

**LE MOUVEMENT INTERNATIONAL DU COMMERCE
EQUITABLE ET LES PERSPECTIVES POUR LES
ORGANISATIONS PAYSANNES CAMEROUNAISES**

Rédigé par

**Dr Michael Njume Ebong
Consultant International**

Pour le Projet

**Professionnalisation Agricole et Renforcement Institutionnel
(PARI)
AFD/MINADER**

TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
LISTE D'ACRONYMES	3
NOTE INTRODUCTIVE	4
RESUME	5
RECOMMANDATIONS	7
PREMIERE PARTIE :	
APERÇU GÉNÉRAL DU MOUVEMENT DU COMMERCE ÉQUITABLE	
1. CONCEPT	9
2. ORIGINES ET CROISSANCE	11
3. VUE D'ENSEMBLE DU MARCHÉ	13
4. STRATEGIE ET SYSTEME	24
5. CERTIFICATION DE PETITES ORGANISATIONS	36
6. RÉSEAU AFRICAIN DU COMMERCE ÉQUITABLE	40
DEUXIEME PARTIE : ORGANISATIONS PAYSANNES	
CERTIFIÉES AU CAMEROUN	
1. PROFILS DES ORGANISATIONS CERTIFIÉES	42
2. IMPACT SUR LA RÉDUCTION DE LA PAUVRETÉ	49
3. CONCLUSIONS	52

Annexe 1 : Tableau détaillé de la distribution des producteurs équitables par région géographique

Annexe 2 : Liste d'organisations paysannes et personnes contactées au cours de l'étude

Références bibliographiques sélectionnées

LISTE DE SIGLES ET ABBREVIATIONS

AFD	Agence Française de Développement
AFN	Réseau Africain du Commerce Equitable
CHEDE-MUAFCOOP	Chede-Muambong Farmers Cooperative Society
EFTA	Association Européenne du Commerce Equitable
APE	Accord de Partenariat Economique
CE	Commerce Equitable
FINE	Groupement de FLO/IFAT/NEWS/EFTA
FLO	Organisation d'étiquetage du Commerce Equitable (Fairtrade Labelling Organizations International)
FLO-CERT	FLO (Certification)
IFAT	Association Internationale pour le Commerce Equitable
FMI	Fonds Monétaire International
KONAFCOOP	Konye Area Farmers Cooperative Society
MACEFCOOP	Mamfe Central Farmers Cooperative Society
MINADER	Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural
NEWS	Réseau Européen des Magasins du Monde
OMC	Organisation Mondiale du Commerce
ONG	Organisation Non Gouvernementale
OP	Organisation paysanne (ou Organisation des producteurs)
OPCC	Organisation des Producteurs du Coton du Cameroun
PARI (Projet)	Professionnalisation Agricole et Renforcement Institutionnel
SODECOTON	Société de Développement du Coton
OMC	Organisation Mondiale du Commerce

NOTE INTRODUCTIVE

Cette étude a été réalisée à la demande du projet PARI (MINADER) qui a prescrit les termes de référence résumés comme suit : définir le concept du commerce équitable (CE), présenter un aperçu historique ainsi que ses principales évolutions; présenter les chiffres clés permettant d'apprécier l'importance du commerce équitable dans le monde, en Afrique et au Cameroun; faire une analyse critique de l'organisation du CE; présenter les procédures d'affiliation et les produits couverts et ressortir les contraintes pour les petites organisations paysannes (OP); et décrire le réseau africain du CE (AFN). En ce qui concerne le contexte camerounais plus spécifiquement, l'étude devait ressortir la liste et les caractéristiques des OP actuellement certifiées au Cameroun, analyser l'impact du CE sur la réduction de la pauvreté en présentant aussi les avantages et inconvénients au niveau des groupes certifiés; et pour conclure l'étude devait tirer des enseignements et formuler des recommandations pour le MINADER.

Le présent rapport a été préparé en respectant les termes de référence prescrits par le Projet PARI susmentionnés, comme le témoigne le sommaire qui suit. En ce qui concerne la méthodologie adoptée pour la réalisation de ce travail, il a été nécessaire, dans un premier temps, de faire un travail de recherche, de collecte des données et d'analyse approfondies à partir d'une littérature variée sur le mouvement international du CE. Les résultats de cette première phase font l'objet de six chapitres de la première partie du rapport. Les informations présentées dans la deuxième partie ont été recueillies par le truchement d'un questionnaire et des entrevues.

Les consultant s'est entretenu non seulement avec les dirigeants des OP certifiées et, dans certains cas, avec les membres bénéficiaires des groupes concernés, mais aussi avec les responsables de deux groupes (Bio Tropical à Douala et UNA-PAC à Loum) qui sont certifiés pour la production et le commerce biologique (bio) mais pas (encore) pour le CE. Bien que ces deux organisations ne soient pas incluses dans l'analyse du rapport, leurs expériences ont permis des comparaisons utiles entre le marché biologique et le CE. Dans l'ensemble, plus de 20 personnes ont été consultées au cours de ce travail.

Le consultant exprime sa reconnaissance au projet PARI pour lui avoir confié ce travail très instructif, et remercie également tous ceux qui ont contribué d'une façon ou d'une autre à la préparation du rapport. Il assume la responsabilité pour le produit final.

RESUME ET RECOMMANDATIONS

Sommaire

Ce rapport présente une vue d'ensemble du mouvement du CE et une analyse détaillée du contexte camerounais. La première partie du rapport examine le mécanisme globale du CE et les principaux acteurs dans les pays du Nord et du Sud. Cette partie comporte six chapitres, à savoir: le concept du CE ; ses origines et sa croissance ; le marché global du CE; l'organisation et le fonctionnement pratique du CE; la certification des petites OP; et le réseau africain du CE.

Les principaux leçons que nous pouvons retenir de cette première partie sont les suivantes : Le CE est un mouvement citoyen et éthique orchestré par les organisations de la société civile des pays développés, qui estiment que le commerce mondial conventionnel de libre échange est injuste pour les producteurs des pays en voie de développement, en particulier dans le secteur agricole et rural où se trouve concentrée la pauvreté endémique. Ce secteur est affecté négativement par les subventions accordées aux agriculteurs dans les pays développés. Le CE diffère du libre échange conventionnel de plusieurs manières: il garantit un prix stable et favorise une relation commerciale à long terme entre les producteurs du Sud et leurs partenaires du Nord; il octroie une prime de développement aux organisations de producteurs, et renforce leur autonomie pour le développement social, économique et environnemental. Pour les OP certifiées, ces avantages valent de loin les contraintes additionnelles qu'impose leur certification au CE.

La communauté du CE a évolué rapidement depuis les années 50 comme marché pour les objets artisanaux importés des pays du Sud pour devenir un segment en pleine croissance qui a pénétré les chaînes de supermarchés dans les pays du Nord. Cette croissance rapide est attribuée en premier lieu à la création en 1997 de FLO, qui a mis de l'ordre et de l'homogénéité entre les initiatives du commerce solidaire jusque-là disparates dans différents pays, conduisant au développement d'une marque de certification uniforme pour le CE. Le FLO et ses entités nationales constitutives ont ainsi été les acteurs principaux dans l'expansion du CE, dont la croissance est projetée à environ 16 pour cent par an au cours des années à venir. Toutefois, la part globale du CE dans le marché mondial des produits alimentaires et agricoles est actuellement de 0,1 pour cent à peine. Cette statistique suggère que le CE ne peut être la solution miracle pour réduire la pauvreté de masse dans les pays en voie de développement.

Du côté de l'offre, les organisations de producteurs certifiées sont concentrées en Amérique latine qui représente plus de 50 pour cent de tous les producteurs certifiés, plus de 80 pour cent de groupes certifiés pour le café, et plus de 70 pour cent de groupes certifiés pour la banane. En Afrique, les organisations actuellement certifiées sont concentrées en Afrique de l'est (37,2 pour cent) et en Afrique australe (30,2 pour cent); suivie de l'Afrique de l'Ouest (22,2 pour cent); de l'Afrique du Nord (8,1 pour cent), et finalement de l'Afrique Centrale/CEMAC (2,3 pour cent), qui ne compte que cinq groupes certifiés, tous au Cameroun. En effet, la CEMAC n'est pas encore représentée dans le réseau continental africain du CE. A cet égard, et à peu d'exceptions près, l'Afrique francophone pèse peu dans l'histoire et les opérations actuelles du mouvement du CE.

La deuxième partie du rapport traite le contexte camerounais du CE de façon plus particulière. En ce moment, il existe seulement quatre organisations de producteurs certifiées (exception faite de la SODECOTON qui est certifié comme exportateur de l'OPCC, et qui se trouve également être une société d'état et donc pas un groupe de producteurs concerné par ce report). Bien que les quatre groupes en question offrent des enseignements plus ou moins opposés quant à leur succès relatif à pénétrer le marché du CE, ils partagent néanmoins quelques points communs.

Premièrement, le succès sur le marché du CE dépend probablement moins de la certification pour le CE et beaucoup plus du type de produit proposé à ce segment du marché. À cet égard, l'OPCC a réussi assez rapidement à tirer des bénéfices de ce marché parce qu'il a pu trouver des acheteurs pour son coton sur le marché du CE (avec l'assistance de Max Havelaar France et d'autres organismes), tandis que KONAFSCOOP et Chede-Muafcoop n'ont pas encore réussi à vendre leur café robusta à un importateur du CE depuis leur certification il y a deux ans.

Deuxièmement, bien que la Chede-Muafcoop n'ait rien vendu en ce moment sur le marché du CE, son expérience démontre que le certificat du CE peut aussi servir à des fins non commerciales, par exemple en l'utilisant à bon escient pour faire valoir la crédibilité et la visibilité locales et internationales de l'OP concernée, et mobiliser des ressources pour des projets de réduction de la pauvreté en zones rurales. Cet objectif correspond justement à la préoccupation principale du mouvement du CE qui se considère comme une initiative pour les pauvres.

Troisièmement, l'expérience de l'OPCC, qui a pu, en quelques années seulement après sa certification, accumuler des bénéfices substantiels pour ses membres (revenus accrus et soutenus et beaucoup de projets de développement communautaire déjà réalisés et en vue), démontre à l'évidence que le modèle du CE présente des avantages significatifs pour les groupes certifiés capables de pénétrer ce marché, y compris des avantages pour toute la communauté locale du groupe concerné.

Le succès de l'OPCC s'explique aussi par sa capacité à appliquer les normes FLO, et plus particulièrement les normes sociales, complétées par les critères que l'OPCC a développés elle-même pour sélectionner ses groupes membres souhaitant participer au CE. Les normes exigées pour la certification sont semblables à plusieurs égards aux dispositions de la loi no. 92/006 du 14 août 1992 relative aux sociétés coopératives et aux Groupes d'Initiatives Communes. Toutefois, plusieurs coopératives trouvent que l'application à la lettre de cette loi est difficile pour différentes raisons, telles que le mauvais état de pistes rurales, le manque de moyens de transport et de communication, l'insuffisance des capacités de commercialisation, surtout pour le marché à l'exportation, les appuis pratiques en provenance des services publics aux coopératives sont limités, et la rareté des capacités techniques et administratives en milieu rural.

Par conséquent, le rapport recommande que le MINADER étudie les voies et moyens de mettre en application le concept d'un "réseau des coopératives leaders" au Cameroun, avec un accent particulier au niveau départemental, afin de renforcer les capacités des coopératives pour le CE et pour d'autres marchés porteurs spécialisés à l'instar du marché biologique, ainsi que pour le commerce d'exportation en général. En plus, un Forum Camerounais du CE est suggéré pour entraîner un mouvement du CE au Cameroun et dans la sous région de la CEMAC.

Principales Recommandations

Recommandation 1 : Mesures pratiques pour renforcer les capacités des OP camerounaises

1.1. Compte tenu du fait que l'un des principaux avantages que le CE apporte aux groupes certifiés est le renforcement de leur capacité opérationnelle pour le développement autonome, et que les normes sociales du CE sont plus ou moins semblables aux dispositions de la loi no. 92/006 du 14 août 1992 relative aux Sociétés Coopératives et aux Groupes d'Initiatives Communes, le MINADER pourrait envisager des initiatives pratiques additionnelles permettant aux OP de fonctionner dans leurs localités respectives comme instruments efficaces et effectifs de développement agricole et rural, y compris dans la commercialisation de leurs produits, et le renforcement de leurs capacités pour le CE et la certification biologique, pour la commercialisation locale et à l'exportation en général ainsi que pour la mobilisation des fonds en vue de la réalisation des projets de développement communautaire.

1.2. Les mesures pratiques additionnelles proposées à la recommandation 1.1 ci-dessus pourraient inclure le choix sur la base des critères et produits spécifiques (cultures et animaux), d'une OP tête de fil dans chaque département, qui serait renforcée pour jouer le rôle de courroie de transmission du MINADER à autres groupes.

Recommandation 2 : Création d'un forum du commerce équitable au Cameroun

Le MINADER pourrait encourager des organisations de producteurs actuellement certifiées au Cameroun à créer un forum du CE avec le mandat suivant :

2.1. Faciliter les échanges périodiques et systématiques de connaissances et d'expériences entre les groupes camerounais certifiés pour le CE et rechercher des solutions aux problèmes communs;

2.2. Servir de point focal d'information et de facilitation pour d'autres OP au Cameroun et dans la sous-région de la CEMAC désireuses d'adhérer au CE;

2.3. Apporter son concours aux membres dans la recherche des débouchés internationaux pour leurs produits dans différents marchés du CE, du commerce des produits biologiques ainsi que le marché conventionnel;

2.4. Travailler pour la création d'un réseau du CE de la CEMAC et compléter ainsi les structures sous-régionales du réseau continental africain du CE (AFN)

Recommandation 3 : Appui au renforcement des capacités aux OP déjà certifiées pour le CE

Nonobstant la recommandation no. 2 ci-dessus, le MINADER pourrait étudier les voies et moyens de soutenir les OP déjà certifiées dans le CE afin d'améliorer leurs capacités opérationnelles pour maximiser les bénéfices de la certification.

PREMIÈRE PARTIE

APERÇU GÉNÉRAL DU MOUVEMENT DU COMMERCE ÉQUITABLE

1. LE CONCEPT

La raison d'être qui sous-tend le mouvement du commerce équitable (CE) est que le système commercial international ne favorise pas les pauvres producteurs agricoles dans les pays en voie de développement. Contrairement aux partisans du libre-échange, les défenseurs du CE pensent que le marché mondial est imparfait et déséquilibré. Pour eux, malgré tous les arguments avancés par les pays riches en faveur du libre-échange, ces pays continuent à protéger leurs marchés et leurs producteurs par des barrières tarifaires élevées et des subventions internes et à l'exportation tout en militant pour une libéralisation des marchés des pays en voie de développement au sein des organisations internationales telles que l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC), les institutions de Bretton Woods (La Banque Mondiale et le Fonds Monétaire International (FMI)) et à travers des accords commerciaux régionaux tels que les Accords de Partenariat Économique (APE).

Tel que défini par une association d'organisations du CE connue sous le nom de FINE,

“Le Commerce Équitable est un partenariat commercial basé sur le dialogue, la transparence et le respect qui recherche davantage d'équité en matière de commerce international. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions commerciales aux producteurs et travailleurs marginalisés en particulier dans les pays du Sud. Les organisations œuvrant pour le commerce équitable (soutenues par les consommateurs) s'engagent activement à l'appui des producteurs, à leur conscientisation et militent pour le changement des règlements et pratiques du commerce conventionnel international.”

Le CE peut donc s'apparenter à un mouvement de citoyens conduit principalement par les organisations de la société civile et les consommateurs de l'hémisphère nord qui s'activent à réduire la pauvreté dans les pays en voie de développement en soutenant activement et en mettant en pratique ce qu'ils considèrent comme étant des relations commerciales Nord-Sud équitables et équilibrées afin d'apporter des bénéfices aux pauvres dans le processus de mondialisation économique. Plus concrètement, le système du CE s'attaque aux inégalités perçues dans le commerce international à travers une série d'opérations incluant en particulier:

- Promouvoir les relations commerciales plus directes dans la chaîne d'approvisionnement (impliquant les producteurs, les acheteurs, les exportateurs, les importateurs, les distributeurs, les fabricants et les détaillants) aux fins de mettre en rapport direct autant que possible les groupes de producteurs et le marché consommateur et obtenir ainsi une part significative du prix de marché pour les producteurs.;
- Aider les petits exploitants agricoles à travailler ensemble dans les coopératives et d'associations leur permettant de partager les informations sur le marché et de renforcer leur pouvoir de négociation dans la chaîne d'approvisionnement;
- Assurer des prix minimum qui couvrent le coût de production tout en apportant des moyens d'existence durables ainsi que le paiement des primes à investir dans des projets

¹ FINE est le sigle issu de l'association FLO, IFAT, NEWS et EFTA

de développement communautaires et l'amélioration éventuelle des affaires y compris la diversification des produits.

