

## **Le commerce équitable : leçons d'expériences**

**Brigitte DUQUESNE et Philippe LEBAILLY**

Unité d'Economie et Développement rural  
Faculté Universitaire des Sciences agronomiques de Gembloux  
Passage des déportés, 2  
5030 Gembloux (Belgique)  
[duquesne.b@fsagx.ac.be](mailto:duquesne.b@fsagx.ac.be)  
[lebailly.p@fsagx.ac.be](mailto:lebailly.p@fsagx.ac.be)



2èmes journées de recherches en sciences sociales

INRA SFER CIRAD

11 & 12 décembre 2008 – LILLE, France

## **Résumé**

Le commerce équitable connaît une certaine vogue en Europe où l'on assiste à un accroissement de la part de marché des produits labellisés sous ce sigle. Le grand mérite de ce concept étroitement associé au développement durable est d'intégrer des dimensions qui ne sont pas toutes prises en compte par les agents économiques lorsqu'ils doivent prendre leurs décisions : le court terme mais aussi le long et le très long terme; l'économique mais aussi l'écologique et le social.

A partir de deux expériences de terrain menées en République Démocratique du Congo (RDC) et dans le cadre d'un projet de coopération UE - Vietnam, cet article alimente la réflexion à propos des impacts du commerce équitable pour les pays du Sud.

Après avoir rappelé le contexte général dans lequel évoluent les projets respectivement en RDC et au Viêt-nam, les auteurs font état des expériences menées au niveau de la filière café robusta dans la province de l'Equateur en RDC et de la filière litchi dans la province de Hai Duong au Viêt-nam.

Les limites de la mise en pratique du commerce équitable sont relevées et la pertinence du rôle des acteurs des organisations de ce mouvement dans l'intégration de la RDC et du Viêt-nam dans l'économie internationale est soulevée.

## **Mots - clé**

Commerce équitable, café, litchi, RD Congo, Viêt-nam

## **1. Introduction**

Au niveau mondial, le chiffre d'affaires du commerce équitable est estimé à un peu moins d'un milliard de dollars. Sur les 58 000 tonnes de produits alimentaires équitables exportés à travers le monde, 22 000 le sont à destination de l'Europe.

Le commerce équitable est présenté par d'aucuns comme une solution alternative à la dégradation des termes de l'échange pour les produits de base agricole. Selon l'organisation FLO (Fair Trade Labelling Organization), en 2007, le nombre de paysans dans le monde participant aux échanges labellisés du commerce équitable est estimé à 1,5 millions.

Les auteurs de cet article font état de deux expériences de mise en œuvre de ce type de relation d'échange entre le Nord et deux pays du Sud (la République Démocratique du Congo et le Viêt-nam) et deux filières-produit : le café et le litchi.

Cet article se subdivise en trois parties.

La première partie est consacrée à la description de l'expérience menée par le Centre de Développement Intégral CDI-Bwamanda qui a été une organisation pionnière en faisant reconnaître son café « équitable » sous le label Max Havelaar. Après avoir précisé le contexte de la politique agricole en RDC, le cheminement de l'ONG est présenté ainsi qu'un bilan détaillé de la filière café pour la dernière campagne.

La seconde partie propose de retracer les étapes d'une démarche différente initiée au Viêt-nam et qui visait avec le concours de l'Union européenne d'identifier des produits susceptibles d'être intégrés dans le réseau du commerce équitable en Belgique.

Enfin, les auteurs tirent des conclusions sur base de ces deux expériences.

## **2. La filière café « équitable » développée par l'ONG CDI-Bwamanda en RDC**

### **2.1. Le contexte en RDC**

Dans un document intitulé « Stratégie de coopération et programme indicatif 2003-2007 », la Communauté européenne souligne que « la République Démocratique du Congo (RDC) est profondément marquée par les années de guerres qui ont succédé à presque 40 ans de mauvaise gouvernance, de saccage de l'économie du pays et de privatisation forcée d'un secteur public inefficace et prédateur...Vu la situation du pays, l'ampleur des problèmes ainsi que les montants à disposition, cette stratégie ne peut avoir qu'une vision à court terme pour pallier les problèmes les plus urgents tout en essayant de préserver et de rentabiliser les acquis du passé ». C'est dans ce contexte et « consciente de l'importance d'une agriculture efficace pour une amélioration rapide des conditions de vie d'une large majorité de la population que la Commission européenne continue de mobiliser ses différents outils financiers pour la relance du secteur agricole en RDC ».

En RDC, près de 70% de la population vit en milieu rural et l'agriculture constitue souvent la principale source de revenus de ces familles. Le pays est unanimement reconnu comme doté d'énormes potentialités agronomiques.

Malheureusement, la succession de guerres, de pillages, de vols, l'insécurité et les déplacements de population ont précarisé les ruraux et rendu difficile la pratique de l'agriculture, ce qui aggrave les conditions de vie déjà très difficiles de la population.

La population rurale est condamnée à une agriculture de subsistance caractérisée par une productivité extrêmement faible, des coûts de commercialisation exorbitants et des marchés quasi-inexistants.

Les principales contraintes qui frappent le secteur agricole sont à la fois d'ordre exogène et endogène.

Parmi les facteurs exogènes, il convient de souligner que les politiques économiques appliquées par les différents Gouvernements qui se sont succédé depuis plusieurs décennies ont toujours privilégié le secteur minier et un approvisionnement du pays à partir d'importations alimentaires à bas prix. L'aide alimentaire justifiée par la paupérisation accrue de la population congolaise est encore venue accentuer l'influence négative de ces politiques sur l'activité agricole locale.

L'accès aux marchés représente le problème le plus important à résoudre. En effet, l'agriculture familiale trouve de moins en moins de débouchés sur les marchés locaux ainsi que sur le marché national et international.

Le marché local en milieu rural est caractérisé par une demande solvable très réduite où les transactions commerciales sont peu nombreuses suite à la faible monétarisation de l'économie locale centrée sur l'autoconsommation.

