



PRESENTATION

Nous, les organisations de Petits Producteurs et entreprises du Symbole des Petits Producteurs - SPP, nous voulons partager par le biais de cette déclaration notre vision du commerce équitable à partir de notre travail et de notre quotidien durant les trois dernières décennies.

Même si nous pensons qu'il n'existe pas de vérité absolue, nous considérons nécessaire que notre point de vue sur le commerce équitable soit exposé et reconnu par le mouvement du commerce équitable, par les entreprises et les consommateurs participants, afin d'éviter l'effondrement du commerce équitable face au grand risque de se laisser absorber par les pratiques du marché conventionnel et de perdre de cette façon son essence, ses progrès et son pouvoir de transformation.

Dans cette déclaration nous ferons un résumé de notre vision de [l'origine](#) du commerce équitable, de son [rôle historique](#) pour les petits producteurs, de [ses principes et valeurs originaux](#), de ses [réalisations](#) et des [menaces](#) qui pèsent sur le commerce équitable et on conclura avec un [« Appel Urgent pour le Sauvetage du Commerce Equitable »](#).

ORIGINE DU COMMERCE EQUITABLE

Le commerce équitable est né à la fin des années 80 du siècle dernier comme réponse au besoin des organisations de Petits Producteurs dans les pays du sud afin d'avoir un meilleur accès aux marchés internationaux.

Le terme de commerce équitable a été inventé avec le but d'augmenter notablement l'impact et la portée de l'économie solidaire et alternative qui depuis quelques décennies était en train de se construire partout dans le monde, au sud comme au nord.

Ce qui a fait la différence entre le nouveau terme de « commerce équitable » et celui du marché solidaire et alternatif existant, c'était que dans le commerce équitable les organisations de petits producteurs avaient le rôle principal, ils n'étaient pas seulement les bénéficiaires des efforts solidaires des mouvements sociaux du nord et du sud, avec « les producteurs de zones marginales, petits ou grands ».

D'un autre côté le commerce équitable a mis fin au confinement des produits solidaires aux « boutiques du tiers monde », aux parvis des églises, aux bureaux des ONG et aux boutiques spécialisées en articles biologiques.

Grâce à la participation des entreprises solidaires et à l'élan donné par les labels du commerce équitable les produits provenant des Petits Producteurs ont commencé à faire partie de l'offre des hypermarchés et ainsi être à portée de main du grand public, identifiés par les labels de commerce équitable.

Les labels du commerce équitable ont été créés pour donner une visibilité aux produits des organisations démocratiques des petits producteurs du sud face aux consommateurs du monde entier.

Même si le commerce équitable a été une façon différente de pratiquer le commerce solidaire ou alternatif déjà existant, peu à peu les mouvements qui produisaient ce type de produits ont intégré le terme de commerce équitable comme le leur, ajoutant même des modèles d'intermédiation contrôlés par des entreprises et des organismes non gouvernementaux.



Néanmoins pour de nombreuses organisations de Petits Producteurs, ce mouvement est devenu réellement pertinent à partir de la création des labels de commerce équitable, créés à leur demande, grâce à leurs efforts et participation active.

ROLE HISTORIQUE DU COMMERCE ÉQUITABLE POUR LES PETITS PRODUCTEURS

Le commerce équitable est né et se développe comme partie du processus de beaucoup d'organisations de petits producteurs du sud pour s'approprier la valeur de la chaîne de production-commercialisation, contrôlée jusqu'à aujourd'hui par les grandes entreprises, les grands producteurs et les intermédiaires abusifs, surnommés « coyotes ».

C'est ainsi que le commerce équitable devient un allié clé pour ces organisations de petits producteurs en leur permettant de créer des organisations socio – économiques viables qui permettent d'accélérer le processus de consolidation de ces organisations et de leur donner une grande visibilité et un impact majeur au niveau local et régional. Les organisations de petits producteurs se sont vues renforcées dans leurs efforts pour suppléer les grandes carences en matière de services publics dans leurs communautés, dans le domaine des services vitaux comme la santé, l'éducation.

Les organisations des petits producteurs du Sud continuent jusqu'à aujourd'hui à avancer dans ce processus d'obtention des moyens et des services locaux qui puissent profiter aux gens des zones traditionnellement marginales. Même si le commerce équitable ne peut pas résoudre tous ces besoins, un commerce équitable, un prix juste pour les produits et un bon accès stable aux marchés continuent à être la clé pour que les organisations impliquées puissent continuer à pratiquer ces processus de développement.

