

PRIX ROGER VANTHOURNOUT

Benjamin HUYBRECHTS

L'impact du commerce équitable sur les producteurs

*Les coopératives de café
et de cacao en Bolivie*




**ÉDITIONS
LUC PIRE**
www.lucpire.eu


**prix
ROGER
Vanthournout**

TABLE DES MATIERES

TABLE DES MATIERES	1
ABSTRACT.....	3
LEXIQUE	4
I. INTRODUCTION	6
II. PROBLEMATIQUE, HYPOTHESES ET METHODOLOGIE.....	8
1. Littérature sur les impacts du commerce équitable.....	8
A) Introduction : la nécessité d'évaluer rigoureusement l'impact.....	8
B) Objectifs spécifiques des différentes études	9
C) Dimensions et limites.....	10
D) Méthodologies adoptées	12
2. Hypothèses propres	13
A) Formulation des hypothèses	13
B) Cheminements des impacts.....	15
C) Schématisation des impacts positifs.....	16
D) Schématisation des impacts potentiellement négatifs.....	19
E) Schématisation des acteurs.....	21
3. Etude de terrain et méthodologie	23
A) Apports et limites d'une étude de terrain.....	23
B) Choix et présentation des organisations.....	23
C) Comparaisons.....	32
III. LES IMPACTS POSITIFS AU NIVEAU ECONOMIQUE	34
1. Revenu	35
A) Augmentation du prix	35
B) Influence sur les prix au niveau régional	39
C) Augmentation du volume de production.....	39
2. Stabilité et planification	41
3. Santé financière.....	41
A) Capitalisation (au niveau de l'organisation).....	42
B) Accès au crédit et au préfinancement	42
C) Investissements	43
D) Viabilité	44
IV. LES IMPACTS POSITIFS AUX NIVEAUX SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL.....	45
1. Capital organisationnel et humain	45
A) Institutionnalisation et stabilité organisationnelle (au niveau de l'organisation)	46
B) Emploi.....	47
C) Formation.....	48
D) Autonomie, confiance, estime de soi.....	49
E) Contrôle social et participation (au niveau du producteur).....	50
F) Genre (au niveau du producteur).....	52
G) Santé (au niveau du producteur)	53
2. Fonds fair trade	53
3. Production et environnement	54
A) Amélioration de la qualité	55
B) Production biologique et respect de l'environnement	56
C) Diversification.....	57
4. Conclusion	57

V. LES IMPACTS POTENTIELLEMENT NEGATIFS	59
1. Dépendance.....	59
2. Spécialisation et priorité à l'exportation	61
3. Perturbation des équilibres locaux	62
4. Danger d'ingérence.....	62
5. Tensions entre les objectifs économiques et sociaux.....	63
6. Conclusion	64
VI. QUELQUES FACTEURS D'INFLUENCE	65
1. Facteurs au niveau des producteurs	66
A) Le besoin.....	66
B) Le rôle de la structure coopérative.....	67
C) Les relations entre les producteurs et leur organisation.....	68
D) L'investissement dans l'organisation	70
2. Facteurs au niveau des OCE (importateurs et certificateurs).....	71
A) Les deux types d'importateurs.....	71
B) La gestion de la répartition et du suivi.....	72
C. Le contrôle des partenaires.....	75
3. Conclusion	76
CONCLUSION.....	77
BIBLIOGRAPHIE	79
Etudes, travaux, mémoires, articles, cours.....	79
Ouvrages (ou chapitres de livres)	81
Séminaires.....	82
Documentation à propos des acteurs boliviens.....	83
Quelques sites Internet.....	84

ABSTRACT

Ce travail est le résultat d'une année de recherches sur le thème de l'impact du commerce équitable sur les (organisations de) producteurs et les facteurs d'influence sur cet impact. Une étude de terrain auprès de quatre coopératives de producteurs de café et de cacao en Bolivie a servi de base à cette recherche. Ce pays connaît une effervescence de l'économie sociale et solidaire, à travers les « organisations économiques paysannes », que les réseaux de représentation au niveau national tentent de promouvoir et de pérenniser, entre autres à travers la filière du commerce équitable.

Le commerce équitable et son impact sur les producteurs constituent des thèmes relativement nouveaux dans la littérature scientifique. Cette recherche propose une classification de différents domaines d'impacts au niveau de l'organisation puis au niveau du producteur. Ces impacts sont illustrés par les quatre cas, dont deux ne bénéficient pas d'un « partenariat équitable », ce qui permet d'établir certaines comparaisons, dans les limites propres à toute étude de terrain de ce type.

L'hypothèse centrale est que le commerce équitable constitue une source de soutien pour les organisations partenaires, mais que la redistribution de ce soutien aux producteurs dépend des mécanismes et des objectifs propres à chacune de ces organisations. L'appui économique et social est donc « reçu » et redirigé différemment d'une organisation à l'autre, de même qu'il est proposé différemment par chaque acteur du Nord. En conséquence, l'étude cherche à mettre en exergue les facteurs, autant du côté des importateurs que des producteurs, qui influencent l'efficacité de la filière équitable par rapport à ses objectifs de développement.

LEXIQUE

Les grands concepts seront définis et détaillés tout au long du travail, particulièrement dans les encadrés. Nous avons toutefois voulu expliciter dès à présent quelques-unes des abréviations les plus utilisées :

- *ANED* : « Asociación Nacional Ecuánica de Desarrollo », organisation bolivienne active, entre autres, dans le domaine du micro-crédit.
- *AOPEB* : « Asociación de Organizaciones de Productores Ecológicos de Bolivia », structure de coordination des producteurs biologiques.
- *Bio* : biologique.
- *Bs* : « (pesos) bolivianos », unité monétaire de la Bolivie. Au 1^{er} septembre 2004, le taux était de 7,98 Bs pour 1\$ (9,82 Bs pour 1 €).
- *CATIE* : « Centro Agronomico Tropical de Investigación y de Enseñanza », organisme interaméricain qui gère des programmes d'agriculture biologique entre autres en Bolivie.
- *Cencoop* : « Central de Cooperativas » de Nor-Yungas, coopérative.
- *CICDA* : « Centre international de coopération pour le développement agricole », ONG française.
- *CIOEC* : « Coordinadora de Integración de Organizaciones Economicas Campesinas de Bolivia », structure de coordination des « oeca ».
- *Coraca* : « Corporación agropecuaria campesina » = organisations paysannes fondées comme bras économiques des syndicats. Même si nous présenterons les différences qui existent par rapport aux coopératives classiques, par souci de simplification et de clarté, nous emploierons également le terme « coopératives » pour les désigner.
- *CSUTCB* : « Central Sindical Unica de Trabajadores Campesinos de Bolivia », syndicat national paysan.
- *DACIT* : « Departamento de Apoyo a la Capacitación, la Investigación y el Turismo », département de Coraca Irupana en charge des projets sociaux et environnementaux.
- *EFTA* : « European Fair Trade Association ».
- *FDH* : « Frères des Hommes », ONG belgo-luxembourgeoise.
- *FECAFEB* : « Federación de Caficultores Exportadores de Bolivia », structure de coordination des producteurs de café.
- *FLO* : « Fairtrade Labelling Organizations International », organisation de certification et de contrôle de certains produits équitables dont le café et le cacao.

- *FOS* : FOS-Socialistische Solidariteit est une ONG belge liée à FDH et également active en Bolivie.
- *FRUMCI* : « Federación Régional Unica de Mujeres de Coraca Irupana », branche féminine du syndicat d'Irupana.
- *GEPA* : OCE allemande qui importe le cacao équitable d'El Ceibo.
- *Hacofco* : « Hamburg Coffe Company », importateur de café « conventionnel ».
- *INRA* : « Instituto Nacional de Reforma Agraria ».
- *OCE* : Organisation de commerce équitable (importateur ou certificateur du Nord).
- *OECA* : « Organizacion economica campesina », « organisation économique paysanne », appellation qui regroupe autant des coopératives et « Coraca » que des associations.
- *OWW* : Oxfam-Wereldwinkels, branche belge néerlandophone d'Oxfam, responsable de l'importation des produits alimentaires pour le marché équitable. Nous n'utiliserons pas toujours le nom complet, d'autant plus que les responsables de Coraca Irupana parlent d' « Oxfam » tout court.
- *PIAF* : « Programa de Implementaciones Agroecológicas y Forestales», volet environnemental d'El Ceibo.
- *Qhana* : ONG bolivienne.

I. INTRODUCTION

Alors qu'il existe énormément de littérature à propos des objectifs et des bienfaits supposés du commerce équitable, les études rigoureuses concernant son impact sur les producteurs du Sud sont rares, et peu de recherches universitaires s'y sont attardé jusqu'à aujourd'hui. Dans un contexte de développement important de la filière équitable et d'extension à travers la grande distribution, les acteurs du mouvement sont en quête d'informations fiables pour vérifier les fondements de leur discours et garantir leur crédibilité.

Ainsi, différentes études ont été menées afin de confronter les postulats du commerce équitable à la réalité du terrain. Ces démarches se heurtent néanmoins à de nombreux obstacles, comme le problème d'attribution, et sont constamment confrontées au défi de l'objectivité. Une autre difficulté provient de la grande diversité des partenariats due à l'hétérogénéité des acteurs, tant au Nord qu'au Sud. En conséquence, il est rarement possible de généraliser et de théoriser sur la base d'un terrain particulier.

Ce travail a pour but de contribuer à mieux comprendre quels sont les effets du commerce équitable au niveau économique et social, comment ces effets « cheminent » et à quels acteurs ils bénéficient. Il sera intéressant d'étudier le rôle de l'organisation par rapport au partenariat équitable, comme intermédiaire entre les importateurs et les producteurs. Cette première question de recherche en amènera une seconde : quels sont les facteurs qui influent sur ces impacts ?

En vue de répondre à ces questions, nous avons choisi un terrain d'étude dont l'intérêt est manifeste, mais dont les spécificités empêchent, comme pour les autres études, toute généralisation. En effet, la Bolivie connaît une effervescence de l'économie sociale et solidaire, à travers les « organisations économiques paysannes », que des réseaux de représentation au niveau national tentent de promouvoir et de pérenniser, entre autres à travers la filière du commerce équitable.

Afin de mieux cerner les impacts du commerce équitable et leurs facteurs d'influence, nous avons sélectionné quatre organisations de producteurs de café ou de cacao, dont deux ne bénéficient pas d'un « partenariat équitable », ce qui devrait permettre d'établir certaines comparaisons, dans les limites propres à toute étude de terrain de ce type. En effet, à l'instar des autres recherches, il apparaîtra que le problème d'attribution est important dans le sens où il est difficile de distinguer les différentes sources de soutien et leur intégration par rapport aux services coopératifs.

Le premier chapitre a pour but de dresser un tableau général du contexte dans lequel prennent place les différents acteurs, en nous centrant sur l'étude dans le temps long des populations et à l'émergence d'organisations économiques paysannes en leur sein. A travers cette étude, nous voulons mettre en exergue les raisons de la création et les caractéristiques actuelles de ces organisations, dans un contexte d'identité collective forte. Après avoir abordé la structuration des organisations paysannes en réseaux nationaux, nous pourrons les situer par rapport au projet du commerce équitable. Nous désirons présenter celui-ci de manière personnelle et réfléchir également à partir de l'approche comme « projet de développement » et du point de vue des acteurs du Sud.

Quant au second chapitre, il retrace le fil rouge de tout le travail, qui correspond d'ailleurs aux étapes chronologiques de son élaboration. Premièrement, la revue de la littérature est présentée succinctement, en soulignant les apports qui nous paraissent les plus intéressants. Ces apports sur la structuration des effets du commerce équitable sont ensuite développés et débouchent sur quatre

hypothèses, assorties d'une tentative de classification des différentes retombées. Enfin, la troisième partie du chapitre présente le cheminement méthodologique en vue de mettre à l'épreuve ces hypothèses à travers l'étude de terrain. Les quatre organisations sont en outre présentées brièvement en soulignant leurs mécanismes coopératifs et leurs liens avec le commerce équitable.

L'étape suivante consiste en l'étude d'impact proprement dite. Celle-ci est découpée en trois chapitres : les effets positifs au niveau économique, puis aux niveaux social et productif, et enfin les retombées potentiellement négatives. La structuration de ces trois chapitres est identique. Les différents impacts, regroupés en « domaines » suite à l'exercice de classification, sont tout d'abord présentés et commentés, si possible avec l'aide de certains auteurs. Ensuite, le développement de la plupart des effets se fait en deux temps : tout d'abord, l'impact du partenariat équitable sur l'organisation et, dans un second temps, la manière dont la coopérative répercute ce soutien envers les producteurs. Certains effets ne concernent toutefois que l'organisation ou les producteurs.

Les réflexions présentées dans la conclusion de chaque section et résumées dans les deux conclusions de chapitre débouchent sur une série de thématiques transversales. Celles-ci correspondent à certains facteurs, tant du côté des producteurs que des importateurs, qui sont susceptibles d'avoir une influence sur l'efficacité du commerce équitable. Celui-ci n'étant jamais proposé ni reçu et redistribué de la même manière d'un partenariat à l'autre, il s'agit de mettre en exergue certains facteurs d'influence qui semblent pertinents, du moins pour le contexte bolivien.

Ce dernier chapitre tente de prendre du recul par rapport à l'étude de terrain et propose des réflexions et des hypothèses qui constituent des pistes éventuelles en vue de prochaines recherches. Même si nous tentons de répondre de manière aussi complète que possible aux objectifs de ce travail, il paraît clair, à la clôture de celui-ci, que le champ de recherche est vaste et que la multiplicité et l'hétérogénéité des terrains et des partenariats ouvrent la voie à de nombreux travaux. Nous espérons en tout cas que le nôtre contribuera à éclairer quelque peu l'action de « l'alternative équitable » et ses implications pour les producteurs...

II. PROBLEMATIQUE, HYPOTHESES ET METHODOLOGIE

Nous répondrons dans ce chapitre à deux questions. Premièrement, nous tenterons de préciser quelle est la question de recherche et quelles sont les hypothèses proposées. Pour répondre à cette question, nous retracerons les raisons et l'évolution des réflexions au sein de la littérature sur les effets du commerce équitable. Nous verrons que celle-ci est assez récente et plutôt empirique. Sur base de cette littérature, nous mènerons une réflexion propre qui aboutira à la formulation d'hypothèses quant à l'impact du commerce équitable et à ses facteurs d'influence.

Dans un second temps, nous nous poserons la question de la mise à l'épreuve de ces hypothèses. Nous avons déjà présenté le terrain général de cette mise en application. Il s'agira donc de détailler auprès de qui et de quelle manière les retombées du commerce équitable et ses facteurs d'influence pourront être appréhendés.

1. Littérature sur les impacts du commerce équitable

A) Introduction : la nécessité d'évaluer rigoureusement l'impact

Les études d'évaluation de l'action du commerce équitable remontent à une quinzaine d'années. Après plusieurs années, voire décennies pour les pionniers du commerce équitable (40 ans pour Oxfam Fair Trade), les organisations actives dans le secteur ressentent un besoin important de disposer d'informations rigoureuses et complètes à propos de l'impact de leur action sur les populations partenaires. En effet, l'engouement croissant pour le commerce équitable, et l'augmentation considérable des ventes, vont de pair avec une exigence plus forte du consommateur quant à l'origine des produits et le résultat de sa mobilisation.

Dans un contexte d'injustices économiques et sociales au niveau mondial, dont les manifestations sont de plus en plus visibles pour l'opinion publique, le commerce équitable apparaît comme une alternative qui se veut crédible et durable. Cependant, maintenant que cette filière dispose d'une assise médiatique importante, les grandes déclarations et les objectifs généraux ne suffisent plus, et les acteurs du commerce équitable sont en quête de preuves concrètes de l'effet bénéfique de leur action à l'heure de l'extension des produits équitables dans la grande distribution. Bayley et al. (2000) vont même plus loin en disant qu'il y a « *un réel danger de perte de la confiance des consommateurs si le bien-fondé des postulats du mouvement équitable ne peut pas être prouvé* ».

De plus, le commerce équitable a, au-delà de son action commerciale alternative, un rôle capital de sensibilisation, si bien qu'il est important qu'il dispose d'arguments de taille pour influencer les pratiques commerciales mondiales (Hopkins 2000). En ce sens, la mise en exergue des impacts négatifs ou de l'absence d'effets positifs sur les populations locales pour les mouvements commerciaux classiques, constitue également un objectif pour les partisans du commerce équitable (par exemple pour Johan Declercq de Max Havelaar Belgique). Cet objectif est particulièrement important dans la promotion du « *commerce éthique* », qui correspond au plus grand respect des

personnes dans les relations commerciales mondiales, et qui est donc complémentaire mais à ne pas confondre avec la filière alternative du commerce équitable (Lake et Howe 1998).

En conclusion, la nécessité d'études rigoureuses afin de démontrer l'efficacité du commerce équitable comme outil de développement intégral, est manifeste et de plus en plus pressante. Ainsi, de nombreuses études ont été menées depuis une bonne décennie, pour évaluer l'impact de manière rétrospective, mais également pour mieux orienter la stratégie et les actions futures. Il s'agit surtout d'études de cas spécifiques sur le terrain, mais aussi d'évaluations plus globales sur la validité de cette alternative, souvent commandées par des organisations de commerce équitable et menées par des consultants « professionnels » ou académiques. Nous verrons dans ce chapitre que les objectifs spécifiques de ces études sont multiples, tout comme les effets mesurés, les méthodes utilisées et les résultats obtenus... Le nombre réduit d'études effectuées et la diversité des approches possibles laissent cependant encore beaucoup de pistes à explorer pour des études futures (Hopkins 2000).

B) Objectifs spécifiques des différentes études

L'ensemble des études d'impact du commerce équitable répond à l'objectif général de vérifier le lien entre un commerce plus juste et respectueux, et l'amélioration des conditions de vie des populations qui en bénéficient. Il s'agit de définir qui bénéficie de quels avantages et de quelle manière, afin de voir comment améliorer l'efficacité des acteurs de la filière, et comment mieux ajuster leur action aux besoins des populations ciblées.

Cependant, au-delà de cet objectif général, les manières de procéder varient beaucoup et sont des indicateurs de la philosophie adoptée et des objectifs spécifiques poursuivis. Certaines études se centrent sur les indicateurs économiques, principalement autour de la question du prix, tandis que d'autres cherchent à identifier plutôt les effets non-quantifiables (organisationnels etc.), les deux dimensions étant souvent développées parallèlement. La grande étude menée par Artisans du Monde (1999 à 2004) décrit les évaluations présentées dans la littérature de la manière suivante : elles sont « *relativement récentes, faites sans disposer d'un état des lieux de départ [...], généralement centrées sur les producteurs plus que sur la société [...], s'intéressent essentiellement aux aspects économiques* ».

La plupart des études constituent en effet des évaluations ponctuelles et sont souvent conçues par rapport aux objectifs des organisations du Nord, ce qui se ressent parfois au niveau de l'objectivité. A travers des études sur le terrain, elles cherchent à évaluer dans quelle mesure leurs objectifs de développement sont bien atteints. Néanmoins, il y a une conscience croissante par rapport aux limites de cette approche, en insistant sur la nécessité d'inclure dans l'évaluation la perception des populations locales sur les changements qu'entraînent pour eux leur collaboration avec le commerce équitable (Artisans du Monde 1999). Il s'agit de mener des évaluations sur ce qui a changé concrètement pour les groupes ciblés, plutôt que sur les changements supposés ou uniquement sur les indicateurs économiques. Pour mesurer ces changements par rapport à un groupe de comparaison, plusieurs études proposent une approche comparative avec le commerce « traditionnel » (Nelson et Galvez 2000).

