



**UFR 5 Faculté des Sciences du Sujet et de la Société**

**Mémoire d'étude Master 2 de Sociologie**

**Parcours :**

**Observation et analyse sociologiques du changement social et des actions collectives**

**LE COMMERCE EQUITABLE EN QUESTION : UNICITE  
OU DIVERSITE DE THEORIES ET DE PRATIQUES.**

**Présenté par BESSON LACOMME Camille**

**Sous la direction de VALLADE Delphine Maitre de conférences à l'Université  
Paul Valéry**

**Promotion 2016-2017**

# Remerciements

J'aimerais remercier tout d'abord, Véronique Lacomme, Michel Besson, Georgina. D ainsi que les membres de sa famille, Antonio, Jose et Javier et tous les artisans que j'ai rencontrés et qui m'ont permis d'effectuer mon travail de terrain dans des conditions plus que souhaitables.

Je remercie aussi ma directrice de mémoire Mme Delphine Vallade pour ses apports méthodologiques et bibliographiques.

Pour finir, je tiens également à remercier mes amis Paul, Manon et Félix qui m'ont soutenue chaleureusement dans les dernières heures de travail.

## Sommaire

<b>Préambule : rapport au sujet.....</b>	<b>4</b>
<b>Introduction.....</b>	<b>8</b>
<b>Partie 1.....</b>	<b>13</b>
<b>Définitions et diversité des logiques et des formes d’institutionnalisations du Commerce équitable en France. ...</b>	<b>13</b>
1) Définition étymologique et sémantique : des pratiques sans nom ? .....	13
2) Vision Institutionnalisée du CE en France : .....	15
3) Origine du concept du CE en France .....	18
<b>Partie 2.....</b>	<b>19</b>
<b>Réseaux du Commerce équitable en France et isomorphisme institutionnel : des approches différentes et différenciées du Commerce équitable en France. ....</b>	<b>19</b>
1) La plateforme française pour un CE : le monopôle et institutionnalisation d’un réseau. ....	19
1.1) Fondateurs, histoire. ....	19
1) Membres fondateurs et dominants de la PFCE. ....	23
2.1) Le monopole de Max Havelaar : le CE en grande distribution. ....	23
2.2) Artisans du Monde et ses filières intégrés.....	31
3) L’institutionnalisation de la PFCE : un isomorphisme institutionnel.....	36
4) Face à l’isomorphisme institutionnel d’un réseau dominant : le réseau Minga: .....	39
5) Des filières de « coopération » : L’exemple de la coopérative Andines .....	42
<b>Partie 3.....</b>	<b>48</b>
<b>Pour une équité dans le commerce : pratiques d’acteurs s’opposant au commerce équitable institutionnalisé. ...</b>	<b>48</b>
1) Mission de stage : présentation du terrain.....	48
1.1) Andines .....	48
1.2) Ayniart.....	48
1.3) Histoire commune de ces deux entreprises : .....	51
1.4) Demande des structures - mission de stage : renforcer la filière entre les deux entreprises. ....	52
2) Pratiques en lien avec l’ancrage social et politique des acteurs comme condition d’une équité dans le commerce. ....	55
2.1) Caractéristiques économiques d’un commerce équitable et solidaire pratiqué par Andines .....	55
2.1.1) Fonctionnement économique en amont, en aval et en interne d’Andines. ....	55
2.1.2) Logique de filières.....	57
2.1.3) Comment fixer un prix le plus équitable possible tout le long d’une filière ?.....	59
2.2) Ancrages sociaux, pratiques et vision des artisans. ....	61
2.3) Ancrage politique des fondateurs des structures Andines et Ayniart. ....	67
3) Analyses : des pratiques d’économie solidaire au sein d’un projet de vie de transformation sociale : ré-encastrent la sphère économique au sein d’une volonté d’utilité sociale et politique. ....	71
3.1) Une activité économique au centre d’un projet politico-social : des pratiques de l’économie solidaire ?....	71
3.2) Le ré-encastrement de la dimension économique au service de l’utilité sociale. ....	73
4) Limite de cette démarche : un « projet de vie » .....	77
<b>Conclusion .....</b>	<b>78</b>
<b>Annexes.....</b>	<b>84</b>

## **Préambule : rapport au sujet**

Je pense qu'aucun chercheur (tous domaines confondus) n'est jamais 100% déconnecté ou étranger à son objet d'étude. Il est donc pour moi essentiel de vous faire part d'éléments qui m'ont construite personnellement. En effet, rendre compte de la proximité affective qui me lie à mon sujet, est, je pense, au même titre que de témoigner de la méthodologie, de permettre au lecteur de contextualiser encore mieux ma recherche.

Je suis née le 6 juillet 1993, à Enghien les bains dans le 95, ville limitrophe d'Epinay sur Seine dans le 93 (Seine Saint Denis) où j'ai grandi. De fait, mon environnement familial est intimement lié à Andines et à tout ce réseau, puisque cette entreprise a été créée et gérée par mes parents Véronique Lacomme et Michel Besson, depuis 1987. Du plus loin que je puisse me souvenir j'ai toujours suivi mes parents de marchés en salons et d'événements en rencontres professionnelles liés à Andines, que ce soit en France où dans ses pays limitrophes comme l'Espagne, la Suisse, la Belgique. J'ai souvent participé, pour tenir les stands et vendre les produits, ou bien même pour faire les repas qu'était amené à préparer Andines notamment durant les portes ouvertes organisées au magasin, ou encore lors de rassemblements devant le McDonald's à l'occasion de manifestations pacifistes contre la « mal'bouff » qui se passaient devant le Fast Food, avec repas et musique organisés !

J'ai été au collège à Epinay sur Seine, et au lycée à Saint Denis où j'ai effectué un bac Scientifique. Durant cette période qui fut marquée par différents mouvements sociaux, j'ai souvent été amenée à aller à la fac de Paris 8 (Saint Denis), où les mouvements étudiants et lycéens convergeaient pour s'organiser. J'ai fini par connaître parfaitement cette université. C'est en partie pour cela et par envie de découvrir d'autres horizons et d'autres milieux sociaux que j'ai postulé à l'université Paris 4 La Sorbonne en licence de Sociologie où j'ai été admise en 2011/2012.

Pourquoi avoir choisi la sociologie alors que je sortais d'un bac S? La raison principale était que je voulais tenter le concours d'éducateur(riche) spécialisé(e), et n'ayant aucune expérience dans le domaine du social j'ai choisi la sociologie afin de m'ouvrir l'esprit à des concepts théoriques ainsi qu'au côté pratique et social lors de stages. J'ai aussi durant cette même année passée mon BAFA, afin de commencer une expérience plus concrète dans le social auprès de différents publics. La sociologie était pour moi une manière de s'armer avec des outils théoriques et pratiques afin de mieux comprendre et remettre en question les sociétés qui composent le monde aujourd'hui.

Ce sont mes parents qui m'ont donné le goût du voyage. Je les ai toujours vu voyager, parfois plusieurs fois par an, mais jamais ensemble. Mon père s'occupait plutôt des filières d'Amérique du sud et de la Palestine, et ma mère celles d'Afrique. Malgré leurs nombreux contacts dans différentes parties du monde, on n'a jamais pu voyager tous ensemble pour des raisons financières. Quand ce

n'était pas mes parents qui voyageaient, c'est à Andines et à la maison que j'ai rencontré le plus de personnes. Régulièrement, des ami(e)s français, européens, des correspondants(-tes), des producteurs(-rices), artisans(-nes) venaient en France, pour différents événements, rencontres, ou tout simplement dans l'idée d'échanger en venant voir par eux-mêmes le travail qui était effectué ici, en France, ainsi que se rendre compte de la vie ici, avec tout ce que ça comporte, si souvent idéalisé surtout par les médias des autres pays. Cela participait à renforcer la compréhension des personnes, issues de différentes cultures, et ainsi le rapport de confiance établit entre tous.

Une des dernières rencontres, à laquelle j'ai assisté à la maison, était avec des correspondants palestiniens et Touaregs. Nous avons discuté en anglais, différents arabes et un peu en français, pour échanger sur les différences de modes de vies dans ces trois pays, des difficultés, des facilités pour vivre et voyager.

La seule fois où j'ai voyagé avec mon père, c'était lors de ma deuxième année de fac. Alors que je rentrais de deux mois de colonie de vacances où je travaillais comme animatrice, mon père m'a proposé de partir 14 jours en Colombie dans la région du Cauca afin de participer à l'inauguration des nouveaux locaux de Cosurca, coopérative de producteurs de café avec laquelle collabore Andines depuis 2001. Ayant les possibilités financières et temporelles j'y voyais l'occasion rêvée de découvrir une facette de l'entreprise de mes parents ainsi que l'opportunité de voyager avec mon père pour la première fois hors Europe.

En 2014/2015, après ma licence j'ai interrompu mes études pendant une année, durant laquelle j'ai travaillé à temps plein durant 6 mois pour partir voyager dans différentes régions du monde.

J'ai effectué mon premier voyage au Burkina Faso pendant 1 mois et demi où j'ai travaillé dans un centre qui s'occupe des enfants des rues à Bobo-Dioulasso. Là-bas, parallèlement à mon travail dans ce centre, j'ai eu mes premiers contacts à l'étranger avec des partenaires d'Andines. J'ai rencontré un groupe de femmes potières dont j'avais fait la connaissance à Andines lors d'un de leurs voyages en France, ainsi que la structure Paoline qui travaille avec Andines sur l'importation de mangues séchées et de noix de cajous. Durant ce voyage-là, j'ai rencontré des artisanes qui font des bijoux via Sarata, la correspondante d'Andines au Burkina et responsable de l'association Paoline. J'ai été amenée à expliquer la démarche d'Andines. J'ai ce jour-là, acheté des échantillons et pris des photos de modèles différents pour qu'Andines ait une première idée des produits et puisse choisir des échantillons. De fait j'ai été confrontée à la différence de culture et aussi à l'image qu'on me renvoyait en tant que « femme blanche » dans un pays ayant subi la colonisation française. Essayer de faire comprendre que j'étais là dans une démarche pour créer une filière durable, c'est à dire ancrée dans le temps et empreinte de confiance et de compréhension des difficultés de chacun. En effet l'idée n'est pas d'acheter une seule fois des produits mais de créer un échange durable assurant

aussi bien aux artisans qu'à Andines une certaine stabilité économique. Je me suis rendue compte de la difficulté de ce travail lorsque j'ai acheté les échantillons. Étant avec une amie burkinabée qui achetait aussi des bijoux, pour les mêmes produits nous n'avons pas eu le même prix. Il est effectivement difficile de casser les stéréotypes, de part et d'autre, où que l'on soit. Cela prend du temps. Là, j'ai compris la profonde véracité des propos de Véronique Lacomme quand elle dit : « construire une filière prend 2 à 3 ans minimum... et encore ! »

De retour en France j'ai repris mon travail d'animatrice pendant 3 mois supplémentaires avant de repartir à la découverte de nouveaux horizons. Je suis allée 3 mois en Amérique du Sud en « sac à dos », avec une amie. Nous avons voyagé dans le sud du Pérou, en Bolivie, dans le nord du Chili et dans le sud de la Colombie. Au Pérou, j'ai rencontré deux correspondantes d'Andines, l'une à Lima et l'autre à Cuzco. C'était là mon premier contact avec Georgina.D, la femme avec qui j'ai pu réaliser mon stage de master, cette année.

Etant donné ma proximité affective au sujet étudié, cet effort de réflexivité constitue un élément important de ma méthodologie qui me permet d'une part de prendre le recul nécessaire à l'étude d'un tel sujet et d'autres parts de fournir aux lecteurs un témoignage de ce qui m'a construite socialement. Cela leurs permet d'avoir le cadre du quel je pars pour effectuer mon enquête.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Rémy Caveng, « Delphine Naudier, Maud Simonet (dir.), Des sociologues sans qualités ? Pratiques de recherche et engagements », Lectures [En ligne], Les comptes rendus, 2011, mis en ligne le 31 mai 2011, consulté le 12 mai 2017. URL : <http://lectures.revues.org/5704>



## Introduction

Nous sommes aujourd'hui dans une société où c'est, entre autres, l'individualisme et la surconsommation qui priment. Ceci découle en parti, si ce n'est complètement du système économique marchand auquel nous faisons face - et qui, par nature prône une course au rendement par la recherche de profits au sein des entreprises. Au détriment, bien souvent, de la qualité de vies des individus. Par exemple par la dégradation environnementale avec la surexploitation des sols ou l'utilisation de produits toxiques. Ou afin de maximiser la plus-value des marchandises échangées, la baisse des revenus. Allant jusqu'à favoriser la mal-nutrition des populations, et plus généralement le bafouement des droits humains fondamentaux.

Ce phénomène est dû aux modes de productions capitalistes avec le développement de ce que M. Weber nomme (1995, tome 1, chapitre 2, Rationalité formelle et matérielle de l'économie) un marché de rationalité formelle. Il décrit ce marché comme étant composé d'acteurs qui, déconnectés des impératifs éthiques, politiques, esthétiques, etc, poursuivent un objectif unique et quantifiable basé sur un système monétaire. Cela recentre l'échange uniquement autour de l'objet échangé, la marchandise, sans aucune considération sociale pour les individus qui participent à la produire. (Fétiche de la marchandise, Marx, Le Capital)

Le système capitaliste impose des obligations de nature particulière, décourage certaines pratiques et en promeut d'autres. Comme l'avait parfaitement vu M. Weber, dans le cosmos capitaliste moderne, les échanges marchands tendent à devenir impersonnels et à être guidés par la rationalité formelle. On parle souvent de l'autonomisation de la sphère économique par rapport aux dimensions de la vie sociale. Loin de vouloir nier les apports de la « Nouvelle sociologie économique » américaine (Swedberg, 1994) qui s'est appliqué à montrer que la sphère économique n'est pas autonome de la sphère du social. Au contraire les échanges marchands restent des activités sociales instituées (R. Le Velly – 2009). L'idée entendue par « autonomisation » est de montrer que l'ordre marchand devient agent et va en ce sens imposer certaines normes à la société.

En effet, toutes relations sociales comprises dans les activités économiques vont alors prendre la forme de négociations. Et s'inscrire, par la nature même du marché, dans des relations de concurrence. Ce qui tend à éliminer toutes formes d'activités économiques non concurrentielles puisqu'économiquement non viables.

Cette analyse rend compte de la tendance propre au développement de l'économie de marché.



Gardons en tête que localement, dans tel ou tel secteur, les situations économiques et sociales peuvent prendre une forme différente. Comme le met en lumière Ronan Le Velly dans son article Le commerce équitable : des échanges marchands dans et contre le marché (2008) en s'appuyant sur les auteurs Velthuis et Zelizer, « Il est possible de construire des échanges marchands sur la base de règles formelles et de principes moraux qui visent à réduire l'influence des forces du marché dans l'allocation des biens et dans la détermination des prix ». Cela laisse à penser que malgré les forces de marché que subissent les acteurs, leurs actions dépendent aussi de leurs conceptions et du sens, notamment politique, qu'ils donnent à leurs pratiques. En opposition au marché à rationalité formelle, cette forme d'échange économique peut se rapprocher de ce que Weber nomme le développement d'un marché à rationalité matérielle. Ce marché est soumis à des formes de rationalisation par les acteurs sociaux eux-mêmes, et donc leurs intérêts économiques mais aussi moraux, ou éthiques.

En ce sens, on peut évoquer la définition de l'économie solidaire proposée par J-L Laville : « L'économie solidaire peut être définie comme l'ensemble d'activités économiques soumis à la volonté d'un agir démocratique (réel) où les rapports sociaux de solidarité priment sur l'intérêt individuel ou le profit matériel ; elle contribue ainsi à la démocratisation de l'économie à partir d'engagements citoyens ». (J-L Laville et coll., *Economie solidaire : des initiatives locales à l'action publique et Varia*, n°190, 2007, de la Revue Tiers Monde.) On peut inscrire dans cette économie solidaire toutes les initiatives comme les AMAP, circuit courts, Réseaux des SEL (Système d'échanges locaux), commerces équitables, etc.

Aujourd'hui le commerce équitable est un concept de plus en plus connu. De la grande distribution en passant par le café équitable proposé par Malongo ou les boutiques alternatives, le commerce équitable cherche à se démocratiser. En France, un foyer français sur trois a acheté dans l'année au moins un produit Fairtrade/Max Havelaar, pour une consommation moyenne correspondant à 5,90€ par personne (par comparaison, ce chiffre est de 32 € au Royaume-Uni et de 47€ en Suisse). Lorsque l'on recherche sur internet, les acteurs présentés comme fondateurs ou initiateurs du commerce équitable en France sont Max Havelaar et la Fédération Artisans du Monde. Ils pratiquent depuis plus de 25 ans un commerce équitable dans le but de favoriser l'autonomisation et le développement des petits producteurs du sud.

Cependant même s'ils ont été peu étudiés, Max Havelaar et Artisans du monde sont loin d'être les seuls acteurs inscrits dans les champs du commerce équitable. Il existe aussi le réseau Minga qui existe depuis 1999.

L'objet de ce mémoire vise à envisager le commerce équitable vis-à-vis du système économique

libéral. Nous nous proposons ici d'étudier les pratiques liées à cette forme de commerce, qui en son sens théorique et conceptuel, se propose d'être une alternative au système marchand dominant. Il s'agit donc de questionner si ces pratiques rentrent véritablement en rupture avec le libéralisme économique et ses rapports de productions. Notre problématique sera donc :

Dans le contexte socio-économique et politique actuel, pratiquer un commerce équitable est-il possible et réaliste ?

De cette problématique découle les hypothèses suivantes :

- De nombreux acteurs économiques dans le monde d'hier et d'aujourd'hui pratiquent ou tentent de pratiquer l'équité dans leurs actes économiques sans utiliser ces mots pour qualifier leurs démarches.
- Le commerce équitable ne peut perdurer ou s'étendre à la grande distribution sans remettre en cause ses principes "équité et transparence" inscrits dans une démarche de développement durable.
- Les standards internationaux du commerce équitable permettent-ils d'assurer à tous, le respect d'une telle pratique ?
- Cette alternative subit-elle les « méfaits » de l'innovation sociale ? (En définition une innovation sociale est une initiative reprise de manière institutionnelle ou de quelconques manières par le système d'aujourd'hui)

Dès lors il semble nécessaire de tenter de définir le concept même de commerce équitable, tout d'abord grâce à une approche étymologique et sémantique des termes. Par la suite, à des fins d'exemplifications et de compréhensions, nous allons nous intéresser, à des formes d'échanges qui semblent s'en approcher sans nécessairement revendiquer la pratique en tant que commerce équitable. La seconde approche étudiée sera la conception que reconnaît en France la loi du commerce équitable, définissant ainsi les pratiques des principales structures institutionnalisées du commerce équitable. Il apparaît alors que l'approche du terme dans le champ actuel du commerce équitable s'éloigne d'une définition plus épistémologiquement construite. Il convient alors de comprendre la nature et l'origine de ces différences. Ce que nous appréhenderons avec l'évolution du rapport au commerce équitable par les structures dominantes dans son champ.

Ce premier axe de recherche s'inscrit alors dans une enquête généalogique de rapport social au

terme du commerce équitable. A la manière, même si sur un laps de temps plus court, dont Foucault (1976) appréhende la sexualité et l'histoire du système normatif qui l'entoure.

Ce qui nous amènera à envisager dans un deuxième temps l'ancrage historique avant tout des pratiques sociales des différents acteurs présent dans le champ du commerce équitable en France. Nous rendrons ainsi compte de l'attitude des principales structures institutionnalisées comme Max Havelar et Artisans du monde vis-à-vis du commerce équitable. Cependant la présence, dans ce champ, d'acteurs comme le réseau Minga et la coopérative Andines devra être étudiée en détail. En effet, tout en faisant partie intégrante du champ, les structures qui composent Minga semblent être en oppositions avec l'approche des structures dominantes.

Notamment grâce à l'étude, dans une troisième partie, de l'entreprise Andines et de son partenaire péruvien Ayniart qui semblent envisager la conception et donc les pratiques du commerce équitable différemment.

Ce qui nous poussera, étant donné le manque de données autour de ces pratiques en marges du champ du commerce équitable, à mener une véritable étude du fonctionnement de ces entreprises en tant que membre du réseau Minga.

Ces trois parties nous permettront ainsi d'étudier, les différences entre "dire", "écrire" et "faire" du commerce équitable. Afin de définir le concept du commerce équitable j'ai dû réaliser un travail bibliographique pour cerner le sens de ce dernier. Ce qui a laissé place à l'analyse du commerce équitable sous la forme de champ que je voulais approcher par la compréhension des pratiques des différents acteurs. Plus particulièrement en m'intéressant à celles qui étaient les moins renseignés bibliographiquement. Pour cela, j'ai réalisé une enquête de terrain basée sur une observation participante au sein des deux structures partenaires : Andines (France) et Ayniart (Pérou). Dans la démarche de comprendre le sens que donnent les acteurs à leurs pratiques, à la manière de la sociologie compréhensive, j'ai réalisé des entretiens semi-directifs avec différents acteurs sociaux que j'ai pu rencontrer. Ce qui m'a permis, grâce à un travail bibliographique supplémentaire d'objectiver les pratiques des acteurs du commerce équitable.



## Partie 1

### Définitions et diversité des logiques et des formes d'institutionnalisations du Commerce équitable en France.

#### 1) Définition étymologique et sémantique : des pratiques sans nom ?

Il faut être conscient du fait qu'à strictement parler, le « commerce équitable » au sens d'« échange commercial honnête » a de tout temps existé, au même titre que l'« agriculture biologique » ou l'« architecture bioclimatique ». En effet même Aristote<sup>2</sup> en parlait déjà il y a 23 siècles.

Dans le dictionnaire Larousse, le « commerce » (latin *commercium*, de *merx*, *mercis*, marchandise) est défini comme étant une « *Activité consistant dans l'achat, la vente, l'échange de marchandises, de denrées, de valeurs, dans la vente de services, métier de celui qui achète des objets pour les revendre* », le terme « équitable » vient du terme « équité » (Du latin *aequitas* (« égalité ») et signifie « *Agir selon l'équité ; juste, impartial : Un juge équitable.* »

A première vue, on pourrait définir le commerce équitable comme étant un échange de marchandises ou de services où les deux parties seraient équitables. C'est à dire un échange dénué de rapport de domination, de recherche de profit ou d'esprit caritatif, et où tout le monde ressortirait équitablement « gagnant » de cet échange.

Josiah Warren<sup>3</sup> (1798-1874) souvent considéré comme le premier anarchiste américain est sans doute l'inventeur de l'idée de commerce équitable tel qu'on l'entend aujourd'hui, pour qualifier sa conception de l'échange qu'il éprouvait à travers sa boutique « Time Store ». Les acheteurs y payaient en temps de travail équivalent à celui qu'avait nécessité la fabrication de la marchandise acquise. Selon lui, ce modèle devait servir à fonder une nouvelle organisation de la société, harmonieuse, autour de l'individu libre et souverain et sans l'emprise de l'État.

Parallèlement à cette expérience aux Etats-Unis, nous avons en France des initiatives comparables à la démarche du commerce équitable exposée aujourd'hui, même si à l'époque le terme « commerce équitable » n'était pas utilisé. En effet, pour citer quelques exemples nous pouvons parler de Michel-Marie Derrion qui entre 1835 et 1838 est l'initiateur de la première coopérative de

---

<sup>2</sup> Aristote (trad. Jean Voilquin), *Éthique de Nicomaque*, Paris, Garnier-Flammarion, 1965 (réimpr. 1998) (1re éd. 1940), 313 p

<sup>3</sup> Josiah Warren, *Commerce équitable*, La Petite Collection, Éditeur Fayard/Mille et une nuits, 2012, 208 pages

consommateurs ou première « vente sociale d'épicerie » sur la colline lyonnaise de La Croix-Rousse. Avec Joseph Reynier (Saint-Simonien et fouriériste) ils mettent en place cette épicerie coopérative dans l'idée de mettre fin à « la concurrence malfaisante et oppressive », et au « laissez faire » que favorise le développement d'une classe commerçante « oisive et parasite ». Il s'agit de se rendre maître de la distribution pour se détourner des pratiques commerciales que Charles Fourier (philosophe français et fondateur de l'Ecole sociétaire) dénonce comme frauduleuses, sources de surproduction, de spéculation, de différence et même de dégradation de la qualité des marchandises. Le principe de cette épicerie sociale, dont l'enseigne « Au commerce véridique » est déjà une proclamation et un combat, vise à limiter la concurrence malfaisante et génératrice d'effets pervers : baisse des salaires, baisse de la qualité des produits, misère des consommateurs. Fourier est le géniteur imaginaire de cette expression « commerce véridique ». Cette épicerie coopérative affiche comme vocation de contrôler démocratiquement les opérations de commerce, d'assurer l'approvisionnement des produits de qualité aux ouvriers et constituer un fond social dont l'utilisation est débattue démocratiquement. Sept magasins sont ouverts : épicerie, charcuterie, boulangerie.<sup>4</sup>

Aujourd'hui en France, nous pouvons nous rendre compte que le terme commerce équitable est de plus en plus présent en tant que concept à part entière que ce soit dans des boutiques locales ou en grandes surfaces.

