

Le Monde diplomatique

Septembre 2007



Pourquoi le Sud rue dans les brancards

Max Havelaar ou les ambiguïtés du commerce équitable

Leader mondial du commerce équitable, Max Havelaar prétend répondre à une demande de consommation « différente » placée sous le signe de la solidarité entre consommateurs du Nord et petits producteurs du Sud. Toutefois, l'entreprise semble effectuer un tournant « pragmatique » en se liant à de grands groupes très éloignés de ses préoccupations d'origine. Il n'est pas certain que les producteurs et les citoyens s'y retrouvent.

PAR CHRISTIAN JACQUIAU

Comment apporter aux petits paysans pauvres un revenu qui leur permette de prendre en charge leurs besoins fondamentaux, de préserver leur environnement et de fonder des relations humaines sur d'autres valeurs que celles prônées par le « tout libéralisme » planétaire ? C'est lors de la première Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement (Cnuced), en 1964, que l'idée « *Trade not aid !* » (« le commerce, pas l'aide ») donne naissance au commerce équitable. Jusque-là réservée à une clientèle d'initiés, la vieille idée d'une relation plus juste entre le Nord et le Sud se popularise alors auprès d'un public que l'on qualifie volontiers d'« alterconsommateur ».

« Créé en tant que commerce solidaire, rappelle la sociologue Virginie Diaz Pedregal, le commerce équitable a été fortement marqué à ses débuts par l'humanisme des mouvements religieux chrétiens, ainsi que par une conception protestante de l'éthique ⁽¹⁾. » D'essence caritative, mais influencé ultérieurement par une approche politique plus tiers-mondiste, ce commerce solidaire se transforme en acte d'opposition au système capitaliste. Il devient alors « alternatif ». Jusqu'à ce que...

« Nous étions et sommes toujours anticapitalistes, opposés aux transnationales », rappelle le prêtre ouvrier Frans van der Hoff, cofondateur en 1988 de la marque Max Havelaar ⁽²⁾. Pourtant, happé par la vague néolibérale, la démarche « solidaire » puis « alternative » a muté, au tournant des années 2000, jusqu'à devenir un « commerce équitable » largement dépolitisé. « L'heure n'est plus à la révolution mais à la réforme, souligne Diaz Pedregal. L'objectif du mouvement est de bonifier le système libéral en le modifiant de l'intérieur. »

Présent dans de nombreux pays du Nord et principal promoteur de cette mutation, Max Havelaar se trouve au cœur d'un vaste débat renvoyant la démarche à ses fondements, historiques et politiques. D'un côté, les tenants de la marchandisation des produits équitables. De l'autre, les promoteurs d'un modèle exigeant davantage de contenu social et environnemental tout au long des filières, au Sud comme au Nord, avec en filigrane une interpellation sur la question essentielle de la répartition des richesses. En ce sens, l'affaire du coton africain estampillé Max Havelaar – au-delà des polémiques qu'elle suscite – est emblématique du trouble que traverse le monde de l'équitable.

Du retrait de la France coloniale – ayant permis la nationalisation des filières cotonnières africaines au bénéfice des Etats émancipés – aux privatisations imposées à ceux-ci par le Fonds monétaire international (FMI) et la Banque mondiale, conduisant de fait à la réappropriation de leurs richesses par de puissants oligopoles privés, le coton est révélateur d'une certaine instrumentalisation du commerce équitable.

