

# SEMINAIRE DES RESEAUX NATIONAUX DE PRODUCTEUR·ICE·S DE COMMERCE EQUITABLE

*6 au 8 décembre 2021 – Adzopé (Côte d'Ivoire)*



En collaboration avec les réseaux d'Afrique de l'Ouest :



Avec le soutien financier de :



Organisé par :



Dans le cadre de :



## Préambule

Le programme Equité a organisé un séminaire à destination des réseaux de producteur·ice·s de commerce équitable d'Afrique de l'Ouest à Adzopé, en Côte d'Ivoire du 6 au 10 décembre 2021 pour un séminaire sur le thème « *Commerce équitable en Afrique de l'Ouest : Porter la voix des producteur.rice.s pour lutter contre la pauvreté et accélérer la transition écologique et sociale ?* ».

Au total, ce sont pas moins de 45 représentant.e.s<sup>1</sup> des réseaux ouest-africains de commerce équitable qui se sont réunis : du Réseau Ivoirien du Commerce Equitable, du Fair Trade Ghana Network, du Collège Commerce Equitable Malien de l'AOPP Mali, de la Plateforme Nationale du CE du Burkina Faso, ainsi que des représentants des OP certifiées équitables du Togo et du Bénin où une plateforme est en cours d'émergence.

Les objectifs donnés pour ce séminaire étaient les suivants :

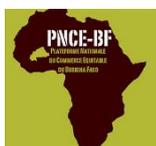
- **Dynamiser les PNCE** (Plateformes Nationales de Commerce Equitable) ouest-africaines par la rencontre
- **Mettre en réseau** les PNCE ouest-africaines et favoriser les échanges entre pairs
- **Faciliter le décryptage des enjeux relatifs au commerce mondial** et aux enjeux environnementaux
- **Accompagner les PNCE** dans leur capacité à faire émerger une vision des changements de société auxquelles elles veulent contribuer
- Structurer les **stratégies d'intervention des PNCE** pour contribuer aux changements sociétaux

Après deux années marquées par la pandémie de la Covid-19 et les difficultés conséquentes à se déplacer et à se rencontrer pour construire en commun, cette semaine d'échanges et de partage d'expertise a donné un nouveau souffle à tous.tes les participant.e.s présent.e.s, et la semaine s'est écoulée avec enthousiasme et une envie forte de coopérer !

---

<sup>1</sup> Liste de participant.e.s disponible en annexe

## Présentation des réseaux de producteur-ice-s de Commerce Equitable d'Afrique de l'Ouest



### Plateforme Nationale de Commerce Equitable du Burkina Faso

#### Mots clefs :

Multi-labels, multi-secteurs, genre (81% de femmes et 51 % de jeunes)

#### 3 Chiffres clef :

2010 – création de la plateforme nationale

34 - nombre d'organisations membres, portent la voix de 72100 producteurs et productrices

#### Mission : promouvoir le commerce équitable au Burkina Faso

Axe 1 : porter un plaidoyer sur la justice sociale auprès des politiques publiques

Axe 2 : renforcer l'accès au marché



### Collège Commerce Equitable du Mali

#### Mots clefs :

Responsabilité sociale, prime équitable

#### Missions :

Axe 1 : Renforcement de capacités stratégiques

Axe 2 : Renforcement des capacités de transformation des membres

Axe 3 : Renforcement de Partenariats

Axe 4 : Renforcement de Plaidoyer/ lobbying

Site internet : <https://ccemali.com/>





### Fair Trade Ghana Network

**Chiffre clef :** 35 OP membres

**Mots clefs :**  
Agriculture biologique et  
ambition de doubler ce nombre d'ici 1 an et demi

Site internet : <https://fairtradeghananetwork.org/>

### Réseau Ivoirien de Commerce Equitable



**Mots clefs :** Cacao, solidarité et engagement

**Chiffres clef :**

74 organisations membres actives du RICE

2016 : année où le RICE a porté un projet pour  
l'annulation de la taxe sur les primes au niveau de la Côte d'Ivoire

**Vision :** le RICE devient un acteur reconnu au niveau national  
et international sur la filière cacao.

Axe 1 : Promotion des valeurs du CE au niveau local et international

Axe 2 : Plaidoyer

Axe 3 : Renforcement des capacités des membres



### Plateforme émergente du Bénin/Togo

Visibilité, fédération entre les 2 pays pour atteindre  
de grands objectifs, pérennité de la PNCE  
10 OP certifiées commerce équitable  
sur Bénin-Togo, volonté de passer à 20 d'ici 2026

Axe 1 : plaidoyer auprès des parties prenantes  
Axe 2 : promotion du CE à l'échelle nationale ou autre

# 1. Décryptage des enjeux de société : quel rôle peut jouer le commerce équitable ?

## 1.1 Table ronde « Pourquoi le commerce mondial et l'organisation actuelle des chaînes de valeur ne contribuent pas au développement durable des pays du Sud ? »

### 3 intervenant.e.s :

- José Tissier, président de Commerce Equitable France
- Ousseini Ouedraogo, secrétaire exécutif du ROPPA
- Julie Stoll, déléguée générale de CEF



### Intervention de José Tissier, président de Commerce Equitable France

*L'ensemble de l'intervention de José Tissier est retranscrite en annexe 2*

Même si cela lui a été imposé, l'Afrique s'est largement ouverte aux échanges internationaux. Avec la réduction des coûts des transports internationaux, l'essor des télécommunications puis de l'internet, la libéralisation des mouvements de capitaux, la baisse des protections tarifaires, les mouvements de marchandises se sont multipliés, les chaînes de production se sont fragmentées et les filières se sont internationalisées.

Et pourtant, la situation alimentaire reste largement inacceptable : jusqu'à 811 millions de personnes<sup>2</sup>, soit près de 10 % de la population mondiale, est considérée en 2020 en situation de sous-alimentation (21% en Afrique). L'humanité est aujourd'hui confrontée à des défis immenses, comme le dérèglement climatique, l'érosion de la biodiversité, l'épuisement des ressources naturelles, sans parler du défi démocratique et in fine du défi de la paix mondiale. Et sur toutes ces questions, il semble bien que le commerce international soit sourd et aveugle quand il ne contribue pas à l'aggravation des problèmes plutôt qu'à leur résolution. Enfin, la crise économique provoquée par la crise sanitaire due à la pandémie a montré les limites parfois rédhitoires de la dépendance au marché international pour les biens fondamentaux.

