

# ATELIER PROFESSIONNEL : “COMMENT ETABLIR UN PRIX EQUITABLE ?”



## Organisé par la Plate-forme pour le commerce équitable

Le jeudi 9 décembre 2010

A la maison des associations du 18<sup>ème</sup>

## SOMMAIRE

<b>POURQUOI UN ATELIER PRO SUR LE PRIX EQUITABLE ?</b>	<b>2</b>
Définition et objectifs du commerce équitable .....	2
Définir un prix juste .....	2
<b>LES PARTICIPANTS A L'ATELIER</b>	<b>2</b>
Les intervenants .....	3
Les participants.....	3
<b>SYNTHESE DES INTERVENTIONS</b>	<b>3</b>
Introduction de Benoit-Joseph Pons .....	4
Cas du coton-graine du Sénégal – Valérie Hauchart, Max Havelaar France .....	6
Cas de la confection textile aux Philippines – Alexandra Coiffé, Althéane .....	7
Cas des filières cacao – Pierre Gaubert, Bio Partenaire .....	9
<b>SYNTHESE DES ECHANGES AVEC LES PARTICIPANTS</b>	<b>10</b>

# POURQUOI UN ATELIER PRO SUR LE PRIX ÉQUITABLE ?

## Définition et objectifs du commerce équitable

Le commerce équitable se définit comme « *un partenariat commercial, fondé sur le dialogue, la transparence et le respect, dont l'objectif est de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions commerciales et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés, tout particulièrement au Sud de la planète. Les organisations du commerce équitable (soutenues par les consommateurs) s'engagent activement à soutenir les producteurs, à sensibiliser l'opinion et à mener campagne en faveur de changements dans les règles et pratiques du commerce international conventionnel.* »

Le commerce équitable peut également être défini à travers ses objectifs tels que les reprend la Charte de la PFCE :

- Assurer une juste rémunération du travail des producteurs, artisans, les plus défavorisés, et de leurs familles, leur permettant de satisfaire leurs besoins élémentaires,
- Garantir le respect des droits fondamentaux des personnes,
- Instaurer des relations durables entre partenaires économiques,
- Favoriser la préservation de l'environnement,
- Proposer aux consommateurs des produits de qualité.

## Définir un prix juste

Ainsi, le premier fondement du commerce équitable est la garantie d'un prix équitable à long terme pour les producteurs et artisans du Sud. Ce prix doit couvrir les coûts de production et d'exploitation et garantir un revenu plus important qui contribue à une véritable amélioration de leurs conditions de vie. Les opérateurs de commerce équitable ont développé des outils et méthodologies de fixation de prix justes afin de respecter cet engagement fondamental du commerce équitable.

Or, la simplicité apparente du concept cache en réalité la complexité de la pratique d'un prix juste : Qu'est-ce qu'un prix juste ? Comment détermine-t-on un prix juste ? Peut-on employer la même méthode pour les secteurs du textile, de l'artisanat et de l'alimentaire ? Quels outils utilisent les acteurs ?

C'est pour répondre à toutes ces questions que la PFCE a souhaité organiser cette rencontre entre professionnels du commerce équitable. Loin de mettre de côté la question de la communication et de la transparence auprès des consommateurs (de plus en plus exigeants par ailleurs), cet atelier avait d'abord pour but d'offrir un cadre d'échange et de mutualisation des pratiques pour les praticiens du commerce équitable.

# LES PARTICIPANTS A L'ATELIER

## Les intervenants

L'atelier était animé par Emilie Sarrazin-Bitteye et Benoit-Joseph Pons de la PFCE.

Trois membres de la PFCE étaient conviés à partager leur expérience sur l'établissement d'un prix juste :

- Valérie Hauchart, responsable relations producteurs, suivi de filières et questions transversales chez **Max Havelaar France** – Cas du coton-graine au Sénégal
- Alexandra Coiffé gérante de l'entreprise **Althéane** – Cas de la confection textile aux Philippines
- Pierre Gaubert coordinateur de **Bio Partenaire** – Cas du cacao dans le système Ecocert Equitable

*L'ensemble des présentations sont accessibles sur le site [www.commerceequitable.org](http://www.commerceequitable.org)*

## Les participants

24 personnes ont participé à l'atelier recouvrant, en plus des membres de la PFCE, des profils très variés : bénévoles du réseau artisans du monde, du CCFD, une journaliste à Que choisir, une représentante de la Région Ile-de-France, des porteurs de projets, etc. Un premier tour de table a permis de mettre en avant les questions suivantes :

- Comment établir un prix juste pour le producteur, le fournisseur mais aussi pour le consommateur ?
- Comment établir un prix juste dans l'artisanat ?
- Comment communiquer et sensibiliser les consommateurs ? Quels supports de communication utiliser ?