La rémunération des petits paysans africains producteurs de coton est désormais fixée par le marché, où opèrent de puissants groupes financiers ou agroalimentaires, comme la société française Dagrif (Développement des agro-industries du sud), détentrice d'un quasi-monopole sur le secteur cotonnier de l'Afrique de l'Ouest. Entreprise jusque-là publique, Dagrif est aujourd'hui en cours de privatisation (lire « Paris brade le coton subsaharien »). « Le maintien de Dagrif dans la sphère de l'Etat [risquait] de l'exclure de certaines privatisations, les Etats africains s'opposant fréquemment à

ce que des organismes majoritairement publics contrôlent les filières cotonnières privatisées », précise un rapport du Sénat français, très favorable à sa dénationalisation, en mars 2005 ⁽³⁾. Désormais, la volonté du groupe de servir de confortables dividendes à ses actionnaires s'opposera à l'espérance des paysans de recevoir une équitable rémunération. Pour couper court à toute contestation, Dagrís s'est tourné vers le « commerce équitable » : sur les deux cent quarante mille paysans producteurs de coton pour la société, trois mille deux cent quatre-vingts ont été sélectionnés pour bénéficier du système Max Havelaar ⁽⁴⁾.

Elimination des petits paysans

Un tel compagnonnage est contesté par Mme Aminata Traoré, ex-ministre de la culture du Mali : « Le commerce équitable fait partie des solutions au drame africain, à la condition que Max Havelaar ne se mette pas avec Dagrís. Dagrís fait partie du problème. » Mais d'autres considérations emportent la décision de Max Havelaar. « En 2003, l'association affichait un déficit de 350 000 euros, plus 600 000 euros de dettes et un arriéré d'impôts dépassant 700 000 euros. Max Havelaar France se refait une santé financière avec la fibre textile », constate la presse française ⁽⁵⁾. De fait, l'association est aussitôt récompensée : 610 000 euros lui sont versés par le ministère des affaires étrangères français, 500 000 par le Centre pour le développement de l'entreprise (CDE). Au total, plus de 1,7 million d'euros, toutes subventions comprises, pour la seule année 2004 ⁽⁶⁾.

« Si le commerce équitable est vraiment une cause d'intérêt général, pourquoi n'est-il pas financé par l'Europe ou par l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) ? Pourquoi par le ministère français des affaires étrangères ? », interroge M. Michel Besson, directeur de l'association Minga. En tout cas, à peine le partenariat entre le trust cotonnier et Max Havelaar est-il scellé que Dagrís, par la voix de son président, se livre dans les colonnes du quotidien Le Monde à un véritable plaidoyer pour des cultures génétiquement modifiées en Afrique ⁽⁷⁾. Un mode de production très lucratif pour les transnationales de l'agrochimie, mais ayant pour conséquence immédiate l'élimination des petits paysans.

McDonald's, dont on connaît la violence des pratiques sociales, propose désormais du café équitable « logotisé » ⁽⁸⁾ Max Havelaar. Tout comme Starbucks, le leader mondial de l'« espresso bar » avec ses sept mille cinq cents points de vente répartis dans trente-quatre pays, que l'écrivaine Naomi Klein qualifie de « précurseur dans l'art moderne de l'horaire [de travail] flexible ». Accor, dont la grève des femmes de chambre a, durant de longs mois, défrayé la chronique, sert à son tour du café Max Havelaar au bar de ses hôtels. Nestlé, l'entreprise la plus boycottée par les consommateurs britanniques, revendique elle aussi son partenariat avec Max Havelaar.

Une féroce répression antisyndicale

Il n'y a dès lors plus d'obstacles pour que les produits équitables franchissent le seuil de la grande distribution, dont la politique d'approvisionnement, caractérisée par la recherche de fournisseurs socialement moins-disants, amplifie les délocalisations massives, accélère l'insécurité sociale et la précarité ⁽⁹⁾. Offres publiques d'achat (OPA), fusions, absorptions, rachats... « Sur chaque grand segment de marché, trois ou quatre firmes internationales fournissent à elles seules 80 % de l'offre vendue en hypermarché », constatent les représentants de Coopernic, la deuxième plus grande centrale d'achats européenne ⁽¹⁰⁾. Douwe Egberts, Kraft Foods, Nestlé, Procter & Gamble et Sara Lee se partagent ainsi le marché du café. Un phénomène de concentration qui touche également le secteur de la distribution.

