

CHAIRE

**de responsabilité
sociale et de
développement durable
ESG UQÀM**

Commerce équitable comme innovation sociale et économique : le cas d'une fédération d'organisations de producteurs de café au Chiapas au Mexique

Par Véronique Bisaillon

Les cahiers de la CRSDD • collection recherche
No 04-2007

Véronique Bisaillon est étudiante à la maîtrise en sciences de l'environnement à l'UQÀM et coordonnatrice de la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable.

Les cahiers de la CRSDD
Collection recherche • No 04-2007

Commerce équitable comme innovation sociale et économique : le cas d'une fédération d'organisations de producteurs de café au Chiapas au Mexique

Par Véronique Bisaillon

ISBN 2-923324-56-0
Dépôt Légal - Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2007

CHAIRE

**de responsabilité
sociale et de
développement durable
ESG UQÀM**

École des sciences de la gestion
Université du Québec à Montréal
Case postale 8888, Succursale Centre-Ville
Montréal (Québec) H3C 3P8 Canada
www.crsdd.uqam.ca
crsdd@uqam.ca

Remerciements

Nous tenons à remercier très chaleureusement les gens de la FIECH et de ses organisations membres ont non seulement accepté de collaboré à cette recherche, mais qui nous ont accueillies à bras ouverts et qui ont tout fait pour rendre notre séjour le plus agréable. Merci à ma directrice Corinne Gendron et ma co-directrice Marie-France Turcotte. Merci également à toute l'équipe du commerce équitable de la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable et plus spécialement à Ana. Nous souhaitons enfin remercier le FQRSC qui a financé ce projet ainsi que le programme des bourses de mobilité internationale du ministère de l'éducation du Québec.

Table des matières

Remerciements	i
Table des matières	iii
Liste des figures	vi
Liste des illustrations	vii
Liste des tableaux	viii
Liste des abréviations et acronymes	ix
Résumé	xi
Introduction	1
Méthodologie et sélection du cas	4
1 Profil de l'organisation	8
1.1 Histoire de l'organisation	8
1.2 La FIECH et ses organisations membres	14
1.3 Mission et identité de l'organisation	17
1.4 Forme d'entreprise et organigramme	18
1.5 Gouvernance et gestion de l'organisation	20
2 Activités et profil économique	21
2.1 La production, la transformation et la commercialisation du café	21
2.1.1 La culture du café	22
2.1.2 De la récolte au beneficio humide	22
2.1.3 Le beneficio sec	25
2.1.4 Commercialisation du café	27
2.1.5 Torréfaction, mouture et ensachage du café	27
2.2 Les projets et activités des organisations de femmes	29
2.3 Autres projets de la FIECH	29

2.4	Profil économique _____	30
2.4.1	Volumes de café produits et exportés _____	30
2.4.2	Clients et situation dans le marché _____	34
2.4.3	Certifications _____	35
3	Organisation interne et insertion dans les réseaux externes _____	37
3.1	Relations internes _____	37
3.1.1	Relations entre la FIECH et ses organisations membres _____	37
3.1.2	Relations entre les organisations membres de la FIECH _____	38
3.1.3	Relations de travail, gestion des ressources humaines et organisation du travail _____	39
3.2	Insertion dans les réseaux externes _____	41
3.2.1	Relations avec les autres entreprises locales _____	41
3.2.2	Relations avec le réseau financier _____	42
3.2.3	Relations avec les ONG et d'autres institutions _____	43
3.2.4	Relations avec le milieu _____	43
3.2.5	Relations avec le gouvernement _____	44
4	Évolution et changements au sein de l'organisation _____	47
4.1	Changements liés au regroupement des producteurs en organisations _____	47
4.1.1	Opérations _____	47
4.1.2	Statut et rôle des producteurs _____	48
4.1.3	Le rapport à l'environnement _____	51
4.1.4	Le rôle des assesseurs _____	51
4.2	Changements depuis le regroupement des producteurs _____	52
4.2.1	Changements organisationnels et technologiques _____	52
4.2.2	Changements dans la gestion économique et financière _____	54
4.2.3	Changement dans le rapport au milieu _____	54
4.3	Conditions d'émergence et origine de l'innovation _____	54
5	Intégration des principes, résultats et impacts du commerce équitable _____	56

5.1	Principes économiques _____	60
5.1.1	Préfinancement _____	60
5.1.2	Relations stables et à long terme des partenaires commerciaux _____	63
5.1.3	Accès direct au marché _____	63
5.1.4	Capacité à exporter et consolidation économique des organisations _____	68
5.1.5	Juste prix _____	69
5.2	Protection de l'environnement _____	77
5.3	Principes équitables liés à la gouvernance _____	79
5.3.1	Démocratie, participation, transparence et non- discrimination _____	79
5.3.2	Promotion du commerce équitable _____	82
5.4	Principes équitables sociaux _____	83
5.4.1	Conditions de travail _____	83
5.4.2	Statut de petits producteurs _____	83
5.4.3	Développement social et prime de développement _____	84
5.5	Les impacts du commerce équitable _____	85
5.5.1	Impact sur le produit _____	86
5.5.2	Impact sur la qualité de vie et les conditions des producteurs et leur famille _____	87
5.5.3	Impacts sur les organisations _____	88
5.5.4	Impacts sur les femmes _____	89
5.5.5	Impacts sur les communautés _____	90
6	Pistes d'avenir des organisations par les acteurs eux-mêmes _____	92
	Références : _____	94

Liste des figures

Figure 1	Processus de sélection du cas	6
Figure 3	Carte du Mexique identifiant l'État du Chiapas	14
Figure 4	Municipalités abritant les organisations membres de la FIECH dans l'État du Chiapas	16
Figure 5	Organigramme de la FIECH (tiré du profil exécutif)	19
Figure 6	Organigramme de la FIECH (tiré du diaporama promotionnel de la FIECH)	20
Figure 7	Graphique du nombre de sacs de café exportés par la FIECH 1994-2003	33
Figure 8	Présentation générale des standards de FLO	57
Figure 9		66

Liste des illustrations

Illustration 1	Café cerise sur les branches	23
Illustration 2	Moulin à dépulper le café	24
Illustration 3	Café <i>pergamino</i>	25
Illustration 4	Machines utilisées lors du <i>beneficio seco</i> du café	26
Illustration 5	Café vert	26
Illustration 7	Équipement pour la torréfaction	28
Illustration 8	Marque de café développée par la FIECH	28

Liste des tableaux

Tableau 1 Présentation des organisations rattachées à la FIECH _____ 15

Tableau 2 Standards de FLO pour les organisations de petits
producteurs de café _____ 58

Tableau 3 Principes équitables _____ 59

Tableau 4 Estimation des coûts des travaux agricoles des plantations de
café. _____ 73

Tableau 5 Comparaison des coûts et revenus associés à la production
conventionnelle ainsi qu'équitable et biologique du café _____ 75

Liste des abréviations et acronymes

ASSIAC	<i>Acción Solidaria de la Sierra</i>
BID	<i>Banque interaméricaine de développement</i>
BIOPAS	<i>Biosfera Productiva y Alternativa de la Sierra</i>
CIMCA	<i>Comunidades Indígenas de la Mujer Campesina</i>
CIRSA	<i>Comunidades Indígenas de la Region de Simojovel de Allende</i>
COCARET	<i>Comunidades campesinas de la Región de Tziscaco</i>
CUMATI	<i>Comunidades Unidas por la Madre Tierra</i>
FIECH	<i>Federación Indígena Ecológica de Chiapas</i>
FLO	<i>Fairtrade Labelling Organizations International</i>
FONAES	<i>Fondo Nacional de Apoyo para las Empresas de Solidaridad</i>
GUMSE	<i>Grupo de Mujeres de la Selva</i>
JAS	<i>Japanese Agricultural Standard of Organic Agricultural Products</i>
INMECAFÉ	<i>Instituto Mexicano del Café</i>
ISMAM	<i>Sociedad de Solidaridad Social Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla</i>
MASICH	<i>Mujeres Alternativas de la Sierra de Chiapas</i>
NOP	<i>National Organic Program</i>
OCAEZ	<i>Organización de Cafeticultores Emiliano Zapata</i>
OCIA	<i>Organic Crop Improvement Association</i>
PATPO	<i>Proyectos y Asistencia Técnica en Producción Organica</i>
PFCE	<i>Plate-forme pour le commerce équitable</i>
PROALCH	<i>Los Productores Alternativos de Chiapas</i>
SAGARPA	<i>Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación</i>
SMBC	<i>Smithsonian Migratory Bird Center</i>
TCO	<i>Trabajo Común Organizado</i>
UCIRI	<i>Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo</i>
UCOAAC	<i>Unión de Cafetaleros Orgánicos de Angel Albino Corzo</i>

UMIRSI	<i>Unión de Mujeres Indígenas de la Región de Simojovel</i>
UNICEF	<i>United Nations Children's Fund</i> (Fonds des Nations unies pour l'enfance)

Résumé

Cette étude de cas s'inscrit dans le projet *Commerce équitable comme innovation sociale et économique* dont l'objectif principal est d'étudier de façon empirique le commerce équitable au Nord et au Sud comme modèle alternatif de production, de gestion et d'échange, ainsi que son potentiel de renouvellement des pratiques économiques et des régulations traditionnelles. La présente monographie porte sur une fédération d'organisations de producteurs de café du Chiapas au Mexique insérée dans la filière équitable.

À l'instar de plusieurs organisations similaires, l'émergence de la FIECH et de ses organisations membres s'inscrit dans le contexte plus général des années 1980 marqué par une présence importante des représentants de l'Église auprès des paysans et par la libéralisation du secteur du café. Cette fédération regroupe plusieurs organisations de producteurs de café ainsi que des organisations de femmes.

Au fil de son évolution, la FIECH a su rapidement se consolider sur le plan économique : en plus d'assurer la transformation et la commercialisation du café de ses organisations membres, la FIECH offre également ce service à d'autres organisations qui n'y parviennent pas par elles-mêmes. Parallèlement à ses activités d'exportation de café vert (peu transformé), elle cherche aussi à vendre ses produits transformés sur les marchés local et national pour une meilleure valeur ajoutée. Outre ses activités économiques, la FIECH développe différents projets à caractère plus social tel la construction d'auberges pour étudiants.

Bien que la FIECH et ses organisations membres soient certifiées équitable, c'est plutôt l'agriculture biologique, la famille, la religion qui sont en sont les principales assises. Notons à cet effet la vision très large de l'agriculture biologique qui est partagée par les acteurs alors que le commerce équitable est plus souvent qu'autrement réduit au marché qui leur permet d'avoir un prix stable et plus élevé, un marché qualifié d'« alternatif », plutôt qu'« équitable » ou que « juste ». Ce faisant, le double projet du commerce équitable (un projet de

développement et une nouvelle façon de faire des affaires) est mal compris de même que ses principes dont l'application est imparfaite. Nos observations soulèvent plus fondamentalement le problème de conception de certains principes dont celui de l'accès direct au marché qui devrait être repensé en termes d'efficacité économique plutôt qu'en termes de réduction absolue du nombre d'agents tout au long de la chaîne. L'opérationnalisation des principes de la démocratie, transparence, participation et non-discrimination met en lumière l'enjeu de la conception et de la transférabilité des principes équitables d'une réalité à une autre.

Au chapitre des impacts observés, notons des résultats très positifs en termes de formation et de production d'un produit de qualité; de conscientisation et d'ouverture sur le monde; de rehaussement d'estime des producteurs et de leur famille : de consolidation des organisations. Néanmoins, les femmes demeurent peu impliquées, malgré le travail acharné des groupes de femmes. Le rayonnement local est également grandement imputé par la grande dispersion géographique des organisations et des membres dans l'État. Ceci pose un grand défi pour la FIECH qui a du mal à susciter le sentiment d'appartenance de ses organisations et des producteurs envers sa propre organisation. Étant elle-même issue d'un processus de séparation, la FIECH est maintenant confrontée au défi de maintenir sa cohésion interne.

Pour le mouvement, le décalage entre l'application des principes équitables par les acteurs au Sud et la promotion qui est faite au Nord pose d'importantes questions pour la crédibilité à long terme.

Introduction

Depuis la création du premier label équitable aux Pays-Bas en 1988, le commerce équitable a connu une croissance foudroyante. De 1997 à 2004, la croissance des ventes des produits équitables a augmenté d'année en années. Les derniers chiffres de la *Fairtrade Labelling Organizations International* (FLO) indique une croissance de 37% des ventes des produits labellisés équitables entre 2004 et 2005 (FLO, 2006). Mais le commerce équitable est bien plus qu'un type de commerce. Il cherche à renouveler le modèle commercial traditionnel. C'est ainsi que ses principaux promoteurs le définissent comme « un partenariat commercial basé sur le dialogue, la transparence et le respect dont l'objectif est de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial.

La présente monographie s'inscrit dans le projet *Commerce équitable comme innovation sociale et économique : performance sociale et renouvellement des pratiques économiques*¹. L'objectif principal de ce projet est d'étudier de façon empirique le commerce équitable au Nord et au Sud comme modèle alternatif de production, de gestion et d'échange, ainsi que son potentiel de renouvellement des pratiques économiques et des régulations traditionnelles. Trois objectifs spécifiques découlent de ce dernier. En premier lieu, il s'agit de voir comment, sur le terrain, les pratiques du commerce équitable se développent et si elles permettent d'atteindre les objectifs de développement et d'équité que ses acteurs cherchent à promouvoir. À cet égard, nous souhaitons analyser le rôle des coopératives inscrites dans la filière du commerce équitable, leur réinterprétation ou actualisation d'anciens principes coopératifs (juste prix, élimination des intermédiaires), les modes de gestion et d'organisation du travail, les

¹ Ce projet financé par le FQRSC est coordonné par la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable (CRSDD) de l'UQAM en collaboration avec la Chaire de coopération Guy-Bernier de la même université, la Chaire de recherche du Canada en développement des collectivités (CRDC) de l'Université du Québec en Outaouais, HEC Montréal et le Centre de recherches sur les innovations sociales (CRISES). La description complète du projet est disponible sur le site Internet de la CRSDD à www.crsdd.uqam.ca.

conditions de travail, de rémunération et de redistribution. Le deuxième objectif vise à mieux saisir la signification du commerce équitable dans les relations Nord-Sud, les modalités de son insertion dans les circuits économiques, et ses effets concrets sur les producteurs du Sud et les employés au Nord. En particulier, il s'agit de mettre en lumière le paradoxe apparent d'un mouvement en faveur d'une plus grande équité Nord-Sud et qui impose aux producteurs du Sud le respect de certaines règles d'organisation du travail et de méthodes de production sans que les organisations du Nord soient nécessairement assujetties à de telles exigences. Ce volet mènera à étudier les mécanismes de certification qui tendent à se diffuser et l'ancrage local d'une innovation dans sa capacité de s'insérer dans le système de commerce mondial et ainsi d'assumer une dimension internationale. Enfin, le troisième objectif vise à documenter les expériences d'un nouveau mouvement social économique au sujet duquel très peu d'études empiriques ont été réalisées à ce jour. Ce mouvement social est particulier en ce qu'il propose une transformation des relations d'échange et des principes de légitimité du commerce en même temps qu'il agit comme entreprise de production et de vente de biens notamment comestibles. La question se pose : est-ce que la tension entre ces deux objectifs peut être maintenue? Est-ce que les exigences et contraintes de la production vont atténuer celles du mouvement social? Est-ce que la dimension alternative peut survivre aux contraintes de l'insertion dans l'économie traditionnelle?

Le projet repose sur sept études de cas d'organisations du secteur alimentaire insérées dans la filière équitable. La répartition géographique des études de cas est la suivante : deux pour l'Amérique Latine, deux pour l'Afrique, une pour l'Europe et deux pour l'Amérique du Nord. La présente monographie constitue l'un des cas de l'Amérique Latine.

Le présent document se divise en six sections principales. La première section traite du profil général de l'organisation. Dans la deuxième section, nous présentons les activités et le profil économique de l'organisation. En troisième lieu, nous abordons plus spécifiquement l'organisation interne et l'insertion de l'organisation dans les réseaux

externes. Nous poursuivons ensuite en abordant l'évolution et les changements observés au sein de l'organisation. La cinquième section est consacrée à l'intégration des principes du commerce équitable ainsi qu'aux impacts et résultats observés. Nous terminons par une courte section qui aborde les pistes d'avenir des organisations par les acteurs eux-mêmes. Mais avant de présenter le cas, nous croyons bon de présenter la méthodologie suivie ainsi que le processus de sélection du cas.

Méthodologie et sélection du cas

Cette recherche est basée sur une observation participante d'une durée de deux mois et demi qui a été effectuée à l'automne 2004 auprès d'une organisation de producteurs de café au Chiapas. Lors de ce séjour, nous avons également effectué 28 entrevues semi-dirigées avec différents acteurs liés à cette organisation : producteurs, élus, assesseurs techniques ainsi qu'avec des professionnels du milieu de la certification équitable (inspecteurs et représentants). Les données de l'observation participante ont été réorganisées et rassemblées dans un journal ethnographique. Les entrevues ont été transcrites et ont fait l'objet d'une analyse de contenu. La combinaison de ces sources de données vise à assurer la validité interne de notre recherche.

La collecte des données s'est faite suivant la grille de collecte de données pour les monographies de coopératives de production élaborées lors du démarrage du projet². À l'époque, l'établissement d'une grille de collecte de données pour le projet s'était rapidement imposé comme une étape essentielle du processus collectif de recherche devant assurer une certaine homogénéité des données récoltées.

Pour l'identification de notre cas, le pôle de recherche UQAM a mené un séjour exploratoire. Dans le design général de recherche, le Mexique s'est imposé comme l'un des pays où devait se dérouler l'une des études de cas. En effet, avec son abondante production de café, il est le lieu d'origine de la forme labellisée du commerce équitable. C'est donc au Mexique que s'est déroulé le séjour exploratoire.

Pour le choix plus précis du cas, nous avons d'abord dressé une cartographie des organisations de commerce équitable au Mexique à partir du registre des organisations de producteurs de café équitable de *Fairtrade Labelling Organizations International* (FLO) (mise à jour décembre 2003). Ceci nous a permis de constater la concentration particulièrement grande d'organisations de producteurs de café au

² Cette grille avait été adaptée de Lapointe (1993) et Comeau (2000).

Chiapas³ (3 organisations sur 4). Parmi les 44 organisations de producteurs de café inscrites au registre de FLO qui se retrouvaient au Mexique, 33 étaient situées au Chiapas⁴. Par la suite, nous avons tenté de communiquer avec toutes les organisations de producteurs de café équitable de cet État par courriel ou par téléphone au courant du mois de juin 2004. Sur les 33 organisations recensées, 9 ont répondu à l'appel. Ceci nous apparaît être un taux de réponse très satisfaisant compte tenu des raisons suivantes. D'abord, avant notre départ, des acteurs du commerce équitable nous avaient fait part de la difficulté pour les populations à faire confiance, particulièrement lorsqu'il s'agit d'étrangers. Ensuite, bien que le climat politique du Chiapas soit maintenant relativement stable depuis le soulèvement zapatiste de 1994, le contexte socio-politique générale y demeure précaire. À titre d'exemple, lorsqu'il s'agit de coopératives zapatistes, il faut avoir l'autorisation du « bon gouvernement »⁵ pour y accéder, ce qui complexifie les démarches visant à établir les contacts. Enfin, même si les coopératives ont généralement un bureau dans une petite ville, il n'y a pas toujours de permanence au bureau et les producteurs sont relativement dispersés en région ce qui rend les communications difficiles.

À partir des neuf réponses reçues, nous avons convenu de rencontres qui se sont déroulées lors du séjour exploratoire du projet qui se tenait du 9 juillet au 10 août 2004. Lors du séjour, deux des neuf organisations de producteurs avec lesquelles nous avions au préalable pris rendez-vous n'ont toutefois pu être visitées. L'une avait déménagé et il n'a pas été possible de convenir d'une autre rencontre pendant le séjour. L'autre était en train déménager et a finalement annulé le rendez-vous. Parmi les 7 organisations visitées, deux se démarquaient pour les fins de notre recherche. La figure 1 schématise le processus de sélection de notre cas.

³ Ce travail ainsi que le séjour exploratoire ont été effectués par Ana Isabel Otero de la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable.

⁴ Il faut savoir que ce nombre inclut des organisations de producteurs et des fédérations d'organisations.

⁵ Le « bon gouvernement » ou « *Buen gobierno* » réfère aux autorités zapatistes.