Dans l'encyclopédie LAROUSSE, le commerce équitable est y est défini en tant que :

*<< Type d'échanges internationaux fondés sur une solidarité Nord-Sud, les consommateurs du Nord acceptant d'acheter des marchandises à des prix permettant aux producteurs du Sud d'améliorer leurs conditions de vie et de travail, dans une perspective de développement durable. >>*

Cette définition donne un tout autre sens que celle que l'on vient de voir en synthétisant les définitions des termes « commerce » et « équitable ». Orientée, elle limite le commerce équitable à un échange économique entre les producteurs du sud et les consommateurs du Nord, qui (ces derniers) acceptent de payer plus cher leurs produits pour soutenir les producteurs dans leurs conditions de vie et de travail. On fait là appel à la responsabilité de l'acheteur réduit au terme de consommateur pour « agir », via son achat, pour un monde meilleur. Cette définition ne prend pas en compte les producteurs du nord ni les consommateurs du sud. Nous sommes là dans une démarche unilatérale qui fait appel à la bonne volonté et au bon sens des consommateurs du nord et uniquement à celle-ci.

Loin d'être l'unique, c'est néanmoins la définition dominante du commerce équitable. Celle que l'on voit affiché partout, sur le site de Plateforme Française pour un Commerce Equitable, sur internet et

---

<sup>4</sup> <http://www.atelierdecreationlibertaire.com/Le-commerce-veridique-et-social-de,446.html>

même nous allons le voir, dans les textes de lois.

## 2) Vision Institutionnalisée du CE en France :

Malgré cette volonté et mise en pratique individuelle, humaine et citoyenne de pratiquer du commerce selon des règles d'équité, de qualité des produits dans un respect de chacun et de l'environnement, pour aller à l'encontre de nos sociétés qui prônent productivisme et consumérisme, ce n'est que très tard qu'est apparue un article de loi encadrant les pratiques du commerce équitable en France.

Article 60 de la loi du 2 août 2005 :

- I. - Le commerce équitable s'inscrit dans la stratégie nationale de développement durable.
- II. - Au sein des activités du commerce, de l'artisanat et des services, le commerce équitable organise des échanges de biens et de services entre des pays développés et des producteurs désavantagés situés dans des pays en développement. Ce commerce vise à l'établissement de relations durables ayant pour effet d'assurer le progrès économique et social de ces producteurs.
- III. - Les personnes physiques ou morales qui veillent au respect des conditions définies ci-dessus sont reconnues par une commission dont la composition, les compétences et les critères de reconnaissance des personnes précitées sont définis par décret en Conseil d'Etat.<sup>5</sup>

Ce n'est donc qu'en 2005, que les mots « commerce équitable » apparaissent pour la première fois dans la législation française, dans un seul article (60) de « la loi n°2005-882 du 2 Août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises »<sup>6</sup>

Elle est née suite au lobbying de la Plateforme Française pour un Commerce Equitable (PFCE), (réutilisant sa seule définition). Le Commerce équitable est exclusivement « entre des pays développés et des producteurs désavantagés situés dans des pays en développement » (texte de la loi).

---

<sup>5</sup>

[https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=D67F0124A93A5E9DCA7E173F8E334766.tpdila11v\\_2?cidTexte=JORFT EXT000000452052&dateTexte=20050803](https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=D67F0124A93A5E9DCA7E173F8E334766.tpdila11v_2?cidTexte=JORFT EXT000000452052&dateTexte=20050803)

<sup>6</sup> Cf. Annexe.

En 2010, a été créé une « Commission nationale du commerce équitable » mais qui n'a apporté aucune avancée.

Jusqu'ici le commerce équitable, de par la vision dominante instituée par la PFCE, est enfermé dans une définition de solidarité uniquement Nord-Sud à destination unique du petit producteur du sud, sans prendre en compte les difficultés économiques des autres acteurs de la filière, y compris celles des producteurs du Nord.

Le réseau Minga, depuis sa création, ainsi que de nombreux syndicats tel que la Confédération paysanne et des initiatives collectives ou individuelles, en lien ou non, telles que la création de coopératives de consommateurs ou groupements d'achat (circuits courts), d'AMAP, des campagnes contre la délocalisation ou « commerce équitable français » portées par des maraichers français soutenus par le PCF et le modef (syndicats paysans), ou pour « manger plus local » se multiplient et remettent en question nos manières de produire et de consommer. Ce mouvement de plus en plus présent en France « influence » la PFCE et le gouvernement à réviser leur définition du commerce équitable et à l'ouvrir à des relations économiques Nord-Nord. C'est en Juillet 2014, lorsque Benoît Hamon est ministre de l'ESS, qu'une loi sur l'économie sociale et solidaire ouvre sa définition du commerce équitable à des relations commerciales avec les producteurs français.

L'article 60 de la loi du 2 août 2005 après modifications :<sup>7</sup>

- Le commerce équitable s'inscrit dans la stratégie nationale de développement durable.
- Le commerce équitable a pour objet d'assurer le progrès économique et social des travailleurs en situation de désavantage économique du fait de leur précarité, de leur rémunération et de leur qualification, organisés au sein de structures à la gouvernance démocratique, au moyen de relations commerciales avec un acheteur, qui satisfont aux conditions suivantes :
  1. Un engagement entre les parties au contrat sur une durée permettant de limiter l'impact des aléas économiques subis par ces travailleurs, qui ne peut être inférieure à trois ans ;

<sup>7</sup> <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000031183558&categorieLien=id>



2. Le paiement par l'acheteur d'un prix rémunérateur pour les travailleurs, établi sur la base d'une identification des coûts de production et d'une négociation équilibrée entre les parties au contrat ;

3. L'octroi par l'acheteur d'un montant supplémentaire obligatoire destiné aux projets collectifs, en complément du prix d'achat ou intégré dans le prix, visant à renforcer les capacités et l'autonomisation des travailleurs et de leur organisation.

Chaque entreprise intervenant dans ces filières est en mesure de produire des informations relatives à la traçabilité des produits. Les entreprises faisant publiquement état de leur appartenance au commerce équitable participent à des actions de sensibilisation et d'éducation à des modes de production et de consommation socialement et écologiquement durables. Ces dispositions ne font pas obstacle à l'application du livre IV du code de commerce. Un décret en Conseil d'Etat précise les critères du désavantage économique, au sens du premier alinéa du présent II, et les modalités contractuelles définies aux 1° à 3°.

- Les systèmes de garantie et les labels de commerce équitable sont reconnus par une commission selon des modalités définies par décret.

En faisant évoluer la définition du commerce équitable telle que définie par la loi du 2 août 2005 et en étendant son champ d'application aux échanges avec les producteurs au Nord, notamment en France, l'article 94 de la loi sur l'ESS autorise désormais les entreprises à utiliser la mention «commerce équitable » sur des produits français. Par conséquent, les entreprises mettant sur le marché des produits équitables qu'ils soient Sud-Nord ou Nord-Nord devront être en capacité d'apporter la preuve du respect des principes inscrits dans la loi (engagement contractuel pluriannuel, versement d'un prix juste, versement d'un montant supplémentaire pour projets collectifs).

En précisant les principes fondamentaux du commerce équitable, cette loi participe ainsi à promouvoir un commerce équitable qui se veut exigeant et capable d'impacter le développement durable des producteurs et des territoires ruraux.

Par ailleurs, le contrôle des allégations de commerce équitable par les services de l'Etat, notamment par la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF), est censé identifier et sanctionner les dérives ou les mentions abusives.

### 3) Origine du concept du CE en France

Malgré tout ce qu'on peut voir sur internet, dans les réseaux dominants du commerce équitable en France, le concept de commerce équitable aurait été pensé et utilisé la première fois par la coopérative Andines en 1989. Via son activité, cette entreprise propose une nouvelle vision de relations commerciales et économiques basées avant tout sur le respect mutuel des personnes et la transparence complète tant au niveau des pratiques de gouvernance que dans la répartition des marges. Cette approche, envisagée de façon globale et non pas seulement dans le sens descendant vers les pays du sud, porte une démarche d'échanges économiques horizontaux, ancrés avant tout sur des échanges humains, peu importe où l'on se trouve sur le globe, de telle sorte que chacun puisse vivre de son travail le plus correctement possible et ce, tout au long de la filière (producteurs, importateurs, transporteurs, distributeurs, vendeurs et même clients). Voyant peu à peu ce terme être utilisé et détourné du sens qu'Andines lui avait donné par des entreprises privées, associations, mouvements à des fins médiatiques et marketing, la coopérative a décidé de déposer ce concept selon leur définition sous enveloppe Soleau à l'INPI.

L'Institut national de la propriété industrielle, abrégé par le sigle INPI, est un établissement public à caractère administratif, placé sous la tutelle du ministère français de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique. Cela permet à quiconque qui le souhaite de déposer une marque, une technique, un savoir-faire, une idée en la définissant et en gardant ses droits « d'auteur-créateur » dessus. L'enveloppe Soleau, du nom de son créateur, est un moyen de preuve simple et peu coûteux. Elle permet de constituer une preuve de création et de donner une date certaine à une idée ou un projet.

C'est le 5 mai 2000, que Véronique Lacomme, gérante de la coopérative Andines dépose la marque « commerce équitable » sous enveloppe Soleau, non pas à des fins commerciales (pour toucher des droits d'auteurs) mais dans le but de conserver cette vision du commerce équitable face à sa réutilisation dans notre système marchand capitaliste. Le contenu de l'enveloppe ne peut être diffusé ici, et doit rester confidentiel pour être efficace en cas de litige ou de procès.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Informations issues d'entretien semi directif (25/04/2017) avec V. Lacomme, gérante d'Andines.

## Partie 2

### Réseaux du Commerce équitable en France et isomorphisme institutionnel : des approches différentes et différenciées du Commerce équitable en France.

#### 1) La plateforme française pour un CE : le monopôle et institutionnalisation d'un réseau.

##### 1.1) Fondateurs, histoire.

Les initiateurs de la Plateforme Française pour un Commerce Equitable (PFCE) ont été trois : Andines, l'Aspal (Association en Soutien pour les Peuples d'Amérique Latine) et Solidar'monde (centrale d'achat des magasins Artisans du monde). Dans son entretien, Michel Besson<sup>9</sup>, co-fondateur de l'entreprise Andines nous explique que ce projet de créer une plateforme est né suite à de nombreuses réunions informelles entre ces trois organisations commerciales solidaires, pour échanger et confronter leurs visions et leurs pratiques. Celles de l'Aspal et de Solidar'monde étant « nord-sud » et celle d'Andines étant plus globale c'est à dire la recherche d'équité partout et pour tous les opérateurs des filières, même si historiquement Andines a commencé à travailler avec la Colombie.

Il continue en nous expliquant que c'est en 1997 que « nos 3 structures ont créé la PFCE, dans le même état d'esprit d'échanges, et c'est ensuite que sont entrées des organisations comme Max Havelaar, le Comité catholique pour le développement, etc. »

Une charte a été écrite en 98/99 par la PFCE, où l'introduction affirme : « Ce texte a été élaboré par des organisations qui importent ou commercialisent des produits venant de pays du Sud. A partir de leur expérience, acquise depuis les années 70, elles proposent une définition du commerce équitable, qui dépasse le cadre des échanges Sud-Nord » Il y avait donc une ouverture, une diversité d'approches et des échanges qui ne durèrent que quelques mois car « très vite Max Havelaar, de par sa puissante médiatique, financière et subventionnée, a réussi à imposer sa vision exclusivement nord-sud, ne prenant en compte que les « petits producteurs du sud ». Le co-fondateur de la coopérative Andines, nous explique qu'Andines a quitté la PFCE face à cette « prise de pouvoir » par l'association Max Havelaar, qui en plus d'avoir imposé sa vision exclusivement Nord-Sud, en

---

<sup>9</sup> Co-fondateur de l'entreprise Andines et de la PFCE – Informations issues d'un entretien semi directif (27/01/17)

annulant l'introduction de la chartre commune, avait aussi pris en main – et intégrée dans sa comptabilité interne toute la gestion financière de la plate-forme, sans présenter de comptes officiels précis.

- Fonctionnement, membres, valeurs, principes, actions

Aujourd'hui sur son site internet<sup>10</sup> la Plate-Forme pour le Commerce Équitable (PFCE) se définit comme représentante et fédératrice des principaux acteurs du commerce équitable en France.

*"Instance de concertation et de mobilisation, la PFCE rassemble plus d'une trentaine d'entreprises et d'associations d'envergure nationale engagées dans le secteur : labels de commerce équitable, fabricants, importateurs, distributeurs, ONG, mouvements d'éducation populaire, etc. Par leurs réseaux respectifs, les membres de la PFCE représentent ainsi plus de 1 000 structures dans toute la France.*

*Unis autour des valeurs du commerce équitable, nous œuvrons ensemble pour soutenir et promouvoir des relations économiques plus justes et équilibrées avec les producteurs des régions du monde les plus démunies. Nous cherchons aussi à développer des modes de production et de consommation respectueux de l'environnement."*

Jusqu'en 2005, aucune loi ou décret n'existait. De par son lobbying, la plate-forme française pour un commerce équitable rejoint par des réseaux internationaux comme Fine a imposé une vision du CE qui par définition est la suivante :

*"Le Commerce Équitable est un partenariat commercial, fondé sur le dialogue, la transparence et le respect, dont l'objectif est de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions commerciales et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés, tout particulièrement au Sud de la planète. Les organisations du Commerce Équitable (soutenues par les consommateurs) s'engagent activement à soutenir les producteurs, à sensibiliser l'opinion et à mener campagne en faveur de changements dans les règles et pratiques du commerce international conventionnel"*

<sup>10</sup> <http://www.commerceequitable.org/lapfceetsesmembres/le-collectif.html>

FINE est une coordination informelle des acteurs du commerce équitable réunissant les grands réseaux internationaux (FLO, WFTO, EFTA).

A cette définition, les organisations internationales de Commerce Equitable ont ajouté plusieurs objectifs. Tout d'abord, améliorer les conditions de vie et le bien-être des producteurs en améliorant leur accès au marché, en renforçant les organisations de producteurs, en payant un meilleur prix et en ayant une continuité dans la relation commerciale. De donner un exemple de partenariat commercial basé sur le dialogue, la transparence et le respect. Mais aussi protéger les droits humains en encourageant la justice sociale, des pratiques environnementales saines et la sécurité économique. D'encourager les possibilités de développement pour les producteurs défavorisés, en particulier les femmes et les populations autochtones et protéger les enfants de l'exploitation dans le processus de production. Et pour finir, de faire prendre conscience aux consommateurs de l'effet négatif du commerce international sur les producteurs de façon à ce qu'ils exercent leur pouvoir d'achat de façon positive.

La plate-forme est basée à Nogent-sur-Marne et anime un large réseau constitué de différentes structures<sup>12</sup> :

- Entreprises ou associations de commerce équitable : Alter Eco, Altheane, Artisan Sel, Ethique, Ethnik.org, les Jardins de Gaïa, Lilah boutique, Sageco, Solidar'Monde, Sira Kura, TudoBom?, Guayapi et Boutic Ethic....
- Les marques privées de commerce équitable : Fairtrade Max Havelaar, Ecocert, Bio Equitable
- Réseaux de distribution engagés : Artisans du Monde, Biocoop, Alter Mundi....
- ONG et associations de promotion du commerce équitable : Un petit supplément d'Ame, ASPAL (Association de Solidarité avec les Peuples d'Amérique Latine), ccfd- terre solidaire, Fair(e) un monde équitable, Handicap International, la ligue de l'enseignement, Bio partenaire, Lycée/collège supérieur Saint-Félix de Nantes, Agronomes et vétérinaires sans frontières, Echoppe, Fairness, Equi'sol....

---

<sup>11</sup> <http://www.commerceequitable.org/lecommerceequitable/definitions-cadres-legaux.html>

<sup>12</sup> <http://www.commerceequitable.org/lapfceetsesmembres/nos-membres.html>

De manière globale, la plateforme se donne pour mission de promouvoir, défendre et développer le commerce équitable aussi bien près des citoyens et des consommateurs qu'auprès des organisations et des pouvoirs publics d'où le lobbying pour la loi encadrant les pratiques du commerce équitable, selon leur définition.

Elle se veut défendre une vision claire et exigeante du Commerce équitable en reconnaissant les marques privées de commerce équitable, en développant et diffusant toutes expertises relatives au commerce équitable, en accompagnant les initiatives sectorielles et en veillant au respect des principes et pratiques du commerce équitable par les adhérents et ceci par une évaluation interne.

Elle veut contribuer à changer les règles du commerce mondial pour une économie plus juste en incitant la prise en compte du commerce équitable dans les politiques publiques notamment au niveau de l'Aide publique au développement et des programmes d'éducation à la consommation responsable, en initiant des campagnes de mobilisation citoyenne.

Elle veut promouvoir le commerce équitable en accompagnant et en soutenant les initiatives de sensibilisations des citoyens au commerce équitable comme avec la Quinzaine du Commerce équitable, la semaine de la solidarité internationale, ou encore à travers des forums et des salons etc. Elle promeut les achats équitables auprès des entreprises, comités d'entreprises, collectivités territoriales et administrations publiques. Et pour finir elle cherche à accompagner et valoriser les collectivités territoriales, qui soutiennent le commerce équitable notamment à travers la campagne "Territoires de Commerce équitable".

La PFCE fait partie entre autres, de quatre réseaux internationaux, à savoir le Comité 21, World Fairtrade Organization, l'Observatoire des achats responsables, Mouvement des entrepreneurs sociaux.

Aujourd'hui la plate-forme française pour un commerce équitable est en lien avec de nombreux partenaires financiers qui sont les suivants : le ministère de l'économie et des finances (l'ESS), le ministère des affaires étrangères, le ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie, l'Ile de France, la mairie de Paris, l'Union Européenne, le crédit coopératif, l'AFC : l'agence française de développement, groupe Chèques Déjeuner.

Dans le point suivant nous allons étudier les pratiques de deux membres de la PFCE, que l'on considère comme dominants – les plus connus – dans la sphère du commerce équitable. En effet si quelqu'un fait une recherche sur internet à propos du commerce équitable les deux premiers représentés sont les associations Max Havelaar et Artisans du Monde. De plus cela nous permettra d'exemplifier les pratiques de la PFCE à travers les leurs.

## 1) Membres fondateurs et dominants de la PFCE.

### 2.1) Le monopole de Max Havelaar : le CE en grande distribution.

- **Fondateurs et Histoire de la structure.**

Cette organisation prend le nom d'un héros de roman anticolonialiste du XIX<sup>ème</sup> siècle très célèbre aux Pays-Bas, "Max Havelaar, ou les ventes de la compagnie commerciale des Pays-Bas" *Edouard Douwes Dekker, dit Multatuli (du latin "j'ai beaucoup souffert).*

Max Havelaar en tant qu'association est né en Hollande en 1988 suite à une demande de producteurs de café d'UCIRI gérée par une ONG du Mexique, qui ont demandé à une ONG néerlandaise de les soutenir autrement que par des subventions. « *Évidemment, recevoir chaque année vos dons pour acheter un camion ou construire une petite école afin que la pauvreté soit plus supportable, c'est bien. Mais le véritable soutien serait de recevoir une rétribution plus juste pour notre café.* »<sup>13</sup> Leur demande était tout autre, celle de créer un marché à travers lequel ils pourraient vivre correctement de leur travail. C'est à dire d'avoir un prix juste pour leur café.

C'est ainsi que naît, en 1988, aux Pays-bas, l'organisation indépendante Max Havelaar, dont la mission est de proposer un modèle concret de commerce équitable. Elle a été co-fondée, par le prêtre ouvrier Frans Van Der Hoff et l'économiste Nico Roozen.

Frans Van Der Hoff, est né en 1939 dans une famille agricole du sud des Pays-Bas. Il est devenu politiquement actif au cours de ses études à l'Université Radboud de Nimègue. Il a obtenu un doctorat en économie politique et un autre en théologie durant ses études en Allemagne. En 1970, il part s'installer à Santiago du Chili, pour travailler dans les quartiers comme "prêtre-ouvrier" et en tant que missionnaire néerlandais. Ce qui lui donna le nom de Francisco Vanderhoff Boersma. Lors du coup d'État de 1973 au Chili, il part vivre au Mexique pour poursuivre son travail dans les bidonvilles de Mexico. Sept ans après il s'installe à Oaxaca dans le sud du Mexique. C'est en intégrant les communautés locales qu'il se rend compte de la misère et des difficultés économiques des producteurs de café. En 1981, il participe au lancement de UCIRI (Union de Comunidades Indigenas de la region del Istmo), une coopérative de producteurs de café créée afin de contourner les commerçants locaux (appelés "coyotes") et mettre leurs ressources en commun.<sup>14</sup>

<sup>13</sup> <https://www.maxhavelaarfrance.org/qui-sommes-nous/l-association/qui-sommes-nous.html>

<sup>14</sup> [https://translate.google.fr/translate?hl=fr&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Frans\\_van\\_der\\_Hoff&prev=search](https://translate.google.fr/translate?hl=fr&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Frans_van_der_Hoff&prev=search)

En 1985 et grâce un ami commun, Van Der Hoff rencontre Nico Roozen, à Utrecht en Hollande, qui était alors responsable du développement à l'agence de développement œcuménique Solidaridad et intéressé au travail de Van Der Hoff. Nico Roozen connu sous le nom Nicolaas Josephus Maria, né le 22 avril 1953 à Heemskerk est un économiste néerlandais. Co-fondateur de Max Havelaar, il a joué un rôle clé pour convaincre plusieurs grands détaillants hollandais d'offrir des produits issus du commerce équitable, ce qui a fortement participé au succès commercial de la certification Fairtrade.

Dans un premier temps, l'association concentre son action sur le café, denrée de base la plus vendue dans le monde, qui est aussi l'objet d'enjeux économiques et sociaux importants. Les « petits » producteurs subissent de plein fouet les fortes variations des cours mondiaux, soumis à la spéculation et la concentration. C'est cette situation que Max Havelaar va tenter de bousculer en important du café avec un meilleur prix qui va offrir aux producteurs une sécurité qui va leur permettre d'investir et d'améliorer leurs conditions de vie.

En France, inspiré par le modèle hollandais, l'association est née en 1992 à l'initiative de trois associations : Ingénieur Sans Frontière (ISF), Peuple Solidaire et le Centre International de la Coopération pour le Développement Agricole (CICDA), devenu depuis Agronomes et Vétérinaires sans Frontières, ensuite rejointes par le Comité Catholique contre la Faim et pour le Développement (CCFD).

Le rôle de Max Havelaar France est de faciliter l'accès au marché français pour les producteurs du sud et seulement depuis 2016 avec les producteurs français, en développant l'offre de produits équitables sur le territoire national.

- **Max Havelaar un label ou une marque privée : réseau de certification**

Max Havelaar n'est pas une entreprise mais une association de lois 1901, à but non lucratif. Elle n'achète et ne vend pas de produits, mais dit accompagner les acteurs économiques dans leur démarche et sensibiliser l'opinion publique. Le système *Fairtrade*, de la fondation *FLO eV* (Fairtrade Labelling Organizations International eV) est à l'origine de la majorité des ventes de produits équitables (Krier, 2007). Ce sont les acteurs de ce système qui éditent le cahier des charges, FLO-Cert, qui contrôle son respect par les différents acteurs de la filière, et les associations nationales comme Max Havelaar ont le rôle de mettre en relation des industriels des pays du Nord avec des producteurs de l'hémisphère Sud, d'adapter les standards internationaux aux différents pays, et de participer à la promotion du commerce équitable.



Max Havelaar France est une association de solidarité internationale. Elle représente sur le territoire français le mouvement international Fairtrade / Max Havelaar composé, au sein de son Assemblée Générale, à parité égale, de représentants de producteurs du Sud et d'organisations de la société civile du Nord. Ce mouvement se dit garantir, à travers son logo, des conditions commerciales plus justes aux producteurs d'Afrique, Amérique latine et d'Asie. Regroupés au sein de collectifs gérés démocratiquement, ils sont en capacité de combattre la pauvreté par eux-mêmes, d'être davantage en position de force et de prendre en main leur propre avenir. Un point à soulever ici, est de savoir qui sont ces représentants de producteurs ? Des producteurs eux-mêmes ou seulement des représentants ? S'ils sont représentants, par qui sont-ils choisis ?