De nombreux dysfonctionnements du côté de l'offre interdisent l'existence du marché pleinement concurrentiel, sur lequel raisonnent les économistes libéraux. Dans le secteur agroalimentaire par exemple, les filières ou chaînes de valeur internationales sont constituées d'acteurs très différents et leurs relations de pouvoir très asymétriques. La loi du marché ne permet pas de satisfaire la demande alimentaire d'une personne pauvre, qui ne serait pas solvable, alors même qu'il s'agit d'un besoin vital. La confrontation de l'offre et de la demande (solvable), est ainsi incapable de permettre l'adéquation entre les ressources alimentaires disponibles et les besoins vitaux des populations, d'où le désordre alimentaire actuel décrit précédemment.

Ainsi, les défenseurs du marché ne portent ni les valeurs de la liberté, ni celle de la responsabilité, ni celle de l'égalité. Le marché ne porte pas les valeurs de liberté, puisqu'il ne s'intéresse qu'à la liberté d'entreprendre et à la liberté de circuler pour les marchandises et les capitaux, à l'exclusion de celle des personnes... Il ne porte pas non plus les valeurs de responsabilité, puisqu'il ne se sent concerné ni

---

<sup>2</sup> La pandémie a largement accentué le phénomène, puisqu'en un an, 181 millions de personnes supplémentaires souffrent de la faim.

par les situations de pauvreté ou même de famine, ni dans un autre domaine par le dérèglement climatique, l'érosion de la biodiversité ou la raréfaction des ressources naturelles... Enfin, il ne porte pas les valeurs d'égalité puisque la concurrence est structurellement faussée.

Le commerce international est souvent antagonique du développement durable dans ses dimensions notamment sociales et environnementales, sur lesquelles je ne m'étendrais pas. Je me contenterais de signaler qu'il pousse – par exemple dans le secteur agricole - les exploitations agricoles, les territoires, les pays vers la spécialisation et l'artificialisation de leurs modèles de production, alors même que les principes de diversification, de complémentarité entre cultures, entre agriculture et élevage sont à la base de l'agroécologie, l'un des fondements du développement durable.

Cependant, dans certains cas, le commerce international permet la dissémination d'innovations de haute technologie, bénéfiques parfois pour l'ensemble des populations et qui sont souvent elles-mêmes le produit d'interactions nombreuses et d'échanges internationaux multiples entre acteurs économiques. L'exemple de la vaccination contre la Covid-19 illustre à la fois le rôle du commerce international (rendre accessible la vaccination aux pays non-producteurs de vaccins...) mais aussi bien sûr ses limites (géré comme un bien ordinaire, le vaccin n'est pas accessible en quantité suffisante dans tous les pays, les moins riches ne pouvant suivre la surenchère des plus riches dans la commande des doses).

Entre protectionnisme non coopératif et libre-échange non encadré, une voie peut être trouvée, du côté du **commerce équitable, avec son double objectif de changement vers la transition sociale et vers la transition écologique et ses actions d'appui aux organisations paysannes démocratiques et d'appui au renforcement de filières transparentes équilibrées.**

L'importance de construire un espace régional africain qui se protège et joue les complémentarités internes est aussi de plus en plus reconnue. L'Afrique de l'Ouest y travaille depuis plusieurs décennies avec les projets de l'UEMOA et de la CEDEAO<sup>3</sup>. L'Union Africaine s'est également emparé du sujet avec la création à partir du 1 janvier 2021 au niveau du continent entier du projet (aux résultats encore incertains) de zone de libre-échange continentale africaine ZLECA...

En conclusion, nul doute que la promotion, en Afrique, du commerce équitable viendrait soutenir ces politiques publiques et contribuerait progressivement à mettre plus d'équité dans le commerce international et partant faciliterait un développement durable pour le continent.



### **Intervention de Ousseini Ouedraogo, secrétaire exécutif du ROPPA**

Ousseini Ouedraogo rappelle que l'agriculture ouest-africaine est un pilier de l'économie des pays. Elle représente 80% du PIB et 65% des emplois, et est dominée par l'agriculture familiale.

Après les indépendances, les pays ouest africains ont continué à s'inscrire dans le développement de filières de rente, comme le cacao, pour s'enrichir. Dans les années 70, de fortes sécheresses

---

<sup>3</sup> Voir en particulier la politique agricole de la CEDEAO ou ECOWAP, malheureusement contredite par l'adoption d'un Tarif Extérieur Commun TEC, sans doute insuffisant pour soutenir la promotion des filières agricoles de la sous-région.

ont poussé le développement des filières vivrières comme seule solution face à l'insécurité alimentaire grandissante. La création des coopératives agricoles a suivi les investissements opérés par les Etats, qui ont bien compris que les denrées essentielles, consommées en grande quantité par les populations (ex du riz : 54 kg par an et par personne) devaient être produites au niveau national.

Les émeutes de la faim en 2008 ont été un enseignement qui a invité les Etats et la société civile à pousser pour le développement d'un marché régional, seul capable d'atténuer les impacts négatifs du commerce international. Ce dernier reste inévitable, et peut avoir des retombées positives pour les petits producteurs, à condition de :

- Assurer la redistribution des marges aux petits producteurs
- Mettre en œuvre une politique d'accroissement de la productivité
- Garantir la sécurité alimentaire des Etats, notamment en assurant un accès aux semences pour les producteurs
- Appuyer la mise en œuvre d'un marché régional et le développement de marchés domestiques
- Promouvoir l'agroécologie



### **Julie Stoll, Déléguée Générale de Commerce Equitable France**

Lors de son intervention, Julie Stoll a pu revenir sur l'inégale répartition du pouvoir au sein des filières agricoles. Elles se caractérisent par un oligopsonne : un petit nombre d'acheteurs (les multinationales) pour un grand nombre de vendeurs (les producteurs), laissant peu de marge de manœuvre aux producteurs.

Les multinationales opèrent souvent dans l'opacité et la faiblesse des revenus attribués aux producteurs leur rendent impossible la planification sur le long terme, la prise de risques ou les investissements structurants.

