



Les consommateurs africains découvrent le commerce équitable © Fairtrade Eastern Africa

## **Made in Africa, vendu en Afrique** **Enjeux du commerce bio et équitable sur le marché africain**

**L'époque où la production bio et équitable était l'apanage de paysans du Sud pauvre et sa consommation celui d'habitants du Nord riche est bien révolue aujourd'hui. Une classe moyenne sensibilisée aux achats durables se développe en effet dans certains pays du Sud. Partons explorer le marché africain émergent du bio et de l'équitable.**

### **L'Afrique du Sud, pionnière de l'équitable**

En 2012, quelque 21,8 millions de bouteilles de vin labellisé Fairtrade se sont vendues à l'échelon mondial. Deux tiers de celles-ci proviennent d'Afrique du Sud, soit 5 % environ de la production vinicole locale. D'autres coopératives de producteurs sud-africains exportent également, depuis des années déjà, leur thé de *rooibos*, leurs agrumes et leurs raisins vers des organisations européennes de commerce équitable. Ce type de commerce n'est donc pas un phénomène inconnu dans la nation arc-en-ciel, même si, jusqu'il y a peu, on n'y trouvait pas le moindre produit équitable à acheter.

2010 a marqué un tournant à cet égard avec la création de la FLSA (*Fair Trade Label South Africa*) qui assume la certification et la promotion de produits équitables en Afrique du Sud. Les vins locaux ont bien entendu été les premiers à être labellisés,

rapidement suivis par le café produit à l'aide de grains provenant de coopératives est-africaines. Les entreprises et détaillants locaux se sont lancés dans l'aventure. En 2012, les ventes de produits équitables représentaient 234 millions de rands (15,5 millions d'euros), soit un triplement par rapport à 2011. Le café, le chocolat et le vin occupent les 3 premières marches du podium.

### **Le Kenya emboîte le pas**

« Charity comes home » titrait le quotidien kényan *The Tablet* au début d'août 2013. Avec le lancement du label Fairtrade, le Kenya est le second pays du continent, après l'Afrique du Sud, « où les consommateurs peuvent, à l'instar des Britanniques, acheter des produits équitables ». Les premiers produits labellisés par Fairtrade Eastern Africa sont le thé et le café kényans, le cacao ghanéen transformé en chocolat dans une usine sud-africaine de Cadbury, et le sucre originaire du Ma-

## Le consommateur sud-africain

- Grâce à l'appui du Trade for Development Centre de l'Agence belge de développement, une vaste étude de marché a été réalisée en Afrique du Sud afin de déterminer l'attitude adoptée par les consommateurs vis-à-vis de la durabilité et du commerce équitable. En comparaison avec l'expérience équitable européenne, les conclusions de cette étude ne sont pas vraiment une surprise :
- En tant que concept, la durabilité est moins connue qu'en Europe et est essentiellement associée à l'environnement.
- Quelque 7 % des Sud-Africains connaissent le commerce équitable et établissent le lien avec le label Fairtrade.
- Les personnes achetant actuellement des produits équitables sont des personnes issues de la classe moyenne supérieure qui attachent de l'importance à l'équité sociale. Il est par conséquent essentiel de continuer à leur renseigner les commerces et les établissements Horeca offrant des produits équitables.
- 76 % des personnes interrogées peuvent envisager d'acheter des produits équitables. On peut donc assurément parler d'un solide potentiel, mais il reste encore beaucoup de travail de sensibilisation pour le valoriser. Outre son aspect « qualitatif », les personnes interrogées collent encore fréquemment l'étiquette « plus cher » au commerce équitable. C'est là un second obstacle à franchir.
- Développer la notoriété et la crédibilité suppose aussi un impact clairement visible du commerce équitable. Un de ses avantages, notamment : une partie des bénéficiaires (assurément dans le secteur viticole) sont des compatriotes.

lawi et transformé en Europe. Afin d'accroître la notoriété de la marque, la jeune équipe organise une véritable action pour la Saint-Valentin dans les grands magasins, et y distribue des roses kényanes labellisées Fairtrade.