Le « label » international Fairtrade / Max Havelaar est cogéré au plus haut niveau par des représentants de producteurs et par des ONG. Les critères des standards sont le fruit d'une concertation avec les producteurs.

La question ici est de se demander qu'est-ce qu'un label et surtout Max Havelaar est-il oui ou non un label de commerce équitable.

Selon la définition<sup>15</sup> française un label de qualité, ou signe d'identification, souvent appelé label, bien que ce terme soit en France réservé aux labels officiels, est un moyen de promotion commerciale et publicitaire d'un produit qui promet au consommateur que celui-ci respecte certaines caractéristiques prédéfinies (qualitatives, environnementales, sociales, etc). Afin d'être repérable dans les surfaces de vente, le label se matérialise par des signes distinctifs (nom, pictogramme...) faisant l'objet d'un dépôt comme marque commerciale.

Un label officiel est un label reconnu par les pouvoirs publics et contrôlés par des organismes indépendants. Cette utilisation du terme « label » fait l'objet de débats en France<sup>16</sup> dus à la confusion possible avec les labels alimentaires dont le cahier des charges doit être la propriété de l'État. Ici, le label est la propriété de la fondation privée FLO eV. Cependant, étant donné que le droit français régleme uniquement les labels agricoles, Max Havelaar France n'est pas en infraction en utilisant le terme label puisqu'elle ne revendique pas un « label agricole » mais un « label du commerce équitable ».

Sur le site du gouvernement, la liste des Labels alimentaires reconnue et contrôlé officiellement par l'Etat<sup>17</sup> est composée seulement de 5 labels alimentaires : l'Appellation d'Origine Protégée (AOP), l'Indication Géographique Protégée (IGP), Label Rouge, la Spécialité Traditionnelle Garantie (STG), l'Agriculture Biologique (AB). Visiblement, le logo Max Havelaar n'y est pas présent. On

---

<sup>15</sup> <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/Signe-de-qualite>

<sup>16</sup> - Jacquiau C., " Les coulisses du commerce équitable : Mensonges et vérités sur un petit business qui monte" 2006, p.92-106

<sup>17</sup> (<https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/Signe-de-qualite>)

peut donc en déduire qu'officiallement le logo Max Havelaar n'est pas un label officiel français mais bien une marque privée. En anglais les termes « marque privée » se traduisent par « private label », auraient-ils joué de l'anglicisme de ce terme pour gagner en communication et légitimité ? En réutilisant ce terme anglicisme cela sème le trouble auprès des consommateurs qui vont acheter leurs produits avec le logo Max Havelaar. Le terme « label » ne peut en effet être utilisé qu'à la condition de répondre à une triple exigence : disposer d'un cahier des charges soumis à des contrôles indépendants, certifiés par un organisme lui-même indépendant et agréé par les pouvoirs publics. Aucune organisation du commerce équitable ne répond à ces exigences. (C. Jasquiau, 2007, article dans *Le Monde diplomatique*)<sup>18</sup>

Autre exemple : l'entreprise française Ecocert est reconnue officiellement par l'État français pour son travail de contrôle des produits biologique (logo AB ou européen) ; en 2007 elle crée un système de garantie de commerce équitable, l'ESR, mais celui-ci n'est pas un label officiel : cela n'empêche pas Ecocert de permettre à ses clients de mettre les deux logos côte à côte sur leurs produits, alors qu'un seul représente un véritable label officiel.

Sur son site internet, Max Havelaar parle de promouvoir un système de financement indépendant à chaque étape de la filière. Seulement tous les détenteurs de licence, qui ont donc le droit d'apposer le logo sur leurs produits, sont les marques qui commercialisent les produits et versent un droit de marque à l'association Max Havelaar France qui de fait fonctionne comme une marque privée.

Comme le préconise la norme internationale de Fairtrade, chaque acteur économique engagé paie les frais de sa certification à FLOCERT. Ce sont donc les différents acteurs économiques que sont les exportateurs, importateurs ou producteurs, qui paient la société FLOCERT pour être contrôlés. C'est une garantie d'égalité exigée par la norme ISO 17065. Les grands bénéficiaires de l'ingénierie actuelle sont avant tout les structures d'audit et les intermédiaires de la certification, avec les transnationales de l'agroalimentaire, de la torréfaction et de la distribution. Il n'en coûte en effet rien à ces dernières puisqu'elles se contentent de payer un peu plus cher une quantité infime de matières premières, réputées équitables, qu'elles s'empressent aussitôt de surfacturer à des consommateurs en quête d'équité.

Le certificateur, FLO-Cert, vérifie de manière « indépendante » que les critères de Fairtrade International sont respectés dans la fabrication des produits portant le logo. FLOCert (stylisé comme FLOCERT) est l'organisme de vérification et de certification des normes Fairtrade. Il a été créé en novembre 2003 en tant que filiale indépendante de Fairtrade International. En effet, FLO-Cert, société anonyme créée et détenue par FLO eV, vérifie ensuite que tous les acteurs de la chaîne se conforment aux standards fixés par FLO eV. La question serait de savoir si ces deux sociétés

---

<sup>18</sup> <https://www.monde-diplomatique.fr/2007/09/JACQUIAU/15101>

sont effectivement indépendantes à la vue du lien qui les unit. Selon Balineau et Dufeu dans leur article « Le système Fairtrade : une garantie pour les consommateurs ? » la dépendance entre FLO-Cert et FLO eV serait problématique dans le sens où FLO eV est elle-même dépendante des recettes issues des ventes des produits Fairtrade. D'autre part, toujours selon les mêmes auteurs ils mettent en lumière dans leur article que cette relation de dépendance remet surtout en doute la crédibilité des critères équitables mis au point par FLO Ev car aucun des acteurs de sa rédaction n'est totalement indépendant du chiffre d'affaires de ces produits.<sup>19</sup>

Les organisations de producteurs paient elles aussi leur certification à FLOCERT. C'est là également une exigence de la norme ISO 17065 pour garantir une égalité entre tous les candidats mais ce qui exclut d'emblée les groupes de producteurs formels ou informels qui n'ont pas les moyens de payer cette certification.

- **Les standards de Fairtrade : cahiers des charges.**

Les standards sont LE cahier des charges du système. Ils définissent les conditions dans lesquelles les producteurs cultivent, s'organisent et vendent leur récolte. Ces critères sont définis au niveau international en concertation avec des représentants de producteurs et les différentes parties prenantes.

Les standards maintiennent une approche du développement en soutenant les producteurs afin qu'ils améliorent progressivement leurs pratiques, avec une distinction entre :

=> Des critères « centraux » auxquels tous les producteurs doivent répondre dès la 1ère année de certification, couvrant les aspects fondamentaux du commerce équitable (santé et droit des travailleurs, modalité de gestion de la prime de développement, protection de la biodiversité, absence d'OGM, etc.) La non-conformité à l'un de ces critères engendre une sanction et nécessite une action corrective pour maintenir la certification.

=> Des critères de « développement » auxquels les producteurs doivent répondre dans des délais clairement énoncés et sur lesquels ils doivent obtenir un score minimum afin d'être en conformité. Ce système permet aux producteurs d'investir en premier lieu dans les domaines qu'ils ont

---

<sup>19</sup> (Balineau, Gaëlle, et Ivan Dufeu. « Le système Fairtrade : une garantie pour les consommateurs ? », Mondes en développement, vol. 160, no. 4, 2012, pp. 11-26.)

identifiés comme étant prioritaires tout en continuant à progresser dans d'autres secteurs.<sup>20</sup>

Le mouvement Fairtrade/Max Havelaar travaille principalement avec des organisations- qui peuvent être très grandes - de petits producteurs, mais soutient également les ouvriers agricoles de plantations à plus grande échelle. Pour ces dernières, les critères Fairtrade traitent de la protection et des droits des travailleurs, et du renforcement de leur position pour faire valoir leurs droits.

- **Déterminer un prix juste ?**

Lorsqu'on lit la définition de la plate-forme française pour un commerce équitable, y est inscrit la volonté de transparence de la filière. « Donner un exemple de partenariat commercial basé sur le dialogue, la transparence et le respect. » Cependant, il est très difficile de cerner la manière dont Max Havelaar fonctionne pour établir un prix. Cela peut tenir au fait, qu'ils travaillent avec plus de 1 226 organisations de producteurs, dans 74 pays rassemblant 1,5 million de producteurs, qui sont engagées au sein du mouvement Fairtrade / Max Havelaar où tout simplement d'un non-respect de cette transparence sous prétexte que si un produit est « logotisé » Max Havelaar il appartient donc au commerce équitable.

Depuis 2002, un groupe de travail de FLO, a tenté d'élaborer une formule générique qui permettrait de déterminer un prix minimum qui inclurait : de couvrir les coûts de production et ceux associées aux exigences du commerce équitable, il se devait d'être assez élevé pour tenir compte du coût de la vie des producteurs et de leurs familles. A ce prix s'ajoute une « prime du commerce équitable », clairement distinguée de la rémunération aux producteurs, son montant doit permettre d'engager des investissements collectifs. Cette méthode n'a pas été utilisée de manière systématique pour deux raisons principales. La première, est qu'il est effectivement difficile de calculer selon cette formule générique pour chaque groupe de producteurs. Cela aurait nécessité un temps et un budget trop important. La deuxième raison, est que dans le système de FLO, se sont les importateurs qui choisissent avec quelles organisations de producteurs ils souhaitent travailler parmi des registres de producteurs proposé par FLO. Ev. En raison des niveaux de vie différents pour chaque partie du Monde, utiliser cette formule générique reviendrait à renforcer au sein même du commerce équitable une concurrence entre les producteurs. Concurrence qui existe déjà, car soit le prix minimum est déterminé en fonction du produit, et donc en fonction de l'endroit duquel provient le produit, les produc-

---

<sup>20</sup> <https://www.maxhavelaarfrance.org/le-commerce-equitable/le-commerce-equitable/standards-et-accompagnement/standards.html>

teurs vivent plus ou moins de leur travail, soit il prend en compte le niveau de vie de chacun et alors des prix différents sont proposés aux importateurs. Bref tout est très opaque.

Pour certains produits, tel que le café, ils ont un prix minimum dont le calcul n'est pas explicité mise à part le fait qu'il doit être au-dessus du prix de la bourse de New York d'au moins 5%. Dans l'article « La détermination du prix équitable : Vices et vertus du prix de marché » de Ronan Le Velly (2008), il explique selon son enquête, qu'aujourd'hui la vraie détermination d'un prix relève de la pure négociation faite en premier lieu au Comité Standard et au Conseil d'administration où siègent des experts, des représentants des producteurs, des acteurs commerciaux et des initiatives nationales membres de FLO.

Cependant, l'existence même d'un prix minimum peut être remise en cause (ibid), car pour certains produits tels que le thé, les standards de FLO n'imposent pas de prix de plancher, il résulte d'une négociation entre l'organisation de producteur et l'importateur auquel se rajoute la « prime du commerce équitable » dont le montant est déterminé par FLO. Rien n'est formellement garanti non plus, que le prix négocié couvre au moins les coûts de production.

S'il est difficile, voire impossible de comprendre clairement la manière dont est déterminé le prix minimum, on peut quand même voir un document sur le site de Fairtrade qui témoigne de chaque prix minimum pour chaque produit en fonction de sa région d'origine.<sup>21</sup> Cependant là aussi tout n'est pas clair, car les prix qui y sont inscrits comme minimum sont des prix FOB. Dans notre système actuel, un prix FOB est le prix du produit déclaré à la sortie de son pays d'origine, il inclue donc le prix payé au producteur, le prix de transformation (emballage, etc.), le prix de transport jusqu'à la douane et les frais de douane du pays d'origine. Cela ne nous permet pas, encore une fois, de comprendre concrètement quel prix reçoit le producteur ainsi que ce que reçoivent toutes les parties prenantes de la filière dans le pays, avant l'exportation.

L'entreprise qui achète à l'organisation de producteurs lui verse le prix minimum garanti et la prime de développement, avec, le cas échéant, un préfinancement. Ce sont les acheteurs (importateurs) qui versent un prix dit juste (mais qui et comment est défini cette qualité ?) aux producteurs et une prime à leurs organisations.

- **Réseaux en aval : Grandes distributions et multinationales**

« Nous étions et sommes toujours anticapitalistes, opposés aux transnationales », rappelle le prêtre ouvrier Frans van der Hoff, cofondateur en 1988 de la marque Max Havelaar, lors d'un entretien avec C. Jacquiau en Mars 2007.

---

<sup>21</sup> Cf. Annexe.

Malgré cette déclaration, Max Havelaar France se retrouve à travailler depuis 2000 avec des multinationales et la grande distribution.

En 2005, il y avait en France plus de 100 concessionnaires Max Havelaar. (Alter Eco, Lobodis, Malongo, Solidar'Monde...). Ce sont eux qui réalisent les opérations d'importation, de transformation et de recherche des débouchés. Les produits portant le logo Max Havelaar (café, thé, banane, etc.) sont ensuite vendus au consommateur dans tous types de circuits, en majorité dans les grandes et moyennes surfaces en majorité via la société anonyme Alter Eco qui s'est créée spécialement pour distribuer ses produits à la grande distribution. En France, les ventes de la grande distribution ont représenté 70 millions d'euros en 2004. Depuis quelques années, la grande distribution réclame d'être aussi concessionnaire de la marque Max Havelaar s'appuyant sur le prétexte de réduire les intermédiaires (par exemple : Alter Eco) alors que cela ressemble plus à une stratégie pour augmenter ses profits particuliers ainsi qu'à la récupération d'un nouveau mouvement conceptuel altermondialiste nommé « concept de circuit court ». Réclamation qui pourrait bien couper l'herbe sous le pied à la structure Alter Eco par exemple ou à de nombreuses autres créées à la seule fin de distribuer la marque privée Max Havelaar dans la grande distribution. La marque Max Havelaar saurait-elle ou a-t-elle su résister au chant des sirènes de ces nouvelles royalties ?

La marque est présente dans 35 pays consommateurs (sous les deux appellations précitées *Fairtrade Max Havelaar* ou *Fairtrade*). Le chiffre d'affaires des produits du « label », réalisé en France en 2014 est de 390 millions d'euros, soit 10 % de plus qu'en 2013.

L'argument de Max Havelaar ou d'Alter Eco pour justifier ce partenariat avec la grande distribution tient essentiellement à deux choses : augmenter les quantités des commandes et élargir le public du commerce équitable. Et malgré l'inscription dans leur définition d'une volonté de changer les règles du système marchand mondial, ils se disent utiliser les ficelles du système pour parvenir à leurs fins. Ils sont aujourd'hui dans une logique réformiste ce que confirme la sociologue V. Diaz Pedregal « L'heure n'est plus à la révolution mais à la réforme. L'objectif du mouvement est de bonifier le système libéral en le modifiant de l'intérieur. »

Nicolas Prissette, dans son article « Les dessous du coton "équitable" », (mars 2005) nous explique qu'« en 2003, l'association affichait un déficit de 350 000 euros, plus 600 000 euros de dettes et un arriéré d'impôts dépassant 700 000 euros. Max Havelaar France se refait une santé financière avec la fibre textile », constate la presse française. De fait, l'association est aussitôt récompensée : 610 000 euros lui sont versés par le ministère des affaires étrangères français, 500 000 par le Centre pour le développement de l'entreprise (CDE). Au total, plus de 1,7 million d'euros, toutes subventions comprises, pour la seule année 2004. Sans prendre en compte que sur les deux cent quarante mille paysans producteurs de coton pour la société, seulement trois mille deux cent quatre-vingts ont été sélectionnés pour bénéficier du système Max Havelaar.

Des multinationales comme Nestlé, Accor, Starbucks, ou encore Mc Donald's, revendiquent, elles aussi leurs partenariats avec Max Havelaar. Pour eux, le prix de la franchise payé à Max Havelaar n'est rien comparé à la marge qu'ils peuvent se faire sur les produits portant ce logo qu'ils vendent à des prix élevés à des citoyens en recherche d'équité. Sans parler des nombreuses critiques qui leur a été faites et qui sont encore d'actualité sur leurs manières de traiter leurs salariés, les producteurs (hors commerce équitable) et leurs rapports à l'environnement.

Il ne s'agit pas ici de dénigrer des démarches mais d'en montrer les limites, et en particulier les contradictions entre les discours et les pratiques, ainsi que les abus de langage et d'affichage. Par exemple afficher « 100 % commerce équitable » pose question...

## 2.2) Artisans du Monde et ses filières intégrés

- **Fondateurs et histoire.**

C'est dans les années 1970-1971 et suite à la création de jumelages par l'Union des COmités de JUmelages COopération (U. CO.JU.CO), de "boutiques "Tiers-monde » (les premières boutiques ont été créées par Oxfam Grande-Bretagne en 1964) et d'un appel de soutien par l'Abbé Pierre pour venir en aide au Bangladesh en proie à la famine et la guerre civile, que l'on voit naître ce mouvement. Ce sont des étudiants d'HEC qui sont à l'origine de l'essaimage du mouvement « Artisans du Monde » (AdM). Et c'est en 1974 qu'U.CO.JU.CO participe à l'ouverture à Paris, de la première boutique Artisans du Monde. Parmi eux, Hubert Grouès, neveu de l'abbé Pierre, déjà membre de l'UCOJUCO et Daniel Renaud qui sera gérant d'Artisans du Monde jusqu'en juillet 1975.

Entre les années 1977 et 1983 Artisans du Monde est marquée par la création de centres de documentation sur le tiers-monde, d'une fédération nationale et d'une charte fondatrice en 1981 et la centrale d'importation Fam'Import en 1984, renommée Solidar'Monde en 1994. Cette SARL est une structure d'importation et de distribution, dont les principaux associés sont le Comité Catholique contre la Faim et pour le Développement (CCFD) et la Fédération Artisans du Monde. De manière générale, les associations et magasins Artisans du Monde se multiplient face à la chute du cours des matières premières et le développement important de la grande distribution sur le marché français qui atténue toujours plus les relations entre producteurs et consommateurs tout en créant la notion, le concept du prix bas, du prix écrasé, au bénéfice du seul « consommateur » du Nord.

Dans les années 90, le mouvement d'Artisans du Monde s'est accéléré. Entre 1999 et 2004, le nombre de points de vente a été multiplié par 3.6 et le chiffre d'affaires par 9 (passe de 1 à 7.9 millions d'euros). En 2004, le mouvement a 30 ans et compte 85 salariés (essentiellement des emplois aidés centrés sur l'éducation populaire et la communication), 5000 adhérents et plus de 140 groupes.

En 2014, l'AG de la FADM vote le retrait progressif du logo FTI-Max Havelaar des produits à la marque Artisans du Monde et en 2015, la fédération ADM compte 140 associations membres, 116 magasins avec un chiffre d'affaires de 6,9 millions d'euros.<sup>22</sup>

- **Fonctionnement interne et économique.**

Les boutiques sont animées par des bénévoles auxquels s'adjoint souvent un salarié à mi-temps ou à temps complet. Pour l'essentiel, elles ne s'approvisionnent pas en artisanat et en alimentaire directement auprès des groupements de producteurs du tiers-monde dont elles vendent les produits mais passent commande à des importateurs spécialisés dans le commerce équitable. Leur premier fournisseur (75 à 80 % de leurs achats) est Solidar'Monde, la centrale d'achat que les groupes Artisans du Monde ont créée.

Dans le monde du commerce équitable, la spécificité d'Artisans du Monde, ce qui la sépare de « marque privée » comme Max Havelaar est le développement de réseaux commerciaux indépendants des grandes chaînes de distribution. Ceci est un point important qui démarque Artisans du Monde de Max Havelaar. En effet Artisans du Monde n'adhère pas et même contredit la vision conformiste que veut imposer Max Havelaar et son réseau. Artisans du monde a fait le choix d'une filière intégrée, selon les principes internationaux de la WFTO (World Fair Trade Organization, ex-IFAT) qui garantit que tous les maillons de la chaîne commerciale sont des acteurs du commerce équitable, et qui se différencie de la filière dit « labellisée » (garantie par produit).

Sa spécificité est d'être structurée autour de boutiques où des militants bénévoles distribuent divers produits, artisanaux ou alimentaires en provenance des pays du Sud. Les groupes sont membres de la Fédération Artisans du Monde, fondée en 1981, où ils débattent des grandes orientations du mouvement. La Fédération AdM agréé des groupements de producteurs ou d'artisans, en général chapotés par une ONG reconnue au niveau international, comme participant au commerce équitable, ce qui ne veut pas dire qu'ils travaillent avec en important leurs produits. En effet par

---

<sup>22</sup> <http://www.artisansdumonde.org/qui-sommes-nous/histoire>



exemple, dans l'article de Ronan Le Velly (2006), il nous explique que le groupement brésilien Art Gravata a été agréé par la Fédération en 2004 mais n'a pour l'instant reçu aucune commande en raison du prix trop élevé de ses jouets en bois.

La Fédération Artisans du Monde participe à des collectifs nationaux et internationaux. Elle est membre du Centre de recherche et d'information pour le développement (CRID), de la Plate-forme française pour le commerce équitable, de NEWS ! et de la WFTO (World FairTrade Organization, ex IFAT) au niveau européen et mondial en tant que membre des conseils d'administration.

La WFTO a la même conception d'un commerce équitable nord sud que Max Havelaar et la PFCE (définition de Fine). Par ailleurs elle prétend garantir des filières, mais sur la base des seules auto-déclarations des groupements de producteurs (sud) et des importateurs (nord). Il s'agit d'auto-évaluations. Par ailleurs, contrairement à son discours, la WFTO ne cherche pas à garantir le travail des intermédiaires qui agissent dans chaque filière, comme les exportateurs, les transporteurs, les transformateurs, les grossistes et les commerçants (ventes au détail). Dans les boutiques, le bénévolat et la générosité des vendeurs et des acheteurs ne sont pas une garantie d'équité.

Artisans du Monde (AdM) importe, par le biais de sa centrale d'achat Solidar'Monde, des produits artisanaux, alimentaires et cosmétiques. En 2010, Artisans du Monde travaille avec 121 groupements de producteurs partenaires dans 45 pays d'Afrique, d'Asie et d'Amérique Latine. Ceci représente environ 1 000 références pour l'artisanat et 120 pour les produits alimentaires dont environ la moitié sont labellisés agriculture bio (certains autres producteurs, qui respectent les critères d'une agriculture biologique, ne sont pas labellisés, faute de moyens financiers). L'équipe de Solidar'Monde se compose de 20 salariés.

Chez Artisans du monde il y a la volonté et la pratique – au moins à la base- de créer des « échanges humains et culturels avec les partenaires-producteurs ».

Ronan Le Velly nous explique dans son article « Le commerce équitable : des échanges marchands contre et dans le marché » (2009) que les militants du commerce équitable veulent connaître les producteurs et échanger avec eux sur leurs conditions de vie et de travail, sur leurs projets et leurs difficultés. Toujours selon ces termes, le commerce équitable vise la construction d'une économie domestique avec pour objectif de « reconstruire » une économie où les rapports humains en seraient la base.

A ses débuts, les boutiques d'Artisans du Monde passaient directement commande auprès des groupements de producteurs qu'elles avaient trouvés par interconnaissance. Seulement la création de leur plateforme d'importation Solidar'Monde, dans un souci de mieux programmer les commandes et de réduire les frais associés, a affaibli ces liens qui sont – même s'ils s'efforcent de

les maintenir au moins par courriers – beaucoup moins réguliers et de moindre intensité. C'est pourquoi certains groupes artisans du monde continuent à pratiquer, à la marge, des importations directes sans l'intermédiation de Solidar'monde.

- **Détermination d'un prix.**

Dans son article Ronan Le Velly (2008) nous explique que chez Solidar'Monde il n'existe pas de prix minimum ni de politique de prix centralisée au niveau international, ce qui est le deuxième point qui les différencie du système FLO dont fait partie Max Havelaar. Nous parlons ici des produits importés par Solidar'Monde, car certaines boutiques d'Artisans du Monde distribuent des produits Max Havelaar pour lesquels les prix sont donc déterminés par le système FLO que nous avons vu dans la partie précédente. Cependant au même titre que ces derniers, la détermination du prix ne résulte pas d'une évaluation systématique des coûts mais est aussi l'affaire d'une négociation entre les producteurs et les importateurs. Ce prix « équitable » doit comprendre les coûts de production, la rémunération des producteurs, les salaires éventuels des employés de l'organisation de producteurs exportatrice, les coûts de fonctionnement de l'organisation : matériel, locaux, etc, y compris les coûts d'emballage, la marge de l'organisation pour investir et se développer.