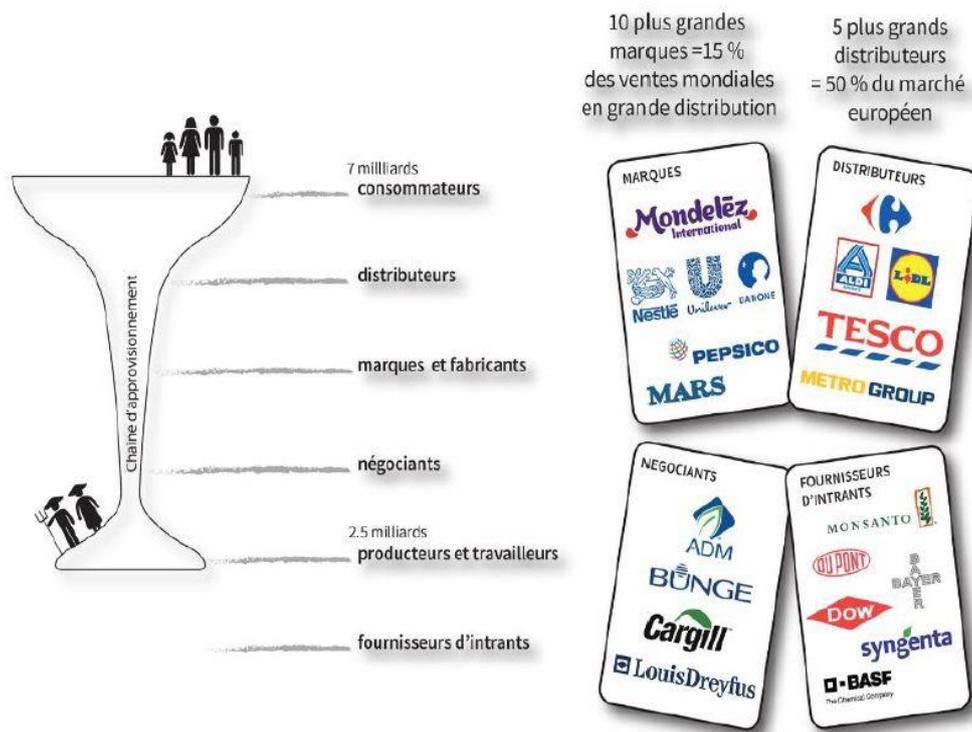


Figure 1 Concentration de pouvoir dans les filières agricoles

L'étude « La face cachée du cacao », mise en œuvre par Le Basic, a permis de mettre en avant que la déforestation, le travail des enfants et l'insécurité alimentaire sont les trois principaux impacts que la filière du cacao engendre sur les petits producteurs et leurs familles. Ces impacts négatifs se traduisent en coûts cachés pour le pays, c'est-à-dire des coûts non pris en charge par les structures qui en sont à l'origine et laissés à la charge des populations locales. Le commerce équitable peut permettre une réduction de ces coûts sociétaux sous trois conditions :

- Prix suffisamment élevé payé aux producteurs pour qu'ils puissent investir dans les filières
- Dynamique de coopératives solide portée par les membres
- Articulation du commerce équitable avec l'agroforesterie et l'agriculture biologique

Une autre étude, concernant la filière café, a quant à elle permis de prouver que la multiplication par 2 du marché du café sur les 20 dernières années n'avait été capté quasiment que par les torréfacteurs et distributeurs. Les producteurs n'ont touché que 4% de cette augmentation. Le commerce équitable, dans cette filière, a permis de :

- Renforcer le pouvoir de négociation des coopératives et de capter plus de valeur ajoutée
- Assurer un filet de sécurité sur les prix
- Produire des effets environnementaux positifs lorsque la production est couplée à de l'agriculture biologique

Cependant, que ce soit dans le cas du cacao ou du café, la limite majeure du commerce équitable est qu'il ne touche qu'une partie mineure des producteurs.

## Références :

**Qui a le pouvoir dans les filières agricoles ? »** : <https://www.commerceequitable.org/publication/qui-a-le-pouvoir-revoir-les-regles-du-jeu-pour-plus-dequite-dans-les-filieres-agricoles/>

**La face cachée du chocolat** : <https://www.commerceequitable.org/publication/la-face-cachee-du-chocolat/>

**Zoom sur le café** : <https://www.commerceequitable.org/actualites/journee-internationale-du-cafe/>

### 1.1. Comment le commerce équitable peut-il constituer une alternative au commerce international ?



## Emilie Durochat, Déléguée Générale adjointe de Commerce Equitable France et responsable du programme Equité

Le commerce équitable est une démarche systémique au service du développement durable, qui englobe les 17 Objectifs de Développement Durable des



Nations Unies.

## De quoi parle-t-on exactement ?

### DEFINITION INTERNATIONALE DE FINE (2001)

« Le Commerce Equitable 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 Equitable (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. »

Actuellement, on compte 2400 Organisations de Producteur.ice.s certifiées au sein de 76 pays, dont 340 en Afrique de l'Ouest. Le marché du Commerce Equitable pèse pour 12 milliards d'euro de chiffre d'affaire en 2018.

Les acteurs de l'écosystème des chaînes de valeur du commerce équitable sont de plusieurs natures : acheteurs, importateurs, labels, ONG et programmes de développement, banques locales, instituts de microfinances, PNCE, pouvoirs publics, acteurs du monde de la recherche, de l'éducation, etc.

On compte de plus 9 réseaux de producteur·ice·sde commerce équitable au Sud et 6 au Nord qui ont pour missions principales de :

1. Faciliter la concertation entre acteurs de l'écosystème du commerce équitable
2. Renforcer les capacités des organisations de producteur.ice.s certifiées CE
3. Sensibiliser au CE sur le territoire national
4. Porter des plaidoyers auprès des autorités nationales et des acteurs économiques



### Quels sont les impacts du commerce équitable ?

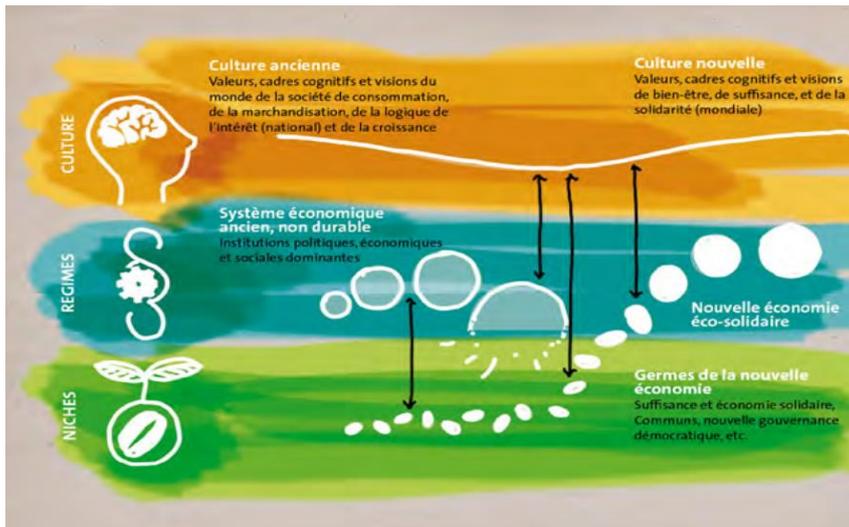
Le commerce équitable peut être porteur de changements positifs sur l'aires de changements : 1/Les conditions de vie des familles de producteur.ice.s engagé.e.s, 2/le niveau de structuration des OP, 3/le niveau de développement local et national, 4/la gestion des ressources naturelles, 5/la différenciation sociale du genre et 6/l'implication des jeunes, les consommateurs et le monde entrepreneurial.

