

# Document d'accompagnement du questionnaire « Le commerce équitable »

Le consommateur européen est de plus en plus sensible à la qualité des produits qu'il achète, que ce soit sur le plan sanitaire, environnemental ou social. Peu à peu son comportement face à l'acte d'achat se responsabilise. Il devient attentif aux conditions de production et de commercialisation des biens qu'il décide d'acquiescer en connaissance de cause. Il faut distinguer le commerce éthique et le commerce équitable.

- 1) Le commerce éthique : il vise à favoriser et à développer de bonnes conditions chez les producteurs.
- 2) Le commerce équitable : c'est un mouvement créé depuis les années 60 et qui connaît actuellement un phénomène d'accélération de ses ventes sur le marché Européen et Nord-Américain. **Le commerce équitable est un commerce social qui vise à établir un rapport d'échanges satisfaisants pour tous et qui a pour principe d'aider des coopératives d'artisans dans les pays en développement.** Du producteur au consommateur, il vise à assurer une juste rémunération du travail des producteurs de pays en voie de développement qui s'engagent en retour à garantir les droits fondamentaux du respect des droits de l'homme parmi lesquels : interdiction du travail des enfants, santé et sécurité au travail, interdiction du travail forcé ( esclavage), la non-discrimination entre les hommes et les femmes, entre personnes de races, de religions différentes, le contrôle des heures de travail, la liberté syndicale, etc...

## Qui est Artisans du Monde ?

Artisans du Monde s'est fondé sur l'idée de mettre en place une modalité différente de faire de la coopération internationale, en « développant des échanges commerciaux plus justes entre les pays du Nord et du Sud ».

### **Les objectifs d'Artisans du Monde**

Les buts d'AdM sont de :

« Promouvoir le commerce équitable pour permettre :

- aux producteurs de vivre dignement de leur travail et d'être les acteurs de leur développement,
- aux consommateurs de devenir plus actifs et conscients et pour contribuer à changer les mécanismes du commerce international et les conditions de production ».

Pour cela, Artisans du Monde développe des relations avec des organisations de producteurs du Sud qui « agissent en faveur d'un développement humain durable :

- en assurant aux producteurs une rémunération et des conditions de travail correctes,
- en ayant des mécanismes de participation au processus de décision,
- en défendant les droits de l'homme au travail,
- en respectant et veillant à la promotion de l'identité culturelle,
- en ayant un projet social,
- en protégeant l'environnement,
- en visant l'indépendance économique et financière,
- en ayant un caractère d'exemple et de démonstration ».

**Aujourd'hui, Artisans du Monde, c'est :**

- une fédération nationale créée en 1981 ans et dotée d'un secrétariat national,
- environ 100 groupes locaux dont le premier a été créé en 1973,
- 97 points de vente,
- la vente de 1600 produits de plus de 40 pays en 2001,
- 2500 bénévoles,
- 5 millions d'euros de chiffre d'affaires.

Au départ, Artisans du Monde développait des relations directes avec les producteurs.

Progressivement dans un souci de rationalisation économique, mais aussi de cohérence dans les relations, la centrale d'achat (au départ FAM Import, maintenant Solidar'Monde) a été chargée de l'ensemble des relations directes avec les producteurs, que ce soit sur le plan économique comme sur le plan des relations d'échange.

Les boutiques ont toutefois gardé la possibilité d'importer directement jusqu'à 25 % de leur chiffre d'affaires.

**Et Solidar'Monde ?**

Solidar'Monde est une société anonyme créée en 1988. Son capital a été apporté par la FadM (Actionnaire principal), le CCFD, la CIMADE, Peuples Solidaires et l'ASPAL.

Solidar'Monde fournit les boutiques Artisans du Monde mais aussi d'autres réseaux de commercialisation.

Son objet est triple :

- « la commercialisation de produits alimentaires et artisanaux provenant du Tiers-Monde(...)
- la fourniture d'informations liées à la vente des produits, sensibilisant ainsi les consommateurs aux conditions des échanges économiques avec ces pays,
- la promotion d'un commerce plus juste avec les pays du Tiers-Monde »8.