Enfin, une nouvelle conception de l'étude d'impact est celle du « *monitoring* », qui consiste en une évaluation continue de chaque organisation (au Nord comme au Sud) par rapport à ses propres objectifs (Ronchi 2003). Cette idée de donner aux organisations du Sud (et du Nord) des outils pour évaluer eux-mêmes et de manière continue les résultats de leurs stratégies (pas uniquement par rapport au commerce équitable), est assez novatrice et conteste sur certains points les approches classiques d'études d'impact émanant spontanément des acteurs du Nord. En ce sens, elle nous paraît

extrêmement intéressante et source de questionnements, malgré deux bémols. Premièrement, la connaissance et la compréhension du commerce équitable parmi les producteurs sont souvent insuffisantes pour qu'ils puissent faire le lien entre cette filière et l'amélioration de leurs conditions de vie. Ce lien passe en effet par l'intermédiaire de l'organisation, si bien qu'isoler l'apport net du commerce équitable est une tâche ardue. Ensuite, ce type d'évaluations demande une préparation méthodologique et un temps qui dépassent souvent ce dont les évaluateurs disposent.

Un autre apport de Ronchi réside dans l'importance accordée à la distinction des différents acteurs dans l'étude des impacts. Dans toutes ses études, particulièrement celle de CooCafé (2000), chacun des effets est étudié distinctement en fonction du niveau d'analyse : coopérative « *coupole* » (de « second niveau »), coopératives de base (de « premier niveau ») et (familles de) producteurs. Cette mise en exergue des différents acteurs et de leurs relations mutuelles nous paraît indispensable pour tracer les « cheminements » des impacts et figure déjà parmi nos objectifs.

L'étude d'Artisans du Monde (2004) souligne également la nécessité de distinguer les différents acteurs au Sud. « *Au Nord, le discours véhiculé sur les producteurs, peut transmettre une image simplifiée voir simpliste des producteurs : une tendance à l'uniformisation, à la généralisation qui enferme [les acteurs] en une seule et même catégorie, celle des « petits producteurs défavorisés », ce qui révèle une certaine méconnaissance des producteurs, de la variété de leurs contextes socio-économiques, de la diversité de leurs statuts, de leurs formations et de leur place dans la société* » (p.7).

Enfin, il est frappant de constater l'ambition de la plupart des études par rapport au commerce équitable. Premièrement, les attentes par rapport à celui-ci paraissent énormes, et ensuite le potentiel de changement attribué exclusivement à cette filière semble largement sur-évalué. En effet, les objectifs de plusieurs études visent à vérifier dans quelle mesure le commerce équitable transforme la vie des producteurs, améliore radicalement leurs conditions de vie, voire amène un changement social ou une dynamique de développement à échelle régionale ou même nationale. Outre l'ambition par rapport aux impacts du commerce équitable, c'est la volonté d'attribution à cette seule source de soutien qui biaise l'analyse et qui suscite quelque désillusion dans les conclusions des études. Ainsi, l'étude d'Artisans du Monde (2004) s'étonne en constatant que le commerce équitable n'a pas contribué à un changement social, alors que l'OCE l'avait « *pourtant inscrit dans ses critères* », d'où la conclusion quant à l'inadéquation des attentes et « *l'illusion sur la capacité de la seule relation commerciale –fut-elle équitable- à être facteur de changement* ».

C) Dimensions et limites

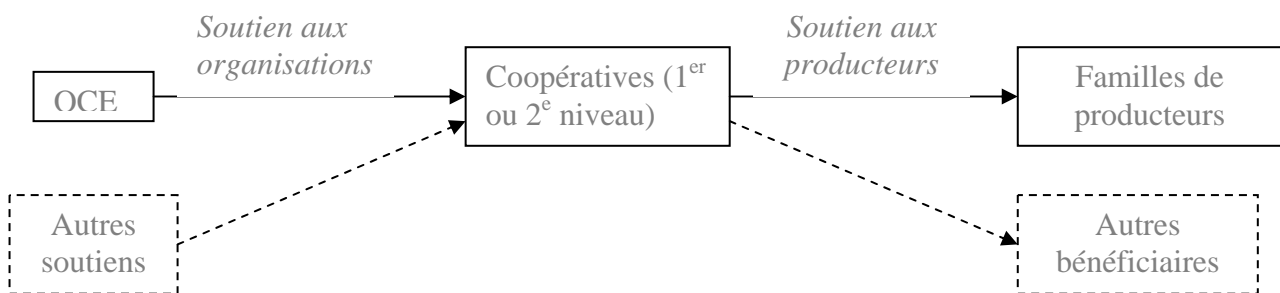
Impacts quantifiables et non-quantifiables

Bien que la plupart des études combinent évidemment les dimensions quantifiables et non-quantifiables des partenariats équitables, certains auteurs observent une focalisation sur la question du prix équitable. Il s'agirait de l'élément principalement mis en évidence et le plus visible pour le consommateur, car lié à l'idée intuitive que « *nous payons plus, donc ils reçoivent plus* » (Ronchi 2002 et 2003). Or, la focalisation sur le prix conduirait à une idée fort restreinte du commerce équitable, car, même si la dimension du revenu est très importante et la plus évidente pour le grand public, il ne faudrait pas négliger tous les autres aspects (organisationnels, de formation, de développement etc.), qui sont tout aussi importants du point de vue du producteur.

Impacts directs et indirects

A côté de certains effets « directs » sur les producteurs (prix, formations etc.), qui sont appelés à être évalués de manière rigoureuse, beaucoup d'auteurs insistent sur le soutien aux organisations de producteurs, qui constituent des vecteurs essentiels de développement. Ainsi, Ronchi (2002) distingue les impacts « directs » sur les producteurs et « indirects » via les structures coopératives, qui ont à leur tour des effets bénéfiques sur les producteurs mais également sur d'autres coopératives, acteurs institutionnels ou autres groupes non-membres. A plusieurs points de vue, le commerce équitable semble en effet avoir un impact positif indirect sur les groupes non-membres à travers les projets de développement et de formation dépassant le cadre commercial (entre autres financés à travers le fonds fair trade). Ce constat, que Ronchi (2000) appelle le « *ratcheting effect* », s'applique par exemple aux ouvriers des producteurs à travers la garantie d'un salaire minimum, ou à l'ensemble de la communauté dans le cas de projets d'infrastructures ou de protection de l'environnement (« biens non-excludables »). Plus largement, les pratiques coopératives équitables peuvent servir d'exemple dans un contexte régional et influencer (à la hausse) les conditions de l'échange ou de travail dans d'autres organisations qui n'ont aucun lien avec le commerce équitable.

Pour schématiser ces « cheminements » d'impacts (Ronchi (2002) parle des « avenues ») qui nous paraissent essentiels, nous avons repris et adapté le schéma proposé par cet auteur :



Ce schéma s'appliquerait à tous les effets, si bien que nous pouvons estimer que tous les impacts sont « indirects », dans le sens où ils transitent tous par l'organisation avant d'atteindre les producteurs. Ainsi, le bon prix payé à l'organisation est répercuté au producteur selon la décision et les mécanismes de cette organisation : la proportion du prix allant au producteur n'est jamais la même d'une coopérative à l'autre. De même, le préfinancement offert à l'organisation lui confère une plus grande stabilité et marge de manœuvre financière, ce qui lui permet à son tour de donner des paiements anticipatifs ou des crédits aux membres. Dans aucun cas, le commerce équitable ne paie ou ne pré-finance directement les producteurs individuels.

C'est pourquoi il est plus correct de parler d'effets « directement ou indirectement attribuables » au commerce équitable, ce qui réfère à la traçabilité de l'impact. Les deux exemples cités sont souvent directement attribuables (pas dans les cas où la coopérative a d'autres sources importantes de prix ou de crédit), tandis que d'autres ne le sont qu'indirectement : on émet l'hypothèse que le meilleur prix entraîne un renforcement institutionnel ou le développement des services aux membres, mais cette relation ne peut être établie directement et systématiquement car le « cheminement » de l'impact est bien plus complexe.

Limites

Le discours sur le cheminement indirect n'a pas pour but de minimiser l'impact effectif du commerce équitable, mais de souligner combien il est important que celui-ci soutienne et s'insère dans des dynamiques de solidarité locales déjà mises en place. Ceci complique évidemment

fortement la tâche consistant à isoler l'effet « net » du commerce équitable, voire la rend impossible, car les mécanismes équitables sont enchevêtrés de manière complémentaire aux principes coopératifs et aux projets collectifs locaux. C'est ce que la plupart des auteurs identifient comme le « *problème d'attribution* » (Lake et Howe 1998, Hopkins 2000, Ronchi 2002...): parmi les changements positifs observés, qu'est-ce qui est (directement ou indirectement) attribuable au commerce équitable, et qu'est-ce qui ne l'est pas ?

Afin de surmonter cette difficulté et d'essayer de cerner le « différentiel d'impact » spécifique au commerce équitable, une piste est de procéder à des approches comparatives, dont deux applications sont possibles. Premièrement, la comparaison de la situation actuelle de la coopérative par rapport à celle observée avant la collaboration avec le commerce équitable (« *comparaison réflexive* », Paul 2002a). Cette méthode est intéressante à condition que des données fiables et complètes soient disponibles auprès de la coopérative étudiée, ce qui est rarement le cas quand on remonte dans le temps. Même en cas d'archives fiables, le problème d'attribution demeure important, car il sera très difficile de distinguer le commerce équitable des autres facteurs ayant influencé l'évolution de la coopérative (Paul 2002a).

Deuxièmement, la comparaison entre la situation de la coopérative étudiée avec celle d'une ou plusieurs coopératives ou entreprises ne bénéficiant pas du commerce équitable (« *matching assortment* », Paul 2002). Pour ce faire, il faut pouvoir trouver des groupes de comparaison qui acceptent de livrer des informations sur leur fonctionnement. De plus, il s'agira d'identifier les autres facteurs qui expliquent les différences observées. Ceci est d'autant plus important s'il s'agit d'une comparaison entre une coopérative et une société anonyme, car de nombreuses différences seront sans doute dues à la différence de statut. Cependant, nous verrons par la suite que la situation de la coopérative dépend de nombreux facteurs qui ne se limitent certainement pas aux conditions commerciales.

En conclusion, malgré ces deux méthodes, le problème d'attribution reste important. Est-il possible, finalement, de discerner clairement ce qui est attribuable au commerce équitable ou pas ? N'est-il pas plus constructif et plus correct scientifiquement d'identifier les changements positifs et négatifs concrets pour les producteurs, de reconnaître la diversité des sources de ces changements et d'étudier la contribution du commerce équitable comme l'une de ces sources ?

Enfin, une autre limite consiste dans la variété et l'hétérogénéité des partenariats équitables. En conséquence, dans les études de terrain relatives au commerce équitable, « *toute catégorisation ou généralisation est susceptible d'être contestée* » (Bayley et al., 2000 p. 3). Il y a sans doute autant d'applications du commerce équitable que de partenariats, ce pourquoi il est important de replacer des études de terrain présentées dans la littérature ainsi que dans ce travail dans leurs contextes respectifs. Il apparaît déjà que ces applications seront influencées par différents facteurs.

D) Méthodologies adoptées

Les études d'impact sont le plus souvent ciblées sur une coopérative (Villaseñor 2000, Ronchi 2002...) ou une région spécifique (par exemple le Costa Rica, dans Ronchi, 2000, ou la Bolivie pour Charlier Yopez del Castillo et Andia 1998 et 2000). De manière plus exceptionnelle, de vastes études sont menées dans différents continents, auprès de plusieurs partenaires d'une même organisation du Nord (Artisans du Monde 2004 : 16 partenaires dans 9 pays, Lake & Howe 1998 : 9 partenaires dans 4 pays). La plus grande étude est sans doute celle coordonnée par Raul Hopkins (2000) pour le compte d'Oxfam Fair Trade : 18 partenaires dans 10 pays (3 continents) ont été étudiés sur une période de 3 à 5 semaines. Certaines études ont comme but explicite de comparer un partenariat de commerce équitable avec la filière conventionnelle (Nelson et Galvez 2000). Enfin, une nouvelle

évolution, en ce qui concerne le « monitoring », consiste à étudier l'ensemble de la filière, en invitant le producteur et l'organisation importatrice à effectuer une évaluation permanente de leur partenariat (Ronchi 2003).

Les méthodologies utilisées varient fortement en fonction des producteurs étudiés (à cause des différences dans l'information qu'ils ont à leur disposition), ainsi que des objectifs poursuivis. En effet, les études d'impact « classiques » (Hopkins 2000 par exemple) développent une approche « top-down » essentiellement centrée sur la question du revenu, tandis que les études plus novatrices (prenons à nouveau l'exemple de Ronchi 2003) font appel essentiellement aux producteurs pour définir et évaluer leurs retombées. Ceci se vérifie également pour les études centrées sur les questions de genre (Charlier, Yopez del Castillo et Andia 1998 et 2000). Ces études seront surtout basées sur des entretiens et des exercices d'évaluation de groupe, et dans une moindre mesure sur l'étude de documents organisationnels ou financiers (sans toutefois les négliger).

Enfin, un apport intéressant au niveau de la réflexion méthodologique consiste dans le travail réalisé par Elisabeth Paul (2002a). Cette étude a tout d'abord le mérite de prendre du recul par rapport à l'évaluation de l'impact, à travers les notions de « projet » de développement et d'« évaluation » entre autres. Plutôt que de se lancer directement dans des propositions méthodologiques, Paul présente un aperçu des différentes méthodes d'évaluation d'impact, particulièrement celles utilisées dans la coopération au développement. L'étude poussée des différentes méthodes et techniques, lui permet ensuite de sélectionner celles qui sont pertinentes pour l'évaluation du commerce équitable, et dans quelles limites il faut les manier.

Cette réflexion débouche sur une proposition de « méthodologie intégrée d'évaluation du commerce équitable » destinée à être testée sur le terrain (Tanzanie, Ghana, Nicaragua, Costa Rica, Inde...). Ces études de terrain montrent les limites de cette méthodologie, jugée lourde et inapplicable sur certains points. Malgré cela, cet outil précis et rigoureux peut être intéressant, car il propose une structure, une série de techniques et même des questions qui permettent de mieux orienter la recherche. De plus, ce travail méthodologique « sur la forme » est fort complémentaire par rapport aux études « sur le fond », qui présentent rapidement les observations et les théories sans vraiment s'attarder sur la méthodologie utilisée.

2. Hypothèses propres

A) Formulation des hypothèses

L'hypothèse selon laquelle la plupart des retombées positives pour les producteurs proviennent surtout des mécanismes coopératifs de leur organisation, est de plus en plus soulignée dans la littérature et constitue le point de départ de nos hypothèses. En soutenant ces coopératives dans toutes leurs actions de développement économique et social, le commerce équitable aurait un effet indirect très important, au même titre (mais peut-être pas dans la même mesure) que les autres sources de soutien des organisations (ONG de développement, Etat ou simplement acteurs du commerce classique).

Les impacts passent donc premièrement par un soutien important aux coopératives, ce que Ronchi (2002) traduit ainsi : « *la mesure dans laquelle le commerce équitable a un impact sur les membres des coopératives à travers les services dont ces membres bénéficient dépend directement de la mesure dans laquelle le commerce équitable soutient la survie et le fonctionnement efficace de l'organisation coopérative* » (p.30). En second lieu, le prolongement de ce soutien jusqu'aux

producteurs dépend de la manière dont la coopérative redistribue les effets positifs aux producteurs. C'est ce que soulignent également Bayley et al. (2000) : « *la mesure dans laquelle des paysans individuels ont bénéficié du commerce équitable dépend de l'efficacité des coopératives [...] et de la manière dont celles-ci répercutent les bénéfices à leurs membres* » (p. 29).

On peut dire en quelque sorte que c'est la coopérative qui constitue le principal projet de développement, le vecteur de développement économique, social et environnemental, plus que le commerce équitable. Le rôle de celui-ci est de soutenir et de pérenniser une initiative de développement endogène consistant à la mise sur pied d'une organisation autonome. L'organisation n'a (sauf exceptions) pas été créée pour le commerce équitable, elle existe généralement depuis plus longtemps et il est probable qu'elle continuera à subsister dans un éventuel « après-commerce équitable », ce qui rejoint la question de la dépendance sur laquelle nous ne manquerons pas de revenir. Une fois le partenariat équitable entamé, la gestion de la coopérative et la définition de ses stratégies sont entièrement entre les mains des coopérateurs. En conséquence, l'analyse des impacts équitables doit aussi être ciblée sur l'organisation et pas uniquement sur les producteurs.

Voici à présent les hypothèses que nous pouvons poser à ce stade du travail :

1. Le commerce équitable a un impact globalement positif sur les organisations de producteurs du Sud.

Le commerce équitable est particulièrement pertinent dans la mesure où il renforce des organisations de producteurs à différents niveaux.

2. Ces organisations répercutent ensuite le soutien équitable, de même que d'autres sources de soutien, aux membres, selon les mécanismes qui leur sont propres.

Les organisations renforcées pourront alors mieux assumer leur rôle et améliorer les initiatives en faveur des producteurs et d'autres acteurs dans ces mêmes domaines.

3. Le commerce équitable comporte également des pièges qui peuvent déboucher sur des effets négatifs.

A travers son intervention directe ou indirecte, le commerce équitable peut engendrer une série de problèmes susceptibles d'affecter l'organisation ou les producteurs.

4. Les impacts (positifs ou négatifs) sont fortement conditionnés par différents facteurs, qui peuvent les influencer de différentes manières. Ces facteurs sont à imputer autant à l'organisation de producteurs, qu'aux organisations d'importation et de certification équitables.

Les bénéfices du commerce équitable ne sont jamais distribués de la même manière d'une organisation à l'autre. Plusieurs facteurs organisationnels peuvent donc influencer sur cette redistribution. Les acteurs du commerce équitable organisent différemment la répartition de leur soutien, le suivi et le contrôle, ce qui peut également affecter les impacts.

B) Cheminements des impacts

D'un côté, nous avons différents « outils » spécifiques (mais pas spécialement exclusifs) au commerce équitable, que nous avons identifiés en répondant à la question suivante : à travers quels mécanismes le commerce équitable est-il supposé agir positivement sur les producteurs ? De l'autre, nous voyons différents « domaines d'impact » commentés dans la littérature ou observés sur le terrain, dont nous faisons l'hypothèse qu'ils sont, totalement ou partiellement, directement ou indirectement, attribuables au commerce équitable. La question est donc de savoir quel est le lien entre ces outils et ces domaines d'impacts, quel cheminement ces mécanismes parcourent pour affecter favorablement ou négativement les producteurs.

Les parties précédentes nous ont déjà donné une piste importante pour appréhender ce cheminement : nous voulons étudier d'abord les effets du commerce équitable sur les organisations, puis la façon dont les organisations répercutent ces impacts sur les producteurs. Chercher une relation directe entre de meilleures conditions de vie pour les producteurs et le soutien du commerce équitable serait selon nous peu pertinent, d'autant plus que les producteurs individuels n'ont en général aucune connaissance du commerce équitable. Comme nous l'avons vu, il faut également être très attentif aux autres sources de soutien qui sont rarement négligeables : ONG, structures de représentation, Etat, clients de la filière conventionnelle...

Nous avons imaginé, au début de ce travail, de classifier les différents effets en fonction de leur nature directe ou indirecte et surtout quantifiable ou inquantifiable. Nous nous sommes vite rendus compte que c'était impossible et que le risque de réduction de la réalité lié à ces dichotomies était trop important. En effet, la plupart des impacts combinent les différentes dimensions. Dans le cas de l'accès au crédit par exemple, le tableau suivant illustre combien les effets revêtent souvent de multiples facettes. Néanmoins, nous classerons les domaines d'impact en deux grands chapitres, dont l'un comporte une proportion quantifiable plus importante, tandis que l'autre touche essentiellement à des domaines inquantifiables.