La réalité a évolué et certaines des organisations de petits producteurs qui faisaient office, il y a deux ou trois décennies, de centre de santé, de dispensaire, de centre d'éducation, etc. peuvent aujourd'hui concentrer leurs efforts sur d'autres projets sociaux et économiques car ils ont enfin obtenu que les services de première nécessité soient fournis par les instances gouvernementales locales et nationales. C'est le résultat d'une longue et difficile lutte qui a coûté aussi la vie à un certain nombre de personnes.

Le commerce équitable pour nous est tel qu'il a été présenté à la fin des années quatre-vingt, c'est à dire comme un pont de communication et collaboration entre les petits producteurs et les consommateurs. D'ailleurs, un pont est inutile s'il ne réussit pas à faire le lien entre les deux bouts. Nous travaillons pour que le commerce équitable fasse office de pont solide, qui crée une relation différente et de proximité entre les extrémités de la chaîne de production - commerce – consommation.

PRINCIPES ET VALEURS D'ORIGINE DU COMMERCE ÉQUITABLE

Le commerce équitable a connu plusieurs changements depuis la fin des années quatre-vingt. Premièrement le terme est devenu le commun dénominateur pour tout le mouvement du commerce solidaire, alternatif, équitable et différent. Cela a donné une prolifération de visions dans le mouvement.

Deuxièmement le commerce équitable s'est adapté aux pratiques, règles et acteurs du commerce conventionnel de consommation de masse. Si dans un premier temps le mouvement travaillait uniquement avec des organisations des petits producteurs, peu à peu les moyens et grands producteurs, les plantations privées, les petits producteurs non organisés ou individuels et les sociétés transnationales ont été inclus alors qu'ils étaient ceux-là même qui avaient rendu nécessaire la création du commerce équitable.



Cette grande variété de modèles de commerce équitable a résulté en une croissance du marché du commerce équitable et de sa portée, mais a changé ses principes et valeurs communs. Des valeurs comme l'organisation horizontale démocratique, l'autogestion et la petite échelle ont été laissées de côté.

Pour nous le commerce équitable a été conçu principalement afin de créer un marché alternatif qui fonctionne de manière différente et pas pour s'intégrer aux méthodes et pratiques du marché conventionnel comme plusieurs entités du commerce équitable le cherchent de nos jours.

Les principes et valeurs du commerce équitable « originaux » sont pour nous les suivants, tels qu'exposés dans notre Déclaration des Principes et Valeurs SPP¹.

DEMOCRATIE PARTICIPATIVE

L'organisation démocratique pour nous est la valeur fondamentale du commerce équitable. L'organisation démocratique a ses fondements dans l'organisation horizontale des individus pour atteindre un bénéfice collectif. Dans une organisation démocratique il doit y avoir une série de mécanismes de participation égalitaire et constante de tous les membres et secteurs de l'organisation. Ce principe doit être appliqué par toutes les organisations des petits producteurs du commerce équitable comme il doit être pris en compte dans la prise de décisions dans les organisations, entreprises, réseaux ou institutions qui font partie du commerce équitable.

AUTOGESTION

L'autogestion dans le commerce équitable implique un processus de développement propre des capacités productives, techniques et commerciales par la base tant productive que sociale ; elle implique aussi de défendre et promouvoir nos droits et intérêts grâce à l'organisation socio-économique, à la participation active des citoyens et l'influence sur les politiques publiques et privées. L'autogestion est une expression de l'autodétermination des peuples qui affrontent directement les forces externes qui cherchent à imposer des modèles de développement qui ne correspondent aucunement au contexte local. Pour nous, le commerce équitable ne représente pas une action philanthropique ni de compassion des « puissants » envers les marginaux. Le commerce équitable part et doit toujours partir de la volonté et des capacités des marginalisés par le système économique.

COLLECTIVITE

Ce principe met en avant le fait que l'homme ne peut accomplir des progrès réels que s'il le fait collectivement en prenant en compte le bien-être collectif. Le commerce équitable peut seulement partir de l'intérêt collectif. L'individualisme est le fondement du modèle libéral où les plus forts et les plus habiles peuvent survivre., ce qui ne cadre pas avec un vrai commerce équitable .

