



COMPTE RENDU DES JOURNÉES DE TRAVAIL ¹

EQUI-TABLE

«COMMERCE ÉQUITABLE, UN DÉFI DE L' Avenir»

PALAIS DES INSTITUTIONS ITALIENNES DE TANGER

16 – 21 DÉCEMBRE 2008

¹ Ce compte rendu a été réalisé grâce à la collaboration de plusieurs participants et notamment avec l'extraordinaire et fondamentale contribution de Claire Gerbaud de l'ONG Italienne Cooperazione Internazionale Sud Sud, CISS

SYNTHÈSE

La participation et la motivation, durant la préparation et le déroulement de ces deux journées de travail, étaient fortes tant de la part de la société civile représentée que de la part des institutionnels. Toutefois, la définition et les aspects juridiques relatifs au commerce équitable au Maroc sont encore en cours d'élaboration. A l'heure actuelle, la structuration d'un réseau du commerce équitable est donc un peu précocce. On préfère en ce sens parler d'économie sociale et solidaire, considérée comme étape préalable à la reconnaissance juridique du commerce équitable au Maroc.

Les deux journées de travail ont regroupé une soixantaine de personnes avec les représentants des entités suivantes comme intervenants:

- Ministère des Affaires Economiques et Générales
- Plateforme Marocaine du Commerce Equitable
- Office du Développement de la Coopération
- Coopérative Femmes de Marrakech
- Centre Mohamed VI
- Al Amana
- Mara Rimoldi – designer (partenaire de Soleterre)
- Association Nationale des Coopératives d'Argan
- Association Marocaine d'Appui à la Promotion de la Petite Entreprise
- Coop Sociale Equò
- Globex

On a aussi profité de la présence des représentants de Ecocert et de la SODEV pour insérer des interventions qui n'étaient pas prévues dans le programme officiel.

Francesco Metti, responsable de l'initiative pour Soleterre, a ouvert la journée de travail en remerciant Sa Majesté le Roi Mohamed VI, la Wilaya de Tanger, le Consulat Italien, la Coopération Italienne, la Province de Rome et la Province de Milan, le Ministère des Affaires Economiques et Générales et la société civile tant pour leur présence que pour leur volonté et leur esprit participatif durant toutes la préparation de l'initiative.



Les objectifs de ces journées de travail étaient de:

1. Trouver une voix pour travailler ensemble sur le commerce équitable
2. Faire connaître des réalités et expériences de terrain
3. Définir des orientations de plan d' action pour la structuration de la filière au Maroc.

RAPPEL DE LA DÉFINITION ET DE L' ECONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE POUR ARRIVER À UN LANGAGE COMMUN ET PARTAGÉ

Le Directeur de l' Economie Sociale au Ministère des Affaires Economiques et Générales, M. Guessous, a ensuite fait part de ses remerciements à l' assemblée en précisant qu' il était plus venu pour écouter les présents que pour intervenir. En effet, le ministère est en cours de définition d' un plan d' action pour le développement de la filière de l' économie solidaire au Maroc. Leur objectif est donc de connaître les besoins et les doléances des opérateurs du secteur afin de définir une stratégie des mieux adaptées à la réalité de terrain. Il a ensuite présenté un film sur le 1^{er} salon de l' économie sociale et solidaire tenue à Casablanca en 2008.

Pour ce qui concerne la définition de économie sociale et solidaire, le Directeur a rappelé que pendant le 2^{ème} rencontre internationale sur la globalisation de la solidarité (Québec, octobre 2001) on l' a défini « *un ensemble d' initiatives économiques à finalité sociales qui participe à la construction d' une nouvelle façon de vivre et de penser, l' économie à travers des dizaines de milliers de projets dans les pays du nord comme dans les pays du sud. Elle place la personne humaine au centre du développement économique et social. La solidarité en économie repose sur un projet tout à la fois économique, politique et social qui entraîne une nouvelle manière de faire de la politique et d' établir des relations humaines sur la base du consensus et de l' agir du citoyen tout en s' insérant dans une perspective de développement local, de réinsertion et de lutte contre l' exclusion* ».