Sur le marché national, la production du pays est concurrencée par l'importation de produits agricoles moins chers car le plus souvent représentés par des sous-produits issus d'agricultures intensives, subventionnées et parfois importés de façon peu réglementaire.

Enfin, les prix des cultures d'exportation traditionnelles ont connu depuis plusieurs décennies une chute drastique sur les marchés mondiaux pour se situer le plus souvent à des niveaux tels que le travail familial de l'exploitant agricole n'est plus rétribué à sa juste valeur.

Le faible niveau de la productivité est le résultat d'une multitude de facteurs endogènes dont les principaux sont liés au caractère extensif de l'agriculture avec un niveau technique peu avancé, au manque d'intrants de qualité (semences, outils,...) et à l'absence de crédit agricole. Dans certaines régions du pays, ces facteurs sont encore accentués par la dégradation de la fertilité des sols et par les attaques parasitaires.

En outre, lorsque les producteurs sont capables de générer un surplus, la commercialisation de ce surplus pose d'immenses problèmes.

Les difficultés qui grèvent considérablement la structure de coût pour la mise en marché des produits sont d'abord liées au mauvais état des infrastructures de transport. Les routes ne sont praticables que sur certains axes et dans les régions ayant bénéficié d'une réhabilitation partielle des infrastructures routières et des dessertes agricoles. Compte tenu de l'état du réseau et du prix du carburant, le coût du transport routier est toujours élevé. Les transports fluviaux sont en plein développement mais les moyens restent insuffisants : l'état général de la flotte et les tracasseries administratives ralentissent considérablement les rotations.

La pression fiscale, que ce soit de la fiscalité formelle ou informelle, représente une autre contrainte majeure au développement des échanges. Le système fiscal et parafiscal est particulièrement complexe car il se caractérise par une superposition de règlements et de textes conduisant à une multiplicité des impôts et à des possibilités d'interprétations divergentes et contradictoires des dispositions légales, se traduisant notamment par une fiscalité indirecte en cascade et cumulative et une fiscalité régionale et locale foisonnante. Il convient de remarquer que le peu d'activités productives constitue souvent l'unique source de revenus pour les pouvoirs publics et pour leurs représentants, civils ou militaires.

L'économie rurale est donc prise dans un cercle vicieux de dégradation continue de sa compétitivité, pertes de marchés, manque d'investissements... avec l'exode vers les grandes villes à la clef et ce d'autant que l'on assiste parallèlement à un désengagement de l'Etat dans les secteurs de l'éducation et de la santé en milieu rural.

C'est précisément pour relever les défis liés à ce contexte particulièrement contraignant en milieu rural que le CDI a développé une stratégie originale intitulée « développement intégral » qui est basée sur des actions menées conjointement en matière d'éducation, de santé et d'écoulement de la production agricole au départ de centres délocalisés capables d'assurer différents services (agricoles, techniques et médico-sociaux).

## **2.2. Les activités menées par le CDI-Bwamanda**

Le Centre de Développement Intégral, le C.D.I.-Bwamanda a.s.b.l. est un organisme non-gouvernemental (O.N.G.) qui a été reconnu comme Association Sans But Lucratif (A.S.B.L.) par l'Etat Congolais le 21 février 1972 et comme Organisation Non Gouvernementale de Développement (O.N.G.D.) sous le N° SEN.61.022/99 le 03 mars 1999. Il entretient une relation privilégiée avec le Centrum voor Dorps-Integratie – Bwamanda-Belgique, ONG reconnue avec le statut juridique d'ASBL dont le siège est situé à Leuven (Belgique). Le site web de l'asbl (<http://www.cdibwamanda.be>) renferme des informations détaillées sur l'historique, les missions et les structures du CDI – Bwamanda.

Dans le cadre de cet article, nous avons tenté de synthétiser les éléments principaux qui nous semblent importants pour analyser les orientations qui ont été prises en matière d'appui à la production agricole par le CDI-Bwamanda depuis sa création jusqu'à aujourd'hui au niveau de sa filière café équitable.

L'idée initiale portée par le Professeur L. Van Baelen et le Dr. J. Van Mullem est d'initier un projet de développement intégral qui consiste à appliquer des actions simultanées et combinées dans le domaine économique (principalement agricole), médical, social et culturel au départ d'un centre rural où la population est en quelque sorte abandonnée et vit dans des conditions déplorable.

Le choix se porte sur Bwamanda, un poste missionnaire érigé en 1926 par les Pères Capucins et les activités du Centre de Développement Intégral Bwamanda débutent en 1969 avec une intervention financière limitée de la Coopération belge et de l'Etat Zaïrois.

L'approche était verticale. A l'inverse du développement communautaire en vogue à l'époque, le projet ne visait pas à stimuler l'organisation communautaire et collective des paysans par le biais de l'animation rurale. Il consistait dans l'apport de différents services aux paysans.

Parmi ceux-ci, l'accent fut immédiatement porté sur les activités économiques susceptibles de procurer aux villageois un revenu monétaire satisfaisant et capable d'assurer la prise en charge progressive des services sociaux.

La commercialisation du café commença timidement en 1975 pour prendre plus d'envergure à partir des années 80. L'introduction de la commercialisation comme mécanisme principal de mobilisation de ressources financières a eu évidemment des conséquences majeures pour l'organisation.

Pour atteindre ses objectifs, le C.D.I. adopte une stratégie pragmatique orchestrée autour de trois phases qui correspondent chacune à des besoins précis ressentis par les populations locales. On distingue :

*Première phase : Répondre aux besoins fondamentaux de la population : santé, enseignement, production et écoulement des produits agricoles, approvisionnement.*

*Deuxième phase : Action sur les productions et le revenu monétaire en améliorant la production des cultures vivrières et des cultures de rente.*

*Troisième phase : La restructuration du monde rural et prise en charge du développement.*

Le modèle de développement conçu par le CDI-Bwamanda n'était cependant pas à l'abri des chocs externes qui vinrent considérablement perturber la mise en œuvre progressive de cette stratégie de développement.