L'objectif à terme est très certainement de s'étendre aux pays voisins, car, comme l'affirme The Tablet : « La lutte contre la pauvreté au Kenya n'est pas l'apanage de l'aide internationale – si tant est qu'elle l'ait jamais été –, mais c'est aussi une quête de stratégies destinées à inciter les Kényans (relativement) aisés à participer ». Il ressort d'une enquête de marché que la classe moyenne kényane toujours plus importante est certainement ouverte à cette forme

de contribution, car elle compte encore fréquemment des parents ou de la famille vivant en milieu rural.

## Dynamisme naissant

Avec ses 15 catégories de produits – 11 denrées alimentaires plus le coton, l'or, les fleurs et les ballons de sport – Fairtrade International n'est cependant pas le seul acteur sur le marché équitable. La *World Fair Trade Organization* (WFTO), une coupole d'organisations de commerce équitable au Nord et au Sud, est également active dans la production d'objets artisanaux.

Pour devenir membre de la WFTO, il faut satisfaire aux principes et standards *Fair Trade*. En 2011, la WFTO a décidé de franchir un pas de plus en développant un système de garantie permettant aux membres certifiés de labelliser leurs produits. L'organisation a annoncé avec fierté, en octobre 2013, que son système était totalement développé et testé, et que People Tree, un pionnier britannique dans la mode équitable, était la première organisation à pouvoir utiliser le label. Ce système promet d'être plus simple et meilleur marché que d'autres certifications, ce qui le rend aussi plus accessible aux petites organisations.

« Cela ouvre bien entendu des perspectives pour bon nombre d'organisations africaines qui souhaitent se profiler sur le marché équitable », nous confie Mike Muchilwa de WFTO-Africa. « Forte de 80 membres de la WFTO, la coupole kényane KEFAT est la plus importante d'Afrique.

Plusieurs de ses membres, tels que Kazuri et Undugu, s'organisent de mieux en mieux et misent non seulement sur les exportations ou le secteur touristique, mais aussi sur la classe moyenne locale en surfant fortement sur la vague crois-



Affiche Fair Trade Label South Africa

santé de sensibilité aux produits locaux. En outre, dans les organisations de commerce équitable, de plus en plus de jeunes professionnels dynamiques osent s'écarter des anciennes méthodes de travail. Ils ouvrent des sites de vente en ligne professionnels, des magasins dans de grands centres commerciaux et sont particulièrement actifs sur les réseaux sociaux. »



*Kumnandi : légumes frais bios d'Afrique du Sud © Siyuvana*

## **L'agriculture biologique en Afrique du Sud**

Dans l'étude de marché précitée réalisée en Afrique du Sud, Afrisco, le label bio le plus connu dans ce pays, enregistre, avec 3 % de notoriété, des résultats nettement moins bons que le commerce équitable. Le site Web d'un des nombreux magasins bios sud-africains en ligne admet par ailleurs que la profusion de labels et d'organismes de certification (Ecocert, Afrisco, Bio Org, Soil Association...) crée une certaine confusion.

Et pourtant, après des années de paralysie dues à l'apartheid, les cultures bios sont maintenant en plein essor. Il est aussi particulièrement intéressant de relever que les labels cherchent à rendre la certification acceptable et abordable pour de petits producteurs, parfois illettrés. Afrisco propose donc, outre la certification classique, individuelle par une tierce partie, une certification de groupe basée sur le contrôle ICS (*Internal Control System – Système de contrôle interne*).

L'organisation de producteurs (et non plus les producteurs individuels) est alors chargée de tenir à jour les données relatives aux critères bios. L'instance de contrôle vérifie si tout se déroule de façon correcte et inspecte un nombre limité de fermes individuelles.