M. Guessous a également mentionné les avancées déjà réalisées pour la structuration et le développement de ce secteur. Le Ministère des Affaires Economiques et Générales a en effet signé des conventions avec :

- L' université Hassan II pour la création d' un master en économie sociale.
- Les grandes surfaces présentes au Maroc que sont Marjane, Label vie et Assouak Salam et ce pour réserver des rayons pour les produits issus de l' économie sociale et solidaire.



Les événements prévus pour 2009 concernant la promotion de ce secteur sont les suivants:

- Du 15 au 18 Mars, 1er salon régional Souss Mass Draa de l' économie sociale et solidaire à Agadir;
- Fin juin début juillet salon de l' économie sociale et solidaire à Casablanca;
- Juillet, 1^{er} salon régional de l' Oriental à Oujda.

COMMERCE ÉQUITABLE: DÉFINITION ET RÔLE DES ACTEURS PUBLICS ET DE LA SOCIÉTÉ CIVILE

Youssef Bennani, représentant de la Plateforme Marocaine du Commerce Equitable, PMCE, a ensuite présenté cette association créée en 2004. Il a fait référence aux différentes définitions du commerce équitable à l'internationale. Celle commune, selon la PMCE, aux organisations internationales, 2002, est la suivante: «Le commerce équitable est 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 de Commerce Equitable (appuyées 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».

Selon l'IFAT, *the World Fair Trade Organization*, réseau mondial des organisations de commerce équitable, le commerce équitable prescrit 10 normes que les organisations doivent appliquer quotidiennement dans leur travail et établit un contrôle permanent pour s'assurer que ces normes sont respectées. Ces normes sont les suivantes:

1. Créer des opportunités pour les producteurs qui sont économiquement en situation de désavantage. Le commerce équitable est une stratégie pour le combat contre la pauvreté et pour le commerce durable. Son but est de créer des opportunités pour les producteurs désavantagés ou marginalisés par le système du commerce conventionnel.
2. La transparence et la crédibilité. Le commerce équitable implique la transparence comptable et des relations commerciales afin de négocier équitablement et de façon respectable avec les partenaires commerciaux.
3. L'extension de compétences. Le commerce équitable est un moyen de développer l'autonomie des travailleurs. Les organisations du Commerce Equitable procurent de la continuité durant laquelle les producteurs et les organisations de marché peuvent améliorer leurs capacités de gestion et leur accès aux nouveaux marchés.
4. Promouvoir le commerce équitable. Les organisations du commerce équitable

sensibilisent au commerce équitable et la possibilité d'une meilleure justice dans le monde. Elles communiquent les informations aux clients concernant l'organisation, les produits, et les conditions dans lesquelles ils ont été fabriqués. Elles utilisent des techniques de marketing honnêtes et tendent vers les normes les plus élevées en matière de qualité de produits et d'emballages.

5. Le paiement d'un prix juste. 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 de 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 équitable assurent un paiement immédiat à leurs partenaires et, dès que cela est possible, des pré-financements avant la récolte ou la production.
6. Egalité des Sexes. Le commerce équitable veut que le travail de la femme soit toujours respecté et récompensé. Les femmes sont toujours payées pour leur contribution dans le processus de production et sont impliquées au sein des organisations.
7. Les conditions de travail. Le commerce équitable veut un environnement de travail sain et sûr pour les travailleurs. La participation des enfants (si jamais) n'affecte pas négativement leur bien-être, leur sécurité, leur éducation, et leur besoin de jouer et est conforme à la convention des Nations-Unies sur les droits des enfants ainsi qu'aux lois et normes du pays.
8. Le travail des enfants. Les organisations du commerce équitable respectent la convention des Nations-Unies sur les droits des enfants, ainsi que les lois et normes sociales qui sont appliquées afin d'assurer que la participation des enfants dans les processus de production des produits équitables ne va pas à l'encontre de leur bien-être, leur sécurité, leur conditions éducatives et besoin de jouer. Les organisations qui travaillent directement avec des organisations informelles révèlent la participation d'enfants dans la production.
9. L'environnement. Le commerce équitable encourage activement de meilleures pratiques environnementales et l'application de méthodes responsables de production.
10. Les relations commerciales. Les organisations de commerce équitable font



du commerce en tenant compte du bien-être social, économique et environnemental des petits producteurs marginalisés et ne font pas de profit à leurs dépens. Elles maintiennent des relations durables qui reposent sur la confiance et le respect mutuel qui contribuent à la promotion et la croissance du commerce équitable. Autant que possible, des pré-financements sont accordés aux producteurs avant la récolte ou la production.

