

## Le café dans la jungle des standards de durabilité environnementale et sociale

Isabelle Vagneron<sup>1</sup>  
Benoît Daviron<sup>2</sup>

<sup>1</sup> National University of Laos  
Faculty of Agriculture  
P.O.Box 7322  
Vientiane  
Lao PDR  
<isabelle.vagneron@cirad.fr>

<sup>2</sup> Cirad  
UMR MOISA  
TA C-99/15  
73, rue Jean-François Breton  
34398 Montpellier cedex 5  
France  
<benoit.daviron@cirad.fr>

### Résumé

Les standards de durabilité, en référence aux trois piliers du développement durable, envahissent les marchés internationaux de produits agricoles. Or ce phénomène n'est pas nouveau : les standards pour l'échange de céréales et de produits tropicaux sont apparus au XIX<sup>e</sup> siècle. L'objectif de cet article est de développer une lecture en termes de « commoditisation » (standardisation des produits primaires)/« décommoditisation » (création de diversité) des implications de la transition des standards traditionnels aux standards durables. Nous montrons que les standards historiques ont contribué à la création d'une catégorie de biens appelés produits primaires ou commodités durables. Nous interprétons l'initiative du commerce équitable comme une tentative (avortée) de « décommoditisation » et montrons que la multiplication des standards de durabilité contribue à la « re-commoditisation » des produits agricoles.

**Mots clés :** café, certifications, commerce équitable, produits primaires, standards de durabilité, standards traditionnels.

**Thèmes :** productions végétales ; qualité et sécurité des produits ; transformation, commercialisation.

### Abstract

#### Coffee in the jungle of environmental and social sustainability standards

Sustainability standards are flooding global agricultural markets. Such standards however, are not recent: standards for the exchange of grain and tropical products emerged in the 19th century. The objective of this article is to analyse, in a historical perspective, the implications of the transition from traditional standards to sustainability standards on the commoditization/de-commoditization process. We show how early standards and grades contributed to the construction of the category of products called primary commodities and how, after a short attempt at de-commoditization (with the early fair trade and organic standards), sustainability standards have tended towards re-commoditization.

**Key words:** certification, coffee, commodities, fair trade, grades, standards, sustainability traditional standards.

**Subjects:** processing, marketing; product quality and security; vegetal productions.

### Introduction : standards et commodités

Les standards de durabilité foisonnent sur les marchés de produits agricoles.

Alors que les standards traditionnels définissent l'identité d'un produit à échanger sur les marchés internationaux sur la base d'un ensemble d'attributs intrinsèques, les standards de durabilité établissent des spécifications techniques détaillées en ce qui concerne les caractéristiques sociales et environnementales des processus

Tirés à part : B. Daviron

Pour citer cet article : Vagneron I, Daviron B, 2012. Le café dans la jungle des standards de durabilité environnementale et sociale. *Cah Agric* 21 : 154-61. doi : 10.1684/agr.2012.0557

de production, avec une référence explicite aux trois piliers du développement durable (économique, social et environnemental). L'ambition de créer des standards relatifs au processus de production n'est pas totalement nouvelle dans le secteur agricole : les standards de l'agriculture biologique et du commerce équitable existent depuis de nombreuses années. Les standards de durabilité diffèrent de ces initiatives pionnières à la fois par leurs principes et parce qu'ils sont soutenus par les principaux acteurs de la filière, qui cherchent ainsi à créer la nouvelle référence en termes de qualité pour les marchés de produits agricoles conventionnels. Cet article analyse de manière historique, et à travers le cas du café, les implications de la transition des standards traditionnels vers des standards de durabilité.

Nous appelons « commoditisation » (*commoditization* en anglais) le processus qui a donné naissance à une catégorie spécifique de biens, les « produits primaires » (*commodities* en anglais), clairement distincts des produits manufacturés<sup>1</sup>. Au cours des 50 dernières années, la question du lien entre produits primaires et développement économique a donné lieu à une abondante littérature. Ces travaux caractérisent les produits primaires par l'instabilité de leurs prix (Maizels, 1992) et la tendance à la baisse de leurs prix sur le long terme (Prebisch, 1949, 1950 ; Singer, 1950). Les accords internationaux sur les produits primaires et diverses politiques économiques (transformation des produits primaires, substitution aux importations, etc.) ont été créés pour échapper à la « malédiction des produits primaires ». La construction de l'homogénéité des produits – condition nécessaire à la concurrence pure et parfaite (Marshall, 1890) – est

au cœur du processus de « commoditisation »<sup>2</sup>. L'homogénéité des produits implique un fort degré de similitude entre les différents lots vendus sur le marché, et permet un degré élevé de substituabilité entre fournisseurs. La similitude entre les produits et la substituabilité entre les fournisseurs dépendent principalement des critères de qualité pris en compte dans la transaction<sup>3</sup> et supposent que les acteurs du marché se concentrent sur certaines informations spécifiques quant à la qualité (ou l'identité) du produit. Si l'homogénéité repose sur la production et l'échange d'informations concernant un nombre limité d'attributs de qualité, cela implique d'ignorer d'autres informations concernant les caractéristiques spécifiques en termes de qualité d'un lot donné (origine géographique, variété, nom du planteur, etc.). Ainsi, la « commoditisation » implique la création et la gestion d'un certain degré d'opacité au sein des filières. De ce point de vue, la « commoditisation » illustre le processus de rationalisation à l'œuvre dans la société moderne, qui suppose à la fois la production de plus en plus d'information (par exemple sur la taille, la couleur du grain de café, l'espèce cultivée, les conditions agroclimatiques, les pratiques culturales et de transformation, etc.) et l'élimination de certaines informations (par exemple sur l'origine géographique ou le nom du planteur). Dans le secteur agricole, les standards sont le principal instrument de ce processus de rationalisation (Beninger, 1986 ; Bingen et Busch, 2006 ; Hill, 1990). Ce constat nous amène à considérer la standardisation et la « commoditisation » comme des processus étroitement liés. Le processus de « commoditisation » peut être décomposé en :

- un processus quotidien qui transforme un produit agricole récolté dans un champ en un produit primaire négocié sur les marchés mondiaux (contrôle, tri, classement) ;

- un processus historique qui a donné naissance aux institutions (en particulier les standards de qualité) nécessaires à l'apparition de produits primaires comme catégorie spécifique de produits.