	<i>Directement attribuable</i>	<i>Indirectement attribuable</i>
<i>Quantifiable</i>	Préfinancement	Capitalisation, garanties matérielles...
<i>Inquantifiable</i>	Mise en relation, garanties commerciales...	Confiance dans l'avenir, désir d'investir dans l'organisation

Les outils du commerce équitable

A la suite de la présentation des objectifs du commerce équitable, présentons et distinguons tout d'abord les différentes caractéristiques inhérentes aux partenariats équitables qui sont susceptibles, à nos yeux, d'avoir un impact sur les organisations de producteurs. Paul (2000) identifie trois « outils », à savoir le prix, la prime et le préfinancement. Bien que ces éléments soient fondamentaux, il serait selon nous incomplet de se limiter à ces outils financiers et tangibles. Il ne faudrait pas oublier des caractéristiques moins tangibles mais tout aussi importantes pour l'organisation. En plus de ces trois éléments, Chauveau et Eberhart (2002) insistent également sur la relation directe (contournement des intermédiaires) et à long terme (stabilité des prix et des

quantités). Tels sont également les éléments relevés par Nelson et Galvez (2000) ainsi que par Wells (1998), cité dans leur ouvrage. En plus de ces cinq outils, nous pensons que les différents critères aux niveaux organisationnel et environnemental, peuvent aussi avoir une influence importante. Ces critères ont été présentés dans le premier chapitre. Enfin, les exigences en ce qui concerne la qualité ne sont peut-être pas l'exclusivité de la filière équitable, mais n'en demeurent pas moins essentielles dans un contexte de concurrence nationale et internationale accrue.

Les impacts au niveau organisationnel

Les différents « domaines d'impact » au niveau organisationnel sont directement liés au commerce équitable, même si d'autres sources d'appui peuvent également y contribuer (ONG, organisations matrices,...). Par exemple, le prix a un effet direct sur les revenus de l'organisation ; le préfinancement améliore directement la santé financière ; ou encore, la stabilité des prix et des quantités permet à l'organisation de mieux planifier ses recettes futures. Par contre, les exigences de qualité ou en matière d'environnement du commerce équitable ne sont qu'une des sources de promotion dans ces domaines, car souvent les ONG et structures d'appui locales ou internationales ont également un rôle clé à ce niveau.

Les impacts au niveau du producteur

Comme nous l'avons déjà souligné, le bénéfice pour le producteur dépend fortement de la mesure dans laquelle l'organisation le lui redistribue. Ainsi, même si un meilleur prix de vente engendre normalement un meilleur prix d'achat au producteur, c'est l'organisation qui définit ce dernier prix. Autrement dit, l'impact du prix est directement attribuable au commerce équitable, mais il est indirect dans le sens où il transite à travers la structure coopérative. De même, les avantages et exigences au niveau organisationnel seront relayés de différentes manières au producteur.

Plutôt que d'analyser séparément les effets au niveau de l'organisation et du producteur, il est plus intéressant pour « tracer le cheminement » de réunir, pour chaque domaine d'impact au niveau général, les implications pour l'organisation et pour les producteurs. C'est pourquoi nous établirons dans les prochains points une liste de ces grandes zones d'impact, qui comportent plusieurs sous-effets, ce qui facilitera la classification et permettra de regrouper du point de vue théorique des impacts qui peuvent paraître totalement distincts sur le terrain. Ces catégories sont brièvement introduites ci-dessous, avant de les reprendre de manière plus détaillée dans le prochain chapitre.

C) Schématisation des impacts positifs

Afin de développer les trois premières hypothèses, une première étape, délicate, consiste à présenter une classification personnelle des différents effets appréhendés. Comme tout exercice de structuration de réalités complexes, non-attribuable et en partie non-quantifiables, la classification des impacts du commerce équitable est un exercice périlleux. Aussi, nous nous devons d'abandonner toute prétention à l'universalité, car l'exercice impose de « mettre en boîte » des réalités très diverses qui ne peuvent se résumer dans un tableau ou un schéma. Néanmoins, la classification est utile par souci de présentation et de visualisation, à condition de garder à l'esprit qu'il s'agit d'une simplification et d'une réduction d'une réalité bien plus riche, dont nous essayerons de rendre compte dans le détail de ces catégories. Il est important de signaler que celles-ci ne sont pas exhaustives, qu'elles pourraient être identifiées avec d'autres titres et regroupées différemment. Le but n'est pas de proposer une théorie, mais de faire une tentative de schématisation pour mieux comprendre cette réalité complexe.



Impacts au niveau économique

1. Revenu : il s'agit de la catégorie la plus aisément identifiable. Le revenu est directement lié au prix équitable, mais également au volume de production. En outre, la coopérative peut avoir une influence sur les prix au niveau régional.

2. Stabilité et planification : la stabilité des prix et des quantités du commerce équitable peut permettre à l'organisation et aux producteurs de mieux planifier l'avenir.

3. Santé financière : il s'agit de la viabilité et de la marge de manœuvre financière de l'organisation, ainsi que de l'utilisation des ressources pour investir dans l'organisation :

1. **Capitalisation** : la mesure dans laquelle l'organisation profite du soutien équitable pour se renforcer financièrement
2. **Crédit** : l'accès au crédit et au préfinancement et la répercussion de cet accès aux membres
3. **Investissement** : à travers la capitalisation et le crédit, la possibilité d'investir dans des infrastructures communes
4. **Viabilité** : enfin, dans un contexte difficile pour le secteur coopératif, la survie et la viabilité financière constituent des éléments cruciaux.

➤ Impacts aux niveaux social et environnemental

1. Capital organisationnel et humain : cette grande catégorie regroupe tout ce qui touche à la maturité de l'organisation et de ses membres.

1. **Institutionnalisation** : la maturité de la structure organisationnelle et des mécanismes coopératifs, l'équilibre entre démocratie et stabilité organisationnelle
2. **Emploi** : le volume et la qualité de l'emploi généré par l'organisation mais aussi par ses membres
3. **Formation** : l'intensité de la formation des cadres mais aussi des bases
4. « **Contrôle social** » : ce terme désigne non seulement l'intensité de la participation et l'adhésion des membres, mais aussi leur pouvoir de décision et la qualité de leur contrôle, qui dépend entre autres du niveau de formation
5. **Autonomie, confiance, estime** : forts liés aux points précédents et souvent cités dans la littérature, l'autonomie et la confiance en soi de l'organisation et de ses membres sont difficilement tangibles mais peuvent refléter la santé de l'organisation
6. **Genre** : il s'agit de la même question de participation et de pouvoir de décision, mais au niveau des femmes, qui jouent souvent un rôle clé dans la production
7. **Santé** : les initiatives en vue de l'amélioration de la santé et de l'hygiène

2. Fonds fair trade : nous étudierons les montants et l'utilisation du fonds constitué à partir de la prime payée dans le cadre du partenariat équitable et destiné à des « projets » collectifs.

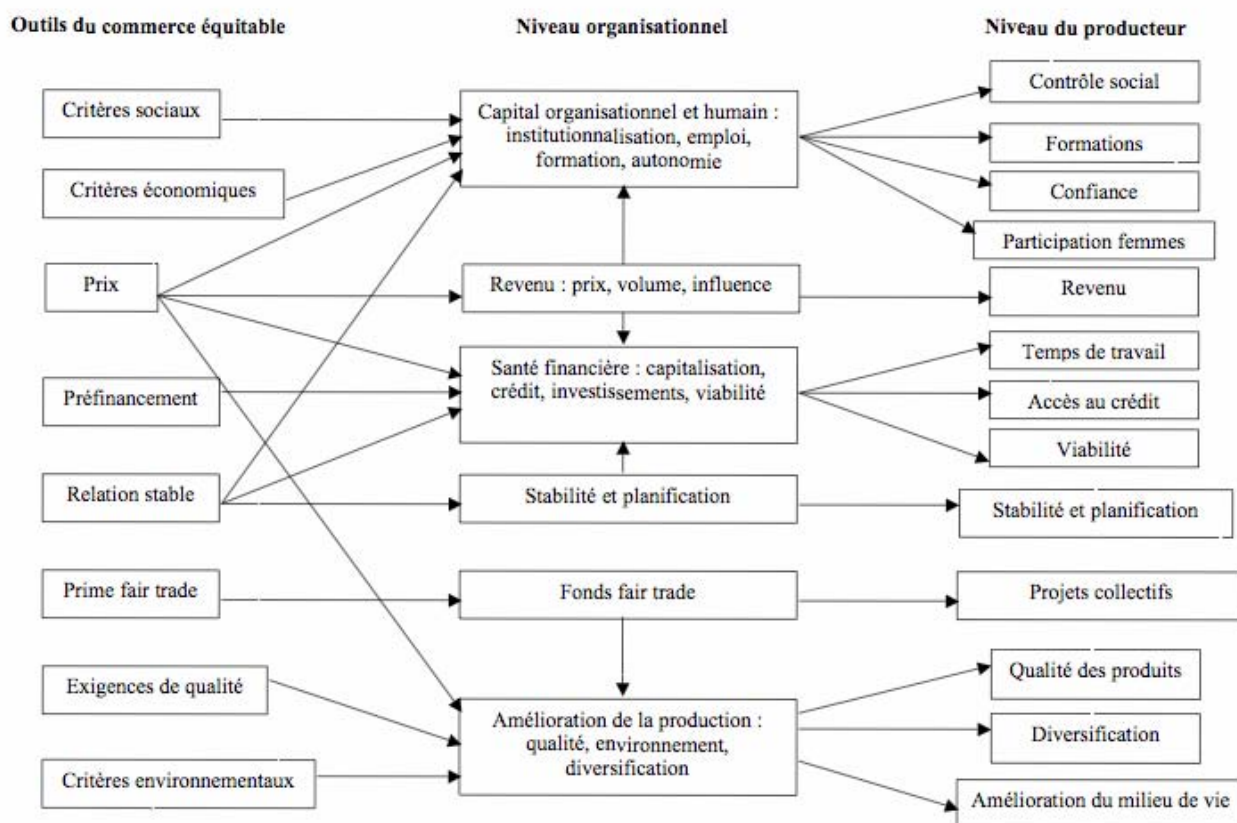
3. Production et environnement : ce dernier point ne concerne pas uniquement l'amélioration de la qualité des produits, mais aussi du respect de l'environnement et des stratégies de diversification de la production.

Ci-après, nous présentons des tableaux récapitulatifs des impacts proposés et des indicateurs à même de les appréhender, ainsi qu'un schéma retraçant le cheminement de ces effets depuis les outils de soutien du commerce équitable jusqu'aux producteurs, en passant bien entendu par l'organisation. Nous attirons à nouveau l'attention sur le fait que cette classification n'a la prétention ni d'être exhaustive, ni de refléter fidèlement la réalité.

Domaines d'impact positif	Sous-impacts	Indicateurs¹
<i>Au niveau économique</i>		
(1) Revenu	Meilleurs prix	Evolution prix
	Influence sur les prix	Adaptation des prix régionaux
	Augmentation volumes	Evolution volumes
(2) Planification	Stabilité prix et quantités à long terme	Evolution des prix et des quantités, durées de partenariat
(3) Santé financière	Capitalisation	Répartition du bénéfice, apports des membres
	Crédit	Accès, conditions, capacité de remboursement...
	Viabilité	Comparaison viabilité avec d'autres organisations
	Investissements	Volume des investissements, qualité des infrastructures
<i>Aux niveaux social et productif</i>		
(1) Capital organisationnel et humain	Institutionnalisation	Pertinence organigramme, démocratie, stabilité organisationnelle, mécanismes coopératifs
	Emploi	Volume, salaires, conditions de travail
	Formation	Quantité et qualité des formations, accessibilité
	Autonomie, confiance, estime de soi	Dynamique commerciale, pouvoir de négociation, aversion au risque...
	Contrôle social	Participation, adhésion, exigences des membres
	Genre	Participation et pouvoir de décision des femmes
	Santé	Accès aux soins, existence d'une assurance, initiatives de sensibilisation
(2) Fonds fair trade	Fonds fair trade	Volume et utilisation du fonds
(3) Production	Amélioration de la qualité	Indices de qualité et évolution
	Respect de l'environnement	Importance du programme biologique, initiatives de respect de l'environnement
	Diversification	Situation actuelle et stratégies futures

¹ Il s'agit des indicateurs permettant en théorie d'appréhender les zones d'impact respectives. Dans la présentation de la méthodologie et des études de cas, nous verrons que seule une partie de ces indicateurs ont pu être observés et utilisés dans l'étude, entre autres à cause de la difficulté d'obtenir des données chiffrées fiables.

Cheminement des impacts positifs



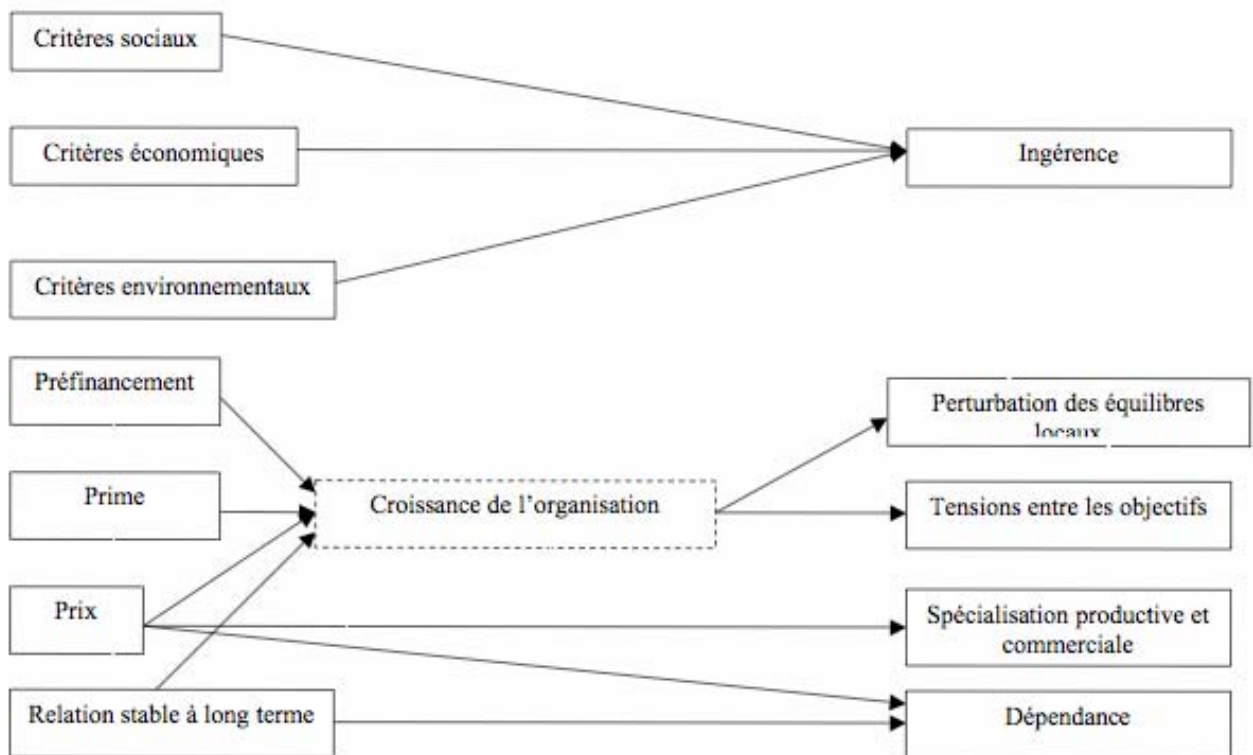
D) Schématisation des impacts potentiellement négatifs

Comme toute initiative, le commerce équitable connaît également des faiblesses. Seule une analyse basée sur les apports comme sur les limites peut prétendre à l'objectivité. Les faiblesses du commerce équitable sont très peu abordées dans la littérature. C'est pourquoi les éléments présentés ici ont encore moins d'assise théorique que les effets positifs.

1. **Dépendance** : si certains partenaires dépendent majoritairement du commerce équitable pour écouler leurs produits, cela peut les empêcher de rechercher d'autres pistes de commercialisation propres, et être ainsi contraire à l'objectif d'accroissement de leur autonomie.
2. **Spécialisation de la production et de la commercialisation** : l'intérêt du commerce équitable pour un produit particulier pourrait pousser une coopérative du Sud à ne plus se centrer que sur ce produit-là, au dépens d'autres produits qui garantissent une diversification de la production, ou même qui permettent l'auto-subsistance. Dans ce contexte-là, tout miser sur l'exportation ou sur un produit particulier serait suicidaire car cela compromettrait la sécurité alimentaire. Il s'agit-là d'un problème dont les acteurs du commerce équitable sont bien conscients, et ceux-ci encouragent fortement la diversification de la production.

3. **Ingérence** : comme pour tout partenariat de développement, il y a un danger d'influence abusive ou même d'ingérence de l'organisation du Nord. En effet, à travers la définition et l'application des critères de partenariat, les exigences des organisations du Nord peuvent poser problème si elles sont imposées et si elles ne tiennent pas compte des réalités des acteurs locaux.
4. **Perturbation des équilibres locaux** : en favorisant un groupe particulier de producteurs, d'autres groupes qui ne bénéficient pas de ce soutien pourraient en résulter affaiblis économiquement. De plus, les frustrations ou la jalousie éventuellement développées par ces producteurs lésés pourraient perturber les équilibres sociaux au niveau régional.
5. **Tensions entre les objectifs économiques et sociaux** : comme toutes les organisations poursuivant à la fois des finalités économiques et sociales, les partenaires, tout comme les importateurs, doivent en permanence gérer l'articulation entre ces objectifs. En conséquence, la croissance stimulée par le partenariat équitable peut aviver cette tension, en l'occurrence privilégier le développement économique par rapport à la mission sociale de l'organisation.

Cheminement des impacts potentiellement négatifs



E) Schématisation des acteurs

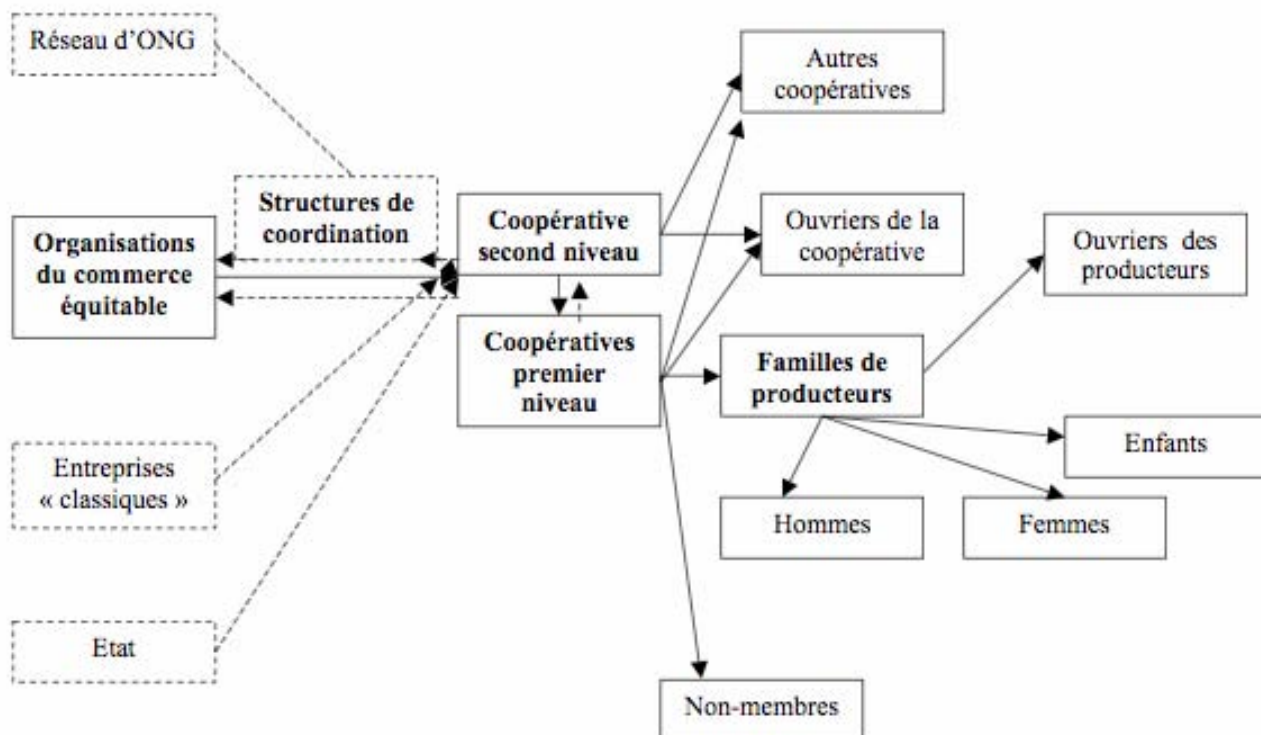
Nous avons déjà distingué le niveau des organisations et celui des producteurs. Bien sûr, la réalité est bien plus complexe et inclut un nombre important d'acteurs, dont nous allons tenter de schématiser les relations.