SOLIDARITE

La solidarité entre les personnes et les organisations est la base de l'organisation sociale et un de principes de base du commerce équitable. La solidarité entre les personnes, organismes et sociétés part de la conviction que les problèmes communs doivent trouver des solutions collectives, pour tous et non pour quelques-uns. La solidarité nous conduit également à partager nos expériences et nos apprentissages avec d'autres qui ont les mêmes problèmes ou défis.

JUSTICE

Pour qu'il puisse y avoir une justice, en premier lieu il doit exister des règles claires ainsi que des mécanismes transparents et efficaces pour les faire valoir. Ces règles et mécanismes doivent être définis démocratiquement et être atteignables par tout le monde. Ceci s'applique évidemment au commerce

¹ <http://spp.coop/the-spp-system/spp-general-documents/?lang=en#toggle-id-2>



équitable qui pour accomplir dûment sa mission doit compter avec des règles claires, justes et faciles d'accès, adaptées aux réalités propres de chaque endroit.

EQUITE

Le principe de l'équité doit toujours prévaloir dans le commerce équitable, tant à l'intérieur des organisations que dans les relations entre les différents acteurs économiques. L'équité implique la promotion de la participation active des différents secteurs de la société et de l'économie ainsi que dans les organes et les processus de prise des décisions, même si les conditions ne sont pas égalitaires. Pour une participation égalitaire il ne faut jamais tirer parti des faiblesses ou points forts des uns ou des autres et il est nécessaire de créer des conditions favorables pour que les plus faibles deviennent plus forts et qu'à partir de là, il puisse y avoir une équité réelle.

TRANSPARENCE

La transparence est une partie essentielle d'une organisation démocratique. Une démocratie dépourvue de transparence devient vite un autoritarisme corrompu sans crédibilité. A tout moment il faut pouvoir rendre des comptes sur le respect des règles dans la prise des décisions, les actions entreprises et les résultats. Un commerce équitable sans transparence aura tendance à perdre sa crédibilité et il peut facilement devenir la proie d'intérêts particuliers.

CONFIANCE

Les relations sociales et économiques, et donc le commerce équitable, doivent être construites fondamentalement sur la confiance. La confiance est un principe qui engage tous les acteurs à agir toujours de bonne foi, avec responsabilité et engagement des uns envers les autres. Cela permet de créer des relations sociales d'échange et de collaboration solides à long terme avec un espace de dialogue et de négociation ouvert, sans avoir besoin de l'intervention d'une autorité de contrôle. Les relations commerciales basées sur la méfiance n'obtiendront jamais le même potentiel de transformation et se déliteront par manque d'engagements mutuels.

PERSPECTIVES POUR LES ENFANTS ET LES JEUNES

Le commerce équitable ne le serait pas s'il tolérait l'exploitation des enfants ou des jeunes. Pour les petits producteurs il est important que les enfants et les jeunes aient des opportunités d'éducation, de formation professionnelle et intellectuelle qui leur permettent d'avoir un futur digne au service de leur communauté, région ou pays et ainsi vivre loin de la violence sans qu'ils soient obligés de gagner leur vie en travaillant. C'est une responsabilité conjointe des différents acteurs sociaux que de combattre le travail des enfants et le commerce équitable a justement un fort potentiel pour créer ces conditions en améliorant les revenus des familles. La participation des enfants et des jeunes aux tâches des familles de petits producteurs tient une part essentielle dans la formation des nouvelles générations de petits producteurs et dans la conservation des valeurs des cultures locales, bien sûr sans gêner leur cursus scolaire ou compromettre leur santé.

RENFORCEMENT DE L'EGALITE ENTRE HOMMES ET FEMMES

Les organisations des petits producteurs sont engagées pour l'égalité entre hommes et femmes, le commerce équitable aide les organisations de petits producteurs à créer les conditions de cette égalité et à y arriver. Les organisations de petits producteurs ont été des acteurs principaux du développement des opportunités pour les femmes et de leur leadership et du combat contre les abus ou l'exploitation du travail des femmes. Des organisations internationales comme la FAO² reconnaissent le rôle exemplaire des petits producteurs dans ce domaine. Il est très important que le commerce équitable respecte la façon de faire de chaque organisation ou société car chacune a ses propres réalités et vision culturelle des choses, le commerce équitable ne cherche pas à imposer une vision unique.