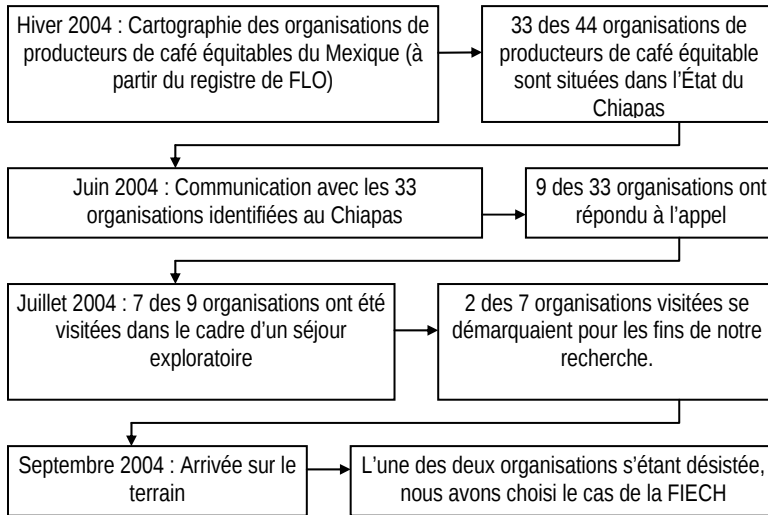


Figure 1
Processus de sélection du cas

Lors de notre arrivée sur le terrain en septembre 2004, nous avons repris contact avec ces deux organisations. Nous avons à ce moment sondé à nouveau l'intérêt des organisations à nous recevoir. L'une de celles-ci s'est alors désistée parce qu'elle accueillait déjà deux étudiantes. Quant à la seconde, la *Federación Indígena Ecológica de Chiapas* (FIECH), elle se disait toujours intéressée à nous recevoir. Pour notre étude, la FIECH représentait un cas particulièrement intéressant pour les raisons suivantes. D'abord, la FIECH présentait des caractéristiques attirantes : il s'agissait d'une organisation relativement jeune, mais qui avait tout de même une expérience suffisante pour constituer un cas de recherche. En tant que fédération, l'étude de cette organisation nous donnait du coup accès à ses organisations membres, renforçant la validité externe de notre étude de cas. La FIECH constituait donc pour nous un cas pertinent d'un point de vue théorique et fort intéressant en raison de ses caractéristiques intrinsèques, notamment sa structure fédérative. D'autre part, la FIECH constitue une organisation regroupant un nombre considérable d'organisations si bien

qu'elle représente un acteur important dans le milieu du commerce équitable au Chiapas. Ensuite, elle était très enthousiaste à notre projet et faisait preuve de beaucoup d'ouverture. Tous ces éléments combinés au fait qu'elle n'avait jusqu'à ce moment fait l'objet d'aucune étude à notre connaissance confirmaient la pertinence de choisir cette organisation.

La FIECH n'est pas à proprement parler une organisation de producteurs de café équitable, mais bien une fédération d'organisations de producteurs. Lors des premiers contacts établis avec celle-ci, nous avons manifesté le désir d'entrer plus étroitement en contact avec l'une de ses organisations membres. L'assesseur général de la FIECH nous a suggéré l'*Organización de Cafecultores Emiliano Zapata* (OCAEZ) notamment en raison de l'aide que nous pourrions lui offrir sur le plan organisationnel pendant notre séjour.

1 Profil de l'organisation

Dans cette section, nous cherchons à dresser un portrait général de l'organisation. Nous présentons d'abord l'histoire de la FIECH (1.1), ses organisations membres (1.2), la mission qu'elle s'est donnée et les caractéristiques constituant son identité (1.3), sa forme d'entreprise et son organigramme (1.4) ainsi que les aspects liés à la gouvernance et la gestion de l'organisation (1.5).

1.1 Histoire de l'organisation

Comme plusieurs organisations similaires, l'émergence de la FIECH et de ses organisations membres s'inscrit dans le contexte de la fin des années 1980 marqué par la présence importante de représentants de l'Église dans les communautés et la libéralisation du secteur du café dont le point culminant a été le démantèlement de l'Institut mexicain du café (INMECAFÉ) en 1989. L'Église est à l'origine d'un mouvement de sensibilisation et de conscientisation des producteurs qui s'est incarné en la formation de diverses organisations de producteurs de café. Dans l'État de Oaxaca, voisin du Chiapas, l'Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI) dirigée par le prêtre hollandais Van der Hoff est certes la pionnière de ce mouvement. L'expérience d'UCIRI et son succès à produire du café pour ensuite l'exporter directement ont été une importante source d'inspiration pour beaucoup d'organisations.

Dans le milieu des années 1980 dans l'État du Chiapas, l'église catholique et ses agents de pastorale initient une réflexion relativement aux problèmes vécus dans la région Sierra. L'alcoolisme, la destruction et la contamination du milieu naturel, l'abandon des terres, l'émigration aux États-Unis, le manque d'accès au crédit, les coûts élevés des produits agrochimiques, le faible prix de vente de la production et la présence d'intermédiaires (aussi appelés coyotes) sont les principaux problèmes identifiés. Dans le cadre de sa mission d'évangélisation, l'Église par le biais de ses agents de pastorale et de la Pastorale Juvenile, initient différents projets relatifs aux droits humains, à la santé, à la promotion de la femme et à la formule coopérative dans le

but de pallier ces problèmes. Dans le secteur coopératif, on fait la promotion du Travail commun organisé (*Trabajo Común Organizado* – TCO) chez les petits producteurs. De cette démarche est née la Sociedad de Solidaridad Social Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla (ISMAM) en 1986, l'une des plus grandes organisations de producteurs de café actuellement au Chiapas.

En 1992, neuf membres de l'équipe technique d'ISMAM fondent la société civile Proyectos y Asistencia Técnica en Producción Orgánica (PATPO), une association d'agronomes offrant de l'assistance technique. Au même moment, des producteurs autochtones membres d'ISMAM issus de trois régions différentes de l'État du Chiapas constituent légalement trois organisations distinctes (FIECH, 2004a) :

- Comunidades Indígenas de la Region de Simojovel de Allende, Sociedad de Solidaridad Social (CIRSA), basée à Simojovel de Allende.
- Unión de Cafetaleros Orgánicos de Angel Albino Corzo, Sociedad de Solidaridad Social (UCOAAAC), basée à Angel Albino Corzo.
- Comunidades campesinas de la Región de Tziscão Sociedad de Solidaridad Social (COCARET), basée à Francisco I. Madero, La Trinitaria.

En 1993, les producteurs membres des trois organisations se séparent d'ISMAM. Des considérations d'ordre logistique lié sont entre autres à l'origine de cette séparation. Suite au déménagement du bureau d'ISMAM, les producteurs de ces trois régions devenaient plus éloignés du bureau de l'organisation, ce qui se traduisait par de grandes dépenses liées au transport des délégués lors des réunions. Ces organisations souhaitaient également plus d'autonomie pour se consacrer au développement et aux besoins spécifiques des populations de leurs régions.

Au même moment, les membres de l'équipe technique quittent également ISMAM. Cette rupture s'explique par un conflit interne entre les membres de celle-ci et le comptable d'ISMAM de l'époque ainsi

que par des divergences de visions. Pour les dissidents, ISMAM s'étaient trop centrée sur la question économique au détriment d'autres paramètres, dont la lutte sociale⁶. L'objectif de la création de PATPO était non seulement de devenir indépendant d'ISMAM, mais aussi d'élargir l'offre d'assistance technique dans le domaine de l'agriculture biologique à des organisations autres que celles qui appartenaient déjà à ISMAM de façon à faire évoluer l'agriculture biologique et la promouvoir plus largement.

En 1993, CIRSA, UCOAAC et COCARET s'unissent et invitent les membres de PATPO à leur fournir de l'assistance technique. Les organisations assistées des assesseurs mènent une réflexion lors de laquelle on identifie différents problèmes : le manque d'assistance technique, l'utilisation excessive de produits chimiques, la mauvaise qualité et le mauvais rendement de la production, le faible prix de vente, le faible accès au crédit, la destruction des ressources naturelle et l'immigration. Ses organisations fondent la FIECH qui est légalement constituée en 1996.

L'histoire de la FIECH est caractérisée par beaucoup de changements dans son membership. Depuis la réunion des trois organisations fondatrices, plusieurs autres organisations, dont des organisations de femmes, l'ont intégrée :

- les organisations de femmes *Unión de Mujeres Indígenas de la Región de Simojovel* (UMIRSI) et *Comunidades Indígenas de la Mujer Campesina* (CIMCA) en 1994;
- les organisations de femmes *Grupo de Mujeres de la Selva* (GUMSE) et *Mujeres Alternativas de la Sierra de Chiapas* (MASICH) en 1996 (FIECH, 2004a);
- l'organisation de producteurs de café *Organización de Cafeticultores Emiliano Zapata* en 1998;

⁶ « Se había enfocado a trabajar nada más la cuestión económica, pero se había olvidado de los otros parámetros. Y entonces se estaba despegando de la lucha social. »

- les organisations *Acción Solidaria de la Sierra* (ASSIAC) et *Los Productores Alternativos de Chiapas* (PROALCH) en 1999;
- l'organisation de producteurs de café *Comunidades Unidas por la Madre Tierra* (CUMATI) en 2000;
- le groupe de petits producteurs *Piedra Cañada* en 2003.

D'autres ont été forcées de s'en séparer en raison du soulèvement zapatiste au Chiapas en 1994. C'est le cas de CORARET qui s'est dissoute. Mais dès 1995, quelques-uns des anciens membres de l'organisation forment une nouvelle organisation, la Sociedad de Solidaridad Social Los Lagos de Colores, qui s'intègre à la FIECH durant la même année.

La FIECH a aussi assisté à la division et à la restructuration de plusieurs de ses organisations membres. En 2001, une rupture s'effectue au sein de l'organisation CUMATI⁷ : une partie seulement des membres décident de poursuivre avec la FIECH ce qui donne lieu à la création de l'organisation Manos Unidas. En 2003, l'organisation PROSAS de la région Frailesca est devenue Café 2000 et s'est jointe à la FIECH. UCOAAC est quant à elle passée par un processus de division ce qui a mené une partie des membres de l'organisation à quitter la FIECH et une autre partie à y demeurer sous l'égide d'une nouvelle organisation du nom de Biosfera Productiva y Alternativa de la Sierra (BIOPAS).

Parmi les réussites de la fédération, l'obtention des différentes certifications (biologiques et équitable) ainsi que le développement de ses capacités d'exportation, elles-mêmes liées à la consolidation de l'organisation, sont systématiquement évoqués par les acteurs. En 1995, les organisations productrices de café obtiennent la certification équitable ainsi que les certifications biologiques de Naturland (Allemagne) et de l'*Organic Crop Improvement Association* (OCIA) des États-Unis. C'est également en 1995 que la FIECH exporte pour la première fois des conteneurs de café vert. Elle y parvient de deux

⁷ CUMATI résulte elle-même de la division d'une autre organisation, Sierra de Motozintla, fondée en 1985. (Dopler, 2004).

façons : par l'intermédiaire d'UCIRI de l'État du Oaxaca qui prend en charge les opérations de transformation et d'exportation d'une part. D'autre part, elle réussit également à exporter deux conteneurs directement, en assurant elle-même les opérations liées à la commercialisation, mais en sous-traitant la transformation puisqu'elle ne disposait pas des équipements nécessaires à cet époque. En 1998, la FIECH obtient la certification biologique au travers l'agence mexicaine CERTIMEX pour le cycle caféé 1998-1999, agence de certification avec laquelle la FIECH travaille encore aujourd'hui (FIECH, 2004a). En 1999, la FIECH réussit à exporter ses produits vers d'autres marchés alternatifs en Allemagne, aux Pays-Bas, au Danemark, en Italie et aux États-Unis notamment. En 2000, la FIECH crée la société civile *Distribuidora Vida y Esperanza* (signifiant Vie et Espérance) dont le principal mandat est la commercialisation et l'exportation du café produit par les organisations de la FIECH, puisque cette dernière, en tant que *Sociedad de Solidaridad Social* n'était pas légalement apte à le faire. C'est aussi en 2000 que la FIECH développe sa propre marque de café, le café Biomaya. En 2002, la FIECH acquiert de l'équipement pour la torréfaction ainsi qu'un local qui lui est propre. En février 2003, la FIECH inaugure ses installations qui incluent des bureaux, des entrepôts ainsi que la machinerie pour le traitement primaire du café. Au même moment, deux conteneurs sont exportés aux États-Unis et en Allemagne. La figure 2 présente les moments marquants de l'évolution de la FIECH.



Figure 2
Historique de la FIECH

Aujourd'hui, la FIECH est l'organisation parapluie qui chapeaute plus d'une douzaine d'organisations alors que PATPO est une organisation qui offre des services de consultation dans les domaines de l'agriculture biologique et de l'organisation communautaire. Ces services sont offerts à toutes organisations, bien que les organisations membres de la FIECH en bénéficient en priorité. La FIECH et PATPO sont donc des organisations distinctes mais qui collaborent étroitement.

1.2 La FIECH et ses organisations membres

La FIECH est une fédération d'organisations de producteurs de café biologique et d'organisations de femmes située au Chiapas, l'État le plus au sud du Mexique qui partage sa frontière avec le Guatemala (voir figure 3).



Figure 3
Carte du Mexique identifiant l'État du Chiapas

Au moment de notre passage, la FIECH comptait neuf organisations de producteurs de café. À celles-ci s'ajoutent deux autres qui étaient en voie d'intégrer la FIECH et deux autres qui, auparavant intégrées comme membres à part entière, étaient en voie de s'en séparer. Elles ne participaient plus au fonctionnement de la FIECH mais continuaient toutefois à commercialiser leurs produits par l'intermédiaire de celle-ci, faute d'y parvenir par elles-mêmes. Trois organisations de femmes étaient également membres de la FIECH. La FIECH étaient également sur le point d'accueillir deux groupes de producteurs de miel. Les organisations rattachées à la FIECH sont présentées dans le tableau 1.

Tableau 1
Présentation des organisations rattachées à la FIECH

	Organisations	Nombre de membres	Localisation		
			Région	Municipalités	Comm.
Organisations de producteurs de café membres à part entière					
1.	Los Lagos de Colores	22	Fronteriza	3	5
2.	Manos Unidas	24	Sierra	3	6
3.	Sierra Soconusco "	25	Sierra	2	2
4.	OCAEZ	89	Sierra	6	14
5.	ASSIAC	213	Sierra	3	34
6.	PROALCH	36	Costa	1	11
7.	Piedra Cañada	19	Altos	1	3
8.	Café 2000	23	Frailesca	1	1
9.	BIOPAS	96	Frailesca	1	3
Organisations de producteurs de café membres en voie de se séparer de la FIECH commercialisant leur café par le biais de Vida y Esperanza					
10.	CIRSA	545	Norte	4	14
11.	Paluche'n	90	Norte	3	n.d.
Organisations de producteurs de café en voie d'intégrer la FIECH					
12.	SOCOCASPA	67	Costa	1	6
13.	Agua Santa	45	Costa	1	10
Organisations de femmes					
14.	UMIRSI	386	Norte	1	n.d.
15.	MASICH	228	Sierra	1	n.d.
16.	CIMCA	138	Frailesca	1	n.d.

La FIECH est donc constitué de près de 2000 membres, dont 752 femmes. Le tableau 1 permet de constater que les organisations membres de la FIECH sont très dispersées sur le territoire. Plus précisément, elles sont réparties dans plus de 80 communautés de plus d'une vingtaine de municipalités de l'état du Chiapas. Le bureau de la FIECH est basé à Chiapa de Corzo, municipalité adjacente à Tuxtla Gutierrez, la ville principale de l'État du Chiapas. Les organisations de la FIECH sont ainsi présentes dans six des neuf régions de cet État. La figure 4 illustre la dispersion géographique des organisations.

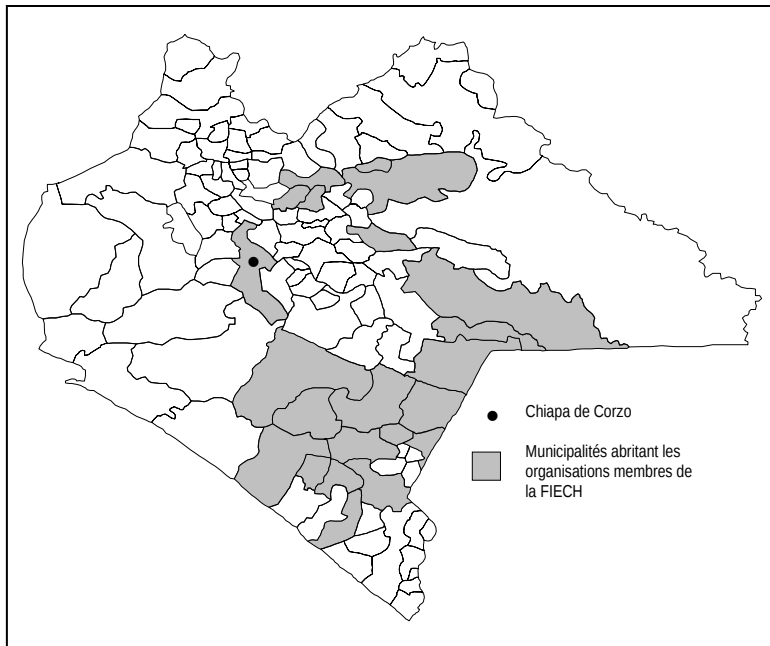


Figure 4
Municipalités abritant les organisations membres de la FIECH dans
l'État du Chiapas

1.3 Mission et identité de l'organisation

La mission originale de la FIECH telle que décrite dans les actes constitutifs est de promouvoir la production agroécologique moyennant la formation et l'assistance technique pour des hommes et des femmes qui habitent les régions cafétales de l'État du Chiapas. La vision, la mission et les objectifs de la FIECH gravitent toujours autour du « développement intégral et durable des organisations sociales membres de la FIECH. »⁸ ou du *renforcement de la position des petits producteurs de café et de leur famille*, élément clairement ressorti de nos entretiens avec les différents acteurs de la FIECH.

Nous identifions quatre principaux éléments caractérisant l'identité de la FIECH et de ses organisations. D'abord, la production de café est un élément fondamental des origines et de l'identité de l'organisation et de ses membres. La création de la FIECH et de ses organisations membres trouve essence dans le fait qu'on cherche à apporter des réponses collectives aux problèmes inhérents à la production et à la commercialisation du café que vivent les producteurs (FIECH, 2004b). Les membres des organisations et leur famille s'identifient d'abord comme des producteurs de café, paysans et pauvres. Bien que les producteurs membres des organisations constitutives de la FIECH soient pour la majorité des paysans d'origine autochtone selon ce que l'on peut lire dans le profil exécutif, cette caractéristique est loin d'être dominante. Selon les régions, la culture autochtone est de moins en moins présente. Dans le cas de la communauté de Bella Vista del Norte où vivent des producteurs membres de l'OCAEZ, seules quelques personnes âgées connaissent encore la langue autochtone. Le statut d'autochtone est donc de moins en moins caractéristique de l'identité des membres des organisations de la FIECH. Les membres se définissent généralement comme des paysans pauvres ou des petits producteurs de café marginalisés. Les producteurs n'ont souvent que peu de revenus outre ceux provenant de la production du café. La taille

⁸ « Promover el desarrollo integral y sustentable de las organizaciones sociales adheridas a la FIECH ». Objectif général inscrit dans le diaporama promotionnel de la FIECH.

moyenne des parcelles dédiées à la production de café est de 4,6 hectares allant de moins de un demi-hectare à 10 hectares. Notons également que le personnel de la FIECH ainsi que les agronomes qui assistent les producteurs à l'exception d'une personne, sont tous eux-mêmes producteurs de café ou issus d'une famille de producteur de café. L'agriculture biologique et la protection de l'environnement est également une caractéristique forte de l'identité des organisations, notamment de la FIECH et de PATPO qui se sont créées autour de cet enjeu. La famille est une autre grande caractéristique de l'identité des organisations. La famille est en quelque sorte l'unité de base des organisations, bien que ce soit les producteurs qui en sont membres légalement. Enfin, l'Église a joué un rôle déterminant dans l'organisation des paysans et des luttes sociales. L'influence de la religion est encore très présente chez cette organisation, dont les fondateurs de l'équipe technique se sont rencontrés dans le cadre de la pastorale juvénile. La FIECH a d'ailleurs publié un livre sur l'agriculture biologique⁹ qui est utilisé lors des formations offertes aux producteurs et qui débute par une prière (FIECH, 1995). Toutes les réunions des organisations ou de la FIECH débutent également par une prière.

En somme, la production de café, ou plus spécifiquement le statut de paysan pauvre et marginalisé dans le cas des producteurs de café, le respect de l'environnement, la famille ainsi que la religion constituent les principales assises de la FIECH et de ses organisations membres.

1.4 Forme d'entreprise et organigramme

La FIECH est légalement constituée comme une société de solidarité sociale (*Sociedades de Solidaridad Social*), formule juridique qui prévoit un comité exécutif, un comité financier et de vigilance, un comité d'admission et de séparation ainsi qu'une commission d'éducation. L'organigramme de la FIECH tient compte de cette structure (figure 5). Suivant les prescriptions législatives, la FIECH est

⁹ Ce livre a été publié en 2000 exemplaires et est toujours utilisé par les assesseurs de la FIECH dans les formations offertes aux producteurs.

donc constituée d'un comité exécutif (formé d'un président, d'un secrétaire et d'un trésorier), d'un comité d'admission des membres, d'un comité de contrôle et de vigilance ainsi que d'un comité d'éducation. Mais dans la pratique, l'organisation est plus lâche, plus informelle. Seul le comité exécutif était en opération ainsi que l'assemblée des délégués des organisations qui se réunissait une fois par mois. Les comités d'admission, de contrôle et vigilance et le comité d'éducation ne sont pas fonctionnels, personne n'étant en mesure de nommer qui siégeait sur ces comités. Selon le coordonnateur de l'organisation, il faut distinguer la structure *légal*e de la structure *opérationnelle*, ce que nous permet de distinguer la figure 5 (les composantes de la structure légale étant en gris et les organes opérationnels en blanc).