C'est ce second processus que cet article étudie, principalement à travers une revue de la littérature. La prolifération actuelle des standards de durabilité a donné une nouvelle impulsion au débat sur la « commoditisation » et la « décommoditisation ». Pour Kaplinsky (2006), les produits primaires (*commodities*) sont des produits pour lesquels il existe très peu de barrières à l'entrée. L'intense compétition à la production qui en découle explique la faiblesse des revenus à la production. Pour cet auteur, les standards de durabilité et la certification, en créant de nouvelles barrières à l'entrée sur les marchés, concourent à la « décommoditisation » (les producteurs capables de produire pour ces marchés de niche parviennent à s'isoler de la chute des prix des produits primaires). À ce titre, ils devraient être considérés comme un outil de développement. Nous défendons une position inverse : en réintroduisant des relations de type marchand et la substituabilité entre fournisseurs, les standards de durabilité tendent à la « recommoditisation ». Cet article est organisé en trois parties. La première rend compte de l'émergence des standards, en particulier pour le café, durant le XIX<sup>e</sup> siècle. Ce panorama souligne la relation entre standardisation et « commoditisation », et l'évolution de ces notions dans le temps. La deuxième partie détaille l'initiative du commerce équitable. En offrant la possibilité pour l'aval des filières de tracer leurs produits jusqu'à des organisations de producteurs identifiables, cette initiative a contribué à la « décommoditisation » réelle des produits agricoles. La troisième partie retrace l'évolution récente des standards de durabilité dans le cas du café. Nous défendons l'idée que l'émergence et la diffusion de ces standards, utilisés par les entreprises de manière stratégique, marque une nouvelle phase dans le processus de « commoditisation » des produits agricoles. En conclusion, nous étudions les implications de ce processus en termes de développement et discutons de l'impact des

<sup>1</sup> Cette notion est distincte de celle de fétichisme de la marchandise (*commodification* en anglais), qui désigne chez Marx le phénomène par lequel dans la production capitaliste les relations sociales se réduisent à des relations d'échange. Pour Cochoy (2005), le commerce équitable dé-fétichise les *commodités* (en révélant les filières et les trajectoires des biens depuis le producteur jusqu'au consommateur), mais refétichise ces rapports par le biais de normes et de labels.

<sup>2</sup> Nous désignons par « décommoditisation » le processus inverse, soit la création de diversité.

<sup>3</sup> Deux sacs de Robusta ne sont jamais absolument identiques si toutes les variables qui peuvent être utilisées pour les décrire sont prises en compte. Ils peuvent être identiques relativement à la taille des grains, mais différents quant à leur couleur.

standards de durabilité sur la répartition de la valeur au sein des filières. Cela nous conduit à envisager des mesures politiques complémentaires pour assurer une contribution positive des standards de durabilité au développement.

## Genèse des standards historiques

Les grades et les standards de produits agricoles émergent dans la seconde partie du XIX<sup>e</sup> siècle (Cronon, 1991 ; Daviron, 2002 ; Daviron et Ponte, 2005) en étroite relation avec les marchés à terme. Initialement apparus dans le commerce des céréales de Chicago, grades et standards sont clairement les produits du modèle de capitalisme nord américain (pour un compte rendu détaillé, voir Daviron et Vagneron, 2011).

L'identité d'un lot de matière première agricole commercialisée sur le marché international est alors définie par son origine nationale et par un grade spécifique dans le standard national. Aucune information complémentaire (caractéristiques du processus de production, identité du producteur, origine régionale au sein du pays) n'est nécessaire pour vendre et acheter un produit. En l'absence de standards universels, les opérateurs du marché travaillent avec un système d'équivalences entre origines nationales – incluant primes et réductions – par rapport au prix coté sur le principal marché à terme. Dans le même temps, un standard domestique est créé pour organiser les transactions marchandes au niveau de l'exploitation. Dans le cas du café vert, le standard national définit la qualité du produit primaire *avant* le classement et le nettoyage.

Les critères de qualification utilisés dans les divers standards sont très généraux, la propreté et l'absence de dommages étant les variables principalement considérées. Les différents grades sont définis en fonction de la quantité d'impuretés dans un échantillon. Ces critères permettent des méthodes simples de mesure de la qualité et de classification du produit, le contrôle visuel domine. La qualification des produits est basée principalement sur le savoir-faire de la

personne effectuant le contrôle visuel et ne nécessite aucun équipement particulier.

Les standards généraux utilisés pour qualifier les produits tropicaux révèlent la faiblesse des exigences de qualité des industries utilisatrices faiblement tournées vers la comparaison des produits agricoles, et surtout, l'absence d'une demande de variété (ils définissent la qualité dans une économie de production de masse). Ces standards fournissent des informations très simples sur les caractéristiques intrinsèques du produit primaire et aucune information sur le processus de production mis en œuvre au sein de l'exploitation. Le fait d'ignorer les conditions de production permet le recours à une grande variété de technologies de production pour la fourniture d'un seul et même produit primaire (plantations familiales ou industrielles, emploi de travail forcé, emploi d'enfants, etc.).