² http://www.fao.org/fileadmin/templates/nr/sustainability_pathways/docs/Factsheet_SMALLHOLDERS.pdf



PLURALITE

La pluralité implique le respect des droits de n'importe quel être humain, indépendamment de son sexe, de ses origines ethniques ou géographiques, de son âge, de sa religion, de son orientation politique, de sa condition sociale, de ses préférences sexuelles, de ses capacités, etc. Ces principes sont fondamentaux pour le commerce équitable, car ils permettent de concentrer les efforts sur le bien collectif, sans distinction aucune.

RESPECT DES CULTURES LOCALES

Il est fondamental que soient respecté les cultures, les territoires, les usages et coutumes, les langues et les particularités de ces communautés où vivent les familles des petits producteurs du commerce équitable. Le respect des cultures locales veut dire reconnaître qu'il y a différentes manières de voir le monde (cosmovision), que les valeurs fondamentales dans une culture peuvent être différentes de celles des autres, qu'il n'y a pas, par définition, de supériorité de quelques cultures sur les autres et que ces cultures connaissent des processus de transformation permanents, dans des directions distinctes et de manières différentes.

VIVRE DANS LA DIGNITE

Une vie digne signifie avoir une bonne alimentation, une bonne nutrition, une vie saine, une hygiène de vie, avoir une maison qui offre la protection nécessaire, avoir accès à une éducation complète et adéquate, trouver un travail stable qui génère des revenus suffisants, avoir accès aux médias, participer à la vie sociale, à la vie démocratique, compter avec la justice, avoir accès à une formation culturelle, à l'épanouissement. Le commerce équitable doit toujours rechercher la vie digne, comme une responsabilité collective des producteurs, des centrales de commercialisation, des consommateurs et des instances publiques.

A PETITE ECHELLE

Le commerce équitable doit se concentrer sur son objectif d'origine, les petits producteurs et les petites industries et entreprises. La production et la commercialisation à petite échelle sont celles qui produisent les plus grands bénéfices sociaux et écologiques au niveau mondial et en particulier au niveau local. D'un côté elles génèrent une grande quantité d'emplois dans les secteurs rural et urbain. D'un autre côté, ce sont celles qui s'adaptent le mieux aux conditions sociales, d'organisation, culturelles, éducatives, environnementales, climatiques et aux économies locales. Les revenus, fruits de la production à petite échelle, restent pour une grande part dans l'économie locale, ce qui aide à son renforcement. La production à grande échelle non seulement génère moins de profits, mais est également en concurrence avec les petits producteurs pour des ressources rares, l'accès aux marchés et au financement. Il n'existe pas de cohabitation harmonieuse entre les deux modèles de production.

COMMERCIALISATION DIRECTE

Pour augmenter la valeur ajoutée locale et fortifier l'économie des foyers la priorité doit être donnée à des relations commerciales les plus proches possibles entre producteurs et consommateurs. Le commerce équitable doit toujours agir dans les chaînes commerciales courtes. De cette façon les producteurs ont une meilleure connaissance et un contrôle plus précis de la chaîne de commercialisation qui bénéficie de manière directe aux consommateurs car les échelons intermédiaires sont éliminés. D'un autre côté le commerce équitable doit combattre ces intermédiaires spéculateurs. Les produits issus du commerce équitable ne peuvent pas être destinés au marché de la revente contrôlé par des accapareurs.

QUALITE

Les produits issus du commerce équitable doivent toujours satisfaire aux exigences minimales de qualité afin de prévenir l'image de mauvaise qualité du commerce équitable et aussi par respect du consommateur qui est le principal allié des petits producteurs. La qualité d'un produit doit toujours être clairement convenue et communiquée entre les parties de la chaîne commerciale. La qualité d'un produit est le reflet des efforts et



des dépenses de production investies, c'est pourquoi la qualité d'un produit doit être reconnue économiquement par le marché.

PRIX DURABLES

Le commerce équitable propose que les prix des produits couvrent les coûts réels de la production et de la commercialisation. Les coûts de production doivent inclure la rémunération digne de la main d'œuvre et doivent reconnaître la valeur de l'attention à l'environnement et des responsabilités environnementales, sociales, éducatives et d'organisation démocratique prises en charge tant par le producteur que par son organisation. D'autre part, les prix des produits (du commerce équitable) doivent permettre de générer une marge de bénéfices qui permette l'investissement et donc la viabilité économique et la compétitivité des petits producteurs et leurs organisations. Il n'est pas possible pour les petits producteurs de répondre à un large éventail de critères environnementaux et sociaux sans que le prix du produit ne donne la possibilité de financer toutes les activités nécessaires et en même temps d'atteindre un niveau suffisant de productivité pour que les prix aient l'impact recherché.