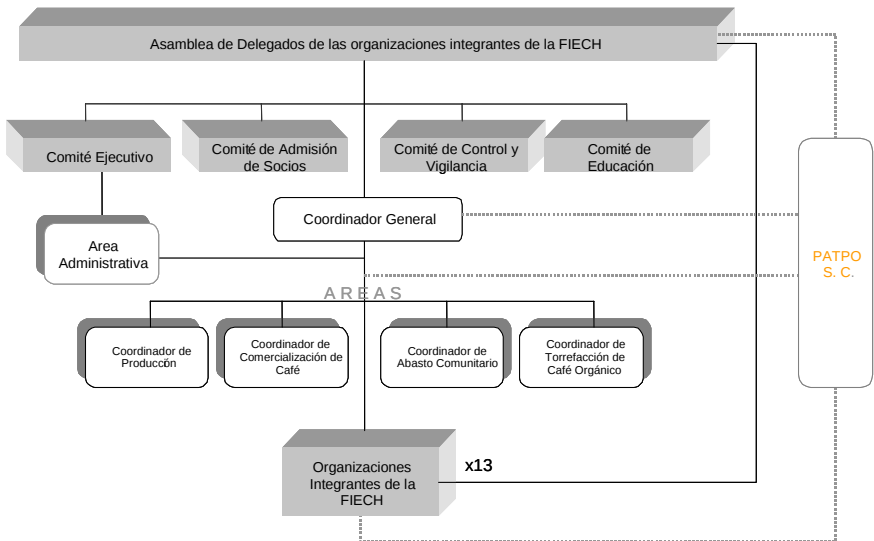


Figure 5
Organigramme de la FIECH (tiré du profil exécutif)

1.5 Gouvernance et gestion de l'organisation

La structure opérationnelle de la FIECH est constituée d'un secteur administratif qui fait le pont entre les différents comités de l'organisation (principalement le comité exécutif et l'assemblée des délégués) et les différentes aires de l'organisation (celle de la production, de la commercialisation, des projets sociaux et de la torréfaction). Bien que la figure 5 illustre le coordonnateur général comme étant le pivot central de l'organisation, c'est plutôt l'assesseur général, qui est rattaché au secteur administratif, qui agit comme directeur général de l'organisation ou comme « Le » leader sur lequel toute l'organisation et ses membres s'alignent. L'organigramme de l'organisation présenté à la figure 6 et qui est tiré d'un diaporama promotionnel est ainsi plus fidèle à la réalité de la FIECH.

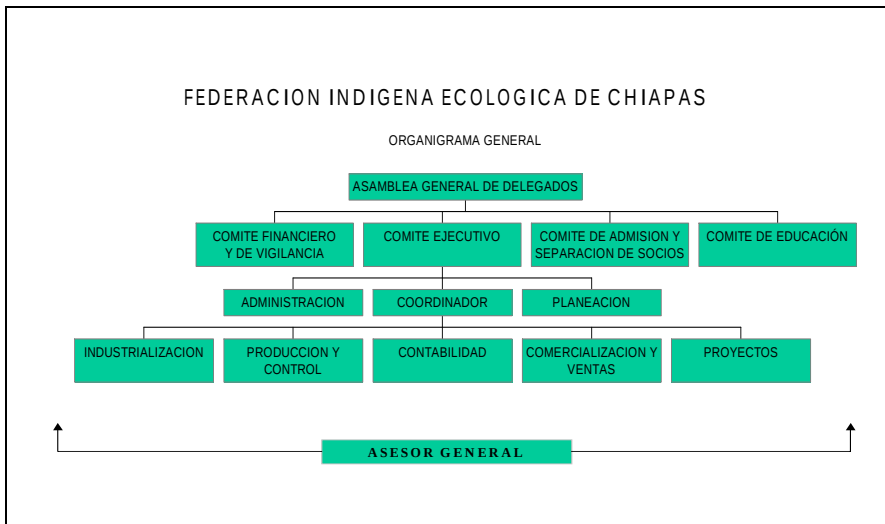


Figure 6
Organigramme de la FIECH (tiré du diaporama promotionnel de la FIECH)

La FIECH a ses propres règles de fonctionnement interne régissant l'entrée de nouveaux membres, la présence des délégués aux réunions mensuelles de la FIECH, les contributions financières des organisations à la FIECH, les droits et devoirs des élus et des membres. Nous reviendrons sur les enjeux de la gestion des organisations dans les sections 3 et 5 portant respectivement sur l'organisation interne et sur l'intégration des principes du commerce équitable.

2 Activités et profil économique

Les activités de la FIECH et de ses organisations membres concernent principalement la production, la transformation et la commercialisation du café. Les organisations de femmes ont aussi différentes activités et projets en branle. La FIECH contribue également à mettre sur pied des projets sociaux dont des projets de micro-crédit, des magasins d'approvisionnement communautaire et des auberges pour étudiants.

2.1 La production, la transformation et la commercialisation du café

L'activité principale de la FIECH est la production de café et sa transformation pour l'exportation. Ce sont les producteurs dans leur organisation respective qui se chargent de la production du café. Une fois la récolte terminée, chaque organisation rassemble ensuite les sacs de café de ses membres dans son entrepôt lors d'une opération de mise en commun appelée *acopio*. De là, le café est acheminé à la FIECH pour être transformé. La commercialisation se fait par Vida y Esperanza, l'entité commerciale de la FIECH qui se charge des opérations liées à l'exportation. Une partie du café transformé est vendu sur les marchés locaux et nationaux. Il s'agit en fait du café qui ne rencontre pas les standards de qualité qu'exigent les marchés internationaux. Plus récemment, la FIECH a également développé un secteur de torréfaction du café. Elle commercialise aussi du café torréfié et moulu sur les marchés locaux et nationaux. De façon à aider à la compréhension générale de la production du café équitable, nous croyons essentiel de décrire dans cette sous-section les principales

étapes de la production, de la transformation et de la commercialisation du café.

2.1.1 La culture du café

La production de café et particulièrement s'il s'agit de café biologique et cultivé sous ombre est une activité exigeante qui nécessite plusieurs travaux répartis tout au long de l'année. Les premières années de conversion à l'agriculture biologique sont également les plus difficiles pour les producteurs. Les producteurs effectuent un ou deux nettoyages (*limpias*) par année, en juin ou juillet et en novembre, juste avant la récolte. Lors de cette étape, on enlève les plantes qui nuisent à la croissance des plants de café. La production optimale du café (en quantité et en qualité) correspondant à un ombrage optimal, les producteurs doivent s'assurer que les plants de café n'ont ni trop de soleil, ni trop d'ombre. Le *Smithsonian Migratory Bird Center* (SMBC, s.d.) recommande un ombrage minimal de 40% au soleil de midi. Lors de la saison des pluies, les producteurs procèdent à la « régulation de l'ombre » (*regulación de sombra*) en taillant les arbres du couvert forestier. Dans le cas des producteurs de café ayant la certification *Bird Friendly*, ils doivent de plus respecter certaines normes quant à la diversité du couvert forestier. La taille des caféiers est une autre opération importante pour assurer une bonne production (enlever les jeunes repousses qui sortent du tronc - *deshijos*). Les producteurs doivent également renouveler périodiquement les plants de café. Bien qu'ils puissent produire pendant des décennies, les plants de café ne produisent des cerises qu'à leur 5^e année. La plupart des organisations bénéficient des services d'un assesseur technique (le plus souvent il s'agit d'un assesseur de PATPO), qui aident les producteurs à toujours améliorer la qualité de leur production et à respecter ces différentes normes des certifications équitable, biologiques ou *Bird Friendly*.

2.1.2 De la récolte au beneficio humide

Le temps des récoltes débute en novembre ou plus tard selon la région et dure environ un mois. Les producteurs, leur famille et des employés cueillent les cerises de café à la main (illustration 1). On procède

ensuite aux premières étapes de traitement du café : le *beneficio*¹⁰ humide. Dans les heures qui suivent la récolte, les grains de café sont extraits des cerises après avoir passé dans un moulin servant à enlever la pulpe ou la chair. Lors de l'étape de dépulpage, les deux grains de



Illustration 1
Café cerise sur les branches

café qui étaient maintenus ensemble par la pulpe sont libérés l'un de l'autre (illustration 2). Le café est ensuite laissé ainsi et repose pendant la nuit suivante : ceci constitue l'étape de la fermentation. Le lendemain, on procède au lavage des grains de café de façon à éliminer le mucilage qui subsistait. Et enfin, on fera sécher les grains de café généralement sur un patio de béton. Cette dernière opération durera quelques jours à plus d'une semaine selon la région et les conditions météorologiques qui prévalent.

¹⁰ "Au Mexique, le terme *beneficio* (du verbe "beneficiar", mettre en valeur) fait référence au processus de traitement du café." (Renard, 1996, tiré du lexique de la thèse).



Illustration 2
Moulin à dépulper le café

Le café résultant du *beneficio* humide est appelé le café *pergamino*. Bien que les grains aient été libérés de la cerise qui les contenait et du mucilage qui les enrobait, ils sont à ce stade recouverts d'une petite coquille (illustration 3).



Illustration 3
Café pergamino

Toutes les étapes du traitement humide sont donc effectuées chez le producteur. Une fois le café séché, les producteurs le mettent en sacs. Il s'agit généralement de sac pouvant contenir un quintal de café (*i.e.* environ 57 kg de café *pergamino* qui équivalent à 45,5 livres de café vert). Une fois le café ensaché, les producteurs l'apportent à l'entrepôt de leur organisation respective lors de l'*acopio*. Chaque organisation achemine ensuite le café de ses membres aux entrepôts de la FIECH. Le café *pergamino* peut se conserver pendant plusieurs mois sous cette forme.

2.1.3 Le *beneficio seco*

Au fur et à mesure que la FIECH doit livrer le café vendu, elle procède à la transformation du café (*beneficio seco*). Les opérations de *beneficio seco* sont effectuées par une équipe d'employés spécialement formés et se déroulent à l'entrepôt de la FIECH. Lors du processus de *beneficio seco*, le café chemine dans le train de transformation. Celui-ci est constitué de machines spécialisées pour le traitement du café (illustration 4). Les grains de café *pergamino* sont d'abord débarrassés de leur coquille pour être ensuite triés selon leur grosseur, leur forme,

leur densité et leur couleur. On appelle café vert (*café oro* ou *café verde*), le café issu du *beneficio seco* (illustration 2)¹¹. Le café vert est ensuite ensaché dans des poches de jute (illustration 6). Entre le café pergamino qui entre dans l'entrepôt et le café vert qui en ressort, il y a une perte de 16 à 17 % du volume initial en raison des coquilles, de l'humidité et des autres débris qui pourraient s'y trouver.



Illustration 4
Machines utilisées lors du *beneficio seco* du café



Illustration 5
Café vert

¹¹ Source :



La capacité de traitement de ce train de transformation est de 20 quintales par heure (ou un peu moins selon la qualité du café qui y est introduit). Lors de notre passage, la FIECH était en train de construire un second entrepôt adjacent au premier où elle planifiait installer un second train de transformation plus performant (pouvant traiter jusqu'à 40 quintales de café à l'heure). Car la FIECH traite non seulement le café de ses organisations membres, mais offre également ce service à des organisations externes.

2.1.4 Commercialisation du café

De pair avec la production de café, la commercialisation du café constitue une activité importante de la FIECH. Vida Y Esperanza est la figure commerciale de la FIECH qui s'occupe de la commercialisation du café tant en ce qui concerne les exportations sur les marchés équitables qu'en ce qui concerne la commercialisation régionale ou nationale.

2.1.5 Torréfaction, mouture et ensachage du café

Depuis quelques années, la FIECH s'est dotée d'installations pour faire elle-même la torréfaction, la mouture et l'emballage de café qu'elle vend localement dans des petits commerces et aussi dans des boutiques de souvenirs pour les touristes, notamment à l'aéroport de Mexico

(illustration 7). La FIECH a créé sa propre marque : le café BioMaya (illustration 8). L'organisation souhaite éventuellement pouvoir exporter du café torréfié et moulu. La FIECH songe à créer une autre figure distinctive à l'image de Vida Y Esperanza qui s'occuperait de ces activités.



Illustration 7
Équipement pour la torréfaction



Illustration 8
Marque de café développée par la FIECH

Non seulement la FIECH a-t-elle développé sa propre marque de café torréfié et moulu, mais plusieurs de ses organisations membres aspirent également à en faire autant. La FIECH appuie les initiatives de ses organisations membres en leur offrant par exemple de la formation quant à l'opération d'un torréfacteur.

2.2 Les projets et activités des organisations de femmes

Les trois organisations de femmes de la FIECH constituent un lieu d'échange pour les femmes. Dans le cadre de ces organisations, les femmes mettent sur pied des projets de diversification tels la production de fruits et légumes suivant les principes généraux de l'agriculture biologique, l'élevage de volaille et de petit bétail, des projets de boulangerie ou de production de compost. Mais surtout, les organisations de femmes font un travail considérable d'éducation et sensibilisation auprès de leurs membres sur les thèmes de l'alimentation, le développement des enfants et les droits des femmes. Les organisations de femmes défendent le rôle de pilier que jouent les femmes dans le développement des familles et des communautés.

2.3 Autres projets de la FIECH

Parallèlement à ces activités de production et de commercialisation du café, la FIECH développe divers projets. Elle a mis sur pied un système de banque communautaire basé à Motozintla et projetait le développer de façon à ce que tous les membres de la FIECH y aient plus facilement accès. De façon à soutenir les enfants des producteurs dans leurs études, la FIECH est en train de mettre sur pied des auberges leur étant destinées. La poursuite des études est souvent hors de portée pour les enfants des producteurs qui doivent quitter leur village s'ils désirent poursuivre leurs études secondaires, préparatoires ou universitaires. Ces auberges, situées près des grands centres où se trouvent les écoles offrent l'hébergement et l'alimentation à des coûts réduits. Quatre auberges étaient sur pied lors de notre passage et on projette en ouvrir d'autres ainsi que de développer différentes activités de formation que pourraient y suivre les étudiants. Les quatre auberges accueilleraient autour de 150 étudiants, des garçons comme des filles. On rêve

éventuellement de développer des cliniques à l'intérieur de ces auberges. La FIECH prévoit aussi construire une auberge à Chiapa de Corzo, sur ses terrains. Les auberges seraient appelées à devenir des lieux de formation professionnelle pour les étudiants (mécaniques, menuiserie, esthétisme, etc.).

La FIECH oeuvre aussi dans le secteur de l'approvisionnement communautaire. Il s'agit de petits magasins coopératifs visant à offrir des denrées de base à des prix raisonnables. Ceci s'est développé suite au passage de l'ouragan en 1998 dans la région de la Sierra. On avait mis sur pied ce type d'organisation pour assurer une meilleure distribution de l'aide d'urgence pour la population qui était dans le besoin. Cette organisation populaire a par la suite donné naissance à l'organisation ASSIAC, une des organisations membres de la FIECH.

La FIECH mijote également d'autres projets que ce soit l'élevage de poisson qui serait fait à partir des eaux de pluie, le développement de petits restaurants servant de la nourriture biologique ou la mise sur pied de circuits écotouristiques dans la région de Monte Bello réputée pour ses paysages exceptionnels.

2.4 Profil économique

Dans cette section, nous présentons le profil économique de l'organisation en nous attardant plus spécifiquement sur les données quant à la production et l'exportation de café (2.4.1), les clients de la FIECH (2.4.2), la situation de l'organisation dans le marché et la concurrence (2.4.3), et les certifications (2.4.4).

2.4.1 Volumes de café produits et exportés

Il nous est difficile de dépeindre un portrait détaillé de la situation économique de l'organisation. D'une part, certaines données économiques et financières nous ont été interdites d'accès. Nous en

ignorons évidemment la nature exacte¹². D'autre part, plusieurs données sont disponibles, mais pas nécessairement fiables alors que d'autres ne sont tout simplement pas disponibles comme par exemple la distribution des coûts d'opération.

Il est difficile de connaître avec précision les quantités de café produites puisque les producteurs ne vendent pas la totalité de leur production à leur organisation¹³. Dans les différents documents de la FIECH ou en discutant avec les producteurs ou les leaders des organisations, la distinction entre le café produit par les producteurs et le café reçu par les organisations et la FIECH n'est pas systématiquement faite. Par exemple, dans le profil exécutif de la FIECH on estime la production du cycle de 2004-2005 à environ 44 600 quintales de café correspondant à une superficie d'un peu plus de 3 000 hectares en production. Ces données nous apparaissent très optimistes puisqu'elles correspondent à un rendement de plus de 14 quintales par hectare alors que les assesseurs s'entendent généralement pour dire que le rendement tourne autour de 10 quintales par hectare (voire 12 quintales par hectare dans des conditions optimales).

Dans le cadre des processus de contrôle exigés par les organismes de certifications biologiques et équitable, les organisations doivent, en début d'année, déclarer les quantités de café certifié que produiront ses producteurs membres pour l'année. Ceci permet aux organismes de certification de s'assurer que les organisations de producteurs ne vendent pas plus de café certifié qu'elles ne pourraient en produire. Chaque organisation ne peut donc vendre plus qu'elles n'en déclarent en début d'années. Ces déclarations ou estimations se rapprochent donc des quantités qui sont susceptibles d'être vendues par la FIECH aux conditions biologiques et équitables. Selon les déclarations des producteurs pour le cycle 2004-2005 qui n'était pas complété à notre passage, la FIECH estimait la production des 2 851 hectares à 15 600

¹² L'assesseur général de la FIECH nous a transmis un document duquel a été retranchée une section sur la situation financière de la FIECH.

¹³ Nous développerons cet aspect dans la section 5.1.3 traitant du critère de l'accès direct au marché.

quintales correspondant à 5,5 quintales par hectare. Ces données nous ont été confirmées par la responsable de la commercialisation qui s'attendait à ce que la FIECH exporte une soixantaine de conteneurs aux conditions équitables pour l'année 2004-2005 (15 600 quintales / 250 quintales par conteneur équivalent à 62 conteneurs).

Il y a donc une différence importante entre les quantités produites par les producteurs (autour de 10 quintales à l'hectare) et les quantités exportées par la FIECH (qui sont de l'ordre de 5,5 quintales à l'hectare).

La figure 4 présente le nombre de sacs exportés par la FIECH pour la période de 1994 à 2003. Ces données nous ont été fournies par la FIECH. À première vue, on constate une progression constante des exportations jusqu'à atteindre un pic de 4 470 sacs en 1999-2000. Ce sommet est ensuite suivi d'une chute dramatique à partir de 2000 ou 2001. Puis à partir de 2001, nous assistons à une autre croissance des exportations.

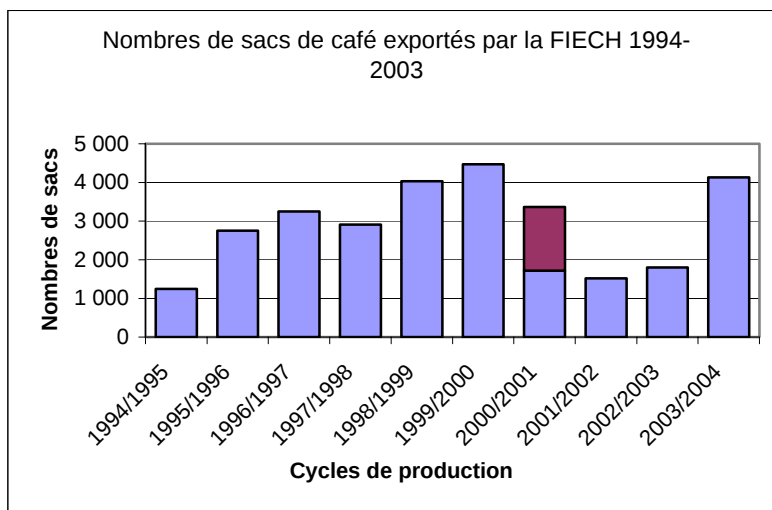


Figure 7

Graphique du nombre de sacs de café exportés par la FIECH 1994-2003

Nous émettons cependant de sérieuses réserves quant à la fiabilité de ces données et quant à l'interprétation qu'on pourrait être tenté d'en faire. D'abord, nous avons trouvé deux données pour l'année 2000-2001 dans les rapports que nous a fournis l'organisation et nous n'avons pu confirmer le nombre de sacs exportés pour ce cycle.

D'autre part, tout au long de l'histoire de la FIECH, il y a eu beaucoup de variations de son membership : beaucoup d'organisations ont joint la FIECH, alors que d'autres l'ont quittée, en continuant parfois de commercialiser leurs produits par l'intermédiaire de cette dernière. Il faut donc distinguer les organisations membres de la FIECH qui commercialisent leurs produits par le biais de Vida Y Esperanza et les organisations qui ne sont plus membres de celle-ci, mais qui

commercialisent toujours leurs produits par l'intermédiaire de cette dernière. De 2001 au cycle 2003-2004, le nombre de producteurs a augmenté de 51% passant de 846 à 1 276. Depuis quelques années, la FIECH offre également le service de transformation et de commercialisation du café à d'autres organisations. Ceci nous rend la tâche encore plus difficile puisqu'il nous est impossible de savoir si les données liées à la commercialisation de la production d'autres organisations sont incluses ou non dans le nombre de sacs de café que la FIECH prétend avoir exportés. Dans les relevés annuels de la commercialisation, ces distinctions n'ont pas toujours été faites et peu d'explications accompagnent ces relevés. On n'a pu non plus vérifier avec certitude du côté des employés administratifs ces informations.

2.4.2 Clients et situation dans le marché

En ce qui concerne les clients de la FIECH, elle a peu à peu établi des relations avec des acheteurs du Nord. À ses débuts, la FIECH n'était pas outillée et n'avait ni les capacités pour faire elle-même les opérations liées à la transformation (*beneficio seco*) et à l'exportation. Elle a donc eu recours à l'expertise d'autres organisations pour ce faire telles UCIRI. Au fil du temps, elle a acquis les équipements et les capacités pour assurer elle-même ces opérations, ce qui constitue une réussite dont la FIECH est très fière.