# SYNTHESE DES INTERVENTIONS

## Introduction de Benoit-Joseph Pons

Co-organisateur de l'atelier et chercheur membre du réseau Fairness, Benoit-Joseph Pons a introduit l'atelier en rappelant les fondements philosophiques de la Justice. En s'appuyant sur les travaux de John Rawls<sup>1</sup> et d'Armatya Sen<sup>2</sup>, il rappelle que l'idée de justice ne va pas de soit et que le sentiment d'équité face à une règle implique d'intégrer « le voile d'ignorance » : la règle est considérée comme juste si elle est acceptable que l'on soit dans la position du producteur ou de l'acheteur, sachant qu'aucune des parties ne connaît à l'avance sa situation lorsque la règle s'appliquera. Dans le commerce équitable, un prix juste est celui qui permet au producteur de vivre dignement de son travail.

Il est également important de distinguer plusieurs « niveaux de prix » qui permettent de préciser de quoi on parle :

- Le prix bord de champ correspond au prix à la sortie du champ
- Le prix ex-work correspond au prix à la sortie des coopératives
- Le prix FOB (Franco de Bord) correspond au prix de vente englobant tous les frais jusqu'au chargement sur le navire.

Les exemples ci-dessous montrent les différentes manières d'expliquer ce que recouvre un prix équitable:

### **Le prix juste selon Stéphane Comar d'Ethiquable (filières alimentaires)**

*« Tout d'abord il faut rappeler les principes. Le premier c'est qu'un prix équitable est toujours supérieur au coût de revient, ce qui permet au producteur de ne pas perdre de l'argent quand il vend son produit. Le deuxième principe c'est que le prix équitable payé au producteur est toujours supérieur au prix conventionnel payé au producteur. Le troisième principe c'est que le prix équitable permet un filet de sécurité. Même en période de cours bas, le prix du commerce équitable est toujours limité au coût de revient. Et puis le quatrième point important à signaler, puisque souvent les consommateurs nous posent la question, c'est que le prix final du produit qu'on trouve en grande consommation est légèrement supérieur à un produit équivalent conventionnel. Mais si on regarde à qualité égale, cette différence va se limiter entre 0 et 5% ce qui est négligeable, d'autant plus que dans ce prix équitable, on va trouver un pré-financement au producteur, on va trouver un appui technique, on va trouver un certain nombre d'éléments qui expliquent la différence de prix. »*

<sup>1</sup> Rawls J.(2009), Théorie de la Justice, Paris, Points, Essais.

<sup>2</sup> Sen, A (2000)., Repenser l'inégalité, Paris, Seuil.

### **Le prix juste selon Artisans du Monde<sup>3</sup>**

#### Objectifs allocatifs :

- Réduire l'incertitude sur les prix,
- Réduire le risque de coût du crédit,
- Intégrer les coûts sociaux et environnementaux,
- Financement de biens collectifs.

#### Objectifs redistributifs :

- Transfert de marge vers les producteurs,
- Redistribution intersectorielle des gros producteurs vers les plus petits.

Un prix équitable doit pouvoir couvrir tous les coûts de production du produit, incluant les coûts environnementaux et sociaux, assurer aux producteurs un niveau de vie décent et une part d'investissement.

### **Le prix juste selon FLO (Fairtrade Labelling Organization)<sup>4</sup> :**

*« Un prix juste dans un contexte local ou régional est convenu après dialogue et concertation. Cela couvre non seulement les coûts de production mais permet également une production qui est socialement juste et respectueuse envers l'environnement. Il fournit un prix juste aux producteurs et prend en compte le principe de salaire égal pour travail équivalent entre hommes et femmes. Les organisations de Commerce Equitable assurent un paiement immédiat à leurs partenaires et, dès que cela est possible, des pré-financements avant la récolte ou la production. »*

#### **En résumé, un prix équitable :**

- Ne se définit pas en partant du marché, mais en partant de la situation économique des producteurs,
- N'est pas unique pour un même produit dans le monde entier,
- Ne se définit pas uniquement par la négociation,
- Ne se compare pas aux prix de marché, sauf dans le cas où ceux-ci sont artificiellement hauts.

Mais face à la diversité de ces approches, les consommateurs sont en attente d'outils éducatifs leur permettant de comprendre la différence entre un prix équitable et un prix conventionnel.