Pour les détracteurs de Max Havelaar, l'approche des géants de la distribution constituerait une véritable menace. Ils en veulent pour preuve les déclarations du représentant des hypermarchés Leclerc, au moment même où plusieurs syndicats dénonçaient la « féroce politique antisyndicale » inspirée par l'enseigne à ses magasins affiliés : « Le commerce équitable ne constitue qu'un marché émergent. Avec les volumes, les fournisseurs vont pouvoir écraser leurs coûts de production et nous pourrions ainsi augmenter nos marges. » Avec l'humain (salaires et protection sociale) pour variable d'ajustement ?

« Les différents types de distribution ne sont pas nécessairement incompatibles, car ils ne conviennent pas aux mêmes types de producteurs : à petit producteur, petit magasin, à gros producteur, gros magasin », avoue un commerçant de l'équitable dont le chiffre d'affaires a été multiplié par vingt et un en cinq ans ⁽¹¹⁾. Sous l'impulsion des businessmen du « charity coffee », le commerce équitable a désormais muté en commerce de l'équitable, ce que regrette le père Van der Hoff : « Dès 1990, nous étions préoccupés par la tournure que prenait le mouvement dans d'autres pays ⁽¹²⁾. Sa dimension politique a été peu à peu édulcorée, puis évincée. »

Lidl bénéficie à son tour de l'image rassurante de Max Havelaar alors qu'une campagne sans précédent est menée dans toute l'Europe autour du très révélateur Schwarz-Buch Lidl (livre noir) qui dénonce « les conditions de travail, un climat de peur parmi les salariés et des mesures répressives insupportables » dans ses magasins ⁽¹³⁾. Mais, pour Max Havelaar Allemagne – qui a vu son chiffre

d'affaires progresser de 50 % pour atteindre 110 millions d'euros depuis l'arrivée de ses produits sur les rayons du distributeur à bas prix –, les critiques émises à propos des dérives du commerce équitable ne seraient pas recevables.

McDonald's, Starbucks, Accor, Nestlé, Dagrís, Leclerc, Lidl... L'expérience aurait pu aller beaucoup plus loin encore si Max Havelaar Suisse n'avait décidé de se séparer de Mme Paola Ghillani, sa directrice générale, ex-présidente de Fairtrade Labelling Organizations (FLO) ⁽¹⁴⁾. Peu de temps avant qu'elle ne soit distinguée par le très libéral Forum de Davos du titre envié de « global leader for tomorrow » (« leader global pour demain »), elle avait entrepris d'introduire Max Havelaar dans les services, le tourisme, la banque, les bijoux, l'électronique et même... le pétrole et les diamants ⁽¹⁵⁾.

« Pour traiter directement avec les producteurs, Max Havelaar n'hésite pas à organiser la disparition des petits intermédiaires locaux, ces colporteurs qui font office de commerçants ambulants en profitant de leurs déplacements pour apporter marchandises et médicaments aux villageois les plus éloignés. Il les pousse à la faillite, pour des raisons affichées d'économie et de morale. En fait, il les a fait disparaître pour prendre leur place », s'indigne Mme Anne Brochier, animatrice d'une petite structure d'aide au développement. Aux 6 centimes d'euro que les « coyotes » (intermédiaires) prenaient sur le prix d'un paquet de café se sont substitués les 5 centimes d'euros exigés par Max Havelaar.

Autre sujet de débat, la question légitime de savoir qui paye pour l'équitable ? Le consommateur, assigné en réparation des dommages subis par les petits paysans. Culpabilisé par des slogans publicitaires jouant sur le registre misérabiliste, qui tentent de lui faire oublier que ce sont les mêmes torréfacteurs et distributeurs qui, après avoir exploité et plongé des millions de petits paysans dans une misère extrême en leur imposant des prix réduits depuis tant d'années, reviennent avec cynisme sur les lieux de leurs forfaits. A peine dissimulés sous leurs tout nouveaux masques équitables, encore étiquetés made in sweat shops.