Dans le cas du café, la « commoditisation » a été un processus long et relativement incomplet. En effet, du fait de l'importance de l'arôme dans la qualité du café, les opérateurs du marché ne sont jamais parvenus à définir des critères objectifs et mesurables. Un certain degré de « commoditisation » a toutefois été atteint, qui a permis la mise en place d'un marché à terme et un certain niveau d'interchangeabilité entre producteurs et entre origines (Daviron et Ponte, 2005). Jusqu'au dernier quart du XIX<sup>e</sup> siècle, la qualité du café est principalement évaluée par contact physique direct avec l'acheteur, qui dispose de critères propres pour évaluer le degré de conformité avec ses exigences. Le café est généralement identifié selon son origine géographique à partir de différents critères : région, port, pays, etc. La création du *New York Coffee Exchange* en 1881 constitue une étape décisive dans le processus de « commoditisation » du café. Pendant les soixante années suivantes, le *New York Coffee Exchange* restera ainsi le marché directeur. Largement utilisé par les opérateurs, son standard de qualité comprend neuf grades définis par le nombre de défauts. Ce système de classement ne fait aucune référence ni à l'arôme ou à la qualité à la tasse, ni à l'origine géographique du café.

À partir des années 1930 certains pays producteurs mettent en place des

systèmes nationaux de classification et des stratégies de différenciation de leur café. Dès 1932, la Colombie impose ainsi que tout café exporté porte le label « café de Colombie », met en place huit grades de café (reposant sur la variété, la taille, et le nombre d'imperfections des grains de café) et promeut son café dans les pays consommateurs. D'autres pays suivent cet exemple et au début des années 1960, tous les pays producteurs possèdent leur propre réglementation de la qualité. L'identité du café échangé sur les marchés internationaux est alors définie par son origine nationale et un grade (Daviron et Ponte, 2005). Outre l'utilisation de ces critères de qualité objectifs, une évaluation de la qualité à la tasse est aujourd'hui souvent réalisée avant l'exportation – ainsi que parfois par les acheteurs sur la base d'échantillons<sup>4</sup>. Cette évaluation, bien que plus subjective (elle dépend en grande partie de l'expérience et du savoir-faire de celui qui la réalise), est elle aussi de plus en plus standardisée grâce à la mise en place de protocoles précis. Le développement de l'analyse sensorielle enfin, permet d'objectiver et de standardiser l'évaluation de la qualité organoleptique du café (normes Afnor et ISO pour l'analyse sensorielle).

## Le commerce équitable : une tentative de « décommoditisation » du café ?

Né dans les années 1960, le commerce équitable trouve ses origines dans le mouvement coopératif, les organisations caritatives, le commerce solidaire et le commerce pour le développement (Gendron *et al.*, 2009). Contestant le caractère distendu des rapports sociaux entre les acteurs du système agroalimentaire conventionnel et les inégalités générées à l'échelle locale et

<sup>4</sup> Des goûteurs professionnels (*cuppers*) sont chargés de goûter le café (comme le vin) et de lui attribuer une note.

internationale, ce mouvement exprime les nouvelles préoccupations de la société au sujet des impacts de l'agriculture sur les conditions de travail et de rémunération des producteurs (Renard, 2003).

À ses débuts, le commerce équitable est structuré autour des *Organisations du Commerce équitable (OCE)* basées dans les pays développés. Valorisant la différenciation des produits agricoles grâce à des magasins et à des chaînes de commercialisation spécifiques, les OCE achètent aux organisations de producteurs situées dans les pays en développement des produits qu'elles vendent aux consommateurs *via* un réseau de magasins de détail dédiés. Ces magasins vendent des produits qui portent leur nom (*Traidcraft, Oxfam, Solidaridad, Equal Exchange, Artisans du Monde*). Dans ce modèle, ce sont les relations directes<sup>5</sup> et personnalisées entre magasins spécialisés et producteurs d'une part, et entre magasins spécialisés et consommateurs engagés d'autre part, qui définissent le commerce équitable, plutôt qu'un standard commun partagé (Raynolds, 2002). L'équité du commerce est alors garantie par l'autodéclaration et la réputation, plutôt que par la certification. En raison de la distance géographique entre producteurs et consommateurs, les *Magasins du monde* et leur personnel agissent involontairement comme un premier rideau, en dépit de leurs efforts constants pour favoriser « l'inter-connaissance » (Le Velly, 2007). Au milieu des années 1980, les *Magasins du monde* se professionnalisent progressivement sous l'impulsion de la vente d'une quantité croissante de denrées alimentaires, de l'augmentation de la demande, du relèvement des standards de sécurité et de qualité et d'une concurrence plus forte de la part du secteur du détail conventionnel (Littrell et Dickson, 1999 ; Gendron *et al.*, 2009). En France, le réseau des *Artisans du monde (AdM)* illustre bien cette évolution : après avoir développé un réseau de magasins au cours des années 1970, *AdM* crée une

centrale d'importation (*Solidar'Monde*) en 1984 pour rationaliser les importations et le stockage et pour gérer un plus grand nombre de fournisseurs. Avec *Solidar'Monde*, un second rideau est tiré entre le consommateur et le producteur.