#### **Comme le souligne Jean-Pierre Loisel de l'Institut National de la Consommation (INC) :**

*« La fragilité du commerce équitable nécessite qu'il soit légitimé par une communication et une information fortes, dans les points de vente, sur les packagings, mais aussi de manière plus globale et institutionnelle. La construction du prix doit être comprise et transparente, n'éluant pas la problématique des intermédiaires. Les logos et labels doivent également pleinement s'affirmer pour être incontestables. ».*

**Lisez la présentation de Benoit-Joseph Pons en [cliquant ici](#)**

<sup>3</sup> [http://www.artisansdumonde.org/docs/solagral\\_ce\\_prix\\_01-03.pdf](http://www.artisansdumonde.org/docs/solagral_ce_prix_01-03.pdf)

<sup>4</sup> [http://www.wfto.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=2&Itemid=14&lang=fr](http://www.wfto.com/index.php?option=com_content&task=view&id=2&Itemid=14&lang=fr)

## Cas du coton-graine du Sénégal – Valérie Hauchart, Max Havelaar France

Le travail de l'association Max Havelaar (Fairtrade International) consiste à développer **des standards génériques** pour les producteurs (en faisant la distinction entre les organisations de « petits » producteurs, les travailleurs agricoles des plantations, et les producteurs sous contrat) ainsi que **des standards spécifiques** aux différents produits. Ces standards englobent toutes les exigences auxquelles les producteurs et les acheteurs doivent se conformer pour pouvoir prétendre à la certification.

Le prix équitable est composé :

- **Du prix minimum garanti** établi pour couvrir les coûts de production durable et assurer les besoins élémentaires de la famille. Il constitue un prix plancher en cas de baisse des cours / prix. Il est fixé pour chaque matière première et tient compte à la fois du type d'organisation de producteurs et du contexte dans lequel se trouvent les organisations concernées.
- **De la prime de développement** établie pour doter les organisations de producteurs d'une capacité d'auto-financement et d'investissement de base tant dans le domaine social (dispensaires, scolarisation, adduction d'eau...) que dans celui de la production (matériel de séchage...).

**Dans le cas du coton-graine**, la diversité géographique des zones de production (Afrique, Asie du Sud, Amérique Latine...) et par suite, la diversité des systèmes de production est prise en compte au travers l'établissement de prix régionaux, voire nationaux dans le cas du Kirgizstan. Cette différenciation est enrichie d'une distinction de prix selon la variété produite (*Gossypium hirsutum* ou *Gossypium barbadense*) et le mode de production (conventionnel ou biologique). Au total, 24 prix et primes pour le coton équitable ont été établis lors de la dernière révision de prix en juillet 2008.

Les organisations de producteurs doivent remplir une fiche de coûts de production durable. Des guides explicatifs et des ateliers de travail sur le terrain leur permettent de préciser le détail de leurs coûts. C'est à partir de cette fiche que le prix est ensuite établi.

Fiche de coût de production durable			
Nom de l'organisation : <b>US-GPC Kédougou (SPO)</b>			
Date : <b>10/03/2008</b>			
Votre pays : <b>Sénégal</b>			
Dernière étape pour laquelle vous êtes responsable du produit : <b>Regroupement du coton-graine au centre de vente du groupement</b>			
<b>Produit destiné à l'égrenage</b>		<b>Conventionnel (Sigal / Sigal S)</b>	
<b>Rendement par hectare en kg de produit fini : 1286</b>		<b>655,97 FCFA = 1 euro</b>	
	Coût par hectare	Coût par kg	Commentaires
Coût d'établissement			Non rempli par l'OP
Suivi de la production	224860	174,85	
Récolte	61600	26,65	
Transformation (ssi)			

Emballage (ssi)			
Coût de l'organisation	29524	45,01	
Total en FCFA	315984	245,71	
Soit en euros	481,70	<b>0,37</b>	*

**Pour en savoir plus sur l'établissement d'un prix équitable sur le coton graine, consultez la présentation de Valérie Hauchart en [cliquant ici](#)**

## Cas de la confection textile aux Philippines – Alexandra Coiffé, Althéane

Alexandra Coiffé est la gérante de l'entreprise Althéane, membre de la PFCE et spécialisée dans lingerie de nuit. Son principal partenaire est l'ONG THEA basée aux Philippines. L'association emploie 120 salariées dont 100 couturières.

Concernant l'établissement d'un prix juste pour le producteur, c'est THEA qui calcule elle-même ses tarifs. Elle y inclut :

### Les coûts directs :

Le coût des matières premières : tissu, fil, boutons,...

Les coûts salariaux : confection, broderie, repassage et finitions

Les coûts accessoires : étiquettes, polybags, ...