Un troisième point de démarcation avec Max Havelaar, malgré qui soient tous deux membres de la PCFE, c'est la transparence. En effet sur le site d'Artisans du Monde est mis en ligne un document « En savoir plus sur le prix « juste » du commerce équitable » daté de mai 2015 qui explique au moins de manière théorique la manière dont s'y prend Artisans du monde pour établir ses prix. Il y explique clairement les différents prix : prix ExWorks (à la sortie de l'atelier), prix FOB (au moment de l'exportation) et le prix CIF (prix FOB+ coûts d'assurance et de fret). Ils nous parlent aussi de leurs engagements au-delà du prix, qu'apportent cette équité comme : une relation commerciale durable, des préfinancements possibles, faire partie d'un réseau du commerce équitable, des relations d'échanges entre citoyens du nord et du sud. De plus, même si ce n'est pas pour la totalité des produits il est facile d'y trouver un exemple de décomposition d'un produit artisanal et d'un produit alimentaire.<sup>23</sup>

La fixation du prix se fait au cas par cas mais entre l'acheteur (importateur) et le vendeur (organisation de producteurs). Ce prix, réfléchi aussi par les producteurs, va être évalué par l'importateur dans le but de vérifier par une simulation de prix de vente théorique (incluant les

---

<sup>23</sup> Cf. Annexe 3.

charges etc) si le produit est « vendable » ou non. En comparaison avec le système FLO, il n'y a pas de prime de développement versée à l'organisation de producteur mais un surplus est en théorie assuré dans le prix.

Artisans du Monde développe aussi d'autres activités notamment en lien avec l'éducation.

Le réseau Artisans du Monde propose des interventions dans les écoles, des formations et des outils pédagogiques (accessible par la centrale d'achats Solidar'Monde) « pour permettre aux citoyens, selon les termes de l'association, d'avoir un regard critique sur les dysfonctionnements du commerce international et de devenir acteurs d'une société plus juste ». (En 2010, 10 000 personnes tout public confondu).

La Fédération a obtenu le prix 2004 « Action de Sensibilisation et d'Éducation au Développement » décerné par le Haut Conseil de la coopération internationale (HCCI). AdM bénéficie également de l'agrément du ministère de la Jeunesse et des Sports en tant qu'association nationale de jeunesse et d'éducation populaire.

La Fédération Artisans du Monde est financée pour moitié par des subventions publiques et pour moitié par les redevances qui sont payées, par les groupes Artisans du Monde et par Solidar'Monde.

- **Contexte/volonté politique ?**

La transparence, la démocratie et la participation de tous aux prises de décisions sont des valeurs fondamentales du commerce équitable. Le fonctionnement d'Artisans du Monde reflète ces fondements : un fonctionnement démocratique sans appropriation privée de bénéfices (les ressources ne peuvent pas servir à autre chose qu'au développement du commerce équitable).

En résumé, Artisans du Monde revendique de pouvoir pratiquer le commerce autrement grâce à 3 moyens d'action qui forment les piliers de leur mouvement :

1. La vente de produits issus du commerce équitable qui permet aux producteurs, artisans ou paysans défavorisés des pays du Sud, de vivre dignement et d'être acteurs de leur développement
2. L'éducation au commerce équitable qui permet aux consommateurs de devenir des citoyens actifs dans leurs choix de consommation et dans le développement de l'économie solidaire
3. Les campagnes d'opinion publique et le plaidoyer qui contribuent, à un niveau plus global, à changer les règles et les pratiques du commerce international.

Revendications politique d'Artisans du Monde :

Tous ces produits sont de qualité et reflètent un savoir-faire et une culture.

Les consommateurs doivent pouvoir retrouver leur véritable pouvoir d'acteur économique et donner un sens à leurs achats, à savoir agir concrètement pour une économie solidaire. Les informations sur les organisations de producteurs assurent aux consommateurs d'appuyer un modèle de société solidaire.

Les points de vente sont aussi des lieux de rencontre et de sensibilisation où se construit un nouveau type de solidarité Nord-Sud.

La responsabilité des Groupes donneurs d'ordre doit pouvoir être engagée lorsque des accidents du travail se produisent chez des sous-traitants dans des conditions révélant un manque caractérisé de vigilance de leur part. (cf. la catastrophe survenue au Rana Plaza dans la ville de Dacca au Bangladesh où un immeuble s'effondre le 24 avril 2013 faisant 1.129 victimes)<sup>24</sup>

### **3) L'institutionnalisation de la PFCE : un isomorphisme institutionnel**

Théorie proposée par Di Maggio et Powell<sup>25</sup>, l'isomorphisme institutionnel analyse la convergence de comportements entre des organisations appartenant à un même champ. Les auteurs désignent par là un processus d'homogénéisation dans la structure, la culture et le produit de ces organisations. Plus que pour des questions d'efficacité ou de performance, l'homogénéisation renforcerait la légitimité des organisations. Mais le résultat, comme le souligne Laville [2000], serait que « la logique réactionnelle qui explique la naissance des organismes d'économie sociale (contre les effets du capitalisme) s'atténue au profit d'une logique d'adaptation fonctionnelle à ce mode de production ». Cet isomorphisme institutionnel peut se traduire par trois mécanismes :

\*L'isomorphisme normatif se développe parallèlement à la professionnalisation des membres de l'organisation, via l'homogénéisation des cursus éducatifs et des réseaux professionnels.

\* L'isomorphisme mimétique se produit dans un contexte d'incertitude et de rationalités limitées, ce qui va pousser les différentes organisations d'un même champ à s'imiter les unes les autres pour être perçues comme plus légitimes.

<sup>24</sup> <http://www.artisansdumonde.org/comprendre/notre-approche/questions-frequentes/quelles-sont-alors-vos-positions-vos-revendications-vos-modeles-de-societe>

<sup>25</sup> Pionniers de la sociologie néo-institutionnelle.

\*L'isomorphisme coercitif se produit sous la pression exercée par l'Etat, notamment via les subventions publiques, par les attentes culturelles de la société ou par d'autre organisation. Ce qui peut, à termes, imposer certains comportements, favorisant ainsi la prise en compte et l'application de normes communes.

L'institutionnalisation du commerce équitable en France s'est fait suite au lobbying entre autre de la plate-forme française pour un commerce équitable, à l'ouverture d'un ministère de l'économie sociale et solidaire reprenant la définition de cette dernière (la PFCE) qui a été premièrement subventionnée par le ministère des affaires étrangère. Ce recours à des capitaux extérieurs – via, dans ce cas, à des subventions publiques - accentue l'exigence de rentabilité de leurs activités. Selon Vienney, elle rompt surtout ce qu'il nomme la « double qualité » et atténue en même temps ce qu'il appelle « la préférence pour la qualité par rapport à la rentabilité ».

Nous pouvons là évoquer le concept d'isomorphisme coercitif. Via les subventions publiques, principalement du ministère des affaires étrangères, que peuvent recevoir Max Havelaar et la PFCE.<sup>26</sup> « Si le commerce équitable est vraiment une cause d'intérêt général, pourquoi n'est-il pas financé par l'Europe ou par l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) ? Pourquoi par le ministère français des affaires étrangères ? », Interroge Michel Besson, directeur de l'association Minga. (\*article C. Jacquiau-2007)

Face à ces subventions généreuses ces organisations doivent se modeler à ce que l'on attend d'elles et cela leur permet d'imposer leur vision autour de la question de l' « aide au développement » des pays du « tiers-monde » basée sur une communication autour de la responsabilisation appelant au bon sens du consommateur pour payer son produit plus cher pour aider les producteurs du sud « tiers-monde » à se développer. Outre le fait que cette vision, assigne les populations du nord au simple titre de consommateur, elle joue les règles du capitalisme dans le sens où cela anomise et individualise l'individu face à une responsabilité qui relève plus du système que de sa simple volonté. Cette vision du commerce équitable est empreinte de solidarité caritative et cela peut s'expliquer par l'ancrage historico-social d'ordre confessionnel des fondateurs des organisations dominantes.<sup>27</sup> Ever, en 2000, observe que « Des œuvres de bienfaisance liées originellement à l'Église ou à la bourgeoisie se sont souvent progressivement transformées en organisations commerciales ou étatiques ». Ces organisations ayant subie un isomorphisme institutionnel, institue une vision uniquement nord-sud et empreinte de solidarité caritative basé sur des questions morales totalement détaché de la dimension économique et politique de la démarche.

---

<sup>26</sup> Les diverses subventions allouées à Max Havelaar France se sont élevées à 449 998 euros en 2000, 513 895 euros en 2001, 475 382 euros en 2002, 457 031 euros en 2003, 1 713 923 euros en 2004 et 1 115 966 euros en 2005 \* article C. Jacquiau du monde diplomatique.

<sup>27</sup>Cf biographies des fondateurs

Pour finir cet isomorphisme coercitif, via les subventions publiques et la création d'une loi sur le commerce équitable, va instituer cette pratique et la rendre accessible au plus intéressés et notamment aux entrepreneurs classiques. C'est ce qu'explique Méda [1999], « il y a fort à parier (et on le constate déjà) que les projets développés par l'économie sociale, les coopératives et/ou les associations (objet d'un regain d'intérêt sans précédent ces derniers temps) seront, dès qu'ils offriront une rentabilité intéressante, repris par des entrepreneurs classiques ». C'est en ce sens que l'on va retrouver le commerce équitable dans la grande distribution qui font eux parti du système marchand libéral qu'est censé dénoncer le commerce équitable et auquel il se dit s'opposer.<sup>28</sup> Effectivement travailler avec la grande distribution, comme l'explique Alter-Eco, permet d'une part de commander plus en termes de quantité et surtout de toucher beaucoup plus de personnes que dans un système de distribution alternatif. Cependant nous pouvons là nous poser deux questions : d'une part ayant adopté la définition du commerce équitable qui déclare : « *et à mener campagne en faveur de changements dans les règles et pratiques du commerce international conventionnel* » comment lutter contre ce système dominant libéral clamant consumérisme et ne respectant pas ses salariés et qui semble utiliser le terme de commerce équitable comme une pure démarche commerciale, tout en travaillant avec ? D'autre part, travailler avec la grande distribution ou des multinationales telles que Malongo, Starbuck etc implique de pouvoir répondre aux quantités qu'ils exigent pour une telle distribution.

Cela pose donc les questions suivantes : à cette échelle, ces organisations ne doivent-elles pas privilégier des producteurs capables de produire en grande quantité au détriment de plus petite production exclu de fait du système marchand conventionnel et ainsi du système du commerce équitable ? D'autant plus que ces pratiques sont totalement dénuées de transparence. En effet lorsque l'on va acheter son café commerce équitable à Auchan, ou au Starbuck la possibilité d'avoir la décomposition du prix est ... très tenue.

Nous pouvons aussi évoquer le concept d'isomorphisme mimétique qui parallèlement -où suite - à cette institutionnalisation, de la vision de la PFCE du commerce équitable, impose une vision dominante qui se prétend être « La » manière de pratiquer « LE » commerce équitable auprès de tous les individus et de toutes les autres organisations. En d'autres termes, les organisations subissent « un processus contraignant qui force une unité dans une population à ressembler aux autres unités de cette population qui font face au même ensemble de conditions environnementales » [Di Maggio, Powell, 1983]. De plus étant donné la nature moraliste de cette vision du commerce équitable, elle se veut non critiquable car elle paraît bien selon le sens moral que l'on nous inculque dans nos sociétés modernes du fait de culture judéo chrétienne. Ce qui va permettre d'occulter

---

<sup>28</sup> Cf : définition FINE

toujours plus des acteurs qui vont chercher à se démarquer de cette vision « caritative » pour une vision beaucoup plus globale ou « politique », non pas au sens politique politicienne du terme, mais dans une vraie volonté de transformation sociale.

#### **4) Face à l'isomorphisme institutionnel d'un réseau dominant : le réseau Minga:**

Minga est une association créée en 1999 à l'initiative de commerçants, importateurs, grossistes et détaillants engagés dans une démarche d'équité commerciale dans des filières internationales et locales. Minga est un mot d'origine Queshua qui signifie "travailler ensemble".

Dans son entretien, Michel Besson nous explique qu'à l'origine Minga était une association créée par l'entourage (amis, etc) d'Andines, pour soutenir l'entreprise. Puis peu à peu Andines se mettant en relation de plus en plus avec d'autres structures ayant les mêmes idées mais aussi les mêmes difficultés, ils ont eu l'idée de "convertir" l'association Minga en Réseau afin de se soutenir mutuellement, d'échanger et de se solidariser.

A sa création Minga a entre autres comme objectifs de résister à l'évolution marketing du commerce équitable liée à la commercialisation de produits alimentaires en grandes surfaces et de défendre un point de vue, partant de la pluralité des pratiques et des réalités de métiers, des acteurs professionnels engagés tout au long des filières commerciales, notamment auprès des pouvoirs publics (comme dans le cadre des travaux de l'AFNOR sur le sujet de la normalisation du commerce équitable).

Minga refuse de réduire l'engagement "commerce équitable" à un argument de vente et aborde ce thème comme une démarche qui engage à penser l'équité tout au long de la filière, sans se centrer exclusivement sur l'amélioration de conditions de vies et de travail des producteurs des pays du sud. C'est donc dans une vision globale du monde que Minga se voit regrouper des structures qui pratiquent cette démarche pour un commerce équitable.

De 2000 à 2006, Minga a participé aux travaux de l'AFNOR, sur la normalisation du commerce équitable. A l'AFNOR, les rencontres ont duré 2 ans, la PFCE voulant imposer sa seule vision du commerce équitable, face à Minga et 2 entreprises qui se battaient pour lui donner une vision plus globale. Durant ces réunions de travail, la PFCE et surtout Max Havelaar, se sont alliés, dans tous les votes, aux représentants de la grande distribution et face à cela, Minga a dû se retirer...Petite victoire de Minga : il n'y a pas eu de norme « commerce équitable » mais seulement un « accord », hors Minga, qui a entièrement repris les termes de Max Havelaar et de la PFCE.

L'association a organisé entre 2005 et 2007, des salons "Equitexpo", salon international pour un commerce équitable, qui se sont déroulés deux fois sur l'île-Saint-Denis (93) : 120 stands d'entreprises et d'associations, d'une vingtaine de pays, 50 débats, 20 projection, 10 000 visiteurs.

Dans les mêmes années Minga met en place un système de Garantie et d'Amélioration Participatif (SGAP), devenu le Système d'Analyse des Filières (SAF). Le SAF est un outil permettant aux acteurs s'inscrivant dans une démarche d'équité dans l'économie et dans l'échange marchand, de construire et de donner accès à une information de qualité concernant ses pratiques sociales, environnementales, économiques et financières des différents acteurs d'une filière de produit qui a été mis en place. C'est un outil qui se propose de répondre, avant tout, au besoin d'évaluer et d'améliorer de manière participative leurs pratiques pour plus d'équité dans leurs filières commerciales. Il a un objectif pédagogique d'éducation populaire et de transformation sociale par les acteurs eux-mêmes. Il y a 4 étapes au fonctionnement du SAF réalisés par les principaux acteurs d'une filière précise (par exemple du sucre de canne d'Equateur ou d'un cidre de France). Tout d'abord, un autodiagnostic, ensuite la réalisation d'un document de synthèse de l'autodiagnostic qui permettra d'en discuter lors d'une commission citoyenne constituée des acteurs de la filière et de citoyens de tout horizon. Pour finir, les informations sont publiées sur un site qui existe.<sup>29</sup> Cependant le SAF n'est pas un outil de moralisation des pratiques, il ne se porte pas garant de la bonne ou mauvaise pratique des acteurs professionnels, il permet seulement le libreaccès aux informations de l'enquête. Il donne à tous les citoyens la possibilité de s'exprimer sur telle ou telle filière analysée et d'aider à améliorer les pratiques.

De 2008 à 2012, Minga participe à la coordination du collectif d'interpellation politique du "Printemps pour une économie équitable" et en parallèle à l'animation de campagnes d'interpellations politiques "Alimentons l'Europe", "Alimentons les régions" et "Alimentons 2012".

En 2011, Minga organise la première convention d'affaires dédiée à renforcer les coopérations entre acteurs des filières alimentaires, à Poitiers (puis à Caen en 2013, et en Seine -Saint Denis en 2015 et 2016).

En 2013, Minga se lance dans l'organisation de rencontres nationales de jeunes professionnels et citoyens sur les enjeux alimentaires. En parallèle on assiste au repositionnement de l'association, centrée sur le monde du travail et des métiers, lors de l'assemblée générale afin « d'agir ensemble pour une économie équitable ».

Minga est un réseau qui regroupe une soixantaine de structures.

---

<sup>29</sup> [www.analysedesfilières.net/](http://www.analysedesfilières.net/)



Liste des membres de Minga classé par région :

- Nord Pas de Calais: Azade, Transp'art en ce, Robin des bio.
- Nord-Est: La Bohémia (67), L'envers du monde (54)
- Normandie: Normandie équitable (14), La ferme du Vastel (50), Huairuro (61), Le Verger de la Reinette (61)
- Bretagne, Loire Atlantique: Allpeco (56), Les Racines du Ciel (29), Libre informatique (29), L'ilot Thé (29), Moscati (44), Talibreizh (29), Tentation Cacao (29), Terra Libra (35), La Ferme de Kerdrouai (29).
- Paris, Ile de France: Andines Coop (93), Artasia (12e), Barak'art (93), Colore ton monde (94), Conom'Solidaire (13e), Esperanza Café (93), Fannoh, Finacoop, La Coulée douce (12e), La Vinothèque de Saint-Denis (93), Léo and Phil (95), Les ditions du Linteau (9e), Mode Estime (93), Mundo Leal (10e), Planète Lilas (94), Point Carré (93), Taddart (91), 360° Sud (92).
- Centre : Ekitour (86), La Belle Aventure (86), L'Olivetta (86), Menuiserie Girard (18), Lhadara Marenjos (45), Chakana (71)
- Sud-Est : Facon chocolat (26), Jardin'envie (26), Maronnages (26), Saldac (26), Solalter (07), Avenue Colombie (38), La cabane du jardinier (84), La case à palabres (13), Scop EPICE (13), Hôtel du Nord (13).
- Sud-Ouest: Kokobelli (33), La p'tite épicerie (17), Arrosoir et Persil (30), Saranghi (47), Coteaux-Nature (47), Graines Del Pais (1), Bouga Cacao (09)

- **Visions politiques, missions et activités :**

Minga est une organisation d'acteurs professionnels et citoyens engagés dans la production d'une économie de proximité et de qualité au niveau local comme international. Ensemble, dans la diversité de leurs métiers, de leurs activités et de leurs statuts, les membres de Minga posent la question du travail, des solidarités et des droits à renforcer pour l'articuler aux questions sociales, écologiques et démocratiques de notre temps.

En effet, bien que l'association soit à l'initiative d'acteurs du commerce équitable. Les membres

aujourd'hui ont comme "délaissé" ce mot, aujourd'hui trop connoté pour le remplacer par le terme d'économie équitable au sens large.

Selon leurs mots « C'est donc dans les mondes du travail et des métiers que Minga tient à se placer en s'adressant à tous ceux qui se confrontent chaque jour à ce système économique mondial de plus en plus financiarisé, tourné vers une économie de rente, destructeur de démocratie, de progrès social et de l'environnement »<sup>30</sup>. Les membres professionnels de Minga ont créé une « Charte d'objectifs et d'engagements » pour les aider, eux et leurs partenaires, à créer et suivre leurs filières commerciales, de la production à la consommation. Cette charte, réactualisée en 2012 et traduite en 5 langues, est composée de 7 engagements principaux : Information et débat pour une économie équitable, Organisation, autonomie et autogestion, Réduction des inégalités et solidarité, Pour une économie respectueuse de la nature, Pour une économie au service des hommes, Des échanges équitables et Transparence et évaluation. Chacun de ces 7 engagements sont constitués de 85 objectifs à atteindre dans la mesure du possible.

Dans ses premières années (2000 à 2005), Minga fonctionnait seulement sur les cotisations de ses individus et entreprises membres. A partir de 2006, l'association a reçu des subventions du Ministère du développement durable et du Conseil régional Ile de France (en moyenne globalement 100 000 € par an) car dans ces deux institutions ils étaient en lien avec des élus et des responsables de services qui reconnaissaient le travail accompli par Minga, notamment son système d'analyse de filière. Aujourd'hui, le SAF n'est plus actif, Minga n'a plus beaucoup d'activités réelles et ne reçoit plus de subventions.

## **5) Des filières de « coopération » : L'exemple de la coopérative Andines**

### **• Fondateurs, Histoire de la structure.**

Andines est né en août 1987, et a ouvert sa première boutique dans les quartiers du Sacré Cœur (18ème Arrondissement de Paris). L'entreprise a été créée en SARL (Société à responsabilité limitée) par 3 amis militants, dont Michel Besson et Veronique Lacomme qui ont apporté 50 000 francs en capital : "*L'idée aurait été de créer directement une coopérative mais on n'était pas assez nombreux et surtout on n'avait pas de fric*" (- Michel Besson, lors de l'entretien)

Le projet est né à Bogotá en Colombie, au travers de discussions entre quelques français et des artisans, agriculteurs et autres travailleurs colombiens tous en situations de précarité. Ils ont décidé de mettre en place en Colombie et en France, des entreprises capables de produire et de

---

<sup>30</sup> <http://www.minga.net/texte-de-positionnement/>

commercialiser premièrement de l'artisanat, à conditions de respecter les personnes et l'environnement. Antérieurement à leur création, les fondateurs des deux entreprises avaient commencé à réfléchir ensemble à ce que signifiait pour eux la notion d'"équité" dans les échanges, ce qu'Andines appellera dès 1989 "commerce équitable" ainsi que sur leurs manières de travailler (heures de travail, salaires, vacances, fonctions, recrutements, licenciements, etc), le fonctionnement économique, financier, commercial (codes des produits, communication, etc) de chaque structure, administratif. Dès le départ ils se sont mis d'accord sur les différents points et leurs visions d'un tel échange et ont créé une charte commune aux deux entreprises. (Voir annexe)

De manière générale, l'idée est que chacun, en Colombie comme en France puisse vivre correctement de son travail. Michel Besson, insiste sur le fait que l'idée était, et est encore aujourd'hui, de créer des relations solides dans le but de travailler ensemble pour développer l'autonomie et l'indépendance de chacun à travers une activité économique. Il est contre l'idée que cette coopération soit unilatérale, c'est à dire avec la simple image de venir en « aide » ou de « soutenir » les producteurs du sud.

C'est comme ça qu'est né, parallèlement Andines en France, l'entreprise Interexpress à Bogotá (Colombie). Afin que les artisans, tous du secteur informel puissent commercialiser leurs produits, en Colombie d'abord puis à l'export ensuite, et que eux même puisse vivre de leur travail. Entreprise qui de fait, est un partenaire historique d'Andines.

Plutôt militant et non commerçant, entreprise créée et 1eres importations réalisées, il ne manquait plus que les clients. Car très vite, est apparu évident le fait que pour que tout ce travail en amont ait du sens et une légitimité économique, il était indispensable de sortir de la vente détail (dans la petite boutique de 20m<sup>2</sup>) et de vendre à d'autres magasins. Comme Michel Besson, le raconte, ils sont partis avec leurs valises remplies d'échantillons, ils sont allés à la rencontre de possible futurs clients. Ils ont décidé de commencer par les syndicats avec qui ils pouvaient pour d'autres raisons être en contact. De plus, leur vision de ce type de commerce était une question de justice sociale traitée à travers une activité économique, ils ne pouvaient qu'être soutenus par des organisations syndicales. Incompris ou délaissés par les syndicats, Andines a dû rapidement se tourner vers un commerce plus classique, c'est à dire contacter des magasins, des boutiques, de centre-ville pour lesquels avant la notion d'équité ou tout autre discours, la réalité du bon rapport qualité/prix est la vraie et simple ligne directrice.

Malgré l'idée et l'ambition de créer ainsi leurs propres emplois, Michel Besson raconte qu'il s'est rémunéré très peu voire pas du tout les trois premières années. Cela n'a pas empêché la petite équipe de trouver les premiers clients, des associations et surtout des magasins de cadeaux. Mais l'activité ne permettant pas encore une rémunération suffisante, Richard Wilf associé de départ a quitté la

structure pour se consacrer à d'autres activités alimentaires. Leurs efforts ont peu à peu portés leurs fruits et fin 1988 Andines a déménagé dans un lieu un peu plus grand avec un lieu réservé pour le stockage des produits, en 1990, 2 autres personnes ont pu être embauchées, puis dans les années suivantes plusieurs autres personnes.

A l'époque ils communiquaient avec la Colombie par des courriers spéciaux pour entreprises qui mettaient deux jours pour arriver là-bas et deux jours pour revenir en France. Comme Michel Besson le souligne « *c'était un autre rythme qu'aujourd'hui.* ».