Le modèle historique porté par les OCE est contesté au cours des années 1980<sup>6</sup> par les *nouvelles initiatives de labellisation*, qui se distinguent des filières verticalement intégrées de deux manières : en élaborant des standards définissant les conditions d'échange (prix, conditions de paiement, services d'appui, etc.) et en faisant vérifier le respect des standards par un certificateur indépendant<sup>7</sup> (FloCert). Alors que les OCE garantissent qu'une *organisation* respecte les principes du commerce équitable, les initiatives de certification labellent un *produit*. Grâce à ce système, les produits issus du commerce équitable peuvent être vendus dans les circuits de commercialisation conventionnels, ce qui élargit considérablement leur marché et permet un accroissement formidable des ventes mondiales de produits certifiés équitables. Les ventes de produits certifiés équitables ont atteint 2,3 milliards d'euros en 2007, soit une augmentation de 47 % par rapport à 2006 (FLO, 2008). Ces ventes représentaient 88 % des ventes totales de produits issus du commerce équitable en 2005 (Raynolds *et al.*, 2007). Selon une étude portant sur 33 pays, les supermarchés représentent à eux seuls en 2007 plus de 96 % des points de vente de produits issus du commerce équitable (Krier, 2008). Dans la concurrence entre les acteurs de l'aval, les labels du commerce équitable sont un puissant instrument de différenciation des produits, qui jouent un rôle crucial dans la capture de parts de marché.

Le café illustre parfaitement cette évolution. Les premiers lots de cafés équitables commercialisés correspondent aux initiatives de commerce solidaire avec des pays politiquement marginalisés comme le Nicaragua ou

la Tanzanie. En 2009, 91 573 tonnes de café issu du commerce équitable (certifié et non certifié) ont été vendues, soit un taux de croissance annuel moyen de 30 % depuis 2004 (Potts *et al.*, 2010). Aujourd'hui, le café est le produit phare du « commerce équitable d'entreprise » (Fridell *et al.*, 2008). Jaffee (2007) explique comment, sous la pression de la société civile, certaines multinationales du café comme *Starbucks, Procter & Gamble* et *Nestlé* se sont partiellement converties au commerce équitable au début des années 2000. Les supermarchés sont également entrés dans la course, certains ne vendant plus que du café issu du commerce équitable (Raynolds, 2008) : cette stratégie a été suivie par *Co-op* en 2003 et par *Marks & Spencer* en 2004, tandis que *Sainsbury's* et *Waitrose* envisageaient de faire de même en 2010. Au Royaume-Uni, le café issu du commerce équitable représentait 20 % du marché du café en 2007 (Krier, 2008). Aux États-Unis, les ventes de café issu du commerce équitable ont augmenté de 32 % entre 2007 et 2008 et de 25 % entre 2008 et 2009 (Haight, 2011).

Créé pour lutter contre le statut de matière première des produits agricoles, le commerce équitable a cherché à ses débuts à lever l'anonymat et à limiter la substituabilité des producteurs. Son évolution progressive vers la création de standards harmonisés et l'utilisation de certification par tierce partie a eu trois effets majeurs :

- 1) elle a introduit les produits du commerce équitable dans les rayons des supermarchés ;
- 2) elle a rétabli la distance dans la relation commerciale, jetant un nouveau voile entre le consommateur et le producteur ;
- 3) en associant anonymat et transparence, elle a réintroduit la substituabilité entre fournisseurs<sup>8</sup> et contribué à exclure des filières ceux qui ne pouvaient se conformer aux exigences des acheteurs (Kaplinsky et Morris, 2001 ; Mutersbaugh, 2004).

Ainsi, même si les produits issus du commerce équitable sont différenciés

<sup>5</sup> Ces relations prenaient la forme de transmission d'information écrite, de correspondance écrite, de visites organisées pour les producteurs et les représentants des consommateurs, etc. (Le Velly, 2007).

<sup>6</sup> La première initiative *Max Havelaar* est créée en 1988.

<sup>7</sup> Cette indépendance est d'ailleurs questionable dans la mesure où cet organisme est contrôlé à 100% par sa société-mère – FLO International (qui élabore les standards du commerce équitable).

<sup>8</sup> En réintroduisant la concurrence entre producteurs certifiés, la certification permet aux multinationales de contrôler leurs fournisseurs et de changer de fournisseurs certifiés (Haan *et al.*, 2003).

grâce à un label, même si leur prix est plus élevé que celui des produits conventionnels, même si un certain degré de transparence a été réalisé jusqu'au consommateur, la « commoditisation » est en cours.

## Standards de durabilité : un pas de plus vers la « commoditisation »

Les années 1990 sont marquées par la prolifération des standards et codes d'entreprise garantissant un approvisionnement responsable en matières premières. Pour témoigner de leur prise de conscience des questions sociales et environnementales, de nombreuses multinationales développent leurs propres standards ou ont recours à des organisations non gouvernementales (ONG) comme *Rainforest Alliance* et *Utz Kapeh*, qui commencent à développer leurs propres codes de conduite et systèmes de certification destinés à l'industrie. Ces systèmes sont utilisés par les multinationales en réponse à la pression croissante de la société civile et pour cibler des consommateurs de plus en plus sensibles aux questions environnementales et sociales. La définition de standards de durabilité dans le cadre d'initiatives multiparties pre-

nantes débute au milieu des années 1990 et s'accélère dans les années 2000 avec plusieurs initiatives mono-produit – soja, huile de palme, coton, canne à sucre, café, tabac, etc. (Djama *et al.*, 2011).

Le secteur du café est emblématique de ces évolutions (*tableau 1*). Après une première vague d'initiatives individuelles au début des années 2000, apparaît en 2004 la première initiative multiparties prenantes, avec le *Common Code for the Coffee Community* (ou 4C) qui associe :

- des multinationales (Nestlé, Kraft Foods) ;
- des détaillants (Aldi, Coop, Lidl) ;
- des négociants (ECOM, Louis Dreyfus, Volcafé) ;
- la société civile (Oxfam, Fair Trade Organization Kenya, Rainforest Alliance) ;
- des acteurs publics (DFID, GTZ, SECO) ;
- des organisations de producteurs, etc.