### Les coûts indirects :

Frais de structure notamment siège

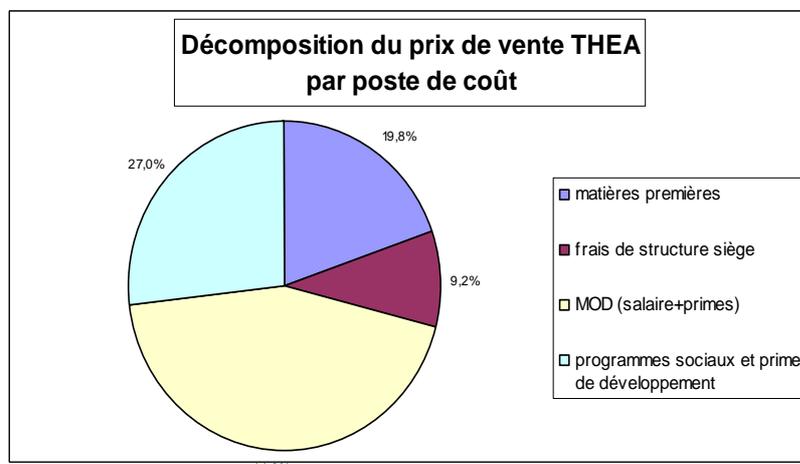
Le coût des programmes sociaux dont bénéficient les employés : scolarité, santé, logement... (ce qui permet de les sécuriser)

### La marge :

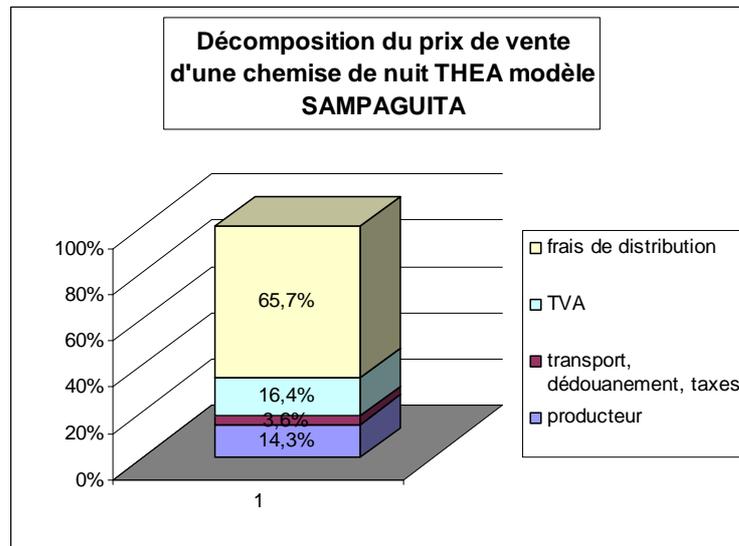
Une prime au développement et programmes sociaux de 27%

Pour se prémunir contre les variations de prix liés au marché et aux variations de change, les prix sont établis en dollars US. Aussi, elle achète suffisamment de matières premières afin d'assurer ses stocks sur 6 mois.

### L'exemple d'une chemise de nuit Sampaguita :



La question du prix équitable se pose également au sein de l'entreprise française distributrice Althéane : comment intégrer les coûts sociaux d'une bonne politique salariale ? Althéane recrute prioritairement en CDI, limite le recours aux stagiaires (1 ressource à l'année), respecte un rapport de 1.6 entre le salaire le plus bas et le plus haut. Elle prévoit en outre de faire rentrer ses salariés au capital. Althéane pratique des marges très inférieures aux marges des fabricants classiques (avec pour conséquence une capacité d'autofinancement limitée). Elle vend quasiment exclusivement en B to B<sup>5</sup> mais étudie la possibilité de développement d'un réseau de vente directe.



- Le prix payé au producteur représente de 14,3 à 18,5% du prix de vente final de la chemise de nuit (en fonction du taux de change EUR/USD)
- Pour comparaison il se monterait à 8,1 % seulement dans une filière économique non équitable

***Pour en savoir plus sur l'établissement d'un prix équitable chez Althéane, consultez la présentation d'Alexandra Coiffé en [cliquant ici](#)***

<sup>5</sup> Business to Business

## Cas des filières cacao – Pierre Gaubert, Bio Partenaire

Bio Partenaire est une association qui regroupe des entreprises engagées dans l'agriculture biologique et le commerce équitable, en s'appuyant sur la garantie ESR-Equitable. L'association intervient en amont de la création de filière et appuie Ecocert dans l'élaboration d'un prix équitable, déterminé au cas par cas.