Les premières années Andines travaillait qu'avec des artisans Colombiens via Interexpress, mais peu à peu l'entreprise a étendu son activité à d'autres pays. Dans les années 90, des artisans de plusieurs pays, ayant entendu parler d'Andines, ont fait appel à cette entreprise pas vraiment comme les autres, pour vendre leurs produits. Ce qui a engendré plusieurs voyages (Nicaragua, Equateur, Guatemala, Pérou, Mexique et Brésil) et beaucoup de travail pour mettre sur pied de nouvelles filières. Ce travail consistait à se rencontrer sur place, entre artisans et Andines, pour se connaître directement et surtout pour échanger sur le fond, c'est-à-dire pour mettre en place une coopération la plus équitable possible. Cet échange durait plusieurs mois. La plupart des artisans concernés appartenaient au secteur populaire informel, interdit d'exportation. Il a été décidé de créer avec eux, dans chaque pays, une micro-entreprise non seulement capable d'exporter les produits choisis par Andines, mais qui serve aussi de formation et de pont permanent entre les artisans et l'entreprise française. Une personne sur place était alors choisie comme interlocuteur(trice) pour permettre une meilleure communication entre tous – et avec Andines - et pour expliquer ou débattre en quoi consistait la volonté commune de mettre sur pied des relations respectueuses sur le plan humain et équitables sur le plan social, économique et financier. En Colombie, ce fut Alvaro Orjuela, en Equateur Gonzalo Merchàn, au Pérou Eleodora Salvatierra puis Coqui Davalos, au Brésil Silvia Agua puis Javier Panto, au Guatemala Pierre Lejeune, etc.

- **fonctionnement interne ? type de structure ?**

A sa création, et même en amont Andines a fait deux choix concernant le type de structure. Dans un premier temps, les associés d'Andines, en accord avec leurs amis colombiens d'Interexpress, ont fait le choix de créer des entreprises pour que chacun soit à pied d'égalité avec les autres, sans interférences possibles du pouvoir de l'argent pas de dons ou de subventions. La seule source de revenus devant venir de la rémunération la plus correcte possible de son travail. Leur envie étant de créer des emplois stables en Colombie comme en France, et non pas de créer une association

en France animé par des bénévoles, pour seulement venir en aide à l'entreprise colombienne, sinon aussi la volonté de créer de l'emploi ici en France surtout dans un premier de créer leurs propres emplois, avec l'idée de pouvoir en vivre convenablement.

Au niveau du fonctionnement interne d'Andines, afin de respecter au mieux la notion de démocratie directe, les associés ont décidés d'opter pour un fonctionnement coopératif, avec la règle « un(e) associé(e) = une voix. Ces associés, salariés ou apporteurs de capitaux, au nombre de trois à la création d'Andines en 1987, sont devenus une vingtaine de personnes dans les années 90 et près d'une centaine dans les années 2000. Le système coopératif de décision a toujours été respecté, quel que soit l'apport financier des personnes.

Dans un second temps, ils ont pris la décision d'être majoritairement grossiste, ce qui ne les empêche pas de faire de la vente au détail, que ce soit directement à la boutique ou à travers des marchés. Pourquoi être grossiste ? Tout simplement car ça leur permettait d'importer en plus grosse quantité que s'ils étaient une simple boutique et donc de distribuer leurs produits à d'autres structures.

- **Réseau : en Amont et en Aval**

Aujourd'hui, Andines est intégrée dans un large réseau international d'échanges, constitué de très nombreux partenaires en amont comme en aval. Depuis sa création, Andines a mis en place près de 300 filières (d'un groupe de producteurs ou d'artisans au client final) à travers près de 11 pays: Colombie, Pérou, Equateur, Guatemala, Brésil, Niger, Burkina Faso, Maroc, Inde, Palestine et France. L'organisation et le fonctionnement de ce réseau sont basés sur la responsabilité et l'autonomie de chaque partenaire. Pour conserver cette autonomie, Andines s'engage à ne jamais importer / acheter plus de 25% de la production totale d'un partenaire, ce qui évite une dépendance entre les structures.

Lorsque nous utilisons le terme « réseau » nous faisons référence à l'ensemble des structures que ce soit en amont (producteurs, artisans, etc) ou en aval (associations, entreprises, collectivités territoriales, groupements d'achats..). Véronique Lacomme, gérante d'Andines depuis 2000, nuance les termes « réseau » et « filière ». La gérante d'Andines, ne parle pas de réseaux mais de filières au sens propre du terme. En effet, dans « le monde du commerce équitable », il existe des réseaux internationaux qui sont des réseaux d'ONG ou associations que l'on appelle des structures faitières qui vont rassembler des associations, organisations, groupes d'artisans/producteurs et exporter leurs produits. Le plus souvent des acteurs du commerce équitable en France vont travailler avec ce genre de « réseaux » ce qui leur permet par exemple, de répondre à une demande de quantité exigé entre autres par les grandes distributions. Mais ce système pyramidal, éloigne au même titre que le

commerce dit « conventionnel », le client du producteur, notamment au niveau des rapports humains et de la circulation d'informations et donc, au final, de la transparence de la filière, un des points communs de toutes les définitions du commerce équitable que nous avons vu en partie 1. Cela représente tellement de personnes que les structures qui importent depuis la France vont travailler principalement qu'avec la structure faîtière du pays et beaucoup moins avec les producteurs en direct. On ne va plus parler de tel ou tel groupe d'artisans/producteurs mais de telle ou telle structure, « certifiée commerce équitable » qui exporte les produits. C'est à ce titre que la gérante d'Andines va préciser la notion de réseau et parler plutôt de filière pour qualifier leurs pratiques car selon elle, chez Andines ils ont des liens autant avec la structure qui va exporter les produits qu'avec les groupes d'artisans/producteurs eux-mêmes, toujours dans cette idée d'échanges d'informations, de travail ensemble et surtout de transparence.

- **Difficultés d'une pratique hors cadre institutionnel.**

Pour les deux entreprises de départ, il s'agissait d'appliquer les principes de respect mutuel, de démocratie (réelle et non représentative) et de justice sociale et économique, au sein des entreprises et dans toutes les transactions commerciales avec les partenaires, tant en amont (producteurs, transporteurs, transformateurs et autres prestataires de services indispensables) qu'en aval (distributeurs, clients). Et ça, partout, de manière globale, du nord au sud de la planète. Conscient néanmoins d'appartenir et via son activité économique, de devoir participer à un système économique marchand mondial ne fonctionnant pas selon leurs règles d'équité, ils ne se disent pas « faire du commerce équitable » mais être dans une démarche pour tendre le plus possible vers un commerce équitable. Les chartes créées pour encadrer leurs pratiques sont modifiables dans ce souci de remise en question permanente.

De manière générale Andines veut donc inscrire sa démarche dans une recherche de la plus grande équité possible et ce, tout au long de la filière du producteur jusqu'au client final, comprenant aussi tous les intermédiaires de la filière essentiels pour la transformation et l'acheminement du produit jusque dans la boutique finale. Et cette vision est comme nous l'avons vu globale dans le sens où elle est loin de se limiter à appliquer le commerce équitable aux relations économiques Nord-Sud, mais aussi en Nord-Nord. De plus, Andine ne semble pas – comme sous-entendu dans les définitions dites officielles – considérer ni présenter le producteur, qu'il soit français ou étranger, comme étant le seul bénéficiaire de cette démarche. Au contraire, toutes les personnes de la filière doivent bénéficier de ce travail, y compris les salariés d'andines, les boutiques détaillantes ainsi que les clients finaux qui bénéficient de produits de qualité à des prix corrects.

C'est en ce sens, que la coopérative Andines se démarque voire s'oppose à la vision institutionnalisée du commerce équitable porté par la Plateforme française pour un commerce équitable. En effet ce n'est pas depuis que la loi encadrant le commerce équitable s'est ouverte à une vision Nord-Nord que Andines pratique cette démarche mais bien tout au long de son expérience et de manière concrète lorsqu'elle s'est ouverte à la vente alimentaire en 2001, où elle a distribué des produits alimentaires français et européens. Et ceci ne s'est pas fait sans encombre nous dit Véronique Lacomme dans son entretien. Nous étions quasiment considérés comme illégaux à l'époque nous raconte Michel Besson. Face à cette vision imposée, d'abord médiatiquement puis institutionnellement, uniquement nord-sud du commerce équitable de la PCFE, il était difficile de se faire une place, complète la gérante d'Andines qui a été sommée (en vain) – lors d'exposition vente dans des lieux publics- de sortir de son stand les produits français portant le logo de leur marque « commerce équitable » déposée, rappelons-le à l'INPI. (cf partie I,3)

D'autant plus que l'État français, mais aussi la Commission européenne, non seulement se sont emparés de la définition commerce équitable de la PCFE mais en ont fait leur règle exclusive, qui est devenue « coercitive ». Si une entreprise comme Andines ou une organisation comme Minga par exemple veulent chercher des financements publics, ou décrocher des marchés publics, elles ne le peuvent plus car elles ne correspondent plus à la définition et à la norme officielle. Cette appropriation politique de ce commerce équitable pousse bien des entreprises et organisations à « coller » à cette conception particulière et exclusive, et donc à ne pas chercher à innover, inventer d'autres façons de produire et commercer.

Bien qu'Andines soit à l'origine légalement du concept du commerce équitable en France ils se sont vus obliger de changer de termes pour qualifier et expliquer leur démarche face à cette définition dominante du commerce équitable. Andines, à partir de 2008, parle désormais d'équité dans l'économie.

## Partie 3

### **Pour une équité dans le commerce : pratiques d'acteurs s'opposant au commerce équitable institutionnalisé.**

#### **1) Mission de stage : présentation du terrain.**

##### **1.1) Andines**

Andines est une coopérative qui existe depuis 1987 et qui est aujourd'hui basée au 5 rue de la poterie à Saint-Denis en Seine Saint Denis (93) depuis Août 2010. Son activité est principalement celle de « grossiste » mais la boutique Andines est ouverte toute la semaine au public pour de la vente au détail.

Andines est installé dans des locaux de 1200 m<sup>2</sup> de terrain, dont un jardin de 200 m<sup>2</sup> et un bâtiment de 904m<sup>2</sup> composé d'un entrepôt de 450m<sup>2</sup>, d'un magasin/ showroom de 200m<sup>2</sup>, le reste étant divisé entre les bureaux, une salle de réunion et une salle des archives.

La coopérative est organisée en différents pôles : import, gestion, commercial, secrétariat, entrepôt et information (cette dernière activité étant liée à l'engagement de transparence totale).

Andines a toujours connu des allées et venues au sein de son équipe tous postes confondus, hormis deux personnes piliers de l'activité qui ont été Véronique Lacomme et Michel Besson, co-fondateur de l'entreprise. Aujourd'hui Michel Besson est officiellement à la retraite mais gravite toujours autour de l'entreprise pour donner un coup de main, notamment sur ce que l'on pourrait appeler « transfert du flambeau » à une nouvelle équipe.

J'ai effectué mon stage, du lundi 9 janvier 2017 au 4 février 2017, au sein d'une équipe qui a changé entre temps. Aujourd'hui l'équipe est constituée de 3 personnes. Véronique Lacomme est gérante – responsable commerciale et chargée de relations fournisseurs France, Afrique et depuis peu d'Amérique du sud. Loic, directeur administratif et financier. Et Guillaume, responsable logistique et commercial.

Depuis deux ans Andines est dans un contexte particulier : aux difficultés économiques s'ajoute la recherche d'une nouvelle équipe pour pouvoir poursuivre les activités.

##### **1.2) Ayniart**

Officiellement et en tant qu'entreprise, Ayniart est né en 2001, dans un souci de « légaliser » une activité qui existait depuis 1984, menée par l'association La Cosaart (Cordinadora Sur Andine de Artesania » => « la Coordination Sud Andine pour l'Artisanat »). La Cosaart a été créée par des militants politiques et des acteurs sociaux qui souhaitaient agir conjointement avec des paysans et



des organisations sociales populaires. Elle est essentiellement active dans les départements de Cuzco et de Puno, et depuis 1997 à Ayacucho.

En effet, cette association est née suite à un mouvement politico-social pour la récupération des terres par les communautés paysannes dans les années 70/80, porté entre autres par la gauche radicale dont faisaient partie Georgina et Antonio Davalos. C'est à travers cette lutte, qu'ils ont tissé des liens forts avec des membres de communautés paysannes dans un premier temps autour de Cuzco, leur ville.

Parallèlement à ce mouvement social, est apparue la guerrilla « Sentiers lumineux » et sa proposition de luttes armées, ce qui a accentué fortement la répression du gouvernement. Suite à ce mouvement social, Georgina et Antonio Davalos ainsi que des amis proches ont décidé, notamment pour ne pas perdre les liens forts qui s'étaient créés entre eux (citadins et paysans) pendant cette lutte, de continuer leurs relations avec ces communautés paysannes mais à travers la promotion de l'art et de l'artisanat. Entre 1979 et 1983, ils ont ouvert une boutique dans le centre-ville de Cuzco, où étaient proposés des produits artisans mais aussi et surtout des informations sur les communautés paysannes avec qui ils travaillaient, dans le but de sensibiliser la population à la lutte paysanne. Au départ La Cosaart était totalement informelle. Ce n'était qu'un groupe d'amis s'auto-organisant autour de cette thématique politico-sociale. A cette époque, dans un climat politico-sociale tendu, leurs activités (nous raconte G.Davalos dans son entretien) étaient considérées comme politiquement suspectes aux yeux de l'Etat. Ayant été très actifs durant ce mouvement social pour la « récupération des terres », ils étaient constamment surveillés. Ils ont donc déclaré officiellement début 1981 La Cosaart en tant qu'association à but non lucratif afin « d'officialiser » leurs activités.

Au cours de cette même année, La Cosaart a rencontré M.S (Militante franco-espagnole, à cette époque engagée politiquement au Pérou), et M.Bo, un français venu pour connaître le Pérou et pour participer en tant qu'étudiant à un séminaire.

M.Bo, M.S et d'autres amis, ont créé en France en 79, l'association ASPAL (Association de Solidarité avec les Peuples d'Amérique Latine).

L'ASPAL est une association de solidarité internationale fondée à l'initiative d'un coopérant français en Argentine qui de retour en France a mobilisé ses amis, notamment des paysans et acteurs ruraux, pour développer une solidarité concrète vers les populations les plus marginalisées d'Amérique Latine (prisonniers, communautés, paysans, habitants des bidonvilles) dans "une démarche de reconnaissance et de respect mutuel." C'est une association lois 1901, à but non lucratif. Tous ses membres sont donc bénévoles. L'ASPAL est en lien direct avec des organisations populaires d'Amérique Latine, notamment au Pérou, Mexique, Équateur. Elle informe sur la vie des populations (situations, difficultés, espoirs) dans un souci de connaissance humaine mutuelle. A travers l'expérience des groupes de producteurs d'artisanat, elle informe sur la situation des échanges économiques et défend l'idée du Commerce Equitable. En 1997 l'ASPAL a créé en France la micro-entreprise ARTISAL pour élargir la vente d'artisanat, au-delà du réseau d'associations locales. L'association est l'actionnaire unique de l'Eurl ARTISAL.

L'association ASPAL compte une vingtaine de groupes locaux et de boutiques associées. Elle est présente dans une quinzaine de départements (Hautes-Alpes, Pays Basque sud des landes, Pyrénées, Alsace, Vendée, Béarn, Champsaur, Deux-Sèvres, etc) notamment ruraux, mais compte aussi des adhérents individuels dans les autres départements de France.

Georgina.D nous raconte dans son entretien la rencontre avec M.Bo : « *Nous avons beaucoup échangé sur le thème des terres et sur la place de la gauche dans chacun de nos pays. Il nous a raconté leur manière de travailler avec des militants argentins ou brésiliens en important leurs produits en France pour venir en aide aux exilés de ces pays. Il nous a proposé de faire la même chose avec nous.* » (\*traduit de l'espagnol)

C'est donc dans une démarche et dans un contexte politico-social qu'est né, en 84, la collaboration entre l'association La Cosaart au Pérou et l'ASPAL en France autour de la commercialisation de produits artisanaux.

Indépendamment de l'ASPAL, La Cosaart est née avec l'idée d'appuyer et de promouvoir la « culture paysanne péruvienne » et son autonomisation à travers une production et une commercialisation de produits artisanaux dans certaines conditions, différentes du marché « normal » et en s'inspirant en premier lieu d'une part de l'organisation des communautés elles-mêmes, et de leurs traditions agrémentées de choses nouvelles.

Ces communautés composées de 100 à parfois 500 familles s'auto-organisaient autour de « comités ». Il y avait le « comité santé », le « comité eau », etc. Chacun avait sa particularité et ses modes de fonctionnement mais pour autant tout était décidé lors d'assemblée générale regroupant

toute la communauté. Lorsque les militants de La Cosaart ont proposé à leurs amis paysans de développer cette activité économique, tout devait alors être discuté et accepté par l'assemblée générale. Il en est ressorti la création de « comités artisans » dans plusieurs communautés. Comités auto-gérés par les paysans eux-mêmes. Il pouvait y avoir jusqu'à 30 personnes dans chaque comité. La Cosaart a commencé par travailler avec 4 groupes d'artisans puis avec plus de 30 associations différentes.

Au départ l'association vendait ses produits dans un circuit de commerce national et s'est ouverte ensuite à l'exportation, à l'international en 82/83 suite à sa rencontre avec l'ASPAL. A cette époque La Cosaart exportait ses produits via une société d'exportation basé à Lima, créé en collaboration avec des amis péruviens connus au cours des mobilisations pour la « récupération des terres », mouvement qui avait touché particulièrement les régions sud mais s'était étendu à tout le pays.

C'est en 2001, que les militants de l'association La Cosaart décidèrent de créer Ayniart en tant qu'entreprise car au Pérou, une association à but non lucratif ne peut exporter officiellement des produits où avoir une activité commerciale en tant que tel. Et centraliser toute l'activité à travers Ayniart était une question de légalité et de facilité. De plus, cette envie de centraliser le travail est survenue suite à des problèmes de vols dans l'ancienne entreprise d'exportation.

Le nom Ayniart vient du mot « Any » en langue Quechua qui signifie littéralement « partager, donner, recevoir, réciprocité, gratuité » autrement dit « travail commun fait en solidarité et réciprocité ».

Si jusqu'en 2014, Ayniart avait avec d'autres associations un local dans le centre-ville de Cuzco, aujourd'hui l'entreprise est basée au logement familial de Georgina.D, unique salariée et gérante de la structure, entre autres pour deux raisons. D'une part, les coûts de location d'un local en centre-ville est aujourd'hui beaucoup trop onéreux. D'autre part, face à l'expansion du tourisme dans cette région et particulièrement dans la ville de Cuzco, les petites boutiques touristiques pullulent dans les rues. La concurrence pour le même type de produits achetés à vil prix ou fabriqués de manière industrielle est beaucoup trop grande pour pouvoir se développer sur le marché local.

### 1.3) Histoire commune de ces deux entreprises :

Les entreprises Andines (France) et Ayniart (Pérou) collabore maintenant depuis 7 ans. Cette filière est un cas un peu exceptionnel dans la manière dont Andines établit ses filières car, dans ce cas Ayniart existait et exportait des produits artisanaux en France bien avant sa coopération avec Andines.

Depuis presque 25 ans, Ayniart travaillait en collaboration avec l'ASPAL (Association de Solidarité

avec les Peuples d'Amérique Latine) qui importait de l'artisanat par sa plateforme d'importation qui se nommait Artisal. Mais en 2009/2010, Artisal a rencontré des problèmes économiques et a dû fermer. C'est alors que l'ASPAL a recherché parmi ses relations une autre entreprise pour continuer l'importation de produits avec Ayniart. L'ASPAL a alors proposé aux membres de la PFCE, réseau auquel elle-même appartient, de reprendre l'importation des produits artisanaux pour continuer cette collaboration vieille de 15 ans. Mais face à une absence de réponse, ils se sont par la suite tourné vers Andines qui après plusieurs réunions en France avec l'ASPAL et Geogina.D a finalement accepté, malgré le fait qu'ils avaient déjà une filière d'artisanat avec le Pérou basé à Lima. Ayniart étant située à Cuzco et travaillant dans cette région et celle de Puno, il n'y avait donc pas de souci. D'autant plus que l'idée n'était pas de créer de la concurrence entre les deux entreprises mais au contraire de permettre la coopération.

Tout d'abord ces trois structures Ayniart, ASPAL, et Andines se sont réunies, en 2009 et 2010 pour échanger sur la poursuite de la filière d'importation d'artisanat via Andines.

En 2010, Michel Besson est allé au Pérou, avec le président de l'ASPAL, Bernard L, comme à leurs habitudes pour aller avec la gérante d'Ayniart à la rencontre des groupes d'artisans. Ce n'est que suite à de longues discussions et journées de rencontres avec les différents groupes d'artisans et la gérante d'Ayniart que la décision de poursuivre ce travail a été prise. Il a fallu ensuite retravailler tous les codes des produits et aussi les prix et sa décomposition, à la manière d'Andines (Voir partie sur l'établissement d'une filière (Partie 3,2/2,1)

#### 1.4) Demande des structures - mission de stage : renforcer la filière entre les deux entreprises.

La mission qui m'a été attribuée lors de mon stage a été décidé au cours d'une rencontre à Andines, entre l'équipe de l'entreprise et leur correspondante Georgina.D de l'entreprise Ayniart en déplacement en France. La demande a été basée sur l'idée de profiter de mon double stage (1mois à Andines, 2 mois au Pérou) pour renforcer la filière d'artisanat établie depuis 2010 entre les deux structures.

Deux objectifs : Renforcer la filière au niveau commercial et au niveau humain.

Cette demande m'a été faite car la fluidité d'informations (au niveau humain, politique et commercial) entre Andines et ses correspondants d'une part et les groupes d'artisans d'autre part est un point crucial dans leur manière de travailler afin de construire des filières durables économiquement, fondées sur des rapports humains et de confiance et surtout en toute transparence. Au sein de l'équipe d'Andines il y a toujours eu des personnes « responsables » de telle ou telle filière, en l'occurrence pour l'Amérique du sud c'était principalement Michel Besson. Mais aujourd'hui Andines est dans une période de transition dans le sens où le but est de former une

nouvelle équipe pour reprendre l'entreprise. En ce moment cette nouvelle équipe n'a ni les moyens financiers ni le temps de pouvoir voyager pour assurer le lien avec leurs correspondants. L'objectif principal pour la nouvelle équipe est en priorité de redresser économiquement la structure pour continuer l'activité globale de l'entreprise. Le suivi des filières via des échanges (que ce soit l'équipe d'Andines pour aller dans les différentes régions avec lesquelles elle travaille ou de faire venir en France les correspondants ou des artisans) n'est pas la priorité dans l'immédiat. Dans un premier temps les uniques échanges se font donc par mail et téléphone.

Une particularité de cette filière est qu'au début Andines importait des produits pour le réseau de l'ASPAL. Ce n'est que peu à peu, en recevant ces produits, qu'Andines a commencé à en commander pour ses propres clients.

La première demande commune aux deux structures était de pouvoir favoriser l'échange d'informations de manière réciproque c'est-à-dire d'informer aussi bien Ayniart et les groupes d'artisans sur le contexte, le travail, les difficultés d'Andines et inversement de renseigner Andines sur la manière de travailler d'Ayniart mais aussi des groupes d'artisans. La demande qui m'était faite pour mon stage consistait donc à rencontrer un maximum de groupes d'artisans, de ré-identifier les groupes en fonction des produits, des matières premières qu'ils utilisent, de l'organisation du travail, etc.

L'un des « problèmes » soulevé par Andines est le manque d'information concernant des nouveaux produits commandés par l'ASPAL directement à Ayniart sans passer par Andines ce qui court-circuitait le travail entre Andines et Ayniart pour notamment deux raisons. La première, c'est que cette pratique ne permet pas à Andines de bien connaître toute la gamme de produits d'Ayniart et donc de potentiellement en commander pour son propre réseau. La seconde, c'est le souci de l'entrée informatique en stock des nouveaux produits qui n'ont alors ni codes ni information.

De plus, depuis quelques années il y a eu un déclin important de la quantité des produits commandés notamment par l'ASPAL. Ce déclin, important, est dû à celui de l'activité en France (moins de bénévoles, moins de structures, etc). Là où les commandes annuelles pouvaient atteindre 150 000 euros, aujourd'hui elles tournent autour de 20 000 à 40 000 euros.

Cette filière d'artisanat compte plus de 350 références de produits différents qui se déclinent en plusieurs gammes : vêtements (enfants / adultes), instruments de musiques, bijoux, « jouets » pour enfants, objets de décorations, etc.

