

Rapport d'atelier : Le commerce équitable au service du développement durable des territoires
25/01/03

Moderateur : Corinne Gendron

Rapporteur : Arturo Palma

Thématique :

Le mouvement du commerce équitable doit tirer les leçons de son expérience sur des stratégies reposant sur la complémentarité économique et répondant au défis du développement local et régional. Les interventions devaient permettre de dégager les facteurs de succès et d'échecs, discuter sur les potentialités pour renforcer les dynamiques locales, discuter d'un programme d'action Nord-Nord et Sud-Sud.

Interventions :

Alfonso Cotera, GRESP, Pérou.

L'économie solidaire est une proposition politique et éthique. Elle cherche la transformation du système. Elle introduit dans l'économie des nouveaux facteurs de productivité : la coopération et la solidarité. Elle implique une critique du commerce international, mais aussi du commerce équitable actuel, avec des producteurs au Sud et des consommateurs au Nord. Au contraire, le territoire doit être au centre du commerce équitable. Le défi est de s'introduire dans le jeu des marchés locaux. Pour y réussir les acteurs du CE doivent travailler avec les autres acteurs locaux : politiques, administrations, organisations sociales (syndicats, écologistes, femmes, etc.)

Laurent Levard, Artisans du Monde / Plate-forme Française de Commerce Equitable, France.

Le commerce équitable garantit au paysans des prix supérieurs à ceux du marché, ainsi que leur stabilité sur le long terme. Il contribue ainsi à des pratiques de développement durable. Mais le commerce équitable Nord-Sud ne résolve pas tout, car il ne touche qu'une infime partie de la production à l'exportation et pas du tout celle destinée au marché local. En plus la question du prix n'est qu'un élément parmi d'autres.

Le commerce équitable a aussi des effets pervers qu'il faut prévenir : il peut servir de prétexte pour s'éviter de questionner le fonctionnement global du commerce international ; et pour justifier le désengagement de l'Etat des services publics de base.

Sur le plan des perspectives politiques, le commerce équitable est un bon levier pour proposer des changements profonds et globaux. Deux stratégies se sont dessinées : les uns pensent que l'augmentation de la demande obligera la grande distribution à changer ses politiques commerciales ; d'autres proposent, à partir de l'expérience du CE, la mobilisation et l'initiative citoyennes pour exiger de nouvelles réglementations politiques au niveau mondial.

Juan José Sanchez, Bienaventurados los pobres, Argentine.

L'organisation travaille sur des questions de citoyenneté, de genre, et d'économie solidaire. Avec des milieux très pauvres. L'Argentine a des indices très hauts de pauvreté. Aujourd'hui elle présente un fort processus de prolétarisation, d'urbanisation des modes de consommation, d'atomisation de la société. Ils ont des expériences d'échanges locaux sur la base de troque mutuel.

???, Cooperai, Rio Grande do Sul, Brésil.

Sont en train de créer un réseau national de paysans pour des produits agro-écologiques (semences, ...) pour éviter la dépendance auprès des multinationales de l'agro-industrie. Utilisent la complémentarité entre les paysans du Nord et du Sud, qui font des produits différents.

Lobato, Coolmeia, Rio Grande do Sul, Brésil.

La coopérative est composée par des paysans et des consommateurs. Ils cherchent par leur collaboration une viabilité économique pour lutter contre la dépendance vis à vis des grandes sociétés. 300 familles vivent et consomment des produits bio-naturels, en échappant aussi au processus d'exploitation. Coolmeia a mis en place des marchés écologiques qui marchent très bien. Plusieurs municipalités demandent ces marchés, mais il reste beaucoup à faire pour éduquer les consommateurs.

Swapna Das, Equitable Marketing Association, Inde.

Je n'aime pas quand on se demande si le commerce équitable est viable. C'est comme si on demandait à une mère si son jeune fils va survivre. Ce mouvement est jeune et vulnérable. Il faut le protéger des loups néo-libéraux au pau de mouton. Nous devons chercher des alliés pour aider à le protéger et à le faire grandir. En fait nous avons plus d'alliés dans le Nord que dans nos propres pays. Il faut trouver les mouvements progressistes qui nous aideront à développer et nous permettent de voler de nos propres ailes. Il y a beaucoup des gens en Inde qui désirent que le commerce équitable se développe. Il faut s'appuyer sur ces gens dans nos propres villes.

Bernardo Reyes, Tienda comercio justo, Chile.

Le Chili est le meilleur élève du néo-libéralisme, à tel point qu'aujourd'hui il fait figure de miraculé dans la crise du cône Sud de l'Amérique latine. Mais la majorité des chiliens ont perdu la terre, l'emploi durable et leurs droits sociaux. Ils ont perdu aussi leur culture. Dans ce contexte le commerce équitable semble une idée exotique.

Pour rompre la dépendance vis à vis des marchés dominés par les grandes sociétés, il faut une alliance stratégique entre petits producteurs et consommateurs. Nous avons besoin d'un réseau fort de commerce équitable dans nos propres pays, pour augmenter l'éducation et la conscience des consommateurs et obtenir l'appui des Etats et de collectivités locales pour ainsi être facteur de développement local.

Conclusions :

Consensus :

- Profiter de l'expérience du commerce équitable Nord-Sud pour développer le CE au niveau local.
- Seul le renforcement du mouvement évitera que le CE soit instrumentalisé par les Etats et les grandes sociétés.
- Les réseaux Sud-Sud ont des forces qui leur permettront de développer le CE : une histoire commune, des expériences complémentaires. Il faut rompre les cloisons qui séparent les différents mouvements.
- Il y a trois niveaux de stratégie complémentaires et parallèles : développer le CE local et régional ; faire pression sur les grandes entreprises pour y introduire l'éthique dans la grande distribution ; agir sur les Etats et les organisations internationales pour obtenir des réglementations plus justes dans le commerce international.
- Il est fondamental investir beaucoup dans l'éducation des consommateurs.

Divergences :

- Reste la question de différents logiques (finalités ou stratégies ?) parmi les acteurs du CE : prioriser pour une meilleure intégration dans les circuits commerciaux mondiaux (Oxfam GB : ouvrir les marchés du Nord aux produits du Sud) ou mettre l'accent sur le CE en tant qu'outil de changement du commerce aux niveaux local, national, régional et mondial.