

Ecologie, Nord-Sud et société

imagine

demain le monde

mars & avril 2007 | n° 60 | 5,50 €

Alimentation et société

Que manger
aujourd'hui

Les biocarburants,
calamité pour le Sud ?



Pierre Rabhi
« La sobriété heureuse »



Cinéma engagé
We feed the world




Bois & Habitat

4€
de réduction
dans ce
magazine !

bureau de dépôt de Liège X - Bimestriel - P104033



Le commerce équitable au pied du mur ?

Chaud devant ! Dans un dialogue exclusif avec l'économiste Christian Jacquiau, auteur d'une enquête explosive sur Max Havelaar, le père Frans van der Hoff, cofondateur de l'association, se révèle en grande partie... sur la même longueur d'ondes que son détracteur.

C'est sûr : Christian Jacquiau est la bête noire de Max Havelaar. Son livre-enquête, *Les coulisses du commerce équitable - Mensonges et vérités sur un petit business qui monte* (Mille et Une Nuits, 2006), est un véritable pavé lancé dans la vitrine du commerce équitable. En près de 500 pages très documentées (plus de 1 000 notes de bas de page), l'économiste révèle notamment que les petits producteurs qui bénéficient du système Max Havelaar ne touchent en moyenne que 4 euros supplémentaires par mois... Ou qu'il n'y a que 54 inspecteurs, freelance et souvent à temps partiel, pour certifier et contrôler un million de petits producteurs « labellisés » dans le monde entier.

Pour la première fois depuis la sortie de cet embarrassant ouvrage, le père Frans van der Hoff, cofondateur de Max Havelaar, sort de son mutisme. Mieux encore, il accepte de dialoguer sans langue de bois avec l'économiste français.

Si l'homme d'Eglise remet quelques pendules équitables à l'heure du Sud, son discours a de quoi surprendre : il reprend en effet à son compte plusieurs arguments clés de Jacquiau. Van der Hoff, prêtre-ouvrier fidèle aux préceptes de la théologie de la libération, se place ainsi sérieusement en porte-à-faux avec la « ligne » suivie par la plupart des initiatives nationales de Max Havelaar. Il s'exprime

ici au nom des petits producteurs de café avec lesquels il partage le quotidien à l'UCIRI, une coopérative de l'Etat d'Oaxaca au Mexique. Amer, il regrette la tournure consumériste et apolitique qu'a prise ces dernières années le mouvement qu'il a fondé en 1988 avec l'économiste batave Nico Roozen.

Sur le fond, le dialogue est constructif. Des pistes pour sortir de l'ornière dans laquelle le commerce équitable pourrait s'enliser sont avancées par les deux protagonistes. Qui restant plus que jamais convaincus que l'avenir de cette généreuse idée se jouera avant tout ici, au Nord. ■ David Leloup

« Les conditions d'existence des petits producteurs du Sud ne sont pas une fatalité. Elles résultent notamment des activités prédatrices de nos plus belles entreprises transnationales. »

Christian Jacquiau



« Pourquoi ne pas voter une loi qui fixerait les marges que l'industrie et les détaillants peuvent réaliser ? »

Frans van der Hoff

Christian Jacquiau : Près de vingt ans après la création de Max Havelaar, les salariés des producteurs de produits réputés « équitables » ne bénéficient toujours pas d'un revenu différencié selon que leur employeur est ou non sous contrat avec Max Havelaar. Le commerce équitable ne doit-il concerner que les seuls producteurs, tout en excluant de son champ d'application leurs salariés ? L'équitable ne devrait-il pas au contraire s'appliquer à l'ensemble des acteurs de la filière, du producteur au consommateur, en passant par les exportateurs, les importateurs, les transformateurs, les conditionneurs, les transporteurs... jusqu'au commerçant final, petit ou grand, et bien évidemment... leurs salariés ?

