



FAIR TRADE: FROM “AID TO TRADE” TO “AID-FOR-TRADE”?

- Le commerce équitable comme incubateur de positionnement en qualité: l'exemple du coton équitable au Mali

GAËLLE BALINEAU (FERDI & FAIRNESS)

*Conférence Ferdi “Commerce équitable et développement”
Paris, 21 mai 2012*

En partenariat avec



Dans le cadre de



SUCCÈS ET DIFFICULTÉS DU COMMERCE ÉQUITABLE

- LES PRODUCTEURS QUI BÉNÉFICIENT DU COMMERCE ÉQUITABLE ONT VU LEUR SITUATION S'AMÉLIORER, MAIS:
 - ❑ Difficultés à attribuer l'intégralité des effets observés au commerce équitable (*méthode*)
 - ❑ Effets parfois limités du fait de la faiblesse des volumes vendus
 - ❑ Certaines questions restent sans réponse
 - ❑ Questions sur le ciblage (*over-certification*)
 - ❑ Répartition de la valeur ajoutée
- INTERROGATIONS SUR...
 - ❑ L'efficacité du commerce équitable en tant qu'outil de développement (Ifop-Afd 2011)
 - ❑ Le côté « *fair* » du commerce équitable (Balineau & Dufeu, 2010)
 - ➔ Soutenir la compétition avec les autres labels eco-responsables?

SOLUTIONS?

■ PLUSIEURS PISTES IDENTIFIÉES PRÉCÉDEMMENT

- ❑ Se recentrer sur le positionnement de départ du CE et accentuer la différenciation avec les autres labels (*par exemple: cibler les plus démunis, indiquer la répartition de la valeur ajoutée, GeoFairTrade*)
- ❑ Centraliser encore davantage la certification
- ❑ Accroître la consommation (étendre les gammes / les marchés)
- ❑ Adopter un positionnement d'incubateur pour l'accès aux autres marchés à forte valeur ajoutée (*«specialty coffees» par exemple*)

■ DEUX GRANDES OPTIONS

- ❑ Affronter la concurrence avec les autres labels eco-responsables en s'en différenciant
- ❑ Se constituer en instrument d'aide au commerce (« rotation », cf. Ruben, 2011; Daviron & Vagneron, 2008)
- ❑ Pas forcément exclusives...