La certification via des Systèmes participatifs de garantie (SPG) vient récemment de faire son apparition. Les agriculteurs se contrôlent mutuellement, d'autres contrôles étant effectués chaque année par un organisme indépendant. Ce système connaît déjà un grand succès en Inde et en Nouvelle-Zélande. L'ONG Siyuvana l'applique à présent en Afrique du Sud, avec l'appui financier du Trade for Development Centre de l'Agence belge de développement.

Siyuvana est active dans la province du KwaZulu-Natal, où elle accompagne des agriculteurs dans le processus de conversion vers des cultures bios. Les membres se réunissent en coopératives qui achètent les produits frais chaque semaine pour aller les vendre au marché sous la marque Kumnandi. Tous les membres s'engagent à cultiver de manière biologique et signent une convention prévoyant des sanctions en cas d'infraction. Tant les systèmes ICS que SPG sont reconnus par l'IFOAM, l'association internationale des mouvements d'agriculture biologique.

## **Le consommateur est-africain**

- Dans le cadre du projet OSEA II, une étude de marché a permis de sonder l'attitude du consommateur vis-à-vis des produits bios.
- En 2013, 67 % des personnes interrogées savent ce qu'est un produit bio (contre 62 % en 2006). C'est l'Ouganda qui enregistre les meilleurs résultats (83 %) et le Rwanda les moins bons (48 %).
- 17 % des personnes interrogées connaissent le label EAOM (29 % en Ouganda, 0 % au Rwanda). Un tiers des personnes le connaissant l'ont vu sur un produit.
- 88 % des personnes interrogées peuvent envisager d'acheter des produits bios, qu'ils considèrent toutefois comme plus chers. Le potentiel est là, mais le fossé entre l'intention et l'acte réel d'achat reste grand.

## Le label Kilimohai

C'est principalement en Afrique de l'Est que de grandes étapes ont été franchies sur le plan de la certification bio. Dans le cadre régional de la Communauté d'Afrique de l'Est (Ouganda, Kenya, Tanzanie, Rwanda et Burundi), l'IFOAM a coordonné, avec l'appui du PNUE et de la CNUCED, le projet OSEA I (Organic Standards in East Africa). Il s'est traduit en 2007 par la création d'une norme commune et d'un label commun : *East African Organic Mark* - EAOM ou Kilimohai Mark. En outre, un système SPG a été implémenté pour permettre aux petits agriculteurs d'être certifiés.

Fin 2013 se terminait le projet OSEA II, qui avait lui pour objectif de mieux faire connaître le label auprès des producteurs et des consommateurs tout en développant des initiatives visant à trouver des débouchés locaux, régionaux et internationaux pour les produits. Il est encore trop tôt pour citer des chiffres, mais l'IFOAM a néanmoins déjà publié, sur base de 150 interviews de terrain, une étude d'impact reprenant de nombreux témoignages faisant état de meilleurs rendements, de nouvelles opportunités de marché et une résistance améliorée aux répercussions du réchauffement climatique.

## L'ouganda, chef de file

Selon les tout derniers chiffres de l'IFOAM, basés sur la situation en 2011, c'est l'Ouganda qui est le chef de file en Afrique subsaharienne avec ses 228.000 ha de surface agricole certifiés bios, soit 1,6 % de l'ensemble des terres agricoles. Dans les rapports internationaux consacrés à l'agriculture bio, l'Ouganda est très fréquemment décrit comme une « success story ». L'explication est à chercher du côté d'un fort mouvement paysan qui bénéficie par ailleurs, depuis les années 90, d'un appui massif de l'État.

Cette situation a abouti, en 2001, à la création de la coupole NOGAMU (le mouvement national d'agriculture biologique d'Ouganda), en 2004, à un programme national de certification et une agence nationale de certification (UgoCert).