Les ventes de cafés durables représentaient 8,6 % des exportations de café en 2009 (Potts *et al.*, 2010). La *figure 1* retrace l'évolution fulgurante des ventes de cafés durables entre 2004 et 2009. Le volume total de cafés durables vendus dans le monde est ainsi passé de près de 74 000 tonnes en 2004 à plus de 392 000 tonnes en 2009, soit une augmentation de 433 % (et une augmentation annuelle de près de 40 %). L'adoption des standards développés par les ONG et la participation aux

initiatives multiparties prenantes s'expliquent par les coûts élevés générés par la création, la mise en œuvre et le suivi des standards d'entreprise. Pour les multinationales, il est moins coûteux et plus efficace en termes d'image de recourir à l'expertise des ONG dans le domaine de la standardisation et de la certification que de développer leur propre système de certification qui risque en outre d'être moins crédible. En adoptant les standards de durabilité créés par des ONG qui sont plus légitimes, les multinationales essaient d'éviter la contestation, s'achètent une image de responsabilité et accèdent aux marchés de niche pourvoyeurs de marges considérables. Les standards de durabilité créés par un large éventail d'acteurs du secteur déterminent à terme qui aura accès au marché (et qui en sera exclu). Dans cette dynamique, les multinationales cherchent le consensus autour de leurs actions et légitiment ces actions en s'associant avec des ONG de premier plan.

Les standards de durabilité partagent trois caractéristiques : ils visent à assurer aux multinationales un accès à un *pool* de fournisseurs interchangeables tout en empêchant les revendications potentielles sur les prix (à part le commerce équitable, aucune autre initiative ne propose de prime de prix aux producteurs, le respect des standards garantissant seulement l'accès au marché) ; ils sont conçus pour assurer la transparence concernant les conditions sociales et

**Tableau 1. Implication des multinationales dans des initiatives de durabilité dans le secteur du café.**

Table 1. Multinational involvement in sustainability initiatives in the coffee sector.

Entreprise	Premier code d'entreprise (date d'entrée en vigueur)	Achats de café (en volumes, 2010)			
		Total	Certifié <sup>a</sup>	Vérfié <sup>b</sup>	%
Nestlé	Corporate Business Principles (1998)	870 000	2 000	40 000	7
Kraft	Code of Conduct (2003)	700 000	50 000		5
Sara Lee	Supplier Selection Guidelines (1995)	450 000	40 000		9
Tchibo	Social Code of Conduct (2006)	173 000	9 500	7 000	10
Starbucks	Starbucks Framework for a Code of Conduct (1995)	135 000	14 000	102 000	87

Notes : <sup>a</sup> café certifié : café acheté auprès de producteurs ayant été déclarés en conformité avec un cahier des charges externe (FLO, agriculture biologique, Rainforest Alliance, Utz Certified) par un tiers indépendant (le certificateur). L'attestation est délivrée par le propriétaire du standard.

<sup>b</sup> café vérifié : café acheté auprès de producteurs ayant été déclarés en conformité avec des critères agréés (AAA, CAFE Practices, 4C) par un tiers indépendant (le certificateur). La vérification ne donne pas droit à un certificat.

Sources : Kolk (2005) ; Neilson et Pritchard (2007) ; TCC (2012).

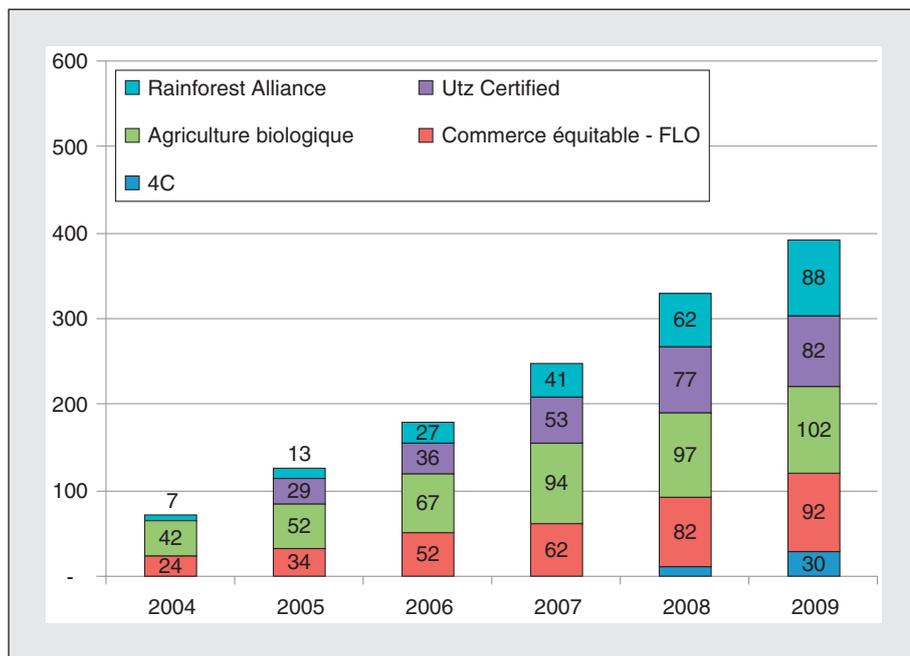


Figure 1. Ventes de cafés durables, 2004-2009 (en milliers de tonnes).

Figure 1. Sustainable coffee sales, 2004-2009 (in thousands of metric tons).

Source: Potts *et al.*, 2010.

environnementales de production, c'est-à-dire pour informer les acteurs situés à l'intérieur (travailleurs) comme à l'extérieur (actionnaires, consommateurs, banquiers, société civile, etc.) de l'entreprise de ses initiatives en matière de développement durable (principalement *via* le reporting) ; enfin, ils reposent sur un dispositif commun – la certification par tierce partie<sup>9</sup> – qui contribue à simplifier les relations entre acheteurs et fournisseurs (Hatanaka *et al.*, 2005) et à assurer la substituabilité de ces derniers (Daviron et Vagneron, 2011).