La revue d'études d'impacts menée par le CIRAD en 2010 a permis de mettre en avant que le commerce équitable permettait aux producteur.ice.s de bénéficier de meilleurs prix, d'investir dans la qualité du produit proposé, de favoriser le développement communautaire grâce aux primes, de diminuer l'utilisation d'intrants, et renforcer les OP et les producteur.ice.s membres.

Une méta-analyse réalisée en 2020 sur 11 revues d'études d'impacts confirment les résultats suivants : Des prix meilleurs et un filet de sécurité pour les producteurs, des investissements dans la qualité des produits, un développement communautaire permis par la prime de développement, un renforcement des organisations de producteurs et une diminution intrants chimiques.

### Comment accompagner les changements de société ?

### 3 strates pour accompagner le changement social :



1ere strate : faire grossir les germes de la nouvelle économie (entreprises de commerce équitable)

2eme strate : changer les régimes, les règles, les lois pour promouvoir une société et une économie plus éco-solaire

3eme strate : changer les référentiels culturels et valeurs pour promouvoir une nouvelle culture

#### Références :

- Charte internationale du Commerce Equitable, 2018 : <https://www.fair-trade.website/>

- Smart CSO : Réimaginer l'Activisme

[https://www.smartcsos.org/images/Documents/reimaginer\\_lactivisme\\_guide.pdf](https://www.smartcsos.org/images/Documents/reimaginer_lactivisme_guide.pdf)

## 2. Accompagner le changement par le plaidoyer

### 2.1. Plaidoyer porté par Commerce Equitable France : quels facteurs de réussite ?



#### **Mathilde Brochard, Responsable Plaidoyer Commerce Equitable France**

Le plaidoyer est au coeur de la définition mondiale du mouvement du commerce équitable élaborée en 2001. Il fait partie des modes d'actions qui doivent être développés par les acteurs du secteur pour atteindre plus d'équité dans le commerce :

« 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.** »*

**Définition de FLO / WFTO / EFTA (2001)**

Chez Commerce Equitable France, tête de réseau du mouvement français de CE, le plaidoyer s'articule autour de deux axes stratégiques :

- Construire un cadre institutionnel favorable au développement du secteur du commerce équitable
- Promouvoir les principes du commerce équitable pour construire des nouvelles formes de régulations publiques

**Postulat de base chez CEF : Le commerce équitable n'est pas une fin en soi, c'est l'équité dans le commerce qui l'est. Le commerce équitable est un moyen pour atteindre plus d'équité dans le commerce.**

Depuis sa création en 1997, Commerce Equitable France a connu des victoires de plaidoyer stratégiques, ayant permis la définition d'un cadre réglementaire unique dans le monde et solide pour protéger le secteur :

- Définition légale du commerce équitable en 2014 (article 94 de la loi ESS) :
  - Producteurs organisés au sein de coopératives ayant une gouvernance démocratique
  - Contrats pluriannuels d'achat entre les coopératives et les entreprises
  - Prix rémunérateurs pour les producteurs prenant en compte les coûts de production
  - Financement de projets collectifs par les coopératives
  - Traçabilité des filières et transparence vis-à-vis des consommateurs
  - Sensibilisation et éducation des consommateurs
  - Valorisation des modes de production respectueux de l'environnement, de la biodiversité et l'agroécologie

Depuis 2014, une entreprise qui se réclame publiquement du CE doit respecter les 6 premiers principes énoncés précédemment (et le dernier depuis août 2021).

Au cours des dernières années, le cadre réglementaire du commerce équitable a été renforcé grâce à diverses campagnes de plaidoyer législatives :

- Loi PACTE 2019 : Obtention d'une équivalence juridique des termes « commerce équitable » et « Equitable ».
- Loi climat et résilience 2021 : Obligation de recours à un label de commerce équitable pour les entreprises qui se revendiquent du commerce équitable et reconnaissance publique des labels de commerce équitable par la plateforme RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises).
- Contrôle par l'Etat au travers de l'organe de répression des fraudes (DGCCRF)

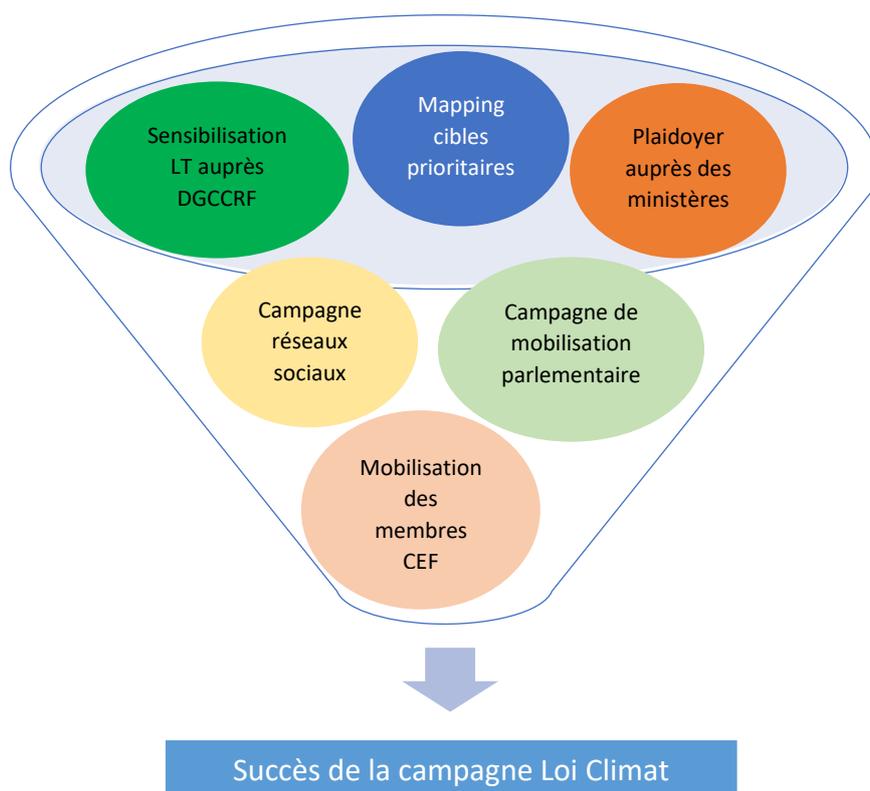
Ce cadre institutionnel et légal pour le secteur est le fruit du plaidoyer législatif de Commerce Equitable France, ainsi que des positions communes dont s'est doté le collectif au cours des années pour structurer le secteur. Depuis 2005, la gouvernance de CEF lui avait donné comme mandat de :