Comme les paysans payent pour être certifiés en agriculture biologique, comme les fournisseurs de la grande distribution acquittent un droit d'entrée pour être référencés, les petits producteurs pauvres doivent s'acquitter d'un quasi-« droit au référencement » auprès de FLO - Max Havelaar pour espérer être un peu moins maltraités par ceux qui achèteront leur production. Les honoraires varient d'une coopérative à l'autre, en fonction du nombre de paysans et de salariés... bien que les plus pauvres, travailleurs saisonniers, journaliers, paysans sans terre et autres précaires, aient été exclus du champ de l'équitable par le système. Le prix d'achat aux producteurs de café a été fixé une fois pour toutes, en 1998, par FLO - Max Havelaar : 0,76 euro la livre pour le robusta et 0,88 euro pour l'arabica, quel que soit par ailleurs le prix auquel il est vendu au consommateur final.

On précisera que Max Havelaar n'achète pas de produits. Il n'en vend pas non plus. Son rôle se limite à garantir aux consommateurs l'application d'un cahier des charges élaboré par FLO. Les entreprises qui diffusent les produits garantis « équitables » par Max Havelaar s'engagent à le respecter et à payer ce prix minimum aux producteurs. Sans s'engager sur les volumes... Dès lors, les entreprises qui revendiquent leurs prétendues bonnes pratiques peuvent arbitrer entre l'équitable, payé à peine plus cher, mais permettant de communiquer « responsable », et les cours du marché mondial leur garantissant d'engranger de substantiels profits. Combien d'équité dans l'équitable ? Un peu plus de 4 euros mensuels de revenu supplémentaire par paysan, selon les chiffres de Max Havelaar, sur lesquels il leur faut déduire les frais de coopérative, de transports locaux et de douane.

Vingt ans après la création de Max Havelaar, le constat de Van der Hoff est amer : « Sur le plan économique, nous nous portons un peu mieux qu'en 1988. Mais notre situation reste très précaire. Nos producteurs de café [équitable] gagnent en moyenne 2,18 euros par jour – moins que le minimum légal de 3,28 euros au Mexique », lui-même déjà très bas.

« Quand Rica Lewis vante les vertus équitables de ses jeans, on oublie qu'il n'y a que le coton qui est labellisé. Malongo [café certifié par Max Havelaar] fait aussi du non-équitable, la démarche n'est pas complète. C'est du marketing », reconnaît M. Michel-Edouard Leclerc. Seul le coton en provenance du Cameroun (tissé en Italie) ayant servi à sa fabrication (en Tunisie) mérite l'appellation « équitable ». « FLO-Cert garantit la traçabilité et la conformité de ce jean, fabriqué selon les règles établies par la convention de l'OIT [Organisation internationale du travail] », tient à préciser Rica Lewis. Comme si l'équitable pouvait se résumer au seul respect de ces règles plus que minimales...

En l'état actuel, aucun label, aucune réglementation n'apportent de garanties officielles aux consommateurs d'équitable, qui doivent s'en remettre à la confiance qu'ils placent dans les acteurs du secteur. Le terme « label » ne peut en effet être utilisé qu'à la condition de répondre à une triple exigence : disposer d'un cahier des charges soumis à des contrôles indépendants, certifiés par un organisme lui-même indépendant et agréé par les pouvoirs publics. Aucune organisation du commerce équitable ne répond à ces exigences.

Les grands bénéficiaires de l'ingénierie actuelle sont avant tout les structures d'audit et les intermédiaires de la certification, avec les transnationales de l'agroalimentaire, de la torréfaction et de la distribution. Il n'en coûte en effet rien à ces dernières puisqu'elles se contentent de payer un peu plus cher une quantité infime de matières premières, réputées équitables, qu'elles s'empressent

aussitôt de surfacturer à des consommateurs en quête d'équité. En l'absence d'une réglementation les définissant et en codifiant le contenu, la faiblesse des contrôles garantissant le commerce équitable prête également à toutes les controverses. En contrôlant cinquante-cinq acteurs parmi les plus représentatifs du secteur, la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) a observé dix-sept démarches différentes, dont certaines se caractérisent par l'absence de cahier des charges, voire de traçabilité.