Frans van der Hoff : Depuis sa création en 1988, Max Havelaar vise à fédérer tous les acteurs du marché : producteurs, commerçants alternatifs, associations de consommateurs, etc. Ici, à l'UCIRI, nous sommes toujours anticapitalistes, opposés aux transnationales et aux « gros bonnets ». Nous préférons de loin les petites structures et les magasins locaux. En 1990 déjà, nous étions préoccupés par la tournure que prenait le mouvement dans d'autres pays. Sa dimension politique a été progressivement édulcorée, puis évincée. En tant que producteurs, nous avons fortement protesté lors des forums des initiatives nationales Max Havelaar et de FLO (*lire encadré ci-contre*). Mais sans grand succès...

Sur le plan économique, nous nous portons un peu mieux qu'en 1988. Mais notre situation reste très précaire : nos producteurs de café gagnent en moyenne 3 \$ par jour – moins que le minimum légal de 4,5 \$. Depuis trois ans, nous ne pouvons plus embaucher de saisonniers guatémaltèques, qui coûtent 10 \$ par jour, sans compter la nourriture et le logement. Nous récoltons donc le café nous-mêmes, en famille, avec les voisins. Résultat : le Mexique a perdu 25 % des récoltes disponibles ces quatre dernières années.

Votre question est donc toute théorique puisque nous n'avons pas une once de pouvoir sur les marges de profit des différents acteurs de la filière du café. Nous sommes par ailleurs conscients que le niveau de vie des Européens est très différent du nôtre. Bref, un changement structurel complet est nécessaire, après l'effondrement du néolibéralisme, pour que nous puissions envisager plus de justice sociale.

Vous savez, la théorie et les utopies sont à mille lieues de notre quotidien. Si je partage une bonne partie des critiques que vous formulez dans votre livre, j'ai néanmoins l'im-

pression que vous êtes trop dépendant d'informateurs biaisés, de Max Havelaar – qui donne souvent des informations parcellaires et pratique la langue de bois –, ou de journalistes qui n'ont passé qu'un ou deux jours sur le terrain. Connaissez-vous réellement les conditions d'existence des petits producteurs du Sud ? Seriez-vous disposé à partager leur quotidien pour chercher, avec eux, des solutions à leurs problèmes ?

C.J. : J'ai écrit ce livre parce que je connais bien les conditions d'existence des petits producteurs du Sud, mais aussi parce que ces conditions ne sont pas une fatalité. Elles résultent notamment des activités prédatrices de nos plus belles entreprises transnationales. Que le commerce équitable puisse servir de paravent pour dissimuler la volonté d'une entreprise comme DAGRIS de développer les OGM en Afrique est plus que révoltant (1). La culture des OGM implique, comme vous le savez, la disparition des petits paysans les plus vulnérables. Que ce soit Max Havelaar qui joue ce rôle de paravent a, vous en conviendrez, de quoi heurter les consciences.

Quant à partager le quotidien des petits producteurs du Sud, pourquoi pas ? Je respecte le travail que vous réalisez sur le terrain. Si notre réflexion commune peut faire avancer l'équité, ce sera avec plaisir.

En matière d'équité, justement, on reproche souvent à Max Havelaar de ne pas être un véritable label parce qu'il est juge et partie. Paola Ghillani, directrice de Max Havelaar Suisse jusqu'en 2005, a déclaré à un quotidien suisse qu'elle avait « toujours défendu l'idée que les contrôles ne devaient pas être effectués par FLO ou par des structures qui lui sont liées, comme FLO-Cert, mais par des organismes extérieurs. Il faudrait pour le commerce équitable des inspecteurs professionnels, neutres et indépendants ». Paola Ghillani, qui a par ailleurs assuré pendant quatre ans la présidence de FLO, ajoute encore : « Comment nier que Max Havelaar gagnerait en crédibilité en se professionnalisant au niveau du contrôle ? C'est fini le temps des pulls en laine et du couplet : "nous sommes une grande famille" (2) ». Bref, les contrôles et la certification de Max Havelaar vous satisfont-ils aujourd'hui ? Que faire pour les améliorer et apporter de réelles garanties aux « consomm'acteurs » ?