- Limiter les allégations mensongères sur le commerce équitable ;
- Organiser des discussions collectives pour faire émerger une définition commune du commerce équitable, notamment avec les 8 labels qu'elle défend ;
- Rendre les labels de commerce équitable obligatoires pour les produits « équitables » ;

Dans le cadre de la loi Climat et résilience (2021), Commerce Equitable France a réussi à faire passer un certain nombre d'amendements qui entérinent des batailles de long terme pour le secteur. Notamment, les contributions du commerce équitable pour agir sur les enjeux actuels de lutte contre les dérèglements climatique et environnementaux sont reconnues, avec l'ajout à la définition légale de 2014 des modes de production qui soient respectueux de l'environnement et de la biodiversité tels que l'agroécologie.

De plus, à l'article 257 de la loi EGALIM, les produits de commerce équitable sont reconnus comme produits éligibles pour compter dans les 50% de produits alimentaires sains et durable que doit atteindre la restauration collective publique et privé dès janvier 2022. La restauration collective devient ainsi un levier de durabilité et un marché pérenne pour les produits du commerce équitable.

Enfin, en 2023, les produits portant un label de commerce équitable seront reconnus publiquement, ce qui devrait permettre de mettre fin à la concurrence déloyale aux entreprises de commerce équitable qui payent les coûts de la certification.



Pour convaincre les différentes cibles de cette campagne Loi Climat, plusieurs moyens ont été utilisés : courriers argumentés, rendez-vous, notes de plaidoyers argumentées, rédaction d'amendements clés à mains, courriers d'interpellation, auditions parlementaires, relance téléphoniques, interpellations sur les réseaux sociaux... L'accent a été mis sur ceux qui restaient à convaincre et non ceux qui étaient déjà convaincus. Il est cependant important de continuer à remercier ceux qui s'engagent pour qu'ils se sentent valorisés et qu'ils contribuent à la diffusion des messages.

#### **En résumé, quelques facteurs clés pour un plaidoyer impactant :**

- Objectifs clairs du changement politique que l'on veut voir opérer (direction)
- Flexibilité, mais une théorie du changement commune forte à la base d'un argumentaire crédible
- Définir des actions ciblées pour convaincre les décideurs (carburant de la campagne)
- Construire des alliances fortes à tous les niveaux
- Penser à la fois du local au global et du global au local (force de mouvement pour insuffler les changements dans les processus globaux)

#### 2.2. Porter un plaidoyer sur les questions en lien avec l'agriculture paysanne et l'agroécologie



#### **Intervention de Ousseini Ouedraogo, secrétaire exécutif du ROPPA**

Le plaidoyer est un outil très important pour les organisations de la société civile et les Organisations de Producteur.ice.s : en s'appuyant sur la loi et la légitimité des réseaux de producteur.ice.s qui portent la voix d'une majorité de la population, il peut permettre d'accomplir de grandes choses.

Le ROPPA a été créé en marge de la rencontre sur la libéralisation des marchés de 1998 au Burkina Faso. Cette politique avait pour objectif de favoriser l'accès au marché international, et le réseau a vu le jour en 2000 afin de permettre aux OP ouest africaines de porter une vision commune et de proposer une approche multidimensionnelle. En effet, ces dernières manifestaient la volonté de participer activement à la formulation des politiques auprès de

l'UEMOA, créé en 1994. Le ROPPPA nouvellement établi a gagné sa première bataille en obtenant de la part des partenaires techniques et financiers en présence des ressources financières permettant de conduire des consultations au Burkina Faso pour consolider sa vision et la défendre auprès de l'UEMOA.

Après une vaste campagne de plaidoyer auprès des chefs d'Etats de la région, un fonds régional de développement agricole a été obtenu auprès de l'UEMOA qui a permis au ROPPA de bien s'ancrer dans le paysage politique, et notamment de contribuer à la révision de l'instrument TEC (Tarif Extérieur Commun) en mobilisant une expertise technique lui permettant de construire une vision convaincante.

Pour bien porter des messages de plaidoyer, notamment dans le domaine de l'agroécologie, quelques facteurs de succès sont identifiés par Ousseini Ouedraogo et présentés dans le graphe ci-dessous. Les faiblesses du réseau sont aussi identifiées.

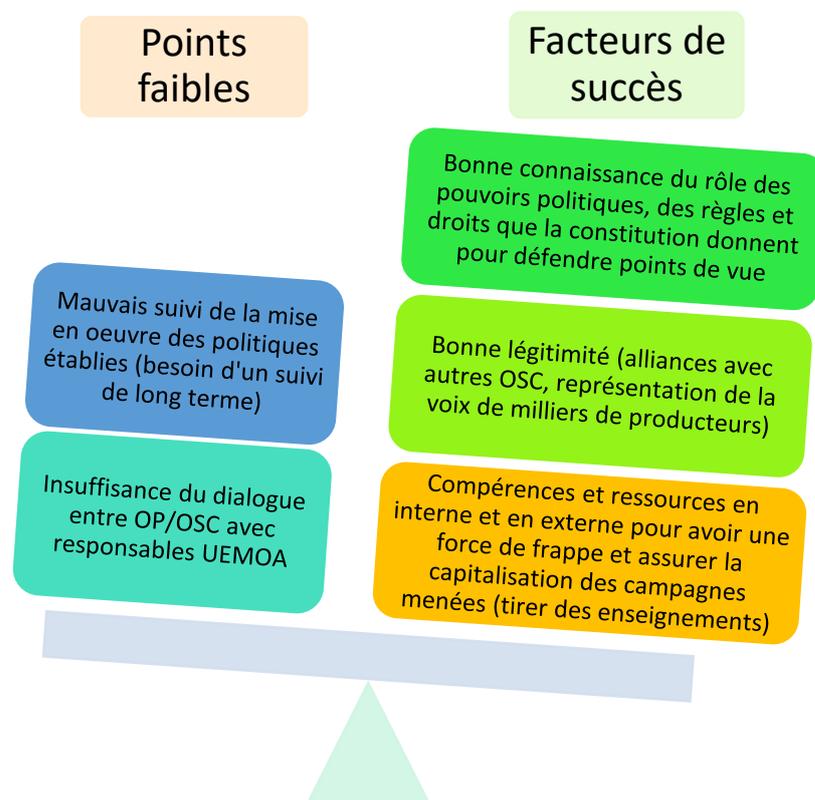


Figure 2 Identification des facteurs de succès et points faibles du ROPPA pour mener à bien plaidoyer

Aujourd'hui, face à l'utilisation abusive des pesticides chimiques, le ROPPA a créé une alliance appelée la 3AO pour soutenir la transition agroécologique en Afrique de l'Ouest. Leur objectif est d'intégrer l'agroécologie dans les politiques de l'UEMOA et de la CEDA.

