieux, respect mutuel des engagements, importance des dialogues.
- **La diversité des offres** : l'artisanat malgache est multiple que ce soit en terme de matières que de savoir faire ou de racines culturelles. Cette diversité doit être exploitée via un design plus créatif puis valorisée;

- **Certification et travail de réseau** : Les artisans qui travaillent en réseau formel ont plus d'opportunités que les autres : marché régulier, volume d'activités plus important, partenariat pérenne. L'ANCESM devrait jouer un rôle capital à l'avenir.

Une analyse plus approfondie des 5 pratiques identifiées met en exergue les freins et leviers qui leur sont spécifiques pour définir la stratégie adaptée qui permettrait aux acteurs concernés de mieux accéder au marché du Commerce Equitable.

Le tableau suivant résume les freins et leviers spécifiques à chaque pratique du commerce équitable identifiée :

Tableau 2 : Freins et leviers des pratiques du commerce équitables identifiées

	Pratiques du Commerce Equitable		Pratiques se rapprochant du Commerce Equitable		
	La pratique « filière intégrée»	Le label Commerce Equitable ANCESM	Les labels proches du CE Cas Associations Fivoarantsaina et VMSL	La pratique « éthique »	Pratique impulsée par projets de sensibilisation au CE Etude de cas MadaCraft
Freins spécifiques	<ul style="list-style-type: none"> - Pas de traçabilité, non prise en compte de l'approvisionnement en matières premières - Pas de contrôle effectif - Retombées sociales pas toujours bien établies - Manque d'éducation/ formation des artisans - Prix de la matière première - Barrière de langue - Pas de diversification du client 	<ul style="list-style-type: none"> - Peu de prise en compte de l'approvisionnement en matières premières - Peu de prise en compte des actions et projet sociaux au niveau des groupements - Manque d'éducation - Pour certains groupements, le prix n'est pas aussi incitatif que les artisans le souhaiteraient - Commerce avec un seul partenaire : Ravinala 	<ul style="list-style-type: none"> - Méconnaissance et non intégration dans le circuit du Commerce Equitable - Manque d'éducation/ formation - Vente limitée au niveau local auprès des touristes et consommateurs locaux - Barrière de langue - Manque de promotion et de communication au niveau national et à l'extérieur - Crédibilité du label : délivré et contrôlé en interne 	<ul style="list-style-type: none"> - Pas de prise en compte de l'approvisionnement en matières premières - Se cantonner essentiellement aux facteurs sociaux relatifs aux conditions de travail, actions sociales - Faible maîtrise des principes du commerce équitable par les bénéficiaires - Vendre au juste prix un artisanat fait main de qualité est difficile - Difficile de garder un produit en exclusivité en raison des copies - Difficulté de trouver le bon segment du marché à l'international - Manque de label 	<ul style="list-style-type: none"> - Pas de cahier des charges clairs stipulant les critères qui valoriseraient les produits sur le Commerce Equitable pour décerner la marque. - Pas de prise en compte de l'approvisionnement en matières premières - Plusieurs réticences de cette pratique de la part des artisans - Manque de formation/d'information - Absence de vision du marché par les artisans : ils attendent que les commandes arrivent - Faiblesse des commandes par Internet