Acteurs « en amont » :

- les ONG
- les entreprises classiques
- l'Etat
- les organisations du commerce équitable (OCE)

Acteurs « bénéficiaires » :

- les familles de producteurs et les producteurs individuels
- au sein des familles : les hommes, les femmes (approche genre) et les enfants
- (éventuellement) les ouvriers travaillant pour les producteurs propriétaires
- (éventuellement) les ouvriers de la coopérative
- les coopératives villageoises de premier niveau
- les coopératives de second niveau : les structures communales ou régionales qui fédèrent des coopératives de premier niveau
- les structures de coordination des coopératives et organisations paysannes
- les coopératives voisines
- les producteurs ou autres groupes non-membres, qui ne font pas partie formellement de la coopérative, mais qui bénéficient de certains effets de celle-ci



3. Etude de terrain et méthodologie

Maintenant que les hypothèses sont posées, il reste à voir comment celles-ci pourront être mises à l'épreuve de la manière la plus pertinente possible. Nous reviendrons d'abord sur l'utilité mais également les limites de recourir à des études de cas. Ensuite, nous expliciterons le choix des organisations et nous présenterons chacune de celles-ci. Enfin, nous présenterons brièvement la démarche suivie pour appréhender les impacts sur le terrain.

A) Apports et limites d'une étude de terrain

Le commerce équitable et le développement ayant trait avant tout à des expériences vécues sur le terrain, il est utile d'aller observer ce terrain pour avoir une meilleure compréhension des processus qui s'y déroulent. Cependant, il n'est pas possible d'analyser l'impact général du commerce équitable à travers une seule étude de terrain. L'exemple étudié ne permettra même pas de tirer quelques conclusions qui pourraient être généralisées à d'autres partenariats équitables. Ce refus de quelconque prétention à la généralisation provient de l'extrême diversité des situations que connaissent les différents partenariats au sein du commerce équitable. Comme nous l'avons déjà souligné, chaque partenariat est unique de par toute une série de facteurs qui le construisent en permanence, comme l'histoire et les spécificités des producteurs du Sud tout comme celles des importateurs du Nord, les relations humaines développées au fil du temps, les expériences et les difficultés rencontrées etc.

Par rapport à chacune des hypothèses avancées, nous pourrions illustrer les propositions théoriques, construites sur base de l'étude de la littérature, à travers la situation des différentes coopératives. Notre analyse ne permettra donc pas de confirmer ou d'infirmer les différentes hypothèses de manière générale, mais bien par rapport à un contexte spécifique. De plus, cette étude a également pour ambition de dépasser le cadre du descriptif des retombées, et d'essayer de mettre en exergue les différents facteurs qui peuvent affecter l'efficacité du commerce équitable. Enfin, il nous semble que la multiplication des études d'impact, dans laquelle s'insère ce projet, est loin d'être inutile. En effet, chaque partenariat étant unique d'une part, et de l'autre, chaque processus d'évaluation étant différent, toutes ces observations pourront se compléter pour construire au fil des réflexions une meilleure compréhension de l'action du commerce équitable.

B) Choix et présentation des organisations

Au Nord

Au niveau du commerce équitable au Nord, nous avons travaillé avec l'organisation qui importe le café et le cacao en Belgique, à savoir Oxfam-Wereldwinkels (OWW). Il s'agit de l'OCE responsable de l'importation des produits alimentaires pour les magasins du monde belges. Depuis 2002, OWW est séparée en deux entités : l'une, coopérative, qui gère les activités commerciales, et l'autre, associative, qui prend en charge les initiatives de sensibilisation et de militance.

Oxfam-Wereldwinkels n'est pas la seule à travailler avec la Bolivie, d'autres OCE y sont présentes : GEPA, Claro, CTM, Equal Exchange... Pour l'importation du café et du cacao, OWW travaille actuellement avec Coraca Irupana et El Ceibo respectivement. Cependant, la volonté des responsables est de diversifier les partenaires, surtout au niveau du café. En plus des deux organisations citées, OWW travaille également avec Anapqui (quinoa) et Caic (noix).

Au Sud²

Le choix des deux partenaires « équitables » s'est fait assez spontanément, en fonction de leur situation géographique, de leur disponibilité et surtout de l'intérêt de l'OCE Oxfam-Wereldwinkels. Le cacao et surtout le café constituent des produits phares du commerce équitable, si bien que les comparaisons sont possibles avec d'autres études à propos de ces produits.

El Ceibo et Coraca Irupana sont des coopératives partenaires du commerce équitable depuis de nombreuses années, ce qui devrait permettre de mieux visualiser les effets à long terme. Elles ont chacune développé des infrastructures économiques et sociales importantes pour se positionner comme acteurs majeurs au niveau régional (et même national pour El Ceibo). Face à une croissance importante, il est intéressant d'analyser comment ces organisations orientent le soutien du commerce équitable et le répartissent entre le « pôle économique » et le « pôle social ».

L'organisation de référence choisie a priori pour avoir une base de comparaison pour les deux premières coopératives était Coraca Chulumani, implantée dans une zone centrale (d'où part la route pour Irupana). Il est cependant rapidement apparu que celle-ci connaissait de graves problèmes et qu'elle était proche de la disparition. L'entretien avec son président a révélé que la raison essentielle résidait dans la promotion de la coca par la coopérative, ce qui lui a attiré de nombreux problèmes de la part des autorités. Des dissensions internes ainsi que le manque de débouchés commerciaux pour le café n'ont certainement pas amélioré la situation, mais il serait incorrect de prétendre que c'est l'absence de soutien du commerce équitable qui a engendré les problèmes de Chulumani. Ce cas s'est donc révélé peu approprié pour notre étude.

Le choix des groupes de référence s'est alors porté sur Coraca Carrasco et Cencoop, qui sont fort différents l'un de l'autre et paraissent donc intéressants dans l'appréhension du rôle du commerce équitable (ou plutôt de l'absence de commerce équitable) dans le « développement » d'une coopérative. L'étude de ces organisations sera moins approfondie, car elle consistera essentiellement à relever des variables de comparaison pour l'appréhension des impacts. Toutefois, il sera intéressant d'analyser la santé des mécanismes coopératifs sans le soutien du commerce équitable et les perspectives économiques et sociales dans ce contexte.

Les quatre coopératives seront ici étudiées brièvement³. Le but de ces présentations est de servir d'assise à l'étude d'impact qui sera illustrée par la réalité concrète de ces quatre acteurs.

² Notre étude de terrain a été menée d'août à octobre 2004 (pour plus de détails sur le planning de l'étude, voir annexe).

³ Une présentation plus détaillée est proposée en annexe.

a) El Ceibo

La première organisation étudiée est la coopérative de cacao El Ceibo. Celle-ci regroupe 37 coopératives de premier niveau, soit près de 900 familles de paysans possédant généralement des terres très réduites. Les territoires cultivés sont fort dispersés dans la région tropicale de l'Alto Beni. Dès le départ, la coopérative a voulu éliminer les intermédiaires et contrôler l'ensemble de la chaîne du cacao. Ainsi, après avoir acquis de l'expérience dans la production des grains de cacao bruts, l'organisation a monté sa propre usine de collection et de séchage des grains à Sapecho, sur la route de La Paz, et ensuite son usine de production de chocolat et de produits à base de cacao à El Alto, à côté de La Paz. Le cacao est remis sous forme de pépites séchées, ce qui nécessite un certain travail pour les producteurs (extraction des pépites, fermentation, lavage et séchage). La superficie moyenne serait d'environ 3 ha (la superficie minimale pour s'affilier à la coopérative est de 2 ha).

Un système de rotation a été mis en place pour que les producteurs puissent participer tout à tour à la gestion de l'entreprise. Enfin, dès 1986, El Ceibo a commencé à exporter ses produits à travers le monde, et en 1987 elle s'est lancée dans la production de cacao biologique. A présent, El Ceibo est la seule entreprise de cacao de la région, et la principale du pays en termes de nombre de producteurs.

Systeme coopératif

Selon le vice-président du Conseil d'Administration, El Ceibo désire se profiler comme une entreprise à vocation sociale, à mi-chemin entre une coopérative « classique » et une entreprise. Pour ce faire, elle désire continuer à croître et acquérir de l'indépendance, tout en maintenant ses objectifs sociaux. Ainsi, les services offerts par la coopérative incluent, outre les principes coopératifs classiques (redistribution du bénéfice, auto-gestion et démocratie...) :

- l'appui technique et économique aux producteurs, via des conseils et une assistance technique régulière
- la fourniture gratuite de plantes de cacao préparées par la coopérative
- un programme important de formations grâce à un centre permanent
- une aide financière pour le matériel de séchage du cacao
- une assurance-santé pour chaque famille : les frais de santé sont payés par la coopérative jusqu'à un plafonds de 200 \$ par intervention
- la couverture des frais d'enterrement
- une aide à l'éducation via l'octroi de bourses (sélection)

La formation est incontestablement un des points forts de la coopérative. En effet, outre les modules de formations destinés aux membres et l'assistance technique sur le terrain, la coopérative est fort active dans la recherche et le développement durable. A travers le programme « PIAF »⁴, elle noue des partenariats avec des universités et avec des écoles secondaires techniques, dont les étudiants sont accueillis en stage à la coopérative. Le but de ces formations est de « conscientiser les étudiants à propos de la nécessité d'une agriculture écologique et durable ». En outre, El Ceibo

⁴ "Programa de Implementaciones Agroecológicas y Forestales".

accueil des formations à destination d'autres organisations dans le cadre des programmes écologiques de l'Aoepb.

La coopérative ne conçoit donc pas uniquement la formation comme un service aux membres, mais bien comme un outil d'éducation et de sensibilisation qui s'applique à l'ensemble de la région et du pays. Par exemple, face au constat de certains immigrés retournant à leur terre natale entre les récoltes de cacao, le PIAF a décidé d'investir dans le développement des autres cultures permettant d'obtenir des revenus entre novembre et mars (agrumes, bananes...) pour pouvoir mieux les enseigner aux producteurs en vue de remédier à ce problème.

El Ceibo constitue probablement une des expériences coopératives les plus réussies en Bolivie, mais ce cas n'est pas spécialement représentatif : le contraste est saisissant avec de nombreuses petites coopératives, par exemple dans le secteur du café, qui ne parviennent pas à investir dans leur organisation malgré le soutien du commerce équitable pour un bon nombre d'entre elles. La coopérative est donc souvent citée en exemple par les ONG locales et internationales (qui continuent à lui apporter beaucoup de soutien), ainsi que par les organisations matrices, même si elle ne fait plus partie du Cioec. Il est révélateur, à ce titre, que plusieurs membres d'El Ceibo occupent des postes importants dans ces structures, par exemple Fransisco Reynaga comme comptable de l'Aoepb ou Gualberto Condori, ancien président du Cioec et actuellement responsable du projet Forcafé gérée par l'ONG française Cicda.

Commerce équitable

El Ceibo compte parmi les plus anciens partenaires du fair trade. Dès la fin des années '80, des contacts ont été établis avec les OCE Claro (Suisse) et CTM (Italie), qui ont mis sur le marché le premier chocolat équitable en 1991. Le chocolat a également été distribué par Oxfam Wereldwinkels à cette période, mais à cause de problèmes de qualité, les ventes ont été interrompues pour ne reprendre qu'au cours de l'an 2000. A présent, les nombreux clients à l'exportation appartiennent à la filière équitable : Claro, GEPA, CTM-Altromercato, Alter Eco, Global Village, EZA, El Puente, Dritte Welt Partner... D'autres clients sont bio mais avec des « chartes équitables » (Rapunzel, Bernrain, Kit BV), la plupart des contrats étant néanmoins « sous conditions FLO ».

Sur le marché bolivien, les produits sont vendus via plusieurs magasins, dont ceux d'Aoepb et surtout ceux d'Irupana S.A. (à ne pas confondre avec Coraca Irupana). En outre, la coopérative possède trois magasins propres dans la capitale. Enfin, une partie du cacao est vendue à d'autres entreprises boliviennes de transformation.

Tandis que le cacao biologique est destiné surtout à l'exportation, sous forme de matière première (fèves) et de poudre, les produits transformés, fabriqués dans l'usine d'El Alto et essentiellement « conventionnels » (non-biologiques), sont écoulés sur le marché national. Comme nous pouvons le voir sur le tableau ci-dessous, le rapport entre l'exportation et le local tourne autour de 80-20% en volume, tandis qu'en valeur ce rapport se rapproche de 3 pour 1. Le meilleur pourcentage du local en valeur s'explique par le fait qu'il s'agit de produits transformés : il est clair qu'à élaboration égale, les marchés extérieurs offrent de bien meilleurs prix, surtout s'il s'agit d'un produit biologique qui ne peut pas être valorisé sur le marché national.

Ventes El Ceibo		National		Exportation		TOTAL		% Exp. Vol.	% Exp. Val.
01/03 - 28/02	Tonnes	US\$	Tonnes	US\$					
2002	85	352.162	335	1.141.396	420	1.493.558	79,76%	76,42%	
2003	90	405.000	360	1.086.000	450	1.491.000	80,00%	72,84%	
2004	100	451.604	400	1.325.000	500	1.776.604	80,00%	74,58%	

Source : Bilans et entretiens avec Bernardo Apaza et Simon Aduviri

b) Coraca Irupana

Coraca Irupana (ou « Coraca-Ri », « Corporacion Agropecuaria Campesina Regional Irupana ») est une coopérative de production de café établie dans la commune d'Irupana, province du Sud Yungas, à 120 km de La Paz. Elle rassemble 33 « Coracas communales » regroupées en 5 centrales, soit un total de plus de 600 familles de producteurs. Créée en 1984, elle a pour objectif, outre la production et la commercialisation du café, de promouvoir le développement durable dans la région, à travers entre autres l'agriculture biologique et la participation au commerce équitable. L'organisation désire destiner ses services à la population entière et pas uniquement aux membres, conformément à son rôle de poumon économique et social dans la région. En plus des activités économiques, Coraca Irupana est actif dans la défense de l'agriculture paysanne au niveau politique, en collaboration avec le syndicat.

Outre le commerce équitable, Coraca Irupana bénéficie du soutien de nombreuses ONG. Dès le départ, elle a été appuyée par l'ONG bolivienne Qhana. Quant aux ONG étrangères, il y en a plusieurs : Frères des Hommes, FOS, SOS Faim, Pan para el mundo... Des crédits sont également accordés par des organismes de finance alternative (tels « Oykocredit ») pour financer des projets spécifiques (dans le cas d'Oykocredit, la construction d'une station d'essence).

Depuis 2001, sous l'impulsion de « Frères des Hommes » (FDH), un partenariat a été noué entre les communes d'Irupana et d'Anderlecht. Celui-ci a pour objet de renforcer l'échange de connaissances entre les communes en matière d'épuration des eaux usées, de tri sélectif des déchets ménagers et de développement du tourisme ainsi que de mener une réflexion commune à propos du fonctionnement institutionnel des communes et de la démocratie participative (Commune d'Anderlecht 2004).

Au niveau de la collaboration avec la municipalité, celle-ci semble remarquable, ce qui lui vaut d'être citée en exemple dans le monde des organisations paysannes (Cioec 2001). Coraca Irupana a beaucoup investi dans ses relations avec la commune, et joue à présent un rôle moteur dans la mise sur pied d'une politique de développement durable, en rassemblant les différents acteurs au niveau communal (municipalité, producteurs, syndicats, ONG...).

Systeme coopératif

Très dynamiques et fiers du fonctionnement coopératif de la Coraca, les responsables rappellent l'importance de la force collective qui a permis de mettre sur pied une organisation d'envergure et de se débarrasser des intermédiaires. En effet, ceux-ci ne semblent plus très nombreux dans la région, certains affirmant que tous les intermédiaires ont fini par devenir membres de la coopérative. Lorsque les prix du marché ont chuté en 2003, des producteurs ont rejoint la coopérative en masse, attirés par les prix stables et élevés. A part quelques cas de traitement et de vente personnelle du café, le seul autre acheteur de café est l'entreprise Irupana.

D'après les entretiens, le service de « prebeneficio », c'est à dire le pelage, la fermentation, le lavage et le séchage du café par la coopérative est très apprécié par les producteurs. Les autres avantages de la coopérative incluent, de manière quasi-exhaustive : l'achat intégral au producteur, le paiement anticipatif si le producteur le désire, les autres crédits disponibles, les initiatives de formation, les nombreux projets de développement connexes, les nouveaux plants de café disponibles gratuitement, l'assistance technique, l'aspergeage gratuit des arbres en cas d'attaques d'insectes, la « prime » pour le café biologique, sans oublier la redistribution du bénéfice.

Commerce équitable

Le partenariat avec Oxfam-Wereldwinkels a débuté en 1992, sous l'impulsion de FDH. Les quantités vendues au commerce équitable ont augmenté presque chaque année, pour atteindre 8 containers en 2003, dont 6 à OWW et 2 à l'entreprise belge Rucquoy frères, avec qui Coraca est rentrée en contact via l'OCE. Le reste de la production est destiné au marché local, qui ne reconnaît aucune plus-value biologique ou solidaire. Les prix y sont donc bien plus faibles, d'autant plus qu'il s'agit de la qualité la plus basse (« descartes », les « écarts »). Ainsi, les prix (de 10 à 40 dollars le quintal⁵) n'ont rien à voir avec ceux offerts par le commerce équitable, mais ils procurent néanmoins un revenu non négligeable.

Sauf exceptions, la répartition entre le café à l'exportation et celui vendu sur le marché national est fixe : elle est tout simplement liée à la qualité. En effet, de manière générale, 69% de la quantité produite est exportable, tandis que 31% n'a pas la qualité requise et est destinée au marché national. Pour ce café vendu en Bolivie, la qualité va du niveau moyen à bas voire très bas. Enfin, parmi les nouveaux produits, seuls l'amarante et le miel, tous deux vendus sur le marché national, procurent des revenus significatifs, particulièrement pour les produits élaborés à base de ces deux ingrédients.

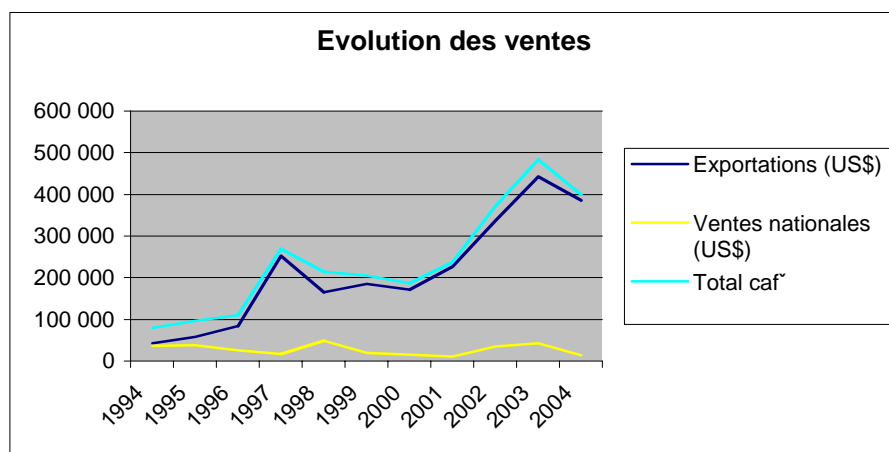


Tableau et graphique constitués sur base des archives de Coraca Irupana

Comme il apparaît clairement dans le graphique ci-dessus, les ventes de l'organisation ont été constituées par le commerce équitable dès le début du partenariat. Ceci confirme que ce qui est vendu sur le marché national correspond simplement au café de moindre qualité qui n'a pas pu être exporté et dont la valeur représente peu.