**Question : comment le ROPPA mobilise-t-il les ressources humaines et financières ?**

**Réponse :** les institutions régionales et les OP membres apportent des financements pour assurer le maintien des staffs du ROPPA. Un dispositif de formation des jeunes et des femmes sur les politiques publiques est également mis en œuvre pour préparer la relève.

**Question : est-ce que le ROPPA a une équipe plaidoyer qui existe de façon permanente ?**

**Réponse :** une équipe est constituée en fonction des sujets à défendre, le noyau de départ a donc été consolidé. Certaines personnes sont responsabilisées sur des thématiques spécifiques.

### 2.3. Présentation du rapport « Politiques publiques nationales en faveur du commerce équitable mises en œuvre en Amérique Latine »



#### **Intervention de Didier Reynaud, Fair Trade Advocacy Office**

Le Fair Trade Advocacy Office (FTAO) s'exprime au nom du mouvement du commerce équitable pour l'équité et la justice commerciale dans le but d'améliorer les moyens de subsistance des producteur.ice.s et des travailleurs marginalisés du Sud. Créé en 2004 et basé à Bruxelles, ce bureau d'études porte surtout la voix des producteur.ice.s auprès de l'Union

Européenne.

Durant ce séminaire, FTAO a présenté le rapport suivant : [Politiques publiques nationales en faveur du commerce équitable mises en œuvre en Amérique Latine](#), résultat d'une étude menée en collaboration avec la CLAC et qui avait pour objectifs de :

- ✓ Etudier les politiques publiques actuelles et passées en matière de commerce équitable ou de domaines politiques connexes dans le monde
- ✓ Analyser les environnements favorables à l'adoption du commerce équitable
- ✓ Formuler des recommandations aux mouvements nationaux et à une échelle internationale du commerce équitable
- ✓ Formuler des recommandations aux décideurs politiques nationaux.

# CLASSIFICATION DES POLITIQUES PUBLIQUES

NIVEAU 1	NIVEAU 2	NIVEAU 3	NIVEAU 4
<p><b>Législation générale ou directe ou politiques publiques sur le CE</b></p> <p>✓ Législation qui réglemente ou reconnaît le commerce équitable</p>	<p><b>Politiques ou législations spécifiques qui mentionnent le CE et tous ses principes</b></p> <p>✓ Les législations qui ne concernent pas directement le CE mais qui mentionnent le CE et reconnaissent explicitement le CE et les chaînes d'approvisionnement de produits du CE.</p>	<p><b>Politiques ou législation qui ne mentionnent pas le CE mais qui peuvent permettre de soutenir certains principes du CE.</b></p> <p>✓ Les politiques publiques et les législations qui ne mentionnent pas le commerce équitable mais qui peuvent le rendre possible. Les politiques publiques qui créent des changements dans la façon dont le marché est réglementé.</p>	<p><b>Programmes et initiatives de soutien gouvernemental portant directement sur le CE, ou sur certains de ses principes ou liés au CE.</b></p> <p>✓ Programmes à court terme ou limités dans le temps, chartes, résolutions et cadres non contraignants, programmes</p>
<p><i>constitution, loi, stratégie, plan d'action etc. sur le CE</i></p>	<p><i>marchés publics, accords de développement et de coopération extérieure, économie sociale et solidaire</i></p>	<p><i>UTP, HRDD, politique commerciale, ODD, fiscalité, politiques d'entrepreneuriat social, coopération internationale, économie circulaire, économie sociale et solidaire</i></p>	<p><i>développement et coopération extérieure, programmes de promotion des importations et des exportations, subventions et soutien financier, soutien technique</i></p>

Figure 3 Classification des politiques publiques en 4 niveaux

Didier Reynaud a présenté deux études de cas : celle du Brésil et celle de l'Équateur.

L'expérience brésilienne du commerce équitable et solidaire est unique. Le mouvement du commerce équitable est historiquement riche et défend une approche intégrée dans l'économie solidaire. Depuis 2000, dans les politiques publiques, le commerce équitable s'est développé de façon spectaculaire. Ce n'est plus le cas, mais le Brésil possède l'un des plus beaux chapitres de l'histoire du commerce équitable. Ce qui a notamment été permis grâce à :

- Des mouvements sociaux forts et l'organisation de forums sociaux mondiaux ;
- Une influence internationale des acteurs du CE et des ONG brésiliens ;
- Un processus participatif des parties prenantes ;
- Une implication de fonctionnaires ;
- Un mouvement politique (Lula en 2003) qui se saisit du sujet « commerce équitable » ;
- Une passion des personnes clés impliquées.

L'Équateur se caractérise quant à lui par la nature unique de ses cadres constitutionnel et juridique et de ses politiques publiques nationales en matière de commerce équitable. C'est le seul pays au monde qui positionne la question du CE de manière explicite dans sa constitution et y associe une stratégie nationale.

**En résumé** pour qu'une politique publique de CE se mette en place il faut une part de chance avec des politiques publiques qui soient prêtes à soutenir l'initiative, et qui s'y engagent fortement.

*Le PowerPoint de la présentation est disponible en annexe de ce compte rendu.*

### 3. Elaborer une vision ambitieuse à horizon 2030 et identifier les étapes intermédiaires pour engager le changement

#### 3.1. Présentation de la méthodologie « Approches orientées changement »

##### ***Comment le mouvement du commerce équitable peut penser le changement et comment les PNCE peuvent le faire à leur niveau ?***

Voilà la question au cœur de la dernière partie de ce séminaire inter-PNCE. Et pour y répondre, un outil : les approches orientées changement ! Cette terminologie a été créée par le F3E (<https://f3e.asso.fr/boite-a-outils/>) qui réfléchit beaucoup aux impacts des projets de développement : quels changements dans la société mon organisation veut permettre ?