Il nous a été impossible d'obtenir des données précises sur la situation de la FIECH dans le marché. Néanmoins, la FIECH est parmi les grandes organisations de producteurs de café pour l'État du Chiapas et même à l'échelle du pays. De par sa forme organisationnelle, une fédération d'organisations, la FIECH regroupe un nombre considérable de producteurs. Un signe d'une position relativement confortable dans le marché est le fait qu'elle vend désormais ses services de transformation et de commercialisation du café à d'autres petites organisations qui n'en sont pas membres et qui n'ont pas les capacités de le faire elles-mêmes.

2.4.3 Certifications

Les organisations membres de la FIECH ont pour la première fois obtenu la certification biologique de l'Organic Crop Improvement Association (OCIA) ainsi que la certification équitable de FLO-CERT (à l'époque FLO) en 1995. Toute organisation qui veut joindre la FIECH doit impérativement se conformer aux standards biologiques et équitables.

D'un point de vue logistique et financier, les certifications constituent un dossier de plus en plus complexe. Graduellement, dans l'objectif d'élargir ses marchés, la FIECH et ses organisations ont obtenu d'autres certifications biologiques : Naturland pour l'Allemagne, les standards agricoles japonais des produits de l'agriculture biologique JAS¹⁴ pour le Japon et le Programme biologique national NOP¹⁵ pour les marchés américains. Cette multiplication des certifications se traduit également en la multiplication des coûts de certification et d'inspection. Puisqu'il s'agit généralement d'agences externes, les frais se paient également en devises étrangères, ce qui désavantage les organisations en raison de la faiblesse du peso mexicain. En 2003-2004, la seule certification biologique Naturland, la FIECH a dû payer près de 48 000 pesos mexicains (soit près de 5 000\$ canadiens). Malgré qu'elle recoure à l'agence de certification CERTIMEX, ce qui réduit beaucoup les frais d'inspection puisque les inspecteurs sont mexicains (et non étrangers) et que les frais d'inspection se paient en pesos (plutôt qu'en dollars américains), la FIECH déplore le manque de coordination entre les diverses certifications. Avec la nouvelle tarification imposée par FLO qui était due pour entrer en vigueur quelque temps après notre passage, la FIECH prévoyait augmenter d'autant les dépenses en certification et inspections.

Malgré tout, la structure fédérative de la FIECH permet de diminuer les coûts de certifications et d'inspection qui sont divisés entre toutes les organisations plutôt qu'assumés par chacune d'elle. En ce qui

¹⁴ Japanese Agricultural Standard of Organic Agricultural Products.

¹⁵ National Organic Program.

concerne la certification équitable par exemple, la FIECH est inscrite au registre de FLO à titre d'organisation de second niveau. C'est donc la FIECH et non chacune de ses organisations membres qui assure la relation avec FLO-CERT si bien qu'à chaque période de contrôle, seules une ou deux organisations font l'objet d'un contrôle plus serré. La FIECH est toutefois tenue de rendre certains comptes à FLO-CERT.

3 Organisation interne et insertion dans les réseaux externes

Dans cette section, nous discutons de l'organisation interne de la FIECH et de son insertion dans les réseaux externes.

3.1 Relations internes

Dans cette sous-section, nous nous intéressons aux relations entre la FIECH et ses organisations membres de même qu'aux relations entre les organisations membres de la FIECH.

3.1.1 Relations entre la FIECH et ses organisations membres

Les relations entre la FIECH et ses organisations membres sont teintées par une répartition inégale des ressources. Les équipements (équipements pour la transformation, transport, équipements de communication, etc.) de même que les compétences (en termes de commercialisation notamment) sont centralisées à la FIECH. Les organisations n'ont que très peu de moyens. Rares sont les organisations qui ont un bureau, une ligne téléphonique ou une adresse courriel. Dans cette perspective, elles sont totalement dépendantes de la FIECH sans qui elles n'arriveraient pas à assurer les opérations de *beneficio seco* de même que la commercialisation de leurs produits. Puisque c'est la FIECH qui détient l'expertise, les décisions y sont très centralisées.

Nous avons vu que tout au long de son histoire, le membership de la FIECH a été très instable : des organisations joignent ses rangs et d'autres s'en détachent, souvent à l'issue d'un processus de division et restructuration. L'organisation CIRSA, fondatrice de la FIECH, quoiqu'elle était encore officiellement une organisation membre de la FIECH, tendait à s'en détacher au moment de notre passage et ce, depuis la création de Vida y Esperanza. Cette volonté de quitter la FIECH est liée au désir de commercialiser elle-même son propre café, plutôt que de le faire par le biais de la FIECH et de Vida Y Esperanza

qu'elle voit comme un intermédiaire. N'y parvenant pas, elle continuait de recourir aux services de Vida y Esperanza.

Cette volonté de s'affranchir de la FIECH pour commercialiser elles-mêmes leur propre café est une tendance lourde au sein des organisations membres de la FIECH. Les leaders de la FIECH déplorent évidemment cette situation, estimant que les organisations puisent leur expérience et développent leurs compétences dans la FIECH sans toutefois ne rien rendre en retour comme si la FIECH leur servait d'école. Mais plus fondamentalement, cette situation soulève la difficulté qu'a la FIECH à entretenir le sentiment d'appartenance de la part des organisations membres et leurs producteurs envers elle.

3.1.2 Relations entre les organisations membres de la FIECH

Comme nous le présentons dans la section 1.2 décrivant les organisations membres de la FIECH, celles-ci sont très dispersées sur le territoire. Les distances sont d'autant plus grandes que les transports et les communications ne sont pas faciles. Plusieurs organisations n'ont pas le téléphone ou de permanence à leur siège social. Les organisations étant géographiquement isolées les unes des autres, elles n'entretiennent pas vraiment de relations entre elles autrement que par l'intermédiaire de la FIECH.

Parallèlement à la tendance à vouloir exporter par elles-mêmes, une autre tendance que nous observons est la création au sein de chaque petite organisation d'un secteur de torréfaction et mouture. Plusieurs des organisations membres de la FIECH travaillent à développer une marque de café et souhaitent éventuellement vendre leurs produits torréfiés et moulus dans des petites boutiques locales. Cette tendance est observable à l'échelle du pays. La FIECH encourage les organisations à aller de l'avant dans leurs projets, mais elle n'a pas de stratégie générale en la matière qui pourrait avantageusement favoriser les différentes organisations en termes d'économies d'échelle ou de placement de produits par exemple. Si elle n'est pas accompagnée d'une certaine planification et concertation entre les organisations, nous estimons que cette tendance risque d'être nuisible puisqu'elle pourrait

se traduire en l'émergence de relations de concurrence entre les propres organisations membres de la FIECH.

3.1.3 Relations de travail, gestion des ressources humaines et organisation du travail

Dans la grille de collecte de données originale, il y avait une section couvrant les relations de travail et la gestion des ressources humaines ainsi qu'une section couvrant l'organisation du travail. Nous avons adapté la grille à la situation de notre organisation puisque certaines des rubriques originalement prévues par la grille sont plus ou moins applicables dans le cas de la FIECH et de ses organisations membres. À titre d'exemple, il n'y a pas de convention de travail, ni de syndicat. Nous avons donc regroupé les deux sections ensemble. Nous y traiterons de tout ce qui a trait aux conditions de travail et à l'organisation du travail en distinguant les conditions des employés de celles des élus.

3.1.3.1 Employés

Les employés sont généralement eux-mêmes des fils ou des filles de producteurs. Pour la FIECH, ceci est un élément distinctif de cette organisation par rapport à d'autres organisations du même type. D'une part, la FIECH y voit un gage d'authenticité, d'engagement et de dévouement de son personnel : étant eux-mêmes des fils ou des filles de producteurs, les employés savent de quoi ils parlent, connaissent la vie des producteurs et sont donc les mieux placés pour travailler en faveur de ceux-ci. D'autre part, l'implication de fils et filles de producteurs dans l'organisation est importante pour assurer la relève de celle-ci.

Les organisations membres de la FIECH n'ont pas les ressources suffisantes pour avoir des employés. Si elles bénéficient des conseils d'un assesseur, celui-ci est rémunéré par la FIECH, par Vida y Esperanza, par PATPO ou par un mélange des trois. Plus précisément, la FIECH, Vida y Esperanza et PATPO recourent généralement aux programmes du gouvernement pour l'assistance techniques et dédient

une partie des subventions pour des projets pour couvrir le salaire des assesseurs. Les trois organisations étant très proches, les assesseurs sont relativement mobiles, étant tantôt payés par l'une ou l'autre ou plus d'une des organisations à la fois et pouvant ainsi assister plus d'une organisations à la fois. Les employés de l'aire de transformation du café qui travaillent sur les trains de transformation sont payés à même les bénéfices générés par cette activité, mais il s'agit d'emplois saisonniers. D'autres seront payés par les fonds de subvention obtenus pour la réalisation d'un projet.

Avec ses ressources limitées et variables d'année en année, la FIECH ne peut donc offrir des conditions de travail très avantageuses en termes de rémunération, bénéfices marginaux ou de sécurité d'emploi. Cependant, lorsque les employés s'engagent dans l'organisation et y contribuent positivement, elle s'organisera pour trouver des fonds et les garder parmi l'organisation.

Même si du point de vue monétaire la FIECH ne peut offrir des conditions de travail très avantageuses, elle offre à ses employés un cadre de travail fort stimulant où chacun jouit d'une grande liberté d'action et peut mettre à profit sa créativité. Pour relativiser cette insécurité d'emploi, les employés nous ont dit à plusieurs reprises qu'il s'agissait d'emploi fort intéressant considérant que le contexte socio-économique actuel du Mexique. Parmi les rares emplois qui offrent des conditions avantageuses, il y a ceux de la fonction publique, dont le cadre serait nettement moins stimulant. La FIECH est à cet effet très fière du fait qu'un ingénieur occupant autrefois un emploi stable dans une institution gouvernementale a laissé son poste pour rejoindre son équipe. Au sein de la FIECH, l'effervescence de l'équipe de travail est palpable. Les employés font preuve d'un grand engagement et dévouement pour l'organisation.

Comme la majorité des organisations et entreprises, les employés de la FIECH suivent l'horaire de travail mexicain. Les employés arrivent généralement autour de 10h en matinée. La FIECH engage une cuisinière qui travaille dans une petite bâtisse adjacente à ses bureaux. Les employés vont déjeuner. On travaille ensuite jusque vers les 15h,

heure à laquelle ils vont dîner. Et on poursuit ensuite le travail jusqu'à 20h ou 21h environ. Les horaires sont très flexibles.

3.1.3.2 Élus

Bien que les élus soient très fiers d'occuper un poste au sein de leur organisation ou de la FIECH, cet engagement constitue une charge supplémentaire ce que traduit d'ailleurs le terme *cargo* utilisé pour désigner le fait d'occuper un poste d'élu dans une organisation. Les élus doivent être régulièrement présents au bureau de l'organisation pour accomplir certaines tâches liées à leur fonction, ce qui signifie qu'ils sont moins présents auprès de leur famille et moins disponibles pour s'occuper de leur café. A priori, les élus ne reçoivent pas de salaire pour leur *cargo*. Puisque la FIECH dispose de moyens plus élevés que ses organisations, les élus de la FIECH reçoivent un montant forfaitaire de compensation. Plusieurs organisations souhaitent pouvoir en faire de même, mais n'ont pas les ressources suffisantes pour l'instant.

3.2 Insertion dans les réseaux externes

Dans cette sous-section nous nous intéressons aux relations de l'organisation avec d'autres organisations ou acteurs. Nous traiterons des relations de l'organisation avec les entreprises locales, le réseau financier, les ONG, le milieu ainsi qu'avec le gouvernement.

3.2.1 Relations avec les autres entreprises locales

Contrairement à d'autres petites organisations qui dépendent d'organisations ou entreprises locales pour leurs opérations, la FIECH est relativement indépendante d'autres entreprises locales puisqu'elle possède un département de transformation primaire du café (*beneficio seco*) et assure elle-même toutes les étapes de transformation et de commercialisation du café. Elle possède également son propre tracteur et une remorque pour assurer le transport du café jusqu'au port. Ce faisant, la FIECH est elle-même une ressource pour plusieurs petites organisations qui font appel à ses services pour la transformation

primaire et la commercialisation de leur café. En ce qui concerne les relations entre la FIECH et d'autres organisations de producteurs de café, elles sont souvent fortement teintées de compétition tant pour attirer de nouveaux membres qu'en ce qui concerne la vente des produits ou l'offre de services de transformation et de commercialisation. Concernant ce dernier point, la FIECH offre ce service à des coûts en deçà de ce qu'offrent d'autres organisations du même type dans la région, spécifiquement pour mieux se positionner par rapport à ses organisations concurrentes.

3.2.2 Relations avec le réseau financier

Pour le financement de ses opérations, la FIECH a reçu du financement de Fondo Acción Banamex, une institution du gouvernement qui offre du crédit pour les petits producteurs dans le secteur agricole. Dans le passé, la FIECH a également fait affaire avec le Fonds national d'appui pour les entreprises de solidarité (*Fondo Nacional de Apoyo para las Empresas de Solidaridad* - FONAES) qui offre du crédit à des faibles taux d'intérêts et proposent différents programmes pour le développement d'entreprises sociales.

Parallèlement, la FIECH réussit à obtenir des subventions pour des projets. Au début des années 2000, elle a reçu un appui financier de la Banque interaméricaine de développement (BID) pour la construction de son premier entrepôt (inauguré en 2002) dans lequel elle a installé ses équipements pour la transformation du café. Il s'agissait d'un prêt à long terme et d'un appui totalisant 652 000 dollars américains. Les institutions du gouvernement constituent une source de financement fort importante pour la FIECH, pour ne pas dire vitale, tant en ce qui concerne des projets d'infrastructure (construction d'entrepôt, achat d'équipement) que de l'assistance technique. Le *Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación* (SAGARPA) est une institution des plus importantes à cet effet. En 2003, la FIECH a reçu 1 080 000 pesos pour la construction d'un second entrepôt adjacent au premier. Cette même année, le SAGARPA a également financé l'achat de machine à dépulper pour les producteurs (669 000 pesos) ainsi que l'achat d'un tracteur de remorque (1 211 000

pesos) que la FIECH utilise pour le transport du café jusqu'à la côte. Le SAGARPA a aussi octroyé 290 000 pesos pour l'assistance technique. Au total, en 2003, la FIECH a reçu 3,25 millions de pesos.

3.2.3 Relations avec les ONG et d'autres institutions

La FIECH n'entretient pas de relations particulières avec des ONG d'où elle tirerait son financement par exemple, mais certaines de ses organisations membres ont reçu de l'aide ponctuelle dans le passé pour l'achat de matériel (équipement de bureau notamment). La FIECH collabore toutefois avec le Fonds des Nations unies pour l'enfance (UNICEF) dans le cadre d'un programme de cette dernière qui vise à évaluer la condition de l'éducation au Chiapas. La FIECH collabore également avec des universités (Tec de Monterrey et les universités de la région de Tuxtla). Par exemple, en 2004, la FIECH a reçu six étudiants de Monterrey et d'autres de Querétaro et d'Aguascalientes qui ont travaillé sur le projet de micro banque rurale située à Motozintla.

3.2.4 Relations avec le milieu

Plusieurs acteurs de la société mexicaine, depuis les producteurs jusqu'aux académiciens, observent la division et l'éclatement des communautés rurales, particulièrement au Chiapas. On dit qu'avant la rébellion zapatiste de 1994, les sociétés autochtones étaient relativement bien fortes et organisées. Mais voyant que les autochtones s'organisaient pour faire valoir leurs revendications, le gouvernement aurait soutenu d'autres mouvements avec l'objectif d'affaiblir les organisations et de diviser les communautés pour contrer cette levée des boucliers¹⁶. D'autres y voient plutôt la conséquence de la venue récente de diverses missions évangélistes. Par exemple, dans la petite communauté de Bella vista del Norte qui comptait 700 habitants en 2004, soit 162 familles, on trouve une église catholique, une église pentecôtiste, une église presbytérienne ainsi que l'église des témoins de

¹⁶ Cet élément a été soulevé à plusieurs reprises dans nos entrevues ou dans les discussions que nous avons eues avec différentes personnes liées à la FIECH ou externes à celles-ci.

Jéhovah. En somme, on observe aujourd'hui qu'il y a plusieurs partis politiques, plusieurs églises, plusieurs mouvements qui défendent des idéologies qui ne cohabitent pas nécessairement bien compatibles. À l'échelle des communautés, on sent une certaine division et méfiance entre les citoyens sur la base des allégeances politiques ou religieuses des gens.

L'influence de la religion catholique, plus précisément le courant de la théologie de la libération, est très présente chez la FIECH et ses organisations membres comme nous le présentions dans la première section. La division sociale qui règne dans les communautés, qu'on l'attribue à la présence de plusieurs religions ou à l'intervention du gouvernement, est aussi perceptible dans les relations qu'entretient la FIECH avec le milieu. En fait, la FIECH ne semblait pas entretenir de relation directe avec les communautés, sinon par l'intermédiaire de ses organisations membres qui sont elles-mêmes plutôt dispersées géographiquement, ce qui limite d'autant les relations avec la communauté et le rayonnement local.

3.2.5 Relations avec le gouvernement

Dans cette sous-section, nous nous intéressons aux relations qu'entretiennent la FIECH et ses organisations avec le gouvernement, *i.e.* les différentes institutions publiques, à l'échelle municipale, régionale ou nationale.

Comme nous le présentions précédemment, le gouvernement et ses institutions constituent une source de financement très importante pour la FIECH, mais les organisations et les producteurs sont en général très critiques du gouvernement. Suite au démantèlement de l'INMECAFÉ, les paysans accusent le gouvernement de les avoir abandonnés, laissés à eux-mêmes, bien qu'à cette époque ils avouent avoir été sous l'emprise absolue du gouvernement qui les contrôlait et les maternait. Parmi les programmes gouvernementaux dont peuvent bénéficier les producteurs, la SAGARPA offre 20\$US par 100 livres de café produit aux producteurs pour les aider à pallier le faible prix du café. Si les producteurs et leur organisation en bénéficient, ils déplorent toutefois

que ce soient les propriétaires de grandes plantations qui en bénéficient le plus:

Le programme compensatoire de SAGARPA. Qui sont les bénéficiaires? Ce ne sont pas les petits producteurs, mais bien les grandes plantations qui produisent plus de 1000, 2000 ou 3000 quintales. Ce sont les propriétaires des plantations qui y gagnent. Ce ne sont pas les 200, 400 ou 600 pesos que vont recevoir les petits producteurs qui vont faire la grande différence.¹⁷

Bien que le gouvernement soit une source de financement fort précieuse pour les organisations, les producteurs accusent les instances gouvernementales (municipales et nationales) ainsi que les gouverneurs de complots visant à diviser les communautés et à contrer les processus de formation des organisations ayant eu cours dans la décennie des années 1990. La méfiance des familles de paysans à l'égard du gouvernement est donc palpable. Les producteurs y voient même une raison de plus pour s'organiser et s'unir : contrer le gouvernement et s'en affranchir, être libre. Paradoxalement, même si le gouvernement offre un appui financier, les producteurs le conçoivent d'abord comme un obstacle.

Lorsque l'on aborde le thème des relations avec le gouvernement, on aboutit nécessairement sur la question de la corruption en général et de la question de la corruption des partis politiques. Toutes relations avec le gouvernement, ses institutions ou pire encore, un parti politique, sont perçues comme suspectes. L'opposition systématique au gouvernement et aux partis au pouvoir devient une façon de préserver son image. À la

¹⁷ *O sea si te das cuenta, digamos, en los mismos programas de gobierno aquí en México. Te dan, este, digamos un sobre precio por el café. El programada de SAGARPA el precio compensatorio. ¿Quiénes son los beneficiados? No son los pequeños productores, son las grandes fincas que producen arriba de 1000, 2000, 3000 quintales, porque a ellos les va a llegar un sobreprecio por su café y quienes el que lo gana. Lo gana el finquero. No se lo dan a los pequeños productores. Ene cambio el pequeño productor recibe 200 pesos, 400 pesos, 600 pesos por este sobreprecio que tampoco le beneficia en gran medida.*

blague, on nous expliquait que les gens ayant des ambitions pécuniaires se dirigent en politique. Même une personne reconnue comme intègre serait d'emblée soupçonnée d'être corrompue si elle tentait sa chance en politique. C'est aussi ce que l'on observe à l'échelle des organisations. Les leaders de la FIECH reprochaient à d'autres organisations de producteurs de café d'avoir obtenu des subventions du gouvernement pour la construction d'infrastructures en laissant planer l'idée qu'il y aurait eu corruption, sinon copinage. Paradoxalement, la FIECH a elle-même bénéficié de grandes subventions. Lors de notre séjour, la FIECH a eu le privilège de recevoir la visite du Secrétaire du SAGARPA, inaugurant du coup les installations subventionnées par cette organisation. Pour l'événement, la FIECH avait réussi à mobiliser un très grand nombre de ses producteurs et leur famille. Cet événement constituait une vitrine exceptionnelle pour l'organisation.

Aujourd'hui, dans ses projets, la FIECH cherche l'appui financier du gouvernement, mais pas à n'importe quel prix. On craint que le gouvernement s'accapare des initiatives des organisations et en vienne à les dénaturer. C'est ce que nous expliquait un employé de la FIECH relativement à la reconnaissance éventuelle des cours offerts aux étudiants fréquentant les auberges par le Secrétaire de l'éducation publique : « l'expérience nous montre que parfois, l'intervention du gouvernement perverti le processus... [...] le projet original perd son sens, son identité »¹⁸.