	Pratiques du Commerce Equitable		Pratiques se rapprochant du Commerce Equitable		
	La pratique « filière intégrée»	Le label Commerce Equitable ANCESM	Les labels proches du CE Cas Associations Fivoarantsaina et VMSL	La pratique « éthique »	Pratique impulsée par des projets de sensibilisation au CE Etude de cas MadaCraft
Leviers spécifiques pouvant assurer un meilleur développement de la pratique	<ul style="list-style-type: none"> - Prise en compte dans le contrat des conditions préservant ou pérennisant les matières premières - L'existence et le montage de projets sociaux au niveau des groupements motiveraient davantage les artisans - Organisation avec des groupements de fournisseurs de matières premières - L'implication dans des réseaux reste un système de garantie pour les artisans 	<ul style="list-style-type: none"> - Prise en compte dans le cahier des charges des conditions préservant ou pérennisant les matières premières - Le rôle d'appui de l'ANCESM vis-à-vis de ses membres sur les formations et la sensibilisation - Le dialogue permanent est une garantie de la transparence et de l'équité - Les collaborations avec des designers incitent la créativité des artisans. - Appui technique et en qualité de Ravinala - Le développement d'autres partenariats, les relations avec d'autres réseaux. - Adhésion à WFTO - Appui à la commercialisation au Nord 	<ul style="list-style-type: none"> - Continuer la prise en considération de la préservation des matières premières, une démarche déjà en très bonne voie - Retombées directes des activités au niveau de la communauté locale - Bénéficie du prix du consommateur final avec la vente locale - Prévoir l'adhésion à un réseau : ANCESM de préférence - Renforcement sur le design et la qualité 	<ul style="list-style-type: none"> - Prise en compte dans le cahier des charges des conditions préservant ou pérennisant les matières premières - Les actions sociales (comme prise en charge et conseils sur l'éducation et la santé) devraient constituer un levier pour l'amélioration des conditions de vie des bénéficiaires - Possibilité de viser le très haut de gamme - Capacité de créer des produits en permanente évolution 	<ul style="list-style-type: none"> - Prise en compte dans le cahier des charges des conditions préservant ou pérennisant les matières premières - Plus de transparence sur le fonctionnement du système pour donner plus d'assurance aux artisans - Un partenariat à travers les réseaux du commerce équitable

En analysant quelques cas particuliers de groupements d'artisans, il se trouve que d'un côté l'enclavement des sites, le manque de dynamisme des leaders, la faiblesse de l'esprit entrepreneurial, l'inexistence d'activités à caractère social, sont des facteurs de blocages de ces structures. Mais d'un autre côté, les groupements arrivent à continuer leurs activités et à faire face aux différents problèmes, grâce à l'importance de l'implication des ONG d'appui, aux partenariats avec les réseaux mondiaux du commerce équitable, au ciblage de produit ayant une spécificité écologique de Madagascar, à la mise en avant du label préservant les ressources naturelles, aux compétences des leaders, et à la bonne organisation des groupements.

4- Conclusions et recommandations

Cette analyse débouche sur des recommandations les plus opérationnelles possibles afin que, d'une part, davantage d'artisans intègrent des pratiques commerciales plus rémunératrices et plus respectueuses des communautés, et d'autre part, que les circuits commerciaux au Nord puissent s'approvisionner davantage à Madagascar et fassent connaître les spécificités de l'artisanat malgache.

Deux groupes de recommandations sont développés : des recommandations d'ordre général et des recommandations spécifiques à chaque pratique.

Recommandations générales

Le **renforcement de la fonction commerciale constitue le nœud du système**. On doit aider les artisans à **mieux vendre** ce qui commence par une meilleure connaissance du marché ; ils doivent **adapter leurs produits** aux diverses clientèles et suivre un **design plus créatif et innovant**. Le système de contrôle actuel des mises en applications des cahiers des charges des labels, ainsi que le niveau faible de transparence et de traçabilité dans les filières sont autant des facteurs limitant de l'artisanat équitable à Madagascar et qu'il faut renforcer et améliorer pour que les produits soient crédibles sur le marché du Commerce Equitable international. Une **connexion directe** entre les centrales d'achat du Nord et les groupements de producteurs constitue un important facteur de réussite des relations commerciales. Cela demande de la part des importateurs du Nord **d'avantage d'accompagnement des artisans** et de la part de ces derniers plus de **compréhension et de maîtrise des principes du commerce équitable**.