**Objectif de la méthode : fédérer les personnes autour d'une ambition commune, une vision, un rêve, et donner du sens à notre engagement commun.**

Cette approche permet de se décentrer des activités qu'on met en œuvre et de redonner du sens à ce que l'on fait tout en s'extrayant de l'approche court termiste de la gestion de projets. L'idée de progression est aussi centrale : comment peut-on faire pour passer de la situation de départ à celle que l'on souhaite atteindre dans 10 ans, et quelles sont les étapes pour y arriver ?

Elle s'appuie sur cinq principes clés :

1. Partir d'une **vision positive** de l'avenir plutôt que des problèmes (horizon 5, 10 et 15 ans)
2. S'intéresser aux **acteurs et actrices** et pas uniquement aux actions
3. Réfléchir à la **progression**
4. Mobiliser les acteurs et actrices du territoire, dans un dynamique de **co-responsabilité**
5. Changer sa posture dans une optique d'« **accompagnement** » du changement

Et sur une méthodologie en 4 étapes :

1. Analyser le contexte et les acteurs et actrices : rapport de pouvoir, qui sont nos alliés
2. Définir une vision collective : se projeter sur le long terme au-delà du projet
3. Tracer des chemins de changement
4. Définir des actions et stratégie

#### 4.2. Qui sont nos alliés ?

Chaque réseau national de commerce équitable a pris un temps de brainstorming pour identifier et analyser les actions des parties prenantes en présence dans les contextes nationaux dans lesquels elles évoluent. L'objectif de cette séance était d'identifier quels acteurs sont alignés avec elles sur la vision, et quelle est leur pouvoir d'action (sont-ils influents, ou non ?). Le diagramme ci-dessous a permis aux PNCE de positionner les acteurs ainsi identifiés selon ces deux gradients partage de la vision / influence.



### Fair Trade Ghana Network

Cet exercice a permis au FTGN d'identifier les acteurs ghanéens qu'il est nécessaire d'emmener avec eux, ceux qui pourraient évoluer en partageant leur vision et ceux qui pourraient gagner en influence.

### Plateforme Nationale du Commerce Equitable du Burkina Faso

La PNCE-B a identifié qu'il existe des organisations qui travaillent à contre-courant de leur organisation. Il y a également beaucoup d'acteurs qui interviennent avec une vision similaire et qu'il faut réussir à réunir pour avancer.

### Réseau Ivoirien de Commerce Equitable

Cet exercice a permis au RICE d'identifier les cibles avec qui s'associer et à qui s'adresser pour mettre en œuvre leurs stratégies communes.

### Plateforme Togo-Bénin

Très peu de structures au Togo et au Bénin connaissent le combat pour le commerce équitable et il faut déjà réussir à les identifier et à les y sensibiliser.

### Collège Commerce Equitable Malien

Les institutions publiques et les financeurs (organisations internationales) partagent globalement la vision du CCEM. Le CCEM est assez pessimiste quant à leur capacité à faire bouger les lignes au niveau de l'environnement car certains autres acteurs en présence sont uniquement intéressés par le profit.



Figure 4 - Présentation des acteurs identifiés par le CCEM

### 4.3. Quelle est notre vision à horizon 2030 ?

L'objectif de cette session était pour chaque PNCE d'élaborer **une vision positive à horizon 2030**, qui aiderait à fédérer les acteurs autour d'un projet, et donnerait du sens à la volonté de travailler ensemble.



Figure 5 Vidéo de présentation du F3E: <https://f3e.asso.fr/boite-a-outils/planification-strategique-des-aoc/definir-une-vision-collective/>

Il s'agit d'identifier une situation nouvelle vers laquelle il est souhaitable d'aller d'ici 10 ans pour les PNCE, avec une approche collective pour mieux se projeter ensemble dans l'avenir.

En 5 à 6 phrases, il convient de décrire une photo d'avenir assez ambitieuse pour poser un idéal, mais sans être irréaliste. Cette vision, qui rassemble les contributions de chacun pour construire une vision fédératrice doit pouvoir évoluer dans le temps et ne pas être figée dans le marbre.

#### Vision de la Plateforme Nationale du Burkina Faso

D'ici 2030, la PNCE-B est **autonome** et a permis au niveau national et international la reconnaissance du **commerce équitable comme outil de développement durable** respectueux de l'environnement. Elle influence les politiques publiques pour **plus de justice sociale** et l'adoption des textes en faveur du Commerce équitable.

Grace à l'accompagnement de la PNCE-B, les **OP membres sont dynamiques, vendent leurs produits aux conditions du commerce équitable et de l'AB** et se positionnent comme un acteur majeur du développement communautaire.

Les producteurs ont adopté des **pratiques agroécologiques et leur revenus et conditions de vie sont améliorés**. Les jeunes et les femmes ont renforcé leur leadership et sont reconnus comme des acteurs clés du développement.

## Vision du Fair Trade Ghana Network

D'ici 2030, le FTGN aura été capable de réunir tous les membres certifiés commerce équitable au Ghana :

- Le FTGN a augmenté son **nombre de membres** : tous les producteurs certifiés CE au Ghana ont adhéré au réseau
- Le **travail des enfants** a été éradiqué à hauteur de 75%
- Tous les producteurs certifiés au Ghana ont au moins 3 **acheteurs en commerce équitable**
- Les conséquences du **changement climatique** ont diminué
- La **productivité du cacao** a augmenté
- Les **femmes** sont plus présentes dans les positions de leadership

## Collège du Commerce Équitable au Mali

D'ici 2030, les membres du CCEM **augmentent leurs volumes de commercialisation** de 200%.

Le Commerce équitable est intégré dans les **politiques commerciales**.

Au moins 3 labels de commerce équitable sont représentés et **connus par les autorités maliennes**.

90% des OP membres du CCEM mettent en place des **actions de protection de la biodiversité et de l'environnement**.

## Plateforme Togo-Bénin

D'ici 2030, la plateforme sera **représentative des OP du commerce équitable et reconnue par l'Etat** comme un acteur du commerce équitable et de l'agroécologie.

Elle sera un acteur qui accompagne les OPs membres dans la recherche de clients en commerce équitable par des renforcements de capacités.

Les OP membres ont des techniques de commercialisation et une bonne maîtrise des standards du CE.

La plateforme fera remonter les contraintes des OP auprès des labels.

Le nombre de membres de plateforme sera passé de 10 à 20.

## Réseau Ivoirien de Commerce Équitable

D'ici 2030, le RICE est reconnu **d'utilité publique, est autonome et fédère toutes les OP de commerce équitable en Côte d'Ivoire**.