En somme, les relations qu'entretient la FIECH et par le fait même ses organisations membres et les producteurs sont donc pour le moins complexes et nuancées.

¹⁸ *La experiencia es que nos ha dicho que a veces se desvirtúa el proceso, cuando llega y se involucra mucho el gobierno... [...] Pierde sentido, pierde la identidad original del proyecto.*

4 Évolution et changements au sein de l'organisation

Dans ce chapitre, nous nous intéressons aux innovations et changements qui ont marqué l'histoire de l'organisation. D'abord, nous présentons les changements qu'a amenés le regroupement des producteurs en organisations (4.1). Ensuite, nous présentons les changements qui ont cours depuis le regroupement des producteurs en organisations (4.2). Nous concluons en voyant quelles ont été les conditions d'émergence et l'origine de l'innovation (4.3).

4.1 Changements liés au regroupement des producteurs en organisations

Les changements liés au regroupement des producteurs en organisations ont principalement trait aux opérations, au statut et au rôle des producteurs ainsi qu'au rapport des producteurs à leur environnement. Nous notons enfin un dernier changement important qui concerne le rôle des assesseurs techniques.

4.1.1 Opérations

Le regroupement des producteurs en organisations a engendré l'internalisation de plusieurs opérations autrefois laissées à d'autres agents de la chaîne commerciale. Avant l'« ère » des organisations, les producteurs ne faisaient que produire leur café et n'avaient pas à se préoccuper de ce qui suivait. Dans certains cas, les producteurs apportaient eux-mêmes leur café jusqu'aux entrepôts des intermédiaires locaux dans les communautés pour le vendre. Mais le plus souvent, les intermédiaires se déplaçaient jusque dans les campagnes directement chez les producteurs pour y récupérer le café si bien que les producteurs n'avaient même pas à se soucier du transport. Les producteurs vendaient généralement leur café sous forme de café *pergamino*, mais parfois, il pouvaient même le vendre sous forme de café cerise. Ceci signifie que le café était vendu tel que cueilli, sans que le producteur ne l'ait transformé d'aucune façon. Ceci signifie également que le producteur devait vendre rapidement le café puisque sous cette forme, il

se dégrade rapidement. Évidemment, la contre-partie de ne pas avoir à se soucier du transport et dans certains cas, des étapes du *beneficio* humide était que les producteurs n'avaient qu'un très faible prix pour leur café.

Avec le regroupement des producteurs en organisations, les producteurs et les organisations ont internalisé une plus grande part des opérations de la chaîne commerciale. Comme nous le présentions à la section 2, les producteurs et leur organisation se chargent de la production, des opérations liées au *beneficio* humide et sec, ainsi que de la commercialisation et de l'exportation de leur café. Ceci signifie que c'est la FIECH qui doit faire les contacts avec les acheteurs potentiels pour éventuellement vendre le café de ses organisations, conclure les contrats de vente et s'assurer d'avoir tous les permis requis pour l'exportation. La FIECH apporte le café jusqu'au port de Veracruz situé sur la côte est du Mexique, principal point de départ du café exporté. Ces activités ont graduellement été internalisées. Au départ, la FIECH a pu transformer et exporter son café par l'intermédiaire d'UCIRI, puis peu à peu, elle s'est dotée des ressources pour assurer elle-même ces opérations comme nous l'avons déjà mentionné.

4.1.2 Statut et rôle des producteurs

Le regroupement des producteurs en organisations a également amené des changements liés au statut et au rôle des producteurs. Avant l'ère des organisations, que ce soit à l'époque de l'INMECAFÉ ou à l'ère des intermédiaires locaux, les producteurs de café étaient rabaissés au simple statut de fournisseur de café. Jusqu'au démantèlement de l'INMECAFÉ, les producteurs étaient totalement pris en charge par cette institution qui leur offrait de l'assistance technique et des services en agronomie tout en assurant l'achat, la transformation, la commercialisation et l'exportation de leur café. De l'aveu même des producteurs, ceux-ci étaient habitués à un certain « paternalisme » ou

une certaine forme de contrôle de la part de l'État ou de ses institutions¹⁹. Comme l'explique un producteur de café :

Ils [l'INMECAFÉ] faisaient tout. Ils faisaient tout. Tout ce qu'avaient à faire les paysans était de semer le café, le couper et le remettre. Les producteurs ne savaient rien de ce qu'il advenait ensuite de leur café : comment il était transformé, où il était exporté, qui l'achetait, combien les acheteurs payaient. Personne ne savait rien de ça.²⁰

La libéralisation du secteur du café dans la décennie a non seulement laissé les producteurs totalement démunis, puisqu'ils étaient jusqu'alors totalement pris en charge par l'État, mais a également laissé le champ libre aux intermédiaires locaux ou coyotes²¹. La question de la qualité de la production n'était alors d'aucune importance. On rapporte d'ailleurs qu'il était de pratique courante de gonfler ses sacs de café récolté avec des débris de façon à accroître les volumes vendus. Avec l'effondrement de cette institution, les producteurs ont été laissés à eux-mêmes, et c'est à ce moment que les intermédiaires locaux ont pris de l'importance. Les producteurs produisaient le café comme ils le pouvaient, sans le soutien de l'État cette fois, et ne se souciaient pas non plus de la qualité de leur production pas plus qu'ils ne savaient ce qu'il advenait de leur production une fois qu'ils l'avaient vendue. Mais contrairement, INMECAFÉ n'étaient plus là pour assurer un prix et c'est donc à cette époque que les conditions de vie des producteurs se sont le plus détériorées étant directement affectés par la fluctuation du prix du café sur les marchés internationaux.

¹⁹ Propos recueillis lors de l'étude exploratoire effectuée par Ana Isabel Otero à l'été 2004.

²⁰ « Ellos [INMECAFÉ] hacían todo, pues. Ellos hacían todo. Entonces los campesinos, lo único que hacían era sembrar el café, cortar y entregar, ya no sabían más. A donde va el café, como se industrializa, como se exporta, quien lo compra, a como lo están pagando allá. Nadie sabe de eso. »

²¹ Le père van der Hoff rapporte toutefois que même à l'époque de l'INMECAFÉ, la corruption s'était déjà installée. Les producteurs se faisaient dire à torts que leur café n'était pas de très bonne qualité (Roozen et van der Hoff, 2000).

Le regroupement des producteurs en organisations leur a d'abord permis de vendre leur café à de meilleures conditions, ce qui se traduit directement en une plus grande sécurité financière. Alors que plusieurs producteurs abandonnaient leur plantation de café, les producteurs membres d'organisations ont poursuivi leurs activités de culture de café. Mais par-dessus tout, le regroupement des producteurs en organisations a permis aux producteurs de rompre avec l'attitude de bénéficiaire qu'ils avaient à l'époque de l'INMECAFÉ et de se responsabiliser ainsi que d'avoir une emprise sur leur production et leur travail. Les producteurs, poussés par les organisations, sont engagés dans une démarche de production de café de spécialité, un café de qualité. Les organisations offrent de multiples formations que ce soit sur les techniques d'agriculture biologique ou les techniques associées au *beneficio* humide du café qui est déterminant pour la qualité du produit final.

Cette conscientisation et cette responsabilisation des producteurs transcendent le seul enjeu de la qualité du produit mais traduisent une véritable prise de conscience quant à leurs capacités de produire un produit de qualité et quant à la valeur de leur travail qu'ils voient désormais s'inscrire dans une chaîne productive. Les producteurs savent maintenant ce qu'il advient de leur café ; certains connaissent sommairement le fonctionnement de la bourse, ce qu'ils ignoraient totalement auparavant. Ils sont les premiers à constater le chemin accompli depuis l'époque révolue de l'IMNECAFÉ. Ils exposent fièrement leurs réussites : formation d'une organisation, obtention de la certification biologique, obtention de la certification équitable, accession à divers marchés internationaux, etc. Depuis l'avènement des organisations de producteurs, les producteurs occupent les premiers rôles : c'est pour eux que l'on a créé les organisations, ce qui contraste beaucoup avec le passé.

Pour faire suite avec la section précédente, l'internalisation des opérations se traduit chez les producteurs par le besoin de formation dans différents domaines. Alors qu'auparavant, ceux-ci n'avaient qu'à produire le café, ils doivent maintenant le produire en suivant les règles de l'agriculture biologique, acquérir des compétences dans le domaine

de la gestion des organisations puisque plusieurs de ceux-ci seront appelés à siéger sur un comité, etc. Pour bien des producteurs qui savent à peine lire et écrire, il s'agit d'activités exigeantes, particulièrement en ce qui a trait au fonctionnement des organisations.

4.1.3 Le rapport à l'environnement

Dès leur création, les organisations fondatrices de la FIECH et celle-ci ont adhéré aux principes de l'agriculture biologique et ont cherché à obtenir la certification. L'avènement de la certification biologique a induit chez les producteurs un changement notable dans le rapport à l'environnement. D'une part, ils sont beaucoup plus sensibilisés à l'importance d'une bonne gestion des ressources naturelles. Mais cette prise de conscience n'est pas totale, en ce sens que l'utilisation de produits chimiques est encore relativement fréquente pour la production de fruits et légumes destinés à l'autoconsommation. D'autre part, les producteurs voient que leur bonne gestion environnementale en ce qui concerne leur production de café profite à la société de façon générale. Ceci est sans doute attribuable à la certification Bird Friendly. Cette certification reprend les principes de l'agriculture biologique en ajoutant certains critères, notamment la diversification du couvert forestier, ceci dans le but d'assurer que les oiseaux migrateurs que l'on protège au Nord (Canada et États-Unis) trouvent également des espaces protégés au Sud, dans ce cas-ci le Mexique. Certains producteurs vont même jusqu'à affirmer que la société devrait les dédommager pour les efforts de conservation qu'ils font.

4.1.4 Le rôle des assesseurs

Avec l'avènement des organisations de producteurs, un nouvel acteur a pris de l'importance : les assesseurs d'organisations. Il s'agit souvent d'ingénieurs agronomes, ou autres professionnels, qui accompagnent et guident les organisations dans leur cheminement autant en termes organisationnels que sur le plan technique. Dans le cas des organisations de la FIECH, elles sont toutes, sauf exception, accompagnées par un assesseur de PATPO. D'un côté les assesseurs sont essentiels pour les organisations sans qui elles auraient beaucoup

de mal à obtenir les certifications biologiques et équitables de même qu'à rencontrer les standards de qualité pour l'exportation. De l'autre, les assesseurs sont dans une position privilégiée de pouvoir. Ils sont au centre des organisations et du contrôle de l'information. Et les producteurs membres des organisations de même que les élus ont souvent tendance à confier la gestion de leur organisation à leur assesseur plutôt qu'à la prendre directement en charge. D'une certaine façon, le paternalisme de l'INMECAFÉ a été remplacé par celui des assesseurs. Dans le cas de la FIECH, les divergences qu'elle a vécues avec certaines de ses organisations membres ne sont pas étrangères à des divergences entre assesseurs. La position de pouvoir qu'occupent les assesseurs de façon générale donne également lieu à une situation délicate où sont susceptibles de se confondre les rôles et intérêts.

4.2 Changements depuis le regroupement des producteurs

Les changements observés depuis le regroupement des producteurs en organisations sont d'ordre organisationnel et technologique. Ils touchent aussi la gestion économique et financière de l'organisation ainsi que le rapport au milieu.

4.2.1 Changements organisationnels et technologiques

En ce qui concerne les changements d'ordre organisationnel, depuis sa création, la FIECH s'est grandement consolidée. Après la constitution légale de la FIECH en 2000, qui peut elle-même être considérée comme un changement organisationnel important, elle a créé son bras commercial Vida y Esperanza qui assure l'exportation des produits.

En 2000, la FIECH a créé sa propre marque de café, le café BioMaya et développe depuis le secteur de la torréfaction du café. Il s'agit de la propre marque de café de la FIECH qu'elle vend déjà torréfié et moulu sur les marchés locaux et dans certains aéroports. Il existe plusieurs types de café BioMaya qui sont tous destinés à des niches distinctes : café de qualité européenne, café avec un emballage souvenir pour les

touristes de passage, etc.²² En 2004 lors de notre passage, l'organisation disait souhaiter créer une autre entité commerciale qui serait chargée du secteur de la torréfaction au même titre que Vida y Esperanza est chargée de la commercialisation et de l'exportation.

Au chapitre des infrastructures et technologies, on note beaucoup de changements. La FIECH s'est dotée d'entrepôts et d'équipements sophistiqués pour la transformation du café, d'un tracteur de remorque pour le transport. Du côté des producteurs, la grande majorité de ceux-ci ont leur propre machine à dépulper le café ainsi qu'un patio de béton pour le séchage. Tous les changements technologiques réalisés sont toujours faits dans l'objectif d'améliorer la qualité du produit suivant les prescriptions du cahier de charges de la certification biologique ou les exigences des marchés.

La FIECH transforme désormais non seulement le café de ses organisations membres, mais vend ce service à d'autres organisations. C'est dans cette optique que la FIECH était sur le point d'acquérir un autre train de transformation du café étant donné l'augmentation constante du volume de café traité ces dernières années.

Enfin, un dernier changement que nous notons concerne la commercialisation des produits. La FIECH développe maintenant ce qu'elle appelle les « marchés du futur » qui sont des contrats conclus auprès de courtiers, indépendamment du marché équitable, à de bons prix, pour garantir le prix de leur café. La FIECH voit ce nouveau débouché comme une façon de diversifier ses marchés et ainsi mieux se protéger dans l'éventualité de problèmes liés au marché équitable.

En somme, les changements organisationnels et technologiques observés vont dans le sens d'une consolidation de l'organisation et d'une diversification des activités.

²² Comme nous le mentionnons précédemment, cette volonté à lancer leur propre marque de café torréfié et moulu est une grande tendance que nous avons observée auprès des organisations, quelles soient petites ou grandes. (voir section 3.1.2)

4.2.2 Changements dans la gestion économique et financière

En 2003-2004, la FIECH a créé un système de participation économique pour les producteurs membres de ses organisations. Pour chaque kilo de café vendu, la FIECH retient un peso. Elle souhaite ainsi favoriser le sentiment d'appartenance et la plus grande participation de ses membres à son fonctionnement tout en créant un fonds pour les producteurs. Les résultats de ce programmes étaient encore très mitigés, principalement parce que les producteurs n'en comprennent pas les avantages. Ils préfèrent généralement recevoir le meilleur prix pour leur café. Dans les entrevues réalisées, nous avons souvent relevé un préjugé ou une croyance défavorable à l'égard des producteurs. Les leaders d'organisation, le personnel de même que les producteurs eux-mêmes véhiculent, à tort ou à raison, l'image générale du producteur peu vaillant, sans ambition et qui ne sait pas ou n'a pas l'habitude d'économiser et de planifier pour le future.

4.2.3 Changement dans le rapport au milieu

Depuis le début de ses opérations, la FIECH a été très orientée sur la production de café et le développement de ses activités dans ce secteur précis. Or depuis quelques années, la FIECH dit investir de plus en plus les terrains du social et du politique. C'est dans cette perspective que la FIECH développe de plus en plus des projets sociaux, notamment les auberges pour étudiants, et qu'elle cherche à influencer la scène politique. Selon la vision des leaders de la FIECH, la consolidation économique de l'organisation était une condition préalable à son déploiement dans les sphères sociale et politique.

4.3 Conditions d'émergence et origine de l'innovation

Il est difficile de discriminer précisément les conditions ou les facteurs qui ont amené telle innovation ou tel changement. L'émergence des organisations de producteurs est cependant directement liée au contexte difficile des années 1980 pour le secteur du café. Van der Hoff (2002) présente à cet effet qu'à partir de la création de l'INMECAFÉ en 1970,

les conditions commerciales offertes aux producteurs de café se sont progressivement détériorées en raison de la corruption qui s'est peu à peu installée. La libéralisation du secteur du café n'a fait qu'exacerber une crise qui était jusqu'alors latente. Parallèlement au contexte défavorable, l'Église a été un véritable catalyseur pour l'organisation de la réponse des producteurs, UCIRI étant la pionnière à cet égard. Mais plus qu'une pionnière, UCIRI a été une source d'inspiration certaine pour la création d'autres organisations de producteurs de café. Fait anecdotique, c'est en se rendant chez UCIRI que les producteurs de l'OCAEZ, une organisation aujourd'hui membre de la FIECH, ont appris l'existence de PATPO, qui était en fait située dans leur propre région. L'assistance technique offerte par PATPO a également joué le rôle de catalyseur pour la mise sur pied et le fonctionnement de l'OCAEZ.

5 Intégration des principes, résultats et impacts du commerce équitable

Dans ce chapitre, nous nous intéressons à la mise en œuvre du commerce équitable sur le terrain. Nous présentons d'abord la connaissance et l'application concrète des principes du commerce équitable que nous avons observées suivi des résultats et des impacts. Puisque notre cas porte sur une organisation insérée dans la filière labellisée, nous nous référons aux standards de FLO. Dans le système de la filière labellisée, il existe deux types de normes : des standards dédiés spécifiquement aux producteurs (qu'ils soient petits producteurs rassemblés en organisations ou travailleurs salariés) et des standards pour le produit dédiés aux commerçants (exportateurs, importateurs ou détenteurs de licence) comme aux producteurs. À la différence des producteurs, les commerçants n'ont pas pour l'instant de standards génériques à suivre. La figure 8 présente l'organisation générale des standards de FLO.

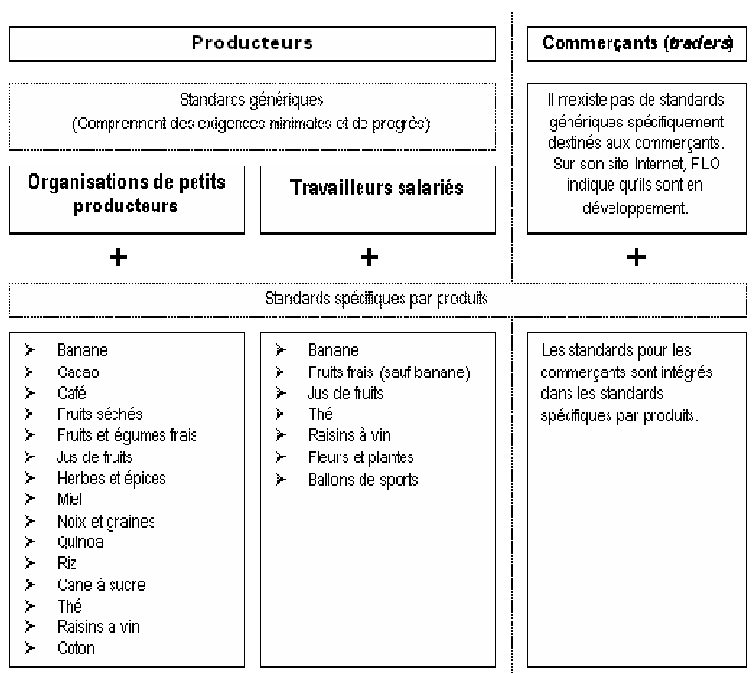


Figure 8
Présentation générale des standards de FLO

Le tableau 2 présente plus spécifiquement les standards de FLO valables pour les organisations de producteurs et pour le café.

Tableau 2

Standards de FLO pour les organisations de petits producteurs de café

Standards valables pour les organisations de petits producteurs seulement	
1. Développement social	
1.1	Contribution du commerce équitable au développement
1.2	Membres petits producteurs
1.3	Démocratie, participation et transparence
1.4	Non-discrimination
2. Développement économique	
2.1	Prime du commerce équitable
2.2	Capacité à exporter
2.3	Consolidation économique de l'organisation
3. Développement environnemental	
3.1	Évaluation d'impacts
3.2	Produits agrochimiques
3.3	Déchets
3.4	Sol et eau
3.5	Feu
3.6	OGM
4. Conditions de travail	
4.1	Travail forcé et travail des enfants
4.2	Liberté syndicale et de négociation collective
4.3	Conditions d'emploi
4.4	Santé et sécurité au travail
Normes pour les négociants achetant directement des producteurs :	
• Paiement d'un prix qui couvre au moins les coûts d'une production durable : le prix équitable minimum. • Paiement d'une prime pour le développement : la prime équitable. • Paiement partiel en avance, lorsque demandé par les producteurs. • Signature de contrats permettant une planification à long terme et des pratiques durables.	
Standards spécifiques au produit (ex. : café)	
1.	Description du produit
2.	Relations stables et à long terme
3.	Conditions commerciales
4.	Prix et prime
5.	Préfinancement et crédit

À partir de ces standards, nous pouvons dégager les principes de commerce équitable dont nous traiterons dans le présent chapitre. Il s'agit de 11 principes que nous avons regroupés selon leur nature (économique, sociale, environnementale ou liée à la gouvernance).