Renforcer également l'organisation et **favoriser la dynamique collective** des groupements car un artisan seul aura difficilement la capacité d'honorer des commandes importantes. Il faut une **appropriation de cette dynamique** par les groupements eux-mêmes. Dans un premier temps, cela passe par une adhésion à l'ANCESM d'autant plus que plusieurs structures de production mais également d'appui sont déjà membres (comme Cite ou CforC). En parallèle, l'ANCESM doit être renforcée pour acquérir une plus grande crédibilité et diffuser largement son label ; son adhésion à WFTO contribuera à cette notoriété.

Instaurer une meilleure organisation pour **intégrer l'amont de la filière** (approvisionnement en matières premières « sauvages ») pour plus de **préservation et de pérennisation des matières premières**. C'est d'ailleurs un des 10 principes du commerce équitable qui est l'**application de méthodes responsables de production**. Cette recommandation est commune à toutes les démarches ; cependant peu d'opérateurs et certificateurs sont au courant de la situation des matières premières par absence d'études sérieuses et de communication. La sensibilisation est de ce fait une action prioritaire à envisager avec

Enfin, toujours continuer les **renforcements de capacité** aussi bien sur des thématiques transversales (gestion, marketing, fonctionnement de groupement,...) que sur des thématiques plus spécifiques (design, principes du commerce équitable, techniques de production).

Recommandations spécifiques

Le tableau ci-après résume les recommandations propres à chaque pratique.

Tableau 3 : Recommandations spécifiques pour les différentes pratiques du commerce équitable

Pratiques du Commerce Equitable		Pratiques se rapprochant du Commerce Equitable		
La pratique « filière intégrée»	Le label Commerce Equitable ANCESM	Les labels proches du CE Cas Associations Fivoarantsaina et VMSL	La pratique « éthique »	Pratique impulsée par projets de sensibilisation au CE Etude de cas MadaCraft
<p>Pour les artisans</p> <ul style="list-style-type: none"> - Etablir un catalogue avec peu de produits mais avec un cahier des charges précis et l'envoyer pour feedback aux acheteurs - Aide au renforcement de capacité - Instaurer un mode de contrôle systématique et si possible autonome (avec l'appui de l'acheteur) ; - Communiquer régulièrement avec les acheteurs - Prospecter d'autres réseaux y compris hors France (notamment Allemagne, Suisse, Amérique du Nord). <p>Pour les acteurs du Nord</p> <ul style="list-style-type: none"> - Appuyer les artisans et groupements dans leur démarche de structuration et créativité - Inciter les artisans et groupements à raconter une histoire autour de leurs produits - Instaurer un mode de suivi et contrôle systématique (avec l'appui du groupement) ; - Communiquer régulièrement avec le groupement - Indiquer les tendances du marché - Inciter les groupements à mettre en place un projet social et le valoriser dans la communication sur le produit. 	<ul style="list-style-type: none"> - Renforcer la communication sur le commerce équitable - Faire intervenir des tiers dans l'organe de contrôle (ex : organisme d'appui). - Promouvoir le commerce équitable de l'artisanat de Madagascar - Demande d'intégration à WFTO - Renforcer le rôle de plaidoyer auprès de l'Etat - Autres partenariats commerciaux autres que Ravinala - Faire connaître le réseau et le label 	<ul style="list-style-type: none"> - Développer la partie commerciale : maîtrise du français au moins ainsi que la démarche marketing - Développer la communication sur le produit (étiquettes, fiches par produit, etc.) ; - Améliorer le design des produits et diversifier les gammes ; - Creuser l'opportunité du commerce équitable Sud/Sud - Intégrer les réseaux de commerce équitable existants comme ANCESM voire entrer en contact avec les acheteurs certifiés à l'étranger ; - Faire intervenir des tiers dans l'organe de contrôle (ex : organisme d'appui). 	<ul style="list-style-type: none"> - S'organiser avec les groupements de fournisseurs de matières premières pour qu'ils intègrent le système ; - Distinguer commerce équitable et commerce éthique ou solidaire - Améliorer les conditions salariales des artisans-ouvriers - Viser la production d'articles haut de gamme en renforçant la créativité et la formation en design ; - Mettre en place une véritable charte éthique et la partager soit avec les salariés, soit avec les artisans membres. 	<ul style="list-style-type: none"> - Passer des contrats avec les fournisseurs de matières premières pour s'assurer du respect de l'environnement ; - Développer des collaborations directes avec les distributeurs du commerce équitable en Europe et aux Etats-Unis en dehors de l'Internet - Communiquer le fonctionnement et les résultats des démarches commerciales à tous les artisans ainsi qu'aux partenaires associés; - Clarifier le rôle de l'ONG C-for-C : son rôle est plutôt dans l'appui et le renforcement et non commercial - Favoriser la structuration des artisans formés sur base régionale et/ou de filières et les appuyer pour qu'ils sachent gérer de manière autonome leur groupement et la commercialisation de leurs produits; - Appuyer la démarche de certification d'ANCESM - Connaître les marchés locaux et internationaux du commerce éthique, solidaire et équitable, et organiser des renforcements de capacité en fonction de l'obtention de ces marchés.