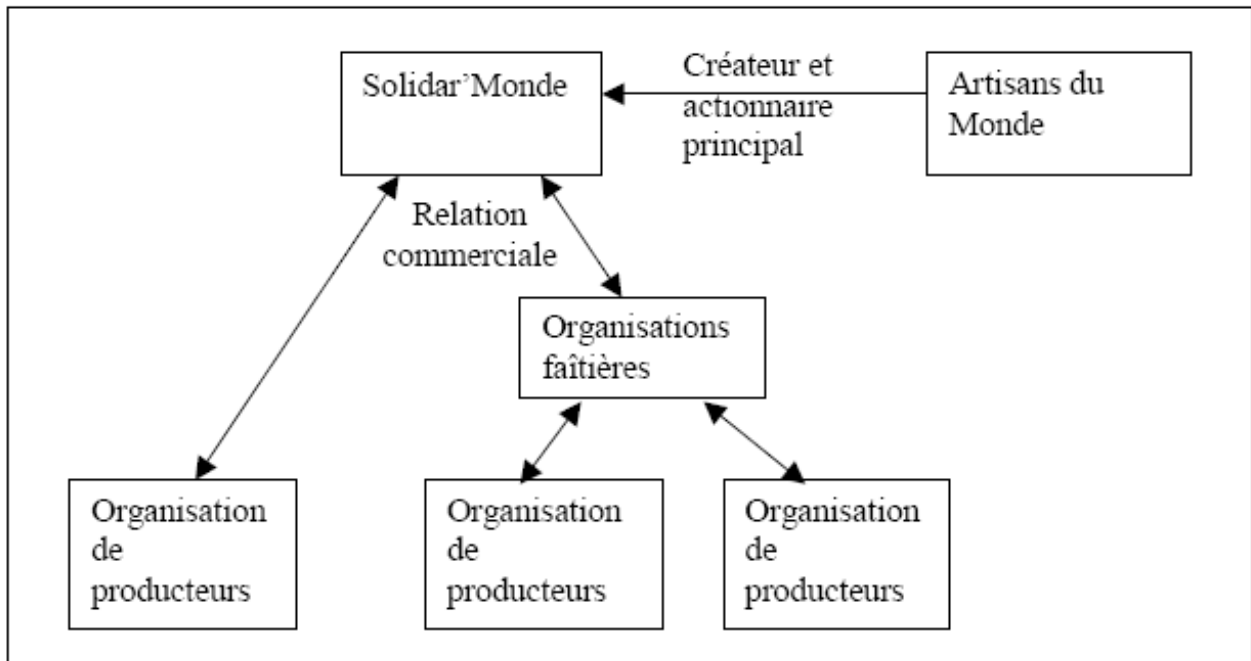
A ce jour SM représente :

- 1300 produits artisanaux référencés,
- 100 produits alimentaires référencés,
- Un chiffre d'affaires de 3,7 millions d'euros, dont plus de 60 % pour les produits alimentaires,
- 112 fournisseurs dont 78 pour l'artisanat (dont 50 à 55 sont actifs).

La part de l'artisanat est en baisse constante dans le chiffre d'affaires de S'M, et le nombre de groupes de producteurs fournisseurs est aussi en diminution.

### Quelles relations avec les producteurs ?

Les modalités de relation entre S'M et les organisations qui les fournissent sont dans les grandes lignes les suivantes :



Source : site AdM

### Agrément du groupe de producteurs-fournisseurs :

Il y a un agrément initial, quand la relation se met en place :

- Les organisations qui travaillent déjà avec EFTA sont agréées de fait.
- Les autres sont sélectionnés en fonction du respect des critères mentionnés dans le document « critères au Nord et au Sud » élaboré par la FAdM et de la possibilité de vendre le produit de manière significative, puis le dossier est étudié en CA de AdM qui donne ou non son agrément.

Cet agrément n'est pas consigné dans un document formel contresigné par les deux parties.

### Conventionnement :

Il n'y a pas de formalisation d'une convention entre les deux parties pour en normer et réguler les relations. La relation formelle qui existe est la passation des commandes.

### Fixation du prix :

Le principe de base est que le producteur fixe son prix.

Si le prix n'est pas réaliste pour le marché français, Solidar'Monde les en informe et il y a négociation du prix.

**Commandes :**

Il y a une à deux commandes annuelles. Solidar'Monde peut faire une avance de 50 % à la commande. Cette avance est faite pour les producteurs qui le sollicitent.

**Contrôle :**

Le contrôle des produits se fait par sondage lors de la livraison des produits, les remarques (qualité, quantité, respect du cahier des charges...) sont transmises par S'M aux producteurs.

Il n'y a pas, à proprement parler, de contrôle des conditions de production. Mais S'M et les autres organisations de EFTA ont des contacts réguliers avec les producteurs (S'M réalise 4 à 5 missions par an, dont une des fonctions est le contrôle).