Le PMCE a élaboré une charte du commerce équitable au Maroc en mai 2008.

CADRE JURIDIQUE DES COOPÉRATIVES AU MAROC

Le représentant de l' Office du Développement de la Coopération (ODCO), Ahmed Fethallah (chef de division pour la formation), qui a pour mission de définir et d' encadrer la création de coopérative à fait le point sur le nombre de coopératives au Maroc, en stipulant que la Loi cadre N° 24-83 et son décret d' application définit ce qu' est une coopérative en terme juridique et réglementaire.

DÉBAT

Le débat a ensuite été engagé à partir des **questions** suivantes.

Représentant du Centre Mohamed VI:

- Quelles réalisations concrètes du PMCE?
- Quelles réalisations du Ministère (des Affaires Economiques et Générales) pour mettre en convergence les acteurs potentiels du commerce équitable, du moins ceux du commerce solidaire puisque si ce n' est l' expérience de 2 petites coopératives, le commerce équitable n' existe pas encore en tant que tel au Maroc.

Représentant du PNUD:

- Quels sont les axes d' interventions du ministère au niveau régional pour le développement de l' économie solidaire?
- Comment expliquer le retard du commerce équitable au Maroc?
- La création des coopératives apparaît comme la baguette magique pour le développement d' AGR, qu' en pensez-vous?

Représentante de FONDEP:

Elle relève que l' on parle de commerce équitable au Maroc alors qu' il n' existe pas encore de définition propre au niveau national. Le secteur des coopératives est-il bien structuré au Maroc?

Les **réponses** à ces questionnements ont été formulées comme suit.

Représentant du PMCE:

Le retard dans la structuration du commerce équitable au Maroc peut s'expliquer par:

- Un manque de coordination entre les différents acteurs (pas ou peu de salons, rencontres organisés sur ce thème notamment)
- Un problème de commercialisation car les coopératives sont généralement de petite taille et ont peu de relations avec les centrales d'achat. C'est ce lien que veut jouer le PMCE et les ONG telles que celles représentées à ces journées de travail.
- L'enclavement des zones de production.

En ce sens, le ministère doit formuler un plan d'action et une stratégie qui détermine et organise le secteur et les différents acteurs potentiellement investis.

M. Guessous a cité les commissions interministérielles notamment dans le cadre de l'INDH pour une mise en convergence des actions. Le ministère organise également une série de rencontres avec des professionnels, acteurs de terrain et des coopératives afin de connaître leurs besoins et définir un texte de loi, une réglementation, etc. idoines pour le développement de la filière commerce équitable au Maroc.

Concernant les AGR, le ministère a élaboré seize plans de régionaux de l'économie solidaire (quatre sont en cours d'étude) afin notamment de présenter un diagnostic des opportunités en terme d'économie solidaire.

Concernant les conventions passées entre le ministère et les grandes surfaces marocaines, des comités de travail regroupant les grandes surfaces, l'ODCO et la région concernée sont en place. Quatre actions pilotes ont été lancées avec cinquante partenaires locaux. Les grandes surfaces s'engagent dans ce cadre à appuyer les producteurs locaux en terme:

- De formation, appui et accompagnement
- D'emballage
- De logistique

Elles s'engagent également à réserver des rayons pour ces produits et à les référencer gratuitement ainsi qu'à promouvoir ces produits à travers la notion de marketing social.



M. Guessous a ici invité toutes associations/coopératives/porteurs de projets à s'adresser au ministère pour toutes informations supplémentaires et appui pour tirer profit de ces conventions établies.