⁵ Le quintal est l'unité de mesure en vigueur pour des produits comme le café et le cacao. Un quintal (100 livres) équivaut à approximativement 45,4 kg.

c) Coraca Carrasco « La Reserva »⁶

Sur les nombreuses Coraca's créées par le syndicat, seules quelques unes ont survécu. Si, au niveau du café, Coraca Irupana constitue sans doute l'exemple le plus réussi, d'autres organisations subsistent encore, comme Coraca Carrasco. Située entre Caranavi et Sapecho et constituée de 19 « colonies »⁷, cette organisation a été créée comme bras économique de la fédération syndicale en 1985, mais n'a été enregistrée officiellement (et n'a effectivement fonctionné) que depuis 1996. Son « activation » a été suscitée par Coraca Irupana, qui constitue le « parrain » de Carrasco même si depuis la fin des années '90 le contact entre les deux Coraca's s'est affaibli. L'organisation est certifiée biologique (IMO) et équitable, bien qu'elle ne parvienne pas à valoriser ces atouts à travers les ventes. Ayant bénéficié, au départ, de bonnes conditions commerciales, dont une commande du commerce équitable via Irupana, la coopérative a ensuite sombré sous des problèmes internes et a vu sa position commerciale se détériorer.

Bien qu'en théorie, les statuts confèrent à la coopérative régionale un rôle important et une structure adaptée à son ambition, la réalité est toute différente. La confiance des membres s'est effritée au fur et à mesure que les clients ont été perdus et que les prix ont diminué. Des gros problèmes de gestion, dûs à la malhonnêteté de certains dirigeants, auraient fortement contribué à affaiblir l'adhésion des membres et la crédibilité de l'organisation, qui est à présent confinée à un rôle de commercialisation et de soutien à la production, sans oublier qu'elle permet aux producteurs d'obtenir la certification biologique.

On constate que la zone de Carrasco et sa coopérative n'ont bénéficié que de peu d'attention et de soutien, surtout en comparaison avec des régions comme celle d'Irupana. « Ayuda en Accion » était, jusqu'il y a peu, la seule ONG active dans la région. L'arrivée récente de Qhana, avec beaucoup d'ambition et l'expérience prometteuse d'Irupana, donne beaucoup d'espoir à la population. Cette ONG bolivienne connaît les besoins locaux et ne semble pas tomber dans le piège de l'assistance : elle rassemble les acteurs locaux et met en place des structures pour insuffler des dynamiques de changement endogènes. Aussi, l'espoir des dirigeants est que Qhana puisse aider Coraca Carrasco à se structurer et à se renforcer, pour augmenter la confiance des coopérateurs et permettre à l'organisation de réaliser son potentiel au niveau régional.

Systeme coopératif

Les services offerts par la coopérative sont réduits au minimum : la commercialisation du café, et ce sans obligation de résultat. L'organisation ne joue donc pas un rôle plus important que celui d'intermédiaire collectif pour la vente, pour l'obtention des certifications biologique et équitable et pour les relations avec les ONG et les structures de coordination.

Un élément qui différencie Carrasco d'autres coopératives, comme son homologue d'Irupana, est le mode de collecte du café. Alors qu'à Irupana, les producteurs remettent leur café « en cerise », ce qui leur épargne beaucoup de travail et permet d'homogénéiser la qualité, les membres de Carrasco doivent encore peler, faire fermenter, laver et sécher le café eux-mêmes. La seconde différence consiste dans le choix du système de la « consignation », c'est-à-dire que le café n'est payé qu'une fois vendu. Seules quatre communautés ont investi récemment, grâce à l'aide financière de l'ONG « Ayuda en Accion », dans des infrastructures de traitement, ce qui permettra aux membres de ces coopératives de base et des communautés voisines de transformer collectivement le café. Face au manque de confiance des membres et à l'absence de capitalisation de la structure régionale, ce sont

⁶ Nom officiel de la coopérative, en référence à la zone où celle-ci est basée.

⁷ Nom utilisé pour désigner les communautés dans les régions récemment colonisées.

plutôt les coopératives de base qui investissent dans des projets d'infrastructure collective. Ceci confirme l'image d'une coopérative fort décentralisée, avec une structure régionale réduite au plus strict minimum.

Commercialisation

Au niveau commercial, la coopérative peine à trouver des clients stables payant des prix corrects. Bénéficiant du commerce équitable fin des années '90 à travers Irupana, Carrasco a décroché quelques contrats ponctuels jusqu'au début des années 2000, mais se retrouve à présent sans clients à l'étranger, si bien qu'elle doit se contenter des prix du marché national. Ceci est d'autant plus frustrant que la coopérative est certifiée biologique (pour la grande majorité des producteurs) et qu'elle est certifiée par FLO (certification payante depuis peu). Alors que Carrasco paye plus ou moins 5000 € par an pour ces certifications, elle n'a pas l'opportunité de vendre ses produits avec ces reconnaissances, ce qui met en péril sa survie. C'est pourquoi cette Coraca cherche depuis longtemps à pouvoir exporter via le commerce équitable, jusqu'ici sans succès.

d) Cencoop

Enfin, Cencoop (« *Central de Cooperativas de Nor-Yungas* ») est une « vieille » coopérative créée en 1969 et établie dans la région de Coroico (Nord-Yungas). Fondée par cinq coopératives de base, la coopérative n'en compte plus que trois vraiment actives, les autres s'étant totalement tournées vers la culture de la coca. Face aux conditions extrêmement intéressantes de culture et de vente de cette dernière, la coopérative de café s'affiche comme une alternative à cette culture et a des ambitions importantes pour promouvoir la production et la commercialisation de café de qualité dans cette région très touristique. En effet, tout le monde s'accorde à dire que de meilleurs prix pour le café diminueraient la production de coca (et inversement). Dotée rapidement d'infrastructures de production modernes grâce à la coopération américaine, la coopérative a vécu sur ses acquis à certaines périodes, pour connaître un regain de dynamisme ces dernières années. A présent, Cencoop bénéficie du soutien de FDH et de Forcafé.

La coopérative compte près de 400 producteurs. Il est cependant très difficile de déterminer le nombre exact de membres. En effet, plusieurs communautés officiellement membres ne produisent plus de café, et la coopérative achète du café à des producteurs qui ne sont pas inscrits comme membres, mais qui jouissent des mêmes avantages. De plus, pour cette raison, de nouvelles communautés désirent rejoindre la coopérative, mais se contentent pour l'instant de remettre leur café et d'en tirer le bénéfice. Ce flou n'est pas exclusif à cette coopérative, mais il apparaît ici de manière flagrante et pose la question cruciale des critères qui définissent l'appartenance à l'organisation.

Système coopératif

Parmi les avantages de la coopérative, outre le bon prix et la distribution du bénéfice, les responsables insistent sur la formation et sur l'assistance technique. Ainsi, des plantes de café sont cultivées dans les viviers de la coopérative et distribuées aux membres. De même pour les agrumes dans un souci de diversification des cultures des producteurs, bien que la production de la coopérative se limite au café.

A côté des points positifs, les responsables identifient également de nombreuses faiblesses dans l'organisation. Premièrement, la zone de Coroico n'est pas la plus propice à la production de café, à cause des terres fatiguées qui n'ont plus un bon rendement. Ensuite, les possibilités d'extension des cultures sont très limitées. De plus, différentes qualités sont encore mélangées dans la collecte, ce

qui diminue la qualité globale. Autre problème, la question de l'enregistrement des membres, afin de briser le flou qui affecte la pertinence des services offerts par la coopérative. Enfin, pour des raisons financières, l'organisation ne peut pas se permettre d'engager plus de personnel, alors que le besoin s'en fait fortement ressentir.

Commercialisation

Cencoop a jusqu'ici exporté l'entièreté de sa production elle-même, sans passer par un « broker ». La moins bonne qualité est écoulee sur le marché national, mais ces ventes ne dépassent jamais 1% du total en valeur. Deux importateurs se sont succédé : Van Weely (Pays-Bas) puis Hacofco (« *Hamburg coffee corporation* », Allemagne). Tous deux achètent aussi bien du conventionnel que du bio, ainsi que, depuis quelques années, du café sous conditions FLO. Néanmoins, on ne peut pas vraiment parler de commerce équitable, car à part le prix FLO et la prime, les autres caractéristiques des partenariats équitables, à savoir le préfinancement, la relation à long terme ou encore la stabilité des prix, ne sont pas respectés.

De plus, l'exemple de Cencoop confirme ce qu'observent Chauveau et Eberhart (2000) en parlant de « *contournement du prix FLO* », qui consiste pour des entreprises traditionnelles à négocier avec le producteur l'achat d'un ou deux containers sous conditions FLO (afin de vendre sous le label équitable et se donner une bonne image), à condition d'acheter la même quantité ou plus aux prix du marché (café vendu généralement sous une autre marque), ce qui fait baisser le prix moyen. En quelque sorte, ce sont les producteurs qui subventionnent le prix FLO en acceptant de vendre des containers à des prix bien plus bas.

Ce qui est particulièrement intéressant chez Cencoop, c'est le programme tout à fait novateur de commercialisation interne soutenu par l'ONG belge Frères des Hommes et par Forcafé. Alors que l'expérience de cette coopérative est presque nulle sur le marché local, ce programme vise à installer un atelier de transformation pour produire un café prêt à l'usage (torréfié et moulu) de haute qualité, et à commercialiser ce café à prix fort en profitant de l'afflux important de touristes mais aussi de boliviens à haut pouvoir d'achat (20 Bs par paquet de 250 g, soit plus de 2 €). Il s'agit d'un projet ambitieux qui rompt tout à fait avec la tradition de commercialisation du café selon laquelle seule la moins bonne qualité doit être vendue sur le marché local.

Tout en développant cette filière, Cencoop veut continuer à exporter mais à de meilleurs prix. La coopérative veut accéder au « *vrai commerce équitable* » et obtenir des prix FLO pour plus de containers et à plus long terme. Selon les responsables, vu l'effet positif avec seulement 2 containers, si cette quantité était doublée, le revenu permettrait d'augmenter substantiellement les conditions de vie des producteurs. Tout comme Coraca Carrasco, Cencoop est certifiée par FLO depuis '94, certification dont le coût à partir de cette année incite d'autant plus les responsables à chercher à la rentabiliser. Malgré l'absence d'un partenaire équitable stable, la connaissance du commerce équitable est bonne parmi les responsables, qui tentent de la diffuser auprès des producteurs. Par exemple, ils ont « traduit » et présenté les nouveaux critères FLO en termes « compréhensibles » par les producteurs.

C) Comparaisons

Avant de nous lancer dans les domaines d'impact en lien avec le commerce équitable, il est important de récapituler les informations de base des quatre organisations étudiées et surtout de les comparer. Les différentes spécificités de chacune permettront de mieux comprendre les différences dans les « domaines d'impact ».

Comparaison des émergences

Nous avons vu dans les quatre présentations que les contextes d'émergence sont fort différents, comme nous l'avons déjà souligné dans le premier chapitre. Tandis que les deux coopératives proprement dites sont nées à partir d'une initiative autonome, stimulée par des ONG locales ou internationales, les Coraca ont été mises sur pied par les syndicats. En conséquence, les deux Coraca, particulièrement celle d'Irupana⁸, se différencient du modèle coopératif traditionnel d'El Ceibo ou de Cencoop par les spécificités suivantes :

- politisation importante des nominations
- action politique de nombreux dirigeants et membres
- rotation plus importante des postes (tous les deux ans)
- présence de leaders syndicaux dans les organes d'administration
- actions et services parfois liés au syndicat (ex. : services de Coraca Irupana gérés par le syndicat des femmes FRUMCI)
- positionnement par rapport aux autorités politiques (proximité ou hostilité en fonction des élus ; ex. : forte collaboration avec la municipalité d'Irupana)

⁸ L'influence du syndicat est apparue de manière moins flagrante à Coraca Carrasco, pour des raisons historiques et surtout du fait que la mauvaise santé de l'organisation et la méfiance des membres et des communautés ont apparemment réduit les liens avec les partenaires aux niveaux syndical et municipal.

Comparaison des informations de base

Voici un tableau qui présente quelques informations générales des quatre coopératives.

	El Ceibo	Coraca Irupana	Coraca Carrasco	Cencoop
Année de création	1977	1984	1996	1965
Nombre de membres	800	600	180	400
Nombre de salariés	90	25	0	10
Apport par membre	(par coop.)	50 \$	50 \$	62,50 \$
Capital (2003)	1 053 000 \$	246 000 \$	213 \$	8953 \$
% des ventes FLO (valeur)	73%	85%	0%	40%
Système de récolte	Parche sèche ⁹	Cerise	Parche	Cerise
Système de paiement	Achat immédiat	Achat immédiat	Consignation	Achat immédiat
Fixation du prix d'achat	Montant fixe	Montant fixe	% des ventes	Montant fixe

Comparaison des mécanismes coopératifs

Enfin, penchons-nous spécifiquement sur les services offerts par les différentes coopératives. Nous voyons dans le tableau suivant que la coopérative El Ceibo dispose des services les plus complets et les plus développés, suivie de Coraca Irupana. Ensuite, Cencoop et surtout Coraca Carrasco proposent clairement moins de services et de sécurité aux membres. Ces différences apparaîtront d'autant plus clairement dans le développement des différents domaines d'impact.

	El Ceibo	Coraca Irupana	Coraca Carrasco	Cencoop
Achat de toute la production	Oui	Oui	Oui	Oui
Distribution du bénéfice	Partielle	Partielle	Totale	Totale
Collecte auprès du producteur	Oui	Oui	Non	Oui
Formation	Permanente	Ponctuelle	Ponctuelle	Ponctuelle
Assistance technique	Importante	Importante	Réduite	Moyenne
Nouvelles plantes	Données	Données	Non	Vendues
Crédit ou paiement anticipé	Oui	Parfois	Non	Non
Crédits hors-production	Oui	Oui	Non	Non
Bourses pour les enfants	Oui	Réduites	Non	Réduites
Assurance santé	Oui	Non	Non	Non
Frais d'enterrement	Oui	Non	Non	Non
Prix d'achat stables d'année en année	Oui	Oui	Non	Non
Prix d'achat connus à l'avance	Oui	Oui	Non	Oui

⁹ Un produit en « parche sèche » signifie « en grains », après que le fruit a été pelé et les grains fermentés, lavés et séchés. L'appellation « en cerise » se réfère au produit brut.

III. LES IMPACTS POSITIFS AU NIVEAU ECONOMIQUE

Penchons-nous à présent de manière détaillée sur les différentes zones d'impact présentées, en commençant par celles qui relèvent du domaine économique. Premièrement, nous étudierons la composante « revenu » à travers l'analyse du prix mais également des volumes de production. Ensuite, la question de la stabilité conférée par le partenariat équitable retiendra notre attention. Enfin, la troisième section portera sur l'impact du commerce équitable sur la viabilité financière de l'organisation et de ses membres.

Pour chacun des effets et sous-impacts des chapitres présent et suivant, nous ferons d'abord une brève présentation conceptuelle incluant, si possible, l'apport de la littérature existante à ce sujet, pour ensuite confronter ces aspects théoriques au terrain, et ce pour les quatre organisations étudiées. Sauf si l'élément d'impact ne se prête pas à une présentation en deux temps, nous analyserons d'abord le soutien du commerce équitable à l'organisation, et ensuite la manière dont l'organisation répercute ce soutien au producteur, conformément au schéma présenté dans les hypothèses. Malgré la diversité des acteurs potentiellement bénéficiaires, nous nous limiterons à l'étude de l'organisation de second niveau (celle de premier niveau jouant un rôle assez limité dans le contexte bolivien) et de ses producteurs. Ces derniers ont été en mesure d'évaluer les services au niveau de leur organisation, mais rarement de faire le lien avec le commerce équitable, dont ils n'ont presque aucune connaissance, comme le rappelle le cadre ci-dessous.

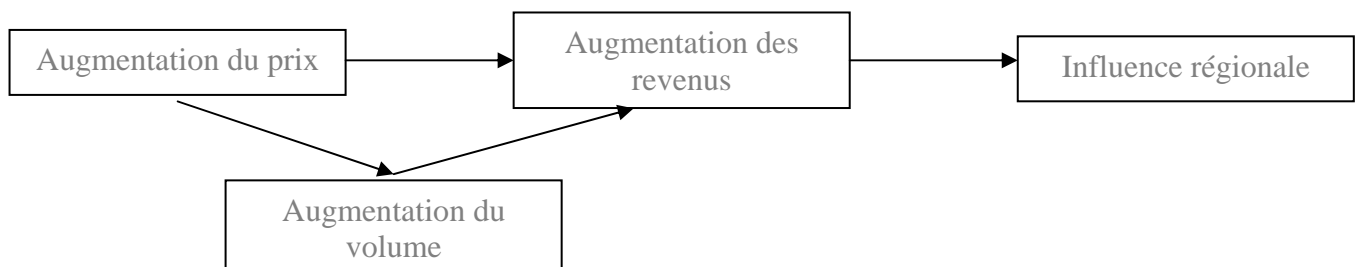
La connaissance du commerce équitable

A part une ou deux exceptions de personnes qui ont eu des responsabilités importantes dans leur organisation, aucun producteur n'a connaissance du commerce équitable. La « *pyramide d'information* » observée par les chercheurs du Pôle-Sud de l'Université de Liège (Pirotte 2004) est donc tout à fait confirmée pour le cas bolivien. Les travaux du Pôle-Sud montrent « *qu'une partie de l'information et de la connaissance du commerce équitable se perd à chaque niveau de la structure du mouvement coopératif* » (p. 95). Ainsi, seuls quelques dirigeants ont une très bonne connaissance du commerce équitable, tandis que les producteurs de base n'en ont que peu ou pas. Selon Pirotte et al., les deux préoccupations majeures transmises par les dirigeants à propos de cette filière sont l'exigence de qualité et l'importance de la production biologique.

Les études de cas en Bolivie confirment clairement que les producteurs n'ont presque aucune connaissance du commerce équitable. Celui-ci est d'ailleurs systématiquement confondu avec la filière équitable ; ce domaine ainsi que l'amélioration de la qualité s'appliquent selon nos observations à l'ensemble du marché, ce qui nuance l'affirmation du premier paragraphe. La connaissance n'est cependant pas bien plus élevée au niveau de la direction : à El Ceibo et surtout à Coraca Irupana, seuls le gérant et les directeurs commercial et financier savent réellement ce dont il s'agit. Les autres responsables, du conseil d'administration jusqu'aux dirigeants des coopératives de base, n'ont que quelques idées floues et réduisent également le « *marché solidaire* » à la production biologique et à l'exigence de la qualité. Les informations apparemment transmises aux assemblées générales ne retiennent pas vraiment l'attention des producteurs. Par contre, l'engouement et la connaissance à propos du marché équitable sont parfois plus importants parmi les responsables des organisations qui n'ont pas encore accès à cette filière.

1. Revenu

L'augmentation importante du prix de vente grâce au commerce équitable est censée procurer à l'organisation de meilleurs revenus qui peuvent être répercutés aux producteurs. Ces prix plus élevés peuvent inciter les producteurs et leur organisation à produire plus, ce qui contribue également à augmenter le revenu. Les bons prix pratiqués par l'organisation n'influencent parfois pas uniquement les revenus des membres de l'organisation, mais peuvent tirer vers le haut les prix des intermédiaires et des autres organisations dans la région.



A) Augmentation du prix

Présentation

Le « prix équitable » constitue le principe de base et également l'effet le plus tangible et le plus souvent souligné du commerce équitable. Les prix fixés par FLO (ou par les OCE pour les produits pas encore certifiés) sont stables et normalement toujours supérieurs à ceux du marché, quel que soit le niveau de ces derniers. Les meilleurs prix accordés aux organisations sont normalement répercutés aux producteurs et permettent à ceux-ci d'augmenter durablement leurs revenus. Certains font remarquer que les prix ne sont pas toujours plus élevés que dans d'autres filières traditionnelles, du moins en ce qui concerne l'exportation (Artisans du Monde 2004, Durnez 2004). Il est clair que cette situation dépend de l'état des prix sur le marché : le prix équitable a un impact particulièrement positif quand les prix du marché sont faibles (IDEA Consult 1999). Il nous semble que de plus en plus d'études relativisent l'importance de l'aspect revenu, qui n'est pas souvent identifié par les producteurs comme une retombée importante du commerce équitable (IDEA Consult 1999), et qui n'est efficace que dans la mesure où les organisations répercutent ce revenu par des initiatives pertinentes (Ronchi 2002 et 2003). De plus, d'après Durnez (2004), l'augmentation excessive du revenu peut induire un « effet anesthésiant », si bien que l'incidence de l'augmentation du revenu sur la réduction de la pauvreté est « complexe et incertaine ».