Le premier choc auquel l'organisation a du faire face intervint en 1987 avec la chute drastique et continue des cours du café robusta. Cette dégradation des cours eut un impact considérable sur les revenus distribués en milieu paysan. Le CDI tenta de limiter la casse par la recherche de débouchés dans le commerce équitable. Elle fut une des premières organisations à être reconnue par le label Max Havelaar ce qui permit d'atténuer le découragement des caféiculteurs en maintenant une maigre rémunération pour le travail familial.

La chute des cours du café coïncida également avec la chute du régime Mobutu : en 1990, la coopération entre la Belgique et le Zaïre fut suspendue et l'ONG a assisté au départ précipité d'une cinquantaine de coopérateurs belges. Loin de se laisser abattre par ce nouveau défi, elle réagit en confiant à des cadres congolais les postes de responsabilité qu'occupaient les expatriés.

En août 1998, les conséquences de la guerre qui avait débuté en 1996 isolent complètement la Région de l'Equateur du reste du pays et oblige le CDI – Bwamanda a une forme de repli sur soi jusqu'aux accords de paix signé à Pretoria en décembre 2002. L'organisation n'échappe évidemment pas aux affres d'une guerre particulièrement désastreuse pour la population et pour beaucoup de ses bâtiments et équipements qui furent vandalisés, saccagés et pillés. Quelques centres de CDI-Bwamanda furent plus frappés que d'autres, notamment à Kinshasa, Businga, Gemena et dans le triangle au nord de la zone.

Pendant la guerre, la région de l'Ubanguï n'avait que peu de contacts avec celle du Kinshasa. Bwamanda était aussi obligé de trouver d'autres marchés et créneaux que Kinshasa pour la vente et la commercialisation de ses produits. La commercialisation se fera via la République Centrafricaine. Le centre de Kinshasa quant à lui développe de plus en plus d'activités autonomes qui garantissent d'une part l'exploitation maximale de ses infrastructures et, d'autre part le service à la population kinoise notamment dans le cadre de la distribution de l'aide alimentaire d'urgence.

Après la guerre, CDI-Bwamanda fut confronté à une réorganisation de son organigramme car l'isolement relatif causé par la période de guerre avait fait que chaque sous-centre avait adopté son propre modus operandi. Il fallait reconstruire CDI-Bwamanda comme organisation intégrée et unifiée avec à son sommet, l'Assemblée Générale des membres effectifs qui détermine l'orientation générale de l'organisation. Le Conseil d'Administration et la Direction Générale sont les instances exécutives de l'ONG. Elles opèrent à partir de Kinshasa. Dans chaque région où CDI-Bwamanda exécute ses activités, une direction régionale est chargée de la coordination. Ceci est le cas pour Kinshasa, le Nord Equateur et depuis peu aussi pour le Bandundu.

Aujourd'hui, CDI-Bwamanda s'est imposé comme l'acteur de développement le plus important dans la région de l'Ubangi, dans la province de l'Equateur en RDC. Dans beaucoup de secteurs, comme l'éducation, la santé, la commercialisation des produits agricoles, l'hydrologie rurale et l'entretien des routes, CDI-Bwamanda a un monopole de fait.

### **2.3. Rentabilité des activités économiques (campagne 2006-2007) pour le café**

Dans la province de l'Equateur, le CDI-Bwamanda achète le café sous deux formes auprès des caféiculteurs :

- le café cerise rouge payé à un prix de 75 FC/kg au cours de la campagne 2006/2007. Un peu moins de 3 000 tonnes de baies rouges ont été transportées vers les installations de lavage et de transformation (Bwamanda et Yakoma) où le café perd 80% de son poids après le lavage ce qui a permis de livrer à Kinshasa 593 tonnes de café lavé ;
- le café baie sèche qui est acheté auprès des paysans à un prix inférieur au prix payé pour la baie rouge<sup>1</sup> car CDI-Bwamanda ne contrôle pas le séchage et ne connaît pas le rendement au décorticage (la qualité est très variable d'un producteur à l'autre). Pour la campagne 2006/2007 le prix payé a été fixé à 150 FC/kg pour des achats portant sur un peu moins de 3 000 tonnes et le rendement moyen à l'usinage a été de 48%. Ce qui a permis de livrer à Kinshasa 1 446 tonnes de café baie sèche en 2007.

---

<sup>1</sup> Pour pouvoir expédier un kg de café à Kinshasa, il faut acheter 5 kg de café baie rouge soit un achat au paysan de 375 FC et 2 kg de café baie sèche soit un achat au paysan de 300 FC.

Le calcul de la rentabilité de la filière café lavé a été établi en mai 2007 pour Bwamanda (Sud Ubangui) et pour Yakoma (Nord Ubangui) en considérant un rayon moyen de 60 kilomètres pour l'achat des baies rouges. Les quantités achetées pour la campagne 2006/2007 et les distances entre les Centres CDI, les unités de traitement et les ports d'embarquement s'établissent comme suit :

	Bwamanda	Bobito	Bokilio	Yakoma	Abuzi	Wapinda
Achat café baie rouge en kg	574 000	1 494 000	207 000	400 000	169 000	121 000
Distance site de traitement	0	90	216	0	150	150
Distance au port	50			600		

Une rapide analyse de ces données de départ permet de mettre en exergue certains éléments qui vont influencer la rentabilité à savoir les longues distances parcourues en moyenne pour la collecte primaire, l'enclavement relatif du triangle (Yakoma) avec des distances d'évacuation élevée pour des volumes de production relativement faibles, l'importance de Bobito et l'intérêt d'y installer une station de lavage.