Selon Green (2005), une caractéristique générale des standards de durabilité est leur tendance à la dilution des principes portés par les pionniers (commerce équitable et agriculture biologique). Or cette dilution est le prix à payer pour l'implication d'un grand nombre d'acteurs aux intérêts différents, voire contradictoires. Le signe de dilution le plus fréquent est l'absence de référence aux prix payés aux producteurs. Parmi les standards de durabilité,

seuls FLO et (dans une moindre mesure) Starbucks, accordent explicitement une prime de prix aux producteurs. Les certifications Utz Certified et Rainforest Alliance ne garantissent pas ces primes, même si leurs promoteurs affirment que le prix des produits certifiés est supérieur, principalement parce que leur qualité est plus élevée, reflétant ainsi les forces du marché. La dilution transparait également à travers l'importance croissante des standards de type *business-to-business* (B2B)<sup>10</sup> qui confinent les standards de durabilité à l'organisation de la chaîne d'approvisionnement (Nadvi et Wältring, 2002). Ces standards visent à assurer le respect des réglementations en termes de sécurité sanitaire des aliments<sup>11</sup> et ainsi à limiter l'exposition à des réclamations en responsabilité (Fulponi, 2006). Enfin,

<sup>10</sup> On oppose généralement les standards de type *business-to-business*, qui ne sont pas destinés à être communiqués au consommateur final, aux standards de type *business-to-consumer* (B2C) assortis d'un signe de qualité identifiable (un logo, une marque) permettant de différencier les produits auprès du consommateur.

<sup>11</sup> Le *British Food Safety Act* (1990) ou les réglementations européennes en matière de traçabilité ou de limites maximales de résidus de pesticides (2002).

la dilution transparait à travers la valorisation croissante de l'auditabilité. Du fait du rôle croissant de la certification, la capacité à produire des rapports et à documenter ses activités est devenue un facteur clef de performance, à tel point que la capacité à rendre les activités « auditables » (grâce à des lignes directrices, des procédures, des standards de certification) est souvent plus valorisée que le contenu du standard lui-même (Power, 1997).

En systématisant l'utilisation des instruments promus par le commerce équitable (des spécifications techniques harmonisées pour le processus de production et la certification), les standards de durabilité donnent une nouvelle impulsion au processus de « commoditisation ». En effet, la participation – *via* l'action collective – d'une grande variété d'acteurs dans la définition de standards de durabilité est l'occasion de créer une référence unique pour le marché conventionnel. Par ailleurs, en transformant tous les producteurs en candidats potentiels à la certification, les standards de durabilité réintroduisent la concurrence au niveau mondial.

## Conclusion : standards de durabilité, « commoditisation » et développement

Le processus de « commoditisation » des produits agricoles remonte à la création des standards. Initialement destinés à organiser la substituabilité de fournisseurs à bas coût, les standards traditionnels intégraient peu d'information, se limitant aux attributs intrinsèques des produits (la couleur, le goût, la taille, la propreté, etc.). Ils ignoraient délibérément, ou même cachaient, plus d'informations concernant les caractéristiques du processus de production (le travail des enfants, l'utilisation de pesticides, etc.) et des conditions de commercialisation locale (le prix, le crédit, les intermédiaires). Cela constituait une condition même de la substituabilité, historiquement datée. Bien que la question de la transparence ne soit pas explicitement posée, l'introduction d'un certain

<sup>9</sup> Mécanisme par lequel un acteur indépendant est chargé de mesurer et de signaler, par l'attribution d'un label, les performances des producteurs.

degré d'opacité dans la chaîne fut un élément du processus historique de « commoditisation ». D'une certaine manière, en se concentrant sur les attributs intrinsèques du produit, les standards historiques jetaient un voile sur le processus de production au niveau de l'exploitation. Les pays et les exploitations agricoles devenaient ainsi des « boîtes noires » totalement opaques pour l'aval de la chaîne.

La « décommoditisation » est une réa-lisation clef du commerce équitable. À l'intérieur des filières équitables, des relations verticales entre les acteurs isolaient les produits en différenciant l'ensemble de la chaîne du marché conventionnel. Ces chaînes promouvaient d'étroites relations entre les consommateurs et des producteurs clairement identifiables et non anonymes. L'objectif était clairement de rejeter *la substituable* des fournisseurs. La contestation du processus de « commoditisation » était principalement réalisée en réintroduisant *la transparence* tout au long de la chaîne, c'est-à-dire en reliant le consommateur et le producteur. Au cours des années 1990, la définition de standards du commerce équitable et l'adoption de la certification par tierce partie sonnèrent le glas de la « décommoditisation ». Nous affirmons que le processus de « recommoditisation » des produits agricoles sur la base de standards de durabilité est en cours. La création de standards communs et explicites soutenus par des procédures de certification a en effet permis la réalisation simultanée de *la transparence* et de *la substituable* conduisant à la « commoditisation ».

Avec l'établissement de standards de durabilité, l'enjeu est l'émergence pour chaque produit d'un standard hégémonique global intégrant les problématiques de durabilité et utilisé par tous les acteurs de la filière<sup>12</sup>. Cela s'exprime au travers de l'importance croissante des initiatives multiparties prenantes visant à définir un standard unique pour le marché. Ces standards hégémoniques garantissent *la substituable* au niveau mondial entre les fournisseurs et réintroduisent la

concurrence parfaite sur le marché, tout en garantissant *la transparence* dans la chaîne. Ce processus à la fois incomplet et fragile est menacé par l'espace de contestation ouvert par la dilution des principes d'origine du commerce équitable.