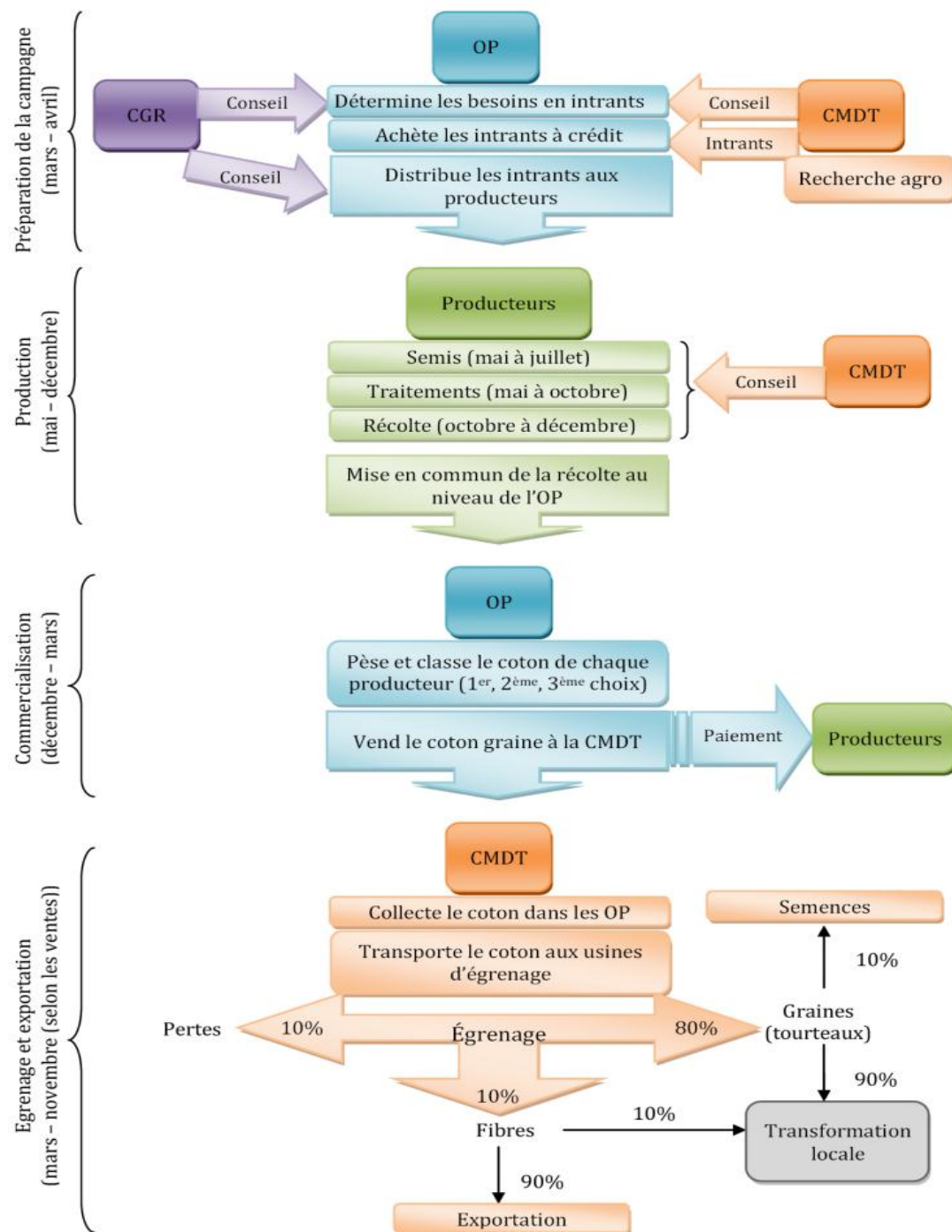
DÉFIS

- OUVERTURE D'UN NOUVEAU CHAMP DE RECHERCHES, TANT DU POINT DE VUE DES CONSOMMATEURS QUE DES PRODUCTEURS :
 - ❑ Quelles sont les opportunités de marché dans les pays émergents?
 - ❑ Quel pourrait être l'impact de la crise sur les marchés actuels (concurrence avec le *made in France*, la consommation locale)?
 - ❑ Quelle est la capacité du commerce équitable à être un incubateur...
 - ❑ ... et quelles seraient les réactions des consommateurs équitables à un tel positionnement?
- ➔ L'ÉTUDE DU PROJET DE COMMERCE ÉQUITABLE DE COTON AU MALI EST RICHE D'ENSEIGNEMENTS