Il est un acteur clé dans la **lutte contre la déforestation, le travail enfants, l'égalité de genre** et permet à ses membres un accès à des **marchés rémunérateurs sur le long terme**.

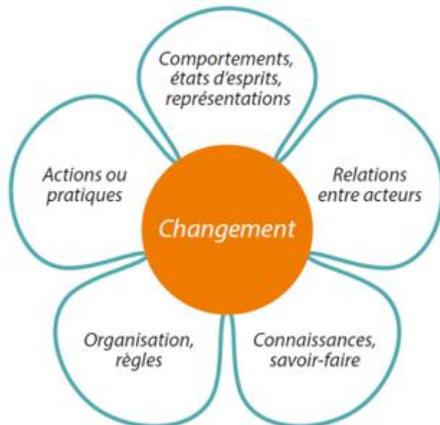
**L'agroécologie** est adoptée comme principal mode de production.

*Recommandation formulée : recentrer la vision sur des choses moins généralistes et plus atteignables.*

#### 4.4. Séquence 4.3. Identifier les chemins de changement pour atteindre sa vision

Les « approches orientées changement » offrent des méthodologies intéressantes qui aident à penser les « chemins de changement » permettant d'accompagner des changements sociaux complexes.

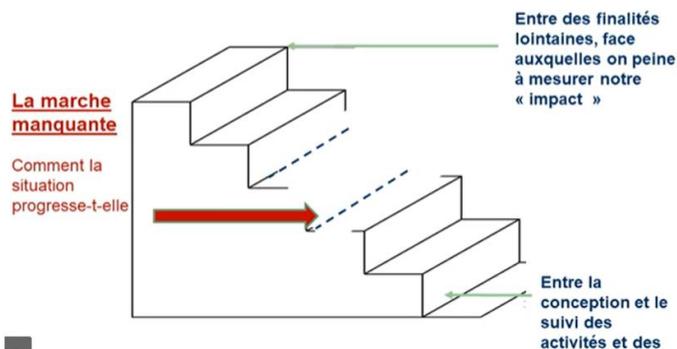
Le séminaire a ainsi permis d'apporter aux PNCE des éléments méthodologiques pour tracer « les chemins de changement » nécessaires à l'atteinte de la vision préalablement formulée par les PNCE.



**Les changements intermédiaires nécessaires peuvent être de différentes natures :** changements de pratiques des acteurs, changements de relations entre les parties prenantes, acquisitions de connaissances, changements de règles, changements de représentations, référentiels culturels, etc.

Ces chemins de changement constituent des « petits pas » atteignables comme l'illustre le schéma ci-après.

S'intéresser au petits pas (vision progressive)



Une fois les visions à horizon 2030 formulées par les PNCE, il leur a été demandé de définir les repères par lesquels il faudra passer pour progresser vers leur vision, au fil du temps. Ces repères constituent ce qu'on appelle des « chemins de changement ».

Ci-dessous, quelques exemples des chemins de changement identifiés par les PNCE.

## Réseau Ivoirien de Commerce Equitable

En ce qui concerne l'autonomie et l'adhésion des OP : ces dernières devront d'abord s'approprier les missions du réseau puis y adhérer, ce qui permettra au réseau de gagner en légitimité.

Les acteurs de la filière cacao seront invités aux activités du réseau et le RICE est également identifié comme un acteur à inviter, ce qui permettra de créer un lien durable et d'améliorer la visibilité du réseau au niveau national.

## Plateforme Nationale du Burkina Faso

Les membres de la PNCE-B s'approprient la vision qu'elle porte et sont motivés à payer leurs cotisations annuelles. La PNCE dispose d'une équipe compétente pour la levée de fonds, et elle est en capacité tous les 2 ans de mettre en place un nouveau projet. Elle est capable de financer ses instances par ses propres moyens et peut rendre des services aux membres qui restent ainsi motivés.

La PNCE joue le rôle de leader de l'écosystème du commerce équitable au Burkina Faso et permet la reconnaissance du mouvement au niveau national. Elle engage des actions de plaidoyer sur l'agroécologie et le commerce équitable et les autorités participent activement aux activités de la PNCE-B.

Les actions de la PNCE-B permettent une amélioration de la gouvernance des OP membres, et la légitimité de la PNCE-B est assise. Des projets communautaires et des infrastructures sont développés, la santé et la qualité de l'eau sont améliorés pour les communautés rurales.



*Figure 6 - La PNCE-B identifie les chemins de changement pour atteindre sa vision 2030*

## Quelques mots pour conclure

Ces trois premiers jours du séminaire des réseaux de producteur·ice·s de commerce équitable ont remplis leurs objectifs et ont été inspirants pour tout.e.s les participant.e.s ouest africain.e.s et européen.ne.s. Les réseaux de producteur·ice·s sont reparties dans leurs pays respectifs renforcées de nouveaux outils pour leur permettre de défendre un commerce équitable porteur d'impacts sociaux et environnementaux positifs forts pour les producteur.ice.s.

L'introduction et l'application de la méthode « Approches Orientées Changement » leur a en effet permis de prendre un peu de recul sur leurs activités habituelles, et de se projeter sur un temps long en se questionnant sur les changements sociétaux qu'elles souhaitent apporter dans leurs pays respectifs et sur les étapes de changements intermédiaires qu'il leur faudra franchir pour y parvenir d'ici à 2030.

Les interventions de grande qualité de Ousseini Ouedraogo (ROPPA), Didier Reynaud (FTAO) et José Tissier (CEF) ont par ailleurs permis d'apporter un regard nouveau sur l'incapacité du commerce mondial et l'organisation actuelle des chaînes de valeur à contribuer de manière équitable et juste au développement durable des pays du Sud, et sur l'alternative que pouvait présenter le commerce équitable face à ce constat.

Les réseaux de producteur·ice·s ont particulièrement apprécié la présentation d'outils de plaidoyer et l'expérience partagée par Commerce Equitable France, le ROPPA et FTAO sur la conduite de campagnes de plaidoyer permettant d'avoir un impact sur les politiques publiques nationales et régionales. Elles sont reparties enrichies de ce partage d'expériences et avec à l'esprit un certain nombre de conseils et de facteurs de succès qui pourront leur permettre, nous l'espérons de faire reconnaître le commerce équitable comme un levier de développement durable dans leurs pays respectifs, pour toujours plus d'impacts pour les producteur.ice.s et leurs familles !



Figure 7 Conclusion d'un séminaire riche en échange d'expériences !



@Commerces Équitables France, coopérative Kany