Le problème avancé par Ayniart est que pour certaines références la commande était vraiment trop minime en termes de quantité. Exemples : 3 pulls, 2 flûtes de pan, etc, ce qui ne permet pas aux groupes d'artisans de s'organiser concrètement pour le partage du travail et surtout d'en vivre. De plus cela oblige la gérante d'Ayniart à se déplacer dans la communauté pour ne commander seulement qu'un ou deux produits, car la communication téléphonique n'est pas possible avec tous

les artisans et reste dans tous les cas assez compliqués, c'est une perte de temps, d'énergie et aussi d'argent. La proposition de Georgina.D était donc de travailler sur cela, en étudiant les produits « phares » qui fonctionnaient pour les développer en termes de quantité quitte à réduire le nombre de références de produits commandés.

D'un point de vue global les missions qui m'étaient confiées, chez Andines, étaient les suivantes :

- de rectifier les erreurs qui compliquent le travail de ces deux entreprises : par exemple des produits qui arrivent en France avec des codes modifiés au Pérou. Comme nous l'avons vu, chaque code de produit identifie ses producteurs. Il s'agit donc de vérifier tous les codes et leurs concordances entre les deux structures pour éviter toute erreur dans les commandes et les informations.
- Identifier les produits « phares » de cette filière dans le but de les développer (en termes de couleurs, de tailles, de précisions sur les produits eux-mêmes, ou d'emplacement de l'étiquette, etc.)
- Une fois au Pérou, il m'a donc fallu rencontrer un maximum de groupes d'artisans avec lesquels Andines travaille via Ayniart, toujours dans cette idée de renforcer les liens de connaissances que ce soit au niveau humain (qui fait quoi ? où ? Comment ?) ou sur le plan « commercial » (quelles techniques de production ? quelles matières premières ? quel prix ? quelle organisation du travail ?, etc.).

D'un point de vue global les missions qui m'étaient confiées chez Ayniart, étaient les suivantes :

- Au vu du problème énoncé par Ayniart à propos des quantités trop minimes commandées par références, Georgina.D m'avait demandé de réaliser un tableau avec photos des produits qui se vendent le mieux et ceux par lesquels Andines était intéressée pour qu'ensemble nous puissions trouver les informations correspondantes : vérifier les codes de références, le nom du groupe d'artisans, de la matière première utilisée, des techniques, des couleurs et tailles disponibles, ainsi que le prix de vente des producteurs et le prix FOB d'exportation.
- Sachant que nous serions amenés à rencontrer des groupes d'artisans, l'idée était aussi que je leur apporte suffisamment d'informations sur Andines, ses activités et son contexte actuel.

J'ai rencontré, lors de mon stage à Andines une difficulté qui était due au contexte tendu de l'équipe. En effet, lors que je suis arrivée, une des salariées venait de quitter la structure, une autre avait déposé sa démission pour le mois de Mars. Arrivée dans ce climat tendu, il m'a fallu trouver ma place de stagiaire et cela a été compliqué.

Quant aux difficultés que j'ai rencontrées personnellement lors de mon stage au Pérou étaient de trois ordres : les langues, les différences de cultures et ce que je représentais aux yeux des

artisan(e)s.

En ce qui concerne la langue espagnole, de par mes études et mes voyages précédents, j'ai pu converser assez facilement au bout de 2 semaines sur le terrain. Quant à la langue quechua, parlée par la plupart des artisan(e)s, c'est Georgina.D qui traduisait systématiquement nos échanges. En ce qui concerne les différences culturelles, entre le monde artisan andin et la France, il m'a fallu beaucoup écouté, apprendre, questionner.

L'autre difficulté était la manière de me présenter aux artisan(e)s et comment ils me percevaient : une déléguée de l'entreprise française Andines ? Une étudiante française qui essayait d'étudier et de de comprendre les relations établies entre ces artisan(e)s et Ayniart ou Andines ? Ce n'est véritablement qu'au bout de quelques semaines que j'ai pu me présenter réellement devant chaque groupe comme étant intéressé par le faites de me rendre compte de leurs expériences, de leurs pratiques et par la vision qu'ils avaient de leurs pratiques. Et de fait, étant dans le cadre d'un stage partagé entre Andines et Ayniart je leur expliquais les missions qui m'étaient attribués. J'étais aussi souvent amené à expliquer le contexte socio-économique français.

## **2) Pratiques en lien avec l'ancrage social et politique des acteurs comme condition d'une équité dans le commerce.**

### 2.1) Caractéristiques économiques d'un commerce équitable et solidaire pratiqué par Andines

#### 2.1.1) Fonctionnement économique en amont, en aval et en interne d'Andines.

En amont :

En principe, Andines prépaye 50% de la commande au moment où elle l'envoie aux producteurs. Ce qui permet aux producteurs et à la structure d'exportation de payer leurs frais. Ensuite, suivant les pays, il y a des variations. Selon la loi de certains pays, la commande doit être soldée avant d'être expédiée. Dans ce cas Andines doit donc payé les 50% restant avant la livraison. Sinon, l'entreprise solde sa commande après avoir reçu les produits et après les avoir contrôlés (nombre et qualité). Véronique Lacomme nous explique que ce fonctionnement-là est ce qui se passe en théorie, car dans une structure telle qu'Andines avec ses difficultés économiques, elle est parfois amenée à faire autrement. Par exemple, si l'entreprise a besoin de produits en particulier car ils ont une demande de clients mais pas les fonds nécessaires pour prépayer la commande tout de suite, alors un dialogue s'instaure entre Andines et les producteurs/artisans pour savoir si eux ont les moyens de produire et d'envoyer les produits pour être payés ensuite. « C'est là que l'on peut voir que l'on est dans des rapports de solidarité à égalité et non tiers-mondistes » nous dit V. Lacomme,

car en vue des difficultés notamment économiques ou financières de chacun, c'est une « entre-aide » qui s'instaure basée sur des liens de confiance entre les structures.

En aval :

L'habitude du client, en France, est de payer après « 30 jours fin de mois », date de facturation le 10 du mois d'après. Exemple : pour une livraison facturée le 2 avril, 30 jours après = 2 mai, le 10 du mois suivant, le client ne soldera sa commande que le 10 juin. C'est une manière de faire très française, de payer entre 30 et 90 jours après avoir reçu la commande. « Beaucoup de nos difficultés trésorerie viennent de cela » nous dit la gérante d'Andines.

Pour certaines filières dites de « solidarité » comme pour l'huile d'olive de Palestine, qui se fait en partenariat avec l'AFPS, l'Association Française de solidarité Palestine, ou l'ASPAL pour le Pérou, là aussi des problèmes de trésorerie en découlent. Là où ces organisations vont être très attentives au fait que les producteurs soient payés rapidement, lorsqu'eux-mêmes préfinancent à 50 % leurs commandes, Andines doit parfois se « bagarrer » pour qu'ils soldent leurs factures, une fois avoir reçu les produits.

De manière générale :

Un des choix de l'entreprise à sa création a été de n'accepter aucune subvention publique pour garder son entière liberté et son autonomie économique notamment dans sa vision d'un commerce équitable, et dans les différentes activités qui en découlent. Mais ce choix de fonctionnement économique nécessite chez ses responsables un lourd investissement en temps et énergie.

Déjà parce que évoluer dans le domaine du commerce équitable lorsque l'on réfute la définition « officielle » et surtout dominante, est très difficile et nécessite beaucoup d'énergie car beaucoup de portent se ferment...

La coopérative Andines, au départ née en tant que SARL (Société à responsabilité limitée) a toujours été marquée par un manque de fonds propres et aujourd'hui il en est encore de même, malgré ses 30 ans d'existence. En effet, ce mode de fonctionnement économique nécessite un fond de roulement important. Ayant un capital de départ insuffisant pour une telle activité, Andines a dû très vite chercher des capitaux et du soutien. Tout au long de son histoire, il y a eu des apports financiers des CIGALES (Clubs d'investisseurs pour une gestion alternative et locale de l'épargne solidaire), de la coopérative alternative de mutualisation du risque Garrigue, de la société coopérative de finances solidaires NEF (Nouvelle Economie Fraternelle), et surtout de nombreux citoyens qui ont mis des fonds dans la SARL puis dans la coopérative. Dans ce dernier cas, la personne devient associée d'Andines et donc coopératrice. Elle peut aussi faire un prêt à Andines,



mais selon la loi, seul un associé peut faire des prêts à une entreprise. Si la personne n'est pas associée (coopératrice), elle peut faire un prêt à l'association des Amis d'Andines, qui elle-même est associée à Andines.

Pour être associé direct d'Andines, il faut pouvoir investir au moins 1008 euros (ce qui représente 63 parts sociales) dans le capital de l'entreprise. Cette limite a été définie en Assemblée générale pour éviter de passer de fait du statut de Sarl coopérative à celui de Société anonyme (SA). Si une personne souhaite être associée mais investir moins de 1000 euros, elle doit passer par l'association Les amis d'Andines en adhérant à cette association qui elle-même est associée / coopératrice de la structure. Aujourd'hui Andines regroupe 40 associés / coopérateurs directs (qui ont investi plus de 1008 euros dans le capital), dont l'association des Amis d'Andines, qui elle-même regroupe plus de 60 adhérents et/ou sociétaires.

### 2.1.2) Logique de filières

Comme on l'a vu dans la partie précédente, Andines anime près de 300 filières différentes à travers une douzaine de pays dont la France. Cette pratique répond à un protocole réfléchi et inscrit dans la charte de l'organisation MINGA dont elle est co-fondatrice et membre depuis 1999.

La demande de coopération peut venir des organisations de producteurs, artisans ou paysans, comme c'est le cas de la plupart des filières d'Amérique du sud. Il en a été ainsi de la première filière péruvienne, non pas celle via Ayniart mais la précédente, qui est toujours en cours (Association ASARIPE). Les artisans ont entendu parler d'Andines, de ses principes et valeurs, via leurs propres réseaux, et intéressés par cette démarche ils ont contacté eux-mêmes l'entreprise française.

Mais la demande de coopération peut aussi venir des clients d'Andines, comme par exemple la filière de beurre de karité avec le Burkina-Faso. Dans ce cas précis, Andines a pris contact avec son correspondant sur place au Burkina-Faso et envoyé dans ce pays une stagiaire, Marjolaine, qui à l'époque souhaitait travailler sur la création de nouvelles filières. Tous ensemble ils ont étudié la possibilité de créer une nouvelle filière avec des femmes productrices de beurre de karité constituées en coopérative dans la région de Tenkodogo dans le sud-est du pays. De nombreuses rencontres s'en sont suivies au Burkina Faso puis en France, en vue de construire cette filière, ce qui a été un véritable succès. Cette coopération est toujours en cours.

Dans tous les cas, chez Andines, le montage d'une filière peut durer jusqu'à 2 ans. Un temps qui est nécessaire pour organiser une filière fiable et durable entre des partenaires différents (du producteur au client final) afin d'apprendre à se connaître, d'échanger sur les manières de travailler (production

et organisation du travail), sur leurs différentes professions complémentaires, sur la notion d'équité, sur le contexte politico-social de chaque région ou pays différents, sur les besoins de chacun, etc. Ces échanges sont le plus souvent réalisés lors de rencontres entre tous les partenaires d'une filière au cours de voyages réalisés, au maximum dans les deux sens, que ce soit en France ou dans le pays de production. Ces discussions ont un rôle majeur pour créer une filière basée sur une véritable coopération, dénuée au maximum de relations de domination ou de soumission, de paternalisme ou de compassion.

Par ailleurs, Andines a toujours cherché à travailler avec les pouvoirs publics et les organisations syndicales, régionales et nationales, de chacun des pays, y compris en Europe. Le but est d'avoir une connaissance générale des fonctionnements des économies nationales et mondiales actuelles et des différents contextes régionaux et nationaux, pour pouvoir choisir dans quel secteur et avec quelles organisations de producteurs travailler. Même si l'objectif est de se diriger le plus possible vers des producteurs/artisans en situation de précarité, l'idée n'est pas d'apprendre un métier à qui que ce soit mais bien de partir de ce qui existe déjà, de savoir-faire et de techniques déjà pratiquées. Ce n'est qu'après toutes ces étapes que sont abordées des questions plus concrètes à propos des produits commercialisables, de la logistique, de la valeur du travail, des prix, de la communication faites autour du produit *« chez andines, nous n'utilisons pas les termes de « petits producteurs défavorisés » comme argument de marketing à nos yeux caritatif, nous préférons expliquer la qualité du produit, son origine et la démarche « politico-sociale » dans laquelle il s'inscrit »* nous disent les co-fondateurs d'Andines.

Pour des raisons de traçabilité et de transparence, chaque produit a un code, une référence particulière et différente, qui permet d'indiquer le pays de provenance, le groupe de production dans le pays, le type d'objet ou la matière première. Ainsi Andines peut démontrer l'origine précise de chacun des produits qu'elle commercialise ainsi que la décomposition de son prix.

Cette codification répond à un mode de fonctionnement bien précis :

Pour les produits artisanaux : 1ere lettre du code indique le pays, la 2ème: le groupe de production dans le pays, la 3ème: la matière première. Ensuite le chiffre indique le n° du produit de ce groupe de producteurs.

Pour les produits alimentaires, il en est de même, mais avec un R avant (moyen informatique pour les séparer des produits artisanaux). Pour les produits alimentaires français : ils commencent par la lettre C, pour pouvoir les identifier facilement dans les statistiques informatiques et « commerciales ».

Pour les produits d'information : code ZAT + numéro

Que ce soit les producteurs/artisans ou l'équipe d'Andines, ils sont en relation quotidienne avec un (ou plusieurs) « correspondant » dans chacun des pays où ils travaillent. Cette personne, rémunérée sur la marge export, est chargée du suivi social de la filière en amont : conseil, organisation, information, condition de travail, droits sociaux, formation, gestion, qualité, prix, soutien commercial, prépaiement. Il a le rôle primordial d'interface entre Andines et les producteurs/artisans, et vice-versa, en particulier sur le plan de l'information. Les échanges sont permanents et ils se rencontrent le plus souvent possible. Cela facilite aussi la compréhension, le contrôle, l'entraide et la transparence. Pour autant, cela n'empêche pas les relations directes entre tous les producteurs et les travailleurs d'Andines, bien au contraire, notamment grâce aux voyages, dans les deux sens.

Ces liens humains comme fils rouge d'une filière apporte notamment la possibilité à Andines d'être entièrement transparente, de transmettre toutes les informations, qu'elles soient humaines, économiques ou politiques.

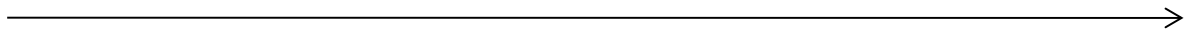
### 2.1.3) Comment fixer un prix le plus équitable possible tout le long d'une filière ?

Une fois les produits commercialisables définis, il reste donc à en déterminer les prix : ceux-ci sont calculés sur la base des coûts des matières premières, des charges et du travail fourni pour chaque produit. La rémunération du travail est déterminée selon les revenus jugés nécessaires pour vivre correctement par les producteurs eux-mêmes et par le salaire minimum que revendiquent les organisations populaires et syndicales, locales et nationales, dans chacun des pays. A ce coût de production sont additionnées les marges nécessaires aux transports et à la commercialisation. En effet de nombreux travailleurs participent à cette commercialisation et chacun doit être aussi respecté et pouvoir prendre part à cette démarche d'équité : transformateur, transporteur, prestataire de services, emballer, financeur, exportateur, importateur, fonctionnaire, distributeur grossiste, vendeur au détail et acheteur final.

Ces coûts de commercialisation doivent aussi être calculés équitablement, mais cette démarche est aujourd'hui très difficile à plusieurs étapes de la filière : transports, flux financier, impôts et taxes (qui représentent en moyenne un quart du prix final).

Prix et décomposition, à chaque étape de la filière :

Etapes de filière	Artisans	Ayniart	Frontière Péruvienne	Frontière française (avant dédouanement)	Andines	
Prix	Prix Artisans	Prix de l'exportateur	Prix FOB	Prix CIF	Prix coutant TTC	Prix de gros TTC
Prix incluant/	Matière première Salaire des artisans Charges Charges sociales	Transports Charges Salaire Charges sociales	Prix artisan Prix exportateur Taxe douanière Transport Charges	Prix FOB Transports internationaux Assurances	Prix CIF Charges transitaire Taxes douanières TVA des produits Salaire transitaire TVA	Prix coûtant Salaire Charges Charges sociales TVA



Le prix de départ est celui du producteur ou de la productrice, dans son atelier ou sa ferme. Il inclue les matières premières, les salaires des artisans, toutes les charges en liens avec la production (matériel, location, etc) et les charges sociales. Le prix de l'exportateur comprend le prix artisans, les transports jusqu'au locale, les charges (emballages des produits, etc), les salaires ainsi que les charges sociales. Dans le cas de cette enquête, le prix exportateur est le prix artisans fois un coefficient de 1.30. Le prix FOB est celui qui concerne les produits une fois passés la douane et déjà embarqué sur le bateau ou le cas échéant dans l'avion. Il inclue le prix de l'exportateur, les taxes douanières, le transport jusqu'au moyen de transport et des charges. Le prix CIF est celui qui concerne la commande arrivée en France mais avant tout dédouanement. Il comprend le prix FOB, le coût du transport jusqu'en France et les assurances dues au transport. Le prix coutant est le prix une fois les produits arrivés à Andines, ils incluent tous ceux précédents. Le prix de gros, est le prix proposé par Andines aux structures, comités d'entreprises, etc avec lesquels ils travaillent. Il comprend le prix coutant plus les salaires, les charges (locaux, etc), les charges sociales et la TVA des produits (20% produits artisanaux et produits alimentaires comme le vin, le chocolat et 5.5 pour tous les autres produits alimentaires). Pour finir, le prix final (non affiché ici) est le prix de détail en France, qui chez Andines est le prix de gros Hors Taxe multiplié par deux, auquel s'ajoute ensuite la TVA.

Si le prix de vente détail ainsi établi est trop élevé par rapport au marché (un produit trop cher ne se vend pas), et cela malgré une communication spécifique, il se peut que les partenaires les plus déterminants (producteur, exportateur, importateur - distributeur et revendeur) décident chacun de baisser un peu leur marge momentanément, c'est-à-dire leur propre rémunération...décision délicate qui doit se prendre collectivement et en toute connaissance de tous les éléments.

En effet pratiquer une démarche économique différente ne peut se faire de manière totalement déconnectée du système économique mondial et dans un « marché » où la « tendance » et la communication sont aux « prix les plus bas », « écrasés », et autres « discounts ». Surtout que l'idée d'une telle démarche n'est pas seulement de payer de « manière plus juste" le producteur, sinon aussi de permettre aux boutiques finales de proposer une gamme de produits abordable par tous. En effet, l'idée n'est pas de proposer des produits réservés à une clientèle particulière (militante ou aisée) sinon au maximum de personnes possibles.

Si malgré cet effort commun des opérateurs engagés dans une démarche équitable, le produit ne peut se vendre, alors il n'est pas commercialisé.

Sur son site internet, Andines donne accès à la décomposition de plusieurs produits et recommande d'envoyer un mail pour toutes informations complémentaires.<sup>31</sup>

## 2.2) Ancrages sociaux, pratiques et vision des artisans.

Comme expliqué plus haut, les premiers groupes d'artisans péruviens avec lesquels Ayniart a commencé son activité venait de communautés paysannes avec lesquelles les militant(e)s se sont mis en lien pendant les luttes menées par les paysans pour les récupérations des terres.

Aujourd'hui Ayniart est en lien avec une trentaine d'ateliers d'artisans parfois appartenant au même groupe/association qui sont composés de 4 à 15 personnes. On parle souvent de groupes, d'associations, de coopératives ou de comités d'artisans pour illustrer le fait que des artisans se regroupent selon des principes d'autogestion, d'équité et de solidarité. En l'occurrence, ici tous les groupes sont loin d'avoir un statut « officiel » de ce type. Dans ce cas-là, Ayniart travaille avec des groupes qui sont pour moitié sous forme de comités, et l'autre moitié sous forme d'associations. La différence entre association et comité selon Georgina.D tient au fait que le comité est un titre officiel pour la communauté et le district (quartier) auquel appartient le groupe. L'association est une forme officielle plus en rapport à l'Etat, au pays, d'un point de vue national.

Lors de mon stage, j'ai eu l'occasion de rencontrer 16 d'entre-eux, comités ou associations, tantôt dans leurs ateliers qui se trouvaient souvent à leurs domiciles, tantôt à l'extérieur, dans un champ ou

---

<sup>31</sup> Cf Annexe .

sur une place de village. Ils sont pour la majorité (2/3) situés à Cuzco ou dans ses alentours. Les autres sont situés dans la région de Puno, plus précisément dans la ville de Juliaca et dans les villages autour de la ville de Puno même (de 1 à 3 heures de route de Puno et à 8h de Cuzco).

Historiquement parlant, chaque groupe est bien évidemment différent. Cependant dans leurs histoires en lien avec Ayniart, on peut identifier 3 cas.

Il y a les groupes « historiques » dans le sens où leurs collaborations découlent de liens forts qui se sont créés avec et suite au mouvement social pour la « récupération des terres ». Ces relations ont donc un ancrage politico-social important, qui a déterminé le trajet historique de ce projet. En effet, il y avait là, une volonté de transformation sociale dans le but de favoriser l'autonomie et le respect de chacun(e) à travers une pratique en premier lieu économique.

Il y a aussi des groupes qui se sont formés suite à la rencontre de tiers (souvent étrangers) qui leur ont appris un savoir-faire artisanal et la manière de s'organiser pour travailler ensemble. (*« Au début notre groupe s'était rassemblé grâce à des hollandais, un couple qui vivait à Cuzco et qui nous a formés à faire ces produits et à ce qu'on s'organise pour pouvoir travailler ensemble »* femme artisanne -- \* traduit de l'espagnol). C'est par la suite qu'ils ont été mis en lien avec Ayniart. Dans ce cas-là, ce sont ces Hollandais qui avant de quitter le pays ont mis en liens les groupes établis avec Ayniart, dans l'idée de pouvoir permettre au groupe de poursuivre son activité de production et aussi d'exportation. Dans d'autres cas, ce sont les groupes eux-mêmes, une fois formés qui ont contacté la structure dans l'idée de s'ouvrir à un marché respectueux de leur travail.

Pour finir, il y a des groupes qui se sont auto-formés autour de leurs pratiques (savoir-faire artisanal) et qui, appartenant à la même démarche qu'Ayniart, ont finis par se mettre en lien aussi. C'est le cas, du groupe Aramayus, qui est en collaboration avec Ayniart depuis presque 7 ans maintenant. Au départ c'est un couple, une famille, qui a vécu de ses savoir-faire durant toute sa vie. Senor Ever m'a expliqué qu'il voyait son activité comme *« ayant deux dimensions, l'une économique et l'autre sociale, car plus que me permettre personnellement de m'en sortir, moi et ma famille, nous avons été très actifs dans le quartier pour le développement d'infrastructures et de projet sociaux. »* (\*traduit de l'espagnol). C'est en ce sens, qu'il y a 4 ans, lui et sa femme ont mis en place un programme avec une dizaine de personnes de la prison de Cuzco (5 hommes et 4 femmes) qu'ils forment au métier de tisseur et avec qui ils travaillent sur la production de produits. Cela permet aux prisonniers – non pas de sortir plutôt de prison — mais d'une part d'apprendre un métier et d'autres part de prendre des responsabilités vis-à-vis d'un projet auquel ils ont choisi de participer. Senor Ever m'expliquait aussi que pour la plupart, ce sont des jeunes incarcérés pour trafiques de drogues, etc, pour la majorité ayant arrêté l'école très tôt, s'ils y sont allés, n'ayant pas de situation stable à l'extérieur et souvent jeune parent. *« Cela leur servira je l'espère, à avoir d'autres « ambitions » et surtout les moyens de les réaliser dans leurs vies en sortant et surtout vis-*

à-vis de leurs enfants » (\*traduit de l'espagnol). Rémunérés au même titre que tous les artisans, cela leur permet d'améliorer leurs conditions de vie au sein de la prison, notamment dans la construction d'un sol de leur cellule, ou d'une partie du toit de la prison.

Lorsque j'ai commencé mon stage que ce soit à Andines ou à Ayniart au Pérou, mon envie était de pouvoir identifier, au maximum, le sens que donnent les acteurs à leurs pratiques. En allant au Pérou, je voulais comprendre et me représenter l'idée et la vision que les producteurs/artisans se font du commerce équitable et surtout de leurs pratiques, à mon avis beaucoup trop délaissés en tant qu'acteurs à part entière de cette démarche dans les études ou dans notre vision occidentale du commerce équitable et plutôt réduits à une place de « bénéficiaires ».