Tableau 3
Principes équitables

Principes équitables économiques
Accès direct au marché Paiement d'un juste prix (prix équitable minimum plus une prime équitable) Préfinancement Relations stables et à long terme des partenaires commerciaux Capacité à exporter et consolidation économique de l'organisation
Principe équitable environnemental
Protection de l'environnement
Principes équitables sociaux
Conditions de travail Statut de petits producteurs Contribution du commerce équitable au développement social et prime de développement
Principes équitables liés à la gouvernance
Démocratie, participation, transparence et non-discrimination Promotion du commerce équitable

Notons que le principe d'accès direct au marché n'est pas explicitement formulé comme standards dans les normes de FLO. Nous l'avons toutefois intégré parmi les principes puisque FLO y réfère indirectement, mais surtout parce que le commerce équitable du café s'est bâti autour de l'idée de couper les intermédiaires. Certaines organisations le reconnaissent comme principe équitable à part entière. Dans sa charte, la Plate-forme pour le commerce équitable (PFCE) énonce le critère de progrès suivant : « **Le circuit le plus court et le plus simple possible**²³ entre producteurs et consommateurs » (PFCE, s.d.). Équiterre et Équita promeuvent également une relation commerciale directe que la seconde organisation définit comme consistant à « Diminuer le nombre d'intermédiaires impliqués dans les échanges commerciaux en établissant des liens directs entre les petits producteurs du Sud et les consommateurs du Nord » (Equita, s.d.). Nous avons également formulé le principe de la promotion du commerce équitable. Encore une fois, ce principe ne constitue pas un standard de FLO. Ce principe nous apparaît toutefois d'une importance capitale considérant l'objectif de transformation des règles du commerce international que s'est donné le mouvement équitable. Il est également présent dans la définition commune que se sont donnés les acteurs du mouvement. Nous pouvons maintenant passer à la présentation de l'application de chacun de ces principes.

5.1 Principes économiques

5.1.1 Préfinancement

Selon les principes du commerce équitable, les producteurs doivent pouvoir bénéficier, s'ils le désirent, d'un préfinancement jusqu'à hauteur de 40 à 60% de la valeur de la transaction. Ce préfinancement provient en principe des acheteurs avec lesquels les organisations concluent des contrats à l'avance. Et par définition, les producteurs doivent pouvoir avoir accès à ce préfinancement avant le début des

²³ Le gras n'est pas de nous.

récoltes. C'est en effet pendant la période des récoltes que les producteurs et leur famille ont le plus besoin de liquidité pour payer la main d'œuvre et la nourriture des travailleurs. Lorsqu'ils ne sont pas inscrits dans la filière équitable, les producteurs, qui habitent dans des zones reculées, n'ont souvent d'autres choix que de recourir aux coyotes pour leur avancer des liquidités à des taux prohibitifs. Les producteurs sont donc à la merci des coyotes qui, en tant que fournisseur de crédit et acheteurs du café, occupent une position privilégiée face aux producteurs. L'octroi d'un préfinancement à un taux raisonnable doit donc permettre de casser le cycle de dépendance dans lequel sont souvent engagés les producteurs.

Dans le cas à l'étude, soit la FIECH et ses organisations membres, l'application de ce principe est quelque peu différente de ce à quoi nous étions en mesure de nous attendre. D'abord, la FIECH, ou plutôt Vida y Esperanza, n'obtient pas la majeure partie de son financement de ses acheteurs, mais de l'institution financière Fondo Acción. Les dirigeants de la FIECH ainsi que les responsables de la commercialisation ne savaient même rien du principe de préfinancement. De plus, le préfinancement que reçoit Vida y Esperanza n'est pas redistribué aux producteurs comme préfinancement, mais bien comme acompte. Car ce n'est qu'au moment de l'*acopio*, c'est à dire le moment où les producteurs apportent leur café à l'entrepôt de leur organisation, qu'ils reçoivent cet acompte. L'*acopio* s'effectuant à la suite de la saison des récoltes, généralement vers février, les producteurs ne bénéficient donc d'aucun préfinancement pour le paiement des frais encourus lors de la récolte. Et c'est en fin d'année, vers octobre ou novembre de l'année suivante²⁴, une fois que le café de l'année a tout été vendu et lors de son bilan annuel que Vida y Esperanza est en mesure de compléter le paiement aux producteurs. Les producteurs doivent donc se financer eux-mêmes comme auparavant. Au mieux, puisqu'il arrive juste avant le début de la récolte de l'année suivante, le versement final du paiement du café récolté l'année précédente peut servir à financer la récolte suivante.

²⁴ L'année de production de café est généralement calculée d'octobre à septembre de l'année suivante.

Dans le passé, certaines organisations ont donné le préfinancement à leurs producteurs sans que ceux-ci ne remettent le café garanti à leur organisation, ce qui s'est traduit par un déficit que les organisations ont dû éponger. Les organisations pointent ici la mauvaise foi des producteurs. Si la faute principale est celle des producteurs, les organisations avouent également ne pas avoir pris toutes les mesures nécessaires pour recouvrer le préfinancement octroyé en demandant des garanties par exemple. C'est pour cette raison que les producteurs ne reçoivent pas de préfinancement pour leur récolte et cette pratique semble à peu près généralisée dans le secteur du café au Mexique. Puisque le commerce équitable doit permettre aux producteurs d'accéder à du préfinancement pour éviter d'avoir à vendre leur café aux intermédiaires locaux qui ne leur offrent que des prix dérisoires, comment les producteurs arrivent-ils à couvrir les coûts de la récolte?

Comme par le passé, les producteurs ont recours aux intermédiaires locaux ou coyotes. Ils leur vendent leurs premiers et derniers sacs de café récolté, ce qui leur permet de dégager les liquidités dont ils ont besoin pour la période de la récolte. Pour les organisations, cette pratique est même souhaitable dans la mesure où pour réussir à vendre du café dans la filière équitable, celui-ci doit être d'excellente qualité. Or, le premier et le dernier café récolté est de qualité inférieure. En vendant leurs premiers sacs de café aux intermédiaires locaux, les producteurs ont accès aux liquidités dont ils ont besoin tout en épargnant leur organisation de devoir chercher des acheteurs pour ce café de moindre qualité qu'elles ne réussissent à vendre que dans les marchés conventionnels.

L'application du principe de préfinancement est donc bien différente de ce que nous avons pu nous imaginer au départ. Malgré tout, l'objectif de rompre la relation de dépendance dans laquelle les producteurs étaient souvent contraints de s'engager est partiellement atteint, puisque les coyotes ne sont plus les acheteurs exclusifs de leur café.

5.1.2 Relations stables et à long terme des partenaires commerciaux

L'établissement de relations commerciales permettant une planification à long terme et des pratiques durables constitue un autre principe économique que doivent respecter les acheteurs tel que formulé par FLO. Au début de son existence, la FIECH n'avait pas de client mais exportait son café par le biais d'autres organisations de producteurs, UCIRI principalement. Au fil du temps, elle a accru sa production, a acquis ses propres équipements pour assurer elle-même la transformation et l'exportation du café de ses organisations. Ce faisant, elle a gagné la confiance des acheteurs si bien qu'aujourd'hui, la FIECH a ses propres clients avec qui elle fait affaire directement. Ceci est sans doute la plus grande fierté des membres de la FIECH. Même s'il arrive encore qu'elle vende des lots de café à d'autres organisations, elle n'est plus dépendante de celles-ci comme à ses débuts. Avec sa structure et ses capacités, la FIECH est vue comme une organisation sérieuse et de confiance par les acheteurs avec qui elle entretient des relations commerciales depuis quelques années maintenant. Le café équitable étant confiné à une toute petite niche à l'intérieur de celle du café de spécialité, la qualité de la production est le facteur de première importance pour les organisations de producteurs qui veulent pénétrer la filière équitable. Le principe de relations stables et à long terme des partenaires commerciaux est supposé permettre aux organisations et aux producteurs de mieux planifier leurs récoltes et leurs revenus, leur assurant ainsi une certaine stabilité. Mais il ne s'agit pas d'une relation ou d'un engagement inconditionnel ou aveugle des acheteurs. Comme nous l'avons montré précédemment, c'est avec le temps et moult efforts que la FIECH a réussi à gagner la confiance de ses clients. Et le maintien de cette relation est conditionnel au maintien d'un haut degré de qualité.

5.1.3 Accès direct au marché

Comme nous venons à peine de le mentionner, la FIECH exporte maintenant directement le café de ses organisations. Mais il ne s'agit qu'une partie de la production des producteurs puisque ceux-ci

continuent de vendre une partie de leur café aux intermédiaires locaux. Et de la quantité totale du café que le producteur apporte à son organisation, une partie seulement est vendue aux conditions équitables. Tentons maintenant de reconstituer les avenues de la route équitable du café (voir figure 10). Le producteur vend quelques sacs aux intermédiaires locaux et apporte le reste à l'entrepôt de son organisation. Ensuite, celle-ci l'achemine aux entrepôts de la FIECH où le café subi les étapes du *beneficio seco* qui permet de tirer le café de qualité du café de moindre qualité. Le café de moindre qualité, qui représentait en 2003-2004 33% de la quantité de café que les producteurs ont remis à leur organisation²⁵, est vendu sur les marchés nationaux, principalement à l'état de café vert, mais aussi torréfié et moulu dans des boutiques ou des cafétérias. Du côté du café de qualité (67%), la très grande majorité est acheminée sur les marchés équitables internationaux et une très petite partie du café de qualité est torréfié et moulu pour être vendu dans des boutiques spécialisées ou touristiques dans quelques villes mexicaines. Ce dernier segment de marché est très récent. Mais plus intéressant encore, une partie du café de qualité est aussi exporté sur les marchés internationaux selon des conditions qui diffèrent de celles du commerce équitable (le prix est par exemple inférieur). Les avenues du commerce équitable sont donc multiples. Il est difficile de quantifier plus précisément les quantités de café vendues dans chacun des segments de marché.

Selon Levi et Linton (2003), les coopératives équitables arrivent à peine à vendre la moitié de leur production sur le marché équitable. Ce chiffre doit être relativiser en fonction du fait que 67% du café est dans les faits de qualité suffisante pour pénétrer le marché équitable. Mais surtout, ce chiffre cache une très grande disparité puisque certaines organisations, les plus petites, n'arrivent pas à pénétrer le marché équitable directement alors que d'autres, les plus grandes et les mieux organisées, achètent et revendent le café d'autres organisations (les petites) puisqu'elles ne suffisent pas à la demande. La FIECH est du second

²⁵ Ce sont les chiffres présentés par Vida y Esperanza aux organisations membres de la FIECH lors de la réunion annuelle d'évaluation.

groupe, c'est-à-dire des organisations qui commercialisent le café d'autres organisations.

Dans un autre ordre d'idées, la structure fédérative de la FIECH est très avantageuse pour ses organisations membres qui n'auraient pas les moyens ni les capacités d'assurer la transformation et la commercialisation du café de leurs membres ou le suivi pour l'obtention des certifications par exemple. Comme nous en avons déjà fait mention, plusieurs organisations n'ont pas de bureau, ni même de ligne téléphonique ou d'adresse courriel. Rares sont également les organisations qui ont le personnel qualifié pour assurer les relations avec les acheteurs. Il est difficile dans ces circonstances pour les petites organisations de réussir à commercialiser leur café par elles-mêmes. La FIECH, tout en prenant en charge la transformation et la commercialisation offre un cadre plus souple où chacune des organisations conserve sa propre identité. La mise en commun des cafés produits par les différentes organisations permet aussi d'offrir une plus grande diversité de produits aux acheteurs. Plusieurs organisations de café, qui ne réussissent pas à commercialiser par elles-mêmes leur production directement, le font généralement par le biais d'autres organisations mieux établies dans le secteur.

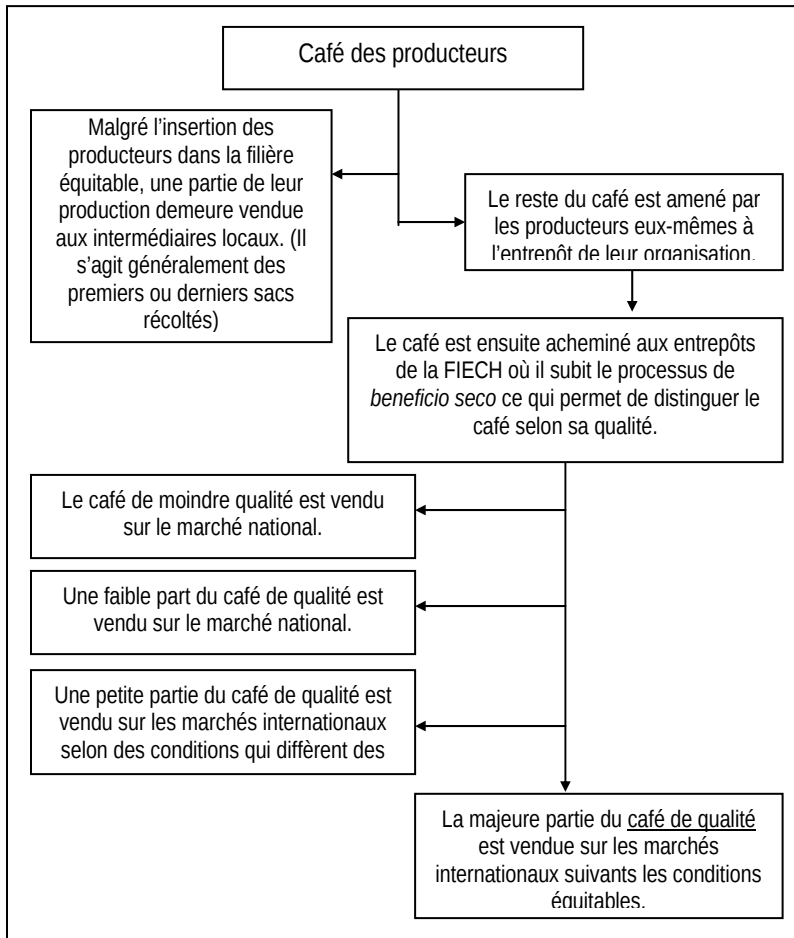


Figure 9

Les avenues du commerce équitable

Si la structure fédérative de la FIECH paraît avantageuse, certaines de ses organisations la perçoivent pourtant comme un maillon de plus

(voire un maillon de trop) dans la chaîne commerciale les reliant aux consommateurs finaux. Même si les organisations constitutives de la FIECH réussissent à écouler leur produit par Vida y Esperanza, certaines d'entre elles aspirent à commercialiser par elles-mêmes leur café en faisant affaire directement avec des organisations au Nord.²⁶ C'est sur la base de ce principe du « commerce direct » que certaines organisations ont quitté la FIECH par le passé, notamment UCOACC qui est une organisation constitutive de la FIECH, ou que d'autres s'en séparent peu à peu jusqu'à rester en lien avec la FIECH que pour ses services de commercialisation. C'est aussi le cas de l'organisation Paluche'n qui n'a jusqu'à présent pas réussi à commercialiser son café par elle-même. Paluche'n souhaite commercialiser par elle-même le café de ses membres prétendant que la FIECH ne lui permet pas de connaître la destination finale de son café.

Si le critère de commerce direct doit en principe permettre d'éviter la présence des coyotes et d'autres intermédiaires qui ne font soi-disant qu'accaparer la valeur du produit, l'application de ce principe est plus complexe. D'une part, comme nous l'avons vu au point 5.2.1, les coyotes sont toujours présents, bien que les producteurs en soient moins dépendants qu'auparavant. D'autre part, commercialiser directement exige des organisations des capacités, des compétences et même des infrastructures particulières qu'elles n'ont pas. Mais surtout, le principe même de l'accès direct au marché est problématique. Il est souvent interprété comme le raccourcissement maximal de la chaîne commerciale considérant que tout intermédiaire est nécessairement nuisible. Comme l'exprime Le Velly, la question n'est pas tant de diminuer le nombre d'intermédiaire que de voir « quel est leur pouvoir dans la filière, quelles marges pratiquent-ils et pour quel travail ? » (Le Velly, 2004 : 152). Selon Le Velly, ce discours sur les pratiques des intermédiaires existe chez les agents du commerce équitable mais arrive généralement en second plan, après la question du nombre. Ce faisant, plusieurs des organisations que nous avons observées se lançaient dans une quête aveugle de leur indépendance, sans réfléchir à tous les tenants et aboutissants qu'elle implique. La question des intermédiaires et du

²⁶ Voir également la section 3.1.2.

raccourcissement de la chaîne commerciale devrait au contraire être évaluée dans une perspective d'efficacité économique.

5.1.4 Capacité à exporter et consolidation économique des organisations

Cette quête aveugle d'indépendance que mènent les organisations doit en fait peut-être vue comme un signe qu'elles réussissent finalement bien puisque les standards de FLO les encouragent à exporter et à développer leurs capacités en ce sens. Les critères de FLO prévoient ainsi que les producteurs doivent démontrer des capacités à produire un produit de qualité et à l'exporter. Les critères de FLO prévoient également que l'organisation tendra ensuite à consolider sa situation économique en suggérant quelques pistes à cet effet : accumulation de fonds de roulement, mise en place d'un système de contrôle de la qualité, formation, mise en place d'un système de gestion des risques, etc.

La question de la consolidation économique se pose différemment entre la FIECH et ses organisations membres. La FIECH réussit très bien en ce sens. En plus de se positionner comme exportatrice de café, elle a élargi son champ d'activité et offrent les services de transformation et de commercialisation. Elle a également le souci de diversifier ses marchés et ses acheteurs dans la mesure du possible de façon à ne pas être dépendante. Mais chose encore plus intéressante, elle cherche également à se positionner sur le marché local. Si les marchés d'exportation sont valorisés parce qu'on les croit plus lucratifs et parce qu'ils sont associés à un certain prestige, la FIECH se rend également compte qu'ils entraînent également des coûts et des risques considérables. Une réflexion plus globale est donc amorcée en ce sens.

Du côté des organisations membres, le processus de consolidation économique est certes plus chaotique et ne s'inscrit pas dans une vision d'ensemble. Même si plusieurs organisations bénéficient des conseils d'un assesseur technique, elles n'ont pas à l'interne les compétences nécessaires pour assurer la mise sur pied d'une stratégie de consolidation économique. Nous y voyons également un certain effet

pervers de la structure fédérative de la FIECH. Nous avons effectivement pu observer la mise en place de la plupart des mesures suggérées par les critères de progrès de FLO : la FIECH vise à mettre sur pied un fond de roulement pour être plus autonome et avoir moins recours au crédit; beaucoup de formations sont dispensées sur le contrôle de la qualité; la FIECH cherche aussi à diversifier ses activités économiques, etc. Mais justement, ces mesures se concentrent davantage au niveau de la fédération et trouvent peu d'écho au niveau de chacune des organisations qui sont relégué à un rôle plus passif.

5.1.5 Juste prix

Dans la filière labellisée du commerce équitable, le prix du café correspond à un prix de base de 121 \$ US par sac de 100 livres auquel on ajoute 5 \$ US pour la prime équitable et 15 \$ US si le café provient d'une culture biologique. Le prix du café équitable non biologique est donc de 126 \$ US alors que celui du café équitable et biologique est de 141 \$ US²⁷. Ceci vaut si le prix à la bourse demeure respectivement sous le prix de base soit 121\$. Dans le cas où le prix du café à la bourse viendrait à surpasser le prix équitable, le système équitable prévoit que le prix équitable sera toujours 5\$ supérieur au prix du marché, l'équivalent de la prime équitable.

Le soi-disant juste prix semble correspondre davantage à un meilleur prix pour un café de meilleure qualité qu'à un prix qui couvre « les besoins fondamentaux des producteurs et leurs coûts de production, incluant les coûts sociaux et environnementaux, et qui permet de dégager une marge pour les investissements » tel que le mouvement décrit le juste prix (EFTA, 2001 : 29-31)²⁸. Bien que les producteurs

²⁷ Notez que FLO prévoit un prix différent selon la qualité du café. Dans les faits, la FIECH et certainement plusieurs organisations exportaient aux conditions équitable que le café de meilleure qualité.

²⁸ Nous sommes néanmoins conscientes que l'établissement d'un prix juste défini comme couvrant les frais d'une production durable ne peut

reconnaissent l'avantage d'un prix fixe et garanti, il y a tout un débat sur la notion de « prix juste » et sur la façon de le déterminer (Latouche, 2000). Sans embarquer dans ce débat, dans le cas du café, les producteurs déplorent que le prix équitable ait toujours été le même alors que les coûts de production augmentent, sans parler de la liste toujours croissante des normes qu'ils doivent respecter pour réussir à commercialiser leurs produits²⁹. Ainsi, les producteurs et les organisations emploient moins le terme *équitable* (*justo*) pour qualifier le marché ou le commerce que le terme *alternatif* (*alternativo*). Plusieurs sont d'avis que même le prix équitable est trop peu élevé considérant le travail des producteurs. Ceci dit, un prix fixe est déjà une avancée remarquable.

La compréhension qu'on les organisations du prix équitable et l'application qu'elles en font ne correspond pas exactement à ce que prévoit le système labellisé du commerce équitable. Les organisations de producteurs concluent des contrats avec des acheteurs dans lesquels le prix du café est généralement fixé à 141 \$ US. Il y a deux types de contrats : des contrats fermés dont les conditions sont figées au moment de la signature et des contrats ouverts dont certaines conditions peuvent être modifiées entre la signature et la fermeture du contrat. Le moment de la fermeture est établi entre les parties. Si le prix en bourse reste inférieur au prix du commerce équitable, il n'y a pas de problème à fonctionner de la sorte. Cependant, dans le cas où le prix à la bourse dépasse le prix de base du commerce équitable ou s'en approche, les contrats qui sont fermés au moment où le prix à la bourse augmente, ne rencontrent plus les standards équitables. Plus précisément, cette situation met en lumière les limites des standards du commerce

paradoxalement se faire sans tenir compte de la valeur du prix sur le marché conventionnel.

²⁹ Ceci dit, à partir de juin 2007, le prix équitable pour le café sera modifié : la prime équitable passera de 5\$ à 10\$ pour le sac de 100 livres et la prime biologique sera également augmentée de 15\$ à 20\$. Autre distinction, alors que l'ancien système prévoyait que le prix final serait toujours supérieur au prix du marché d'au moins la valeur de la prime équitable (donc 5\$), le nouveau critère prévoit que le prix final sera toujours supérieur au prix du marché plus les valeurs de la prime équitable et la prime biologique (soit 30\$).

