

Garanties privées, garanties publiques

Entretien avec Georges d'Andlau*

L'un des enjeux du commerce équitable est la responsabilisation des consommateurs. Cela implique de leur offrir des garanties, ce qui s'est fait surtout à travers des démarches privées. Les associations de consommateurs « traditionnelles » ont de leur côté tendance à préférer les garanties publiques. Le modèle original du commerce équitable est-il appelé à évoluer ?

Le monde du commerce équitable a gagné en visibilité ces dernières années. Peut-on parler d'institutionnalisation ?

La dimension militante reste très importante pour le commerce équitable. Il ne s'agit pas simplement d'organiser des filières alternatives, mais de mettre en œuvre une ambition d'éducation et de développement. Sur ce point, on peut noter le parallélisme entre le soutien apporté aux producteurs, dans lequel la formation tient une place centrale, et l'idée tout aussi essentielle d'éduquer les consommateurs, de les amener à prendre conscience des conséquences de leurs actes. L'idée de réciprocité enfin est fondamentale : il s'agit bien de faire vivre un échange. L'effort militant est surtout dirigé vers l'animation de cet échange.

Un autre élément de réponse est l'ancrage très fort du commerce équitable dans la société civile, avec une culture d'autonomie des acteurs.

Enfin, les producteurs du sud, tout au moins les plus organisés, prennent une place croissante dans les processus de décision et la définition des cahiers des charges. La régulation mise en place dans le cadre du commerce équitable n'est donc pas définie par le nord.

Les organisations représentant les consommateurs appartiennent elles aussi à la société civile ; sont-elles des partenaires possibles pour les acteurs du commerce équitable ?

Le rôle des associations de consommateurs, c'est d'informer les consommateurs sur leurs droits, et sur les pratiques, justes ou injustes, transparentes ou pas, légales ou pas, des acteurs économiques qui vendent des biens ou des services aux consommateurs. Dans ce cadre, elles peuvent être alliées ou opposées aux organisations de commerce équitable. Par exemple, il est dans leur rôle de dénoncer les fausses allégations que l'on peut trouver sur les produits ou d'informer les consommateurs sur la signification des labels. C'est à ce titre que ce qu'elles peuvent dire ou penser du commerce équitable nous intéresse.

Mais il faut bien constater que les relations avec un nombre d'associations de consommateurs n'ont pas toujours été faciles et que ces associations n'ont pas toujours joué un rôle de prescripteurs du commerce équitable auprès des consommateurs. Une des raisons, c'est le fait que les associations de consommateurs ont une culture organisationnelle qui survalorise les labels publics. Jusqu'à récemment, elles regardaient avec suspicion les garanties d'ordre privé. Or le commerce équitable s'est construit avec des systèmes de garanties privés. C'est-à-dire que les cahiers des charges des systèmes de

* Georges d'Andlau est le président de la Plateforme pour le commerce équitable, un collectif de concertation et de représentation d'acteurs français dont la Ligue de l'enseignement est membre.

garanties sont privés, ils sont établis par les acteurs et parties prenantes (producteurs, ONG etc.). Sont privés, également, les moyens de contrôle mis en œuvre pour vérifier la fidélité des produits aux engagements contenus dans les cahiers des charges et matérialisés par les logos de ces labels. Cette démarche, jusqu'à récemment, était étrangère aux associations de consommateurs.

Les choses évoluent : d'un côté, les organisations de commerce équitable ont crédibilisé leurs démarches et leurs modes de contrôles, de l'autre les associations de consommateurs commencent à se rendre compte que dans les domaines liés au développement durable certaines démarches privées vont bien plus loin que les démarches publiques (écolabels européens). C'est à elles de faire le tri entre démarches privées sérieuses et le « *green* » ou « *fair washing* » que l'on observe de plus en plus. C'est notamment dans cet objectif que nous avons développé un partenariat avec l'Institut national de la consommation, qui renforce depuis 2008 nos liens avec les associations de consommateurs.

La loi de 2005 a concrétisé un des objectifs des organisations de commerce équitable et des associations de consommateurs : elle prévoit la création d'une commission nationale du commerce équitable (CNCE) qui viendrait donner une reconnaissance publique aux systèmes de garanties privées. Malheureusement le décret d'application n'a été signé qu'en 2007. Les pouvoirs publics et les organisations travaillent aujourd'hui activement à la mise en place effective de cette CNCE, qui fonctionnera par collèges (représentants des associations de consommateurs, des organisations de commerce équitable, des ONG, des pouvoirs publics et des acteurs économiques comme la grande distribution). Les questions mises à l'agenda portent sur les garanties : quelle reconnaissance, de quelles règles, et par qui ?

La reconnaissance des garanties viendra favoriser la mise en œuvre certaines stratégies : par exemple les collectivités publiques sont des acteurs-clés, à travers leurs politiques d'achat, d'une évolution des standards et des pratiques de consommation : or préfèrent s'appuyer sur un système de garanties publiques.