Jusqu'à présent, le rôle joué par les standards de durabilité a été considéré comme positif par la communauté du développement, ce qu'illustre la *Sustainable Commodity Initiative* promue par l'Institut international du développement durable (IIDD) et la Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement (Cnuced). Le principal inconvénient souvent associé aux standards de durabilité est le risque d'exclusion des petits producteurs, qui découle à la fois des exigences techniques et du processus de certification lui-même (voir Friis Jensen, 2004).

Peu d'études documentent l'impact des standards de durabilité sur la répartition de la valeur dans les filières, même si cette question est devenue centrale dans le débat sur le développement dès les années 1990 (Maizels, 1992). Plusieurs études montrent un déclin des termes de l'échange pour les producteurs au cours des 30 dernières années (Morisset, 1997 ; Oxfam, 2002 ; Green, 2005 ; Kaplinsky, 2006). En outre, des études récentes soulignent une répartition de la valeur plus inégale au sein des chaînes certifiées qu'au sein des chaînes conventionnelles (Calo et Wise, 2006 ; Daviron et Ponte, 2005 ; Forero-Madero *et al.*, 2006 ; Vagneron et Roquigny, 2011 ; Zehner, 2002). Selon Daviron et Ponte (2005), cela s'explique par la possibilité donnée aux acteurs de l'aval de valoriser les caractéristiques symboliques associées à leurs produits (le respect de l'environnement, la préoccupation pour les questions sociales, etc.), caractéristiques qui sont aujourd'hui au cœur de la création de valeur sur les marchés finaux. Nous défendons l'idée que, conformément à ce qui s'est passé dans le cas du commerce équitable, un nouveau processus de « commoditisation » soutenu par les standards de durabilité est susceptible de creuser l'écart entre les prix payés aux producteurs et les prix à la consommation. Or la question de la répartition de la valeur au sein des filières est absente des

initiatives portant sur les standards de durabilité, y compris pour le commerce équitable qui se focalise sur les prix aux producteurs. L'initiative récente développée par l'organisme de certification français Ecocert semble être l'exception à cette tendance : le référentiel « *Équitables, Solidaires et Responsables* » est en effet à notre connaissance un des seuls à demander explicitement la transparence et la surveillance des marges des acteurs de l'aval (Ecocert, 2010).

D'autres moyens permettent aux petits producteurs de capter une plus grande partie de la rente économique, comme l'investissement des ONG et des entreprises dans les infrastructures sociales. Au Costa Rica, Rainforest Alliance investit dans des écoles et des centres de santé ; en Éthiopie, Starbucks s'engage dans le développement social de régions productrices de café avec Oxfam (programmes d'assainissement, d'éducation et de santé et d'amélioration des coopératives agricoles de café). La création de nouveaux droits de propriété, notamment les droits de propriété intellectuelle, est une autre grande voie pour la redistribution de valeur, en raison de l'importance des attributs symboliques dans le processus actuel de la création de valeur au niveau du consommateur. Créant un précédent juridique, le différend entre l'Éthiopie et Starbucks a été résolu en juin 2007 en faveur de la reconnaissance des droits de l'Éthiopie pour la création d'une marque déposée pour ses cafés Sidamo, Harar et Yergacheffe. Enfin, la mise en place d'initiatives d'écotourisme communautaire, visant à diversifier les revenus des producteurs, à rapprocher producteurs et consommateurs et à préserver l'environnement, peut également permettre aux producteurs de tenter d'échapper à la « recommoditisation ».

Au-delà de ces tentatives limitées visant à rééquilibrer la répartition de la valeur au sein des filières, un des principaux enjeux réside dans l'intégration de la question de la répartition de la valeur à l'ordre du jour des tables rondes multiparties prenantes précédemment évoquées. Pour ce faire, une meilleure représentation des gouvernements et des organisations de producteurs au sein de ces initiatives est nécessaire. ■

<sup>12</sup> « Nestlé et l'association 4C font le maximum pour que 50 % de la production mondiale de café remplisse les critères 4C d'ici 2015 ». (<http://www.nescafe.com/developpement-durable-fr/Agriculture/Pages/CodeCommun.aspx>).