F.V. : Les producteurs sont préoccupés par l'absence d'un système efficace d'inspection et de certification pour le commerce équitable. Et pas seulement dans le réseau Max Havelaar. Nous connaissons bien la filière bio, où les

contrôles sont clairement indépendants, reposant sur des normes ISO et accrédités par les pouvoirs publics ou des associations de consommateurs et de producteurs. Or les critères de FLO n'ont pas été élaborés ni ratifiés par les producteurs, comme cela est normalement la règle.

FLO-Cert est une émanation de FLO et reste trop lié à sa maison mère. Un organe de contrôle entièrement indépendant est nécessaire. Ainsi que des structures locales capables de mieux effectuer ces tâches, et à un moindre coût qu'aujourd'hui. L'inspection et la certification ne sont pas une affaire de flicage. Il s'agit plutôt d'instaurer un climat de confiance réciproque.

Ici, à l'UCIRI, nous disposons d'un système de contrôle intégré au processus d'inspection et de certification bio. Pourquoi avoir deux systèmes différents alors qu'on peut établir une certification bio et équitable en une seule visite ?

C.J. : En France, le patron des hypermarchés Leclerc, membre influent de la distribution européenne (partenaire notamment de Colruyt, au sein de la supercentrale d'achats Coopernic), a récemment déclaré au magazine *L'Entreprise* : « Actuellement, nous sommes dans une phase de promotion et de soutien du commerce équitable, qui ne constitue qu'un marché émergent. Avec les volumes, les fournisseurs vont pouvoir écraser leurs coûts de production et nous pourrions ainsi augmenter nos marges (3). » Qu'en pensez-vous ? Les

La « mécanique » Max Havelaar

Max Havelaar s'inscrit dans le mouvement du commerce équitable labellisé, mouvement qui se structure en trois niveaux.

Les initiatives nationales. C'est Max Havelaar Belgique, France, etc. Présentes dans 21 pays (dont 15 européens), les initiatives Max Havelaar assurent des débouchés commerciaux en sensibilisant l'opinion publique et en mobilisant les acteurs économiques locaux.

FLO international. Coupole internationale des organisations de labellisation des produits équitables (Max Havelaar, FairTrade, TransFair...). Elle définit et met à jour des cahiers de charges précis pour certifier les produits équitables.

FLO-Cert. Coordonne le contrôle et la certification des producteurs sur le terrain. Contrairement aux organes de contrôle de la filière « bio », FLO-Cert n'est pas (encore) un organisme de contrôle reconnu par les pouvoirs publics. Il est en cours d'accréditation par la norme ISO-65 visant notamment à garantir l'indépendance de l'audit et de la certification.

matières premières étant déjà au plus bas, ne faut-il pas craindre que les salaires et la protection sociale ne servent aux géants de la grande distribution de variable d'ajustement pour « écraser » les coûts de production ? Que reste-t-il de la démarche équitable dans ce contexte où l'équitable devient un produit comme un autre, sujet aux pires pressions telles les fameuses marges arrière (4) ?

F.V. : Nous sommes tous bien conscients de l'énorme problème structurel créé par la forme néolibérale actuelle du capitalisme. Les transnationales et leurs actionnaires font tout pour augmenter leurs profits et réduire les coûts de production. Donc le prix des matières premières, comme le café. Il n'y a qu'avec le café instantané que nous pouvons être concurrentiels, malgré les droits de douane à payer pour exporter un produit fini en Europe. Là-bas, les torréfacteurs et l'industrie sont bien protégés, grâce à des lois établies soi-disant démocratiquement ! Pour changer ces lois, il faudrait changer les gouvernements, les parlements, etc. Or ce n'est pas à la portée des petits producteurs étrangers que nous sommes.

Les gouvernements et la majorité des populations des pays européens sont bien contents d'appliquer les prétendues règles de « libre échange » de l'OMC. Les acteurs du commerce équitable peuvent hurler tant qu'ils veulent, beaucoup d'eau devra couler sous les ponts avant que les mentalités des pays riches n'évoluent. Nous devons pourtant agir dès aujourd'hui.