- Mettre à la disposition des agriculteurs des facilités de préfinancement et une garantie des relations commerciales stables à long terme dans le but de réduire les incertitudes et les risques du marché pour les agriculteurs concernés.
- La conscientisation des producteurs des pays en voie de développement sur les questions environnementales en encourageant l'adoption de pratiques de production durables (par exemple: les normes environnementales du CE pour différents produits).

Par la promotion active d'une "justice commerciale" internationale en faveur des populations défavorisées, les organisations du CE espèrent atteindre trois objectifs convergents: (1) changer les règlements et pratiques commerciales conventionnelles existantes en faveur des producteurs des pays en voie de développement; (2) accroître la demande des consommateurs pour les produits couverts par le CE dans les pays développés, et (3) s'assurer que les bénéfices acquis par les groupes certifiés du CE dans le Sud sont utilisés effectivement pour la réduction de la pauvreté (développement social) et le renforcement de capacités des institutions (par exemple, renforcer les capacités de gestion et d'exportation des groupes de producteurs certifiés). En d'autres termes, plus les consommateurs achètent les produits du CE, plus les producteurs des pays en voie de développement pourront bénéficier du CE et avoir la chance de sortir de la pauvreté.

En bref, la différence entre le CE et le système commercial conventionnel réside dans les considérations éthiques telles que la "justice", l'équité, le développement social et la solidarité des consommateurs avec les pauvres. Cependant, certains critiques du modèle du CE ont avancé l'argument selon lequel son objectif principal visant à utiliser le commerce comme un instrument de réduction de la pauvreté dans le Sud à travers des relations commerciales Nord-Sud plus équitables est fondamentalement le même but recherché par les économistes classiques du libre-échange. Ces derniers citent comme exemples les pays en voie de développement, particulièrement ceux d'Asie (ex: Chine, Inde, Singapour, et Corée du Sud) qui ont considérablement réduit leur niveau de pauvreté depuis dix ans en participant de manière dynamique et soutenue dans le commerce international classique de libre-échange.

Pour ces économistes libre-échangistes, la solution au problème de la pauvreté n'est pas le "commerce équitable" mais plutôt la capacité multiforme (volonté politique et économique; infrastructures adéquates, compétences technologiques, organisationnelles, industrielles et managériales et en marketing) des pays en voie de développement à utiliser les accords internationaux de libre-échange de manière astucieuse sinon optimale comme source de croissance économique, de création des richesses et de réduction de la pauvreté².

² Cet argument est soutenu entre autres par l'Institut Adam Smith de Londres qui dans son article paru en 2008 a taxé le commerce équitable de "commerce non équitable" et écrit ce qui suit: "A la fin de la deuxième guerre mondiale, Hong-Kong était plus pauvre que plusieurs pays africains. Les défenseurs du commerce équitable demandèrent alors le boycott des produits provenant des 'magasins clandestins' de Hong-Kong. Or, en travaillant avec le marché libre – en abandonnant les barrières douanières et la réglementation – la croissance de l'économie de Hong Kong a très vite doublé non seulement des économies africaines derrière lesquelles elle se situait, mais de dépasser, au cours des trente années qui ont suivi, le taux de croissance de l'économie du Royaume-Uni. A la même

En outre, le CE partage d'autres similarités avec le libre-échange international tel qu'encouragé par l'OMC en particulier relatives aux normes de qualité, de santé et de respect de l'environnement qu'il souhaite voir les producteurs pauvres du Sud mettre en application comme condition de certification pour le CE. Certaines de ces normes, dont notamment la protection environnementale, semblent être plus strictes que celles qui sont de rigueur à l'OMC. De la même manière, en tant que concept, le CE cherche à créer les conditions uniformes pour les acteurs du commerce international et procurer des avantages pour les producteurs des pays en voie de développement à travers l'élimination des barrières douanières et des subventions diverses accordées aux producteurs des pays développés. Tel est exactement le même objectif poursuivi par les partisans du libre échange et l'OMC – quoique à travers des négociations formelles et non au moyen des campagnes publiques visant les consommateurs prisées par les partisans du CE.

2. ORIGINES ET ÉVOLUTION

Le mouvement du commerce équitable trouve ses origines dans une prise de conscience de plus en plus croissante de la misère des pays en voie de développement imputée à l'exploitation économique par les sociétés des pays développés et aux relations commerciales non équilibrées entre le Nord et le Sud. A cet égard, un roman très populaire du 19^e siècle (1860) intitulé "Max Havelaar" par Multatuli, nom de plume d'un auteur hollandais (Edouard Douwes Dekker), a contribué de manière significative à aiguïser la prise de conscience des conditions des travailleurs dans les pays en voie de développement grâce à la dénonciation des conditions de travail dans les anciennes colonies hollandaises par le héros du roman (Max Havelaar). Ce roman critiquait de manière acerbe l'exploitation des cueilleurs de café dans ces colonies par les marchands hollandais.

Cette prise de conscience de plus en plus croissante en Europe et en Amérique du Nord du dénuement économique du Sud a favorisé la création de premières initiatives concrètes du CE par divers acteurs de la société civile européenne et nord-américaine ainsi que par des groupes religieux. "Ten Thousand Villages", une organisation philanthropique américaine, semble être la première organisation à pratiquer le commerce équitable, également connu sous le nom de "commerce alternatif", en achetant du matériel de couture fabriqué au Puerto Rico à partir de 1946. Très probablement, la première boutique de «commerce équitable» exposant des produits de ces marques a ouvert ses portes en 1958 aux EU.

En Europe, Oxfam UK commença à vendre les objets d'art fabriqués par des réfugiés chinois dans ses boutiques vers la fin des années 50. En 1964, Oxfam créa la première organisation de promotion du commerce équitable. Les Pays-Bas ont également connu de telles initiatives

période, certains pays africains se sont appauvris davantage. L'une des raisons principales qui expliquent pourquoi ces pays n'ont pas pu progresser comme Hong Kong est qu'ils ont adopté des politiques diamétralement opposées en matière de commerce international...Toute politique visant à réguler le commerce crée des ouvertures pour à la corruption et les douaniers qui sont chargés de l'application des mesures de protection commerciale sont parmi les plus corrompus. Dans l'un de ces pays africains, le montant des pots de vin requis pour accéder à la formation de douanier était pratiquement de dix fois plus élevé que le revenu national moyen". Commerce non équitable par Marc Sidwell, Institut Adam Smith, Londres, 2008.

parallèlement à la même période. Celles-ci ont conduit à la mise sur pied en 1967 du “Fair Trade Original” qui, avec d’autres groupes d’anciennes colonies hollandaises, ont vendu la canne à sucre avec le message suivant: “en achetant la canne à sucre, vous offrez aux populations des pays pauvres une place sous le soleil de la prospérité”. Cette initiative a évolué et s’est diversifié pour donner lieu à la vente des produits artisanaux en provenance du Sud, ce qui a conduit à l’ouverture en 1969 de la première “boutique du Tiers Monde” aux Pays-Bas. Depuis ce temps là ces boutiques, également connus sous le nom de boutiques du commerce équitable dans certains pays, ont joué un rôle de premier plan dans le mouvement du CE notamment en organisant des campagnes publiques effectives et en conscientisant le public sur le besoin de relations commerciales Nord-Sud plus équitables.

Selon l’association européenne du commerce équitable (European Fairtrade Association EFTA) l’importance acquise par le CE à partir de la fin des années 60 jusqu’à nos jours pourrait être attribuée en premier lieu à la “promotion du commerce équitable” ou “commerce alternatif”; qui s’est développée en réponse à la pauvreté grandissante et parfois aux catastrophes naturelles dans le Sud, et a mis l’accent sur la commercialisation des produits artisanaux venant du Sud. Ces premières initiatives étaient conduites par les grandes organisations non gouvernementales internationales connues également sous le nom d’organisations du commerce alternatif et des groupes religieux européens. Ces groupes travaillaient en collaboration avec les producteurs du Sud aux fins de créer des organisations de CE du Sud dont l’objectif était d’organiser et d’apporter leur appui aux producteurs, leur fournir des services sociaux et exporter leurs produits vers le Nord.

Les dates charnières suivantes³ résument l’histoire du CE au cours des trois dernières décennies ou plus:

1973 : Le groupe Hollandais “**Fair Trade Original**” importe le premier café “acheté équitablement” des coopératives de petits producteurs du Guatemala et depuis lors, le “café équitable» n’a cessé de prendre de l’ampleur en Europe et en Amérique du Nord. S’appuyant sur la réussite du café du CE, la gamme de produits de ce dernier grossit considérablement et compte le cacao, le thé, le sucre, des jus de fruits, des épices, du riz, du vin, etc., tandis que les produits non alimentaires comprenaient des fleurs et du coton.

1987 : La European Fair Trade Association (**EFTA**) est alors créée et rassemble les 11 plus grands importateurs européens des produits du CE.

1988 : La marque **Max Havelaar** est créée par Solidaridad aux Pays-Bas comme une marque du CE. Des produits achetés et vendus selon les conditions du CE sont éligibles pour représenter la marque, permettant ainsi à ces produits d’être exposés comme tels sur des rayons de magasins. Cette initiative est suivie par plusieurs autres pays européens et d’Amérique du Nord où diverses organisations d’étiquetage non lucratives semblables du CE sont mises sur pied.

³ Une adaptation de “Sixty Years of Fair Trade” par la European Fairtrade Association (EFTA), Novembre 2006 (www.efta.org)

1989 : La Fédération international de commerce alternatif (**IFAT**) est créée en qualité de réseau mondial réunissant 270 organisations partageant l'objectif visant à améliorer les moyens de subsistance des personnes défavorisées à travers le CE. L'IFAT fournit également un forum d'échange d'informations et d'idées.

1994 : Le Network of European Worldshops (**NEWS!**) est créé pour représenter environ 3000 « Magasins du Monde » ou du CE dans 15 pays européens. Le réseau NEWS coordonne aussi des campagnes publiques du CE.

1997 : Une association mondiale du CE connue sous le nom de Fairtrade Labelling Organizations International (**FLO e.V.**) est créée et regroupe au départ 14 organisations du CE. FLO compte actuellement 20 associations membres. Sa mission est d'établir les normes internationales des produits du CE; de procéder à l'inspection et à la certification de la production, de contrôler le commerce vis-à-vis de ses normes et de procéder à l'étiquetage des produits. L'importance de cette institution réside dans le fait qu'il permet aux produits du CE de pénétrer les grandes chaînes de distribution qui aujourd'hui réalisent environ deux tiers des ventes du CE.

2002 : L'association FLO adopte une nouvelle marque de certification internationale du CE conçue pour harmoniser les différents systèmes d'étiquetage nationaux⁴ pour la vente au détail des produits du CE à travers le monde, l'amélioration de la visibilité de la marque sur les rayons des supermarchés, la promotion d'une image positive du CE, la facilitation du commerce transfrontalier et la simplification des procédures aux importateurs et aux commerçants. A ce jour, environ 20 initiatives d'étiquetage (membre du réseau FLO) ont adopté la nouvelle marque de certification. La certification est faite par **FLO-CERT (GmbH)**, un organisme autonome créé par FLO pour s'assurer que les producteurs et les vendeurs obéissent aux normes du CE établies par FLO International.

2004 : La coopération entre les principales organisations du CE (FLO, IFAT, NEWS!, et EFTA) a conduit à la création de **FINE** (dérivé des premières lettres des sigles des organisations membres). FINE a ouvert un bureau à Bruxelles avec pour mission de coordonner les activités de promotion du CE à la fois au niveau européen et international.

L'un des tournants décisifs de l'évolution du CE tel que souligné plus haut aura certainement été la création en 1997 du FLO International dont l'impact positif est reflété à travers le système harmonisé du CE et de ses principes opérationnels et d'étiquetage des produits ainsi qu'une croissance significative du nombre d'organisations de producteurs certifiées, de la gamme de produits et du chiffre d'affaires des ventes. Toutes ces évolutions sont traitées en détail dans le chapitre suivant sur le marché mondial du CE.

⁴ Trois Initiatives d'étiquetage nationales n'ont pas encore adopté la nouvelle marque de certification notamment Transfair USA, Transfair Canada, et Max Havelaar Switzerland qui continuent à utiliser leurs propres marques.

3. APERÇU DU MARCHÉ ÉQUITABLE

3.1. Le côté de la demande (les consommateurs)

Même si, tel que souligné au chapitre précédent, le Commerce Equitable trouve ses origines dans la vente des produits artisanaux importés des communautés pauvres du Sud par des groupes de développement et de missionnaires, les produits alimentaires et agricoles constituent aujourd'hui la majorité de la gamme de produits du CE sur les marchés des consommateurs des pays développés. Cette évolution pourrait s'expliquer par le fait que la pauvreté dans les pays en voie de développement - que le CE cherche à réduire à travers de meilleures relations Nord-Sud – est généralement concentrée dans les secteurs agricole et rural qui, aujourd'hui encore, offrent l'emploi et des moyens de subsistance à la majorité de la population active dans les pays en voie de développement. Les 14 produits majeurs qui sont vendus équitablement de nos jours sont la banane, le cacao, le café, le coton, les fruits séchés, les fleurs, les fruits frais, le miel, les jus de fruits, le riz, les ballons de sport, le sucre, le thé, et le vin.

De plus en plus, le CE a cessé d'être confiné aux boutiques du monde et aux concessionnaires spécialisés pour constituer une proportion importante des chaînes des supermarchés traditionnels dans les pays développés au point où ces chaînes produisent actuellement plus de soixante pour cent du chiffre d'affaires au détail des produits du CE. Selon l'association FLO, en 2006, les consommateurs du monde entier ont acheté des produits équitables pour une valeur de 1,6 milliards d'euros, représentant une croissance de 42 pour cent par rapport à l'année 2005. Les produits équitables sont désormais disponibles dans plus de 100 000 points de ventes dans les pays développés, dont 80 000 sont en Europe. Datamonitor, un analyste de marché du Royaume Unis, a estimé que les achats des produits équitables connaîtront une croissance à deux chiffres de 15,7 pour cent au cours de cinq prochaines années entre 2007 et 2012 en France, en Allemagne, en Italie, aux Pays-Bas, en Espagne, en Suède, au Royaume-Uni, aux EU, en Australie, en Nouvelle Zélande et au Japon.

Tableau 1: Estimation de la vente au détail des produits équitables en millions d'euros (2005-2006)

Pays	2005	2006	% de croissance
Etats Unis	344,1	499,0	45
Royaume-Uni	276,8	409,5	48
Suisse	133,8	135,3	1
France	109,1	160,0	47
Allemagne	70,9	110,0	55
Pays-Bas	36,5	41,0	12
Canada	34,8	53,8	54
Italie	28,0	34,5	23
Autriche	25,6	41,7	63
Belgique	15,0	28,0	86
Danemark	14,0	21,5	54
Finlande	13,0	22,5	73
Suède	9,3	16,0	73
Norvège	6,7	8,6	28
Irlande	6,6	11,6	77
Japon	3,4	4,1	23

Australie/NZ	2,5	7,2	191
Espagne	0,03	1,9	7,474
TOTAL	1 132,4	1 609,0	42

Source: Données compilées à partir de celles du FLO.

Tableau 2: Ventes mondiales des produits du CE (en tonne métrique) par produit (2004-2005)

Produit	2004	2005	% de croissance
Banane	80.641	103.877	29
Café	24.222	33.991	40
Fruits frais	5.157	8.289	61
Jus de fruits	4.543	5.898	30
Cacao	4.201	5.687	35
Thé	1.964	2.615	32
Sucre	1.961	3.613	84
Riz	1.383	1.704	23
Miel	1.240	1.330	7
Coton	--	1.402	--
Fleurs ⁵	101.610	113.536	12
Vin ⁶	617.744	1.129.508	83

Source: Données compilées à partir de celles du FLO.

Tel que le montre le Tableau 1, les cinq premiers marchés de consommateurs du CE en 2006 étaient par ordre de valeur décroissante de leurs ventes au détail les Etats-Unis, le Royaume-Uni, la Suisse, la France, et l'Allemagne. Des cabinets d'études de marché prévoient que le marché du CE continuera à croître de façon stable dans les marchés porteurs et s'élargira de manière significative à environ 20 pour cent par an dans le reste des pays développés et en Europe de l'Est. Le Tableau 2 ci-dessus montre également que la banane, le café, les fruits frais, les jus de fruits et le cacao sont les produits équitables les plus vendus en volume et en chiffre d'affaires en 2004 et en 2005.