## Références

- Beninger JR, 1986. *The control revolution*. Cambridge (Mass) : Harvard University Press.
- Bingen J, Busch L, eds, 2006. *Agricultural Standards. The shape of the global food and fiber system*. Dordrecht: Springer.
- Calo M, Wise TA, 2006. *Revaluing Peasant Coffee Production: Organic and Fair Trade Markets in Mexico*. Medford (Mass) : Global Development and Environment Institute, Tufts University.
- Cochoy F, 2005. La normalisation sociale ou le fétichisme de la marchandise renversé, Consommation et sociétés. In : Ferrando Y Puig J, Giamporcaro-Saunière S, eds. *Pour une « autre » consommation, Sens et émergence d'une consommation politique*. Paris : L'Harmattan.
- Cronon W, 1991. *Nature's metropolis: Chicago and the Great West*. New York: W.W. Norton.
- Daviron B, 2002. Small farm production and the standardization of tropical products. *Journal of Agrarian Change* 2: 162-84.
- Daviron B, Ponte S, 2005. *The coffee paradox: commodity trade and the elusive promise of development*. London: Zed Books.
- Daviron B, Vagneron I, 2011. From commoditisation to de-commoditisation... and back again. Discussing the role of sustainability standards for agricultural products. *Development Policy Review* 29: 91-113
- Djama M, Fouilleux E, Vagneron I, 2011. Standard-setting, certifying and benchmarking: A governmentality approach to sustainability in the agro-food sector. In : Ponte S, Gibbon P, Vestergaard J, eds. *Governing through standards*. Basingstoke (Great Britain) : Palgrave Macmillan.
- Ecocert, 2010. *Référentiel technique définissant les exigences portant sur les produits issus du commerce équitable*. Référentiel pour des échanges Équitables, Solidaires et Responsables (ESR).
- FLO. *Global Fairtrade sales increase by 40 % benefiting 1.4 million farmers worldwide. Sales in Ireland grew by 75 % in the same period*. FLO Press release (consulté en octobre 2008). [http://www.fairtrade.ie/resources/Press%20Release\\_Global%20FT%20Sales%202006.pdf](http://www.fairtrade.ie/resources/Press%20Release_Global%20FT%20Sales%202006.pdf).
- Forero-Madero C, Gonzalez-Perez MA, Lombana J, 2006. Value Chains and the Challenges of Fair Trade: Bananas from Colombia to the European Market. *Economie et Solidarités* 37: 169-85.
- Fridell M, Hudson I, Hudson M, 2008. With friends like these: the corporate response to fair trade coffee. *Review of Radical Political Economics* 40: 8-34.
- Friis Jensen M, 2004. *Developing new exports from developing countries. New opportunities and new constraints*. University Ph.D. Dissertation. Copenhagen: Royal Veterinary and Agriculture.
- Fulponi L, 2006. Private voluntary standards in the food system: The perspective of major food retailers in OECD countries. *Food Policy* 31: 1-13.
- Gendron C, Bisailon V, Otero Rance AI, 2009. The Institutionalization of fair trade: more than just a degraded form of social action. *Journal of Business Ethics* 86: 63-79.
- Green D, 2005. *Conspiracy of silence: old and new directions on commodities*. Strategic dialogue on commodities, trade, poverty and sustainable development, Barcelona, 13-15 June, 2005
- Haan JD, Groot GD, Boesten M, Dessens B, 2003. *Quality assurance standards in Kerala*. International seminar on agro-industrial commodity chains: Implications for business strategies and policies in Kerala, Kochi (India), 18-19 September 2003.
- Hatanaka M, Bain C, Busch L, 2005. Third-party certification in the global agrifood system. *Food Policy* 30: 354-69.
- Hill LD, 1990. *Grain grades and standards: historical issues shaping the future*. Urbana: University of Illinois Press.
- Jaffee D, 2007. *Brewing Justice - Fair trade coffee, sustainability, and survival*. Berkeley: University of California Press.
- Kaplinsky R, 2006. Revisiting the revisited terms of trade: will China make a difference? *World Development* 34: 981-95.
- Kaplinsky R, Morris M, 2001. *A handbook for value chain analysis*. Working paper 110. Brighton (Great Britain) : IDS.
- Kolk A, 2005. Corporate social responsibility in the coffee sector: the dynamics of MNC responses and code development. *European Management Journal* 23: 228-236.
- Krier JM, 2008. *Fair Trade 2007: New facts and figures from an ongoing success story*. Culemborg: Dutch Association of World Shops.
- Le Velly R, 2007. Is large-scale fair trade possible? In : Zaccai E, ed. *Sustainable consumption, ecology and fair trade*. London: Routledge.
- Littrell MA, Dickson MA, 1999. *Social responsibility in the global market: fair trade of cultural products*. Thousand Oaks: Sage.
- Maizels A, 1992. *Commodities in crisis*. Oxford: Clarendon Press.
- Marshall A, 1890. *Principles of economics*. London: McMillan.
- Morisset J, 1997. *Unfair trade: Empirical evidence in world in world commodity markets over the past 25 years*. Washington (DC) : The World Bank.
- Mutersbaugh T, 2004. Serve and certify: paradoxes of service work in organic-coffee certification. *Environment and Planning D : Society and Space* 22: 533-52.
- Nadvi K, Wältring F, 2002. *Making sense of global standards*. Duisburg: INEF.
- Neilson J, Pritchard B, 2007. Green coffee? The contradictions of global sustainability initiatives from an Indian perspective. *Development Policy Review* 25: 311-331.
- Potts J, van der Meer J, Daichman J, 2010. *The state of sustainability initiatives review 2010: sustainability and transparency*. Winnipeg ; London : IISD ; IIED.
- Power M, 1997. *The Audit society: rituals of verification*. Oxford : Oxford University Press.
- Prebisch R, 1949. *El desarrollo economico de la America Latina y algunos de sus principales problemas*. Estudio Economico de la America Latina. Santiago: CEPAL.
- Prebisch R, 1950. *Crecimiento, desequilibrio y disparidades: interpretación del proceso de desarrollo economico*. Estudio economico de la America Latina. Santiago: CEPAL.
- Raynolds LT, 2002. Consumer/producer links in fair trade coffee networks. *Sociologia Ruralis* 42: 404-24.
- Raynolds LT, 2008. Mainstreaming fair trade coffee: from partnership to traceability. *World Development* 37: 1083-93.
- Raynolds LT, Murray DL, Wilkinson J, 2007. *Fair Trade - The challenges of transforming globalization*. London: Routledge.
- Renard MC, 2003. Fair trade: quality, market and conventions. *Journal of Rural Studies* 19 : 87-96.
- Singer HW, 1950. The distribution of gains between investing and borrowing countries. *American Economic Review* 40: 473-85.
- Tropical Commodity Coalition, 2012. *Coffee Barometer 2009*. The Hague : Tropical Commodity Coalition.
- Vagneron I, Roquigny S, 2011. Value distribution in conventional, organic and fair trade banana chains in the Dominican Republic. *Canadian Journal of Development Studies/Revue Canadienne d'Etudes du Développement* 32: 324-38.
- Zehner D, 2002. An economic assessment of 'fair trade' in coffee. *Chazen Web Journal of International Business*. New York : Columbia University.