Le commerce équitable comme alternative à la crise des petits producteurs de café : l'exemple du Mexique

Après le Brésil, la Colombie, l'Indonésie et le Vietnam, le Mexique est le cinquième plus grand producteur de café au monde, avec près de 750 hectares de culture. La production de café représente, après le pétrole et le tourisme, une des plus grandes entrées de devises au pays. En 2007, la production totale de café a été de 4,5 millions de sacs de 60kg de café vert, dont 2,9 millions ont été exportés. Cette activité a généré des recettes de 329,2 millions. Malgré cet énorme marché, un demi-million de petits producteurs de café vivent toujours dans la pauvreté ou l'extrême pauvreté. À titre d'exemple, ces derniers ne reçoivent que 0,06% (6 sous) pour chaque tasse de café vendue au Mexique (plus ou moins vendue à 1$). En effet, pratiquement tous les profits générés par cette activité sont accaparés par quelques multinationales. Cinq d'entre elles (Kraft Suchard, Nestlé, Procter & Gamble, Sara Lee et Tchibo[1]) achètent près de la moitié des grains de café consommés dans le monde entier et génèrent des profits de milliards de dollars. Le volume annuel de leurs ventes dépasse souvent le produit national brut de nombreux pays producteurs de café. Les gains de cette activité sont distribués de façon inégale : des milliers d'agriculteurs reçoivent à peine le prix de leurs coûts de production et les travailleurs des grandes plantations encaissent des salaires de misère.

La dure réalité des petits producteurs

Au cours des sept dernières années, les petits producteurs qui ont résisté aux soubresauts économiques ont connu une baisse de leur revenu de 30 %, particulièrement en raison de la chute des prix, du monopole des multinationales, de l'incapacité à demeurer compétitifs face aux économies d'échelles et aux nouvelles technologies transgéniques. De plus, le portrait du secteur de la caféiculture au Mexique comporte de grandes difficultés : monoculture, matériels désuets, problème de capitalisation, insuffisance de financement, sous-scolarisation des producteurs, dirigeants d'organisations corrompus, inefficacité de la production, faibles rendements, mauvaises qualités, offre désorganisée, absence de lois adéquates pour la protection et manque de soutien au secteur. En effet, la majorité des petits producteurs de café ne sont pas organisés, habitent des zones isolées, ne disposent pas d'infrastructures afin de vendre directement leur production sur les marchés locaux et sont peu familiers avec les mécanismes de fixation des prix du café. Ils dépendent entièrement des intermédiaires frauduleux, les *coyotes*. Il faut noter aussi que plus de 60% des 4 500 communautés productrices de café sont des communautés autochtones et 349 des quelque 411 municipalités où le café est produit sont situées dans des zones extrêmement marginalisées.

Une alternative : la promotion du commerce équitable

Afin d'affronter ces dures réalités, les petits producteurs de café commencent à s'organiser à partir des années 80 autour des principes du commerce équitable. Ils

---

[1] En plus des grandes multinationales, d'autres consortiums participent au contrôle du marché du café : Maxwell House, Sankar, Kraft, Nabisco, Kool-Aid, Tang, Jell-O, Velveeta, Oscar Mayer, les chocolats Côte d'Or, Milka, Suchard, Toblerone, Marlboro, Benson & Hedges, les joueurs, Miller Löwenbräu, High Life, Folgers, Nescafé, Taster's Choice, Dolce, Ristreto, Diplomat, Moka et 40 autres marques.

développent de nouvelles structures organisationnelles, productives et commerciales et réussissent tranquillement à se tailler une place au sein des réseaux internationaux de distribution de café. Afin de rendre plus accessible la certification équitable et écologique pour les petits producteurs, le mouvement se donne, en 1997, son propre système de certification nationale. Est ainsi créé l'organisation *Comercio Justo Mexico,* membre de *FLO international*, qui devient responsable de la gestion de ce secteur. Cette initiative provient directement de la base, particulièrement des coopératives de café qui voulaient s'engager sur le marché national du commerce équitable et en faire la promotion. Afin de garantir la qualité des produits, *Comercio Justo Mexico* collabore avec l'organisation *Certimex* qui s'occupe de la certification équitable et biologique (étude, vérification, contrôle). *Comercio Justo Mexico* a deux lignes d'action soit, la règlementation au sujet du commerce équitable pour les organisations de producteurs et pour les organisations qui s'occupent de la commercialisation ainsi que la promotion du commerce équitable et la distribution des produits.