Faute d'inspecteurs en nombre suffisant, le système pousse les petits paysans à se regrouper en coopératives, puis les coopératives en unions de coopératives (coopératives faitières). Ne disposant que de deux inspecteurs indépendants pour tout le Mexique, un seul pour les autres pays, FLO-Cert en arrive à ne plus contrôler que les coopératives de coopératives, ce qui a pour effet d'éloigner un peu plus les inspecteurs de ceux qu'ils sont censés contrôler.

« La Fédération artisans du monde doit se distinguer des opérateurs commerciaux n'ayant pas d'objectifs d'éducation ou de transformation économique et pour lesquels le produit équitable prend le dessus sur la filière équitable », prône Mme Carole Reynaud-Paligot, sa présidente. Comme Minga et Nature et progrès, elle préconise une garantie basée sur le partenariat, l'autoévaluation et l'évaluation croisée.

Surmédiatisé, disposant de moyens financiers sans commune mesure avec ceux de ses concurrents, Max Havelaar se retrouve inmanquablement sous les feux de la contestation. Pour autant, ses concurrents, plus petits, moins médiatiques et donc moins exposés, et n'ayant pas commis l'imprudence de se prétendre « label » – ce qu'ils ne peuvent pas davantage revendiquer –, ne sont pas pour autant à exempter de toute critique.

On voudrait croire le commerce équitable propre à juguler la domination exponentielle de ceux que Jean Ziegler nomme « les nouveaux maîtres du monde », mais glisser un paquet de café réputé équitable sur le sommet d'un chariot débordant de produits inéquitables, fabriqués le plus souvent par de quasi-esclaves dans les sous-sols du tiers-monde, peut-il suffire à satisfaire la demande d'éthique de citoyens de plus en plus avisés ?

Les déviances, abus et excès commis en son nom ne sauraient pour autant conduire à rejeter l'idée d'une véritable démarche équitable. Chaque jour, le consommateur vote pour un modèle de société productiviste, intensif, polluant et déshumanisé ou pour un type de production respectueux de l'humain, des animaux et de leur environnement. Partout des voix s'élèvent pour exiger un véritable commerce équitable, libéré de l'emprise des manipulateurs de la communication et du marketing. Les « alterconsommateurs » représenteraient déjà de 15 % à 25 % de la population ⁽¹⁶⁾.

« Au Japon, 25 % des foyers sont engagés dans le mouvement des coopératives de consommateurs dont font partie les fameux Teikei ⁽¹⁷⁾, inspirateurs des AMAP [Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne] françaises », explique la journaliste Noriko Hanyu. Ces modèles ne recourent pas à la publicité, n'arborent aucun logo, encore moins de label, pourtant ils tendent vers ce que pourrait être un véritable commerce équitable.

Deux logiques s'affrontent dans ce paysage tourmenté. Celle de la marque Max Havelaar et de ses partenaires commerciaux, se caractérisant par le traitement d'importants volumes de produits de niche et d'exportation (café, thé, cacao, etc.), au détriment parfois des cultures vivrières et de la souveraineté alimentaire des populations locales, et celle de réseaux du type Nature et progrès, Artisans du monde ou Minga, qu'accompagnent des milliers de sympathisants-militants, se positionnant résolument dans une approche de filières ⁽¹⁸⁾, de relocalisation des activités et de généralisation d'échanges véritablement équitables, au Nord comme au Sud.

Seul un cadre universel s'imposant comme la norme permettra de subordonner définitivement le commerce et l'économie à l'humain. A quand une Organisation mondiale du citoyen et de son environnement ?