CONTEXTE

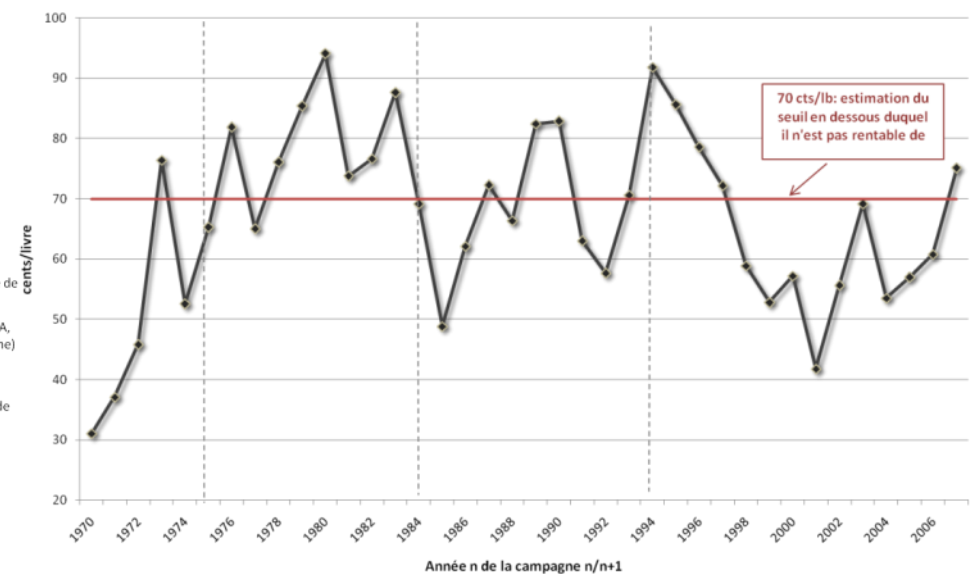
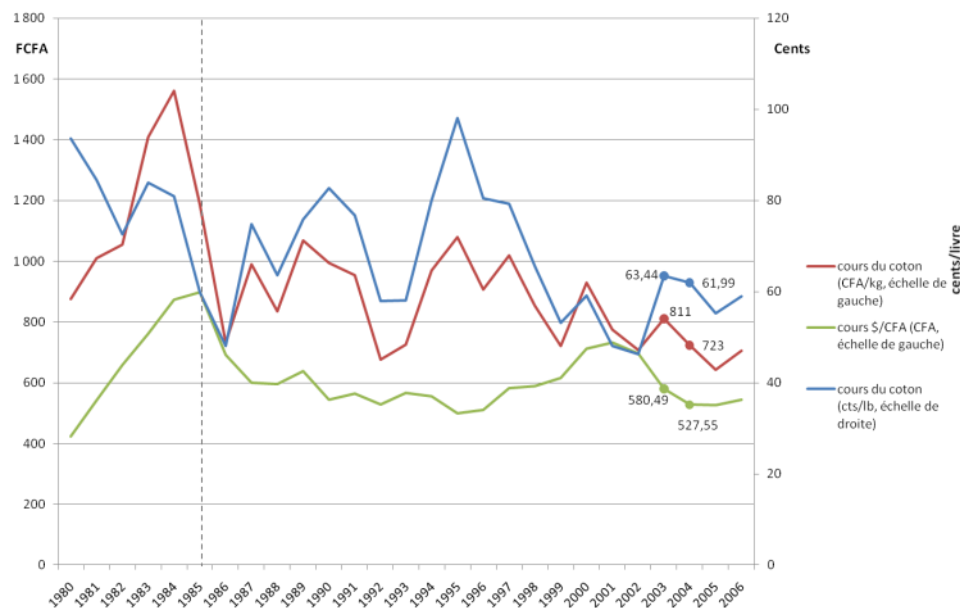