En termes d'impacts, le ministère cherche à augmenter le nombre d'emplois durable dans ce secteur, en intégrant l'approche genre. Lorsque la définition du commerce équitable au Maroc sera arrêtée, on «oubliera» la notion de commerce solidaire qui a été utilisée comme étape vers la structuration de la filière du commerce équitable. Cela permettra en outre, de renforcer le contrôle sur les productions afin d'éviter les fraudes de «fausses coopératives» ou autres.

Le ministère constitue actuellement une plateforme nationale du commerce équitable, dont le PMCE fera bien entendu partie, afin de rassembler l'ensemble des personnes, associations, etc. désireuses de s'investir dans la filière du commerce équitable. Un logo commun à l'échelle nationale est actuellement en cours de définition.

TÉMOIGNAGE D' ACTEURS IMPLIQUÉS DANS LE COMMERCE ÉQUITABLE AU MAROC

Pour débiter l' après-midi de travail, la présidente de la coopérative des femmes de Marrakech, Saida Chaabouni, a retracé l' historique de la coopérative, certifiée commerce équitable depuis les années 90. En 1991, une styliste nord américaine décide de céder son atelier de confection aux ouvrières qui y travaillaient. Les ouvrières se sont alors constituées en association et, en 1992, le Comité Catholique contre la Faim et pour le Développement les a mis en contact avec Artisans du Monde, centrale d' achat du commerce équitable. Cela a permis d' augmenter le nombre de clients, notamment d' Europe et des Etats-Unis. En 1994, la coopérative Femmes de Marrakech est créée à partir de l' association. Elle fait partie d' un réseau de femmes artisanes avec Sodev. Cette coopérative est certifiée par l' IFAT et paie pour cela 115 Dh/an. A noter que, le chiffre d' affaires de cette coopérative est très peu élevé et que les commandes ne sont pas assez régulières pour que les artisanes puissent s' assurer mensuellement en terme de sécurité sociale.

Sur ce dernier point (chiffre d' affaires très limitées), le représentant de la Fondation Mohamed VI a posé la question de l' ouverture au marché national, mais la présidente a répondu que la demande était limitée, même à Marrakech. Le représentant de la Fondation Mohamed VI a alors précisé qu' ils venaient d' ouvrir un département pour l' appui à la commercialisation et qu' ils étaient en demande de micro-entrepreneurs à soutenir.

INTERVENTION DES ASSOCIATIONS DE MICROCRÉDIT – INSTITUTIONS FINANCIÈRES ET LE PROCESSUS D’ OCTROI DU CRÉDIT POUR LES COOPÉRATIVES
--

Mohamed Asri, le représentant du Centre Mohamed VI, a fait un bref historique du microcrédit au Maroc, service financier de la micro-finance. C’ est la loi cadre 18/97 qui régit le microcrédit et le plafond de d’ octroi de crédit est fixé à 50.000 Dh. Les étapes suivies par les associations/agences de microcrédit sont les suivantes:

- Prospection des candidats potentiels sur site
- Organisation de réunions d’ information/formation
- Inscription et entretien avec les clients
- Visite et enquêtes sur le terrain
- Evaluation financière de l’ AGR
- Constitution des groupes solidaires. Il est sur ce point plus intéressant de constituer des groupes solidaires avec des porteurs d’ activités différentes, la garantie solidaire est plus importante dans ce cas
- Etude et accords des dossiers de prêt
- Document juridique (lettre d’ engagement)
- Réunion de déblocage
- Remboursement

MISE EN PLACE D' UN PRODUIT DE MICROCRÉDIT SPÉCIFIQUE POUR LES COOPÉRATIVES

Meryem Bouabid, responsable du Service non financier à Al Amana, a indiqué que Al Amana a lancé récemment un projet de financement direct aux coopératives en tant que personne morale, sur initiative de l' INDH. Jusqu' alors, Al Amana se contentait de financer des membres de la coopérative en tant que clients individuels.

Dans le cadre de ce projet, les coopératives bénéficient d' une subvention de l' INDH ainsi qu' un financement complémentaire d' Al Amana. Cette dernière se charge aussi de les soutenir et les orienter, selon Mlle Bouabid.