En tant que producteurs, nous ne sommes pas du tout ravis que Max Havelaar soit en train de perdre sa vocation initiale. Le problème doit être résolu sur le long terme, dans les pays où vivent les consommateurs. Pourquoi ne pas voter une loi qui fixerait les marges que l'industrie et les détaillants peuvent réaliser ? Le commerce équitable doit aller dans cette direction, mais il doit d'abord engendrer une vaste prise de conscience de l'urgence d'un changement.

S'il ne résout pas les problèmes des petits producteurs exploités, le commerce équitable est un vecteur qui leur permet de s'organiser. De comprendre comment fonctionnent les structures du monde actuel. De se sentir plus forts. De parler d'une seule voix. FLO et les autres structures de ce type doivent donc réaliser un bien meilleur travail. Mais au sein de la « famille » du commerce équitable, tous ensemble.

En tant qu'organisation, l'UCIRI est membre de FLO et de l'IFAT (*réseau mondial des organisations de commerce équitable, NDLR*), et nous vendons notre café aux structures équitables de la première heure. Mais de nombreuses coopératives doivent également vendre à Kraft ou Nestlé, parce que toute leur production ne peut pas être écoulée aux conditions du commerce équitable. Le déplorer sans formuler de proposition concrète ne sert à rien. Réfléchir sur la base de chiffres incorrects, ne pas réaliser une enquête qui s'attaque à la racine des véritables problèmes à l'échelle internationale, c'est facile et plutôt cynique. Dès lors, quelles solutions proposez-vous pour que les différentes initiatives nationales de



Faux pas publicitaire d'Oxfam ?

Enthousiasme, mais aussi étonnement, déception... La dernière campagne de pub d'Oxfam-Magasins du monde, particulièrement active sur le front du commerce équitable, a fait beaucoup de bruit avant les fêtes de fin d'année (1). Y compris, et surtout, chez des sympathisants et des bénévoles qui, en substance, ont le sentiment d'avoir été « trahis » dans leur militance.

Raisons du litige ? L'affiche « Premier cru », à la gloire du commerce équitable mais aussi de... Baby Thatcher, surnom du très libéral Guy Verhofstadt avant qu'il ne lisse son discours pour convoiter le 16 rue de la Loi. Épinglé également, ce poster sur lequel on peut admirer le président du PS Elio Di Rupo « dans le bain du commerce équitable ». Le tout à six mois des élections... Renvoi d'ascenseur au PS et au VLD pour les commandes publiques de produits Oxfam passées par certaines administrations, comme l'interprètent certains mécontents ? « C'est ridicule », répond Denis Lambert, secrétaire général de l'ONG tiers-mondiste. *Nous comptons en revanche exploiter ces engagements pour concrétiser une proposition de loi visant à reconnaître le commerce équitable et ses acteurs historiques. Pour moi, c'est Guy Verhofstadt qui donne une caution au commerce équitable. Pas l'inverse.* »

Autre affiche qui en est également ulcéré plus d'un, dont l'antenne bruxelloise de Vie Féminine : celle de cette « Oxfam fatale » allongée nue sur un lit rouge de bouchées au chocolat préemballées. Ou comment une ONG qui se bat pour améliorer la condition de la femme au Sud véhicule au Nord l'éternel cliché pubard de la femme-objet instrumentalisée pour vendre des marchandises. « De toutes les affiches, c'est celle que je défends le moins », concède Denis Lambert, avec le recul.

Iconographie politique, « publicisisme » : « vous placez ceux qui vous appuient dans une situation impossible », résume Attac-Liège dans un courriel indigné envoyé au principal intéressé. A Bruxelles, le cinéma Nova a remballé sa dernière commande de produits Oxfam. Des jus de fruit bio de la région remplacent désormais les jus « équitables » de l'ONG. En interne aussi, des dents ont grincé : certains bénévoles ont refusé de placer les affiches dans « leur » magasin, quelques uns ont même remis leur tablier...