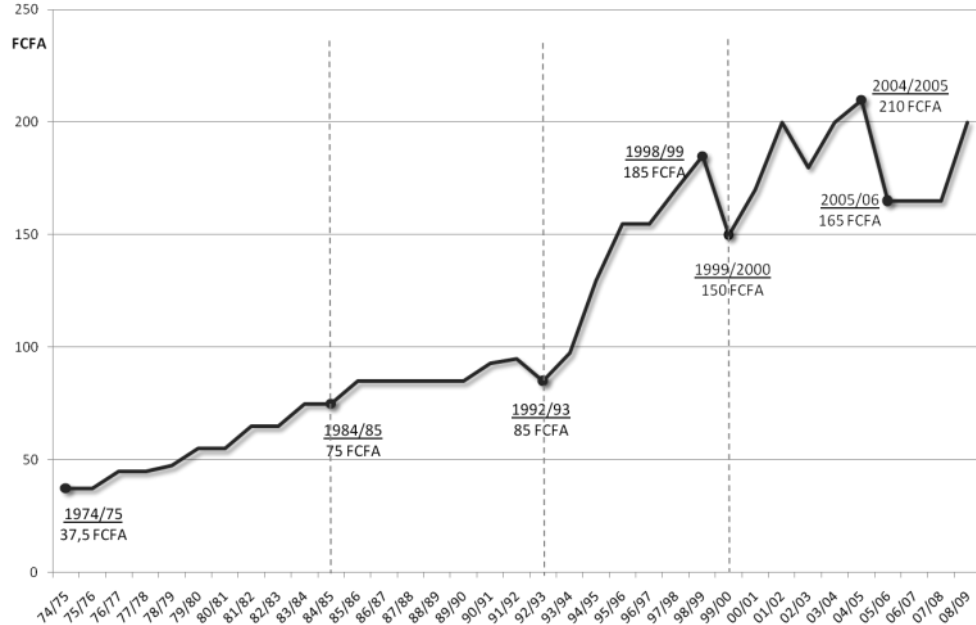
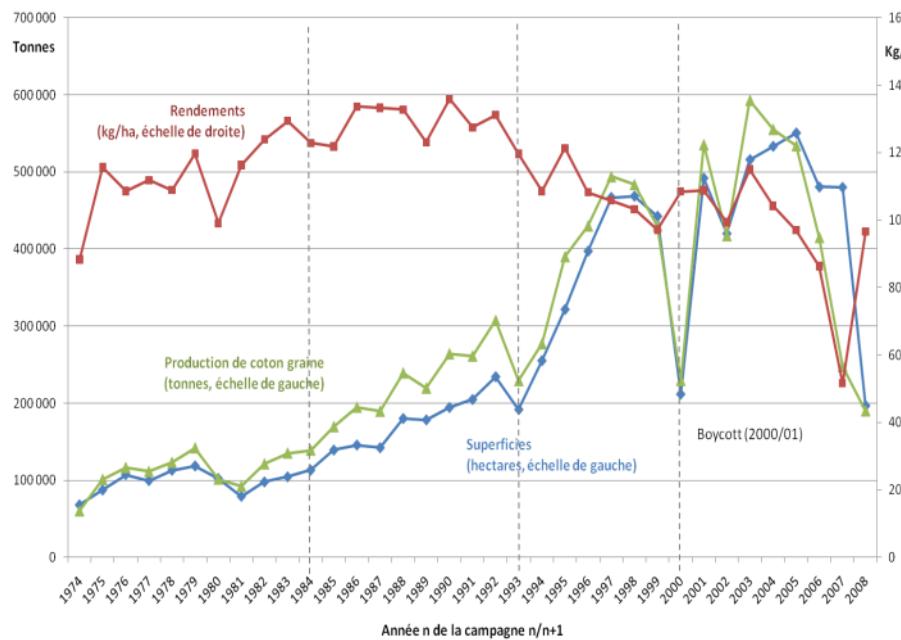
DE « L'ÂGE D'OR » AU « PARADOXE DE SIKASSO »