En août 2007, un différentiel de prix plus élaboré a été établi lors d'un atelier de travail qui rassemblait à Kinshasa les différents comptables du CDI-Bwamanda. Il a été arrêté comme suit en USD/livre :

	USD/lb	%
Valeur d'achat au planteur	0,3402	28,2
Amortissement	0,0496	4,1
Entretien	0,0696	5,3
Fournitures	0,0772	6,4
Transport	0,1478	12,2
Services, taxes, manutention	0,0191	1,6
Personnel (hors transport)	0,0322	2,7
<b>Sous-total rendu port à l'intérieur</b>	<b>0,7297</b>	<b>60,4</b>
Frais généraux de l'intérieur 5 %	0,0365	3
Transport fluvial vers Kinshasa	0,295	2,4
<b>Sous-total rendu Kinshasa</b>	<b>0,7957</b>	<b>65,8</b>
Déchargement bateau et frais de réception	0,0042	0,4
Retraitement Kinshasa	0,0363	3
<b>Sous-total après retraitement avant ensachage</b>	<b>0,8362</b>	<b>69,2</b>
Perte de triage électronique, rendement de 85 %	0,1476	12,2
Ensachage	0,0128	1,1
<b>Sous-total café lavé stocké à Kinshasa</b>	<b>0,9966</b>	<b>82,5</b>
Démarches auprès Office Nat. Du Café par 19 200 kg	0,0041	0,3
Taxes par 19 200 kg	0,0724	6
Frais du Transitaire par 19 200 kg	0,0625	5,2
Frais bancaires par 19 200 kg	0,0306	2,5
<b>Sous-total coût pour le café déposé à Matadi</b>	<b>1,1661</b>	<b>96,5</b>
Frais d'assurance	0,0069	0,6
<b>Sous-total café livré FOB-Matadi</b>	<b>1,1731</b>	<b>97,1</b>
Frais généraux. Fixé à 3 %	0,0352	2,9
<b>TOTAL PRIX DE REVIENT FOB-MATADI</b>	<b>1,2083</b>	<b>100</b>

Il reste à comparer le prix de revient obtenu au prix de vente obtenu. Celui-ci s'élève pour le café commercialisé sous le label équitable à 1,05 USD par livre auquel il convient encore d'ajouter une prime « commerce équitable » de 0,10 USD par livre soit une recette totale de 1,15 USD par livre de café lavé commercialisé ou de 2,30 USD par kilo. Ce niveau de prix obtenu par le CDI-Bwamanda est très supérieur à celui de la valeur de la cotation de référence de la mercuriale ONC pour le Robusta HTM/W/MOY qui s'élevait début juin 2007 à 1,93 USD/kg.

Une première conclusion qui s'impose est que la filière café lavé équitable ne dégagne pas de marge bénéficiaire. Elle permet tout au plus d'équilibrer les coûts engagés.

Les raisons de la non rentabilité doivent selon nous être recherchées non pas au niveau de la commercialisation du produit (les cours mondiaux se sont raffermis et la commercialisation sous le label Max Havelaar procure une plus-value pour le produit de 37 cents par kg vendu) mais au niveau de certains coûts qui grèvent le prix de revient global. La décision de développer les achats de baies rouges dans le triangle au départ d'une unité de lavage à Yakoma est un premier handicap pour la rentabilité de la filière. L'éloignement relatif des stations de lavage et les coûts de transport y afférents représentent un deuxième obstacle à la compétitivité que le CDI-Bwamanda a clairement identifié et qui est en passe d'être solutionné avec les investissements réalisés ou en cours de réalisation dans une voie humide à Bobito, Bokilio et Abuzi. Le niveau des taxes (directes et indirectes) et le volume relativement faible de café commercialisé au regard des investissements réalisés viennent ensuite comme facteurs d'explication.

En conclusion, la filière café mise en place par le CDI-Bwamanda a permis de rétribuer les caféiculteurs de l'Equateur pour un montant global de 1 350 000 USD (environ 1 million d'euros) au cours de la dernière campagne. La politique des prix fixée par le CDI privilégie l'achat des baies rouges par rapport aux baies sèches puisque la production par le CDI d'un kg de café lavé lui coûte en prix payé bord de champs 350 FC contre 300 FC pour la baie sèche. Cette politique d'achat vise la qualité du produit mais se traduit dans les faits par une moindre rentabilité.

Globalement, l'élaboration des prix de revient complets montre que la filière café est globalement à l'équilibre mais ne permet pas de générer des marges commerciales susceptibles de contribuer au financement des activités sociales de l'ONG.

La production d'un café lavé de qualité est à la base d'une reconnaissance commerciale en Europe que le CDI-Bwamanda a pu acquérir auprès de ses acheteurs grâce à un travail continu. Malheureusement cette qualité n'est pas vraiment payante et s'obtient au départ de zones enclavées avec des coûts relativement élevés.

Il convient de souligner que le CDI-Bwamanda a réussi à maintenir un débouché pour le robusta congolais dans un marché où la concurrence est particulièrement vive au niveau mondial avec une pression forte sur les prix qui ont atteint des niveaux planchers. Les prix ont longtemps fluctué entre 40 et 60 cents la livre suite à un excédent structurel de l'offre par rapport à la demande et donc à un déséquilibre de marché auquel les opérateurs congolais n'ont pas pu résister.

En 1986, selon les données officielles fournies par l'OIC, la RD du Congo a exporté 2 447 942 sacs de 60 kg de café vert, soit environ 147 000 tonnes. En 2006, les chiffres

publiés mentionnent 134 408 sacs exportés soit un peu plus de 8 000 tonnes ! Dans ce contexte d'abandon de la filière café, le CDI-Bwamanda détient une forme de situation de monopole qu'il s'est forgée grâce à des investissements constants et soutenus dans la filière. Il convient également de rappeler que le CDI-Bwamanda a été la première ONG avec une organisation mexicaine à commercialiser le café sous le label Max Havelaar dès 1988.