équitable qui ne sont pas aussi précis quant à la façon de conclure les contrats. Mais de façon peut-être encore plus intéressante, les producteurs et surtout les leaders de leurs organisations et les responsables de la commercialisation n'étaient pas au fait de cette mécanique prévue par le système équitable à savoir que le prix minimum du commerce équitable (excluant la prime) doit toujours être au moins égal ou supérieur au prix de la bourse.

Outre la mécanique de la signature des contrats, nous avons été à même de constater les limites du système équitable de fixation du prix. Vers la fin de notre séjour, la période des récoltes débutait. Le prix offert par les coyotes étaient beaucoup plus haut que le prix offert les années précédentes (en 2003-2004, le prix offert par quintal tournait autour de 400 à 500 pesos alors qu'en novembre 2004, il était de 800 pesos). Considérant que le prix net qui a été payé au producteur en 2003-2004 a été d'un peu moins de 900 pesos (le premier versement était d'un peu plus de 700 pesos), la forte hausse du prix du café faisait craindre aux organisations que les producteurs choisissent plutôt de vendre leur café aux intermédiaires. Ce faisant, les organisations et la FIECH, n'auraient pu remplir leurs engagements commerciaux³⁰. Cette situation met en lumière deux éléments. D'abord, peu importe les fluctuations annuelles du prix du café, ce qui compte pour les producteurs et les organisations, c'est le prix offert par les coyotes au moment de la période des récoltes, puisque les producteurs n'accumulent pas de stocks de café, mais le vendent en totalité à leur organisation. D'autre part, peu importe le prix fixé par le système équitable, ce qui importe pour les producteurs, c'est le montant net qu'ils reçoivent.

La présentation de l'opérationnalisation du critère du juste prix ne serait complète sans avoir discuté plus en détails des coûts de production et des revenus des producteurs. Dans les dernières années, le prix du café offert aux producteurs conventionnels par les intermédiaires locaux oscillait autour de 460 à 500 pesos par quintal soit environ 50\$ US. En contrepartie, nous venons de voir que le prix fixé par le commerce

³⁰ Certains associent cette hausse du prix du café à l'action des multinationales qui tenteraient de casser les coopératives de producteurs.

équitable est de 121 \$ US auquel on ajoute 5 \$ US pour la prime équitable et 15 \$ US s'il s'agit d'un café certifié biologique ce qui totalise 141 \$ US. Ce prix est payé par les acheteurs au Nord aux organisations de producteurs de café équitable au Sud. Cependant, on passe trop souvent sous silence que de ce prix, les organisations de producteurs doivent soustraire des coûts liés au traitement et à l'exportation du café notamment. À titre d'exemple, pour le cycle 2003-2004, Vida y Esperanza a payé aux producteurs un prix net atteignant près de 900 pesos (soit un peu moins de 70 \$ US) et s'est donné l'objectif de 1 000 pesos à donner aux producteurs pour le cycle 2004-2005.

Tentons maintenant d'évaluer les coûts de production, ou du moins le travail que ça représente. Dans le cas des producteurs des organisations membres de la FIECH, tous les producteurs détiennent une certification biologique pour leur plantation de café ou sont en voie de l'obtenir. Plusieurs détiennent aussi la certification « Bird Friendly » qui, comme la certification biologique, consiste en des critères environnementaux. Dans le cas de cette dernière, les critères sont toutefois plus stricts s'intéressant en plus à la diversité du couvert forestier qui fait ombrage aux arbustes de café et de la biodiversité de la plantation. Comme nous le présentions à la section 2.1.1, la production de café, particulièrement s'il est biologique exige différents travaux tout au long de l'année. Les producteurs conventionnels ont tendance à moins investir dans l'entretien de leur parcelle de café, ce qui est d'autant plus vrai depuis les fortes chutes du prix du café sur les marchés internationaux. Du côté des producteurs biologiques, certains effectueront eux-mêmes ces opérations d'entretien de leurs caféiers alors que d'autres engageront des travailleurs. Le tableau 4 présente le coût estimé de ces travaux. Ces données ont été recueillies auprès d'un producteur et ensuite validés avec d'autres producteurs et des assesseurs.

Tableau 4

Estimation des coûts des travaux agricoles des plantations de café.

Travaux	Coûts à l'hectare
<i>Limpia</i> (juin-juillet)	540 pesos / ha
<i>Limpia</i> (novembre)	540 pesos / ha
Régulation de l'ombre	500 pesos / ha
<i>Deshijos</i>	500 pesos / ha
TOTAL	2080 pesos / ha

De même, lors de la récolte du café, les familles engagent souvent des travailleurs agricoles. Il s'agit généralement de travailleurs guatémaltèques qui franchissent légalement ou illégalement la frontière. On les paie environ 40 à 50 pesos par chaudière (*caja*) de café cerise cueilli ce qui équivaut à 160 à 200 pesos par quintal³¹. Les producteurs prennent aussi en charge l'alimentation et le logement des travailleurs.

La FIECH estime qu'un producteur de café conventionnel (non-biologique) obtient un rendement de 8 *quintales* de café par hectare alors qu'un producteur biologique peut atteindre un rendement de 12 à 15 *quintales* à l'hectare en raison des différents travaux mentionnés précédemment. Mais en discutant avec les producteurs, le rendement n'est généralement pas plus de 10 *quintales* à l'hectare. Le tableau 5 compare les coûts et revenus associés à la production du café conventionnel et équitable. Dans le scénario du producteur conventionnel, nous avons fait le calcul avec le prix du café 2003-2004. Pour l'année 2003-2004, le prix payé par les coyotes aux producteurs oscillait autour de 460 à 500 pesos le quintal selon ce que nous ont rapporté les producteurs. Nous avons également fait un autre calcul pour le scénario du producteur conventionnel avec un prix de 800 pesos le quintal, prix offert par les coyotes en début de saison lors de notre passage en 2004. En ce qui concerne le scénario du producteur équitable et biologique, nous avons fait le calcul en supposant que le producteur vende la totalité de sa production à son organisation, ce qui

³¹ Un quintal équivaut à 4 *cajas* de café cerise.

correspond au calcul de la troisième colonne. Mais tel que présenté précédemment, nous savons que malgré leur insertion dans le réseau équitable, les producteurs vendent tout de même une certaine partie de leur café aux intermédiaires locaux. Pour tenir compte de cet état de faits, nous avons, dans la dernière colonne de notre tableau, fait le calcul en supposant que 3 des 10 *quintales* de la production sont vendus aux intermédiaires locaux au prix de 500 pesos par *quintal*. Nous avons retenu ce chiffre de trois *quintales* parce que nous supposons qu'avec la vente de trois *quintales* à l'intermédiaire local, les producteurs peuvent couvrir le prix de la main d'œuvre nécessaire pour la cueillette. Nous présentons le revenu net par hectare ainsi que le revenu par plantation pour une plantation d'une superficie de 2,5 hectares.

Tableau 5

Comparaison des coûts et revenus associés à la production conventionnelle ainsi qu'équitable et biologique du café

	Producteur conventionnel		Producteur équitable et biologique	
Rendement	8 quintales		10 quintales	
Prix du café	460 à 500 pesos par quintal	800 pesos par quintal	920 pesos	500 pesos pour les 3 premiers quintales 920 pesos pour les 7 autres quintales
Total	3 680 à 4 000 pesos	6 400 pesos	9 200 pesos	7 940 pesos
Coût des travaux annuels	-	-	(2 080 pesos)	(2 080 pesos)
Salaire des cueilleurs	(1280 à 1 600 pesos)	(1280 à 1600 pesos)	(1 600 à 2 000 pesos)	(1 600 à 2 000 pesos)
Revenu net par hectare	1 280 à 2 400 pesos	4 800 à 5120 pesos	5 120 à 5 520 pesos	2 860 à 4 260 pesos
Revenu net par plantation de 2,5 ha	3 200 à 6 000 pesos	12 000 à 12 800 pesos	12 800 à 13 800 pesos	7 150 à 10 650 pesos

Nous pouvons voir que les différences de revenus entre les producteurs conventionnels et les producteurs équitables peuvent être très minces selon les scénarios. Mais surtout, nous remarquons que même si les coyotes offrent un prix relativement plus bas que le prix équitable (jusqu'à environ 50% de moins), les producteurs pourraient financièrement avoir avantages à vendre leur café aux coyotes. Évidemment, on pourrait discuter longtemps de la validité de ces scénarios en arguant par exemple que dans les faits, les producteurs ne déboursent pas tant pour les coûts de ceci et les coûts de cela. Par exemple, un producteur conventionnel qui ne recourrait pas à l'embauche de cueilleurs pourrait toucher environ 10 000 pesos par année de la vente de son café (ceci est toujours tributaire du prix du café payé par le coyote). Cet exposé peut néanmoins nous permettre d'éclaircir certains points en ce qui a trait aux revenus des producteurs équitables nuançant des idées reçues.

D'abord, le prix équitable, soit le 1,41\$ US par livre de café, est souvent présenté comme le prix que touchent les producteurs. Or, de ce prix il faut déduire des frais de transformation, d'exportation et de commercialisation que retient l'organisation. Ensuite, le producteur utilisera une partie du prix résiduel qu'il obtiendra pour son café pour payer des travailleurs qui viendront l'aider lors des travaux annuels, ou à tout le moins, lors de la coupe du café. Et enfin, on doit également considérer le travail effectué par les producteurs (ou la main d'œuvre) tout au long de l'année.

Ensuite, même si la différence entre les revenus des producteurs conventionnels et ceux des producteurs équitables semble énorme, pouvant passer du simple au triple dans le meilleur des cas, les revenus des producteurs équitables demeurent néanmoins faibles. Par exemple, même si l'on prenait un revenu net de 23 000 pesos, ce qui signifierait qu'il n'y aurait eu aucun déboursé lors des travaux annuels et de la cueillette), ceci n'équivaudrait au final qu'à environ 2000 pesos par mois, (soit environ 200 \$ US) ou moins de 7 \$ US par jour pour une famille moyenne que l'on évalue à 2 adultes et 5 enfants (selon les données de la FIECH). Il faut également se rappeler que la production

est bien souvent la seule sinon la principale source de revenus de la famille. De façon générale, le responsable des projets à la FIECH estime que les revenus de la production de café correspondraient à environ 80 à 90% du revenu familial total annuel. Le restant provient d'activités périphériques telles la vente de poulet ou de porc ou la vente de pain.

Enfin, la grande différence entre le commerce équitable et le commerce conventionnel en ce qui a trait au prix ne se situe pas tellement dans le fait que le prix équitable soit plus élevé que celui du marché conventionnel. Nous suggérons que l'avantage pour le producteur équitable par rapport à son homologue conventionnel se situe plutôt dans le fait que les travaux d'entretien de sa parcelle lui permettront d'en augmenter le rendement de même que dans le fait que le marché équitable offre un prix stable. Plus le prix du marché tendra à rejoindre celui du marché équitable, plus grande sera la pression sur le système. Mais là encore, cette augmentation de rendement a un prix puisque les certifications biologique et Bird Friendly exigent plus de travaux d'entretien de la parcelle.

5.2 Protection de l'environnement

En matière d'environnement, dans le cas à l'étude, les producteurs de café étaient tous certifiés biologiques, sinon en voie de l'être (« en transition »). Pour la FIECH, l'agriculture biologique est au cœur de sa mission comme nous l'avons vu précédemment si bien que toute organisation qui souhaiterait joindre la FIECH ou tout producteur qui souhaite joindre une des organisations constitutives de la FIECH doit nécessairement se convertir à l'agriculture biologique. Au-delà des convictions environnementales de la FIECH, l'adhésion à la certification biologique est aussi liée à des considérations commerciales à savoir qu'il lui est plus facile de trouver des acheteurs pour un café qui serait certifié équitable et biologique que pour un café qui ne serait certifié qu'équitable. La certification biologique pour le café se traduit par une prime de 15\$ US par sacs de 100 livres, ce qui motive les

producteurs et les organisations à adhérer aux principes de l'agriculture biologique³².

Du côté des producteurs, même si la transition est relativement facile puisque les producteurs de café au Mexique ont cessé l'utilisation de pesticides et fertilisants faute de ressources depuis l'abolition de l'Institut Mexicain du Café, elle est relativement exigeante en termes de travaux agricoles et de précautions lors des opérations du *beneficio* humide. Les producteurs doivent notamment faire des travaux pour minimiser l'érosion, faire du compostage, voire à ce que les opérations de *beneficio* humide respecte les règles de la certification biologique concernant notamment l'utilisation de l'eau, les rejets de lavage, etc. Ce sont en fait les trois premières années qui sont les plus difficiles. Durant cette période de transition, les producteurs doivent effectuer le maximum de travaux au champ avec un retour financier quasi nul. Le prix qu'offre la FIECH pour le café produit lors de la période de transition est de 20 \$ US de plus que le prix de la bourse par 100 livres. Pour plusieurs producteurs, ces travaux sont trop laborieux, particulièrement lors de la période de transition qui est plus exigeante sans être assortie d'un prix substantiellement meilleur, ce qui explique qu'ils ne s'engagent pas dans des organisations.

Paradoxalement, bien que les producteurs se disent généralement très sensibles à la protection de l'environnement et cultivent leur café en respectant les critères biologiques, l'utilisation de produits agrochimiques pour certaines cultures, dont les fèves et le maïs qu'eux et leur famille consomment. Un assesseur nous expliquait qu'au-delà de l'aspect sanitaire, l'utilisation de tels produits est beaucoup moins exigeante en temps et en énergie que les techniques biologiques. Cette situation est certainement préoccupante notamment dans le contexte où l'utilisation des produits agrochimiques n'est pas accompagnée de mesures suffisantes en termes de santé et sécurité. L'équipe technique de la FIECH faisait campagne pour que les producteurs utilisent des méthodes biologiques pour leurs productions dédiées à

³² Même si plusieurs que la prime biologique est trop faible par rapport aux coûts et travaux supplémentaires qu'engendre la certification biologique.

l'autoconsommation par le biais de formation sur ce sujet. Le principe de la protection de l'environnement est donc respecté dans la mesure où il est obligatoire.

Parallèlement, plusieurs producteurs plus engagés et plus conscients de l'importance de la protection de l'environnement commencent toutefois à réfléchir au rôle de protecteur de la nature qu'ils incarnent. Lors d'un colloque portant sur le café biologique, plusieurs producteurs ont témoigné de leur désir de voir récompensés leurs efforts de protection de l'environnement se basant sur le principe qu'ils sont jusqu'alors seuls à en assumer les coûts alors que c'est toute la société qui en profite en bout de ligne.

5.3 Principes équitables liés à la gouvernance

5.3.1 Démocratie, participation, transparence et non-discrimination

En ce qui a trait au principe de la démocratie, participation, transparence et non-discrimination, les organisations sont généralement organisées en suivant les principes coopératifs. En théorie, les organisations sont donc démocratiques, participatives, transparentes et ouvertes. Au début de leur intégration dans la FIECH, les producteurs suivent d'ailleurs une formation sur le travail communautaire organisé. Certains éléments se retrouvent également dans les règles internes de la FIECH. Qu'en est-il maintenant de la pratique?

L'application des principes de démocratie, participation, transparence et non-discrimination est extrêmement variable d'une organisation à l'autre. Les principaux problèmes observés sont les suivants. Le fonctionnement démocratique des organisations va bien au-delà de l'opération mécanique du vote à laquelle la démocratie est souvent réduite. Dans le cas de la FIECH et de ses organisations membres, nous avons été à même de constater le rôle central qu'occupent les assesseurs

qui ont une très grande influence sur la prise de décision des organisations. En ce qui a trait à la transparence, la situation est également difficile notamment parce que les organisations qui possèdent leur propre compte à la banque sont rares. Dans ce cas, les transactions passent directement au nom du président ou du trésorier. Il faut aussi savoir que plusieurs producteurs vivent sans avoir régularisé leur statut auprès des autorités nationales, ce qui compliquent les démarches des organisations à régulariser leur propre situation. Mais nos observations les plus intéressantes sont à l'effet que devant ce qui nous apparaît être un manque de transparence, les membres des organisations n'ont pas le réflexe de demander que des comptes soient rendus. Par exemple, depuis le renouvellement du comité directif qui avait eu lieu il y avait près d'un an et demi, la nouvelle administration d'une organisation n'avait pas encore présenté l'état des finances de l'organisation, pas plus que les membres ne l'exigeaient. Les problèmes observés quant au manque de transparence nous amènent à discuter de la participation des membres. Si un petit nombre de producteurs s'investissent corps et âme, les organisations déplorent de façon générale le faible enthousiasme des membres qui sont plutôt passifs. Évidemment les organisations peuvent tenter de contrôler l'assiduité aux réunions³³, mais en amont même de la question de l'assiduité, nous avons pu observer qu'il était difficile pour les organisations de tenir leurs réunions mensuelles. Ceci pose évidemment problème lors du renouvellement des comités organisationnels. Mais le problème majeur pour la FIECH qui découle de ce manque de participation est le faible sentiment d'appartenance des producteurs et des organisations à son égard. C'est dans cette perspective et pour des raisons de consolidation économique que la FIECH a instauré un système de participation financière.³⁴ Enfin, en ce qui concerne le principe de non-discrimination, les règles internes des organisations prévoient

³³ Une des règles internes de la FIECH concerne l'assiduité aux réunions. Suite à un certain nombre d'absences à la réunion générale de la FIECH, le délégué d'organisation doit payer une amende et peut se voir expulser.

³⁴ À chaque kilo de café remis à la FIECH, celle-ci retient un peso pour constituer un fonds. Les modalités du système n'étaient pas encore définitives, mais la FIECH souhaitait pouvoir générer des bénéfices à partir de ce fonds à redistribuer aux producteurs.

notamment qu'il ne doit pas avoir de discrimination fondée sur la race, la religion ou le genre. Nous n'avons pas de données suffisamment étayées pour nous permettre de nous prononcer clairement sur cet élément précis³⁵.

Nous souhaitons maintenant formuler trois principales remarques concernant ces principes. D'abord, si l'application des principes ci-haut pose problème, leur évaluation, leur vérification et leur conception soulèvent des enjeux plus fondamentaux. Comme nous l'avons observé pour plusieurs autres principes, lorsque l'on discute avec les gens, producteurs ou leaders, la démocratie, participation, transparence et non-discrimination ne sont pas connus comme étant des normes du commerce équitable devant régir leur organisation et leur façon de fonctionner. Ceci ne nous surprendra guère compte tenu de ce qui précède. Mais plus fondamentalement, les producteurs et même les leaders n'ont pas nécessairement une conception très claire ou arrêtée de la démocratie, de la participation, de la transparence et de la non-discrimination qui sont des notions beaucoup plus abstraites que la question du commerce direct par exemple. Ceci nous amène à formuler notre deuxième remarque. Quoique l'on en dise, la compréhension de ces concepts exige certaines notions que plusieurs n'ont pas nécessairement eu l'occasion de développer, notamment parce que n'ayant pas ou que très peu fréquenté l'école. Ceci semble toutefois de moins en moins vrai au fur et à mesure que la jeune génération, plus éduquée, s'engage. Enfin, ces principes entrent directement en choc avec les façons de faire qui prévalaient jusqu'alors. À titre d'exemple, pour couvrir le besoin de liquidité de son organisation qui devait rapidement procéder à l'achat d'un terrain pour la construction de son futur entrepôt, le trésorier d'une organisation a fait un prêt à sa propre organisation à un taux de 10% mensuellement sans avoir l'aval des membres. L'assesseur, justement parce qu'il a la confiance des producteurs, incluant les membres du comité de direction, a pu mettre fin à cette pratique sans trop de complication.³⁶ Ces pratiques de prêts à

³⁵ Voir la section 5.5.4 qui traite des impacts sur les femmes.

³⁶ Il s'agit sans doute là d'une démonstration positive de la position privilégiée qu'occupent les assesseurs.

taux usuriers, que l'on reproche d'un côté aux coyotes et qui sont de ce fait en partie à l'origine de la mise sur pied du système de commerce équitable, sont très profondément ancrées dans le quotidien des gens. Si cette situation constitue un manque flagrant de transparence de l'administration, les producteurs membres de l'organisation ne s'en sont pas formalisés outre mesure. Bref, l'opérationnalisation des standards équitables de démocratie, participation, transparence et non-discrimination soulève l'enjeu fondamental de l'adaptabilité ou de la transférabilité des principes équitables d'une réalité à une autre.

5.3.2 Promotion du commerce équitable

De façon générale, nous avons observé que les producteurs et les leaders d'organisations ou de la fédération présentent une connaissance très partielle du commerce équitable et de ses principes, le réduisant au prix supérieur et stable qu'il leur permet de recevoir pour leur production. Les producteurs et les leaders ne sont pas en mesure de nommer les principes du commerce équitable généralement connus et reconnus dans le mouvement du commerce équitable, tel le préfinancement, le commerce direct, l'engagement à long terme, le juste prix, la protection de l'environnement, la gestion démocratique, participative et transparente, les normes du travail ainsi que le développement social. Bien que les producteurs et les organisations ne connaissent pas très bien le commerce équitable et ses principes, ils s'inscrivent néanmoins dans un mouvement plus global de mobilisation sociale. Ils ne font pas directement la promotion du commerce équitable mais se disent promouvoir des « formes alternatives de production ». L'expression « lutte sociale », bien qu'elle réfère davantage à une nébuleuse d'idées qu'à des objectifs définis, revient très souvent dans le discours des paysans.