L'écrasante majorité des plus de 200.000 agriculteurs certifiés cultivent entre 1 et 3 ha de terres. Ils s'organisent en associations qui, sous l'impulsion de NOGAMU, recherchent activement des débouchés. Il peut s'agir de « petits magasins bios de village » et de marchés locaux, mais aussi d'écoles, de grands magasins ainsi que



d'autres commerces. Plusieurs membres de Nogamu bénéficient du soutien du Trade for Development Centre de l'Agence belge de développement.

Depuis 2006, NOGAMU possède à Kabalagala, un quartier de Kampala, son propre magasin bio *shop* approvisionné par plus de 60 associations de l'ensemble du pays. Pour sa part, l'*Organic Trade Point* (OTP), un service en ligne d'information destiné tant aux agriculteurs et aux commerçants qu'aux sociétés d'exportation et d'importation, joue un rôle tout aussi important.

## Grands enjeux au Sénégal

Mais assez parlé des leaders et des pionniers. Le modèle du Sénégal est sans aucun doute plus exemplaire encore pour le reste de l'Afrique et pour les grands défis auxquels est confronté le continent. En effet, bien que l'agriculture biologique et le commerce équitable progressent lentement en Afrique, le moteur en demeure essentiellement les exportations vers le marché européen. Il n'est pas simple de conquérir des marchés locaux, en premier lieu parce qu'on ne trouve nulle part une classe moyenne sensibilisée à l'équité sociale et à une consommation durable de l'ampleur de celle présente au Kenya ou en Afrique du Sud. Un rapport du Bureau international du travail (BIT) sur les cultures bios au Sénégal pointe une autre raison : si les producteurs sont davantage sensibilisés au danger représenté par les pesticides, ce n'est pas franchement le cas des consommateurs.

En conséquence, bon nombre d'agriculteurs vendent leurs produits bios sur le marché local, sans la moindre plus-value, comme s'il s'agissait de produits ordinaires. Il ne se passe donc rien ? Bien au contraire. Des expériences de vente directe à petite échelle vont bon train à divers endroits du pays, le plus souvent, avec l'appui d'ONG. Agrecol, par exemple, possède un entrepôt à Thiès qui approvisionne un marché bio hebdomadaire ainsi que plusieurs restaurants bios. Enda Pronat promeut la



Action de lancement du label au Kenya © Fairtrade Eastern Africa

vente aux consommateurs de légumes bios frais sous forme de paniers de légumes hebdomadaires. En Casamance, la région la plus touristique du Sénégal, l'ONG Agrisud collabore avec quelques hôtels et restaurants.

Hervé Bouagnimbeck, coordinateur de l'IFOAM pour l'Afrique, résume la situation : « Pour l'heure, c'est essentiellement dans les grandes villes, parmi les étrangers et aussi une partie de la classe moyenne, que les produits bios trouvent des débouchés. Ainsi, en Afrique du Sud, au Kenya, en Ouganda, au Ghana, en Tunisie et en Égypte, on trouve de plus en plus de magasins bios et de supermarchés proposant des produits bios. Le potentiel est sans aucun doute très élevé, mais pour l'instant, bon nombre de pays ne possèdent pas encore de mouvement coordonné réunissant les producteurs, consommateurs et pouvoirs publics dans l'optique de relever un double défi, à savoir : la conversion au niveau du producteur et la sensibilisation du consommateur. »

## Une vision africaine du commerce équitable ?

En 2008, des ONG sénégalaises ont présenté leur « déclaration de Ndayane », dans laquelle elles affirmaient que le commerce équitable est confronté à un double problème. Primo, le processus de certification est beaucoup trop onéreux pour bon nombre de groupes de producteurs africains. Secundo, le label n'offre pas encore la moindre garantie d'accéder au marché. Cette analyse repose sur des expériences vécues par des producteurs de coton. Grâce au soutien apporté par l'ONG Enda

Pronat, ces derniers ont obtenu une certification tant bio qu'équitable. Celle-ci a eu des répercussions positives à la fois pour leur organisation, mais aussi sur leurs revenus ; par contre, ils sont devenus de plus en plus tributaires des exportations (incertaines). Partant, plusieurs ONG ont élaboré une « vision africaine du commerce équitable » fondée sur le regroupement de partenaires en vue de mettre sur pied des filières locales et régionales, du producteur au consommateur, et ce, à l'aide d'une certification abordable pour le marché local. Plusieurs projets pilotes ont certes été conçus, mais faute de moyens, ils demeurent pour l'heure au stade de la réflexion.