ECONOMIE LOCALE

Pour un futur digne et durable dans des zones marginales, les économies locales doivent être renforcées. Le commerce équitable doit promouvoir la production et l'échange des produits dans les marchés locaux pour une consommation locale. De cette manière, beaucoup d'emplois locaux sont créés, les coûts de production sont réduits, ce qui donne une meilleure compétitivité aux produits locaux. D'un autre côté, l'empreinte climatique des produits est réduite, la dépense énergétique du transport diminuant. De plus, la production destinée à être consommée localement génère une meilleure autosuffisance alimentaire des économies locales. Des économies locales fortes ralentissent également la pression migratoire nationale et internationale. Une économie locale florissante permet aux nouvelles générations de croire à nouveau à l'avenir de leurs communautés et de leurs peuples.

VALEUR AJOUTE LOCALE

Pour créer des marchés locaux forts et un futur digne pour les producteurs il est important que la valeur ajoutée soit générée au plus près possible du processus et de l'endroit de production générant ainsi plus de bénéfices pour ces producteurs et les économies locales. De cette manière la plus grande part de la valeur finale du produit reste dans la zone d'origine. Cela permet aussi aux producteurs d'être plus actifs dans le marché, avec une meilleure connaissance et une plus ample capacité de négociation, plus de revenus et une capacité de résistance en cas de fluctuations au niveau de la production ou du marché. Le commerce équitable doit stimuler la génération de la valeur ajoutée dans les pays producteurs et ne pas limiter le rôle des producteurs au statut de simples producteurs de matières premières.

RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT

Prendre soin de l'environnement, de la flore et la faune, de l'équilibre écologique ou tout simplement de « La Nature » ou la « Mère Terre » doit être une condition de base pour la société et l'organisation du commerce équitable. L'utilisation de ressources naturelles doit toujours se faire sans dommages pour l'équilibre écologique. Il est nécessaire de protéger l'environnement ainsi que de régénérer l'équilibre écologique dans la mesure du possible pour éviter que les effets dévastateurs générés par le changement climatique ne mettent en danger les générations futures. Aujourd'hui les petits producteurs souffrent déjà de ces effets perdant non seulement leurs récoltes, mais aussi leurs biens, leurs terres et même la vie, alors que dans les villes les discussions sur l'existence même du changement climatique continuent alors que peu de politiques ou de gouvernants sont prêts à assumer leurs responsabilités pour freiner cette détérioration du climat au niveau global.



RESPECT DE LA SANTE

La culture et la transformation des produits ne doivent affecter ni la santé des producteurs ni celle des consommateurs par l'usage de substances toxiques ou par des méthodes de travail qui impliquent un haut niveau de risque pour la santé humaine. Le commerce équitable ne peut se concevoir en marge de cette responsabilité. La production devra aussi protéger la santé des animaux domestiques et sauvages afin de préserver l'équilibre écologique.

ACCOMPLISSEMENTS DU COMMERCE EQUITABLE

La pratique du commerce équitable est d'une grande importance pour le processus de développement et consolidation de nos organisations de petits producteurs. Pour nous, le commerce équitable a été et est un moteur qui donne de l'élan aux processus d'appropriation de la chaîne production – commercialisation et vainquant de cette manière les intermédiaires injustes et édifiant des capacités économiques locales. Le commerce équitable a facilité la coopération avec des entreprises commerciales solidaires et l'accès de nos produits aux marchés spécialisés et de consommation de masse .

Aujourd'hui il s'agit de millions de familles de petits producteurs qui, à travers leurs organisations, ont obtenu un prix plus élevé pour leurs produits et ont amélioré considérablement leurs conditions de vie, leurs perspectives et leurs capacités à générer des processus de développement local, du bien-être et un impact politique. Les exemples d'organisations de petits producteurs qui ont construit des usines de transformation locales, des institutions financières, des organisations de femmes et de jeunes, des centres de santé, de formation et d'apprentissage sont nombreux.

Le commerce équitable a prouvé qu'il est un modèle de réussite pour le développement des capacités et un excellent moyen pour les producteurs marginalisés pour réaliser leur entrée sur le marché dans des conditions plus équitables. Le commerce équitable a été un exemple et la source d'inspiration de nombreux essais de modèles de développement durable et inclusif.

