

Des livres

Gilles Fumey
9 février 2009

Le commerce équitable en question. Entre valeurs et croissance (Sylvain Allemand)

Sylvain Allemand, Le commerce équitable en question. Entre valeurs et croissance, Ed. Les carnets de l'info, 2008, 220 p.



Voici arrivée une nouvelle société de consommation. Plus « responsable », moins vautrée dans l'achat à tout prix, aux soldes à tout crin, aux affaires à boucler absolument. Ce n'est la récente crise financière qui a asséché les ménages et les a poussés à l'achat « raisonné ». Ce sont **de vieux courants de pensée qui remontent au moins à Thomas d'Aquin (1226-1274) proclamant l'idée du « juste prix »**, idée qui fut l'un des piliers de la scholastique. Même Aristote pensait qu'il « y a quelque chose de vil dans le commerce en lui-même », parce qu'on ne doit pas gagner par l'échange...C'est dire que les pensées du Bengali Mohamed Yunus, prix Nobel de la paix pour la mise en œuvre du micro-crédit, du Péruvien Hernando de Soto sur la dénonciation du capitalisme financier prennent des racines très loin. Les premières initiatives de commerce équitable naissent après la Seconde Guerre mondiale portées par des associations chrétiennes, puis des réseaux de boutiques spécialisées animés par des tiers-mondistes. Max Havelaar est, en réalité, une marque dont le nom est inspiré par le personnage de roman d'un anarchiste hollandais du 19^e siècle et qui fut mise au jour par Van der Hoff, prêtre ouvrier vivant au milieu des producteurs de café du Chiapas mexicain.

Un commerce qui arrive à maturité, plaidant pour une rémunération plus juste des petits producteurs du Sud (avec, sous-entendu, la défense d'une agriculture paysanne) ; de l'autre, une logique de croissance, indispensable pour accroître les volumes. Mais les acteurs les plus puissants du marché ont bien compris le parti financier qu'ils pouvaient tirer de cette exigence éthique. En garantissant un prix minimum et une prime de développement, ces acteurs lient les producteurs par des engagements de livraison dans la durée.

Une logique de croissance qui n'était pourtant pas dans l'objet du commerce équitable, plutôt tourné dans l'accompagnement du développement des agriculteurs du Sud. Certains n'y verront qu'une nuance, d'autres une compromission qui fait primer la logique de croissance sur les valeurs. Comment comprendre, en effet, l'émergence de marques de distributeurs, des nouvelles marques agro-industrielles avec des garanties moins exigeantes sur la qualité ? Comment respecter l'autonomie et la capacité de développement des coopératives du Sud ?

On a le sentiment que ces nouveaux acteurs récoltent les fruits des pionniers du commerce équitable. Avec l'éviction de ces pionniers !

Peut-on réagir ? La réponse de la Fédération internationale du commerce équitable (Fairtrade Labelling Organizations International) n'est pas simple. Elle est de mettre des garde-fous, en mobilisant les organisations de producteurs qui ne veulent pas de ces plantations nouvelles dont ils dénoncent la concurrence déloyale.

Le livre de S. Allemand met trois hommes et leurs valeurs au centre du débat. Il raconte les premiers pas des militants comme Rémi Roux, passé par une école de commerce, Christophe Eberhart, ingénieur agronome et Stéphane Comar, issu aussi d'une école de commerce, trois ingénieurs qui veulent « donner du sens » à leur travail. Ils viennent de l'entreprise et veulent être « efficace » avec des valeurs de solidarité et de responsabilités. Ce livre répond à des questions complexes comme le prix des produits équitables, la capacité de ce type de commerce à bousculer l'ordre du monde (il pourrait bien être un moyen de rénover le capitalisme) et, plus concrètement, l'impact sur les paysanneries du Sud (intégration de pratiques démocratiques, vie des producteurs péruviens, boliviens, maliens améliorée, etc.). Enfin, ce livre traite du lien entre l'*éthiquable* et le *bio* et la question des OGM « solubles » dans ce type de transaction...

C'est dire combien cet ouvrage arrive à son heure. Pour comprendre notamment comment ce commerce pourrait être « victime de son succès ». Un honneur ou un comble ?

Compte rendu : Gilles Fumey

Pour en savoir plus :

- S. Allemand et I. Soubelet, *Le commerce équitable*, coll. Idées reçues, Le Cavalier bleu, 2008
- Christian Jacquiau, *Les coulisses du commerce équitable*, Ed. Mille et une nuit, 2006.