A travers la demande qui m'avait été faite pour mon stage, j'ai été amenée à rencontrer de nombreux groupes d'artisans, ou d'ateliers (appartenant au même groupe) dans l'idée de faire circuler les informations. Toujours accompagnée de Georgina.D, j'ai été tantôt présentée comme une stagiaire d'Andines présente ici dans le but de renforcer la filière, tantôt présentée comme étudiante de sociologie faisant un mémoire sur le thème du commerce équitable. Lors des deux premières rencontres que nous avons faites, j'ai au fil de la discussion demandé à mes interlocuteurs(trices) de m'expliquer leur vision, leur conception qu'ils se faisaient du commerce équitable après plus de 20 ans d'expérience dans ce domaine. Face à leurs réactions, je me suis rendu compte que ce n'était pas un terme qui les interpellait.

En effet à ce moment de mon stage, je me suis posée beaucoup de question, notamment : la vision d'Andines de faire un commerce équitable tout au long de la filière à travers des échanges économiques équitables et d'informations au niveau humain, politique et social, n'était-elle pas finalement unilatérale et un concept d'une structure occidentale ?

A la suite de ces deux rencontres, j'ai pris un temps pour discuter sur ce thème avec Georgina.D, en demandant d'abord si ce n'était pas dû à la différence de langue (français/espagnol) et que peut être je m'exprimais mal. Cette conversation a été déterminante pour ma recherche et a remis mes observations dans une nouvelle perspective.

En effet, pour elle, les termes de « commerce équitable » lui parle et même l'anime dans l'activité qu'elle gère, cependant elle a très vite nuancé ce terme en m'expliquant que pour elle c'était tout de même un concept occidental, « *que parler de « *commercio justo* » aux femmes que l'on venait de rencontrer était un peu comme leurs parler français, que c'était une expression du nord.* » -- « *Et surtout c'est un langage intellectuel* ». Elle m'a expliqué qu'ici ils pouvaient pratiquer cette démarche d'équité sans le nommer ainsi. Alors deux autres questions me sont parues évidentes : Comment nomment-ils leurs pratiques et surtout quelle vision en ont-ils ?

Georgina.D m'a expliqué qu'ici les personnes parlaient de solidarité au sens Quechua du terme, en

ayant une vision du travail organisée autour des piliers de la culture Inca, notamment ceux de la « minka » et de « l'ayni ». Comme nous l'avons vu dans une des parties précédentes, la « minka » est l'idée de travailler ensemble pour un but commun qui profiterait à toutes et à tous. L' « ayni » est la solidarité entre tous et pour tous, donc à l'intérieur même de la communauté mais aussi à l'extérieur. L'économie Quechua était fondée sur la gestion de la main-d'œuvre, sur l'échange d'énergie humaine, sur une sorte de collectivité du travail et nullement sur des échanges de biens ou sur une possession collective des biens. La richesse était liée non pas à la possession des biens mais à l'accès à la main-d'œuvre pour la production de la communauté. Le pauvre étant celui qui possédait peu de liens de parenté. Il y avait une redistribution au niveau local autour du groupe ethnique mais aussi une redistribution bien plus vaste, au niveau de l'empire. L'Inca (haut statut) s'en chargeait à partir des réserves. L' « Ayni », en ce sens, est l'idée d'échanges empreint de réciprocité et de solidarité, en particulier envers les plus pauvres.

Toujours en ce sens, lors de la constitution des premiers comités artisanaux dans les communautés, des principes comme la redistribution des « richesses » de ces comités ont été décidés dans leurs assemblées générales. L'idée n'étant pas que tout le monde de la communauté se mette à l'artisanat au détriment d'une production agricole. Au contraire, l'idée était que par cette activité économique, cela apportait un « revenu » supplémentaire pour toute la communauté. Ce qui dans l'idée leur permettrait de promouvoir, de conserver et de renforcer l'autonomie de leur communauté.

De manière générale chaque comité artisanal a ses propres directives et s'organisent en interne. Ces comités sont tous composé d'un(e) président(e), d'un(e) secrétaire et d'un(e) trésorier(e). Dès le départ, l'idée a donc été de créer dans chaque comité un fond commun. Comme chaque comité de la communauté, celui de l'artisanat dédie un fond minimum de 10% de leurs ventes aux activités collectives, dont 5% pour la communauté pour financer différents travaux communs ou publics (école, architecture, eau, etc) et 5% pour le développement du comité artisanat lui-même.

Au cours de mes rencontres avec les groupes d'artisans, je me suis rendue compte de l'importance de ce fond commun. En effet, tous en parlaient d'une part avec fierté, de cette activité qui leur avaient permis de développer des projets au sein de leur communauté mais aussi et surtout sur le fait que pour eux c'était « logique » et normal de fonctionner ainsi. Pour la majorité des groupes, ce fond commun a été beaucoup plus important que 10%, il pouvait atteindre jusqu'à parfois 50% des ventes, sur des périodes de grosses commandes. Ce fond s'applique en fonction de besoins de la communauté : la construction ou l'approvisionnement en matériel d'une école, les constructions ou réhabilitations pour le traitement de l'eau, le financement d'associations sociales ou de santé, le soutien à des orphelinats, etc. A l'époque, ces communautés vivaient dans les alentours de Cuzco. Aujourd'hui avec l'extension de la ville, elles y sont intégrées et sont maintenant associées à des districts/quartiers de Cuzco, qui portent souvent le nom de ces communautés d'origine (exemples :



Viva el Perù, Tupac Amaru, etc).

D'une manière générale, la coopérative Andines n'importe pas au-dessus de 25% de la production totale des groupes partenaires avec lesquels elle travaille. Ceci, pour une raison principale : éviter toute dépendance entre les structures. C'est ce fonctionnement qu'elle applique dans sa collaboration avec l'entreprise Ayniart, qui a développé un marché d'importation avec un autre magasin grossiste situé à Paris, ou dans d'autres pays, comme l'Allemagne, et en Amérique du Sud. Ayniart fonctionne aussi de cette manière avec les groupes d'artisans avec qui elle travaille. Chaque artisan ou groupe a très souvent une autre activité en parallèle. Et c'est d'autant plus vrai aujourd'hui, où le nombre de commandes et surtout la quantité de produits commandés ont nettement diminué.

D'un point de vue de l'organisation du travail au sein même du groupe, beaucoup m'expliquaient que chacun avait son travail particulier et les produits se baladent d'atelier en atelier jusqu'à leur finition totale. « *Aujourd'hui nous nous occupons plus que des finitions : dessins sur les poteries et l'emballage des produits. Nous laissons la place aux plus jeunes* » nous dit Mr et Mme Machaca, artisans céramistes. De plus, tous les groupes m'expliquaient qu'à chaque commande, notamment depuis qu'elles sont plus petites, ils choisissent de manière commune les personnes qui vont travailler : et priorité est faite aux personnes qui ont le plus besoin financièrement. Là où au début toute la vie des familles tournait autour de l'artisanat, aujourd'hui chaque artisan ou famille d'artisans à une autre activité économique en renfort.

Pour une partie des groupes que j'ai rencontrée (environ les 2/3), ils ont réussi à trouver d'autres marchés, principalement en Amérique du sud (notamment Bolivie, Chili, Argentine) pour vendre leurs produits. En revanche, tous s'accordent sur le fait qu'il est très difficile voire impossible de garder leurs valeurs de travail et de travailler avec le marché local. En effet, depuis quelques années, la ville de Cuzco a vu exploser le tourisme et en parallèle l'offre des produits artisanaux dits « typiques » de la région ou du pays. Tous les produits artisanaux présents sur le marché local ne proviennent pas de la production locale artisanale souvent décrite comme étant « fait main » avec des matériaux locaux. Ils sont, dans la grosse majorité, issus d'une production industrielle péruvienne et de plus en plus issus du marché industriel asiatique (Chine, Bengladesh, etc). Mais si vous entrez dans une boutique (« tienda ») dans le centre-ville, le vendeur vous dira que le produit a bien été fait de manière artisanale et le plus souvent que tout est en alpaga. Mais dans la plupart des cas, ce sont des mensonges : une publicité mensongère pour touristes ignorants, notamment sur la question de l'alpaga. C'est ce point que tous les artisans que j'ai rencontrés ont soulevé. Il y a une concurrence telle que vendre leurs produits sur le marché local leur est impossible face à des vendeurs ayant la même « publicité » qu'eux (autour de la matière première et des techniques : « fait-main » etc) mais avec des prix beaucoup plus-bas. Dans la mesure où le client (souvent

touriste national ou international) n'a pas les moyens concrètement de vérifier ces informations, il va – comme souvent – se diriger vers les produits les moins chers. Un groupe d'artisans travaille avec une boutique du centre et me raconte que d'une part face à cette concurrence ils sont dans tous les cas obligés de baisser leurs prix et d'autre part, ils ne seront payés qu'une fois que leurs produits auront été vendus.

Pour d'autres groupes (1/3), qui n'ont pas pu ou voulu rechercher de nouveaux marchés artisanaux, ils ont développé d'autres activités. Pour certains c'est l'ouverture 'd'une épicerie dans leur quartier, d'autres vont compléter leurs besoins financiers par des heures de chauffeurs de taxi, certains vont développer et renforcer leur activité vis-à-vis de l'agriculture et d'autres vendre la laine de leurs bêtes au lieu de la travailler. Bien que tous soient en lien de solidarité, ce mode de fonctionnement évite une dépendance financière, morale, ou affective entre les personnes.

En matière de méthode de travail, tous les produits exportés par l'entreprise Ayniart porte l'étiquette « production artisanale ». Autrefois, chacun travaillait uniquement à la main. Aujourd'hui c'est encore en majorité le cas, mais le développement économique des groupes leurs a permis de se procurer des machines à coudre ou à tricoter, des métiers à tisser, des fours artisanaux ou des tours pour la céramique, etc. Il ne s'agit pas pour autant de production industrielle : toutes les machines que j'ai pu voir, sont des plus basiques, très peu sont électriques. En ce qui concerne les machines à coudre, elles sont anciennes et à pédale (parfois vieille de plus de 30ans), ce qui leur permet d'aller plus vite sur certains points et de prendre son temps pour d'autres tâches. Sans être dans l'idée de perdre le travail fait à la main, l'utilisation de machines permet de baisser un peu le coût de production en suivant les critères de prix, et de pouvoir s'ouvrir ainsi à plus de marchés. Cette appellation « production artisanale » comprend le travail à la main des produits (broderies, finitions, détails, etc) et celui à la machine (sur les gros points du produits : ex : l'assemblage de bouts de tissus).

En ce qui concerne les matières premières nécessaires à la confection des produits, les artisans que j'ai rencontrés m'ont expliqué que dans la mesure du possible tout était acheté de manière locale. La laine d'alpaga, par exemple est, elle, achetée chez une entreprise péruvienne qui détient le monopole de la production de bobine de laine (tout type). Tout est fait de manière industrielle mais ce sont les seuls abordables au niveau des prix. En effet, il existe une autre entreprise non pas productrice mais disons transformateur de laine en bobine de laine, et qu'ils le font aussi de manière industrielle mais avec une certaine éthique. Ils paient « plus » correctement les producteurs de laines et leurs salariés. Mais fonctionnant avec un système de marge telle que toutes les autres entreprises, les bobines de laines ressortent à un prix abordable que par une certaine catégorie de client. Pour la première entreprise que nous appellerons X, les bobines de laines sortent entre 100 et 120 soles (monnaie péruvienne), contre 200/280 soles pour la seconde. Pour la confection d'un pull

unie cela peut aller jusqu'à une bobine entière. Les pulls en ressortiraient alors beaucoup trop cher à la vente.

À la vue de ces informations, on pourrait définir leur démarche en termes de respect du travail de chacun organisé autour d'une solidarité réciproque entre tous (eux-mêmes en tant qu'artisans et avec leur quartier au niveau local). Faire un travail de qualité et pouvoir en vivre correctement, en utilisant cette activité économique pour se développer et développer des projets sociaux, comme outil de transformation sociale. C'est en ce sens, que l'on peut identifier la dimension politique d'une telle activité. Se rendre compte de la difficulté et des contradictions d'une telle activité dans le système marchand d'aujourd'hui pour chercher à y remédier.

Au fond la vision de ce que nous appelons commerce équitable se rejoint en ce sens. Cependant une nuance à faire et un point à explorer, c'est qu'au vu des informations que l'on m'a permis de voir durant ce stage, la moitié des groupes que j'ai pu rencontrer n'ont pas une vision globale de cette démarche. Par exemple, ne savent pas exactement où vont leurs produits mise à part le fait qu'ils soient exportés en France car ils ont déjà rencontré quelques français qui venaient leurs rendre visite. Mais l'idée qu'ils se font de la France et de nos manières de vivre est totalement biaisée entre autres par ce que leurs médias peuvent relayer ou aussi au vue des touristes européens qu'ils peuvent croisés. Certains s'imaginent qu'en France tout s'achète et tout se vend, que tout le monde a de quoi vivre plus que ce qu'il n'en faut (paroles d'artisane lors d'une rencontre à Quipata). Cela limite donc leurs démarches à une vision locale de la chose, d'où l'importance de fluidifier les informations à travers des rencontres et ceux dans les deux sens. L'autre moitié des artisans que j'ai pu rencontrer, plutôt proche des villes, notamment de Cuzco avaient une vision beaucoup globale de la démarche.

### 2.3) Ancrage politique des fondateurs des structures Andines et Ayniart.

L'intérêt visé par cette partie est l'étude de l'ancrage politico-social des fondateurs des différentes structures – Andines et Ayniart – dans le but de pouvoir mieux comprendre le sens que donnent ces acteurs à leurs pratiques et aussi comprendre l'ancrage de leurs structures respectives en opposition au « commerce équitable » aujourd'hui institutionnalisé. Ces biographies sont basées sur les entretiens réalisés au cours du terrain.

Michel Besson est né en 1948 à La Tremblade, en Charente Maritime. Il est né de parents, eux-mêmes militants, qui dans l'après-guerre ont monté l'association familiale ouvrière de Charente (l'AFO) qui a regroupé jusqu'à 700 familles ouvrières dans le but de s'organiser autour de questions sociales, environnementales et politiques.

A milité, durant son lycée, dans des associations laïques luttant contre la faim dans le monde et en 1968, a participé aux mouvements sociaux avec les lycéens, étudiants et ouvriers de Rochefort sur mer.

Licence de Sociologie à l'université de Poitiers : plutôt libertaire, a participé à de nombreuses luttes, a fait une grève de la faim d'un mois, a travaillé dans l'équipe d'Alain Touraine.

71-73. Création et vécu dans deux communautés : une dans l'Aveyron, l'autre près de Toulouse.

74 : A fait une formation professionnelle pour adulte en électronique => a travaillé 10 ans en usines. (4 au total et dans toute la France : Nice, Paris, et Nantes) : là aussi était militant syndiqué à la CFDT : 4 grèves pour dénoncer les méthodes de travail, et actions militantes : idées : autogestions du peuple, véritable démocratie et transformation sociale.

81/82 : Travail en usine à Nantes et fais partie de l'association secour sanitaire international, qui a reçu une demande d'une communauté indienne de Colombie (de 3500 personnes, du peuple Paez, dans la région du Cauca, sud de la Colombie) qui cherchait une équipe médicale plutôt étrangère car aucun colombien des domaines médicaux ne voulait aller travailler là-bas. Une fois l'équipe arrivée sur place, ils ont compris pourquoi. Sans armée, ni police, zone d'affrontement entre la guérilla, les farks, le ENL ...

Discussion pendant plus d'un an avant d'y aller : le temps de constituer une équipe : infirmière (compagne de Michel Besson), médecin, dentiste et Michel lui-même considéré comme « homme à tout faire » ou dit de façon plus professionnelle, logisticien de l'équipe, le fils de sa compagne et leur fils en commun.. L'idée : échanger sur leurs méthodes médicales et former des plus jeunes aux deux méthodes (traditionnelles et occidentales).

83 : départ de l'équipe en Colombie. Mission qui devait durer 2 ans, à durer presque 4 ans jusqu'à que l'équipe se fasse expulser par l'armée qui les accusait de coopérer avec les guérilleros.

Août 87 : retour en France et création d'Andines.

87/99 : gérant d'Andines

2000/2014 : salarié mi-temps à Andines et salarié mi-temps à Minga.

Depuis Janvier 2015, retraité et trésorier de l'association les amis de la Confédération paysanne.

Véronique Lacomme est née en 1955, à Roquebrune dans le Gers, de parents paysans.

69 : Collégienne, elle faisait le mur tous les soirs de 17H à 19H pour aller dans une cité regrouper les enfants, essentiellement des filles, entre 3 ans et 10 ans qui attendaient dans la rue le retour des parents qui travaillaient: jeux, devoirs pour l'école... parfois, goûter « quand j'avais un peu de sous ».

78 : Etude de droit: maîtrise de droit privé nombreux stages chez des magistrats: juge d'instruction, juge pour enfants. Diplôme de droit civil et pénal international (droit comparé)

79-82 : Doctorat de criminologie : 2 pistes de travail :

A : « prostitution et toxicomanie »: travail auprès de prostituées dans la rue et dans des centres d'accueil, identification des modalités de passage à l'acte, tant vers la prostitution que consommation de drogues, utilisation et rôle des enfants de prostituées dans le non décrochage des Femmes (prostitution et consommation de drogue) manipulation et punition internes aux réseaux...

B : impact de la politique pénitentiaire sur la récidive ou la prison utilisée comme laboratoire à taille réelle d'analyse des capacités d'adaptation et de résistance de la personne en tant qu'individualité autonome, indépendante et responsables de ses pensées et ses actes travail pendant 3 ans dans des maisons d'arrêt française et basque espagnole – approche comparée. Ce travail ayant été jugé trop subversif, j'ai dû quitter la recherche.

82-93 : Travail dans un cabinet de conseil en entreprise et formation professionnelle pour adulte.

Mise au point de système de formation qualifiante permettant à des « bas niveaux de qualification » (ouvriers dans le bâtiment par exemple) d'avoir une progression professionnelle basée sur les 3 types de savoir, indépendamment de la maîtrise ou non du français parlé et écrit. (Participation à la conception et mise en place d'examens professionnels);

En parallèle, participation à la création d'andines bénévolement.

94 : mi-temps à d'andines.

97 : temps pleins à Andines

2000 : gérante d'Andines

Georgina.D est né en 1950, à Cuzco, district San Jeronimo où elle vit et travaille encore aujourd'hui.

Son père était employé de banque et sa mère était gérante d'une petite épicerie principalement alimentaire du quartier.

Sa mère très jeune a été « activiste politique » et a été élue deux fois « Maire » du district de San Jeronimo, à l'époque où la politique n'était pas encore un métier.

Influence familiale important autour de la politique porté par des valeurs issues de tradition ancestrales de la culture Queshua et lien fort aussi – à la base – avec l'église et la théologie de la libération de laquelle elle (G. Davalos) s'est fortement inspirée puis volontairement écartée.

A étudié à l'université nationale de Cusco pour être professeur de secondaire en histoire, économie et social. Indépendamment de ça, a étudié la sociologie mais sans avoir de diplôme final.

75-81 : participe activement à la lutte paysanne pour la récupération des terres

1977 : a travaillé dans un programme alternatif d'éducation pour adulte des communautés paysannes développés par ministère de l'éducation qui avait pour but la prise de conscience des habitants andins sur leur réalité, une fois analysée permettre la prise de décision. Ce programme permettait aux populations de s'organiser face à leurs problèmes et besoins.

81 : création de l'association La Cosaart (la Coordination Sud Andines pour l'Artisanat)

2001 : création et gérante de l'entreprise Ayniart

\*traduit de l'espagnole

En témoignant des parcours de vie de ces acteurs, l'idée est d'éclairer la manière dont ils se sont construits socialement. Ainsi cela permet à vous lecteur, de comprendre dans quel contexte politico-social s'inscrivent les pratiques que ces acteurs mettent en place, et surtout cerner à la fois les dispositions individuelles favorisant ces pratiques et les moments de vie et situations concrétisant ces engagements.

En comparaison avec les biographies et surtout l'origine sociale des structures telles que Max Havelaar et d'Artisans du Monde, cette sociologie des acteurs permet de pouvoir comprendre les visions et les pratiques différentes du commerce équitable notamment en rapport avec la notion de solidarité. Les fondateurs de ces structures dominantes – de manière médiatique, économique et institutionnelle – ont pour origine sociale une nature confessionnelle. « Créé en tant que commerce solidaire, rappelle la sociologue Virginie Diaz Pedregal, le commerce équitable a été fortement marqué à ses débuts par l'humanisme des mouvements religieux chrétiens, ainsi que par une conception protestante de l'éthique. »

### **3) Analyses : des pratiques d'économie solidaire au sein d'un projet de vie de transformation sociale : ré-encadré la sphère économique au sein d'une volonté d'utilité sociale et politique.**

3.1) Une activité économique au centre d'un projet politico-social : des pratiques de l'économie solidaire ?

En parallèle de l'activité économique qu'Andines exerce – au sein de sa structure en accueillant directement les clients (grossistes ou au détail) ou en extérieur à travers de multiples salons ou marchés (ex : le marché anticolonial, la fête des tulipes ou la Foire des savoirs faire à Saint-Denis, etc) – l'entreprise permet le regroupement et le développement d'initiatives politico-sociales en accueillant des associations, structures en son sein ou en animant elle-même des rencontres autour de thèmes divers et variés.

En effet, chaque mercredi, Andines accueille une antenne de l'AMAP de Saint-Denis pour permettre sa distribution dans leur quartier (40 familles). Une AMAP est une association pour le maintien de l'agriculture paysanne, qui met en lien des producteurs locaux avec des citoyens désireux de consommer autrement, notamment mieux en termes de qualité et de manière locale. C'est un circuit-court qui permet à quiconque d'avoir accès une fois par semaine, à un panier de fruit/légumes frais et locaux, avec aussi la possibilité d'avoir des œufs et du pain bio.

Andine est aussi un lieu qui permet la distribution de viande bio, une fois par trimestre, de producteurs du Maine-et-Loire de la ferme des Blottières, ainsi que la distribution d'huîtres d'ostréiculteurs bretons.

La structure accueille parfois plusieurs fois par mois, le réseau des SEL de Saint-Denis : Diony'SEL pour leurs réunions ou leurs ateliers. Le SEL ou Système d'Echange Local, vise à promouvoir des échanges matériels, de services ou de savoirs sans flux monétaire. Ils adoptent un système, où aucune transaction d'argent n'est effectuée. Néanmoins dans l'idée d'avoir des interactions « équitables » ou « égaux », chaque échange est lié à une valeur de temps qui est pour ce SEL, la minute = 1 basilic. Pour donner un exemple rapide, si un adhérent rend un service quel qu'il soit pendant 1 heure, il transforme ainsi ses 60 minutes de service en 60 basiliques, qu'il pourra réutiliser, lorsqu'il le voudra, pour un autre service ou un bien matériel proposer par un autre adhérent.

Diony'SEL anime aussi des temps que l'on peut nommer des « ateliers de partage » autour notamment de la couture ou de la réparation de vélo. Le principe de ces ateliers organisés par des personnes ayant des connaissances en couture ou en réparation de vélo, est de se regrouper autour

de ces thématiques et de se former, d'échanger sur les manières de faire et surtout d'avoir accès à du matériel (machines à coudre, matériel de réparation, etc). L'idée est que chacun puisse venir avec ses connaissances, son matériel et ou ses besoins dans l'idée d'apprendre à réparer son vélo, ou a recoudre son pantalon.

Tous les jours, Andines donne accès au 200m<sup>2</sup> de jardin qu'elle dispose, à des citoyens du quartier même, ou de Saint-Denis, qui en s'auto-organisant ont transformé le lieu en jardin partagé.

Tous les mois, ou tous les deux mois, la coopérative soutenue par l'association Les Amis d'Andines, organise-en son sein ce qu'elle appelle des « journées portes ouvertes ». L'idée là, est d'organiser une journée autour d'un thème particulier qui soit en lien direct ou non avec la structure : à propos des filières d'Andines, de la question de l'autogestion, à propos de l'agriculture paysanne, autour du conflit israélo-palestinien, pour communiquer sur des campagnes que la coopérative soutien comme : « envie de paysans », « pour un commerce équitable partout et pour tous », etc. Très souvent la journée est organisée autour d'atelier divers, de projections/débats, de concert et avec un repas le soir. Suivant le thème et les possibilités de chacun, souvent sont aussi invités d'autres partenaires, telle que par exemple des représentants de l'AFPS, ou d'autres associations.