Outre ces recommandations particulières, les organismes d'appui et l'Etat ont aussi leurs rôles à jouer dans le développement des activités des artisans. **Les organismes d'appui** (en majeure partie des ONG nationales et internationales et dans une moindre mesure les Chambres de commerce et d'industrie) doivent devenir plus professionnels dans leurs accompagnements, expliquer simplement les principes du commerce équitable aux artisans, appuyer l'accès au marché, et apprendre aux artisans à se grouper de manière efficace et durable.

Quant à **l'Etat malgache**, il doit être le garant d'un environnement et d'un climat favorable au développement du secteur : respect des principes du commerce équitable, facilitation et allègement des différentes démarches et procédures administratives, promotion de l'artisanat de Madagascar. Le plaidoyer initié par ANCESM s'avère positif : en effet, l'arrêté interministériel pour la constitution du comité interministériel du Commerce Equitable, sous tutelle du Ministère du Commerce, est en cours de finalisation ; de même, le dossier pour la reconnaissance d'ANCESM comme interlocuteur principal auprès des ministères concernés est instruit et en cours de finalisation. L'Association est donc le principal levier pour continuer cette implication de l'Etat.

Enfin pour **les acteurs français du commerce équitable**, destinataires des résultats de la présente étude, et dont quelques uns ont déjà des partenariats avec des groupements d'artisans malgaches, les recommandations sont les suivantes :

- Soutenir le développement de design et de création originale, issus de la culture et de l'environnement de l'artisan. L'initiative de Ravinala (Italie) est intéressante – collaboration de designers italiens bénévoles mais aussi mise à disposition d'un formateur malgache via le CITE pour assurer la création de nouveaux produits ; il faudrait aussi favoriser l'émergence de jeunes créateurs malgaches qui sauraient valoriser les spécificités malgaches avec les particularités du « fait main » ;
- Renforcer l'information sur les tendances du marché et mettre à disposition des artisans et des organismes d'appui les différentes études de marché ;
- Faire circuler des idées de produits innovants. A l'exception de la tôle et du fer, peu de matières recyclables sont encore utilisées pour produire des objets artisanaux (plastique, caoutchouc, papier, etc.) ;
- Développer des collaborations avec des sociétés de transport de manière à diminuer les coûts de transport très élevés en raison à la fois de l'éloignement et des faibles volumes exportés ;
- Créer des collaborations avec les structures d'appui basées à Madagascar pour assurer les renforcements nécessaires et l'orientation des artisans de manière durable ;
- Contribuer à la promotion de l'artisanat malgache issu du commerce équitable dans les salons et réseaux de distribution : stand spécifique dans certains salons, plaquettes, vidéo et expositions dans les boutiques spécialisées ou les grands magasins ;
- Favoriser les partenariats avec les artisans qui respectent la préservation et la pérennisation des matières premières.