Pour l' instant, seules quelques coopératives, notamment agricoles, agro-alimentaires et autres, ont été financées, le programme étant encore en phase de démarrage. Les montants prêtés vont de 4000 à 48 000 DH et la durée du crédit est de 6 à 60 mois, avec une périodicité mensuelle pour le remboursement. Un problème qui se présente est que les agents de crédit, qui savent bien comment prêter aux individus, ne sont pas suffisamment formés pour évaluer les dossiers des coopératives.

DÉBAT

Parmi les questions posées durant le débat, on relèvera la question du taux d' intérêt élevé, l' accompagnement des «clients» du micro-crédit et du suivi-évaluation après remboursements. Une question plus spécifique a été posée à la présidente de la coopérative Femmes de Marrakech au sujet de son appréhension initiale et actuelle du commerce équitable.

Le représentant de la Fondation Mohamed VI a tout d' abord pris la parole pour répondre à ces questions. Selon lui, le problème actuellement au Maroc est qu' il y a une course à crédits, une compétition entre les associations de micro-crédit. Il serait nécessaire qu' elles se recentrent sur l' accompagnement et le suivi des activités. Au début, les objectifs des associations de micro-crédit, adossées à des banques, étaient de rendre les entrepreneurs informels, solvables. Puis, ces associations se sont multipliées et étendues (en termes de territoires couverts) et dans une course aux crédits, elles ont laissé le social de côté. A l' heure actuelle, même les clients qui deviennent solvables et

potentiels clients de banques conventionnelles, ne sont pas encouragés à aller vers celles-ci. Sur la question du taux d'intérêt, maintenant que le secteur s'est structuré et les associations consolidées, elles devraient pouvoir revoir les taux à la baisse, avec le risque toutefois, de voir les clients avec garanties demander un micro-crédit et partir sans rembourser, ce qu'ils ne pourraient faire avec le système bancaire classique.

Puis la représentante d'Al Amana a fait remarquer, qu'effectivement aujourd'hui, l'agent de crédit sur le terrain a des objectifs essentiellement quantitatifs, non qualitatifs, ce qui tend à expliquer également l'augmentation des impayés car l'étude du dossier familiale, la vérification de l'intégrité morale du clients, etc. ne sont plus traités avec attention. L'étude de la population cible représente en effet une assurance pour le recouvrement des dettes. En termes de suivi/évaluation, Al Amana a un département Conseil d'entreprise chargé d'assurer l'accompagnement du porteur de projets post-remboursements.

Enfin, une association de microcrédit telle qu'Al Amana peut, *via* ses agents de terrain et son département Conseil d'entreprise informer et sensibiliser des porteurs de projets au commerce équitable. Des microcrédits pourraient à titre d'exemple servir à financer la labellisation de produits.

La présidente de la coopérative Femmes de Marrakech a précisé que l'essentiel avait été de définir une charte avec Artisans du Monde afin de définir les standards de qualité ainsi que de fixer les délais de commande et de livraisons. Selon elle, le commerce équitable signifie:

- Moins d'intermédiaires
- Des salaires décents pour vivre avec sa famille
- Pas de travail des enfants (contrôle à domicile)
- Un appui à la scolarisation des enfants.

LE MARCHÉ DU CE AU MAROC : DÉVELOPPEMENT DES CAPACITÉS DE COMMERCIALISATION DES COOPÉRATIVES

Le représentant de l'AMAPPE, Nadia Jaouhari, a présenté quelques éléments concernant les avancées réalisées dans le cadre du PADEF (Programme d'Appui au Développement de la Femme) et de l'AMIPE (Appui Micro et Petites Entreprises)

depuis 2002. La 3^{ème} phase du projet a débuté en 2008 à Ifrane, Chefchaouen et Tétouan. On parle ici de commerce solidaire et non de commerce équitable qui serait l'étape suivante en termes de commercialisation.

Trois types de commercialisation ont été développés dans le cadre de ces initiatives:

1. Les boutiques du commerce solidaire
2. Les étagères solidaires
3. Les expositions-ventes

Une boutique est déjà en activité à Chefchaouen, gérée par la coopérative, et deux autres vont bientôt être ouvertes à Tanger et Mohamedia. L'objectif étant d'élargir le réseau des boutiques du commerce solidaire et à terme que ces boutiques soient gérées par des Groupements d'Intérêt Economique (GIE). La constitution de GIE permettrait d'autonomiser les structures et de professionnaliser le secteur. Actuellement, les producteurs qui exposent des produits dans ces boutiques paient 150 Dh/mois pour exposer.