Cependant ces atouts ne suffisent pas à garantir une rentabilité et des marges significatives de commercialisation à la filière café du CDI-Bwamanda. Il importe que le CDI développe des stratégies pour accroître les volumes de café commercialisé et améliore conjointement son dispositif de collecte pour réduire les coûts de transport. Au niveau de la commercialisation, le label équitable doit continuer à être encouragé mais il va de soi que cette filière ne sera pas capable d'absorber un doublement de la production. Il convient de se tourner vers d'autres débouchés (Italie et Espagne) pour des prix peut-être moins attractifs mais pour des volumes plus significatifs susceptibles de réduire les coûts fixes à la tonne commercialisée.

### **3. Le commerce équitable au Vietnam**

#### **3.1. Le contexte vietnamien**

L'économie vietnamienne a été qualifiée par J.-C. POMONTI comme étant la plus vibrante d'Asie du Sud-Est. La stratégie d'industrialisation et de modernisation adoptée par le Parti Communiste Vietnamien, qui garde le monopole du pouvoir politique, a abouti à une croissance économique rapide. Membre de l'ASEAN depuis 1995, le Vietnam a été admis au sein de l'OMC en novembre 2006.

Selon la Banque mondiale, le taux de croissance économique est de 7% en moyenne ces dix dernières années ce qui procure un revenu par habitant qui a triplé depuis 1990 mais qui n'est encore en 2006 que de 550 euros par an, donc au seuil du décollage, avec 850 euros pour objectif en 2010. Le seuil de pauvreté (pourcentage de la population qui ne peut avoir accès aux biens de consommation minimums) est passé de 58% en 1993 à 20% en 2004.

Même si le Gouvernement vietnamien a affirmé faire du développement agricole et rural une stratégie prioritaire dans le programme de développement du pays (9<sup>ème</sup> Congrès du Parti (2001), la pauvreté demeure essentiellement rurale. Bien que la part du secteur agricole dans le PIB continue de diminuer tandis qu'augmente la part du secteur industriel ( 41% en 2005) l'agriculture restera le cœur de l'économie vietnamienne pour la prochaine décennie. Avec une population de 83 millions d'habitants (2005), le Vietnam compte 42,7millions de travailleurs dont 57% sont engagés dans la production agricole.

En Asie du Sud -Est et particulièrement dans les pays qui viennent de s'ouvrir à l'économie de marché, le développement rural a comme objectifs d'éliminer la pauvreté, d'assurer la sécurité alimentaire et de réduire le fossé croissant entre les revenus des zones rurales et urbaines. Cet objectif global est fréquemment repris par les bailleurs de fonds internationaux, particulièrement par la Banque Asiatique de Développement qui a publié différents rapports sur la stratégie de développement pour les zones rurales.

A un stade critique de développement et conscient des expériences d'autres pays ayant subi une transition de même nature, les autorités gouvernementales vietnamiennes se doivent d'éviter une croissance économique déséquilibrée liée au développement excessif des villes et

à une paupérisation rurale, entraînant des problèmes environnementaux, économiques et sociaux. Dans le contexte actuel de l'intégration économique, on constate une nette différenciation au niveau de la population rurale. En effet, une grande partie des paysans pauvres rencontre des difficultés considérables lors du passage d'une production centrée sur l'autoconsommation vers la production marchande et connaît un grand risque d'être mise hors du jeu à cause de leur faible compétitivité et capacité d'accès aux services techniques.

### **3.2. Le projet « Small Project Facility » - SPF 10 : des idées au terrain...**

Une étude de faisabilité pour accroître le commerce équitable entre le Viêt-nam et l'Union européenne (SPF/10) a été financée par la Commission européenne en 2006. Elle vise l'analyse des contraintes qui pèsent sur les PME vietnamiennes pour conclure des contrats avec des opérateurs européens actifs dans la distribution des produits du commerce équitable. Cette étude a été réalisée conjointement par l'Université agronomique n°1 de Hanoi, par OXFAM – Magasins du Monde et par la Faculté des Sciences agronomiques de Gembloux. Le projet s'est attaché à identifier certaines opportunités pour des productions agricoles et artisanales à haute valeur ajoutée au départ des zones rurales du Nord Viêt-nam.

L'étude peut être subdivisée en différentes étapes au cours desquelles on a veillé en permanence à confronter les spécificités de l'offre vietnamienne avec la demande en Belgique. Il s'est agi en premier lieu d'identifier des filières potentiellement porteuses au Viêt-nam et d'ensuite envisager un développement du débouché pour répondre aux attentes de la demande. Afin d'identifier concrètement les problèmes à résoudre, le projet s'est finalement concentré sur trois produits : le litchi, les huiles essentielles et l'herboristerie pour lesquels une analyse SWOT détaillée a été proposée.

Il est très vite apparu qu'à travers la question du commerce équitable au Viêt-nam, par des échanges d'informations entre des opérateurs méconnaissant les règles du jeu de cette nouvelle opportunité de marché, l'apport du projet relèverait davantage d'un transfert de connaissances et de réflexions à propos de justice sociale, de gestion et de bonne gouvernance qu'à la mise en place de débouchés commerciaux immédiats.

Le projet s'est déroulé en plusieurs phases qui comportent à la fois des recherches en Europe (essentiellement en Belgique) et au Vietnam. Face à la méconnaissance de nos partenaires vietnamiens du terme « commerce équitable » ou « fair trade », la première étape de notre collaboration a consisté en une présentation du concept et d'un état des lieux du commerce équitable en Europe et au Vietnam.

Par le biais de rencontres et d'exposés de l'équipe universitaire belge, les chercheurs vietnamiens de l'Université d'Agriculture d'Hanoi ont été familiarisés avec les notions fondamentales qui caractérisent le commerce équitable ainsi qu'aux attentes des distributeurs et une trame de questionnaire a été élaborée.