L'étude coordonnée par Raul Hopkins (Hopkins 2000) s'est efforcée de calculer le « *Ratio d'Impact Economique* ». Ce ratio est calculé en « comparant le revenu du commerce équitable avec le revenu que les producteurs auraient reçu s'ils n'étaient pas impliqués dans les activités du commerce équitable » (Hopkins 2000, p. 10), malgré le problème d'évaluation de ce « coût d'opportunité ». En calculant le rapport entre le premier et le second, on obtient un « *Ratio d'impact Economique* », positif s'il est supérieur à 1. Les résultats de l'étude montrent que le revenu provenant du commerce équitable dans le secteur de l'artisanat est en moyenne supérieur de 28% au revenu qui aurait été perçu en temps normal (via un calcul de coûts d'opportunité), mais que ce différentiel varie énormément selon les situations (de -25% à +112%).

Celui-ci est, logiquement, bien plus important quand les prix du marché conventionnels sont faibles. Ronchi (2000), à propos des caféiculteurs costariciens, observe des revenus plus élevés de 39% pour le café équitable dans la période 1989-1995. Quant à Chauveau et Eberhart (2002), leur étude économique fait apparaître des prix supérieurs de 15% pour le café équitable bolivien comparé à la filière conventionnelle en 1995 (prix du marché élevés), mais jusqu'à trois fois supérieurs en 2001 (prix très bas) et même quatre fois plus lorsqu'on combine les filières équitable et biologique.

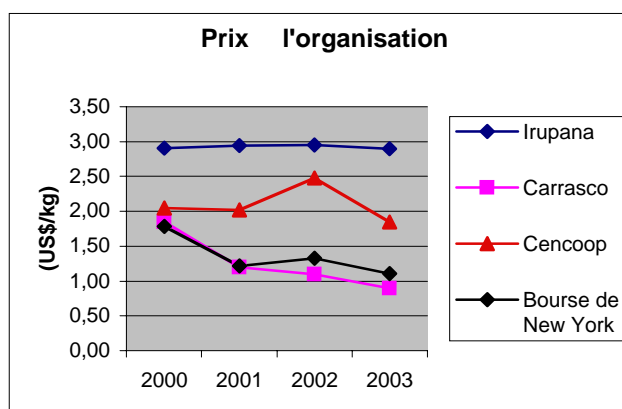
Enfin, une étude intéressante est celle qui a été menée par Oxfam (Grande-Bretagne et Hong-Kong) au Vietnam à propos de l'effet des prix du café sur les conditions de vie (Oxfam GB et Oxfam HK, 2002). Soulignons qu'il ne s'agit pas spécialement ici des prix du commerce équitable, mais bien de l'impact des prix, quelle que soit la filière. Il ressort de cette étude que l'incidence de la variation des prix diffère fort en fonction de la diversification de la production. Alors que les producteurs pauvres sont particulièrement sensibles aux baisses de prix, ils ne profitent paradoxalement que peu des hausses, et restent pauvres même en cas d'augmentation des prix. Ceci est dû aux réactions à court terme et au manque d'investissements de ces producteurs. La baisse des prix affecte particulièrement les femmes et les enfants, à cause du désinvestissement dans l'éducation et la santé. Il ressort aussi que le facteur prépondérant se situe surtout au niveau de la stabilité des prix : seule une hausse prolongée des prix peut être bénéfique.

Comparaison des prix de vente des organisations et des prix du marché

Sur le graphique suivant, nous pouvons voir l'évolution des prix sur les trois dernières années pour les organisations étudiées et les comparer aux prix du marché. Ces derniers sont bien inférieurs aux prix du commerce équitable (prix pour Irupana), d'autant plus que le café bolivien est pénalisé de 15 à 20 points par rapport aux prix de la bourse de New York. Il s'agit d'une « punition »¹⁰ pour la mauvaise qualité du café bolivien dans les décennies passées. Le prix équitable est donc d'autant plus élevé qu'il n'applique presque pas de différentiel¹¹, et d'une grande stabilité par rapport aux prix du marché dont la variation est fortement due à la spéculation financière (premier graphique).

La tendance à la baisse des prix de vente de Coraca Carrasco apparaît clairement liée à ceux du marché, ce qui contraste fort avec la situation de son homologue d'Irupana. Les prix de ce dernier sont non seulement élevés, mais également d'une stabilité impressionnante, ce qui est largement dû au commerce équitable, comme nous le verrons dans la deuxième section. Enfin, les prix de Cencoop sont intermédiaires (grâce au label de qualité) et la tendance générale n'est pas claire.

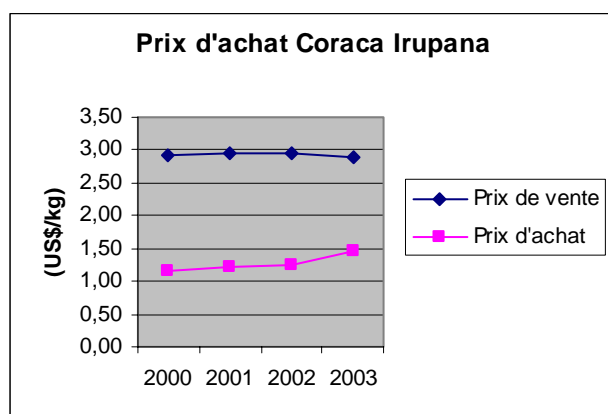
Arabica and robusta prices, 1970-2002



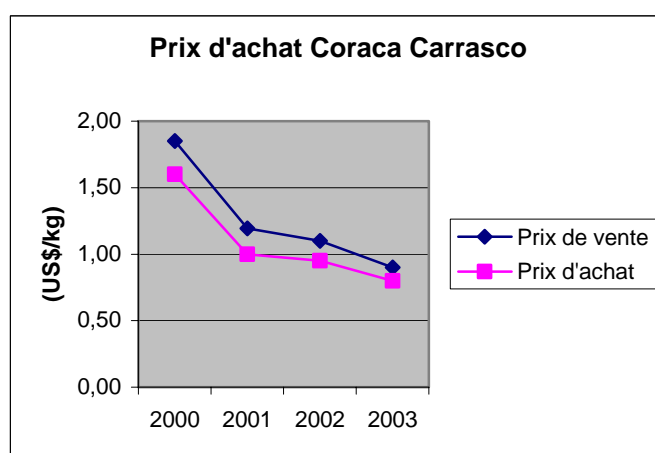
Sources : Banque Mondiale (www.enpc.fr/ceras/martin/commerceequitable.pdf) - Bilans des trois coopératives et statistiques FECAFEB

¹⁰ Terme employé par les caféiculteurs rencontrés. Dans le second graphique, nous n'inclurons pas le différentiel dans le prix du marché, considérant que celui-ci est neutralisé par la prime biologique (de 15 à 20 points également).

¹¹ Le café de Bolivie est acheté par les OCE à 124 \$ le quintal contre 129 \$ pour l'Amérique centrale (primes comprises).



Source : documents Coraca-RI et entretiens

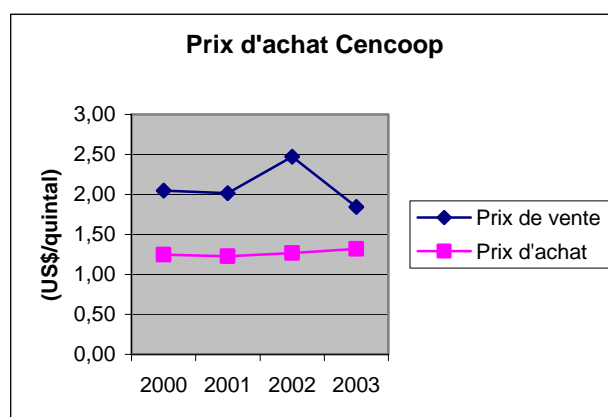


Source : documents Coraca Carrasco et entretiens

Pourquoi vendre aux intermédiaires ?

C'est en se penchant sur les raisons de cet apparent paradoxe que l'on se rend compte de l'importance du moment du paiement. En effet, alors que les producteurs sont payés immédiatement par les intermédiaires (parfois même à l'avance), ils doivent attendre jusqu'à six mois pour disposer de l'argent payé par la coopérative. Pendant ce temps, outre les frais quotidiens, il faut assumer les coûts de production de café, particulièrement le paiement des ouvriers temporaires. En conséquence, le producteur vendra la quantité de café nécessaire pour couvrir ses frais, et remettra le restant (souvent moins de la moitié) à la coopérative.

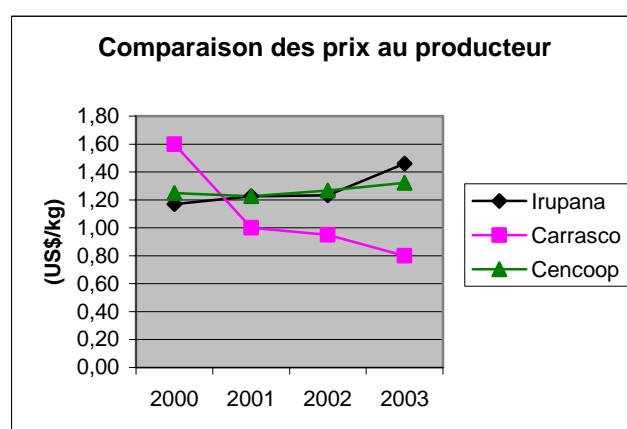
D'autres raisons expliquent la préférence pour les intermédiaires ou le marché local. Les exigences de qualité y sont bien moindres, donc les investissements en temps et en matériel réduits. De plus, comme l'ont expliqué Charlier et Yopez (2000), la nécessité de préserver de bonnes relations avec les marchands, les « *compadres* », qui offrent par ailleurs différents services, rend inconcevable de ne pas leur vendre une partie de sa production. Enfin, la vente aux intermédiaires dépend beaucoup de la confiance dans l'organisation : si elle-ci est faible, comme il apparaît à Carrasco, les producteurs hésitent à confier leur café à des responsables dont ils se méfient.



Source : documents Cencoop et entretiens

Comparaison des prix d'achat du café

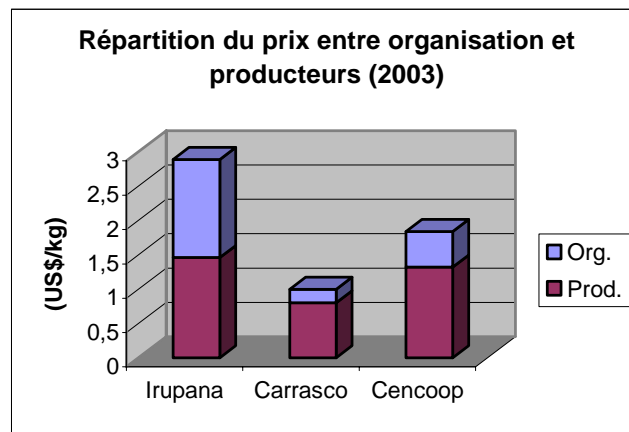
Le graphique suivant montre que, sur les quatre dernières années, les prix d'achat sont en hausse pour Irupana, en légère hausse pour Cencoop et en forte baisse pour Carrasco.



Compilation des graphiques précédents

Conclusion

Les prix de vente sont clairement plus élevés pour les organisations bénéficiant du commerce équitable, ce qui procure à ces organisations des revenus importants. Ceux-ci sont répercutés aux producteurs, tout en laissant une marge importante pour l'organisation. Contrairement à nos attentes, les deux autres exemples, Carrasco et Cencoop, montrent que malgré des prix de vente faibles, ces organisations tentent de maintenir un prix le plus élevé possible aux producteurs. Les prix de Cencoop sont par exemple parfois plus élevés que ceux de Coraca Irupana, malgré les prix de vente inférieurs. En somme, les producteurs ne veulent pas endosser la faiblesse des prix de vente et voir leurs revenus diminuer par rapport à leurs collègues d'organisations connaissant de meilleures conditions commerciales. Comme nous le voyons sur le graphique, les prix faibles sont donc supportés par l'organisation, qui ne retient presque aucun revenu propre et ne peut pas se développer. En conclusion, le commerce équitable a surtout un effet positif sur les revenus propres de l'organisation, car les membres n'accepteront de lui accorder des moyens en vue de meilleurs services qu'après avoir reçu eux-mêmes un prix élevé.



Compilation des graphiques précédents

B) Influence sur les prix au niveau régional

Présentation

Lorsque les coopératives acquièrent de l'importance dans la région, il convient de souligner également l'influence que celles-ci peuvent avoir sur la fixation des prix. Quand d'autres filières de vente existent pour les producteurs, celles-ci auront d'autant plus tendance à aligner leurs prix sur ceux de la coopérative pour pouvoir survivre, si l'organisation est importante et que le pouvoir de négociation de ses membres est élevé. Ainsi, ils pourront par exemple utiliser les contrats des OCE comme base pour négocier avec les acheteurs traditionnels (Artisans du Monde 2004). Selon certains auteurs, ce pouvoir d'influence est toutefois limité par les problèmes de financement de l'organisation ainsi que par les phénomènes d'influence réciproque, lorsque l'organisation base ses prix sur ceux pratiqués par les commerçants (Charlier, Yopez del Castillo et Andia 1998). Ce phénomène peut également être observé au niveau des salaires (Durnez 2004).

Conclusion

Les deux premières coopératives, qui bénéficient du commerce équitable, ont acquis une taille et une influence qui leur permet de tirer vers le haut les prix des concurrents. Les contrastes de prix sont alors moins importants, mais les organisations équitables peuvent fidéliser et attirer des producteurs grâce à une série de services et d'avantages importants. Parmi les deux derniers exemples, Cencoop dispose elle aussi d'une certaine influence régionale, même si la concurrence y est peu importante, contrairement à Carrasco qui n'en a aucune. L'influence régionale ne dépend donc pas uniquement des revenus accrus grâce au commerce équitable, mais au développement organisationnel qui permet d'utiliser ces revenus pour acquérir un pouvoir d'influence majeur.

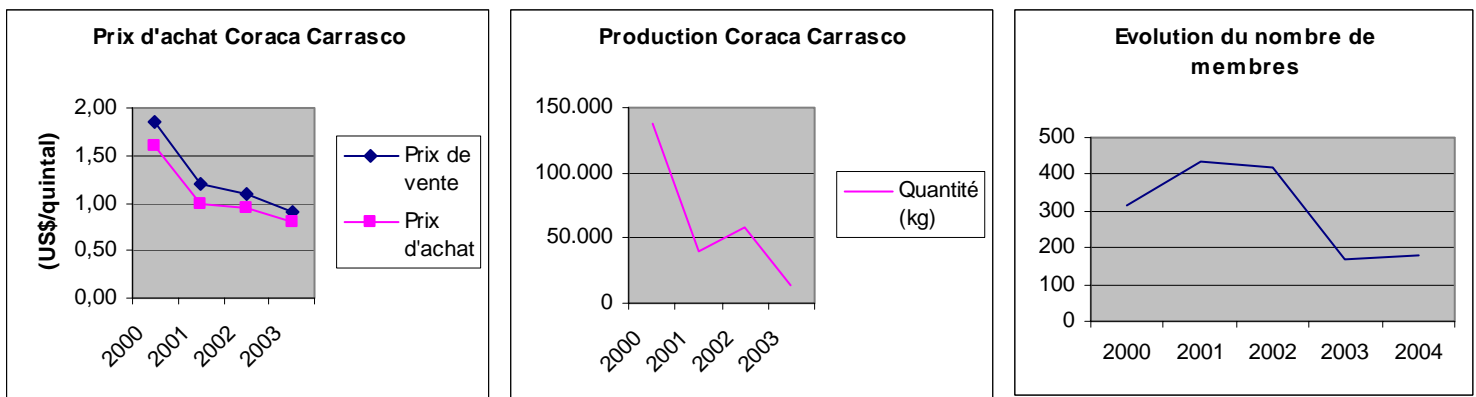
C) Augmentation du volume de production¹²

Présentation

Outre l'aspect « prix », il s'agit de voir si la collaboration avec le commerce équitable a permis de réaliser des investissements dans l'acquisition de terres ou d'infrastructures afin d'augmenter les

¹² Ce point aurait également pu se situer dans la partie « Production ». Il a néanmoins un impact direct sur le revenu, encore plus clair que, par exemple, la qualité des produits. Cette remarque démontre les limites de notre classification.

volumes produits et vendus. Grâce à un prix supérieur, prévisible et grâce à l'accès à des nouveaux marchés, on devrait logiquement s'attendre à une incitation pour les producteurs à investir dans des capacités de production plus grandes. Il existe cependant peu de littérature à ce propos. Peut-on en conclure que les investissements réalisés grâce au commerce équitable se font davantage dans l'amélioration de la qualité et dans la diversification de la production, que dans l'augmentation des surfaces et des volumes de production ? Pas si l'on en croit Ronchi, qui constate que l'accroissement des surfaces constitue l'un des « *projets les plus prisés* » des coopératives de café au Costa Rica (Ronchi 2000, p.45). Pourtant, le rapport de l'EFTA, citée dans son étude, constate que très peu de producteurs ont augmenté leur production, les raisons étant liées aux possibilités d'acquisition réduites, à la limite de productivité déjà atteinte et au manque de capital, de main d'oeuvre et de ressources.



Graphiques constitués sur base des entretiens et bilans Coraca Carrasco et des rapports IMO

Conclusion

L'augmentation du volume de production dépend surtout des conditions de culture. Dans les zones de colonisation ancienne (Cencoop et Coraca Irupana), les terres sont saturées et l'accroissement de la production ne peut se faire qu'avec un long travail de rénovation des plantes en vue d'arrêter la baisse des rendements. Le commerce équitable n'a donc qu'un impact très indirect, en stimulant ces efforts de renouvellement et en offrant de bons prix pour que le café ne soit pas délaissé au profit de la coca. Dans les zones plus fertiles de Caranavi, l'exemple de Coraca Carrasco illustre le manque d'incitant à la production qui résulte des mauvaises perspectives commerciales, tandis qu'El Ceibo est bien plus incitée par la certitude de pouvoir tout vendre. Le commerce équitable a donc surtout un effet sur la volonté d'accroissement des organisations. Par contre, au niveau des producteurs, l'incidence est faible, car s'il reçoit un prix faible, le producteur va justement tenter de compenser celui-ci en produisant plus et en vendant une grande partie de la production aux intermédiaires, comme il est apparu clairement pour les membres de Coraca Carrasco. Le revenu peut donc affecter le volume dans les deux sens.

2. Stabilité et planification

Présentation

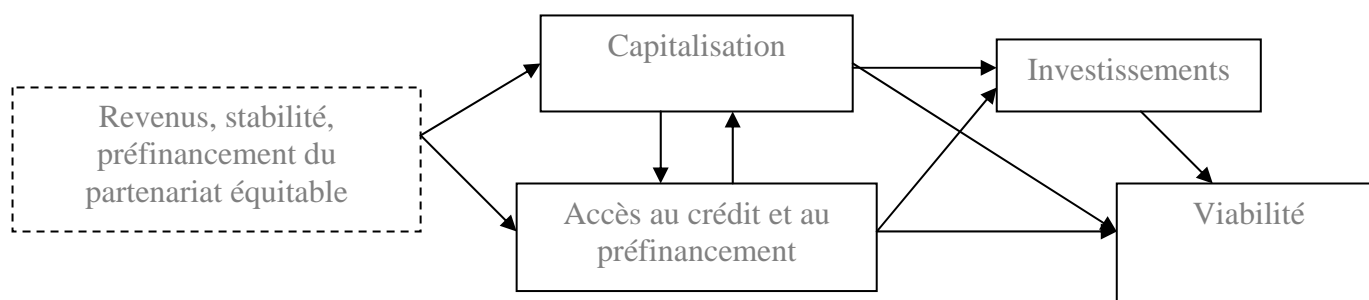
Un impact capital du commerce équitable serait lié à la stabilité des prix et à la régularité des commandes ainsi que la sécurité organisationnelle qui découle du partenariat. Tout le monde s'accorde à dire que cette sécurité par rapport à l'avenir est très importante pour les producteurs, qui pourraient dès lors mieux planifier leurs investissements. Cette confiance en l'avenir paraît cruciale, surtout dans des situations d'instabilité des prix du marché et de faible diversification de la production (IDEA Consult 1999) et surtout aussi pour les producteurs les plus pauvres (Lake et Howe 1998). En effet, vu leur marge réduite d'absorption des risques, ceux-ci ont plus d'aversion par rapport au risque (Oxfam GB 2002). La stabilité du revenu est un élément indispensable pour leur permettre d'effectuer des investissements (Durnez 2004), particulièrement à long terme (par exemple un projet de certification biologique). La stabilité des prix et la régularité des commandes paraissent dans certains cas plus importants que la supériorité des prix (Artisans du Monde 2004).