Les étagères solidaires consistent à présenter les produits des coopératives dans des gîtes ruraux, des centres d'informations, etc. qui constituent un réseau de distribution alternative. L'idée est d'aller à la rencontre du client. Une expérience pilote a été menée à Ifrane où ont été exposés des produits issus de Plantes Aromatiques et Médicinales (PAM), des confitures, du miel, des tissages, etc.

Les expositions-ventes sur des marchés, dans le cadre d'événements, etc.

Enfin, AMAPPE et Sodev font partis du Réseau marocain d'économie sociale et solidaire, le REMESS.

LE MARCHÉ EXTÉRIEUR: LES ATTENTES DES IMPORTATEURS, LES PROBLEMATIQUES DU TRANSPORT, LE RESEAU DE DISTRIBUTION – 1

Alessandro Baldo, le représentant d'EQUO', coopérative créée en 2006 et basée à Rome et Milan, a mis l'accent sur l'importance des études de marché et l'adaptation des produits exportés à la clientèle du marché récepteur. Cette orientation de la production et du *design* des produits en fonction des goûts des clients permet en outre créer une nouvelle dynamique entre partenaires et producteurs. Ce partenariat doit aussi permettre d'améliorer la qualité du



produit mais aussi l'efficacité et l'efficience de la production ainsi que l'organisation de la production, de la force de travail (conditions de travail, etc.).

Entre 2006 et 2008, le projet mené par EQUO' et Soleterre a permis d'effectuer des études de marché en Europe et des potentiels de production au Maroc (recherches sur les productions traditionnelles). Pour ce qui concerne le marché Européen, on a remarqué la demande d'un change d'approche: de «orienté au produit» à «orienté au client». Il faut donc étudier le marché et la clientèle potentielle (marketing et targeting) et orienter la production, en donnant valeur au patrimoine artisanal local avec les standards (goût, attention au social et au naturel, etc.) du client final.

Le représentant d'EQUO' a aussi souligné les potentialités des partenariats, de plus en plus importants, avec les institutions et a apporté l'exemple de la Province de Rome et de Milan, qui a contribué à l'initiative Equi-Table et qui est une des provinces italiennes «certifiées équitables». Il est également important d'envisager le développement tant du marché international que national, local, afin notamment de limiter la dépendance des producteurs à un seul importateur ou marché.

Les axes de travail pour le développement et la structuration de la filière du commerce équitable au Maroc proposés par EQUO' sont les suivantes:

- Réglementation du travail dans le cadre du commerce équitable (cf. expérience à l'internationale);
- Diffusion/information sur le commerce équitable et l'économie solidaire (cf. expérience à l'internationale);
- Certification, labellisation et marques Commerce Equitable;
- Développement de l'appui à la gestion, au marketing et à la commercialisation pour les coopératives;
- Soutenir et renforcer les partenariats pour plus de responsabilité sociale dans l'ensemble du secteur de production;
- Favoriser la mise en réseau pour mutualiser les services, etc.;
- Chercher à réduire l'impact du transport sur l'environnement en utilisant des transitaires classiques par exemple.

Une question a ensuite été posée aux représentants d'EQUO' concernant le rôle des migrants dans le commerce équitable. Selon EQUO', l'implication des migrants dans le commerce équitable est encore minime mais tend à croître ces dernières années. EQUO' et Soleterre ont organisé un atelier sur le commerce

équitable à des Marocains Résidents à l' Etranger (MRE) en Italie dans l' objectif de sensibiliser l' entrepreneur migrant à ce type de commerce. Les MRE représentent en effet un grand potentiel entrepreneurial en Italie. Ce travail a déjà été fait avec d' autres communautés pour renforcer une filière existante ou nouvelle.