Sur base du questionnaire mis au point, les chercheurs vietnamiens ont réalisé les enquêtes dans les zones rurales du Nord Vietnam, zone cible définie pour le projet. La recherche a été menée dans treize provinces correspondant à différentes zones agro-écologiques (Ha Noi, Bac Ninh, Ha Tay, Ha Nam, Hai Duong, Hai Phong, Hung Yen, Nam Dinh, Ninh Binh, Thai Binh, Bac Giang, Lao Cai, Tuyen Quang). La priorité a été accordée à des groupes déjà en activité. Trente-cinq coopératives, groupes informels, entreprises et centres de recherche ont été enquêtées.

Sur base des résultats recueillis, dix-neuf pistes ont été retenues par l'équipe de l'Université de Hanoi et les informations les plus pertinentes ont été compilées sous forme de fiches comprenant les rubriques suivantes :

- Généralités : Nom de l'entreprise, statut, produit, province, numéro de l'enquête
- Groupe de production : MO et organisation, chiffre d'affaires, salaire
- Expertise
- Capacités de production actuelle : quantité maximale, contrôle qualité, expérience de l'exportation
- Potentialités
- Problèmes sociaux et environnementaux
- Remarques générales

Les pistes retenues ont été proposés à l'équipe d'Oxfam. D'emblée, les produits d'artisanat (au nombre de 7) ont été exclus du choix d'Oxfam Belgique puisqu'une voie de commercialisation existait déjà via la société d'exportation Craft Link. De la gamme de produits alimentaires comportant des fruits et légumes (2 entreprises), de l'alcool de riz (2 entreprises) et du miel (1 groupe de producteurs), les distributeurs belges ont retenu les fruits en conserve, plus particulièrement les litchis, seuls produits absents de leur offre actuelle. Enfin, pour le non alimentaire, l'équipe d'Oxfam a marqué un intérêt pour les huiles essentielles (3 groupes) et l'herboristerie (4 entreprises).

Les trois gammes de produits identifiés par les partenaires vietnamiens et décrits par l'équipe d'Oxfam comme susceptibles de les intéresser ont fait l'objet d'une analyse précise et détaillée orientée à la fois sur les caractéristiques de l'offre (production et transformation) et de la demande. Dans le cadre de cet article, l'accent est mis sur l'analyse de la filière « litchis ».

Un séminaire au siège d'Oxfam MdM (Belgique) a permis d'établir un bilan du commerce équitable et des attentes des distributeurs belges. Les critères majeurs identifiés sont le caractère innovant en termes de gamme ou de produit sur le marché du commerce équitable en Union Européenne et, afin de rentabiliser au mieux la démarche *équitable*, une haute valeur ajoutée.

Pour les distributeurs, en sus des critères inhérents au commerce équitable, disposer des informations sur les capacités de production et de gestion ainsi que la fiabilité commerciale du groupe de producteurs s'avèrent indispensables préalablement à une collaboration. De plus, pour diffuser un produit dans le réseau Oxfam en Belgique, le prix FOB du produit ne doit dépasser le prix sur le marché européen divisé par 6 environ.

### 3.3. Le litchi

Notre analyse des potentialités d'accès d'un nouveau produit dans le circuit du commerce équitable en Europe a été abordée à travers l'exemple de l'étude de marché du litchi.

Les éléments suivants ont été analysés :

- Caractéristiques de la production : variétés cultivées, itinéraires techniques, saisonnalité, protection des vergers, rendements, modes de récolte, fixation des prix, organisation des producteurs, ...
- Transformation : techniques de conservation, infrastructures et technologies, opérateurs, ....
- Commercialisation : fixation des prix, collecteurs, grossistes, transporteurs, exportateurs.

La structure des coûts pour les principaux circuits de valorisation a également été reconstituée.

Sur base des éléments rassemblés, il apparaît que de réelles potentialités existent pour mettre en place un label « commerce équitable » pour la production de litchis dans le district de Thanh Ha de la province de Hai Duong. Les caractéristiques agro-écologiques rencontrées sont particulièrement adaptées à ce type de production et les fruits sont de qualité différenciée. Les 6000 ha cultivés concernent 2200 familles de paysans. Compte tenu du caractère saisonnier de la production (de mai à juillet), les prix varient considérablement au cours de la campagne et l'offre est très inégale d'une année à l'autre, ce qui entraîne de fortes fluctuations de prix. Ainsi, en 2004, année très productive (10 tonnes de fruits/ha) la marge bénéficiaire avoisinait les 16 millions VND/ha tandis qu'en 2006 où seulement 2 tonnes de fruits ont en moyenne été récoltés par ha, elle atteignait à peine 11 millions VND/ha.

Le travail agricole pour la production de litchis est estimé à 35 jours /SAO ou 360 m<sup>2</sup> et le coût quotidien de la main d'œuvre à 40 000 VND.

Compte tenu du caractère hautement périssable du produit frais, 70% des paysans procèdent au séchage d'une partie de leur production. Seulement 30% des producteurs les commercialisent uniquement à l'état frais.

Les producteurs qui semblent disposer d'une bonne connaissance des prix pratiqués commercialisent individuellement leur production soit directement à des commerçants soit à des « collecteurs ».

Ils sont néanmoins apparus très réceptifs à l'idée de se grouper pour la vente et de mener une réflexion sur un mode de production respectueux de l'environnement, même s'ils manquent d'une manière générale d'informations notamment sur les exigences en matière d'agriculture biologique ou de traçabilité des produits.

Il existe par ailleurs des entreprises de transformation du litchi (jus, conserves et bocaux) au niveau de la province. Le Directeur de l'entreprise *NGOC HA Agri-products processing Company*, s'est déclaré prêt à collaborer. L'entreprise, privée depuis 1997, jouit d'infrastructures modernes et fonctionne dans le respect de normes sanitaires et de sécurité. Un contrôle de la qualité est assuré par le Gouvernement. Le personnel essentiellement

féminin (70%) compte 70 salariés dont 5 responsables ont un diplôme supérieur. Leur salaire varie de 20 000 à 40 000 VND / jour, et ils reçoivent un repas dans l'entreprise.