A présent, l'Europe à elle seule constitue 70 pour cent du marché mondial du CE. Les Etats-Unis, le Canada, l'Australie, la Nouvelle Zélande et le Japon contribuent pour le reste du marché. Bien que le CE ne fasse pas encore partie des relations commerciales Sud-Sud (le commerce entre les pays en voie de développement), ce marché est actuellement ciblé par les organisations du CE comme la prochaine étape logique à franchir dans l'évolution du CE, en particulier au regard de l'expansion rapide du commerce Sud-Sud ces dernières années, la Chine et l'Afrique étant un cas d'espèce.

⁵ Nombre de tiges

⁶ Nombre de litres

Cependant, la question qui va se poser est de savoir si le faible pouvoir d'achat caractéristique de la plupart des pays en voie de développement, particulièrement en Afrique, ne sera pas un obstacle au CE Sud-Sud. En outre, le principe de base qui sous-tend les relations commerciales Nord-Sud tel que présenté aujourd'hui s'appuie sur des relations non équilibrées et inéquitables entre les deux parties. Or l'injustice ne peut pas à priori être vue comme caractérisant les relations commerciales conventionnelles Sud-Sud, par exemple entre le Gabon et le Cameroun.

Plusieurs facteurs expliquent dans une large mesure la croissance du marché du CE dans les pays développés. En premier lieu, les organisations de la société civile et des groupes religieux œuvrant dans la promotion de cette forme de commerce ont été remarquablement astucieuses et ont réussi dans leurs campagnes visant à inclure des considérations éthiques dans les échanges internationaux Nord-Sud. Ces campagnes sont soutenues par un nombre impressionnant de volontaires qui organisent tous types d'évènements publics du CE et réussissent même à convaincre les autorités gouvernementales d'introduire les critères du CE dans l'élaboration de leurs politiques de régulation des marchés publics. Par exemple, le café et le thé du CE sont actuellement servis en exclusivité dans les réunions du Parlement européen.

En second lieu, l'Organisation des Nations Unies a, depuis 2001, reproduit le même programme éthique dans son "Global Compact" avec le secteur privé international selon lequel les multinationales actives dans les pays en voie de développement acceptent volontairement de se conformer aux principes des Nations Unies en matière de droits de l'homme et autres normes d'emploi, environnementales et sociales qui assurent aux travailleurs les moyens de subsistance décents et un développement durable.

En troisième lieu, les deux facteurs précédents ont certainement contribué à la conscientisation du consommateur sur les dimensions éthiques, environnementales et de développement du commerce à un niveau jamais atteint auparavant dans le monde du commerce international. Il semble que cette tendance populaire au consumérisme éthique poursuivra son ascendance pendant longtemps au regard des données commerciales montrant que le CE a progressé deux fois plus vite que le commerce conventionnel ces dernières années et qu'il est un facteur majeur de la croissance du commerce au détail dans certains pays comme le Royaume-Uni.

Cependant, un autre facteur non moins important explique la popularité des achats du CE, à savoir l'authenticité associée aux produits du CE et leur traçabilité facile. Les consommateurs sont de plus en plus préoccupés par des questions de l'origine et de détail de production des produits qu'ils achètent et la marque du CE semble leur apporter une certaine confiance à cet égard. Une telle confiance tend à grandir lorsque ces produits sont certifiés comme biologiques en raison des préférences de plus en plus évidentes pour "l'alimentation saine" (basée sur des produits libres de toute contamination environnementale causée par des produits chimiques et/ou autres manipulations génétiques) dans ces pays, ce qui peut expliquer pourquoi les achats du CE connaissent beaucoup de succès dans ces pays depuis la dernière décennie.

Cependant, alors que d'un côté il existe une preuve quantitative suffisante indiquant la croissance du CE dans les marchés du Nord, de l'autre côté, l'on possède très peu sinon pas d'informations sur l'impact du CE sur le développement en général et la réduction de la pauvreté en particulier

dans les pays producteurs. Cette question fait l'objet de la section suivante consacrée à l'analyse de l'offre / producteur du marché mondiale du CE.

3.2. L'offre

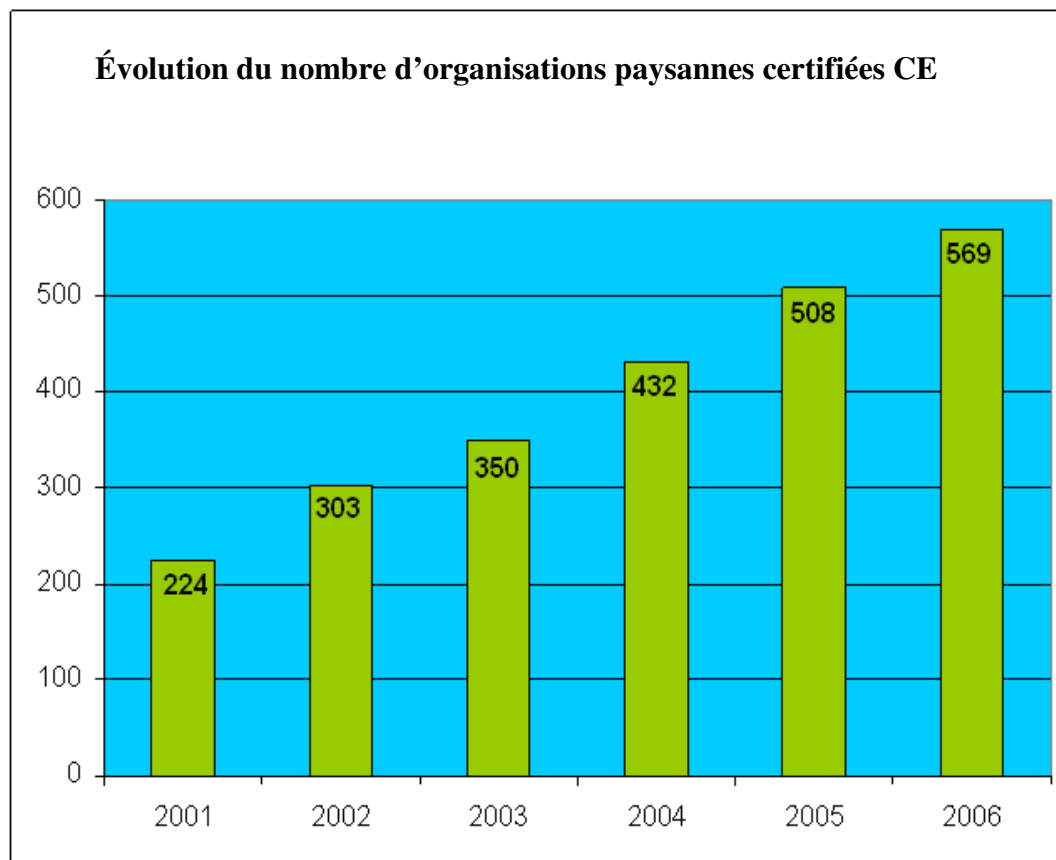
Tel que le montre la Figure 1 ci-dessous, le nombre d'organisations paysannes certifiées au CE dans les pays en voie de développement augmente rapidement sinon plus rapidement que les achats des consommateurs des produits équitables dans les pays développés. A titre d'exemple, le réseau FLO estime qu'en 2007, le CE a profité à 632 groupes de producteurs et à 1,4 millions d'agriculteurs et ouvriers payés dans 58 pays d'Afrique, d'Asie, d'Amérique latine et des Caraïbes. Environ 100 millions net de dollars américains ont été payés en 2007 aux groupes de producteurs en revenus additionnels du CE (prix minimum FLO et primes sociales), au dessus de ce que ces groupes auraient reçu du marché conventionnel.

L'expansion du CE dans les pays du Nord et ses bénéfices quantitatifs susmentionnés au profit des agriculteurs du Sud devraient cependant être placés dans une perspective mondiale relative pour établir avec objectivité si oui ou non le CE a un impact sur la pauvreté dans le Sud ou alors s'il contribue à remodeler les rapports du pouvoir commercial Nord-Sud illustrée par le marché conventionnel international qui, de prime à bord, a justifié l'émergence du CE.

A cet égard, des statistiques montrent que le CE représente actuellement une portion négligeable (**à peine 0.1 pour cent**) du commerce mondial des produits alimentaires et agricoles. Ce chiffre devient insignifiant lorsque tous les échanges commerciaux sont calculés en termes d'impact. En outre, une comparaison des ventes de bananes et du café en 2006 – les deux produits du CE les plus vendus – avec les ventes mondiales des mêmes produits montre que celles du CE ne représente que 0,17 pour cent et 0,5 pour cent du commerce mondial de la banane et du café respectivement cette année-là. Par ailleurs, les ventes au détail du CE de ces deux produits de base sont également insignifiantes au niveau mondial. Alors que dans le monde entier il existe environ 125 millions de planteurs de café, les ventes actuelles du café du CE ne profitent qu'à 500 000 planteurs, soit environ 0,4 pour cent. Ces ratios du CE sont encore plus négligeables quant aux 12 autres produits (en dehors de la banane et le café) actuellement commercialisés dans le cadre du CE et qui ne sont pas (encore) aussi populaires que la banane et le café auprès des consommateurs du Nord et connaissent par conséquent des ventes au détail peu importantes.

Pareillement, les parts du marché des produits du CE tels que la banane et le café dans la plupart des pays consommateurs énumérés ci-dessus excèdent rarement les 5 pour cent à présent. Ce chiffre est bien plus bas en ce qui concerne les autres produits certifiés du CE. Par conséquent, même si le CE enregistre indubitablement des progrès significatifs tel que vu plus haut, ces progrès devraient être évalués sur la base des parts très limitées du CE dans l'ensemble du marché des consommateurs des pays développés. Cette considération a certainement des implications sur l'utilisation du modèle du CE comme un outil efficace et crédible de lutte contre la pauvreté de masse dans le Sud, comme le veulent faire croire les promoteurs enthousiastes du CE dans les pays du Nord. Néanmoins, les avantages du CE pour les producteurs du Sud ne sont pas uniquement financiers comme nous le verrons par la suite.

Figure 1: Évolution du nombre d'organisations paysannes certifiées CE



Source: FLO

Tableau 3: Nombre de producteurs certifiés du CE par produit et par région géographique (au 31.12.07)

PRODUIT	AFRIQUE		ASIE		AMERIQUE LATINE		TOTAL
	No.	%	No.	%	No.	%	
Banane	1	1,4	0	0	69	98,6	70
Cacao	6	16,7	4	11,1	26	72,2	36
Café	43	13,2	21	6,4	263	80,4	327
Coton	26	30,0	60	70,0	0	0	86
Fruits séchés	14	73,7	1	5,3	4	21,0	19
Fleurs	32	66,7	2	4,2	14	29,1	48
Fruits frais	72	71,3	0	0	29	28,7	101
Légumes frais	1	100,0	0	0	0	0	1
Épices	10	38,5	15	57,7	1	3,8	26
Miel	0	0	2	5,7	33	94,3	35
Jus	5	17,2	1	3,5	23	79,3	29
Graines huileuses	7	23,3	12	40,0	11	36,7	30
Riz	3	12,0	22	88,0	0	0	25
Sucre	5	20,0	2	8,0	18	72,0	25
Thé	51	46,8	57	52,3	1	0,9	109
Vin	25	67,6	0	0	12	32,4	37
TOTAL	301	30,0	199	19,8	504	50,2	1004

Source: données compilées à partir de la base de données du FLO-CERT.

En ce qui concerne les organisations de producteurs et leurs gammes de produits, le Tableau 3 ci-dessus est explicite dans son analyse de l'ensemble production/offre du marché du CE. Selon ce tableau, l'offre des produits du CE est concentrée en Amérique Latine et aux Caraïbes qui produisent un peu plus de 50 pour cent de tous les produits certifiés, notamment 72 pour cent pour la banane et 80 pour cent pour le café, qui sont les produits équitables les mieux vendus au détail actuellement. Par conséquent, et par extrapolation, les bénéfices financiers et autres bénéfices pour la réduction de la pauvreté obtenus à partir de ces deux produits (banane et café) sont destinés à l'Amérique latine et aux Caraïbes et plus particulièrement en Amérique centrale (ex: la Bolivie, la Colombie, le Costa Rica, le Guatemala, les Honduras, le Mexique et le Nicaragua).

Ainsi, l'Afrique, qui compte 80 pour cent de tous les pays les moins avancés du monde (selon la classification des Nations Unies), ne détient que 30 pour cent de la production et des exportations des produits équitables. La majorité de cette production est ensuite concentrée dans quelques pays seulement et sur quelques lignes de produits. En effet, bien qu'il y ait dans l'ensemble 26 pays africains dans lesquels se trouvent des producteurs certifiés pour le CE, l'on constate que la

majorité de ceux-ci se trouve en Afrique de l'Est et en Afrique australe, avec en tête de liste le Kenya et l'Afrique du Sud qui ont chacun plus de 50 producteurs certifiés.

En Afrique francophone; le Burkina Faso tient les rênes avec près de 20 producteurs certifiés suivi de Madagascar avec 6 producteurs, du Cameroun avec 5 producteurs, (dont 3 au Sud-Ouest Anglophone et 2 au Nord); du Mali avec 5 producteurs et du Sénégal avec 4. En fait, les pays francophones, pris collectivement, sont tellement peu représentés dans le CE que le français ne constitue pas une langue de travail officielle du FLO-CERT GmbH, la société affiliée au FLO International qui s'occupe de la certification. La langue de travail majeure semble être l'espagnol (pour des raisons évidentes au regard de l'analyse précédente), suivie de l'anglais. Les sources d'informations disponibles situent seulement en 2000 la date de début d'adhésion des organisations paysannes francophones certifiées pour le CE.

Pour évaluer le potentiel d'expansion du CE en Afrique et au Cameroun en particulier, le Tableau 3 suggère des secteurs potentiels en prenant en compte des facteurs agro écologiques appropriés. La banane et le café ayant déjà saturé le marché du CE, aucune augmentation ne peut être envisagée pour ces deux produits si l'on considère en particulier la rude concurrence de l'Amérique latine qui a déjà le contrôle du marché des consommateurs des deux produits. Par contre, cette croissance est possible dans les secteurs où l'Afrique semble avoir des avantages comparatifs, notamment en ce qui concerne le cacao, le coton, les fruits séchés, les jus de fruits, les fleurs, les fruits frais et le thé. Évidemment d'autres produits peuvent être développés pour le compte du CE notamment le chocolat, du café torréfié et produits artisanaux.

Le Tableau 4 ci-après présente le portrait sous-régional du CE en Afrique et confirme les remarques précédentes sur ses poches de concentration sous-régionales. Ce tableau contient également des données explicites sur la performance relative de chaque sous région africaine à l'échelle continentale. L'Afrique de l'Est s'impose en tête de liste avec 96 organisations de producteurs/produits; suivi de l'Afrique australe avec 78, l'Afrique de l'Ouest avec 57, l'Afrique du Nord avec 21 alors que la CEMAC est très loin derrière avec 6 producteurs (5 en réalité parce que la KONAFCOOP est doublement comptée pour le cacao et le café). Par ailleurs, tous les producteurs certifiés de la CEMAC ne sont que des Camerounais. Aucun autre pays de la zone CEMAC ne possède actuellement de producteurs certifiés. Ce point est davantage élaboré dans la deuxième partie de ce rapport consacrée au potentiel du Cameroun à participer activement au CE.

