

Consommer équitable

Du 8 au 23 mai, aura lieu La Quinzaine du commerce équitable, qui fête, cette année, ses dix ans. Mais qu'est-ce qu'un produit équitable et quel bilan tirer de ce nouveau type de commerce ?

Café, thé, chocolat... C'est par ces douceurs aux saveurs exotiques que le grand public a découvert, en France, le commerce équitable. De fait, « *les produits équitables arrivent, en général, de loin, mais sont entrés dans la consommation occidentale quotidienne* », explique Lydie Anastassion, journaliste spécialisée en gastronomie et auteur du blog *restauration21*, qui traite de la restauration du XXI^e siècle, en phase avec l'idée du développement durable. Pour les consommateurs « raisonnés », ne vaut-il pas mieux acheter des aliments produits localement, et qui ont donc un impact écologique plus faible ? « *Les produits comme le thé ou le café ne sont pas disponibles dans les circuits de production courts, poursuit la bloggeuse. L'équitable peut donc être considéré comme une bonne pratique pour des denrées que l'on ne produit pas chez nous.* »

Si les premières importations concernaient des produits artisanaux d'Amérique latine, les ventes se concentrent, aujourd'hui, sur une vingtaine de produits alimentaires vendus principalement dans les supermarchés et les magasins bio, mais aussi dans des boutiques indépendantes. Le café réalise, à lui seul, plus des deux tiers des ventes. Le plus souvent, ces produits sont issus de matières premières importées des pays du Sud et transformées dans les pays consommateurs : café torréfié, plaquettes de chocolat, mais aussi tee-shirts en coton.

Depuis 1974 et l'ouverture de la pre-

mière boutique de commerce équitable, celle d'Artisans du monde, dans le IX^e arrondissement, à Paris, de l'eau a coulé sous les ponts. La création en France, en 1992, d'une branche de l'ONG hollandaise Max Havelaar a conduit, en 1998, à l'apparition de produits portant son logo dans les grandes surfaces. Et les premiers pas sont rapidement devenus de géant. Leader du marché équitable, Max Havelaar a fait le pari – réussi, en termes de visibilité – de



développer les produits équitables grâce à la grande distribution. De fait, depuis une quinzaine d'années, les rayons des linéaires se parent de nombreux produits dont l'étiquette promet qu'ils sont aussi goûteux que respectueux de l'environnement et des petits producteurs. Les gammes portant la garantie Max Havelaar ont réalisé un chiffre d'affaires de 256 millions d'euros en 2008, contre 26,7 millions pour les entreprises de l'Association Bio Equitable, 10,8 millions pour les soixante-dix entreprises et associations indépendantes du réseau Minga, et 10 millions pour

les cent soixante-dix boutiques associatives d'Artisans du monde. Un produit est dit équitable lorsqu'il donne la possibilité aux producteurs d'être rémunérés convenablement de leur production et de vivre décemment de leur travail. La récolte est payée à un prix minimum, bien souvent supérieur aux cours des marchés internationaux. Si les cours sont plus élevés que ce prix minimum, naturellement, les acheteurs équitables s'alignent. À l'origine, le commerce équitable est conçu comme une solidarité économique entre les pays du Nord et ceux du Sud et comme un moyen politique de dénoncer les injustices du commerce international. Il est demandé au consommateur occidental de payer un prix un peu plus élevé qui est, en fait, le prix juste, et, de surcroît, pour un produit souvent de meilleure qualité. Puis, dans les années 1980, devant la prise de conscience des dégâts écologiques, des critères environnementaux sont venus s'ajouter aux cri-

À LA DÉCOUVERTE DES AMAP

Pour rendre notre consommation durable et plus équitable, pourquoi ne pas privilégier les circuits courts et respecter la saisonnalité des produits ? C'est ce que proposent les associations pour le maintien d'une agriculture paysanne (Amap). Avec ce concept venu du Japon dans les années 1960 et développé, depuis, dans le monde entier – et même en région parisienne –, le consommateur s'engage à acheter, chaque semaine, un panier à un petit producteur local rempli, le plus souvent, de fruits et légumes, mais il existe des Amap viande et produits laitiers.

À la belle saison, le panier se transforme en corne d'abondance, mais les consommateurs acceptent aussi tacitement les aléas climatiques qui règlent la vie paysanne : gel, sécheresse, pluies torrentielles... Le petit producteur a l'assurance d'avoir un chiffre d'affaires prévisible et régulier et le consommateur, celle de manger des produits sains, frais et locaux.

Renseignements : www.reseau-amap.org

tères sociaux. Cette démarche exigeante se heurte aux impératifs économiques et aux pratiques de la grande distribution. « Dans un même supermarché, une enseigne proposera de l'équitable, mais sur d'autres produits, comme le lait. Pour reprendre l'actualité récente, elle étranglera les producteurs avec son système de marges », remarque Lydie Anastassion. D'où la réticence de nombreux

acteurs de s'allier à la grande distribution. Artisans du Monde, Minga ou Andines préfèrent ouvrir leurs propres boutiques et vendre directement leurs produits. Pour l'heure, afin de garantir le respect des critères du commerce équitable, chaque réseau possède un système de contrôle interne. Max Havelaar a séparé son activité audit, mais il ne s'agit pas d'une structure indépendante. Quant au certificateur biologique Ecocert, il s'est doté d'une branche pour l'équitable, baptisée ESR, qui va également exercer des contrôles sur les gammes tendance de l'équitable, à savoir, le textile et les cosmétiques.

Pour contrôler ce secteur, le gouvernement français devait créer, avant l'été, une Commission nationale du commerce équitable chargée de délivrer un agrément officiel aux systèmes de contrôle indépendants. Cette commission se donnera-t-elle les moyens d'un contrôle efficace ? De la réponse à cette question dépendra une partie de la crédibilité et de l'avenir du commerce équitable en France. Et, donc, pour le consommateur, de transformer l'acte d'achat en un acte de citoyenneté et de solidarité. □