La certificatrice *FLO International* a malheureusement refusé de reconnaître la certification mexicaine au niveau international (bien qu'elle l'ait reconnu pour le marché national). Les producteurs mexicains doivent donc acheter la certification de FLO s'ils souhaitent entrer sur les marchés internationaux, et ce, même s'ils ont la certification nationale. Par contre, si un producteur détient la certification internationale, il obtient *de facto* la certification nationale, sous réserve de certaines règles propres au Mexique. En effet, les règles des deux organisations diffèrent nettement au plan des valeurs. *Comercio Justo Mexico* travaille seulement avec les associations de producteurs, FLO a ouvert la certification aux grandes plantations. *Comercio Justo Mexico* ne certifie que des petites associations de commerçants, FLO certifie des transnationales (Nestlé, Van Houtte, Starbucks). *Comercio Justo Mexico* négocie depuis des années avec FLO afin qu'elle applique le principe de la réciprocité et qu'elle reconnaisse internationalement la certification mexicaine. Il est important de mentionner que les mécanismes de contrôle et la gouvernance de l'organisation *Flo Internacional,* nettement dominé par le Nord, font l'objet de vastes critiques au sein du mouvement, notamment en provenance des pays du Sud.

.

Les gains du commerce équitable national

La certification équitable et biologique nationale a permis à de nombreux producteurs de conquérir de nouveaux marchés, notamment par l'entremise de la vente de leurs produits au sein d'une chaîne nationale de boutiques spécialisées en commerce équitable et écologique. La vente nationale permet aussi aux producteurs de torréfier eux-mêmes les grains, ce qui est impossible lorsque le café est exporté, et d'obtenir de meilleurs prix. Elle permet aussi aux petits producteurs de pallier aux problèmes liés à la concurrence sur les marchés traditionnels et de positionner le produit sous de meilleures conditions commerciales. Selon le directeur de *Comercio Justo Mexico* « les effets de la crise alimentaire actuelle sont très dures et il est nécessaire de générer des alternatives au sein du marché mexicain comme celui du marché de produits sains et accessibles ». C'est pourquoi, en 2006, *Comercio Justo Mexico* lance une campagne d'appui à la diversification des produits et convoque les producteurs intéressés. En 2009, il est maintenant possible de trouver sur le marché équitable, du miel, de l'huile de sésame, des fèves noires (frijoles), du Mezcal, de la marmelade, des mangues, des citrons, des fruits de la passion. *Comercio Justo Mexico* travaille dans plus de huit États mexicains et souhaite ouvrir la certification à de nouveaux produits comme l'hibiscus, le maïs et le

nopal dans l'objectif d'augmenter l'offre et la consommation. Le tout dans une perspective de gagnants-gagnants pour les producteurs et les consommateurs.

Pour faire face aux grands oligopoles, les petits producteurs mexicains ont réussi à ce que huit organisations soient certifiées par le sceau *Comercio Justo Mexico* et commercialisent, sur le marché national et international, dix marques de café: Fertil (marque commune), Tosepan, UCIRI, Café Dirceto, Café Museo, Cesmach, Majomut, Toyol Witz Café Mam et Educe. En plus d'être disponibles dans le réseau des boutiques spécialisées, dans les bistro-cafés solidaires et dans les foires agro-alimentaires, ces marques, identifiées par le sceau *Comercio Justo Mexico*, sont de plus en plus présentes dans les supermarchés. Plusieurs négociations sont aussi en cours pour la mise en place de politiques publiques[2] d'achats de produits équitables. La commercialisation du café certifié équitable sur le territoire nationale aurait augmentée entre 20% et 30% au fil des dernières années. Le Mexique est aujourd'hui le premier producteur de café certifié biologique, on y compte plus de 12 000 producteurs de café biologique organisés en associations.

Auteur : Chantier de l'économie sociale

Sources :

-" Apoya certificación ecológica a pequeños productores", http://co.invertia.com/noticias/noticia.aspx?idnoticia=200809091547_TRM_77396897

-"Que hay detrás de esa deliciosa taza de café? La crisis de los pequenos productores de café", http://revistafortuna.com.mx/contenido/index.php/2008/02/15/la-crisis-de-pequenos-productores-del-cafe/

-Ana Isabel Otero, "El comercio justo como innovación social y económica : el caso de México", Observatoire des Amériques, Octobre 2006, N.35.

Sites d'intérêts (espagnol):
- http://www.comerciojusto.com.mx/
- http://toyolwitz.blogspot.com/
- http://vinculando.org/comerciojusto/mst_comercio_justo/uciri.html

[2] Dans la ville de Oaxaca, les organisations promotrices ont réussi à faire entrer le café équitable dans tous les bureaux du gouvernement