Tableau 4: Distribution sous-régionale des organisations africaines de producteurs certifiés (par échantillons de produits)

Produit	SOUS-REGION	TOTAL	% AFRIQUE	% MONDE
Banane	CEMAC	0	0	0
	Afrique de l'Est	0	0	0
	Afrique du Nord	0	0	0
	Sud de l'Afrique	0	0	0

	Afrique de l'Ouest	1	100.0	1.4
Cacao	CEMAC	1	16.7	1.4
	Afrique de l'Est	0	0	0
	Afrique du Nord	0	0	0
	Sud de l'Afrique	0	0	0
	Afrique de l'Ouest	5	83.3	7.1
Café	CEMAC	3	6.7	0.9
	Afrique de l'Est	39	86.7	12.0
	Afrique du Nord	0	0	0
	Sud de l'Afrique	1	2.2	0.3
	Afrique de l'Ouest	2	4.4	0.6
Coton	CEMAC	2	7.7	2.3
	Afrique de l'Est	0	0	0
	Afrique du Nord	3	11.5	3.5
	Sud de l'Afrique	8	30.8	9.3
	Afrique de l'Ouest	13	50.0	15.1
Fruits séchés	CEMAC	0	0	0
	Afrique de l'Est	0	0	0
	Afrique du Nord	4	28.6	21.1
	Sud de l'Afrique	2	14.3	10.5
	Afrique de l'Ouest	8	57.1	42.1
Fruits frais	CEMAC	0	0	0
	Afrique de l'Est	0	0	0
	Afrique du Nord	7	9.7	6.9
	Sud de l'Afrique	40	55.6	39.6
	Afrique de l'Ouest	25	34.7	24.8
Fleurs	CEMAC	0	0	0
	Afrique de l'Est	22	68.7	45.8
	Afrique du Nord	1	3.1	2.1

	Nord			
	Sud de l'Afrique	9	28.1	18.8
	Afrique de l'Ouest	1	3.1	2.1
Jus de fruits	CEMAC	0	0	0
	Afrique de l'Est	0	0	0
	Afrique du Nord	2	40.0	7.0
	Sud de l'Afrique	2	40.0	7.0
	Afrique de l'Ouest	1	20.0	3.5
Sucre	CEMAC	0	0	0
	Afrique de l'Est	2	40.0	8.0
	Afrique du Nord	0	0	0
	Sud de l'Afrique	3	60.0	12.0
	Afrique de l'Ouest	0	0	0
Thé	CEMAC	0	0	0
	Afrique de l'Est	33	64.7	30.3
	Afrique du Nord	4	7.8	3.7
	Sud de l'Afrique	13	25.5	11.9
	Afrique de l'Ouest	1	2.0	0.9
TOTAL	CEMAC	6	2.3	
	Afrique de l'Est	96	37.2	
	Afrique du Nord	21	8.1	
	Afrique Australe	78	30.2	
	Afrique de l'Ouest	57	22.2	

Il a été difficile d'obtenir des données fiables sur la valeur financière globale générée par les producteurs africains du CE en raison de la rareté des statistiques sous-régionales en matière de CE. Néanmoins, il est possible de conclure à partir des données financières mondiales du CE et de la relative contribution de l'Afrique à ce marché que les producteurs africains ont contribué à hauteur de 500 millions d'euros de ventes au détail du CE en 2007 et ont reçu environ 30

millions d'euros en revenu supplémentaire du CE par rapport à ce qu'ils auraient reçu du marché conventionnel.

Ainsi, en moyenne, le revenu supplémentaire du CE s'élevait à l'hypothétique somme de 100 000 euros par groupe certifié. Tel n'était pas en réalité le cas parce que (1) tous les groupes certifiés du CE n'ont pas exporté en 2007 vers ce marché, (ex: Chede-Muafcoop, Konafcoop, et Macefcoop), et (2) les retombées financières ont profité aux pays et aux sous régions ayant de grandes concentrations de producteurs du CE (en particulier en Afrique de l'Est et Afrique Australe), comme souligné plus haut. En conséquence, le CE est bénéfique financièrement aux organisations de producteurs à même de l'utiliser de manière optimale aux fins commerciales et de développement. Mais, à l'échelle continentale, sa valeur financière en termes de réduction de la pauvreté à travers le commerce apparaît insignifiant.

4. STRATEGIE ET SYSTEME

4.1. Le système du marché libre

Pour comprendre le fonctionnement du système du CE en pratique et sa différence avec la chaîne d'approvisionnement des produits de base sur le marché libre, il convient d'abord d'expliquer les caractéristiques majeures du marché libre du point de vue des agriculteurs pauvres du Sud. Le café est utilisé comme cas de figure parce que plus de 70 pour cent de cette culture est cultivée dans le monde entier par de petits exploitants dans les villages. En outre, il constitue le produit du CE le plus vendu actuellement.

La dissolution en 1989 de l'Accord International sur le Café (AIC) qui réglementait et stabilisait le marché du café depuis 1962, et la libéralisation du secteur du café qui en résulta dans plusieurs pays en voie de développement, conduisit à la restructuration des rapports entre les principaux acteurs du commerce international du café – tel que le montre le schéma 2 ci-après. Les organisations de producteurs, les commerçants locaux et les exportateurs manquaient généralement de moyens pour prendre la relève de ces offices de commercialisation des produits après leur dissolution. Les commerçants locaux quant à eux n'avaient pas beaucoup de choix que d'établir des partenariats avec les commerçants internationaux conduisant ainsi, dans la plupart des cas, à une intégration verticale entre les commerçants internationaux et les exportateurs locaux et, dans certains cas, elle atteignait les producteurs.

Ce processus de restructuration conduisit également à une concentration entre les commerçants internationaux au point où les deux plus grands vendeurs internationaux du café, Neumann et Volcafé, contrôlaient à eux seuls 29 % du marché en 1998 tandis que les six premières sociétés en contrôlaient 50 %⁷

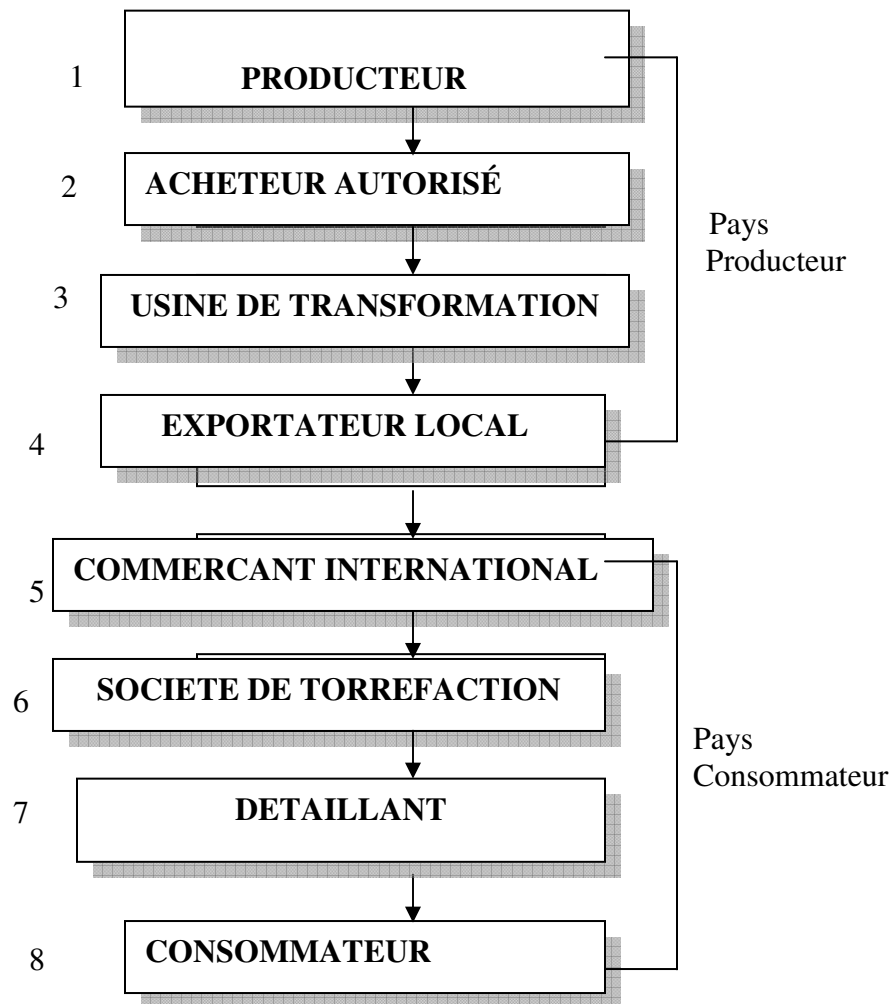
Ce processus de concentration devint beaucoup plus apparent dans l'industrie de torréfaction du café. Aujourd'hui, les deux groupes les plus importants, Nestlé et Philip Morris, contrôlent 49 % du marché international du café instantané et torréfié et Nestlé à elle seule

⁷ Selon Anna Milford, *Coffee, Cooperatives and Fair Trade Impact*, Ch. Michelsen Institute, Rapport CMI, Norvège 2004

détient 56 % de parts de marché du café soluble. Ainsi, du fait de la libéralisation du commerce international du café, la chaîne de valeur de celui-ci présente les mêmes caractéristiques classiques des autres chaînes de produits de base qui sont critiquées par les partisans du CE et d'autres critiques pour les raisons suivantes:

- Les chaînes de produits de base du marché libre sont contrôlées par les acheteurs dans le sens que les supermarchés intégrés ou les autres acteurs dominants des marchés de consommateurs, notamment l'industrie de torréfaction du café, imposent des contrôles multiples (de qualité, économiques, des salaires) aux réseaux de producteurs des pays de provenance qui se transforment tout simplement en preneurs passifs des prix dictés au Nord. Dans ce cas, les conditions de travail et de vie des producteurs ne sont pas aussi importantes que la maximisation du profit pour ceux qui contrôlent la chaîne des produits de base.
- Les éléments significatifs, qui ajoutent la valeur telle que la torréfaction en particulier, où la plupart des bénéfices sont obtenus dans la chaîne, sont en général réalisés en dehors de la zone de production immédiate et hors des pays producteurs. Par conséquent, les organisations de producteurs ne peuvent pas percevoir ces gains sur la valeur ajoutée. L'on estime que les pays producteurs reçoivent seulement 10 pour cent au plus de la valeur du marché mondial du café qui s'élève à 80 milliards de dollars américains par an. Près de la moitié de ce chiffre d'affaires est réalisé par les sociétés de torréfaction et non les producteurs.
- Les chaînes dominées par les acheteurs profitent des coûts extrêmement bas de la main d'œuvre en raison de la pauvreté généralisée observée dans les pays producteurs et ne s'impliquent que très peu dans l'allègement de la pauvreté à cause de l'orthodoxie du marché libre et d'objectifs de purs profits,.
- Le changement des habitudes de consommation dans les pays développés et la prise de conscience croissante des populations des risques environnementaux et de santé ont rendu pressant le besoin d'une différenciation des produits à travers le brevetage et l'étiquetage comme le fait le CE avec sa marque de certification.

Figure 2: Chaîne de valeur conventionnelle du café⁸



4.2. La différence entre le commerce équitable et la chaîne d'approvisionnement classique du marché libre

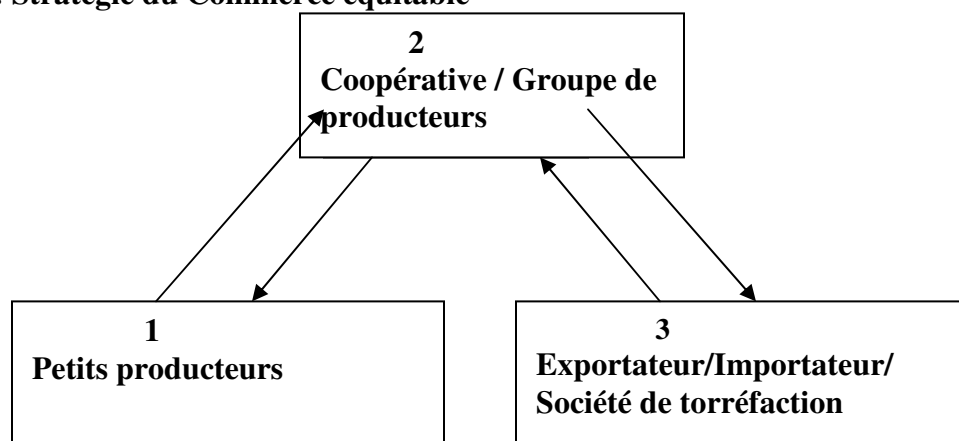
L'argument avancé par la communauté internationale du CE est que, contrairement à la logique de maximisation des bénéfices des chaînes internationales dominées par quelques sociétés du Nord, le modèle du CE offre aux agriculteurs la chance d'augmenter le contrôle de leurs moyens de subsistance et de maîtriser leur destin en matière de développement, d'avoir une récompense juste et équitable de leur travail, de jouir d'un revenu stable à long terme et de bénéficier de conditions de travail et de vie décentes grâce au développement durable prôné par les normes environnementales du FLO. De ce qui précède, l'on peut dire que le modèle du CE milite pour

⁸ Adaptation du document de Anna Milford intitulé *Coffee, Cooperatives and Competition: L'impact du commerce équitable*, Op. Cit.

une amélioration du pouvoir de négociation et de la rémunération des producteurs impliqués dans les échanges commerciaux Nord-Sud par des actions visant entre autres à :

- Renforcer la gestion démocratique et les capacités opérationnelles et d'exportation des organisations paysannes certifiées, notamment en les obligeant à se conformer aux normes FLO comme condition de certification de leurs produits;
- Eliminer autant d'intermédiaires que possible dans la chaîne d'approvisionnement telle que décrite au Figure 2 ci-dessus. Ainsi sera offerte aux groupes de producteurs une opportunité, selon leurs capacités, de vendre à un exportateur local, à un importateur externe ou directement à un torréfacteur dans le marché du Nord. Par ailleurs, tous ces partenaires potentiels d'un groupe de producteurs certifié devraient également l'être pour le CE. Cela implique qu'ils devront également se conformer aux normes FLO, par exemple en appliquant le prix minimum établi par FLO;
- Fixer des prix minimum garantissant au groupe de producteurs un revenu prévisible et stable à long terme, ces prix étant au-dessus de ceux du marché conventionnel et auxquels s'ajoutent des primes du CE pour le développement communautaire et le renforcement institutionnel.
- Exiger des importateurs certifiés traitant avec les groupes de producteurs qu'ils préfinancent les contrats de vente à hauteur de 60 pour cent de la valeur desdits contrats;
- Encourager les groupes de producteurs à mettre en pratique les normes spécifiques de qualité et de respect de l'environnement aux fins de rendre plus concurrentielles leurs offres.

Schéma 3: Stratégie du Commerce équitable



1. **Les petits producteurs** *apportent* des produits à leurs coopératives dont ils sont les propriétaires et les gestionnaires tel que prescrit par FLO et *perçoivent* en retour les avantages provenant des prix minimum fixés par FLO et les primes de développement communautaire.

2. **La coopérative** (représentant ses membres) *signe* un contrat de vente avec l'exportateur/importateur/torréfacteur certifié pour le CE, *perçoit* de ce dernier 60 pour cent de préfinancement sur la valeur du contrat, lequel argent est utilisé pour payer à l'avance l'agriculteur pour ses produits, la coopérative procède par la suite à la *livraison* des produits à l'exportateur ou à l'importateur et *perçoit* les fonds restants ainsi que les primes de ses membres.
3. **L'exportateur/importateur** *préfinance* la coopérative à hauteur de 60 pour cent de la valeur du contrat, *réceptionne* les produits et *verse* à la coopérative les 40 pour cent restants selon le prix minimum CE ainsi qu'une prime de développement sociale exigée par FLO.

Le schéma 3 ci-dessus montre que la stratégie du CE réduit la chaîne d'approvisionnement à trois acteurs contrairement aux huit présents dans la chaîne conventionnelle (schéma 2) et se caractérise par une plus grande transparence dans les rapports qui lient les partenaires commerciaux. Il convient de noter que ce système de marché exclut les organisations principales du CE situées au Nord notamment, FLO International, ses organisations membres nationales connues comme les initiatives d'étiquetage (Labelling Initiatives), et FLO-CERT, parce qu'elles ne sont pas directement impliquées dans les opérations de marché. Les agents du CE (exportateurs/importateurs/torréfacteurs/détaillants) sont les sociétés homologuées par les organisations nationales du CE (Labelling Initiatives) et parfois par FLO lui-même pour utiliser la marque de certification du CE. Actuellement, il existe environ 200 sociétés ainsi homologuées opérant dans les marchés du CE. Le rôle principal de FLO est d'établir et de gérer les normes du CE et les marques de certification qui permettent de distinguer et de différencier les produits du CE des autres de manière globale. Le rôle de FLO-CERT quant à lui est d'assurer le respect des normes du CE à la fois par les producteurs et les commerçants. Les initiatives d'étiquetage assurent dans leurs pays respectifs la promotion du mouvement du CE et l'utilisation sous licence de la marque du CE. Les fonctions de ces organisations sont étudiées en détail section suivante.

4.3. Les organisations du Commerce Equitable

4.3.1. Fairtrade Labelling Organizations International (FLO)

Selon son site web, FLO est une association à but non lucratif composée de 20 organisations membres (Initiatives d'étiquetage et les réseaux de Producteurs), des commerçants et des consultants externes. La mission du FLO consiste à :

- Élaborer et réviser les normes du CE qui régissent les procédures de production dans les pays en voie de développement et les opérations de commercialisation dans les pays développés au sein de la communauté internationale du CE ;
- Développer et faciliter les affaires du commerce équitable dans le monde entier en travaillant avec les groupes de producteurs certifiés afin d'arrimer l'offre à la demande et apporter son appui aux producteurs certifiés en les assistant dans l'obtention et la

conservation des certifications du CE ainsi que la capitalisation des opportunités de vente à l'étranger.

- Promouvoir la justice commerciale en travaillant avec d'autres organisations du commerce équitable telles que EFTA, FINE, IFAT, et NEWS pour assurer la justice commerciale dans les négociations et le développement.