En effet, contrairement à Fairtrade International qui établit des standards génériques, il n'y a pas ici de standard de prix mais une étude systématique des coûts de production sur la base d'éléments agro-économiques et avec l'appui de techniciens de terrains.

### L'exemple du mécanisme de fixation de prix d'achat sur la filière cacao au Vanuatu

#### **FOB**

Valeur Cacao sec en bourse NY	Part de l'association	Prime	Part Export	Total FOB
Mini	1,4 \$	p	1	2,4 +p
Moyenne	2 \$	p	1	3 + P
Max	2,2	p	1	3,2 + P

#### **Bord de Champ** (V= monnaie locale)

Valeur Cacao sec en bourse NY	Part association	Prestation association	Part Producteur
Mini	1,4 \$ = 2,8 V	1	1,8 V
Moyenne	2 \$ = 4 V	1	3 V
Max	2,2 \$ = 4,4 V	1	3,4 V

Dans cet exemple, les prix d'achat payés à l'association de producteurs ne sont pas strictement indexés au cours de la bourse (mais ont bien sûr un prix plancher minimum). Les prix d'achat sont réajustés régulièrement (par mois/semaine) avec un mécanisme d'ajustement qui réduit les variations des cours de la bourse et qui les prends en compte. Un prix plafond est également fixé. L'établissement d'une grille de prix de ce type est un travail conséquent et assez représentatif des échanges entre importateurs/association de producteurs/exportateurs.

**Pour en savoir plus sur l'établissement d'un prix équitable chez Bio Partenaire, consultez la présentation de Pierre Gaubert en [cliquant ici](#)**

# SYNTHESE DES ECHANGES AVEC LES PARTICIPANTS

Au-delà des éclairages que nécessitent une bonne compréhension d'outils de gestion tels qu'ils ont été présentés par les intervenants, de nombreuses questions par participants ont concerné la politique commerciale au Nord, la prime de développement et la sensibilisation des consommateurs

**Concernant la marge commerciale**, Alexandra Coiffé d'Althéane a rappelé qu'il fallait tenir compte de la notion de « valeur perçue ». Elle explique par exemple que ne connaissant pas bien le marché américain, elle s'est rendue compte après coup qu'elle avait sous-estimé la valeur de ses produits sur ce marché et que ses clients pouvaient marger confortablement alors qu'elle-même gardait le même prix de vente.

**La question du calcul de la prime de développement** a également été plusieurs fois abordée, en particulier celle de pouvoir établir sa base de calcul à partir du prix vendu au consommateur final plutôt que sur le prix équitable payé au producteur. Une participante prend l'exemple du safran du Maroc revendu presque 20 fois plus cher en France. Or, le cours ne cesse de chuter et le prix final aux consommateurs reste toujours le même. Les producteurs ne retirent aucun bénéfice sur ce marché. Autrement dit, est-il possible de calculer la prime de développement sur la marge réalisée par le distributeur ?

Sur ce point, les intervenants précisent que calculer la prime de développement à partir du prix de vente final pose d'autres questions : celle de la redistribution de cette prime sur la filière et une nouvelle question éthique : est-ce équitable de demander à Artisans du Monde et à une marque de luxe comme Fauchon de verser 15% du prix de vente?

Enfin, les participants se sont longuement interrogés sur les façons de **sensibiliser les consommateurs** au commerce équitable à travers la question du prix équitable. A la fois la complexité des outils, mais aussi le peu d'impact d'une information telle que « 10% du prix revient au producteur » rendent la sensibilisation difficile. Dans cette perspective, la communication sur le prix équitable est nécessaire mais pas suffisante pour rendre compte d'une démarche de commerce équitable. Le message doit aussi porter sur ses autres exigences telles que :

- Le partenariat sur le long-terme,
- La mise en place de projets de développement,
- L'autonomie des producteurs,
- La répartition de la valeur ajoutée, etc.

En conclusion, il apparaît que tous ces outils développés par les acteurs du commerce équitable y gagnent en clarté s'ils sont mis en perspective, comparés, avec les outils utilisés dans le commerce conventionnel.

## Perspectives

A l'issue de la rencontre, plusieurs idées de suites à donner à l'atelier ont été proposées :

- Produire un document d'information et des supports de formation sur le calcul du prix juste (créer une collection)
- Sensibiliser les décideurs économiques et politiques à la question du prix équitable
- Faire un nouvel atelier mais en comparant les méthodes de calcul de prix pour un même produit ou une même matière première

**Atelier organisé par la PFCE avec le soutien du Conseil régional Ile-de-France  
et du Ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement Durable et de la Mer**



**Contact : Eugénie Malandain**  
[malandain@commercequitable.org](mailto:malandain@commercequitable.org)