Les clés du succès du commerce équitable sont et ont été pour nous depuis ses débuts les mécanismes de base suivants :

1. Les produits proviennent d'organisations démocratiques des petits producteurs.
2. Le paiement de prix garantis aux producteurs qui couvrent les coûts de production durable et le renforcement de l'organisation et de la dimension sociale.
3. La mise à disposition d'un préfinancement avant la récolte afin de permettre la collecte par les organisations de petits producteurs.
4. La mise en place des relations commerciales à long terme.

La mise en œuvre de ces principes amène à un stade de bien-être, à une augmentation des capacités locales de gestion qui se traduisent en de nombreux bienfaits économiques, sociaux et environnementaux selon les principes et valeurs du commerce équitable.

Pour les entreprises du marché et pour les consommateurs le commerce équitable est devenu une opportunité tangible de participer à la durabilité économique, sociale et environnementale des produits qu'ils commercialisent ou consomment tous les jours.

MENACES SUR LE COMMERCE EQUITABLE



Malheureusement au jour le jour on trouve des visions, pratiques et modèles commerciaux sous le terme de commerce équitable, qui n'ont que peu ou rien à voir avec du véritable commerce équitable, juste, solidaire et inclusif et qui mettent en danger la validité et la survie même du modèle du commerce équitable par manque de crédibilité, d'effectivité et de congruence.

Pour commencer, l'incorporation de modèles de production de gros producteurs, que ce soient des plantations privées ou comme membres d'organisations de petits producteurs, a provoqué une concurrence déloyale au sein du commerce équitable. En premier lieu, parce que les structures de coûts de production et d'organisation d'une entreprise privée de grande taille ne sont pas les mêmes que celles d'un ensemble des petits producteurs, ce qui implique que les prix garantis du commerce équitable ont des impacts dissemblables. En deuxième lieu, les plantations privées tirent profit de cette manière de l'image du commerce équitable construite au fil de années sur celle du petit producteur, alors que les valeurs et bénéfices tirés de leurs pratiques ne sont pas égaux à ceux que génèrent les organisations de petits producteurs.

D'un autre côté l'incorporation aux modèles du commerce équitable de matières premières produites par des producteurs individuels non organisés, transformées et/ou commercialisées par des entreprises privées est un autre élément de concurrence déloyale, pour les mêmes raisons que dans le cas des gros producteurs, du fait de la différence des structures de coûts et de bénéfices et valeurs moindres.

En troisième lieu et c'est peut-être le plus important, c'est l'ouverture du commerce équitable aux grandes entreprises transnationales, non seulement sur le plan productif, comme on l'a déjà mentionné, mais aussi au niveau de l'importation et de l'exportation, ainsi qu'aux marques du marché. Aujourd'hui une grande partie du commerce international du commerce équitable est entre les mains des grandes entreprises. Les produits du commerce équitable n'ont plus leurs propres canaux de commercialisation et sont devenus une « *commodity* », un produit commercial normal mais avec un label de commerce équitable. Dans les pays d'origine les grands accapareurs sur le marché aujourd'hui accumulent des contrats de commerce équitable et les revendent dans le marché, en utilisant les mécanismes traditionnels de la spéculation commerciale.

Ces entreprises en contrôlant le marché des contrats du commerce équitable non seulement créent une nouvelle dépendance tant des producteurs que des entreprises solidaires sur le marché, mais encore elles appliquent les vieilles méthodes de chantage et d'extorsion envers les producteurs et vont jusqu'à détourner les contrats de commerce équitable vers des organisations des petits producteurs « loyaux » aux entreprises, souvent des organisations créées expressément à cet effet par ces consortiums.

De nos jours il est courant que les organisations des petits producteurs se voient offrir des contrats en dehors du commerce équitable avec l'argument « il y en a beaucoup d'autres que toi ». L'important pouvoir d'achat de quelques entreprises et marques qui font partie du commerce équitable leur a permis de faire pression sur les systèmes de commerce équitable certifié pour baisser les prix garantis ou pour éviter leur augmentation, en dépit de l'augmentation des coûts de production.

La collaboration des instances du commerce équitable avec certaines marques transnationales qui ont une mauvaise réputation et des antécédents douteux en relation avec les principes et valeurs du commerce équitable telles que : NESTLE, DOLE et CADBURY/MONDELEZ, pour en citer quelques-unes, soulèvent de fortes questions et discréditent le commerce équitable.

