

# Bienvenue à l'atelier : Comment établir un prix équitable



9 DÉCEMBRE 2010



# Programme



- **9h 00 : Accueil**
- **9h30 : Introduction : (Benoît - Joseph Pons, PFCE)**
- **10h 00 : Le prix équitable du coton (Valérie Hauchart, Max Havelaar France),**
- **10h 30 : Le prix équitable des produits textiles (Alexandra Coiffé, Althéane)**
- **11h 00 : Le prix équitable des produits artisanaux (Jean - Marc Brunet, Solidar'monde),**
- **11h 30 : Le prix équitable des produits cosmétiques (Laurent Lefèvre, Eco Cert).**
- **12h 00 : Echange avec les participants**
- **12h 50 : Conclusion**
- **13h 00 : Buffet**

# Introduction



- Philosophie de la justice.
- Objectifs du Commerce Equitable.
- Définitions du prix équitable.
- Commentaires d'acteurs.
- Conclusions.

# Philosophie de la justice



- **John Rawls (1921-2001)<sup>1</sup> :**
  - « La justice comme équité ».
  - Professeur à Princeton, Oxford, Cornell, Harvard.
  - Définition de la justice, en s'appuyant sur les institutions.
  - 2 principes :
    - ✦ Principe d'égalité dans la liberté.
    - ✦ Principe de différence.

<sup>1</sup> : RAWLS, J., *Théorie de la justice*, Paris, Points, Essais, 354, 2009

# Principe d'égalité dans la liberté.



- *« Chaque personne a droit à un système pleinement adéquat de libertés de base égales pour tous, compatible avec un même système de liberté pour tous; et dans ce système, la juste valeur des libertés, et de celles-là seulement, doit être garantie. »*

# Le principe de différence



- *« Les inégalités sociales et économiques doivent satisfaire à deux conditions :*
  - *A) elles doivent procurer le plus grand bénéfice aux membres les plus désavantagés de la société;*
  - *B) elles doivent être liées à des fonctions et à des positions ouvertes à tous, dans des conditions d'égalité équitable des chances. »*

# Principes de la société originelle



- Ce sont les principes qu'accepteraient des « *personnes libres et rationnelles, désireuses de favoriser leurs propres intérêts, et placées dans une position initiale d'égalité* ».
- Notion de « voile d'ignorance » : une règle est juste, si elle est acceptée par un individu au raisonnement sain, qui ne sait pas quelle sera sa position sociale au moment où la règle s'appliquera.

# Critique de Rawls par Amartya Sen



- **Amartya Sen<sup>1</sup> :**
  - né en 1933, en Inde,
  - prix Nobel d'économie en 1998, pour ses travaux sur l'économie du développement et celle du bien-être.
  - président honoraire d'Oxfam.

<sup>1</sup>: SEN, A., *Repenser l'Inégalité*, Paris, Seuil.

## A.SEN reconnaît la juste valeur des travaux de Rawls, mais :



- Critique les critères de la liberté réelle rawlsienne qui ne dépendent que du simple critère financier, en oubliant toutes les coercitions culturelles (ou superstructurelles).
- Introduit la notion de capabilité.

# La notion de capabilité selon A.SEN



- « *Les diverses combinaisons de fonctionnements (états et actions) que la personne peut accomplir. La capabilité est, par conséquent, un ensemble de vecteurs de fonctionnements qui indiquent qu'un individu est libre de mener tel ou tel type de vie.* »
- L'approche utilitariste<sup>1</sup> peut être profondément injuste pour ceux qui souffrent de privations permanentes, car ils ont tendance à adapter leurs désirs aux circonstances pour rendre leur vie plus supportable. C'est un moyen, pour eux, de vivre en paix avec les privations dont ils sont victimes.

<sup>1</sup> : Le plus grand bonheur pour le plus grand nombre de personnes.