L'entreprise Ayniart fait elle aussi partie de différents réseaux et ai impliqué dans beaucoup d'actions et projets en vue d'une transformation sociale. En effet, à côté de son activité économique d'exportation de produits artisanaux, elle co-organise et participe à des rencontres de tous types. Tout d'abord, il y a toutes les réunions/recontres auxquelles participent Georgina.D et son mari Antonio, avec les artisans avec lesquels ils travaillent dans l'idée d'échanger sur les modes de vies, les difficultés de chacun et surtout dans le but de s'organiser et de politiser au sens de s'informer : sur le contexte politico-social d'abord du Pérou puis au niveau international, de rendre compte du contexte de l'économie mondiale. Aujourd'hui, cette activité a baissé car nécessite beaucoup de temps et d'énergie ainsi que de fond pour réunir tout le monde. Ayniart, est co-fondatrice du réseau qui se nomme « Groupes d'initiatives d'économie solidaire » (GIES) (\*traduit de l'espagnol). C'est un groupe réunissant une dizaine d'acteurs de tous types de secteurs (associations pour la protection des enfants en situations de risques, une coopérative de micro-crédit, entreprise de tourisme solidaire et responsable, etc). C'est un réseau qui existe depuis 15 ans et que ses membres ont décidé de réactivé et de reprendre en main afin de s'associer pour être plus fort ensemble et promouvoir ce type d'initiatives de manière locale, régionale et nationale. Chaque mois, ils se réunissent autour de thèmes précis pour échanger sur les difficultés, leurs visions, leur manière de communiquer sur leurs pratiques, etc.

Georgina.D, en tant que gérante d'Ayniart et en tant que femme participe aussi une fois tous les deux mois, à des réunions de femmes qui chacune ont une activité économique et/ou associative.



Elles se réunissent dans le but encore une fois d'être plus forte ensemble, et de promouvoir le droit des femmes et surtout leurs compétences en tant que femme à créer et gérer une entreprise, association. (\*données de terrain en ayant participé à ces réunions (une de chaque), \* traduit de l'espagnole)

En ce sens, on peut rapprocher ces diverses pratiques à l'économie solidaire porteuse d'une double dimension A la fois économique, l'économie solidaire concerne des initiatives qui vont comme le font ces entreprises, replacer les rapports humains et le respect de chacun et de la nature au sein de leurs démarches. Et à la fois politique, dans un souci de mettre en place des moyens en vue de transformations sociales : comme améliorer (à leur échelle) la société, proposer une alternative à la « société de marché » ultra-libérale et à ses effets néfastes sur les populations et son environnement. C'est en France également que le terme d'économie solidaire a fait son apparition, d'abord dans le domaine académique avec les travaux de Roustang, Laville et Eme dans les années quatre-vingt, puis au plan institutionnel avec la création d'un secrétariat d'État à l'Économie solidaire

### 3.2) Le ré-encastrement de la dimension économique au service de l'utilité sociale.

La notion d'encastrement a été apportée par Karl Polanyi, dans son ouvrage La Grande Transformation publié en 1944. Selon cet auteur, dans toutes les sociétés humaines – à l'exception de la société marchande – la sphère économique est insérée dans les différentes dimensions de la vie sociale. En effet, il considère que jusqu'au 19<sup>ème</sup> siècle, l'économie définit la sphère qui fournit à la société de quoi se reproduire, en prenant en compte le fait qu'à cet époque cette sphère est encore régie par des exigences politiques, culturelles, sociales et symboliques, bref par des institutions. Il dit alors que l'économie est encadrée dans les relations sociales, donc dans la société. Cette notion d'encastrement peut nous rappeler le concept de « phénomène social total » développé par Marcel Mauss dans son Essai sur le don. Elle (cette notion) implique que les relations que les humains entretiennent entre eux sont hiérarchiquement plus importantes que les relations qu'ils entretiennent aux choses.

Pour résumer, Polanyi explique que la révolution industrielle marquée donc par une mécanisation de la production a nécessité la création d'un marché de libre-échanges où les marchandises et le travail devaient être disponibles à tout moment et devaient s'écouler rapidement. C'est alors que la terre – le travail – la monnaie sont devenus à son sens des « marchandises fictives ». Définition contradictoire car normalement une marchandise est quelque chose que l'on peut produire et vendre (commercialiser), ce qui n'est pas le cas de ces trois aspects. Pourtant le marché leur accorde un prix : le salaire pour le travail, la rente pour la terre et le taux d'intérêt pour la monnaie. Les

relations sociales (travail), politiques (monnaies) et écologiques (terre) sont alors englobées dans l'économie de marché. C'est là, à partir du 19<sup>ème</sup> siècle, que Polanyi parle d'un basculement et du désencastrement de l'économie des relations sociales. Les sphères de productions et de distributions ne sont plus entre les mains de la population, ni sous le contrôle politique ou social. Elles (les sphères) deviennent régulées par des intérêts privés qui se concurrencent entre eux, pour un maximum de profit. Le désencastrement de l'économie vers son autonomisation est, selon lui, due au libéralisme qui prônent la liberté de faire du profit au détriment des relations sociales, au détriment de l'humain et même de la nature. Selon Polanyi, cette « grande transformation » apparaît lorsque l'échange marchand prend la forme d'un système autorégulateur des marchés. Cette transformation est marquée par le désencastrement des relations économiques vis-à-vis des (autres types de) relations sociales. Cette conception de la sphère économique autonome et autorégulée essentiellement par la recherche de profits a été par beaucoup critiquée notamment sur l'aspect qu'il est impossible d'être totalement autonome vis-à-vis de la société et que des relations même impersonnelles sont forcément présentes. Et cette critique a du sens, seulement ici Polanyi ne nie pas, à mon sens, la présence de relations sociales sinon un renversement de ces dernières. Là où avant c'était les sphères politiques, culturelles et sociales dans lesquelles étaient incluses l'économie et ainsi la régulait, ce n'est plus le cas dans une société des marchés. En effet quand ce modèle – de désencastrement – se généralise, il transforme tout en marchandise et ce n'est plus l'économie qui est encadrée dans la société mais la société qui se retrouve encadrée, régulée voir dépendante de sa propre économie. Les relations sont alors inversées. La « poursuite du gain » et la « peur du manque » vont régir et influencer les institutions politiques, culturelles et sociales (ex : affaiblissement du code du travail, flexibilité du travail non pas pour une meilleure qualité de vie mais plutôt pour une meilleure régulation de la production), qui elles-mêmes vont régir l'organisation des relations sociales et imposer de nouvelles normes.

Pour l'anthropologue Keith Hart, *« l'intérêt pour l'œuvre de Polanyi n'a jamais été plus grand qu'aujourd'hui (...) Les trois dernières décennies ayant vu se reproduire le scénario du marché autorégulateur et peut-être le début de sa fin, la vision de Polanyi offre une perspective sur les origines politiques et économiques de notre propre époque. Son heure pourrait encore être à venir »*. Bien que Polanyi n'avait pas prévu la renaissance de l'économie de marché dans un cadre social-démocrate, pour lui cette autorégulation du marché portée par les économistes libéraux était une vision utopique de l'économie dans le sens où la société allait forcément réagir. Les exigences du marché auto-régulé vont nécessairement engendrer des réactions de « ré-encastrement volontariste » :

- « Soit la montée des protections sociales et inter-étatiques (protectionnisme), à l'instar de ce qui a été observé avec le « New Deal » aux États-Unis. »
- « soit la volonté d'application au monde réel de l'idéal de désencastrement social de l'économie ayant un coût social trop important, un scénario où cette utopie ouvre la voie à une violence économique et politique extrême, comme l'a illustré la crise des années 1930, qui en Europe a laissé place au nazisme, au fascisme et au stalinisme; elle apparaît alors pour ce qu'elle est : une utopie dangereuse.»

Face à cette utopie « dangereuse », Polanyi tente de « dégager les conditions de possibilité d'un socialisme non bureaucratique, associationniste, qui n'abolisse pas le marché, mais le ré-encastre dans le rapport social et les régulations démocratiques ». Il propose une forme d'économie décentralisée s'appuyant sur des associations entre des coopératives de producteurs et de consommateurs, où les critères d'efficacité sont tempérés par des choix sociaux librement décidés par les associations.

C'est en rapport avec cette proposition, que nous pouvons inscrire les activités portées par le réseau Minga et plus particulièrement par la coopérative Andines, dans une tentative de ré-encastrement de la sphère économique au sein des sphères politiques, sociales et environnementales. De la même manière que Ronan Le Velly, propose de décrire les pratiques de Max Havelaar et d'Artisans du Monde comme étant une manière d'accroître ce ré-encastrement, terme qu'il renomme d'encastrement-insertion, nous pouvons l'appliquer aussi pour décrire les pratiques de la coopérative Andines et l'entreprise Ayniart.

Tout d'abord de par son activité disons « purement économique ». Etant dans une démarche « d'économie équitable » à travers la volonté de construire des filières replaçant en son centre les rapports humains, la volonté d'établir un prix le plus juste possible pour que tout le monde s'y retrouve et surtout sans dimension de profit. Cela peut se concevoir aussi à travers sa volonté de réunir des acteurs ayant une démarche similaire à la sienne c'est-à-dire mettant en pratique des moyens pour une transformation sociale : que ce soit à travers l'accueil hebdomadaire d'une AMAP, de l'association Diony'sel (système de monnaie alternative), d'ateliers coutures ou en participant à des luttes sociales (locales ou internationales).

Cette démarche s'inscrit aussi dans ce que K. Polanyi appelle l'économie plurielle. Il se base sur de nombreuses études ethnologiques pour distinguer de trois principes que l'on retrouve dans toute société et qui se concrétise par la pratique simultanée de trois pôles : l'économie marchande avec le principe de marché, l'économie non-marchande et le principe de redistribution et l'économie non-monétaire et le principe de réciprocité.

Pour illustrer cette notion d'économie plurielle, les activités que réalisent Andines et Ayniart en sont un bon exemple. Elles pratiquent une économie marchande à travers les filières d'artisanat mise en place entre elles. Elles fonctionnent selon le principe de marché qui doit prendre en compte l'offre et la demande en vue de réalisation d'échanges effectués sur une base de contrats et à des fins financières. Sauf qu'au contraire des pratiques du marché dit « conventionnel » elles encadrent leurs pratiques marchandes par une volonté de favoriser autant que faire se peut une « équité » dans le commerce et donc dans l'économie.

Elles pratiquent aussi une économie non-marchande à travers les dons qu'elle peut recevoir de particulier<sup>32</sup> qu'ils soient associés direct ou via l'association des amis d'Andines. Cette économie non-marchande peut aussi se traduire dans la démarche que cette structure met en place c'est-à-dire en tentant de pallier au effets néfastes du commerce dit conventionnel lorsqu'elles proposent ou pratiquent cette démarche de maximiser l'équité dans le commerce en faisant en sorte que tout le monde puisse vivre de son travail à travers la recherche d'un prix le plus juste possible qui se veut permettre à tous de vivre convenablement du producteur au client final. Celle-ci se manifeste aussi à travers les réseaux auxquelles ces entreprises appartiennent.

L'économie non-monétaire qu'elles pratiquent, impliquant le principe de réciprocité qui lui se caractérise par des prestations entre individus en vue de créer ou manifester un certain lien social entre les acteurs, est aussi une dimension importante de leurs activités. A travers tout d'abord leurs volontés de créer des filières fondées sur des liens humains empreintes de confiance et de solidarité réciproque. A travers aussi, par exemple la mise en relation avec d'autres acteurs d'économie solidaire dans l'idée de créer des réseaux. Cela se manifeste aussi lors des journées portes ouvertes organisées par Andines, des rencontres, salons et marchés auxquels ces deux entreprises participent où l'idée est de créer du lien avec un maximum de personnes, dans le but de créer de la solidarité réciproque (en contradiction avec la solidarité caritative issue de milieux confessionnels) entre tous autour de causes qui nous concernent tous.

Contrairement aux sociétés de marché dans lesquelles le marché serait le seul principe de régulation des échanges. L'économie plurielle est une vision de l'économie « avec marché » où c'est trois pôles (économie marchande, non marchande et non monétaire) s'y rencontrent, s'autocontrôlent et se complètent pour une, si ce n'est meilleure, nouvelle construction économique de la société. Il s'agit là d'une vision qui dépasse l'économie pure ou tout au moins celles de sociétés de marchés car elle prend en compte le rôle politique qui consiste à aménager l'hybridation de ces trois pôles en un.

L'activité économique de ces entreprises (Andines et Ayniart) peut être considérée comme une nouvelle proposition de faire de l'économie à leur sens, c'est-à-dire promouvoir une équité dans

---

<sup>32</sup> cf. : partie fonctionnement économique

l'économie pour toutes et tous mais inscrit dans ce concept d'économie plurielle. Cette activité économique permet surtout de rester indépendant financièrement pour avoir la liberté de développer des activités politico-sociales porteuses d'une volonté de transformations sociales.

#### **4) Limite de cette démarche : un « projet de vie »**

Aujourd'hui Andines comme Aynart sont deux structures qui malgré toutes les difficultés rencontrés existe toujours après 30 ans d'expérience pour Andines et plus de 35 ans pour Aynart. Le problème qui se pose actuellement pour ces créateurs et gérants d'entreprises est d'ordre générationnel dans le sens où ils aimeraient transmettre à des jeunes leurs savoirs et expériences dans l'idée qu'ils reprennent leurs structures. Mais comme nous venons de le voir – dans la partie précédente – plus qu'une simple entreprise c'est tout un projet qu'il s'agit de reprendre. Et comme ça a fait partie intégrante de la vie de ces acteurs en termes de temps, de finances, d'énergie parfois au détriment de leurs vies sociales, familiales et personnelles, la peur de voir leur « bébé » se faire reprendre à des fins purement économiques, commerciales, ou institutionnelles est bien présente. Ce n'est effectivement pas – peut-être à tort – une activité professionnelle qui peut être considérée comme un « travail alimentaire » mais bien un investissement personnel qui doit être nourrit par une envie de changement sociale et porter par des valeurs et des principes particuliers.

De plus, ce problème générationnel est aussi présent au sein des groupes d'artisans. Ces initiatives émergeant d'un contexte politico-social particulier elles sont porteuses de valeurs et de principes que non plus forcément les plus jeunes aujourd'hui (paroles d'artisans). Ces activités permettant aux artisans une stabilité économique et sociale, ils ont pu offrir la possibilité à leurs enfants d'aller étudier et ainsi de choisir leurs trajectoires qui sont le plus souvent différentes de la vie qu'ont pu avoir leurs parents.

## Conclusion

La première partie nous a permis de nous rendre compte de différentes définitions. Sans parler du fait que la pratique du commerce équitable en tant que tel, disons selon sa définition étymologique, date de beaucoup plus longtemps que les années 70. La définition légale du commerce équitable déclarée premièrement en 2005, oriente sa définition vers une vision caritative du concept. Elles assignent ainsi le citoyen du nord au terme de consommateur et celui du sud au simple producteur, artisan. Sachant qu'officiellement la marque du commerce équitable a été déposée à l'INPI par Andines en 2000, la question serait de savoir pourquoi la loi ne l'a pas prise en compte et va même dans une vision contraire à celle que prône la coopérative Andines ?

En étudiant la vision du commerce équitable de la plateforme française pour un commerce équitable, on fait très bien le lien avec la définition légale. Ceci est dû, notamment, au lobbying de la PFCE envers les pouvoirs publics via sa puissance médiatique et économique. Attitude, elle-même due aux subventions reçues par l'Etat, ce qu'a refusé la coopérative Andines. On peut effectivement dire que cette initiative a été reprise - au même titre que de nombreuses innovations sociales - de manière institutionnelle. C'est en ce sens que l'on peut dire que la plateforme a subi un isomorphisme institutionnel qui d'une part permet à l'Etat, d'instrumentaliser ce concept et d'autre part laisse le champ libre à la PFCE de faire ce qu'il lui plaît. Cela permet et appuie en particulier Max Havelaar dans son partenariat avec la grande distribution et les multinationales, ce qui en soi est une contradiction énorme vis-à-vis de sa volonté initiale.

La loi a cependant évolué en 2014 en acceptant une vision Nord-Nord du commerce équitable, jusqu'ici totalement nié et même dénigré. Malgré cette ouverture de la loi, on se rend compte dans la deuxième partie qu'il n'en est rien de la vision et des pratiques de la PFCE et surtout de la part de Max Havelaar et Artisans du Monde, tous deux ancrés dans une vision paternaliste du commerce équitable.

Ces différentes conceptions d'un commerce équitable ne se cantonnent pas à une simple polémique ou à de simples querelles de principes. Elles sont fondamentalement politiques dans le sens où des acteurs comme le réseau Minga ou Andines n'acceptent pas et même s'opposent à une vision réformiste du commerce équitable. Ceci est à nuancer bien évidemment dans l'idée où ils participent dans tous les cas à l'ordre marchand mondial même s'ils essaient au maximum de respecter leurs principes éthiques et politiques. De plus ils doivent aussi faire face à la vision dominante instituée par des acteurs qui se disent faire du commerce équitable tout en travaillant avec la grande distribution ou des multinationales. Tout comme l'humanitaire ne peut être qu'un pansement aux affres causés par le capitalisme mondial dans les pays les plus démunies.

Un commerce équitable selon la définition que l'on a pu énoncer en première partie (I,1) est

illusoire dans le sens où il est aujourd'hui impossible d'instaurer une équité et un respect de chacun à chaque étape de la filière étant donné les règles du commerce mondial (taxes, etc). On ne peut que tendre vers une équité ou être à la recherche d'un maximum d'équité. En ce sens l'utilisation des termes « 100% équitable » est un simple argument commercial qui non seulement responsabilise encore une fois les individus du Nord comme étant obligés, s'ils ont du bon sens à se diriger vers de tels produits, et qui renforce toujours plus la vision paternaliste de nos sociétés occidentales : il faut aider les pauvres de l'hémisphère sud qui ne sont pas à « notre » niveau.

Au vu de notre enquête, la démarche dans laquelle s'inscrit la coopérative Andines paraît être celle qui va le plus dans le sens d'atteindre une équité dans le commerce. D'autant plus, lorsque l'on envisage son activité économique au vu de toutes les autres activités qu'elle permet et développe. Là, nous pouvons se poser certaines questions. Comment aller plus loin dans de telles pratiques déjà bien orientées politiquement ? Aujourd'hui la problématique à laquelle sont confrontés Andines et Ayniart concerne la transmission de ce projet de vie qui englobe toutes ces activités. Nous pourrions nous demander, de quelle manière est-ce possible de pérenniser ce type structures ainsi que leurs philosophies directrices ?

Au final, n'est-il pas vain de s'évertuer à construire des formes d'échanges économiques plus équitables au sein même de modes de productions capitalistes par nature inégalitaire ? Sachant que ces derniers sont solidement institués et légitimés, n'est-il pas inévitable qu'ils se réapproprient ou tendent à éliminer toutes autres formes d'échanges économiques ? L'équité n'admet-elle pas alors comme prérequis la fin des modes de productions capitalistes et de la société de marché ?

## Bibliographie Générale

### Ouvrages

- Saul D. Alinsky *Être radical : manuel pragmatique pour radicaux réalistes* Aden, 2011
- Aristote (trad. Jean Voilquin), 4<sup>iem</sup> siècle av. J.C., *Éthique de Nicomaque*, Paris, Garnier-Flammarion, 1965 (réimpr. 1998) (1<sup>re</sup> éd. 1940), 313 p
- Balineau, Gaëlle, et Ivan Dufeu. « Le système Fairtrade : une garantie pour les consommateurs ? », *Mondes en développement*, vol. 160, no. 4, 2012, pp. 11-26
- Bourdieu, Esquisse d'une théorie de la pratique précédé de Trois études d'ethnologie kabyle, Genève, Droz, 1972, 269 p.
- Bourdieu, *Les règles de l'art : genèse et structure du champ littéraire*, Seuil, 1992
- Céfaï, D. (dir), *L'enquête de terrain*, Paris, La Découverte, 1997
- Diaz Pedregal Virginie, « Le commerce équitable : un des maillons du développement durable ? », *Développement durable et territoires* [En ligne], Dossier 5 | 2006
- Fassin, D., *Les politiques de l'enquête. Epreuves ethnographiques*, Paris, La Découverte, 2008.
- Michel Foucault, *Histoire de la sexualité I : La volonté de savoir*, Paris, Gallimard, coll. «Tel», 1994 [1976], 211 p.
- Hersent, Madeleine, et Arturo Palma Torres. *L'économie solidaire en pratiques*. ERES, 2014
- Jacquiau C., “*Les coulisses de la grande distribution*”, Paris, Albin Michel, p 366 .2000
- Jacquiau C., “ *Les coulisses du commerce équitable : Mensonges et vérités sur un petit business qui monte*” 2006,



Keith Hart *Market and Society - The Great Transformation Today* - Edited by Chris Hann and Cambridge University Press 2011

Jean-Louis Laville, Pascal Glémain, Editions Desclée de Brouwer (DDB), Paris, France, janvier 2010, L'économie sociale et solidaire aux prises avec la gestion

Marcel Mauss, *Essai sur le don : Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques* In *Sociologie et Anthropologie*, PUF, Collection Quadrige, 1973, 149-279

Mazuir, Françoise. « Le processus de rationalisation chez Max Weber », *Sociétés*, vol. n° 86, no. 4, 2004, pp. 119-124.

Karl Polanyi, *La Grande Transformation, Aux origines politiques et économiques de notre temps*, Gallimard, (1944) 1983

Josiah Warren, *Commerce équitable*, La Petite Collection, Éditeur Fayard/Mille et une nuits, 2012, 208 pages

Weber, M., 1995, *Economie et société*. Volume 1, Paris, Pocket, 410 p.

## Articles

Rémy Caveng, « Delphine Naudier, Maud Simonet (dir.), *Des sociologues sans qualités ? Pratiques de recherche et engagements* », Les comptes rendus, 2011, mis en ligne le 31 mai 2011, consulté le 12 mai 2017. URL : <http://lectures.revues.org/5704>

Le Velly Ronan, «Le commerce équitable : entre variété des marchés, figure du marché et forces du marché». In : Gilles Lazuech et Pascale Moulevrier (eds.), "Contributions à une sociologie des conduites économiques", Paris:L'Harmattan, 2006

Le Velly Ronan, « Quel commerce équitable pour quel développement durable ? », *Innovations* 2/2009 (n° 30) , p. 99-113

Le Velly Ronan, « Le commerce équitable : des échanges marchands contre et dans le marché. », *Revue française de sociologie* 2/2006 (Vol. 47) , p. 319-340

Le Velly, Ronan. « La détermination du prix équitable. Vices et vertus du prix du marché », *Gestion*, vol. vol. 33, no. 1, 2008, pp. 59-65.

Nicolas Prissette, « *Les dessous du coton "équitable"* », dans le Journal du Dimanche, mars 2005

Wacquant Loïc J. D. Neil J. Smelser et Richard Swedberg (eds), *The Handbook of Economic Sociology*, 1994. In: *Actes de la recherche en sciences sociales*. Vol. 115, décembre 1996. Les nouvelles formes de domination dans le travail (2) pp. 104-105

## Webographie

Tous les sites listés ont été consulté pour la dernière fois le 28/05/2017.

### Partie 1 :

<http://www.atelierdecreationlibertaire.com/Le-commerce-veridique-et-social-de,446.html>

[https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=D67F0124A93A5E9DCA7E173F8E334766.tpdila11v\\_2?cidTexte=JORFTEXT000000452052&dateTexte=20050803](https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=D67F0124A93A5E9DCA7E173F8E334766.tpdila11v_2?cidTexte=JORFTEXT000000452052&dateTexte=20050803)

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000031183558&categorieLien=id>

### Partie 2 :

<http://www.commerceequitable.org/lapfceetsesmembres/le-collectif.html>

<http://www.commerceequitable.org/lecommerceequitable/definitions-cadres-legaux.html>

<http://www.commerceequitable.org/lapfceetsesmembres/nos-membres.html>

<https://www.maxhavelaarfrance.org/qui-sommes-nous/l-association/qui-sommes-nous.html>

[https://translate.google.fr/translate?hl=fr&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Frans\\_van\\_der\\_Hoff&prev=search](https://translate.google.fr/translate?hl=fr&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Frans_van_der_Hoff&prev=search)

<https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/Signe-de-qualite>

<https://www.monde-diplomatique.fr/2007/09/JACQUIAU/15101>

<http://www.artisansdumonde.org/qui-sommes-nous/histoire>

<http://www.artisansdumonde.org/comprendre/notre-approche/questions-frequentes/quelles-sont-alors-vos-positions-vos-revendications-vos-modeles-de-societe>

[www.analysedesfilieres.net/](http://www.analysedesfilieres.net/)

<http://www.minga.net/texte-de-positionnement/>

# **Annexes**