Conclusion

Les exemples montrent clairement combien le commerce équitable procure une stabilité précieuse pour les organisations, qui en ont besoin pour mieux planifier leur développement. L'instabilité commerciale de Carrasco affecte fort la sécurité et la planification des membres, qui seront donc tentés de diversifier leurs revenus en vendant ailleurs. Par contre, l'exemple de Cencoop nuance le lien entre commerce équitable et stabilité : même si les conditions commerciales jouent un rôle capital, la stabilité donnée aux membres constitue également une décision de l'organisation. Celle-ci peut reporter tout le risque sur les producteurs, comme Carrasco, ou au contraire en assumer au moins une partie, à travers le système de paiement au producteur. A nouveau, il apparaît donc que l'impact équitable sur l'organisation est clair, mais que celle-ci peut le répercuter au producteur de différentes manières.

3. Santé financière

Contrairement aux impacts relevant du domaine humain et organisationnel, les retombées au niveau financier sont en tous cas plus tangibles, et sans doute plus facilement structurables. En effet, les effets du commerce équitable au niveau du crédit et de la possibilité de capitalisation sont plus clairs, même s'ils se combinent avec d'autres éléments et que d'autres sources de soutien y contribuent. Ces deux voies de renforcement financier permettent de réaliser des investissements et d'acquérir la carrure nécessaire pour survivre dans un contexte difficile.



Enfin, la diversification des revenus est un aspect important qui est à cheval entre l'étude financière et la gestion de la production. En effet, la plupart des initiatives de diversification touchent à la production, raison pour laquelle le point consacré à ce sujet étudie davantage le volet productif (ce qui démontre une fois de plus les limites de notre catégorisation). Rappelons tout de même les projets des coopératives comme El Ceibo et Coraca Irupana, qui cherchent à diversifier leurs revenus dans des domaines qui n'ont plus rien à voir avec la production de départ (un centre commercial et une station service respectivement). Toutes ces initiatives de diversification visent à renforcer financièrement l'organisation et à se prémunir contre des risques futurs.

A) Capitalisation (au niveau de l'organisation)

Présentation

Nous avons déjà abordé à certains endroits l'importance de la capitalisation, c'est à dire les efforts visant à investir financièrement dans l'organisation, que ce soit pour alimenter le fonds de roulement ou pour du capital en vue d'investissements. Il ne s'agit évidemment pas de capitalisation dans le seul but d'accumuler des richesses, mais bien pour renforcer l'organisation du point de vue financier et lui donner ainsi les moyens de grandir et de résister aux crises. Bien que la capitalisation soit surtout une condition importante pour « tirer profit » du commerce équitable, à l'inverse, ce dernier doit normalement permettre de dégager une marge pour l'investissement tout en offrant un prix élevé aux producteurs.

Conclusion

Les exemples étudiés confirment que la capitalisation est plus facile en cas de bons prix, bien qu'elle ne soit pas impossible même en cas de prix faibles. Cependant, les membres des organisations qui ne bénéficient pas du commerce équitable veulent maximiser leurs revenus pour ne pas recevoir moins que leurs voisins d'autres coopératives. Ceux de Cencoop reçoivent même plus, mais l'organisation ne peut du coup rien garder pour elle. Quant aux apports, ils ne permettent pas de compenser l'absence de capitalisation. A part El Ceibo, aucune coopérative ne les a collectées intégralement : les membres reçoivent de toute façon les mêmes services indépendamment de leur apport, ce qui empêche tout incitant.

B) Accès au crédit et au préfinancement

Présentation

L'accès au crédit est un impact à multiples facettes, dans le sens où il émane directement du commerce équitable (préfinancement) ou indirectement via l'organisation coopérative et revête autant des caractéristiques mesurables (montants, taux d'intérêt...) qu'inquantifiables (confiance, constitution de garanties...). Les coopératives mettent souvent en place des systèmes de crédit à leurs membres (Ronchi 2000, Durnez 2004), ou aident ceux-ci à obtenir des prêts d'une institution bancaire pour laquelle la coopérative apportera les garanties nécessaires. Dans certains pays, l'Etat met en place une législation qui permet aux coopératives d'obtenir des conditions de crédit intéressantes (Hopkins 2000).

Pour ce qui est du commerce équitable, le préfinancement constitue une forme de crédit accordé par les importateurs, et celui-ci peut être redistribué aux membres comme crédit pour leurs investissements ou leurs activités productives. Hormis le préfinancement, le crédit en tant que tel

n'émane pas des organisations de commerce équitable, mais peut être facilité par la collaboration avec celles-ci. En effet, elles permettent parfois la mise en contact avec des organisations de finance alternative, et peuvent constituer des interlocuteurs étrangers crédibles pour apporter des garanties à un emprunt d'un partenaire auprès d'une banque traditionnelle. Certains auteurs soulignent en outre la contribution des organisations de commerce équitable au crédit à travers l'accès pour les partenaires à tout un réseau alternatif, qui comprend des organismes de finance solidaire, avec lesquels beaucoup d'acteurs du fair trade travaillent déjà en temps normal (Depelchin 2004).

Conclusion

L'impact du commerce équitable sur l'accès au crédit est tout à fait clair à travers les exemples étudiés. En effet, les partenariats équitables ont permis aux deux organisations bénéficiaires d'y avoir accès de différentes manières : directement à travers le préfinancement ou indirectement via la mise en contact avec d'autres institutions (Oykocredit, SOS Faim...). Un troisième type d'aide est possible pour les organisations plus faibles en Bolivie via l'apport de garanties constituées par les contrats d'exportation. Ceci n'est pas exclusif au commerce équitable, mais peu d'organisations ont accès à des exportateurs conventionnels stables, Cencoop constituant apparemment une exception. Bien que meilleure que Carrasco, la situation de Cencoop au niveau du crédit reste difficile à cause des taux élevés. Il apparaît de manière évidente que les organisations ayant accès au crédit vont à leur tour offrir des services aux membres : préfinancement (Ceibo et Irupana) ou déjà « simplement » paiement au moment de la récolte (Cencoop en plus des deux premières). Il s'agit d'un défi important face à l'aversion naturelle au risque des populations andines qui a été soulignée au premier chapitre.

C) Investissements

Présentation

A travers la capitalisation et le crédit, les organisations peuvent disposer des moyens financiers nécessaires pour effectuer les investissements nécessaires à leur croissance. Ceux-ci peuvent être faits dans l'infrastructure de production ou de commercialisation, ou dans des biens améliorant l'efficacité et la viabilité financière de l'organisation. Les investissements dans l'infrastructure de production peuvent d'ailleurs avoir une incidence importante sur la vie des producteurs (Nelson et Galvez 2000). En stimulant le crédit et la capitalisation, ainsi que grâce aux exigences de qualité, le commerce équitable peut avoir un rôle de promotion des investissements.

Conclusion

Conséquence logique de la capitalisation et de l'accès au crédit, les investissements sont bien plus importants chez les organisations qui travaillent avec le commerce équitable. Celui-ci n'est pas le seul facteur, mais a certainement un rôle stimulateur important, pour autant que les coopératives qui en bénéficient conservent une partie des revenus en vue de ces investissements. Ceci est le cas d'El Ceibo et d'Irupana, mais pas de la majorité des autres organisations de producteurs, comme en attestent nos entretiens ainsi que les études sur les producteurs boliviens comme celle de Chauveau et Eberhart (2000). Cet aspect des investissements est d'autant plus important qu'il a un effet direct sur le mode et le lieu de collecte de la production, et donc sur les producteurs en termes de coûts, de temps de travail et même d'adhésion.

D) Viabilité

Présentation

Nous aurions tendance à oublier que dans un contexte de concurrence accrue et de suppression des barrières commerciales dans certains pays, menant soit à la disparition d'organisations coopératives soit à leur mutation dans des entreprises capitalistes classiques (comme dans le cas du Chili, Huybrechts et Manigart 2003), le simple fait de survivre et d'avoir une certaine viabilité financière constitue déjà un acquis considérable. Le commerce équitable constitue vraisemblablement un soutien majeur au mouvement coopératif et permet de fortifier de jeunes organisations ou de relancer d'autres en perte de vitesse. La viabilité des producteurs est évidemment fort liée à celle de leurs organisations. Celle-ci ne se limite toutefois pas au fonds de roulement ou aux indicateurs financiers. Ainsi, nous avons pensé qu'il était aussi intéressant d'étudier la survie des coopérateurs en tant que producteurs de cacao ou de café. En effet, certaines organisations peuvent survivre alors qu'une partie de leurs membres se tourne vers d'autres activités.

Dans des périodes de « *prix faibles, de contraintes légales et de coûts de production élevés* », beaucoup de coopératives ne survivent pas, plus d'une sur cinq dans le cas du Costa Rica des années '90 (Ronchi 2000), et sans doute plus dans d'autres contextes. Comme pour la plupart des impacts, la participation au commerce équitable n'est pas la seule raison de ce constat, mais elle y a sans doute fortement contribué. En effet, les ventes aux organisations du commerce équitable et les mécanismes inhérents de soutien financier (stabilité du prix, pré-financement, accès au crédit, prime fair trade...) ont pour effet d'accroître la viabilité financière des producteurs, car elle leur permet de surmonter les baisses cycliques des prix. La viabilité est garantie, selon Ronchi (2000), à trois niveaux dans le contexte du commerce équitable : « *viabilité initiale à travers les premières commandes équitables, viabilité continue grâce à l'exportation [croissante] aux marchés fair trade, et intermédiation financière à travers l'investissement de la prime* » dans le(s) fonds fair trade (p. 8). Cette viabilité constitue un défi quand on observe les contraintes qui pèsent sur les coopératives : manque d'efficacité, contraintes de capital, services entraînant des coûts élevés etc.

Conclusion

Sur base de la littérature et des études de cas, il ne fait aucun doute que le commerce équitable a joué un rôle majeur dans la consolidation des organisations afin de faire face à la concurrence des intermédiaires et aux difficultés rencontrées. Tandis que les deux premières coopératives semblent à présent très solides et à l'abri des menaces pesant sur leur survie, ceci n'est pas le cas des deux autres, surtout pour Carrasco. Il est évident que d'autres facteurs rentrent en jeu, mais un soutien équitable bien réparti et « rentabilisé » constitue assurément une source de stabilité dans un contexte difficile, surtout en période de prix faibles.

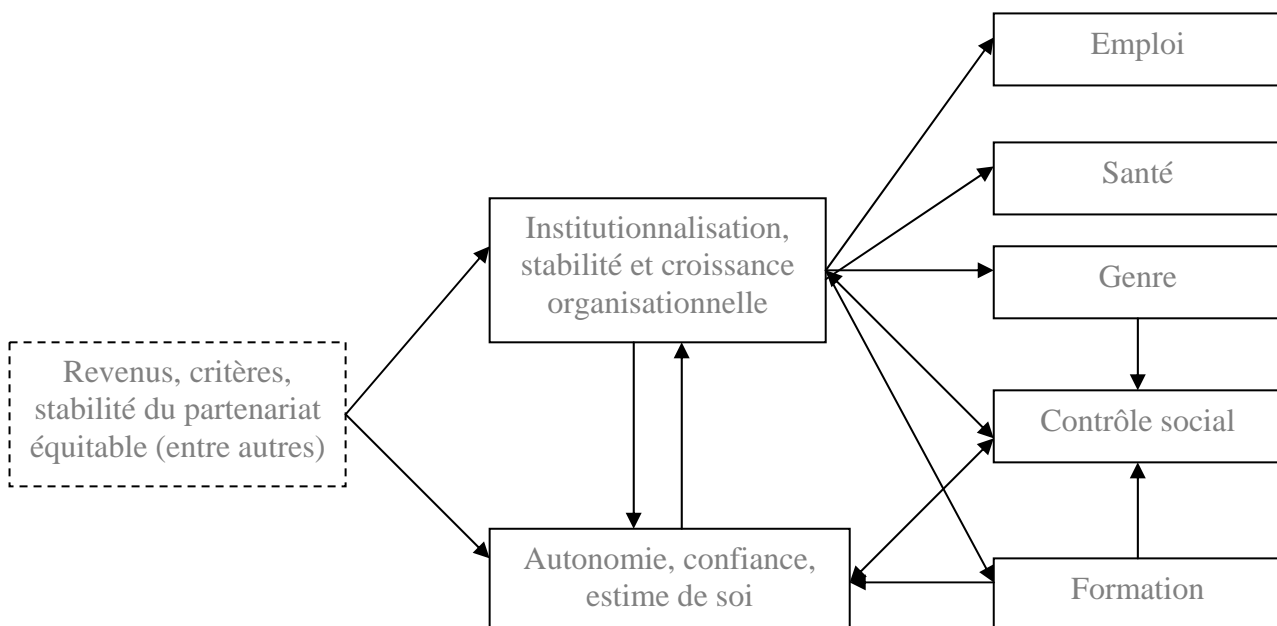
Nous préférons réserver la conclusion des différents domaines étudiés pour la fin du chapitre suivant, afin d'avoir une vue d'ensemble de tous les effets positifs.

IV. LES IMPACTS POSITIFS AUX NIVEAUX SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

Après l'étude des éléments plutôt d'ordre quantitatif, passons à un chapitre consacré, d'une part, à ce qui touche au « social » tant au niveau de l'organisation que de ses membres et, d'autre part, aux aspects productifs dans leurs composantes plus qualitatives (le volet quantitatif ayant été étudié au chapitre précédent) et à leur interaction avec l'environnement. Une section sera également consacrée au fonds fair trade et à son utilisation, qui doit normalement concerner des initiatives collectives au niveau social et environnemental. Les domaines de ce chapitre sont non seulement plus difficiles à appréhender, mais également à attribuer, car le commerce équitable ne les influence souvent que de manière très indirecte. Nous poursuivons avec la même structure de présentation de l'impact et de développement « en deux temps ».

1. Capital organisationnel et humain

Comme nous l'avons déjà souligné, le commerce équitable a un effet positif dans la mesure où il soutient des coopératives qui pourront à leur tour offrir des avantages à leurs membres. L'étude du soutien et du renforcement des organisations bénéficiant du commerce équitable est donc capitale pour comprendre l'importance des retombées sous toutes leurs formes. Voici une proposition de schéma qui donne un aperçu de la manière dont ces impacts se structurent. Celui-ci pourrait certainement être agencé différemment et complété de liens et de catégories additionnelles. Le but de ce schéma est de tenter de structurer ces domaines et de rendre compte de leurs interdépendances, même s'il est clair qu'il ne rend que partiellement compte d'une réalité plus complexe.



A) Institutionnalisation et stabilité organisationnelle (au niveau de l'organisation)

Présentation

Les bons prix du commerce équitable, la stabilité commerciale et financière, ainsi que les critères sociaux et économiques proposés, peuvent permettre aux organisations de se développer et se stabiliser du point de vue institutionnel. D'autres facteurs contribuent évidemment à renforcer les institutions, mais nous posons l'hypothèse que les conditions commerciales et la durabilité des partenariats au sein du commerce équitable jouent un rôle important dans ce développement organisationnel. Nous avons vu que plusieurs auteurs mettent en exergue l'importance du soutien aux organisations coopératives comme impact important du commerce équitable (Ronchi 2003, Bayley et al. 2000, Pirotte 2004...). Les auteurs diffèrent par contre dans le degré d'importance accordé à l'organisation. Pour beaucoup, comme Nelson et Galvez (2000), l'organisation est « *utilisée comme agent de vente de même que comme intermédiaire pour les activités de développement aux membres* » (p. 27). D'autres, comme Ronchi (2003), y voient un acteur central pour la pertinence des effets du commerce équitable.

Conclusion

Alors que l'institutionnalisation semble en partie liée à la santé commerciale, comme nous le montre la croissance des deux organisations bénéficiant du commerce équitable, l'étude de la stabilité organisationnelle d'Irupana et de Cencoop indique que celle-ci dépend également d'autres facteurs. Contrairement à celles de Coroico, les traditions coopératives d'Irupana, provenant directement du système communautaire indien (Chauveau et Eberhart 2000), semblent pousser fortement dans le sens de la démocratie et des rotations fréquentes de responsables, parfois au dépens d'une stratégie stable et durable. Les choix en termes de structure et d'équilibre entre démocratie et stabilité appartiennent donc clairement aux organisations : malgré l'ambition des critères du commerce équitable, les OCE n'ont d'autre influence dans ce domaine que via le revenu.

Rôle politique et service à la collectivité

Nous avons expliqué au premier chapitre, que le rôle politique des organisations était essentiellement relayé par les structures nationales. Ceci ne signifie pas que les organisations ne sont pas actives à ce niveau. Cependant, mis à part pour Coraca Irupana, ce rôle politique semble faible pour les organisations étudiées. Quant à l'influence des OCE dans ce domaine, elle semble nulle dans le contexte bolivien : même si celles-ci ont un rôle de lobbying et de sensibilisation important et qu'elles y associent parfois des partenaires du Sud, les producteurs interrogés pour notre étude les voient bien plus comme des importateurs que comme des ONG. En conséquence, la connexion n'est pas faite entre les revendications des OCE au Nord et celles des organisations matrices dont les producteurs font partie. Ainsi, quand OWW a contacté El Ceibo (qui ne fait cependant pas partie des structures comme le Cioec) pour l'impliquer dans une action de sensibilisation à propos de la baisse des prix du cacao, la coopérative n'a pas réagi. Elle n'a sans doute pas compris pourquoi un « importateur » se livrait à des activités de militance.

Les organisations diffèrent à ce point de vue. Il s'agit d'un domaine dans lequel la différence d'émergence pourrait peut-être intervenir car, comme nous l'avons vu au premier chapitre, les Coraca ont un rôle politique plus affirmé vu leurs liens avec le syndicat. En effet, El Ceibo et Cencoop offrent de très bons services à leurs membres mais pas vraiment à la collectivité. Au contraire, Coraca Irupana est un acteur incontournable dans l'élaboration des politiques et des budgets municipaux : Coraca, syndicat et municipalité sont fortement liés (le maire d'Irupana est d'ailleurs membre de la Coraca). De nombreux responsables de la coopérative sont engagés dans la politique. Coraca Irupana a donc un sens de la responsabilité régionale et du service à la collectivité bien plus prononcé que des coopératives classiques : elle en a les moyens (contrairement à Coraca

Carrasco) et l'objectif (entre autres de par son statut). Même si le commerce équitable procure aux organisations les moyens de développer des initiatives au niveau social, l'arbitrage entre services aux membres ou à la collectivité dépend du contexte et de l'histoire de chaque organisation.