A ses détracteurs, le secrétaire général d'Oxfam-Magasins du monde a rapidement envoyé un courriel laconique dans lequel il se retranche derrière l'avis de son conseil d'administration. Lequel estime que ce genre de campagne est « une bonne chose si on n'en n'abuse pas. Il faut évaluer la communication d'Oxfam-Magasins du monde dans son ensemble avec des approches diversifiées (2) ». Un « botté en touche » qui en a sidéré plus d'un. « C'est vrai, j'aurais dû soigner la forme, convient Denis Lambert. J'ai déconné, là... Mais je persiste et signe : il faut nous juger sur l'ensemble du projet – qui ne bouge pas d'un iota – et considérer cette campagne comme un « coup » parmi d'autres. Si je ne devais défendre que ce coup-là, je ne serais pas très à l'aise. Mais replacé dans l'ensemble de nos actions, j'en suis fier. D'ailleurs, la réaction ultra majoritaire à cette campagne était positive. »

Voilà qui clôt le débat ? ■ D.L.

(1) Lire, par exemple, les commentaires suscités par le billet « Quand le "commerce équitable" fait de la pub », publié le 20 novembre 2006 sur le blog des Démonteurs de pub (blog.demonteursdepub.be).

(2) Rapport du 30 novembre 2006, disponible en ligne : Madeindignity.be/Public/News.php?ID=2472.

commerce équitable répercutent les demandes des petits producteurs de façon à ce que ceux-ci ne soient plus les vaches à lait du « développement » ?

C.J. : Pour moi, le rôle du consommateur est essentiel. Chaque jour, par ses actes d'achat, il vote pour un modèle de société. Productiviste, intensif, polluant et déshumanisé. Ou respectueux de l'homme, des animaux et de l'environnement. Mais l'avènement d'un « autre monde » ne peut pas reposer sur le seul levier de la consommation responsable. D'autant moins si celle-ci se limite à ce rôle de « béquille du néolibéralisme » que certains des promoteurs du commerce équitable lui ont assigné. L'action individuelle doit être combinée avec l'action politique, locale, nationale et internationale. Rien ne se passera, en effet, si parallèlement les règles inéquitables promues par l'OMC ne sont pas repensées de fond en comble...

Les plus pessimistes ont pu croire que tout était perdu, que le commerce équitable avait défini-

tivement été dévoyé, récupéré. Il n'en est rien. En se donnant aux plus offrants, les adeptes de la marchandisation de l'équitable ont ouvert la boîte de Pandore. Le débat actuel ouvre les yeux des citoyens-consommateurs qui exigent à présent une véritable transparence et réclament « plus » et « mieux » d'équitable, tout au long des filières. Au Sud comme au Nord, dans les relations locales et internationales. Il leur reste encore à se libérer du carcan étriqué de « consommateurs d'équitable » dans lequel les publicitaires et leurs alliés tentent de les enfermer. Le débat qui fait rage et la prise de conscience qui progresse démontrent que cette première étape est en passe d'être franchie.

■ Propos recueillis par David Leloup

(1) DAGRIS, holding agro-industriel français actif dans la production de coton en Afrique subsaharienne, a récemment effectué des essais de coton transgénique au Burkina Faso. Son PDG, Gilles Peltier, est convaincu que les OGM sont incontournable pour « réduire la fracture agricole mondiale » (Le Monde, 3 février 2005). Or Max Havelaar France a choisi DAGRIS comme partenaire pour développer une filière de coton « équitable » (non OGM).

(2) Le Matin, 22 juillet 2006.

(3) L'Entreprise, 17 avril 2006.

(4) Prix que facture une grande surface à ses fournisseurs pour des services rendus, comme le référencement du produit dans les prospectus, sa mise en valeur en rayon, etc. Les petits fournisseurs n'ont guère la possibilité de refuser ces services payants qui leur sont imposés.