**Sanctions :**

Il y a peu de retour de produits, la sanction en cas de situation grave est l'arrêt des commandes.

**Relations commerciales et extra commerciales :**

Les relations commerciales entre AdM et les producteurs passent obligatoirement par S'M, de manière à éviter la diversité des informations et les contradictions. Les associations locales ne peuvent donc pas passer de commandes directes aux producteurs référencés par S'M, ni avoir un contact direct avec eux par rapport aux commandes.

Les relations entre les producteurs, S'M et AdM sont essentiellement commerciales, même s'il existe quelques espaces de rencontre, à l'occasion de mission, de séminaire, d'atelier. Ces rencontres se font en particulier à l'occasion de « week-end producteurs » durant lesquels des bénévoles du réseau Artisans du Monde rencontrent et débattent avec des producteurs et par des visites de producteurs à des associations locales, à la Fédération ou à S'M à l'occasion d'un passage en France, ou par des missions au Sud de S'M et des associations locales. Ces espaces de rencontre restent toutefois relativement superficiels.

En moyenne, 12 à 15 représentants des producteurs passent au bureau de Solidar' Monde chaque année, et S'M visite 4 à 5 producteurs par an.

**Table des sigles et acronymes**

<b>AdM</b>	Artisans du Monde
<b>ACP</b>	Association For Craft Producers
<b>ASPAL</b>	Association de Solidarité avec les Peuples d'Amérique Latine
<b>CA</b>	chiffre d'affaire
<b>CAT</b>	Centre d'Apprentissage par le Travail
<b>CCFD</b>	Comité Catholique contre la Faim et pour le Développement
<b>CCI</b>	Chandpur Cottage Industries
<b>CE</b>	Commerce équitable
<b>CIEDEL</b>	Centre International d'Etudes pour le Développement Local
<b>CIMADE</b>	Service Oecuménique d'entraide
<b>CNE</b>	Commerce Non Equitable (comprend toute relation commerciale non labellisée CE)
<b>CRID</b>	Centre de Recherche et d'information pour le Développement
<b>EMA</b>	Equitable Marketing Association
<b>F3E</b>	Fonds pour la promotion des études préalables, études transversales, évaluations
<b>FAdM</b>	Fédération Artisans du Monde
<b>FOB</b>	Free On Board (Franco à Bord)
<b>GRRC</b>	Gandhi Rural Rehabilitation Center
<b>IFAT</b>	International Fair Trade Association
<b>M.A.</b>	Madagascar Arts
<b>OA</b>	organisation d'appui (quelque soit sa nature : service technique de l'Etat, ONG, église...)
<b>OF</b>	organisation faitière (comprend toutes les organisations de 2ème ou 3ème niveau quel que soit leur caractère : entreprise, fédération....)
<b>OP</b>	organisation de producteur (comprend toute organisation de producteur à la base : atelier familial, entreprise, association, coopérative...)
<b>PFCE</b>	Plate-forme Française du Commerce Equitable
<b>PNUD</b>	Programme des Nations Unies pour le Développement
<b>S'M</b>	Solidar' Monde
<b>SA</b>	Société anonyme
<b>SEES</b>	Secrétariat d'Etat à l'économie Solidaire
<b>TDR</b>	Termes de Référence
<b>VPC</b>	Vente par correspondance

**Petites indications bibliographiques**

- Les enjeux du commerce équitable. *Ecoflash* 217, avril 2007.
- Commerce équitable. *Politis Hors Série*, mai-juin....
- Le commerce équitable est-il éthique ? *Phosphore* 309, mars 2007.
- Le chemin du café juste. *Le Monde*, 07/02/2007.
- Agir en consommateur citoyen. *Alternatives Economiques* 232, novembre 2006.
- Savoureux commerce équitable. *Le monde* 18975, 22/01/2006.
- La difficile percée du commerce équitable. *Le Monde* 18440, mai 2004.
- La consommation citoyenne. *Alternatives Economiques Hors Série Pratique* n°10, mars 2003.
- Artisans du Monde. *Comprendre pour agir*.
- Artisans du Monde.- *Altermondialiste, moi ?*
- Artisans du Monde / Région Ile de France.- *Pouvoir d'achat, devoir d'action*.
- Un grand marché mondial, le café. Manuel d'Histoire Géographie T STG, Bordas, 2007, p. 180-183.