Ce n'est pas le potentiel qui manque en Afrique. Et pourtant, l'agriculture biologique et le commerce équitable ont encore beaucoup de chemin à parcourir avant de pouvoir réaliser une véritable percée et de passer d'un produit d'exportation de niche à des ventes locales plus conséquentes.



Enda Pronat en pleine action au Sénégal © Enda Pronat

E.R.: Carl Michiels, CTB, Rue Haute 147, 1000 Bruxelles



WWW.BEFAIR.BE

LA COOPÉRATION  
BELGE AU DÉVELOPPEMENT .be

Les opinions exposées dans cet article ne représentent pas forcément celles de la CTB ou de la Coopération belge au Développement.

### Sources

#### Globale:

Fairtrade International: [www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net); Fairtrade Africa: [www.fairtradeafrica.net](http://www.fairtradeafrica.net)  
IFOAM: [www.ifoam.org](http://www.ifoam.org), [www.organic-world.net](http://www.organic-world.net) (cijfers en data)  
WFTO: [www.wfto.com](http://www.wfto.com); WFTO-Africa: [www.wfto-africa.org](http://www.wfto-africa.org)

#### Afrique du Sud:

Fairtrade Label South Africa: [www.fairtradelabel.org.za](http://www.fairtradelabel.org.za)  
*Ethical product trends in South Africa 2013*, [www.befair.be/fr/content/ethical-product-trends-south-africa-anglais](http://www.befair.be/fr/content/ethical-product-trends-south-africa-anglais)  
Afrisco: [www.afrisco.net](http://www.afrisco.net)  
Siyavuna: [www.siyavuna.org.za](http://www.siyavuna.org.za)

#### Afrique de l'Ouest:

Fairtrade Eastern Africa: [www.fairtrade.or.ke](http://www.fairtrade.or.ke)  
KEFAT: [www.kefat.org](http://www.kefat.org)  
Kazuri: [www.kazuri.com](http://www.kazuri.com)

Undugu: [www.undugufairtrade.co.ke](http://www.undugufairtrade.co.ke)

OSEA: [www.ifoam.org/en/osea-ii-project](http://www.ifoam.org/en/osea-ii-project) (met een link naar de studies *Consumer Survey of Attitudes and Preferences Towards Organic Products in East Africa*, IFOAM, juli 2013 en *Impacts associated with the Uptake of Organic Agriculture in East Africa*, IFOAM)

NOGAMU: [www.nogamu.org.ug](http://www.nogamu.org.ug)

Ugocert: [www.ugocert.org](http://www.ugocert.org)

#### Sénégal:

*L'agriculture biologique au Sénégal*, ILO, 2013: <http://www.africa-adapt.net/media/resources/867/rapport-agriculture-bio-bit.pdf>  
*Une vision Africaine du commerce équitable*, Dominique Ben Abdallah / Enda Tiers monde, 2008: [http://www.agriculturesnetwork.org/magazines/west-africa/vers-un-commerce-plus-juste/une-vision-africaine-du-commerce-equitable/at\\_download/article\\_pdf](http://www.agriculturesnetwork.org/magazines/west-africa/vers-un-commerce-plus-juste/une-vision-africaine-du-commerce-equitable/at_download/article_pdf)  
Katoen: [www.yaniwulli.org](http://www.yaniwulli.org)