B) Emploi

Présentation

Les conditions de travail s'appliquent aussi bien aux éventuels ouvriers et employés de la coopérative (« au niveau de la coopérative ») qu'aux ouvriers qui travaillent pour les producteurs, catégorie souvent oubliée (« au niveau du producteur »). Ceux-ci sont souvent nombreux dans les grandes organisations et dans celles qui produisent des biens semi-finis ou finis, moins dans celles qui rassemblent des producteurs de matières premières. Au fur et à mesure de leur croissance, dont nous postulons qu'elle est favorisée par le commerce équitable, les organisations peuvent augmenter leur volume d'emploi et être appelées à jouer un rôle important au niveau de l'emploi régional. De plus, dans le cadre de la certification FLO, plusieurs critères assez précis doivent être respectés en ce qui concerne les conditions de travail des ouvriers et des employés, l'amélioration de leur qualité de vie constituant également un objectif auquel les OCE attachent beaucoup d'importance (Huybrechts et Manigart 2003). De manière étonnante, nous n'avons trouvé que peu de traces à propos de ce sujet dans les études d'impact disponibles, certains faisant simplement état de meilleures conditions de travail en termes de santé, de dignité, d'intégration, ou alors indirectement à travers la promotion de l'égalité (au niveau du genre ou de la race) et du respect de l'environnement (Durnez 2004). Néanmoins, selon le même auteur, les salaires dans la filière équitable ne seraient pas spécialement plus élevés qu'ailleurs.

Comparaison des volumes d'emploi

Le nombre de salariés doit être rapporté à la taille de l'organisation pour pouvoir comparer les différentes organisations. Par exemple, en le comparant au nombre de producteurs (malgré les limites de cette comparaison), on obtient le tableau suivant :

Ratio salariés/producteurs				
	El Ceibo	Coraca Irupana	Coraca Carrasco	Cencoop
Producteurs	800	600	180	400
Salariés	90	25	0	10
Ratio	11,25%	4,17%	0,00%	2,50%

Conclusion

Il est difficile de lier directement la croissance de l'emploi avec le commerce équitable. Il est néanmoins probable qu'il s'agisse d'un effet indirect important, car cette croissance serait impossible sans une expansion importante des volumes vendus et sans des prix élevés (voir deux premiers points). Les deux organisations bénéficiant du commerce équitable ont un rôle bien plus important au niveau de l'emploi que les deux autres. Même si d'autres facteurs, comme l'institutionnalisation et la confiance, influent sur la croissance de l'emploi, le revenu et les conditions commerciales de la filière équitable constituent une source évidente de cette croissance.

Par contre, l'étude des quatre organisations ne permet pas de distinguer des différences en ce qui concerne les salaires et les conditions de travail : sans le commerce équitable, Cencoop a par exemple des salaires supérieurs à ceux d'Irupana. En outre, les critères de respect du travailleur et de présence d'un syndicat sont peu pertinents pour les organisations étudiées, dans le sens où presque tous les salariés sont recrutés parmi les familles de coopérateurs. Enfin, il n'y a pas de différence entre les organisations au niveau des salaires des ouvriers travaillant pour les producteurs : les salaires pour le travail temporaire sont fixés au niveau régional et tout le monde s'y conforme.

C) Formation

Présentation

La formation constitue une retombée facilement identifiable mais difficilement attribuable. En effet, elle peut être le résultat d'actions combinées d'ONG, de partenaires équitables et de la coopérative elle-même. Il peut s'agir de cours techniques comme de formations au niveau de la connaissance du marché ou d'autres techniques de gestion (Bayley et al. 2000). Même s'il est difficile d'établir un lien direct avec le commerce équitable, les auteurs attachent beaucoup d'importance à ce domaine souvent mis en exergue auprès du public. On peut évaluer la quantité et les modalités de ces formations (comme dans Hopkins 2000) ou en évaluer la qualité en interrogeant les bénéficiaires. Les chercheurs identifient l'acquisition de compétences techniques, mais également d'éléments tout aussi importants tels qu'une plus grande confiance (Villaseñor 2000), une meilleure compréhension du marché (Lake et Howe 1998), ainsi qu'une plus grande volonté de participer aux décisions de la coopérative (Hopkins 2000).

Outre la formation de type technique, un volet important qu'on pourrait qualifier « d'éducation » touche aux actions de sensibilisation menées par la coopérative. Celles-ci incluent des aspects sociaux et économiques, mais aussi dans un certain sens politiques. Ainsi, Ronchi relève l'existence de « *programmes éducationnels concernant les bénéficiaires du coopérativisme* », afin de promouvoir un « *sens de la solidarité* » parmi les membres (Ronchi 2000, p. 15). Ceux-ci ont pour but de convaincre les membres (actuels et potentiels) des avantages à participer au système coopératif, d'autant plus importants si tous les membres « jouent le jeu », c'est à dire, ne vendent pas à d'autres organisations et participent pleinement au projet. Les actions d'éducation dépassent donc le cadre productif et local et contribuent à promouvoir le système coopératif autant que l'efficacité des organisations.

Conclusion

L'intensité des formations et la conscience par rapport à leur impact sont impressionnantes dans les coopératives boliviennes. Cependant, les programmes sont surtout l'initiative des ONG et des organisations matrices. Ce sont elles qui connaissent le mieux les besoins des producteurs et la manière de s'adresser à eux. Surtout Forcafé et Qhana rencontrent des résultats extrêmement positifs. Le commerce équitable ne semble donc pas être une source identifiable de l'ampleur des formations, sauf pour El Ceibo dont la croissance institutionnelle et financière lui a permis de gérer elle-même ses formations, avec une ambition à la hauteur de sa taille qui devrait rassurer ceux qui craignent un affaiblissement du rôle social à cause de la forte croissance commerciale.

D) Autonomie, confiance, estime de soi¹³

Présentation

Ces aspects sont souvent abordés par rapport à la question du marché. En effet, un des objectifs principaux du commerce équitable est de procurer un accès au marché pour les producteurs qui en sont exclus, grâce à la « niche » équitable, et de leur permettre à travers ce processus d'établir eux-mêmes d'autres contacts dans le marché conventionnel. A terme, les producteurs devraient pouvoir devenir autonomes par rapport au commerce équitable et développer eux-mêmes un réseau de clients qui leur permette de se renforcer de manière indépendante. Ensuite, la sécurité et la croissance possibles au sein du partenariat équitable, peuvent accroître la confiance et l'estime des producteurs, qui seront fiers de ce qu'accomplit leur organisation et y adhéreront d'autant plus.

La plupart des études soulignent l'effet bénéfique du commerce équitable dans l'accès pour les organisations de producteurs à de nouveaux marchés à l'exportation. L'accès à l'exportation peut avoir un impact positif sur l'amélioration de la qualité, sur les capacités de gestion (Hopkins 2000) et sur la notoriété de l'organisation dans son pays (Bayley et al. 2000). De plus, lorsqu'un producteur entame un partenariat avec une organisation de commerce équitable, il rentre souvent en contact avec d'autres organisations du « réseau » des importateurs équitables mais également des ONG diverses (finance alternative, aide au développement...).

Outre l'accès au réseau équitable, le développement de l'organisation entre autres au niveau commercial est non seulement renforcée par l'expérience et les connaissances commerciales (Charlier, Yopez del Castillo et Andia 1998), ce qui est directement lié à la formation, mais également par des éléments moins tangibles comme la confiance et l'estime de soi (Lake et Howe 1998). A travers le commerce équitable, mais déjà aussi la participation à un projet coopératif d'envergure, le sentiment de péril des producteurs par rapport à la concurrence privée peut être supplanté par « *l'impression de faire partie de quelque chose qui les dépasse* », le sentiment d'être « *importants, mieux positionnés et certainement mieux informés* » (Ronchi 2000, p. 28). En résumé, les producteurs se sentent confiants et capables d'entreprendre de grandes choses, ce qui permet à l'organisation d'être ambitieuse dans ses projets d'investissements (« *we can do it !* », p. 27).

Les producteurs peuvent se sentir renforcés par le prestige et la représentation internationale conférée par le commerce équitable (Artisans du Monde 2004), ainsi que par la connaissance du marché et les compétences à l'exportation acquises au fil des échanges. Ces échanges d'informations et de compétences donnent aux départements d'exportation des coopératives une « *compréhension importante de la chaîne marketing entière* » (Ronchi 2000, p. 13), qui peut les aider à améliorer de manière autonome le lancement de nouveaux produits et le suivi des produits existants.

Conclusion

Les organisations travaillant avec le commerce équitable ont une confiance organisationnelle et un pouvoir de négociation commercial clairement plus élevés que les autres. Cependant, la situation intermédiaire de Cencoop et surtout le nombre réduit de cas étudiés interdit toute généralisation. Nous pensons toutefois que la capacité commerciale et la confiance qui en découle sont clairement attribuables au commerce équitable, même si tous les partenaires ne l'ont sans doute pas développé

¹³ Ce point touche avant tout au domaine social, surtout au niveau des membres, même s'il a des implications au niveau commercial. C'est pourquoi nous avons préféré l'inclure dans cette partie; le volet « autonomie commerciale » aurait aussi bien pu figurer dans la partie économique dans une autre classification.

dans la même mesure qu'El Ceibo et Coraca Irupana. Les deux exemples diffèrent néanmoins au niveau de l'autonomie, ce qui est imputable à la politique d'Oxfam sur laquelle nous ne manquerons pas de revenir.

Quant à la confiance et l'estime des membres, celle-ci paraît également plus forte chez les producteurs des deux premières organisations. Il semble logique que la confiance et l'estime des producteurs soient liées à celles de leur organisation. Même s'ils ne connaissent pas bien les différentes filières d'exportation, les coopérateurs parviennent généralement à citer les différents pays de destination, avec la fierté non-dissimulée que « *mon café est exporté en Europe* » (une productrice). L'exemple de Carrasco confirme que de mauvaises conditions commerciales affectent (parmi d'autres facteurs) la confiance et l'estime des producteurs.

E) Contrôle social et participation (au niveau du producteur)

Présentation

Fort lié à la formation des producteurs, le contrôle social porte sur la volonté et la capacité des producteurs à participer à la gestion de l'organisation, à prendre des décisions de manière pertinente et à « contrôler » l'action de ses dirigeants, ce qui rejoint également la notion de « gouvernance ». Tandis que la volonté renvoie directement à l'adhésion et donc à la confiance, la capacité et le contrôle sont liés à la démocratie (pouvoir de changement dont dispose le producteur) et à la formation (niveau d'éducation, compétences et information du producteur). Les deux derniers éléments constituent en quelque sorte les volets « quantitatif » et « qualitatif » de la participation. Nous posons l'hypothèse qu'à travers ces différentes voies, le commerce équitable peut avoir un effet indirect positif sur la participation et donc sur la santé organisationnelle du partenaire. De nombreux auteurs se penchent sur la question de la participation et de l'adhésion et exposent des situations fort différentes en fonction des pays et des contextes organisationnels.

Conclusion

Les retombées du commerce équitable au niveau de la participation sont floues, étant donné qu'elles transitent par des éléments eux-mêmes indirects comme la formation et la confiance. Ces éléments semblent liés à la santé des mécanismes coopératifs bien plus qu'à la participation à la filière équitable. Même si les deux organisations qui en bénéficient sont plus avancées à ce niveau, rien ne permet de dire que ceci est lié directement au commerce équitable. Ce serait d'ailleurs peu probable, car les critères organisationnels qui constituent « l'outil » potentiellement bénéfique sont contrôlés par FLO de manière très souple, afin de ne pas faire ingérence (Chauveau et Eberhart 2000). D'ailleurs, toutes les organisations étudiées sont certifiées par FLO tandis que les pratiques et les situations sont très diverses.

La définition de l'adhésion à l'organisation

Au fur et à mesure des recherches s'est posée la question cruciale de l'adhésion, c'est-à-dire de la définition du statut de membre. Nous nous sommes progressivement rendus compte que celle-ci était fort complexe et dépassait les aspects techniques, pour toucher la conception même de l'organisation. Le sujet est trop important pour être traité ici dans toute son ampleur, ce pourquoi nous nous limiterons aux réflexions et questions, qui pourront faire l'objet de recherches ultérieures. En tentant de répondre à la question, a priori simple, de savoir qui est membre de l'organisation, nous avons été confrontés aux difficultés suivantes :

- Dans la plupart des organisations, une distinction est faite entre membres « actifs » et « passifs ». En effet, certains producteurs sont inscrits comme membres mais ne livrent plus leur production. Le cas le plus flagrant est celui de Cencoop, où deux coopératives de base entières ne produisent plus de café depuis longtemps.
- A l'inverse, dans cette coopérative, certains producteurs ne sont pas officiellement membres mais vendent leur café à l'organisation tout en bénéficiant des mêmes avantages que les membres.
- Dans des organisations comme Coraca Carrasco, certains producteurs vendent une quantité minimale à la coopérative pour pouvoir bénéficier de l'assistance technique et de la certification bio, mais vendent tout le reste aux intermédiaires.
- Vu la difficulté de calculer le nombre de membres à Carrasco ou Cencoop, le seul indice fiable correspond au nombre de producteurs certifiés biologiques.
- Dans les Coraca, l'assemblée générale réunit également des non-producteurs membres du syndicat, qui ont leur mot à dire dans les grandes décisions.
- Enfin, la situation se complexifie encore pour les organisations multi-produits comme Irupana.

Le débat sur la définition de l'adhésion est loin d'être tranché. Au départ, les membres correspondaient aux membres de communautés définies, comme présenté dans le premier chapitre. Cependant, selon Marcos Devisscher, la situation de production évoluant constamment, la nécessité d'une définition plus claire de la « membresía » s'est faite sentir. Ainsi, progressivement, la notion d'apports a été introduite, à l'instar des coopératives classiques : est membre celui qui a apporté un montant défini comme contribution au capital.

Toutefois, même dans une coopérative comme Coraca Irupana, les apports ne sont pas payés dans leur intégralité, et pas par tous les producteurs. Selon Devisscher, l'organisation n'ose pas faire de distinction entre les producteurs sur base des apports, car ceci serait contraire à l'esprit communautaire. La notion d'apports ne semble donc pas correspondre au fonctionnement communautaire. Celle de « producteur » est, quant à elle, floue et instable, surtout dans des contextes de variation de l'adhésion comme à Carrasco. Enfin, la notion de « membre de la communauté » est problématique car elle intègre des non-producteurs dans des décisions spécifiques à l'organisation économique. Le débat autour de l'adhésion est donc symptomatique de la tension entre le modèle coopératif classique d'une part, et le système communautaire traditionnel d'autre part. La construction d'une définition appropriée au contexte communautaire constitue en tout cas un défi de taille loin d'être relevé...

F) Genre (au niveau du producteur)

Présentation

Comme tous les projets de développement actuellement, le commerce équitable s'intéresse aux aspects de « genre », c'est à dire l'évolution de la place des femmes, dans les communautés partenaires. Un des objectifs du commerce équitable est de valoriser le rôle des femmes et de leur permettre de bénéficier au maximum des retombées positives de l'activité économique exercée par le groupe de producteurs. Elles constituent généralement des piliers importants de cette activité productive, et ne sont pas toujours reconnues et rétribuées pour leur action. La valorisation des femmes est particulièrement présente dans les projets d'artisanat, car ce sont surtout des femmes qui portent ces projets à côté de leurs activités domestiques. Le commerce équitable peut constituer une des sources de valorisation et de renforcement de leur position, notamment à travers les critères spécifiques à leur sujet.

Un indicateur facile pour appréhender l'importance de la contribution des femmes, est de calculer leur proportion numérique parmi les producteurs (Hopkins 2000). Cependant, il est évident que « ces chiffres révèlent très peu sur la participation effective des femmes dans les coopératives » (Ronchi 2000). Or, parfois les femmes ne sont membres que sur papier, ou bien le producteur affilié est le mari alors que c'est la femme qui effectue la plus grande partie du travail. A quelques exceptions près, la participation des femmes dans les processus de décision est faible, ce qui est dû au manque de reconnaissance et à la charge domestique importante qui n'est pas valorisée non plus.

Les exceptions à cette constatation montrent, selon Ronchi (2000), qu'on ne peut pas se réfugier derrière des arguments culturels pour admettre le manque de valorisation de la contribution économique des femmes. Le même auteur conclut en encourageant des projets d'éducation et d'inclusion des femmes dans la gestion de la coopérative, en leur reconnaissant le statut d'actrices incontournables du développement. Selon elle, cette « attitude proactive » à l'égard des femmes doit venir de la coopérative elle-même et non d'acteurs extérieurs, mais le commerce équitable peut avoir un rôle de promotion et de sensibilisation dans ce sens.

Enfin, Charlier, Yepez del Castillo et Andia (1998) proposent une grille d'analyse empruntée à Sara Hlupelike Longwe pour « arriver d'une part à l'égalité et d'autre part à un renforcement du pouvoir des femmes » (p.13). Celle-ci comprend les domaines d'évaluation suivants : le bien-être, l'accès aux ressources, la participation, la prise de conscience des relations entre les hommes et les femmes, ainsi que l'identité. Cette classification a été appliquée à la situation des femmes dans les « oeca » boliviennes, pour constater, entre autres, le rôle majeur mais peu valorisé des femmes dans la production et l'organisation de la vie familiale et communautaire.

Conclusion

L'étude des quatre organisations ne met en avant aucune influence des organisations de commerce équitable sur la situation des femmes. Celle-ci dépend essentiellement de la culture et des habitudes locales ainsi que du contexte institutionnel. La participation semble plus élevée au sein d'El Ceibo et de Coraca Irupana, mais pour des raisons qui n'ont rien à voir avec le commerce équitable : dans le premier cas, grâce au système de quota de participation que la coopérative a instauré de sa propre initiative (selon les dirigeants), et dans le second cas, grâce à l'existence et au rôle du syndicat des femmes qui a garanti une participation minimale dès le départ. Rien ne permet donc de confirmer le rôle du commerce équitable tel que présenté dans la littérature.

G) Santé (au niveau du producteur)

Présentation

Tout comme la formation ou le genre, la santé constitue un domaine qui retient l'attention des ONG et des OCE (Hopkins 2000). Les initiatives en faveur de la santé et de l'hygiène des populations sont surtout menées par ces ONG, tandis que les OCE incluent ce point dans leurs critères, surtout au niveau des travailleurs. Aussi, il est important de voir dans quelle mesure cette attention se traduit sur le terrain, c'est-à-dire si les initiatives de santé sont uniquement du ressort des ONG ou si le commerce équitable a un apport à ce niveau, soit directement, soit indirectement via l'appui à l'organisation.

Conclusion

Comme pour la formation ou le genre, la situation au niveau de la santé ne dépend que très peu des OCE. Au mieux, le soutien financier et organisationnel peut permettre à l'organisation de prendre des initiatives dans ce domaine. Cependant, le contraste entre El Ceibo et Coraca Irupana montre que cela dépend des priorités de la coopérative et pas de l'influence des acteurs équitables.

2. Fonds fair trade

Présentation

Le fonds fair trade est constitué par les primes inhérentes à l'échange commercial équitable. Dans le cas du café par exemple, une prime de 5 \$ par quintal est payée en plus du prix plancher FLO. Avec ce fonds, les coopératives peuvent financer des initiatives au bénéfice des producteurs ou des populations en général, ou financer des projets déjà mis en place. Selon les critères, la décision quant à l'affectation du fonds doit être prise démocratiquement.

L'importance et la pertinence des projets de développement entrepris varient évidemment fortement d'une coopérative à l'autre. Certaines se contentent d'investir la prime fair trade dans le pot commun ou de la ristourner aux membres, tandis que d'autres lancent toutes sortes de fondations ou de projets, souvent en collaboration avec les acteurs régionaux et parfois internationaux (ONG etc.), ce qui réduit à nouveau la traçabilité de l'impact du commerce équitable à ce niveau, bien que certains auteurs affirment pouvoir identifier celui-ci (Ronchi 2000). D'un côté, il y a une méfiance importante envers les organisations dont les responsables risqueraient d'accaparer la prime. De l'autre, la conscience que des projets collectifs sont plus efficaces que des « *paiements individuels, si petits qu'ils seraient insignifiants* » (Bayley et al. 2000, p. 29).

Dans le cas des caféiculteurs boliviens, Chauveau et Eberhart (2000) remarquent que la prime est le plus souvent distribuée directement aux producteurs, ce que FLO préfère accepter pour ne pas ingérer dans les décisions prises collectivement. Certaines organisations utilisent la prime pour la capitalisation, tandis qu'une minorité finance des « projets de développement ». C'est pourtant cette dernière utilisation qui est le plus rapportée au Nord, car, selon les mêmes auteurs, elle cadre bien dans la philosophie de développement du commerce équitable.