L'association FLO comprend une Assemblée Générale composée de tous les membres susmentionnés, un Conseil d'administration et des comités.

L'Assemblée Générale décide des questions en rapport avec les membres, notamment l'approbation des comptes, les admissions ou les exclusions éventuelles des membres et la ratification de nouveaux membres du Conseil d'administration.

Le Conseil d'administration est élu par l'Assemblée Générale. Sa mission, selon comme définie par FLO, est d'amener cette dernière à devenir une référence internationale en matière de choix des consommateurs et des producteurs pour la Certification au CE. Elle est principalement responsable de la direction stratégique, d'une gestion financière saine, de celle des risques et de l'embauche du Secrétaire Général de l'association. Ses membres sont constitués de:

- 5 représentants des Initiatives d'étiquetage
- 4 représentants de Organisations de producteurs certifiées dans le CE (au moins une d'Amérique Latine, de l'Afrique et de l'Asie)
- 2 représentants de commerçants Certifiés au commerce équitable
- 2 membres externes du Conseil d'administration

Le Conseil nomme également les membres des comités suivants:

- Le Comité des normes
- Le comité des finances
- Le Comité des candidatures

Le Comité des Normes : Le Comité des normes du FLO s'occupe de la supervision et l'orientation des normes. Ses membres sont constitués de tous les acteurs du FLO (les Initiatives nationales d'étiquetage, les producteurs et les vendeurs) et des consultants externes.

Le Comité des Finances : Le Comité des finances de FLO est chargé de la supervision des finances de l'Association. Il s'attèle également à l'élaboration des politiques financières en vue d'assurer le financement adéquat de l'Association.

Le comité des candidatures : Le Comité des candidatures passe en revue les nominations au Conseil d'administration et ses Comités et évalue la performance des membres du conseil d'administration et les autres membres des Comités. Ce Comité est également celui qui définit les rôles et les responsabilités ainsi que les qualifications des membres du conseil d'administration et autres membres de ses Comités.

4.3.2. FLO-CERT

Cette organisation a été créée par FLO qui, selon son site web (www.flo-cert.net) est une «société de certification internationale indépendante». Cependant, aucune clarification n'est donnée sur le fait que FLO-CERT soit aussi une organisation à but non lucratif, comme FLO. Son rôle principal est d'assurer que les produits sont certifiés tout au long de la chaîne d'approvisionnement et de vente depuis le producteur jusqu'au consommateur afin de garantir au consommateur que le produit en question soit effectivement certifié pour le CE. Ainsi, FLO-CERT travaille dans le sens d'assurer que les producteurs et les vendeurs se conforment aux normes du CE et que les producteurs investissent leurs primes sociales dans des projets de développement communautaires.

Ses fonctions incluent en particulier:

- La certification de la production conformément aux normes du CE avec le concours de 60 inspecteurs indépendants qui rendent des visites régulières aux organisations certifiées et rendent compte à FLO-CERT. Selon les sources du FLO, les rapports d'inspection sont soumis à un comité de certification comprenant les représentants de producteurs, de commerçants, d'organisations d'étiquetage et de consultants externes pour prise de décision.
- L'audit commercial en vue d'un contrôle du respect des normes du CE par les vendeurs et les détaillants telles que définies par FLO pour ce groupe d'acteurs du CE. A cette fin, FLO-CERT ferait usage du système d'audit commercial qui vérifie que tout produit certifié d'équitable vendu à un consommateur, provient d'une organisation de producteurs certifiés du CE qui reçoit effectivement le prix fixé dans le cadre du CE. La direction d'Audit commercial de FLO-CERT s'occupe du contrôle de tous les partenaires commerciaux du système.

4.3.3. Les Organisations nationales du commerce équitable (les initiatives d'étiquetage)

Les organisations nationales du CE connue comme les initiatives d'étiquetage dans la littérature du CE sont les fondateurs et les membres privilégiés de FLO qu'elles reconnaissent comme leur organisation faîtière chargée d'établir et de gérer les normes du CE dans le monde entier. Ces organisations nationales ont été créés à leur tout par des groupes de la société civile qui militent en faveur du CE dans leurs pays respectifs. Le rôle principal des organisations nationales du CE est de promouvoir dans leurs pays des relations commerciales plus justes entre le Nord et le Sud et de vendre sous licence aux opérateurs économiques la marque de certification CE qui apparaît sur les emballages des produits vendus sous cette marque. Il existe actuellement environ vingt organisations de ce genre, à savoir, dans l'ordre alphabétique :

1. Fairtrade Labelling Australia and New Zealand
2. Fairtrade Austria
3. Max Havelaar Belgium
4. TransFair Canada
5. Max Havelaar Denmark
6. Reilun kauppan edistämisyhdistys ry. Finland

7. Max Havelaar France
8. TransFair Germany
9. Fairtrade Mark Ireland
10. Fairtrade TransFair Italy
11. Fairtrade Label Japan
12. TransFair Minka Luxembourg
13. Stichting Max Havelaar Netherlands
14. Fairtrade Max Havelaar Norway
15. Asociacion para el Sello de Comercio Justo Spain
16. Rättvisemärkt Sweden
17. Max Havelaar Stiftung Switzerland
18. Fairtrade Foundation UK
19. TransFair USA
20. Estonian Grenn Movement-FoE

4.3.4. Réseaux des producteurs

Dès le début, les OP du Sud se sont souvent posées la question de savoir quel est leur rôle dans la gestion et le contrôle du mouvement international du CE. C'est probablement ce qui explique l'émergence, dans la dernière décennie, des réseaux régionaux du CE en Afrique, en Asie, en Amérique Latine et Caraïbes. Dans certains cas des associations nationales des OP certifiées ont aussi vu le jour dans certains pays comme en Inde, au Kenya et au Mexique. Il existe à présent trois réseaux régionaux du CE bien connus, à savoir le Réseau Africain du CE (African Fairtrade Network (AFN) qui est traité au chapitre 6 de ce rapport; le Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Comercio Justo (CLAC) et le Réseau des Producteurs Asiatiques (NAP). Ces réseaux ont pour mission de défendre et de promouvoir les intérêts de leurs membres producteurs dans leurs régions respectives.

Si les trois réseaux étaient en général reconnus par FLO comme représentant leurs membres, il a fallu attendre l'Assemblée Générale de FLO en 2007 pour que ces trois réseaux deviennent membres à part entière de FLO, ce qui leur permet de jouir pour la première fois de mêmes droits que leurs homologues des pays développés dans le système de gouvernance de FLO. Cet acquis pour les OP du Sud peut être considéré comme le début prometteur d'un processus qui devra conduire éventuellement à un équilibre des perspectives entre le Nord et le Sud, la demande et l'offre, et les intérêts des consommateurs et ceux des producteurs dans la gestion de FLO et du mouvement mondial du CE qui a souvent donné l'impression d'être dominé par les préférences des consommateurs du Nord et les militants pour un commerce alternatif (les alter mondialistes).

Bien que ces réseaux soient généralement reconnus comme les représentants de leurs membres aux réunions du FLO, ce n'est qu'au cours de l'assemblée Générale de FLO en 2007 que ces réseaux sont devenus les membres à part entière de FLO, jouissant ainsi du même statut que les autres membres du FLO basés dans les pays développés dans le système de gouvernance du FLO.

4.3.5. Les organisations partenaires et la marque de certification

Les organisations partenaires du CE sont citées au chapitre 2 de ce rapport comme celles qui ont marqué l'évolution du mouvement du commerce équitable. Il s'agit en particulier de EFTA, FINE, IFAT et NEWS. Les rôles distinctifs de FINE et de NEWS par rapport au mandat de FLO semblent assez clairs. Par exemple, FINE qui représente les premières lettres de FLO, IFAT, NEWS et EFTA, semble être chargée de la représentation de tous les organismes du commerce alternatif mentionnés ci-dessus. FINE travaille pour la restructuration du système de commercialisation internationale en faveur des petits producteurs dans les pays en voie de développement. NEWS est l'organisation faîtière de toutes les boutiques dans le monde spécialisées dans la vente des produits équitables, lesquels magasins se trouvent dans la plupart des pays développés. L'EFTA représente les importateurs européens des produits du CE mais ses rapports avec FLO ne sont pas évidents à première vue.

Encore la distinction entre l'IFAT et FLO est moins claire. IFAT est un réseau de près de 300 organisations et groupes au Sud impliqués dans le commerce équitable et elle se donne pour mission d'améliorer les conditions de vie des producteurs agricoles et d'objets artisanaux dans les pays en voie de développement. Cette observation est d'autant plus justifiée que IFAT fonctionne avec sa propre marque de certification du CE, appelée « Fair Trade Organization Mark » qu'elle a lancée en 2004, soit deux années à peine après la création de la marque FLO du CE. Par ailleurs, l'IFAT établit ses propres normes du CE et maintient son propre système de contrôle et de surveillance du CE. Ceci porte à croire que même si les acteurs du mouvement international du commerce équitable semblent être unis dans les objectifs de lutte pour un renouveau commercial alternatif pour les pauvres, ils ne sont pas unis dans leurs méthodes et opérations.

Concernant la marque de certification du CE, les organisations nationales du CE (les initiatives d'étiquetage) qui ont créé FLO en 1997 avaient chacune au départ son propre logo ou marque commerciale. Ayant fondé FLO avec pour mandat d'uniformiser les normes et pratiques du CE dans le monde, ces mêmes organisations décidèrent d'adopter une seule marque de certification CE que l'on peut voir partout sur les emballages des produits du CE. Toutefois, TransFair Canada et TransFair USA utilisent encore pour l'instant leurs propres marques distinctives.



4.4. Les normes et les prix du CE

Le système du CE est basé sur trois groupes majeurs de normes: les **normes génériques** applicables à tous les producteurs certifiés, les **normes liées aux produits** et qui doivent être respectées par les producteurs des différents produits, et les **normes commerciales** qui orientent les opérations commerciales. Cette étude met l'accent sur les normes génériques et celles liées aux produits, applicables aux organisations de petits exploitants agricoles conformément aux termes de référence de ce rapport.

4.4.1. Les normes génériques: Ces normes comprennent les exigences vis-à-vis des aspects suivants:

- **Le développement social** du groupe en quête de la certification ou déjà certifié. Le groupe doit respecter les conditions lui permettant d'être organisé et contrôlé démocratiquement par ses membres, la mise en place d'un processus de prise de décisions transparents en termes d'admission et de non-discrimination, dans le but ultime d'assurer que la certification en matière de CE contribue, autant que possible, au développement social et à l'harmonie du groupe concerné;
- **Le développement économique**, qui nécessite que le groupe ait une capacité technique, logistique et administrative adéquate permettant au groupe d'entreprendre le commerce d'exportation et de mettre sur le marché des produits haut de gamme; une preuve que l'utilisation à faire des primes⁹ du commerce équitable est décidée de manière transparente par l'assemblée générale et que celles-ci profitent à tous les producteurs, et un renforcement économique par lequel le groupe doit consolider ses opérations commerciales à travers notamment la mise en place progressive d'un fonds de roulement, la mise en œuvre d'un système de contrôle de qualité, l'organisation de la formation et l'éducation ainsi que l'introduction des systèmes de gestion des risques;
- **Le développement environnemental** par lequel l'organisation de producteurs doit s'assurer que ses membres protègent l'environnement naturel et font de la protection environnementale une partie intégrante du plan de la gestion des exploitations. "Il est attendu de l'organisation une facilitation du développement, de la mise en œuvre et du suivi des plans opérationnels des producteurs afin d'établir un équilibre entre la protection environnementale et les résultats fonctionnels à travers l'utilisation d'un ensemble de mesures notamment la rotation des cultures, les techniques culturales, la sélection des cultures, l'usage prudent des intrants tels que les engrais et les pesticides et la production à l'ombre, le cas échéant. L'organisation veille sur la réduction par ses membres de l'utilisation des engrais et pesticides artificiels en les remplaçant partiellement et progressivement par des fumures non artificielles produites sur le champ

⁹ FLO recommande que les primes du CE soit utilisée essentiellement pour la formation technique et la diversification des compétences pour une codétermination et pour ses membres aux fins de consolider les capacités organisationnelles, l'accès à des crédits aux taux d'intérêts bas ou nuls, l'assistance technique à l'acquisition progressive d'infrastructures pour une production et une qualité meilleures; l'acquisition du matériel de communication et des équipements de transport et de transformation collectifs; d'améliorer les soins de santé communautaires; etc.

et en se servant des méthodes de lutte biologique contre les maladies. FLO encourage les petits producteurs à œuvrer autant que possible vers des pratiques organiques lorsque celles-ci sont praticables du point de vue social et économique. Les producteurs sont aussi incités à réduire l'utilisation de l'énergie en particulier celle provenant des ressources non renouvelables. L'organisation doit maintenir un système de gestion compatible avec sa taille pour permettre un contrôle organisationnel des domaines dont il a la charge et de suivre la production par ses membres par le truchement des méthodologies d'inspection et de vérification reconnues"¹⁰.

Le but des visites d'inspection annuelles effectuées par FLO-CERT aux producteurs certifiés est de s'assurer que les normes susmentionnées ainsi que les détails de leurs exigences, en particulier en ce qui concerne les produits spécifiques et la protection environnementale, sont respectées afin que les organisations conservent leurs certifications. Si le rapport d'inspection indique des problèmes de non respect, le groupe concerné est appelé à prendre des "actions correctives" dans les délais prévus faute de quoi il est procédé à la suspension de sa certification ou finalement à son annulation.

4.4.2. Les normes liées aux produits Ces normes s'ajoutent aux normes génériques présentées ci-dessus et sont spécifiques à chaque produit vendu équitablement, à sa production unique et à ses caractéristiques de commercialisation. En prenant le café pour exemple, les normes du produit suivantes sont contenues dans "Fairtrade Standards for Coffee for Small Farmers' Organizations", normes élaborées par FLO:

- **Établissement des relations stables et à long terme:** Les acheteurs et les vendeurs s'efforceront d'établir des relations stables et à long terme dans lesquelles les droits et les intérêts des deux parties sont mutuellement respectés. L'acheteur et le vendeur devront signer des accords contractuels pour la première partie de la saison et une lettre d'intention qui sera confirmée par des contrats d'achat au fur et à mesure que les récoltes avancent, contrats dont les termes principaux concernent le volume, la qualité, les procédures visant à établir les écarts de prix et les prix fixes, les programmes des livraisons, etc.
- **Les conditions internationales usuelles:** Toutes autres conditions d'usage applicables à toute transaction internationale seront appliquées notamment celles de Green Coffee Association (GCA), Specialty Coffee Association of America (SCAA), Pacific Coast Coffee Association (PCCA), ou de European Contract of Coffee, dernière édition (ECC-conditions), sauf si l'une des conditions spéciales du FLO l'annule.
- **Les prix et les primes:** Les acheteurs paieront aux organisations de producteurs au moins le **prix minimum du CE** tel que fixé par FLO (voir le tableau des prix ci-dessous). Les prix minimum du commerce équitable varient selon le type et l'origine du café. Si le prix de référence du marché est plus élevé que le prix minimum du CE, les acheteurs devront s'y conformer.

¹⁰ Extrait de *Generic Standards for Small Farmers' Organizations* écrit par FLO, version 2007 .

- **Pour ce qui est de l'Arabica**, le prix de référence du marché se basera sur le contrat de type "C" de New York. Le prix de référence du marché sera établi en dollars américains par livre, plus ou moins l'écart de prix pour la qualité appropriée sur la base de la valeur FOB à l'origine, poids net à l'exportation.
- **Concernant le Robusta**, le prix de référence du marché se basera sur le contrat «LCE» de Londres. Le prix de référence du marché sera établi en dollars américains par tonne métrique, plus ou moins l'écart de prix pour la qualité appropriée sur la base de la valeur FOB à l'origine, poids net à l'exportation.
- En plus du prix minimum du CE ou du prix de référence du marché en fonction de celui qui est plus élevé, les acheteurs devront payer un écart biologique minimum d'une valeur de **0,20** dollars américains par livre pour le **café biologique certifié**.

Tableau 9: Prix minimum et primes du commerce équitable (Valides à partir du 1/06/08)

FOB au port de départ en dollars américains par livre

(2.2 livres = 1kg)

	Prix minimum du CE		Primes du CE
	Conventionnel	Écart de prix biologique	Conventionnel et biologique
Type de café	Toutes les régions	Toutes les régions	Toutes les régions
Arabica lavé*	1,25	0,20	0,10
Arabica non lavé	1,20	0,20	0,10
Robusta lavé*	1,05	0,20	0,10
Robusta non lavé	1,01	0,20	0,10

Source: FLO

*un café à moitié lavé ou un café naturel dépulvé est considéré comme un café lavé

- En plus du prix minimum du CE ou du prix de référence du marché en fonction de celui qui est plus élevé, les acheteurs devront payer, les acheteurs devront payer la prime de commerce équitable de **0,10** dollars américains par livre de café.
- Si les dispositions légales exigent que tout le café soit vendu aux enchères, les importateurs et les exportateurs s'accorderont sur une marge raisonnable permettant à

l'exportateur de couvrir toutes ses dépenses. Les organisations de producteurs qui vendent le café via un exportateur conviennent d'une marge raisonnable permettant à l'exportateur de couvrir toutes ses dépenses.