CHRISTIAN JACQUIAU

Christian Jacquiau est économiste, et, par ailleurs, l'auteur de l'ouvrage *Les coulisses du commerce équitable : mensonges et vérités sur un petit business qui monte*. Paris : Mille et une nuits, 2006, 476 p.

(1) Virginie Diaz Pedregal, *Le Commerce équitable dans la France contemporaine*, L'Harmattan, Paris, 2007.

(2) Entretien croisé Frans Van der Hoff et Christian Jacquiau dans la revue *Imagine demain le monde*, n° 60, Bruxelles, mars-avril 2007.

(3) www.senat.fr/commission/fin/collect...

(4) Trois groupements au Cameroun, cinq au Mali et quatre au Sénégal, tous certifiés Max Havelaar, réunissent respectivement mille sept cents, mille cent et quatre cent quatre-vingts producteurs de coton.

(5) Nicolas Prissette, « Les dessous du coton "équitable" », *Le Journal du dimanche*, Paris, 6 mars 2005, entre autres.

(6) Les diverses subventions allouées à Max Havelaar France se sont élevées à 449 998 euros en 2000, 513 895 euros en 2001, 475 382 euros en 2002, 457 031 euros en 2003, 1 713 923 euros en 2004 et 1 115 966 euros en 2005 (les chiffres de 2006 ne sont pas encore communiqués).

- (7) Gilles Peltier, « Avec les OGM, réduire la fracture agricole mondiale », *Le Monde*, 3 février 2005.
- (8) On ne peut utiliser le terme « labellisé » pour désigner Max Havelaar, qui, contrairement à ce que prétend sa communication, n'est en rien un label.
- (9) Lire « **Racket dans la grande distribution "à la française"** », *Le Monde diplomatique*, décembre 2002.
- (10) Coopernic regroupe Colruyt (3e distributeur belge), Rewe (2e groupe de distribution en Allemagne), Conad (2e groupe de distribution en Italie), Coop (2e groupe de distribution suisse) et Leclerc (2e groupe de distribution en France derrière Carrefour-Champion, ex-Promodès).
- (11) Tristan Lecomte (société anonyme Alter Eco) dans Jean-Pierre Blanc, Ondine Bréaud et Pierre Massia (sous la dir. de), *Commerce équitable et café, rébellion ou nécessaire évolution ?* L'Harmattan, Paris, 2003, cité par Virginie Diaz Pedregal dans *Le Commerce équitable dans la France contemporaine*, op. cit.
- (12) La marque Max Havelaar est présente dans une vingtaine de pays dits « du Nord » : Allemagne, Autriche, Belgique, Espagne, Finlande, France, Royaume-Uni, Italie, Irlande, Norvège, Suède, Suisse, Canada, Danemark, Japon, Luxembourg, Etats-Unis et Pays-Bas, où elle a été fondée en 1988.
- (13) Publié à l'initiative du syndicat allemand des services Ver.di ; www.attac.de
- (14) FLO regroupe les initiatives nationales de Max Havelaar, porteuses de marques commerciales différentes selon les pays : Max Havelaar, Fairtrade, Transfair ou encore Rattuisemarkt.
- (15) Daniel Wermus, « Les dessous du divorce entre Max Havelaar et Paola Ghillani », *La Liberté*, Genève, 6 avril 2005.
- (16) Stéphane Lauer, « La distribution est désemparée face aux "alterconsommateurs" », *Le Monde*, 15 juillet 2004.
- (17) Les linguistes traduisent le mot *teikei* par « mettre le visage du paysan sur les aliments », pour désigner ce type de relation directe entre « producteur-citoyen » et « citoyen-consommateur ».
- (18) Du producteur au consommateur, en passant par les exportateurs, importateurs, transformateurs, conditionneurs, transporteurs pour arriver au commerçant. Sans oublier, à chaque étape, leurs salariés.

Voir aussi le **droit de réponse** dans notre édition d'octobre 2007.

Voir aussi

Paris brade le coton subsaharien, par Olivier Piot