Nous pouvons ajouter aussi que le commerce équitable a été laxiste sur les minima requis pour les produits composés de plusieurs ingrédients, ainsi que pour avoir abandonné le principe de traçabilité physique des produits dans quelques cas. Au jour le jour il est possible de trouver des emballages de jus d'orange issu du commerce équitable qui ne contiennent pas une seule goutte de jus provenant des producteurs du



commerce équitable ou des barres de chocolat avec du sucre comme seul ingrédient issu du commerce équitable.

Le commerce équitable aujourd'hui n'est plus ce qu'il a historiquement promis ou a parfois été. Autrefois le commerce équitable était un modèle alternatif de commercialisation solidaire, aujourd'hui il est devenu un produit de plus du système de commercialisation du marché libre conventionnel. Cette réalité a poussé beaucoup d'entreprises vraiment engagées dans le commerce équitable à abandonner les schémas les plus courants de la certification et de la promotion du commerce équitable, préférant investir dans leur image comme marque du commerce équitable tout en laissant sans garantie claire l'engagement avec les mécanismes essentiels du commerce équitable pour les petits producteurs, le travail avec les petits producteurs organisés, le respect des prix minimaux garantis, le préfinancement et les relations commerciales à long terme.

Un des autres motifs de l'éloignement du commerce équitable d'un secteur des entreprises et consommateurs est la mise en question du coût élevé de la certification et labellisation du commerce équitable et du travail d'administration nécessaire qui dépasse les bénéfices générés en termes de promotion et garantie. Les coûts de ces systèmes ont tendance à augmenter alors que les acteurs du marché veulent ajouter jour après jour plus de critères aux règles du commerce équitable, avec comme argument d'avoir plus de sécurité sur la conformité des produits du commerce équitable à un large spectre de critères sociaux et environnementaux. Néanmoins l'augmentation de la rigidité des normes n'est pas compensée par des prix plus élevés ou des investissements complémentaires pour répondre à ces critères additionnels.

Les systèmes de certification rigides causent ainsi la perte de la fonction originale du commerce équitable comme instrument de développement, d'amélioration constante et au contraire le marché du commerce équitable devient excluant, ce qui mène les entreprises et les organisations des producteurs à adopter des schémas commerciaux non règlementés, tel que le susnommé « commerce direct », laissant le producteur et le consommateur sans les garanties ni la transparence qu'offre le commerce équitable.

Enfin, nous voulons signaler que la manière habituelle avec laquelle la majorité des chaînes des supermarchés gèrent les produits issus du commerce équitable est une autre bombe pour l'avenir du commerce équitable. Ces chaînes soumettent les produits issus du commerce équitable aux mêmes offres promotionnelles forcées que les autres produits de leur offre. C'est à dire qu'ils doivent participer à des campagnes de réductions obligatoires, ils sont soumis à des sanctions en cas de faible rotation, à des frais de promotion, à des retours et à des manques de continuité. Si ces pratiques sont déjà fatales à la majorité des fournisseurs, dans le cas du commerce équitable elles deviennent un obstacle insurmontable pour que les produits du commerce équitable puissent arriver jusqu'aux consommateurs, et ridiculisent pratiquement le concept même de commerce équitable aux yeux des consommateurs, faute de ne pas être cohérents avec les promotions du type « deux pour un ».

Au vu du grand pouvoir des supermarchés, l'engagement actif du secteur de la distribution de masse reste de nos jours un tabou dans le commerce équitable, mais si la chaîne du commerce équitable se casse à cause de ce maillon faible nous devons réussir à changer les règles à cet endroit, si nous ne voulons pas que le commerce équitable devienne un jouet pour ces entreprises, générant des bénéfices d'image du commerce équitable, sans aucun coût et étouffant les chaînes de valeur. Le commerce équitable a atteint son apogée grâce à l'entrée du commerce solidaire dans les supermarchés. Aujourd'hui nous avons le défi de changer les règles de ces chaînes de distribution ou bien réussir à consolider des canaux alternatifs de distribution capables d'atteindre les marchés de consommation de masse.

APPEL URGENT POUR LE SAUVETAGE DU COMMERCE ÉQUITABLE



Nous, les organisations des petits producteurs et d'entreprises engagées dans le commerce équitable qui formons cette *Assemblée Générale de « Símbolo de Pequeños Productores Global »* (Espagnol pour « *Symbole de Petits Producteurs Global* »), *SPP Global*, ici réunis aujourd'hui 29 Juin 2017 pour notre sixième Assemblée Générale voulons témoigner et partager notre vision et notre perspective historique du commerce équitable.