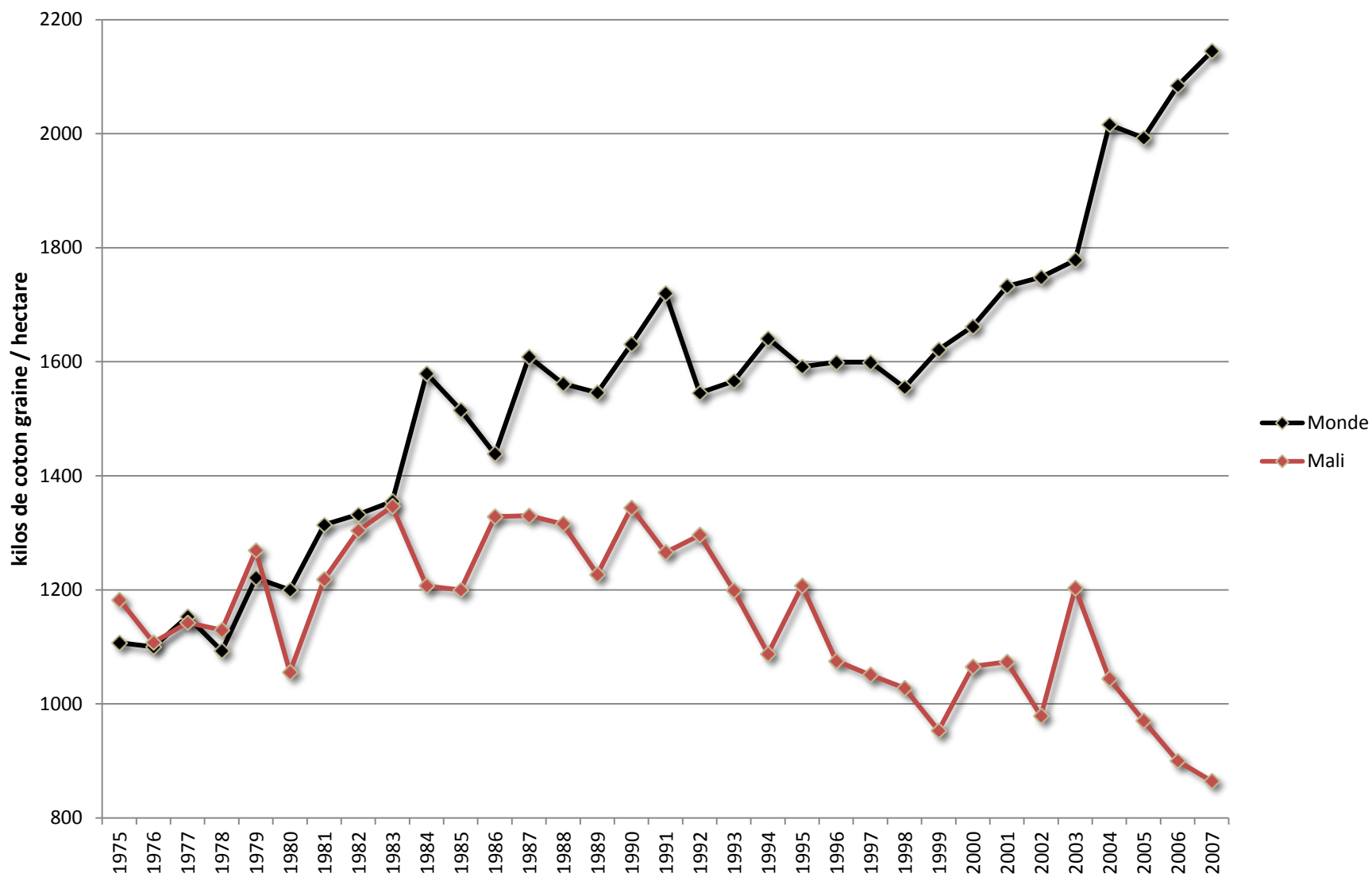
- 1974-1985: DÉBUT DE « L'ÂGE D'OR »
- 1986-1994: DÉBUT DES DIFFICULTÉS AVEC LE CONTRE CHOC PÉTROLIER
- 1994-2000: ACCALMIE DUE À LA DÉVALUATION
- 2000-2010: L'IMPASSE?