4.4.3. Préfinancement/Crédit

Les normes sur le café prévoient également des dispositions de préfinancement/crédit. Ces normes stipulent par exemple que, dans le cas de contrats à prix fixes, l'acheteur devra pouvoir verser 60% de la valeur du contrat, à la demande du vendeur. Dans le cas où les prix ne sont pas fixes, l'acheteur devra rendre disponible 60% de la valeur estimée du contrat, à la demande du vendeur, pourvu que l'acheteur et le vendeur conviennent du mécanisme garantissant que la ou les valeur(s) du contrat couvrira (ront) le préfinancement. En l'absence d'un tel mécanisme, le vendeur ne doit demander qu'un préfinancement de 60% du prix minimum, du CE.

Le préfinancement permet aux OP d'avoir accès à l'argent liquide dont ils ont besoin pour acheter le café de leurs membres. Les instruments de paiement seront convenus dans le contrat, par consentement mutuel. Les vendeurs pourront faire intervenir un tiers pour faciliter le préfinancement. Si le groupe n'exporte pas le café lui-même, il devra s'accorder avec l'exportateur sur la gestion de l'argent liquide ainsi avancé et l'exécution du contrat. En cas de livraisons multiples, les différents versements du montant du préfinancement seront fixés dans les termes du contrat. Il n'est pas toujours nécessaire de verser la totalité du préfinancement avant le premier chargement. Le préfinancement doit s'adapter aux besoins réels de l'organisation de producteurs.

Si un importateur exige de l'OP un programme étendu d'expédition au-delà des limites de bonnes pratiques commerciales (trois mois après la récolte par exemple), les coûts effectifs de l'entreposage, les intérêts et l'assurance devront être couverts (par l'importateur) dans les termes du contrat. Cette règle pourrait ne pas s'appliquer aux organisations des pays où des règlements spécifiques de l'exportation rendent impossible l'arrangement susmentionné.

5. LA CERTIFICATION DE PETITES ORGANISATIONS PAYSANNES

5.1. Conditions minimales d'éligibilité

Les normes génériques présentées au chapitre précédent sont explicites quant aux organisations de producteurs éligibles à la certification du CE. Ces normes résument également les attentes à l'endroit de ces groupes déjà certifiés en termes de leur conformité avec les normes du CE, laquelle conformité est constatée annuellement par FLO-CERT à travers les visites d'inspection de ses inspecteurs.

Telles qu'exposées par FLO dans ses normes génériques applicables aux organisations de petits agriculteurs: Le CE est une initiative en faveur des petites OP et des travailleurs salariés du Sud dont le développement économique et / ou social a été freiné par les conditions commerciales. Si un accès juste au marché, sous de bonnes conditions commerciales, peut aider à venir à bout des obstacles au développement, ces organisations peuvent adhérer au CE.

Les petites agriculteurs peuvent accéder au CE s'ils créent des organisations (sous forme de coopératives, associations et autres formes organisationnelles) capables de contribuer au développement économique et social de leurs membres et de leurs communautés et qui sont contrôlées démocratiquement par leurs membres. Les organisations peuvent se faire certifier par FLO si elles obéissent aux exigences des normes génériques du CE applicables aux OP.

Les travailleurs peuvent participer au CE s'ils sont organisés notamment en syndicats, et si la société employeuse est prête à promouvoir le développement des travailleurs et à leur restituer les revenus additionnels générés par le Commerce Equitable. De telles sociétés utilisant une main d'œuvre salariée (exploitation agricole, plantations, etc.) peuvent être certifiées si elles respectent les normes génériques du commerce équitable pour les salariés.

5.2. Certification du producteur/produit

La certification apporte la garantie aux consommateurs des produits du CE du Nord qu'ils sont en train de contribuer au développement socio-économique des producteurs du Sud à travers leurs achats. La certification est également, pour le producteur, une sorte de brevet d'une bonne santé institutionnelle, d'une bonne performance et d'une crédibilité du commerce international. Il existe des preuves suffisantes montrant que les organisations de producteurs du CE entretiennent mieux leurs relations avec les importateurs que les groupes non certifiés.

Un groupe de producteurs souhaitant obtenir une certification doit simplement adresser une demande à:

FLO-CERT GmbH, Bonner Talweg 177,
53129 Bonn, Germany,
Tel: +49-228 24 930,
Fax: +49-228 2493 120,
Email: registration@flo-cert.net
Site web: registration@flo-cert.net

FLO-CERT est l'unique organisation actuellement chargée des questions de certification et qui, par conséquent, est la seule à fournir des informations fiables sur le processus de certification. En résumé, un groupe de producteurs candidat à la certification doit remplir un formulaire de demande mis à sa disposition par FLO-CERT et dont les informations principales requises doivent être conformes aux normes génériques du CE soulignées ci-dessus. Si ces informations initiales sont jugées acceptables, FLO-CERT programme sur le champ une visite d'inspection à l'organisation demandeuse qui devra verser pour le compte de la visite (les frais d'inspection) un montant qui s'élève actuellement à environ 2 000 euros (1,3 million FCFA). En plus de ces frais, si le groupe de producteurs réussit cette épreuve d'inspection, il devra payer les frais de certification de 500 euros (300000 FCFA). Ainsi les coûts initiaux de certification s'élèvent globalement à 1,6 million FCFA avant que toute transaction commerciale soit entreprise. Au départ, le processus de certification était appliqué à chaque produit. Mais, les politiques semblent avoir connu une évolution permettant à la certification de concerner désormais tous les produits qu'un groupe certifié peut vendre selon les normes du CE.

Le chapitre 3 de cette étude sur le marché mondial du CE présente amplement les produits de la gamme actuelle du CE notamment: la banane, le cacao, le café, le coton, les fruits séchés, les fleurs, les fruits frais, le miel, les jus de fruits, le riz, les ballons et balles de sport, le sucre, le thé, les légumes (vendus uniquement par l’Egypte jusqu’ici) et le vin. Evidemment, cette gamme de produits n’est pas statique. A l’origine, le CE était associé pour la plupart aux objets d’art et au café. Mais d’autres gammes de produits furent progressivement ajoutées au cours des années, particulièrement en 1997 à la création de FLO pour donner une impulsion nouvelle à l’organisation et à l’expansion du mouvement du CE dans les pays développés.

La gamme actuelle des produits du CE comprend naturellement et uniquement ceux qui sont les plus demandés dans les marchés de consommateurs du CE du Nord. Ceci signifie que les groupes de producteurs africains/camerounais ne peuvent pas (encore) vendre les produits alimentaires typiquement africains tels que le manioc, le plantain, l’igname, le macabo, etc. dans le cadre du commerce équitable. Mais cette possibilité n’est pas à exclure en temps utile parce que le “marché ethnique” de ces produits existe déjà aux Etats-Unis (actuellement le marché du CE le plus important du monde) et se répand en Europe en raison d’une minorité croissante de descendants africains.

Les OP font face à deux types de contraintes principales: (1) la capacité de régler les frais d’inspection et de certification au CE, et (2) l’acquisition d’une capacité et savoir-faire technique et administrative indispensable à l’application des normes équitables, en particulier les normes environnementales et de développement. Cependant; les organisations ont la possibilité de présenter des demandes d’assistance à FLO-CERT, à l’Organisation des Nations Unies pour l’alimentation et l’agriculture (FAO, www.fao.org), aux missions diplomatiques locales pour les coûts de certification et le renforcement institutionnel.

5.3. Avantages de la certification

Il est à noter que la certification ne garantit pas automatiquement un débouché dans le marché du CE pour le produit certifié. Les organisations certifiées devront attendre plusieurs années avant de trouver un acheteur certifié du CE pour leurs produits. Cette situation est due en grande partie à la facilité avec laquelle certains produits, plus que d’autres, se vendent au marché du CE. Par exemple, SODECOTON et OPCC n’ont pas eu à attendre longtemps après leurs certifications pour trouver un marché du CE où écouler leur coton. Par contre, après deux années d’obtention de leurs certifications, Chede-Muafcoop et Konafcoop n’ont pas encore trouvé un acheteur du CE pour leur café (et cacao pour Konafcoop).

La raison est que, malgré le fait que le café est généralement le produit le plus commercialisé équitablement, l’Arabica est le préféré et domine par conséquent le marché du café au point où le Robusta n’a que 20 pour cent de parts du marché mondial du CE. En outre, l’écart de prix du CE entre le marché conventionnel de l’Arabica et celui du CE est plus petit que pour le Robusta et la part de Robusta qui est utilisée pour le mélange de cafés composés, bien qu’en augmentation ces dernières années grâce aux technologies de fabrication innovantes en matière de café, n’excède toujours pas 30 pour cent actuellement.

La préférence du marché mondial du CE en ce qui concerne l'Arabica donne un avantage clair aux régions qui produisent cette variété notamment l'Amérique centrale et l'Afrique de l'Est et pénalise les pays et les zones telles que les provinces méridionales du Cameroun (Centre, Est, Littoral, Sud et Sud-Ouest) qui ne peuvent produire que le Robusta en raison de leurs caractéristiques agro écologiques. C'est donc principalement parce que Chede-Muafcoop, Konafcoop et Macefcoop ne peuvent offrir que le café Robusta que ces coopératives rencontrent d'énormes difficultés à trouver un marché du CE sûr pour leurs produits.

Les paramètres d'origine et de qualité du produit jouent également un rôle dans la préférence des commerçants internationaux. A titre d'exemple, la plupart des pays d'Amérique latine et de l'Afrique de l'Est ont une longue tradition historique du café qui s'ajoute à une réputation de producteurs d'une bonne qualité préférée par les marchés de consommateurs. Tel n'est pas le cas pour les producteurs d'Afrique centrale et occidentale où un réseau routier rural extrêmement pauvre dans les pays de l'Afrique centrale et l'instabilité politique dans une partie de l'Afrique de l'Ouest présenteraient des risques non seulement à la qualité des produits mais aussi à une chaîne d'approvisionnement stable et crédible. Par exemple, le problème d'humidité que connaît le café camerounais n'est pas inconnu des importateurs. Pour les infrastructures rurales, Macefcoop à Mamfe dans la Province du Sud-Ouest du Cameroun a payé le prix de son incapacité à assurer une évacuation régulière efficace et dans les délais des produits de l'arrière-pays vers Douala.

En outre, même après avoir trouvé un acheteur du CE, le groupe de producteurs certifié ne pourra pas toujours, selon le produit offert, être capable de vendre tout son stock sur la base des conditions du CE. Les informations disponibles suggèrent que la quantité moyenne qu'un groupe de producteurs peut vendre dans le marché du CE est en moyenne, à l'heure actuelle, de 20 pour cent pour la banane et de 10 pour cent pour le café. Le reste de la production est vendu au marché conventionnel soit au même acheteur du CE soit à un autre acheteur non certifié. La majorité des commerçants du CE sont avant tout des acteurs du marché conventionnel, comme par exemple Nestlé et les supermarchés.

Il apparaît, dans les études de cas de l'impact du CE, que les avantages que le CE procure aux organisations de producteurs à travers la certification se traduisent par le renforcement institutionnel et les références de performance que la marque du CE confère à ses producteurs certifiés. Il en résulte qu'en se conformant aux normes génériques et à celles liées aux produits du FLO, les producteurs certifiés acquièrent ipso facto la capacité de répondre aux exigences strictes de qualité, de livraison et administratifs du commerce d'exportation conventionnel. En conséquence, même si une petite quantité seulement de produits du groupe de producteurs peuvent se vendre à la fois dans les marchés du CE, les certifications de ce dernier et une capacité organisationnelle réalisée par le groupe grâce à la mise en pratique des normes du FLO facilitent la commercialisation du reste de la production et probablement à un prix assez raisonnable en rapport avec sa qualité. L'on peut donc conclure sans risque de se tromper que l'avantage principal du CE pour les OP du Sud est le renforcement de l'autonomie en matière de commerce d'exportation et de développement communautaire.

5.4. Les contraintes

La certification pour le CE n'apporte pas uniquement des avantages mais aussi quelques inconvénients se traduisant notamment par une surcharge de travail d'ordre administratif ainsi que des coûts. Les petites OP certifiées se plaignent par exemple des difficultés qu'elles éprouvent pour se conformer aux différentes normes FLO (par exemples les normes génériques et les normes des produits certifiés) inventoriées au chapitre précédent. Les normes semblent être dictées par les préférences des consommateurs du Nord¹¹, surtout les normes liées à la protection de l'environnement, et qui parfois sont contraires à ce que permettent les politiques et services nationales d'appui aux OP, comme en témoigne la liste des pesticides interdites par FLO.

Un autre inconvénient soulevé par les groupes certifiés est lié à la paperasse administrative exigée pour la certification et les affaires, telles que les rapports (administratifs et commerciaux) que le groupe certifié doit rédiger, envoyer à FLO ou garder dans son siège en vue des inspections périodiques. Ces exigences pèsent en particulier sur les petites OP dans des villages reculés de l'arrière pays et qui manquent souvent de possibilités de communication par voie postale ou de télécommunication. La paperasse implique également que l'OP certifiée devrait avoir des responsables suffisamment instruits pour pouvoir répondre aux attentes de FLO, même si l'exigence d'un niveau minimum d'instruction pour les responsables des OP ne soit pas, de manière formelle ou explicite, l'une des exigences des normes de FLO. Et puisque le niveau d'instruction de la plupart des paysans au Sud est universellement connu, il s'ensuit que les paysans ou groupes analphabètes ne peuvent bénéficier du CE.

Les petites OP certifiées trouvent aussi que FLO et FLO-CERT s'impliquent trop peu dans la recherche des débouchés pour les produits certifiés ainsi que dans leur appui direct aux OP aux fins de renforcer leurs capacités pour le commerce international. La certification d'une OP n'entraîne pas automatiquement l'existence d'un débouché du CE pour ses produits. Le dur travail nécessaire pour rechercher et trouver un partenaire commercial du Nord, et pour négocier et conclure des contrats commerciaux, ce qui encore une fois présuppose un capital intellectuel minimum, revient invariablement à l'OP certifiée. Une solution idoine pour les petites OP consisterait par exemple à créer un service commercial commun contrôlé par deux ou plusieurs OP situées dans une localité (exemple de l'OPCC au Cameroun) ou pays donné (Le Mexique par exemple). Les réseaux régionaux du CE pourraient eux aussi contribuer leurs conseils dans ce sens. Cependant, FLO ne s'est pas souvent illustré comme partisan enthousiaste des relations horizontales ou transversales entre les OP certifiées, préférant de gérer des rapports verticaux directs avec ces organisations. Cette stratégie de FLO devrait changer pour favoriser l'émergence dans les pays en voie de développement des associations outillées et compétentes des OP certifiées au niveau national et régional. Cette nouvelle orientation permettrait à coup sûr aux petits paysans et leurs groupes, y compris les analphabètes, de bénéficier eux aussi des retombées du CE jouissent d'une certaine propriété du système.

S'agissant des coûts, même si les frais de certification de 500 Euros (environ 300 000 FCFA) ne semblent poser aucun problème, par contre les coûts récurrents des inspections annuelles d'environ 2 000 Euros (environ 1.3 million FCFA), chiffre variant selon le type de l'OP concernée, sont jugés trop élevés pour la plupart de petites OP, et plus particulièrement pour celles d'entre elles nouvellement certifiées et n'ayant pas encore vendu leurs produits au marché

¹¹ Ce qui est normal puisque c'est uniquement dans les marchés du Nord que se vendent actuellement les produits du CE

du CE et touché les bénéficiaires de ce marché. Toutefois, ces coûts sont jugés raisonnables par les OP ayant déjà pénétré le marché du CE (comme par exemple l'OPCC), et qui jouissent, en plus du prix stable et rémunérateur du CE, mais aussi de la prime du développement social. Par conséquent, le problème de coûts ne semble concerner que les OP nouvellement certifiées en quête de leur premier contrat CE.

6. LE RESEAU AFRICAIN DU COMMERCE EQUITABLE (AFN)

Le Tableau 4 (chapitre 3) sur les OP africaines, leur distribution sous-régionale et leurs produits certifiés pour le CE donne une idée de l'approvisionnement des produits du CE et constitue également un résumé du Réseau Africain du Commerce Equitable (AFN). C'est en mars 2004 que le réseau AFN a été créé à Addis Abeba lors de la quatrième rencontre d'organisations de producteurs certifiés africains.