5.4 Principes équitables sociaux

5.4.1 Conditions de travail

Pour les travailleurs salariés, le respect des normes minimales concernant les conditions de travail (celle du Bureau International du Travail les normes en vigueur dans le pays si ces dernières sont supérieures aux premières) constitue un autre critère de FLO. À cet effet, la situation de la région du Chiapas frontalière au Guatemala est particulière. Avec le manque de main d'œuvre lors de la récolte du café ainsi que le travail pénible que constitue la coupe du café, les petits producteurs Mexicains engagent des coupeurs en provenance du Guatemala. Il s'agit de familles qui migrent pour la période de la récolte de façon plus ou moins légale selon le cas et qui travaillent et vivent pendant la période des récoltes dans des conditions fort difficiles. Or, la question des conditions de travail des travailleurs passe en second rang, même pour FLO qui n'ose vraisemblablement pas s'aventurer sur ce terrain glissant. En termes de salaire et conditions de travail, il n'y a pas de différence pour ces travailleurs, qu'ils travaillent pour un producteur intégré à la filière équitable ou non. Une organisation membre de la FIECH située à la frontière du Guatemala souhaitait toutefois développer un système d'hébergement pour aider ces familles à se loger entre le moment où elles arrivent à la ville et le moment où elles partent chez le producteur ou le propriétaire de plantation qui les a engagées.

5.4.2 Statut de petits producteurs

L'un des standards équitables de FLO pour les organisations de petits producteurs concerne le statut de petit producteur. Selon FLO, « le terme « *petits producteurs* » fait référence à ceux qui ne sont pas structurellement dépendants d'une main d'œuvre salariée permanente et qui gèrent leur exploitation en y travaillant de leurs propres mains et avec l'aide de main d'œuvre familiale. » (FLO, 2005 :5) Selon la définition officielle du commerce équitable, le commerce équitable

prétend « *travailler délibérément avec des producteurs et des travailleurs marginalisés afin de les aider à passer d'une position de vulnérabilité à la sécurité et à l'autosuffisance économique et donner plus de poids aux producteurs et aux travailleurs en tant que parties prenantes de leurs organisations* » (FINE, 2001). À titre comparatif, le premier engagement impératif contenu dans la charte de la PFCE est le suivant : « Dans une approche solidaire du commerce équitable, **travailler d'abord avec les producteurs parmi les plus défavorisés**, dans une optique de développement durable³⁷ » (PFCE, s.d.). Le choix des expressions « petits producteurs », « producteurs et travailleurs marginalisés » et « producteurs parmi les plus défavorisés » n'est donc pas anodin et traduit des conceptions différentes du commerce équitable. Le principe équitable selon lequel le commerce équitable vise à soutenir les producteurs marginalisés (ou les plus marginalisés) est donc sujet à débat. Nous avons à cet effet observé que les producteurs étaient effectivement des petits producteurs qui cultivent des superficies allant de moins d'un hectare à quelques hectares, voire une dizaine d'hectares. Cette question du statut des producteurs est de plus en plus indéfendable, comme s'il y avait dans l'esprit des acteurs équitables une taille maximale et minimale à respecter pour être reconnu producteur équitable. Le secteur du café équitable est particulier à cet égard puisque les groupes de petits producteurs se sont toujours opposés jusqu'à présent que ne soient développés des standards pour les plantations de café. Nos observations précédentes concernant les conditions des travailleurs saisonniers remettent toutefois en question cette notion de producteurs marginalisés et même les *plus* marginalisés.

5.4.3 Développement social et prime de développement

Un objectif fondamental du commerce équitable est de contribuer au développement durable tel que les principaux acteurs du mouvement l'ont formulé dans la définition commune du commerce équitable. C'est ici qu'intervient le principe de la contribution au développement social qu'incarne la prime de développement, constitutive du prix équitable. Alors que l'on pourrait s'attendre à des avancées notables en matière de

³⁷ La mise en évidence en gras est de la citation originale.

développement local en raison de la prime de développement de 5 cents par livre de café équitable vendue, les retombées de cette prime sont encore très difficiles à percevoir. Ceci s'explique d'une part parce que cette prime demeure relativement modeste. Mais surtout, ceci tient à la gestion de cette prime. Jusqu'à l'année précédant la présente recherche, la prime de développement était versée directement au producteur. Mais depuis, de façon à ce qu'elle contribue à la mise sur pied de projets plutôt qu'elle soit diluée dans le revenu familial, la FIECH retient cette prime qu'elle distribue lorsque les organisations lui présentent un projet qu'elle approuvera. Il s'agit principalement de projets destinés au renforcement des organisations (construction d'entrepôt ou achat d'équipement).

D'un côté, cette pratique ouvre la porte à une plus grande bureaucratisation et même à un retour à une logique d'aide au développement où le financement de projet prime sur la rémunération plus juste que devrait recevoir les producteurs. Mais de l'autre, cette façon de gérer répond à une incompréhension du projet du commerce équitable de la part des producteurs, qui le voit davantage comme une poule aux oeufs d'or plutôt qu'un projet de développement. Par exemple, un assesseur explique que si l'organisation octroie aux producteurs un prix de 1000 pesos par quintal une année, l'année suivante, ceux-ci réclameront 1100 ou 1200, et ainsi de suite. Les producteurs estiment généralement plus avantageux d'encaisser individuellement la prime de développement que d'investir dans des projets communs, que ce soit au niveau de l'organisation ou de la communauté.

Mais pour le mouvement du commerce équitable, cet exemple montre bien que la question du développement social est très complexe et ne peut être circonscrite en quelques principes. Voyons maintenant les impacts en termes de développement qui ont été observés.

5.5 Les impacts du commerce équitable

De façon générale, les producteurs et les leaders d'organisation s'entendent pour dire que le commerce équitable est très positif, mais

ils se limitent bien souvent à reconnaître les impacts liés au prix stable et plus élevé. D'une part, ceci est cohérent avec la vision assez réduite du commerce équitable qui domine et que nous avons abordée précédemment. D'autre part, ceci soulève la question de l'origine des impacts et des résultats observés qui sont dans les faits beaucoup plus importants que les seuls impacts liés au prix stable et plus élevé du commerce équitable. L'insertion dans le commerce équitable ne peut être dissociée d'autres facteurs : le regroupement des producteurs en organisation (lui-même fortement lié à la présence de représentants de l'Église); leur adhésion aux principes de l'agriculture biologique; et plus généralement, l'ouverture sur le monde qu'a entraîné les nouveaux moyens de communication ainsi que l'influence de la mouvance altermondialiste même. La question des impacts et des résultats du commerce équitable est donc bien plus complexe qu'elle n'y paraît.

Dans cette section, nous traiterons des impacts sur le produit, des impacts sur la qualité de vie et les conditions des producteurs et leur famille, des impacts sur les organisations, des impacts sur les femmes ainsi que des impacts sur les communautés.

5.5.1 Impact sur le produit

L'insertion dans la filière équitable va de pair avec la production d'un produit de qualité et le maintien de celle-ci. La qualité, comprise à la fois comme les caractéristiques plus techniques (couleur, forme, saveur) et les conditions biologiques de production, est une condition préalable à l'insertion du produit dans la filière équitable. Ceci est particulièrement vrai dans le secteur du café dont l'offre surpasse la demande. Si la qualité est un indispensable, c'est peut-être moins en intégrant le commerce équitable qu'en adhérant à l'agriculture biologique que les producteurs parviennent à atteindre ces standards de qualité. Plus précisément, c'est sans doute l'adhésion des assesseurs techniques de PATPO et incidemment de la FIECH aux principes de l'agriculture biologique qui est déterminante dans le cas à l'étude. Car depuis les tous débuts, la FIECH offre sans relâche de la formation et

l'assistance concernant les techniques de l'agriculture biologique et le contrôle de la qualité aux producteurs de ses organisations membres.

5.5.2 Impact sur la qualité de vie et les conditions des producteurs et leur famille

Le prix stable et plus élevé dont bénéficient les producteurs insérés dans la filière équitable est comme nous le mentionnons le principal impact reconnu par les producteurs. Ils expliquent que cette augmentation de revenu leur permet d'améliorer leurs conditions de vie d'un point de vue matériel (alimentation, vêtements, etc.). Lorsque l'on discute plus longuement, les producteurs eux-mêmes reconnaissent les effets positifs. Certains affirment « avoir retrouvé leur dignité ». Voyons plus précisément comment se décline cette quête de la dignité.

L'insertion dans la filière équitable a un effet très positif sur le tissu familial, puisqu'elle réduit la migration. Le Chiapas est particulièrement touché par la migration, le plus souvent des jeunes hommes qui quittent temporairement ou définitivement leur région pour aller tenter leur chance aux États-Unis. Dans la municipalité régionale de Frontera Comalapa, les habitants affirmaient que huit autobus bondés quittaient la région chaque semaine en direction de Tijuana, ville mexicaine à la frontière avec les États-Unis qui constitue le point d'entrée des sans-papier. Les producteurs insérés dans la filière équitable et qui reçoivent un prix stable ne voient plus la nécessité de quitter les leurs alors que plusieurs producteurs de café conventionnels ont migré ou abandonné la culture de leur parcelle. Les producteurs eux-mêmes constataient que les familles qui étaient insérées dans une organisation étaient moins déchirées par la migration. L'insertion dans la filière équitable a incidemment un effet positif sur le tissu familial et les jeunes hommes qui voient se dessiner des possibilités de travail dans leur région.

Les producteurs équitables suivent des formations régulières sur l'agriculture biologique et le contrôle de la qualité, ce qui n'était pas le cas auparavant lorsqu'ils étaient des producteurs « libres » comme ils le disent. Mais de façon encore plus intéressante, en intégrant une

organisation de producteurs, les producteurs s'ouvrent sur un univers qui leur était auparavant caché. Ils prennent conscience de l'insertion de leur production dans la chaîne commerciale, savent que leur produit se retrouve dans les tasses de consommateurs à l'étranger. Certains avaient une idée du fonctionnement de la bourse par exemple, ce qu'ils ignoraient totalement auparavant. Les producteurs insérés dans la filière équitable sont fiers de leur travail et tout aussi fiers et heureux que des gens de l'étranger, tels des étudiants, des responsables d'organismes de certification, les visitent et s'intéressent à leur travail. En somme, les producteurs et leur famille ont une meilleure estime d'eux-mêmes.

Le commerce équitable a permis aux producteurs de sortir de la logique de la charité. Au départ, les paysans croyaient qu'on leur achetait leur café parce qu'ils étaient des pauvres petits producteurs autochtones et donc qu'il s'agissait d'un achat par charité. Mais de plus en plus, les producteurs comprennent que c'est parce qu'ils offrent un produit de qualité et non par charité que les gens du Nord achètent leur café. Mais cette sortie de la logique de la charité demeure partielle. Dans les entrevues réalisées, nous avons relevé un préjugé ou une croyance défavorable à l'égard des producteurs. Comme nous l'expliquions dans la section 2, les leaders d'organisation, le personnel de même que les producteurs eux-mêmes véhiculent l'image générale du producteur peu vaillant, sans ambition, docile, passif et habitué à un État et des institutions paternalistes à son endroit. C'est ici l'un des grands défis : passer une fois pour toute d'un mode de receveur passif à celui d'acteur actif et responsabilisé. Néanmoins, le chemin parcouru est notable.

L'octroi de meilleures conditions commerciales, principalement par un prix stable et meilleur, la formation et la conscientisation apparaissent comme les piliers de la dignité que retrouve peu à peu les producteurs.

5.5.3 Impacts sur les organisations

Dans le passé, l'obtention des certifications équitable et biologique de même que l'insertion dans la filière équitable ont été des objectifs que les organisations se sont fixés et qu'elles ont par la suite atteints. Mais aujourd'hui, le commerce équitable ne constitue pas la raison d'être des

organisations. Si à certains égards on peut lui attribuer le rôle de catalyseur d'une réflexion visant à permettre aux producteurs d'obtenir de meilleures conditions commerciales, le commerce équitable est maintenant un élément constitutif de la stratégie des organisations. Dans le cas de la FIECH par exemple, on cherchera à trouver de nouveaux débouchés pour les produits (à l'extérieur du commerce équitable à proprement parler) et on tentera d'acquérir plus de poids sur la scène politique locale qui sont des éléments qui s'éloignent ou transcendent les critères du commerce équitable à proprement parler. On observe donc une importante prise de conscience des organisations.

5.5.4 Impacts sur les femmes

Le commerce équitable du café reste l'affaire des hommes. Une minorité de femmes étaient membres des coopératives et la plupart de celles-ci l'étaient par défaut, *i.e.* parce que leur mari était mort ou avait migré. Dans les organisations de producteurs de café, les épouses des producteurs occupent des rôles de second plan. Il aurait été surprenant d'observer le contraire toute la société est organisée autour d'une répartition très conservatrice des rôles entre les hommes et les femmes où ces dernières sont en quelque sorte en marge de la société. Après les corvées ménagères et la préparation des repas et avec la présence en permanence des enfants lorsqu'ils sont en bas âge, il ne reste plus beaucoup de temps pour sortir et s'impliquer dans son organisation, même si on en est membre. Néanmoins, même si le fait que certaines femmes soient des membres des organisations de producteurs de café (donc des productrices de café) ne semble pas avoir d'impact direct dans la répartition familiale des tâches par exemple, il n'en demeure pas moins que le paiement du café leur sera versé directement, et non à leur époux.

Si les femmes n'ont visiblement pas une grande place au sein des organisations de producteurs de café que nous avons observées, leur présence à la FIECH est loin d'être négligeable. D'abord, au niveau des employés, il y avait deux femmes qui occupaient des postes liées à la commercialisation nationale et à internationale. Bien que tous les assesseurs étaient des hommes, notons le travail fort important d'une

jeune femme qui agissait comme assesseure-bénévole auprès d'une organisation de femmes et qui participait également très activement aux réunions d'évaluations annuelles, étant elle-même mariée à un producteur de café. Ensuite, les femmes constituent 38% du membership de la FIECH. Trois des organisations membres de la FIECH sont des groupes de femmes³⁸.

Les organisations de femmes font un travail très important avec des moyens plus limités. Le plus grand défi pour les organisations de femmes est de recruter les femmes. Certaines femmes doivent parfois obtenir le consentement ou du moins la collaboration de leur mari pour rejoindre des groupes de femmes. Mais surtout, les femmes sont très occupées à la maison avec les tâches ménagères et les enfants. C'est pour cette raison qu'au lieu d'avoir une réunion à chaque mois, les organisations de femmes se réunissent plutôt une fois par deux mois.

Les leaders des organisations de femmes déplorent que les organisations de femmes aient plus de difficulté à avoir accès aux ressources, notamment celle du gouvernement, comparativement aux organisations de producteurs de café. Ceci tient sans doute au fait que les organisations de producteurs de café génèrent l'essentiel de l'activité économique qui se calcule en dollars alors que les activités des groupes de femmes ne génèrent pas nécessairement autant de revenu. Pourtant le travail accompli par les femmes est colossal et vital. Les organisations femmes défendent le rôle des femmes comme piliers du développement, étant en charge de la maison, des enfants et de l'alimentation de la famille. Par la nature diversifiée des activités qu'elles mènent, elles contribuent grandement à sécuriser la situation des familles sur le plan alimentaire et économique.

5.5.5 Impacts sur les communautés

À l'échelle des communautés, les impacts observés étaient très faibles, étant plutôt circonscrits à l'organisation et aux familles membres des

³⁸ Voir également la section 2.2 qui traite des activités des groupes de femmes.

organisations. Nous n'avons pas été en mesure de vérifier que la présence de coopératives équitables avait un effet de favoriser une augmentation des prix régionalement tel que l'ont suggéré plusieurs (EFTA, 2001). Le rayonnement en termes de développement communautaire varie aussi d'une organisation à une autre, selon le facteur de dispersion des membres dans une région. Certaines organisations sont concentrées dans une seule communauté alors que d'autres organisations, telles les cas étudiés, ont leurs membres dispersés dans plusieurs communautés tel que nous l'avons montré au tableau 1. Puisque dans certaines communautés, il ne se trouve qu'un ou deux ou quelques producteurs, les retombées à l'échelle communautaire sont pratiquement inexistantes, d'autant plus que les projets mis sur pied par les organisations concernent pour l'instant surtout l'organisation elle-même et non les communautés. Notons toutefois que la FIECH était en train de développer différents projets tels que présentés à la section 2 (auberges à prix modiques pour les étudiants, magasins d'approvisionnement, etc.) dont les impacts sont susceptibles d'être moins circonscrits.

Enfin, un grand enjeu qui reste sans réponse est la question de la sécurité et de la souveraineté alimentaires. Au contraire, de l'aveu des assesseurs, les bonnes conditions commerciales dont bénéficient maintenant les producteurs équitables les ont même encouragés à se spécialiser dans la production du café au détriment des productions vivrières pour leur propre consommation. L'exportation et plus spécifiquement l'insertion dans la filière équitable, n'apporte pas de réponse concrète à cet enjeu si bien que ce sont les organisations elles-mêmes qui prennent en charge de développer de petits projets devant favoriser la sécurité alimentaire, ce qui se fait le plus souvent par le biais des organisations de femmes.

6 Pistes d'avenir des organisations par les acteurs eux-mêmes

Lors des entrevues avec les différents acteurs, nous terminions en leur demandant quelles étaient les pistes d'avenir qu'ils envisageaient pour leur organisation, la FIECH et leur communauté ainsi que les défis à relever.

Les réponses étaient d'abord d'ordre très pragmatique ou technique, principalement liées à l'ajout d'infrastructures : construction d'un entrepôt, amélioration des installations, aménagement d'un petit bureau pour l'organisation. Le président d'une petite organisation rêvait même d'aménager différents bureaux pour les différents membres du comité exécutif de son organisation, ce qui nous semblait loin d'être prioritaire étant donné les difficultés financières et organisationnelles de l'organisation. En complément, la question du salaire pour les élus est récurrente dans les réponses. Comme nous l'expliquions précédemment, les producteurs qui occupent des fonctions dans leur organisation n'ont pas de rémunération.

On souhaite également la croissance de l'organisation : augmenter le nombre de producteurs membres, développer le secteur de la torréfaction, augmenter la productivité de chaque producteur pour en augmenter la rentabilité, améliorer la qualité des plantations de café, construire un entrepôt, améliorer les installations, etc. Encore une fois, il s'agit bien souvent de projets très concrets à réaliser. Bien que les références à l'importance de mener une lutte sociale ou de continuer à trouver des alternatives pour les producteurs sont récurrentes dans les discours, rare sont ceux qui présentaient une vision plus intégrée du développement ou d'un projet collectif outre la croissance de l'organisation ou l'augmentation des ventes.

Le contexte se dessinant pour les organisations est incertain : la division sociale règne et la situation politique est imprévisible. Mais les plus grands défis que devra surmonter la FIECH et ses organisations membres viennent assurément plus de l'intérieur que de l'extérieur. La FIECH et ses organisations devront voir à renforcer la cohésion et le sentiment d'appartenance de leurs membres. Elles devront également

trouver des solutions à la grande dispersion géographique qui les caractérise. Si on peut croire que les organisations devraient chercher à augmenter leur membership en faisant d'abord de la promotion dans les communautés où elles sont déjà présentes, elles ne devront pas non plus négliger de s'entendre sur une stratégie intégrée de développement.

Références :

Comeau, Y. 2000. *Guide de collecte et de catégorisation des données pour l'étude d'activités de l'économie sociale et solidaire*, Cahiers du CRISES, no 9605, 19 p.

Equita. S.d. *Relation commerciale*. En ligne. < http://www.equita.qc.ca/commerce/relation_commerciale.htm>. Consulté le 27 janvier 2007.

FIECH. 2004a. *Programa de certificacion organica 2004-2005*. FIECH, Document interne.

FIECH. 2004b. *Perfil ejecutivo*, FIECH, Chiapa de Corzo, Chiapas, 21 p.

FIECH. 1995. *Fundamentos basicos de la agricultura organica*. FIECH, Chiapa de Corzo, Chiapas, 187 p.

FLO. 2006. *Worldwide Fairtrade Sales rise by one third in 2005*. En ligne. < www.fairtraide.net >. Consulté le 15 février 2007.

Lapointe, P.-A. avec la collaboration de P.. Bélanger et B. Lévesque. 1993. *Grille de collecte des données pour une monographie d'usine*, Cahiers du CRISES, no 9303, 30 p.

Latouche, Serge. 2000. « De l'éthique sur l'étiquette au juste prix, Aristote, les SEL et le commerce équitable ». *Revue du MAUSS*, no 15, p. 346-358.

Le Velly, Ronan. 2004. *Le commerce équitable : des échanges marchands contre le marché et dans le marché*. Thèse de Doctorat, Université de Nantes, 328 p.

Levi, Margaret et Linton, April. 2003. « Fair Trade : A Cup at a Time? » *Politics and Society*, vol. 31, no 3, p. 407-432.

PFCE. S.d. *La Charte pour le commerce équitable*. En ligne. <<http://www.commerceequitable.org/charte/>>. Consulté le 27 janvier 2007.

Renard, M.-C. 1996. *Les interstices de la globalisation : un label de commerce équitable pur les petits producteurs*. Thèse de doctorat en études rurales, Université de Toulouse Le Mirail, France, 151 p.

SMBC, S.d. *Shade Management Criteria for... "Bird Friendly®" Coffee*. En ligne. <<http://nationalzoo.si.edu/ConservationAndScience/MigratoryBirds/Coffee/Certification/criteria.cfm>>. Consulté le 27 mars 2006.