CONTEXTE

■ DÉBUT DES ANNÉES 2000: QUELLES SOLUTIONS POUR LE COTON MALIEN?

- Arrêt des subventions aux exportations prévu pour 2013, sans impact certain
- Privatisation pas à l'ordre du jour (réforme récente de la CMDT)
- Politique d'amélioration des rendements coûteuse
- Dévaluation pas à l'ordre du jour
- Politique d'amélioration de la qualité en 2003, pas suffisante

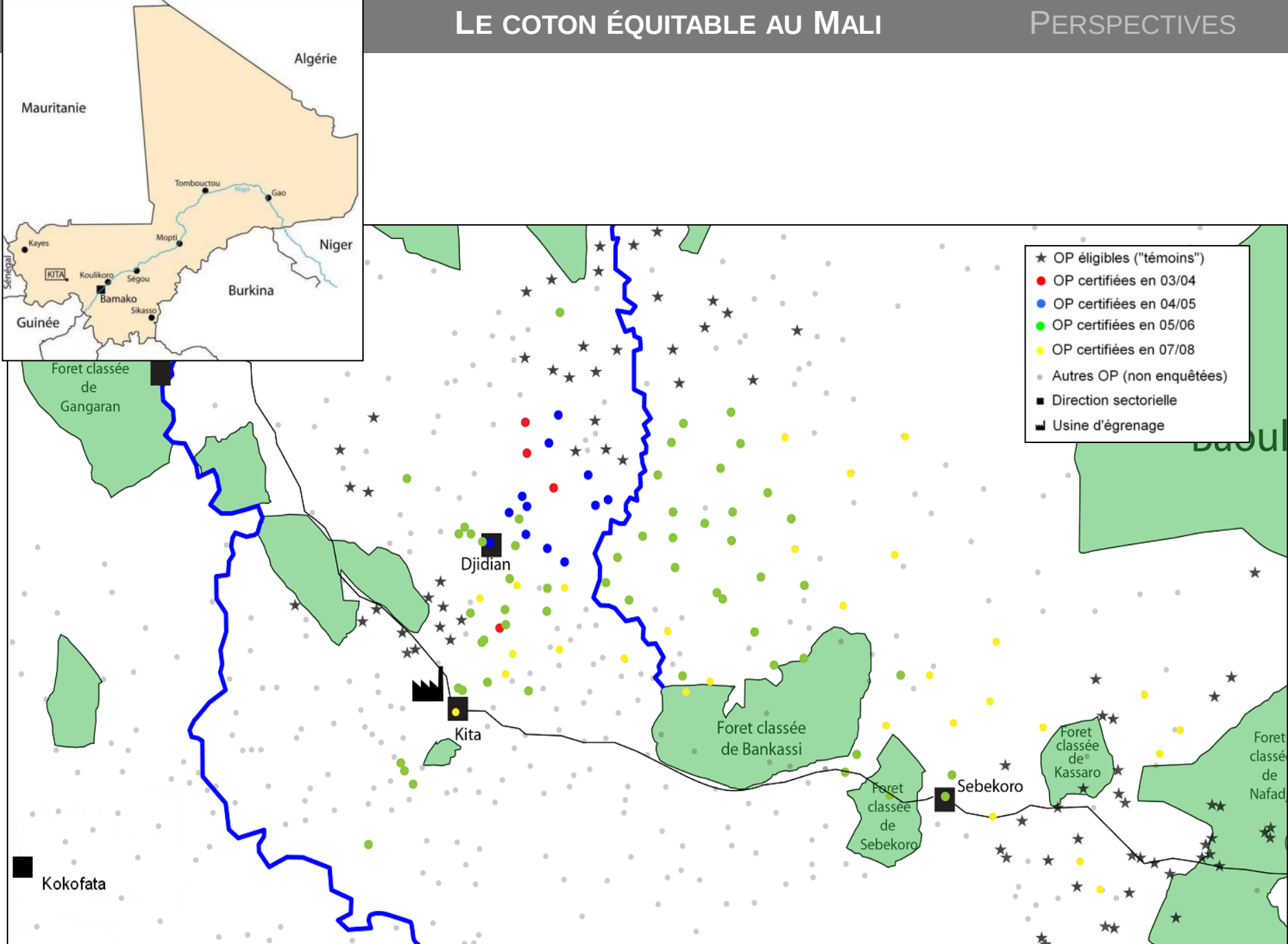
➔ LE CE REPRÉSENTAIT UN MOYEN D'AMÉLIORER RAPIDEMENT LES REVENUS
DES PRODUCTEURS