Beaucoup d'organisations de petits producteurs qui participent au Symbole des petits producteurs SPP ont été des fondateurs du commerce équitable. Nous avons lutté pour la création d'un marché juste pour nos produits depuis près de trois décennies avec la participation et la collaboration de milliers d'entreprises et institutions, et de millions d'activistes et consommateurs autour du monde. Sur ce chemin, nous avons lutté pour faire entendre la voix des petits producteurs organisés, pour que nous ne soyons pas vus seulement comme des bénéficiaires, mais comme les principaux acteurs.

Même si le commerce équitable représente aujourd'hui un petit pourcentage du commerce mondial les succès ont été d'une grande importance pour des millions de familles appartenant à des milliers communautés et de villages du sud. Avec le commerce équitable les marchés solidaires du monde entier ont fait un saut quantitatif en termes de volume et un saut qualitatif en termes d'impact sur les situations des petits producteurs de zones marginales.

Après trente ans de commerce équitable les réussites à célébrer sont multiples, notamment en termes d'augmentation des capacités locales pour une vie digne pour les familles et communautés de petits producteurs. Le commerce équitable a été un facteur de stabilité qui nous a permis de développer chaque jour un peu plus nos capacités pour transformer positivement la vie des familles de petits producteurs.

Le commerce équitable n'est pas une action philanthropique paternaliste et pittoresque pour donner des miettes aux pauvres et ainsi mitiger les dégâts d'une exploitation et d'une inégalité massive, ce n'est pas non plus un système de certification pour faire porter par les petits producteurs la responsabilité de ces injustices et se blanchir de toute faute. Le commerce équitable traite de l'appropriation de la chaîne de valeur par les petits producteurs organisés qui se trouvent justement au début de cette chaîne et qui peuvent ainsi apporter des produits durables économiquement, socialement et au niveau environnemental aux consommateurs et consommatrices.

Malheureusement, nous constatons qu'aujourd'hui il existe des visions, des pratiques et des modèles commerciaux sous le thème du commerce équitable qui arrivent même à s'opposer aux principes et valeurs d'un véritable commerce équitable, solidaire et inclusif et ces pratiques et modèles mettent en danger l'accès aux marchés pour nos produits, ainsi que notre crédibilité et donc la survie du commerce équitable, des organisations des petits producteurs et des entreprises engagées auxquelles nous participons.

Beaucoup de ces « mauvaises pratiques » dans le commerce équitable ont une relation avec le rôle des grands intermédiaires et marques du commerce équitable qui ont réussi à pénétrer dans le commerce équitable et qui répètent les schémas abusifs du marché conventionnel au sein du commerce équitable.

D'un autre côté, la toujours plus grande participation des entreprises de production privées dans les différents schémas de commerce équitable, comme c'est le cas des grandes plantations privées, crée des situations de concurrence déloyale qui font que les petits producteurs perdent des marchés et des perspectives d'avenir.

Nous lançons un appel urgent à tout le mouvement du commerce équitable pour qu'il ne permette pas la cannibalisation du commerce équitable par des grandes sociétés de commercialisation et de production qui reproduisent les mêmes schémas d'exploitation, d'abus, de concentration du pouvoir et de la richesse tout en s'appropriant un mouvement et un marché qui furent créés justement pour combattre ce modèle économique.



**Déclaration et Appel Urgents Pour le
Sauvetage du Commerce Équitable**
SPP Symbole Producteurs Paysans

29 06 | VI General Assembly
2017 | SPP Global Asamblea General
Asamblea General

Continuons à créer des marchés locaux et internationaux du commerce équitable fondé sur des valeurs de l'organisation démocratique horizontale et participative, de l'égalité, de l'équité, de la solidarité, de la justice économique et de la durabilité environnementale, sociale et écologique. Travaillons pour un commerce authentique, profond, inclusif et démocratique qui transforme vraiment la façon de construire le marché et l'économie.

Aujourd'hui les médias nous envahissent avec des articles qui annoncent non seulement la mort du commerce équitable s'il ne revient pas à ses objectifs initiaux, mais il y en a même qui osent dire que le commerce équitable est mort. Nous devons démontrer que ce n'est pas vrai, nous devons nous unir pour lui faire du bouche-à-bouche et le guérir de tous ses maux. Nous ne permettront pas qu'on nous vole le commerce équitable.

Sauvons le commerce équitable ! Vive le commerce équitable !