Le Réseau Africain du Commerce Équitable est un réseau faîtière continental indépendant à but non lucratif, avec son siège à Moshi en Tanzanie. L'AFN vise à sensibiliser les africains sur le CE, à défendre et à promouvoir les intérêts des membres et à assurer que les groupes de producteurs africains ont la capacité de bénéficier des opportunités du commerce international et de développement qu'offre le CE. Il comprend actuellement près de 200 membres organisations africaines certifiées et des groupes candidats.

Comme le montre le Tableau 4 susmentionné, la majorité des producteurs certifiés africains se trouvent dans les pays de l'Afrique de l'Est et de l'Afrique australe qui détiennent actuellement plus de la moitié des OP africaines certifiées. Par conséquent, l'AFN est beaucoup plus actif en Afrique de l'Est et australe que dans d'autres sous régions du continent même si l'on observe un début de changement à ce niveau. Par exemple, la dernière Assemblée Générale du réseau s'est tenue au Ghana en 2007.

L'AFN est subdivisée en quatre réseaux sous-régionaux : les sous réseaux de l'Afrique de l'Est, australe, de l'Ouest et du Nord. Tel qu'on peut le constater, la sous région de l'Afrique centrale (CEMAC) ne possède pas encore son propre réseau même si au moins deux organisations camerounaises certifiées (Chede-Muafcoop et Macefcoop) sont membres de l'AFN. Il reste encore beaucoup à faire pour mener une sensibilisation effective sur le CE dans la sous région de la CEMAC et pour l'étendre au Cameroun.

PARTIE II

LES ORGANISATIONS PAYSANNES CERTIFIEES AU CAMEROUN

1. LE PROFIL DES ORGANISATIONS PAYSANNES (OP) CERTIFIEES

Il existe à présent cinq OP certifiées au Cameroun, classées par ordre alphabétique : la CHEDE – MUAFCOOP, la KONAFCOOP, la MACEFCOOP, l’OPCC et la SODECOTON. La SODECOTON a été certifiée en qualité d’exportateur pour le compte de l’OPCC et non en tant qu’OP qui est l’objet de la présente étude. Par conséquent, la SODECOTON ne figure pas dans cette partie du rapport. Le profil de chacune de ces organisations est présenté ci-après.

1-1. CHEDE – MUAFCOOP

Date de création	:	1995
Date de certification	:	2005
Produit principal	:	Café Robusta
Nombre de Membres en 2007:		600
Adresse	:	Tél.77 73 52 70/75 00 39 60
		courriel: muafcoop@chede.org
		P.O. Box 20, Bangem, Kupe Muanenguba Division
		Province du Sud Ouest
Production annuelle	:	500 tonnes de café robusta
Quantité vendue au CE à ce jour	:	Nulle
Prime du CE perçue à ce jour:		Nulle
Nombre d’inspections FLO	:	2
Frais payés à ce jour	:	4 500 Euros (environ 3 millions FCFA) ¹²
Bénéfices réalisés		Le renforcement de l’esprit démocratique et du fonctionnement de la coopérative ainsi que sa visibilité et crédibilité

¹² Y sont également inclus les frais de certification et des deux inspections dont les coûts de l’une ont été subventionnés par FLO à hauteur de 75% des coûts. Les dépenses diverses supportées lors des inspections sont exclues.

internationales consécutives à la certification. La coopérative a réussi à mobiliser des financements de ses projets grâce à la certification.

Contraintes : Le marché du CE est difficile pour le café robusta et l'implication de FLO dans la recherche de débouchés pour le compte de ses membres est limitée. Les procédures d'application des normes FLO sont assez compliquées, notamment celles relatives au développement de l'environnement.

1-2. KONAFCOOP

Date de création : 1994

Date de certification : 2006

Produits principaux : Cacao et Café Robusta

Nombre de membres en 2007: 431

Adresse : Tél. 99 36 44 07 / 77 79 74 16 / 79 82 10 64

Courriel: ndedibau@yahoo.com
asekzachee@yahoo.com

P.O. Box 604, Kumba, Département de la Mémé

Province du Sud Ouest

Production annuelle : Cacao : 260 tonnes
Café : 14 tonnes

Quantité vendue au CE à ce jour : Nulle

Prime CE perçue à ce jour : Nulle

Nombre d'inspections FLO : 2

Frais payés à ce jour : 4.000 Euros (approximativement 2,6 millions FCFA).

Bénéfices réalisés : Les membres de la coopérative ont été sensibilisés sur les risques environnementaux possibles

consécutifs à l'usage des produits chimiques sur les paysans et leurs champs.

Difficultés : Les coûts de renouvellement des inspections sont lourds pour une organisation qui n'a pas encore vendu au CE. Certains paysans ne sont pas encore prêts à accepter les normes FLO parce qu'ils considèrent que l'utilisation réduite de produits chimiques est synonyme de perte de production et de productivité. Les paysans n'ont pas une connaissance adéquate pour s'impliquer dans le CE. Ils se heurtent contre beaucoup de difficultés dans la recherche de débouchés pour le cacao et le café. Il y a manque d'équipement pour le de la qualité du produit et l'absence de moyens de télécommunication entre Konye et le marché international du CE.

1-3. MACEFCOOP

Date de création : 1993

Date de certification : 2000

Produits principaux : Cacao et Café Robusta

Nombre de Membres en 2007 : 800

Adresse : Tél. 33 34 11 97/94 26 38 65/ 77 68 95 98

Courriel: macefcoop@yahoo.com

P.O. Box 103, Mamfé, Département de Manyu

Province du Sud Ouest

Production annuelle : Cacao : 300 tonnes

Café : 10 tonnes

Quantité vendue au CE à ce jour : 40 tonnes

Prime CE perçue à ce jour : Environ USA\$ 8 000 équivalent à une valeur actualisée de 4 millions FCFA

Nombre d'inspections FLO : 4 (puis aucune autre depuis 2004)

Frais payés à ce jour	:	4 500 Euros (environ 3 millions FCFA).
Bénéfices réalisés jusque-là	:	Augmentation des revenus des paysans grâce aux primes ; une meilleure appréhension du développement durable et de meilleures conditions de vie pour les paysans.
Difficultés	:	L'absence du personnel qualifié pour le travail exigé par la certification CE ; surcharge administrative; dépenses importantes occasionnées par les inspections ; manque de suivi dans les procédures de préfinancement.

1-4. OPCC

Date de création	:	2000
Date de certification	:	2004
Produits principaux	:	Coton
Nombre de membres en 2007	:	31 000
Adresse	:	B.P. 1371 Garoua – Cameroun Tél : 99 68 85 82 Courriel : opcc.gie@sodecoton.cm
Production annuelle	:	2 600 tonnes en 2007
Quantité vendue au CE à ce jour	:	Voir tableaux ci-joints
Prime CE perçue à ce jour	:	Environ 300 millions FCFA cumulés
Nombre d'inspections FLO	:	4
Frais payés en 2007	:	20 millions FCFA
Bénéfices réalisés et difficultés	:	Voir page suivante

Suite OPCC

Tableau 6 : Volumes et valeurs de la production totale (coton) et la part du CE au cours de trois dernières années

Année de production	Production totale du coton (tonnes)	Nombre des producteurs	Chiffre d'affaires CE (en million CFA)	Chiffre d'affaires total	% du des ventes équitables	Valeur des ventes équitables (million CFA)	Prime CE en milliers CFA
2005	511	766	112,79	117	22,9	14,503 560	10 273 356
2006	2199	10 751	2 018	2114	97,02	322,32	173 953 716
2007	2868	31 202	Pas encore connu	2452	85,5	227 809 937	116 825 951

NB : Les chiffres de couleur verte indiquent les 62% de la somme totale

Tableau 7 : Investissements sur les projets de développement communautaires

Projet	Années		
	2005 (réalisés)	2006 (réalisés)	2007 (projet identifiés)
Case de santé	01	06	
Moulin	01	08	
Salle de classe	01	11	
Magasin stockage	01	08	
Adduction d'eau	04	15	
Electrification rurale	00	02	
Total	08	50	

Tableau 8 : Evaluation des bénéfices du CE

Bénéfices	Tels qu'évalués par les responsables de l'OPCC	Tels qu'évalués par les paysans bénéficiaires
Accroissement des revenus des paysans attribuables directement au CE depuis la certification	Certains membres ont acquis les animaux pour la traction et d'autres le petit matériel de labour, la scolarisation des enfants et l'amélioration de l'habitat.	
Réalisation des projets de développement social ou communautaire grâce aux primes équitables (par exemple : les projets d'infrastructure, de création d'écoles, de centre de soins de santé, etc.)	Près de 58 projets différents ont été réalisés et 52 autres sont en cours	
Développement durable (par exemple acquisition de l'expertise et expérience dans les nouvelles techniques culturales qui protègent la nature)	Le projet novateur ESA (Eau-Sol -Arbre) sur les techniques de lutte anti-érosive a été introduit avec succès. Des techniques améliorées d'aménagement des parcelles sont appliquées	
Autres bénéfices et avantages attribuables directement au CE	On note de plus en plus un changement de mentalité, une gestion transparente des ressources et un bon fonctionnement des groupes. Les femmes ont droit à la parole lors des assemblées générales.	

N.B :Les projets de développement communautaire ne concerne en majorité que des 36 groupements inscrits dans les opérations du commerce équitable en 2006.

Tableau 9 : Difficultés

Difficultés	Tels qu'évalués par les responsables de l'OPCC	Tels qu'évalués par les paysans bénéficiaires
Techniques (par exemple : Difficultés à se conformer aux normes FLO sur la qualité et l'environnement)	L'OPCC vient de mettre en place des comités chargés des affaires environnementales	
Paperasse administrative (par exemple : les ressources et niveau d'instruction requis pour réaliser des affaires du commerce équitable)	L'OPCC dispose des ressources nécessaires. Un ingénieur disposant des aptitudes et de l'expérience nécessaires a été recruté	
Recherche des acheteurs / importateurs du CE, Établissement des contrats et négociation pour le préfinancement et paiement après livraison ; etc.	Cette responsabilité incombe à la SODECOTON	

2. L'IMPACT DU COMMERCE EQUITABLE SUR LA REDUCTION DE LA PAUVRETE

Les entretiens avec les responsables de quatre organisations paysannes camerounaises certifiées pour le CE et leurs réponses écrites au questionnaire utilisé pour cette étude ne laissent aucun doute que malgré le travail supplémentaire que le CE implique pour les OP certifiées, les bénéfices qui en résultent valent largement les contraintes.

Les bénéfices en question sont essentiellement de trois types : (a) l'augmentation des revenus des paysans et leur développement social grâce aux primes équitables versées; (b) le renforcement du fonctionnement démocratique et de la capacité opérationnelle de l'OP certifiée ; et (c) la protection de l'environnement pour favoriser un développement durable conformément aux normes FLO.

Ces avantages répertoriés par les OP sont intégrés et peuvent se renforcer mutuellement dans une certaine mesure. Par exemple, le fonctionnement démocratique d'une OP renforce sa capacité de concevoir, de formuler et d'exécuter des projets et d'assurer une gestion saine et transparente des fonds. Cet atout lui permet ensuite d'accéder aux financements non liés directement au CE. C'est en fait cette capacité de fonctionnement et de gestion de l'OP qui est certifiée par FLO au regard de ses normes d'évaluation des capacités d'une OP, tandis que le certificat du CE d'une OP fait valoir sa crédibilité auprès des bailleurs et d'autres organismes d'aide au développement. Le financement des projets communautaires par ces acteurs contribue au bien-être social et économique des membres et des familles des OP en question, ce qui est le but recherché par la certification du CE, à savoir un développement social et économique autocentré et la prise en charge par la communauté de son avenir.

Le paragraphe précédant relate l'expérience concrète qu'a connue CHEDE-MUAFLOOP depuis sa certification en 2005. Elle a pu utiliser son certificat du CE à bon escient dans ses efforts de mobilisation des ressources pour des projets communautaires aussi bien sur le plan local qu'au niveau international malgré le fait qu'elle n'a pas encore pu vendre son café au marché du CE pour des raisons déjà évoquées plus haut dans cette étude. Le résultat en est que la coopérative a actuellement un nombre impressionnant de projets en gestation avec la collaboration de différents partenaires de la communauté des bailleurs au Cameroun et à l'étranger.

A cet effet, et malgré le fait qu'elle ait été aidée dans ce sens par CHEDE COOPERATIVE UNION dont elle est le membre le plus important, CHEDE-MUAFLOOP peut être considérée comme un cas concret d'une OP qui n'a pas encore bénéficié du marché du CE, ou de la prime sociale de ce marché, mais qui a néanmoins su utiliser aussi bien les normes que le certificat du CE pour faire valoir sa crédibilité et promouvoir sa visibilité en tant qu'une OP avec laquelle la communauté des bailleurs peut travailler de façon fiable pour exécuter des projets de réduction de la pauvreté, à l'instar d'un projet communautaire en cours qui bénéficie de l'appui du Sous Programme de Réduction de la Pauvreté (PRSP) du Programme des Nations Unies pour le Développement au Cameroun.

L'expérience de KONAFLOOP qui comme CHEDE-MUAFLOOP a déjà dépensé environ 3 millions FCFA au titre de frais d'inspection et de certification sans avoir encore rien vendu au marché du CE, n'est pas assez concluante pour se permettre de tirer un enseignement valable pour les autres OP Camerounaises. Le problème qui se pose est surtout lié au type de produits

certifiés et à la capacité commerciale de l'OP concernée à trouver des débouchés dans le marché du CE. Le café Robusta, comme expliqué plus haut, est extrêmement difficile à vendre par les canaux du CE pour un groupe nouvellement certifié, car la compétition entre les fournisseurs certifiés peut se révéler être une rude bataille dans le marché du CE où la stabilité des relations commerciales est la norme et où la part du marché du CE est très limitée. De plus, si FLO s'empresse à certifier autant d'OP que possible, elle est beaucoup moins active dans la recherche des partenaires commerciaux pour les groupes certifiés.

Pour éviter la situation décrite plus haut dans laquelle un groupe de producteurs certifié n'arrive pas à trouver des débouchés dans le CE suivant sa certification, FLO oblige de plus en plus les groupes candidats à la certification à se trouver au préalable des acheteurs du CE pour leur produits avant de se faire certifiés. C'est, en effet, le cas pour l'UNA-PAC à Loum, dans le Littoral, qui est producteur et exportateur d'ananas. L'UNA-PAC est déjà certifiée pour la production biologique mais a été conseillée par FLO de se chercher un importateur du CE d'ananas avant d'être certifié. Ce conseil est valable pour toutes les OP en quête du certificat du CE. Il est donc souhaitable d'organiser des échanges d'informations et d'autres consultations à travers un Forum Camerounais du CE pour les OP déjà certifiées et dont la création pourrait être encouragée par le MINADER comme recommandé dans ce rapport.

Par conséquent, vu les expériences concrètes de CHEDE-MUAFCOOP et de KONAFCOOP relatives aux difficultés à pénétrer le marché du CE en fonction du produit proposé, les groupes de producteurs en quête de certification, doivent être prêts à supporter aussi bien une charge financière de près de 3 millions au titre de frais d'inspection et de certification que des frais administratifs additionnels consécutifs à la surcharge de travail lié au CE, avant de pouvoir vendre sur le marché CE et recevoir les retombées financières de ce marché.

Par ailleurs, pour raccourcir la période d'apprentissage des formalités du CE, les OP aspirant à la certification devraient rechercher autant d'information d'assistance que possible des OP déjà certifiées au Cameroun, et utiliser leur banque de données commerciales pour faciliter la prospection du marché. Pour sa part, CHEDE COOPERATIVE UNION, qui gère les relations de Chede-Muafcoop avec FLO et avec le marché du CE, se tient prête à apporter son concours à toute autre OP camerounaise aspirant au CE.

La MACECOOP et l'OPCC, qui sont les deux OP ayant déjà vendu au marché du CE, démontrent clairement les bénéfices d'ordre financier et de renforcement institutionnel que les OP peuvent tirer du CE. La MACEFCOOP a été probablement la première OP camerounaise à être certifiée à l'année 2000. Par conséquent, elle a pu trouver sans grande difficulté des acheteurs du CE pour son café Robusta et a pu exporter deux containers d'environ 40 tonnes de son produit sur le marché du CE entre 2001 et 2003. Pendant cette période, la MACEFCOOP a reçu environ USD 8 000 de prime sociale qui a été utilisée pour des projets de développement communautaire. De même, les paysans ont pu bénéficier d'un prix minimum stable de USD 2,2/kg qui représentait à l'époque le double du prix du Robusta sur le marché conventionnel.