# Le Commerce Equitable selon la CNCE



- *« 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. »*

# Objectifs du Commerce Equitable



Dans une dynamique de développement durable :

- assurer une juste rémunération du travail des producteurs, artisans, les plus défavorisés, et de leurs familles, leur permettant de satisfaire leurs besoins élémentaires,
- garantir le respect des droits fondamentaux des personnes,
- instaurer des relations durables entre partenaires économiques,
- favoriser la préservation de l'environnement,
- proposer aux consommateurs des produits de qualité.

## 6 critères :



- **amélioration des conditions de vie des producteurs défavorisés des Pays en voie de développement et appui aux organisations des producteurs vis-à-vis des marchés et pouvoirs publics**
- **indépendance : la personne qui sollicite la reconnaissance respecte les conditions du commerce équitable et n'a pas d'activités de production, de transformation ou de distribution**
- **transparence : toute personne qui le demande doit avoir des informations relatives au mode de fonctionnement de la personne qui sollicite la reconnaissance**
- **présence auprès des producteurs défavorisés : par un système de contrôle au niveau local, portant notamment sur la structure et le caractère démocratique des organisations de producteurs, ainsi que sur la transparence de la gestion des revenus**
- **contrôles auprès des importateurs : notamment sur les conditions minimales relatives au prix d'achat**
- **accompagnement et sensibilisation : accompagnement des producteurs sur leurs compétences, leurs prestations, leur organisation.**

# Stéphane Comar - Ethiquable



- *« Tout d'abord il faut rappeler les principes. Le premier c'est qu'un prix équitable est toujours supérieur au coût de revient, ce qui permet au producteur de ne pas perdre de l'argent quand il vend son produit. Le deuxième principe c'est que le prix équitable payé au producteur est toujours supérieur au prix conventionnel payé au producteur. Le troisième principe c'est que le prix équitable permet un filet de sécurité. Même en période de cours bas, le prix du commerce équitable est toujours limité au coût de revient.*

*Et puis le quatrième point important à signaler, puisque souvent les consommateurs nous posent la question, c'est que le prix final du produit qu'on trouve en grande consommation est légèrement supérieur à un produit équivalent conventionnel.*

*Mais si on regarde à qualité égale, cette différence va se limiter entre 0 et 5% ce qui est négligeable, d'autant plus que dans ce prix équitable, on va trouver un pré-financement au producteur, on va trouver un appui technique, on va trouver un certain nombre d'éléments qui expliquent la différence de prix. »*

# Selon AdM



- **Objectifs allocatifs :**
  - Réduire l'incertitude sur les prix,
  - Réduire le risque de coût du crédit,
  - Intégrer les coûts sociaux et environnementaux,
  - Financement de biens collectifs.
- **Objectifs redistributifs :**
  - Transfert de marge vers les producteurs,
  - Redistribution intersectorielle des gros producteurs vers les plus petits.
- **Un prix équitable doit pouvoir couvrir tous les coûts de production du produit, incluant les coûts environnementaux et sociaux, assurer aux producteurs un niveau de vie décent et une part d'investissement.**

## Selon FLO



- *« Un prix juste dans un contexte local ou régional est convenu après dialogue et concertation. Cela couvre non seulement les coûts de production mais permet également une production qui est socialement juste et respectueuse envers l'environnement. Il fournit un prix juste aux producteurs et prend en compte le principe de salaire égal pour travail équivalent entre hommes et femmes. Les organisations de Commerce Equitable assurent un paiement immédiat à leurs partenaires et, dès que cela est possible, des pré-financements avant la récolte ou la production. »*

# Conclusions



## Un prix équitable :

- ne se définit pas en partant du marché, mais en partant de la situation économique des producteurs.
- n'est pas unique pour un même produit dans le monde entier.
- ne se définit pas uniquement par la négociation.
- ne se compare pas aux prix de marché, sauf dans le cas où ceux-ci sont artificiellement hauts.