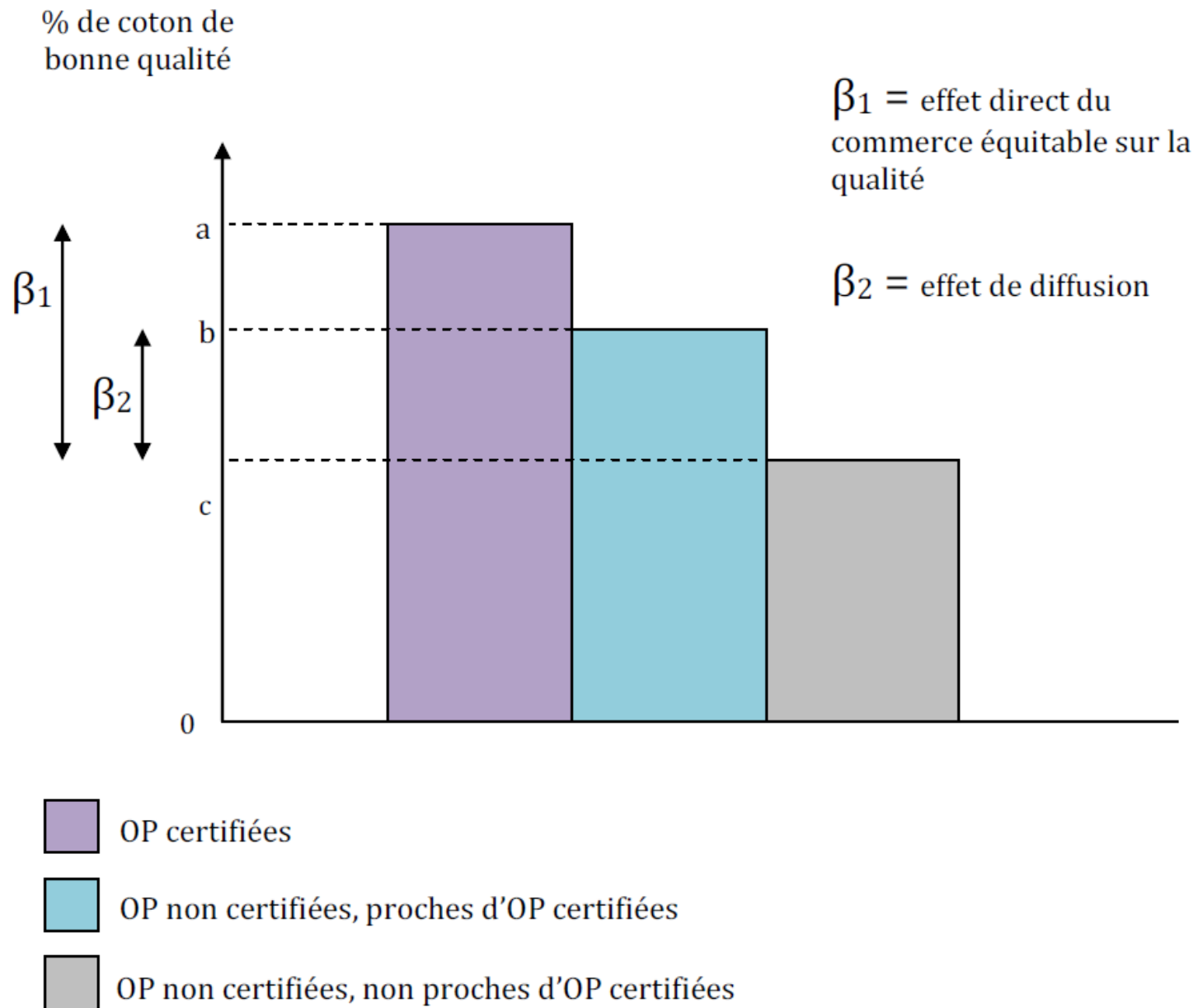
OBJECTIFS

- AMÉLIORER LES REVENUS
- CONTRIBUER À LA STRUCTURATION ET PROFESSIONNALISATION DES OP
- FAIRE DU CE UN OUTIL D'AMÉLIORATION ET DE PROMOTION DE LA QUALITÉ
 - ❑ Qualité cruciale mais manque d'incitation (prix) et de confiance (redistribution des gains et techniques de production)
 - ❑ Se servir du prix équitable (238 vs 160 FCFA / kg de CG) pour faire passer les réformes
 - ❑ Améliorer la réputation du coton malien *via* le CE
 - ❑ Charte de qualité où l'ensemble des producteurs de la région de Kita s'engagent à produire un coton de bonne qualité

EVALUATION: OBJECTIFS ET MÉTHODES

- AMÉLIORER LES REVENUS
- CONTRIBUER À LA STRUCTURATION ET PROFESSIONNALISATION DES OP
- FAIRE DU CE UN OUTIL D'AMÉLIORATION ET DE PROMOTION DE LA QUALITÉ
 - ❑ Qualité cruciale mais manque d'incitation (prix) et de confiance (redistribution des gains et techniques de production)
 - ❑ Se servir du prix équitable (238 vs 160 FCFA / kg de CG) pour faire passer les réformes
 - ❑ Améliorer la réputation du coton malien *via* le CE
 - ❑ Charte de qualité où l'ensemble des producteurs de la région de Kita s'engagent à produire un coton de bonne qualité





RÉSULTATS

- AMÉLIORATION ET PROMOTION DE LA QUALITÉ DU COTON
 - Effets directs: +7 points de % de Sarama
 - Effets de diffusion: +5 points de % de Sarama
 - Impact sur la réputation: quelques signes positifs (Tscherley *et al.* 2009)

	Effets directs		Effets de diffusion	
	Maximum	Minimum	Maximum	Minimum
Sarama	+ 7,7 pp	+6,8 pp	+ 9,7	+5,2 pp
Premium	+ 8 pp	nul	+ 9,4 pp	nul
Qualités CE	+ 2,4 pp	nul	+ 2,6 pp	nul

LEÇONS ET PERSPECTIVES

- LE CE A D'AUTANT PLUS DE RÉSULTATS QU'IL FAIT L'OBJET D'UNE APPROPRIATION LOCALE
- LE CE PERMET D'APPRENDRE SUR LES INCITATIONS À PRODUIRE DE LA QUALITÉ
 - Différenciation prix
 - Confiance (dans les contrats, dans les conseillers)
 - ➔ Rôle crucial des tiers certificateurs (Bolwig et al., 2008, Café bio en Ouganda)
- PERSPECTIVES
 - La garantie de revenu permet de prendre les risques associés à l'investissement en qualité
 - Le mode de fonctionnement du CE incite à l'investissement en qualité (prime de dév => coopération, certification par une partie tierce)
 - Le CE en tant qu'incubateur + leçons pour le positionnement en qualité
- IMPLICATIONS
 - Le CE gagnerait en efficacité si positionnement plus clair
 - Opérationnalisation du « concept »?
 - Les consommateurs suivraient-ils?