La capacité de production est de 70 tonnes de litchis (2005-2006) avec un maximum de 35 000 boîtes (de 565g) / jour. Le prix de vente d'une boîte de litchis est de 8000 VND. Le chiffre d'affaires est de 17 milliards VND et la société a une expertise en matière d'exportation (avec la Chine et l'URSS), notamment via le port de Hai Phong.

Aucun contrat d'achat ne lie actuellement les producteurs de litchis qui fournissent les fruits frais avec l'entreprise mais le directeur envisage cette possibilité, pour autant que lui-même obtienne des garanties de commandes des importateurs européens. A noter que, si cette petite entreprise est privée, elle est néanmoins soutenue par les autorités provinciales qui viennent de mettre à sa disposition un vaste bâtiment de 20 000 m<sup>2</sup> destiné à étendre l'activité de transformation des fruits et légumes.

En ce qui concerne l'importation de litchis en conserve et l'opportunité de développer une filière spécifique au départ du Vietnam, il est apparu que les acheteurs potentiels du circuit équitable partenaires du projet (Oxfam – Wereldwinkels, Belgique) ne proposaient qu'un marché de niche (1 container/an), dérisoire par rapport à la production rencontrée au Vietnam.

Conscients du rôle de la Grande distribution dans la maximisation des volumes de vente, nous avons complété notre analyse par l'interview du responsable des achats d'une enseigne de la GD bien présente en Belgique (Colruyt) et qui, depuis peu, offre à ses clients une gamme de produits MDD (Collibri) labellisés équitables et répondant à une charte propre. Ce débouché éventuel ne s'est malheureusement révélé être vecteur d'un réel développement des volumes potentiellement importés puisque la demande n'excédait pas 3 containers par année.

### **3.4. L'expérience Craft Link**

Si des chaînes de magasins spécialisés dans la vente de produits équitables proposent en Europe des produits vietnamiens (notamment présents en Belgique chez Oxfam MDM et Citizen Dream), le commerce équitable est un concept encore peu connu des Vietnamiens. Sur les 586 organisations recensées en 2006 dans le Monde par FLO, une seule, parmi les 94 en Asie, est localisée au Vietnam : Craft Link

Craft Link (« Centre for Handicraft research, linkage and development ») est une entreprise exportatrice d'artisanat équitable membre de l'IFAT depuis 2001. Cette ONG a été créée en 1996 et est membre de la Vietnam association of Ethnology, de la Vietnam Chamber of Commerce and Industry, de l'IFAT, de l'Asia Fair Trade Forum (AFTF).

La société (dont le siège social est situé au centre d'Hanoi) compte deux structures différentes: Craflink Development CLD qui est une ONG et Craftlink Business CLB. En effet, au Vietnam, il n'est pas possible de réaliser des activités commerciales au travers d'une ONG. Les activités commerciales sont donc gérées au sein d'une structure juridiquement différente de celle gérant les activités de développement. Les bénéfices réalisés par la CLB servent au financement des actions de développement de la CLD. Le personnel essentiellement féminin comprend 25 employés, jeunes et, pour la plupart de niveau universitaire. Les objectifs commerciaux sont non conventionnels. Il s'agit d'aider les producteurs pauvres à augmenter leurs revenus par la production d'artisanat et de dégager des

moyens financiers pour les activités de développement. Les objectifs sociaux de Craft Link sont de préserver et de promouvoir les cultures traditionnelles des différents groupes ethniques et villages traditionnels. Il s'agit également de sensibiliser le public aux traditions et d'impliquer les femmes tant dans le cadre des projets qu'au niveau commercial. Craft Link pratique les commerces équitable et conventionnel, qui représentent respectivement 60 et 40% du chiffre d'affaires.

Les 53 groupes d'artisans, soit au total près de 5300 travailleurs, qui fournissent la société sont répartis à travers tout le pays. Les salaires mensuels varient de 900 000 à 3 000 000 VND. Les groupes organisent un *revolving fund*. Celui-ci sert à payer médicaments et salaires des artisans en incapacité de travail. L'utilisation de ce fonds est systématique pendant les dix premiers jours. Le groupe décide ensuite de la prolongation.

Il y a trois voies de recrutement ou d'adhésion des groupes d'artisans : une sollicitation directe des groupes eux-mêmes, d'autres organismes qui proposent un groupe rencontré au cours d'un projet ou la rencontre avec les équipes de Craft Link qui prospectent à travers tout le pays. L'organisation intègre deux ou trois nouveaux groupes par an. Les catégories considérées comme prioritaires doivent représenter au minimum 70% des producteurs : il s'agit, en premier lieu, des minorités ethniques ainsi que de groupes dits désavantagés (handicapés, enfants des rues et centres humanitaires).

Les contacts sont très fréquents entre les employés de Craft Link et les groupes de producteurs (d'une visite par mois, voire plus lors du lancement de la collaboration à deux visites annuelles minimum par la suite). Craft Link établit un plan de développement avec chaque groupe de producteurs. La structure du groupe de production est souvent informelle, il y a deux ou trois responsables et si la capacité de gestion se révèle suffisante, une coopérative peut-être créée. Craft Link n'a pas de réel contrôle sur ce point. Tout dépend de ce qui émane du groupe. Craft Link offre des outils pour la création et l'avancement du plan de développement, ses agents ne se substituent pas aux producteurs.

La création de nouveaux produits se fait au sein même des groupes productifs avec les conseils d'un designer. Craft Link assure aussi un lien direct entre les groupes d'artisans en favorisant les échanges de compétences techniques et commerciales par le biais de formations communes et de rencontres.

Les productions pour l'exportation peuvent être préfinancées jusqu'à hauteur de 50%. Le préfinancement peut même concerner la totalité des frais de production pour les groupes qui démarrent une activité.