Malheureusement peu de temps après, la MACEFCOOP a eu des difficultés à respecter régulièrement ses contrats, apparemment à cause des problèmes d'évacuation du produit depuis sa base de Mamfe, département de Manyu, au Sud Ouest, vers Douala; et ceci à cause du mauvais état des routes. La nouvelle sur les difficultés de MACEFCOOP à respecter ses contrats de livraison pour des raisons en partie indépendantes de sa volonté s'est répercutée au niveau de FLO et du marché européen importateur du café. Aussi, cet échec a probablement

eu des effets néfastes sur les chances de CHEDE- MUAFCOOF et de KONAFCOOP dans leurs tentatives de trouver des importateurs pour leur café.

On peut tirer deux leçons de l'expérience de MACEFCOOP : la première est la nécessité d'avoir une route praticable toute l'année entre les zones de production et Douala pour les OP désirant s'impliquer dans le commerce international en général, que ce marché soit conventionnel ou du CE, parce que le marché d'exportation de tous les produits impose des obligations d'efficacité et de ponctualité vis-à-vis des dates de livraison et de réception qui font intervenir toute une chaîne d'opérateurs différents. La deuxième leçon est que le succès ou l'échec de l'un ou de plusieurs organisations d'un pays ou d'une région affecte d'une manière ou d'une autre, et psychologiquement, les chances de succès des autres groupes du même pays ou de la région concernée car le fonctionnement des marchés est généralement influencé par l'information et les perceptions psychologiques.

L'OPCC quant à elle peut être classée à l'autre extrême des expériences des OP camerounaises certifiées décrites plus haut en raison de son brillant succès dans la vente de son produit (le coton) sur la marché du CE par le truchement de la SODECOTON, son exportateur. Ce succès de l'OPCC s'exprime par exemple en termes de revenus de sa prime sociale (une somme colossale de 300 millions FCFA en moins de trois ans) perçus du marché du CE et, tout aussi important, par les nombreux projets de développement communautaire (plus de 100 projets) déjà exécutés ou à exécuter d'ici fin 2008 grâce à sa participation réussie au marché du CE.

Par conséquent, l'OPCC apporte la preuve concrète et concluante que le CE est réel et bénéfique pour les OP certifiées, et qu'il ne recèle rien de mystique comme le soutiennent ses détracteurs de l'économie classique du libre-échange. Toutefois, le succès de l'OPCC mérite une appréciation nuancée et relative au contexte du produit concerné. Le coton, produit unique que l'OPCC propose actuellement pour le CE, a subi des turbulences de marché au moins depuis l'an 2000 pour diverses raisons, y compris par exemple les subventions importantes accordées aux producteurs du coton de certains pays développés tels que les USA.

Le fait que les pays africains producteurs de coton tels que le Bénin, le Burkina Faso, le Mali et le Sénégal, soient classés selon les Nations Unies parmi les pays les moins avancés, et nécessitant de ce fait une attention particulière de la part de la communauté internationale, a été suffisant pour justifier des initiatives politiques et économiques sur les plans national, régional et international en faveur de ces pays. Par exemple, la France a joué un rôle clé à travers son Ministère des Relations Extérieures, l'Agence Française de Développement (AFD), et Max Havelaar France (Organisation Française du CE), pour mettre sur pied un projet de soutien aux producteurs du coton de ces pays.

Au Cameroun, le projet DPGT (Développement Paysan et Gestion des Terroirs) qui devint plus tard DAGRIS, un projet parapublic piloté par Max Havelaar France, a été par conséquent décisif pour l'adhésion au CE de l'OPCC et des groupes similaires dans d'autres pays de l'Afrique de l'Ouest. Le même projet semble avoir également facilité la recherche des partenaires du CE pour l'OPCC. L'enseignement qui en découle est que, malgré le discours classique libre-échangiste, les dirigeants politiques, le secteur privé conventionnel et le secteur du CE peuvent collaborer pour arriver à des résultats probants en vue de réduire la pauvreté. C'est là le message clé de la communauté internationale du CE. **La leçon que peut tirer le Gouvernement camerounais est qu'il est possible de soutenir les OP pour être**

éligibles pour le CE aux fins de réduire la pauvreté dans les zones rurales en exploitant ce segment du marché mondial.

L'OPCC est l'organisation faîtière pour plus de 2.000 groupes de producteurs constitués de plus de 30.000 paysans qui cultivent environ 12.000 hectares de terre. Ces groupes sont liés à l'OPCC pour la plupart parce qu'elle leur procure des intrants agricoles à crédit et les soutient techniquement dans la production du coton. Il est à noter, cependant, que c'est l'OPCC qui est certifiée et non ses groupes de producteurs affiliés. A cet égard, l'OPCC s'inspire des normes FLO de production de coton et du contexte local pour définir les critères d'éligibilité pour le CE des groupes à lui affiliés. La sélection de groupes qualifiés pour le CE se fait de manière démocratique par les membres des groupes en question. Chaque groupe est constitué d'environ 150 membres. Le nombre de groupes ayant été sélectionnés ainsi pour le CE a augmenté rapidement au fil des ans ; passant initialement de 6 en 2004, à 36 en 2005, à 56 en 2006, puis à 118 en 2007.

L'OPCC est obligé pour l'instant d'exporter à travers la SODECOTON, société étatique, à cause des dispositions statutaires originelles qui régissent toujours la SODECOTON. Cependant, la possibilité pour l'OPCC d'exporter directement à l'étranger grâce à son certificat du CE reste une option envisageable. Les dispositions actuelles nonobstant, l'OPCC est d'avis qu'elle a peu de raisons de se plaindre parce qu'elle trouve entièrement satisfaisants le prix et les primes du CE. Le seul problème que redoute l'OPCC est l'absence de garantie que la récolte de ses membres trouvera toujours des débouchés aux conditions du CE. Pour cette raison, l'OPCC, tout comme les autres OP camerounaises certifiées, estime nécessaire de créer un organisme international du CE chargé spécifiquement de la recherche des débouchés pour les produits des OP certifiés, à l'instar de FLO-CERT qui ne s'occupe que du volet de la certification.

CONCLUSIONS

Passant en revue le concept, les origines, et l'expansion du CE depuis la fin des années 50, cette étude trouve que le libre échange conventionnel aussi bien que le CE peuvent réduire le taux de pauvreté dans différents contextes en fonction des capacités des gouvernements et des OP certifiées pour le CE à saisir les opportunités qu'offrent les deux formes de marché.

Cependant, le CE diffère du libre échange conventionnel à plusieurs titres :

- Il représente seulement environ 0,1 % du commerce mondial des produits alimentaires et agricoles;
- Il est orienté en priorité vers de petites organisations paysannes et les syndicats d'ouvriers employés dans les plantations;
- Il garantit un prix stable pour les produits certifiés et une relation commerciale durable entre les commerçants internationaux et les OP;
- Sa prime sociale facilite le développement communautaire et renforce l'esprit démocratique ainsi que la volonté des groupes concernés de se prendre en charge eux-mêmes ;
- Ses normes environnementales visent à consolider le développement durable des groupes, de leurs membres et de leurs familles.

Ces bénéfices ne sont pas facilement accessibles aux OP sur le marché conventionnel.

Cela dit, le CE n'est pas non plus une solution universelle miracle pour réduire la pauvreté au Cameroun, en Afrique ou partout ailleurs dans le Sud parce que la part du marché du CE dans le commerce mondial des produits alimentaires et agricoles est encore aussi insignifiant que le pourcentage de leur production totale que les OP certifiées du Sud peuvent écouler sur le marché du CE chaque année quelque soit le produit proposé. Certains produits dans la gamme actuellement couverte par le CE tels que le coton, les fruits et les jus semblent se vendre plus facilement que les autres. Le café Robusta Camerounais paraît être le plus difficile à vendre actuellement au prix du marché du CE.

Par conséquent, les OP en quête de certification pour le CE ont intérêt à rester conscientes du type de produit à proposer et devraient s'attendre à faire des dépenses au titre de frais d'inspection et de certification avant d'espérer pouvoir bénéficier des retombées financières et d'autres avantages du CE. L'un des bénéfices importants du CE est le renforcement de la gestion de l'entreprise et l'esprit démocratique des groupes certifiés. A cet égard, plusieurs conditions à remplir pour l'adhésion au CE sont plus ou moins identiques aux dispositions de la Loi No 92/2006 du 14 août 1992 relative aux sociétés coopératives et aux Groupes d'Initiative Commune et son décret d'application No 92/455/PM.

Il serait donc souhaitable que le Gouvernement puisse étudier les voies et moyens pratiques pour permettre aux OP camerounaises de développer leurs capacités opérationnelles indispensables non seulement pour les marchés du CE et des produits biologiques mais aussi pour le commerce international en général, car les marchés spécialisés du CE et de produits biologiques par exemple ne peuvent absorber à l'heure actuelle toutes les exportations des OP intéressées par le commerce international. De telles mesures de renforcement par le Gouvernement peuvent être ciblées sur la base des critères spécifiques et le type de produits concernés (plante et bétail), aux OP de fil susceptibles par exemple de jouer dans chaque département le rôle de l'OPCC dans les provinces du Nord ou en appliquant une variante locale appréciée pour l'entraînement et l'encadrement des OP au niveau départemental.

Dans le même ordre d'idées, le Gouvernement pourrait encourager la création d'une Association ou d'un Forum Camerounais du CE qui peut ouvrir la voie à la création d'un réseau CEMAC du CE, qui est en ce moment le seul groupement sous régional manquant dans le Réseau africain du CE (AFN).

**Répartition des producteurs certifiés du CE par produit et par région géographique
(au 31 /12/07)**

Produit certifié	Pays africains	Producteurs	Total Afrique		Total Asie		Total Amérique latine		Nbre Total monde ¹
			Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	
Banane	Ghana	1	1	1.4	0	0	69	98.6	70

¹ En raison de la certification par plusieurs organisations de plus d'un produit, le total dans ces colonnes doit être considéré comme le nombre total de produits homologués du CE et ne doit pas être confondu au nombre total d'organisations de producteurs du CE (632 à partir de 2007) dans le Sud.

Cacao	Cameroun	1 ²	6	16.7	4	11.1	26	72.2	36
	Ghana	1							
	Côte d'Ivoire	3							
	Sierra Leone	1							
Café	Cameroun	3 ³	43	13.2	21	6.4	263	80.4	327
	Ethiopie	4							
	Côte d'Ivoire	2							
	Kenya	9							
	Rwanda	6							
	Tanzanie	8							
	Uganda	12							
	Zambie	1							
Coton	Burkina Faso	4	26	30.0	60	70.0	0	0	86
	Cameroun	2 ⁴							
	Egypte	2							
	Madagascar	3							
	Mali	5							
	Ile Maurice	5							
	Maroc	1							
	Sénégal	4							
Fruits séchés	Burkina Faso	7	14	73.7	1	5.3.	4	21.0	19
	Afrique du Sud	2							
	Togo	1							
	Tunisie	4							
Fleurs et plantes	Egypte	1							
	Ethiopie	1							
Produit homologué	Pays africains	Producteurs	Total Afrique		Total Asie		Total Amérique latine		Total monde
			Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	
Fleurs (suite)	Kenya	19	32	66.7	2	4.2	14	29.1	48
	Tanzanie	2							
	Zimbabwe	9							
Fruits	Benin	1	72	71.3	0	0	29	28.7	101
	Burkina Faso	7							

² Konafcoop certifiée à la fois pour le cacao et le café

³ Chede-Muafcoop (certifiée comme producteur et exportateur de café), Konafcoop (certifiée comme producteur de cacao et e café), and Macefcoop (certifiée comme producteur de café).

⁴ Sodecoton est homologuée comme exportateur de coton et l'OPCC comme producteur de coton.

frais	Egypte	6							
	Ghana	10							
	Côte d'Ivoire	1							
	Mali	2							
	Maroc	1							
	Mozambique	1							
	Namibie	1							
	Sénégal	1							
	Afrique du Sud	38							
	Togo	3							
Légumes frais	Egypte	1	1	100	0	0	0	0	1
Epices	Comores	1	10	38.5	15	57.7	1	3.8	26
	Madagascar	6							
	Uganda	3							
Miel		0	0	0	2	5.7	33	94.3	35
Jus de fruits	Benin	1	5	17.2	1	3.5	23	79.3	29
	Egypte	2							
	Afrique du Sud	2							
Huile de noix de palmiste	Burkina Faso	3	7	23.3	12	40.0	11	36.7	30
	Côte d'Ivoire	1							
	Malawi	1							
	Mozambique	1							
	Zambie	1							
Riz	Egypte	2	3	12.0	22	88.0	0	0	25
	Mali	1							
Sucre	Kenya	2	5	20.0	2	8.0	18	72.0	25
	Malawi	2							
	Zambie	1							
Thé	Burkina Faso	1	51	46.8	57	52.3	1	0.9	109
	Egypte	4							
	Kenya	23							
	Malawi	3							
	Rwanda	1							
	Afrique du Sud	10							
	Tanzanie	6							
Uganda	3								
Vin	Afrique du								

	Sud	25	25	67.6	0	0	12	32.4	37
TOTAL			301	30.0	199	19.8	504	50.2	1004

Source: données compilées à partir de la base de données du FLO-CERT.

ANNEXE 2 : GROUPES ET PERSONNES RENCONTRES

GROUPES	Responsable	Poste	N° du portable.
Chede Muafcoop	Hon Nzenze Ewanoge	Président du CA	96 04 04 73
	Emelda Aloge	Trésorier	76 28 21 33
	Joachim Ndelle	Comptable	94 01 55 88
	Chief Ejede Ejede	Membre du CA	-
	Sylvester S. Ngipe	Membre de la COOP	79 34 42 68
Konafcoop	Akama Makia Ndedi Bau	Président	99 36 44 07
	Asek Zachee Ojong	Directeur	77 79 74 16
Macefcoop	Ashu Dickson	Président	94 26 38 65
OPCC	Hamadou Adjia	PCA	99 9989 14
	Hamadou Nouhou	Directeur technique	99 68 03 91
	Nathan Bello	Responsable Sodecoton	-
Bio Tropical	Sangnie Colbert	Directeur	96 45 65 92
UNA-PAC	Jean Marie Sop	Directeur	77 75 03 95
CDE (ACP)	G. Nkodo	Directeur	77 73 98 74
Projet PARI	Valentine Achancho	Coordonnateur national	99 31 40 11
	Christian Huet	Conseiller Technique	22 23 25 87
	Dominique Morand	Conseiller technique près OPCC - Garoua	96 93 86 81
MINADER	Jean Claude Djoumessi	Directeur DOPA	99 72 00 13
	Lawrence F. Nyakangah	Délégué provincial MINADER du Sud Ouest	33 32 22 14
	Samuel Nkongo Ntoub	Chargé d'études	99 98 73 89

ANNEXE 3

Références sélectionnées

A. PUBLICATIONS (Livres et Articles)

1. Anna Milford: Coffee, Cooperatives and Competition, The impact of Fair Trade, Michelsen Institute, CMI Report, Oslo, Norway 2004.

2. Cathy Farnworth and Michael Goodman: Growing ethical networks: the Fair Trade market for raw and processed agricultural products, Washington, 2006.
3. Marlike Kochen: Sixty years of Fair Trade, the European Fair Trade Association (EFTA), 2004.
4. Mark Sidwell: Unfair Trade, Adam Smith Institute, London, 2008.
5. United Kingdom Department for International Development (DFID): How to leverage the cooperative movement for poverty reduction, London, 2005.
6. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD): Challenges and opportunities arising from private standards on food safety and environment for exporters of fresh fruit and vegetables in Asia, Geneva, 2007.
7. Walter Zwald of the Worldwide Sustainable Coffee Fund: Analysis of the Common Code for the Coffee Community (4 Cs), Zurich, 2007.
8. World Bank (International Bank for Reconstruction and Development (IBRD): World Development Report – Agriculture for Development, Oxford University Press, Oxford, 2008.

B. WEBSITES

9. www.fairtrade.net (website of the Fair Trade Labelling Organizations (FLO), which contains comprehensive information on the international fair trade movement and related documents).
10. www.flo-cert.net (Website of the FLO affiliated body in charge of certification issues; it contains information on conditions and procedures for fair trade certification).
11. www.wto.org (Website of the World Trade Organization; it contains useful information on global trade statistics and negotiations).
12. www.unctad.org (Website of the United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD); the site highlights world trade and development issues, including up to date documentation on North-South trade relations).
13. www.intracen.org (Website of the United Nations International Trade Centre (ITC/UNCTAD/WTO); the site contains practical information on international trading of specific products, such as coffee, cocoa, fresh fruits and vegetables, etc, and related publications).

XX