Si l'on tente d'évaluer Craft Link vis à vis des standards de l'IFAT (International Federation for Alternative Trade), la création d'opportunités pour les producteurs désavantagés, l'équité entre les genres et le juste prix sont des critères parfaitement appliqués et le niveau de « capacity building » est acceptable.

La société s'efforce de poursuivre l'amélioration de standards comme la transparence (réalisation d'un rapport d'audit financier mensuel dont les producteurs sont systématiquement informés des résultats), les conditions de travail (équipements de sécurité, aménagements assurant lumière et ventilation suffisantes, horaires de 8h max/jour et 1 jour de repos hebdomadaire), l'environnement (sensibilisation des producteurs à la préservation des ressources).

Les exportations représentent 75% du chiffre d'affaires de Craft Link. Elles sont essentiellement dirigées vers l'UE (>60% du volume exporté en 2005), ensuite viennent les USA (>25% en 2005). Une part moindre mais non négligeable est destinée à l'Australie toute proche (>10% en 2005).

Craft Link dispose de deux canaux de distribution au Vietnam : les ventes en gros (à d'autres magasins et de livraisons faites à plusieurs hôtels cinq étoiles) qui ne représentent pas plus de 10% des ventes et la vente au détail dans le magasin situé rue Van Mieu à Hanoi dont la clientèle est essentiellement constituée d'expatriés et des nombreux touristes.

#### **4. Conclusions**

En RDC, le CDI-Bwamanda tente depuis de nombreuses années de soutenir un développement rural dans des zones enclavées et retirées de la province de l'Equateur. L'expérience permet de soutenir les revenus de milliers de caféiculteurs et distribue annuellement des revenus estimés à 1 millions d'euros. La labellisation du produit dans la filière équitable ne résout cependant pas tous les problèmes et ne permet pas à l'ONG de dégager une marge bénéficiaire importante susceptible de garantir la durabilité des actions de développement engagées.

L'étude réalisée sur le commerce équitable au Viêt-nam a permis non pas des débouchés commerciaux immédiats mais un transfert de connaissances et de réflexions à propos de justice sociale, de responsabilité sociale des entreprises, d'analyse d'une filière, de consultation des parties prenantes, de gestion et de bonne gouvernance. En outre, pour contourner le monopole de fait imposé par des structures de commercialisation qui s'approprient l'essentiel de la valeur ajoutée générée, des recommandations ont été faites pour le développement de filières avec des communautés villageoises structurées. L'Etat apparaît comme un acteur incontournable à tous les stades de la filière ce qui complique et facilite à la fois la mise en place de ce type de filière.

Au travers des deux projets dont les buts convergent et visent à réduire la pauvreté en garantissant des revenus aux producteurs de zones rurales, l'objectif du commerce équitable de « Promouvoir les opportunités de développement économique pour les producteurs désavantagés » semble parfaitement rencontré. Cependant, les analyses présentées ci-avant nous amènent à conclure en l'existence d'un marché très réduit dès lors que l'on s'inscrit dans le circuit du commerce alternatif et nos résultats aboutissent à la question de la réelle contribution du commerce équitable en tant qu'acteur économique à la réduction de la pauvreté dans les pays du Sud.

Ces dernières années, la notoriété et les volumes de vente du commerce équitable connaissent un réel essor mais il y a lieu de relativiser cette croissance : aujourd'hui le commerce équitable représente 0,0009% du commerce mondial. « En fin de compte, le commerce équitable améliore l'ordinaire d'une poignée de producteurs pauvres » [BORIS, JP.-2005].

De notre démarche empirique, nous avons noté les nombreux défis à relever pour accéder au marché équitable, garantie d'un prix plus « juste » : une connaissance préalable de l'existence même du concept et des circuits de commerce équitable, l'adhésion à un groupement de producteurs, le respect des normes environnementales et des conditions de travail mais aussi la capacité d'une organisation à répondre aux mêmes exigences du marché à l'exportation que dans un circuit commercial conventionnel en termes d'exigences de qualité, de respect des délais et des volumes de livraison... Autant de défis qui peuvent s'avérer menaces d'exclusion pour les plus défavorisés ...

Mais lorsque, bénéficiant du soutien et de transferts de connaissance initiés par des projets de coopération ou des politiques locales, tous ces défis ont été surmontés par les acteurs du Sud, la relation commerciale reste néanmoins conditionnée par la demande, c'est-à-dire les consommateurs du Nord si l'on s'en tient à la filière commerciale classique Nord-sud ; ce qui nous amène à un second questionnement : le commerce équitable doit-il se limiter à cette filière ?

Dans les exemples du café robusta et du litchi, il s'est avéré que la demande belge pour le produit est insignifiante par rapport à la production assurant des économies d'échelle en RDC et au Viêt-nam.

L'évaluation sommaire de l'impact du commerce équitable sur la réduction de la pauvreté des paysans de l'Equateur en RDC et du Nord Vietnam à travers le projet SPF montre selon nous la nécessité pour les acteurs du commerce équitable d'orienter davantage leur logique d'action sur une politique d'éducation et de conscientisation. Si la stratégie du commerce équitable repose sur l'intensification coûte que coûte des échanges marchands, il est clair qu'il demeurera destiné à n'occuper qu'une niche de marché, pour finalement peu de bénéficiaires parmi les producteurs les plus pauvres. Par contre, s'il a pour vocation de devenir la norme du commerce international, la mise en œuvre d'actions de sensibilisation à l'examen de ces échanges est de nature à répondre aux enjeux de la mondialisation en suscitant une meilleure gouvernance.

Un commerce équitable qui (re)mettrait au premier plan ses ambitions éthiques et agirait comme levier pour un règlement politique équilibré des échanges internationaux, alternative à la mondialisation et à la pauvreté paysanne ?

« Une organisation équitable et solidaire des échanges agricoles internationaux pour promouvoir des agricultures paysannes durables capables d'assurer la sécurité alimentaire de bientôt 9 milliards d'humains : c'est le prix de notre avenir » [MAZOYER, M.-2003].