LE MARCHÉ EXTÉRIEUR: LES ATTENTES DES IMPORTATEURS, LES PROBLÉMATIQUES DE TRANSPORT, LE RÉSEAU DE DISTRIBUTION – 2

Lotfi Birgache, le représentant commercial de Globex, réseau de FedEx au Maroc, a fait une présentation générale des services offerts par leur entreprise (transport aérien, maritime, routier, projets industriels). Tout en précisant que les transporteurs craignent généralement de transporter de l' artisanat, il a présenté quelques conditions posées pour le transport de marchandises:

- Etre une structure morale plutôt qu' un exportateur individuel
- Eviter de fermer hermétiquement les «paquets» transportés puisqu' ils sont nécessairement ouverts
- Toujours joindre la facture, la liste de colisages et le destinataire aux marchandises.

Globex propose 50% de remise sur leur grille tarifaire de base pour les produits exportés dans le cadre du «petit» commerce social et solidaire. Ils offrent en outre l' emballage.

LES TENDANCES ET LES «BEST SELLERS» PARMI LES PRODUITS MAROCAINS VENDUS A L' ÉTRANGER À TRAVERS LE COMMERCE ÉQUITABLE: L' EXEMPLE DES PRODUITS ARTISANAUX

Mara Rimoldi, designer, a ensuite exposé la recherche qu' elle a effectuée avec Soleterre et Equò afin de rechercher l' artisanat traditionnel, parfois oublié, et envisager les possibles adaptations de cet artisanat à la clientèle du nord: «il s' agit plus d' un travail sociologique que commercial, car un produit doit parler aux consommateurs». L' idée de cette étude est également d' encourager les artisans à faire revivre leurs traditions, par exemple de conjuguer des broderies traditionnelles avec des couleurs plus tendance tant en utilisant une

matière de qualité. C'est sur ce point que réside la plus grande difficulté au Maroc, trouver une matière première de qualité, avec une production transparente (en terme de conditions de travail, transformation, etc.).

Donner un contenu social associé à un packaging, une carte de visite du projet permet de vendre des produits à des prix plus élevés. C'est sur ce type de marché, «haut de gamme», encore ouvert, qu'ils se sont orientés avec le projet Equi-Table.

LA QUALITÉ DES PRODUITS ET LES STANDARDS D'EXPORTATION NECESSAIRES. L'EXPERIENCE DE CERTIFICATION DES COOPERATIVES D'HUILE D'ARGAN

La représentante de l'ANCA, Mme Fatima Ait Mouhoucht, a débuté ce thème en présentant leur expérience dans la certification biologique des produits de l'arganier. L'ANCA, Association Nationale des Coopératives d'Argan a été fondée en 2004 par 27 coopératives qui regroupent aujourd'hui 1.982 femmes dans 136 coopératives. Cet effectif est prévu d'augmenter de 50% en 2009.

Le nombre de coopératives d'argan certifiées biologique est de 50 dont 46 sont membres de l'ANCA soit 37% des coopératives agréées. Au Maroc, il n'y a pas d'agrément pour le bio, il n'y a donc pas d'obligation d'analyse. En revanche, l'Etablissement Autonome de Contrôle et de Coordination des Exportations (EACCE), organisme public qui relève de la tutelle du Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural, est en charge de contrôle lorsque les produits sont exportés à l'international. L'EACCE a en effet pour missions principales de:

- garantir la conformité des produits alimentaires marocains destinés à l'exportation aux exigences réglementaires des marchés internationaux et de s'assurer du bon respect de toutes les dispositions obligatoires liées au risque de la santé humaine,
- coordonner l'activité d'exportation des produits soumis à son contrôle technique par une gestion concertée et valorisante de nos exportations.

A noter, qu'une certification biologique dans la filière argan revient à 1.100 euros / an. Ca dépend si la coopérative passe par un GIE ou non.

Concernant le thème de la certification, on a remarqué, parmi les participants, la présence d'une représentante de Ecocert et on lui a demandé de faire une brève présentation. En effet Ecocert est un organisme certificateur certifiant



des coopératives d'arganier au Maroc. A noter, pour ce qui nous intéresse plus directement, qu'il n'y a pas à l'heure actuelle de production de dattes agréées «Equitable Solidaire Responsable» selon la dénomination d'Ecocert au Maroc (il en existe en Tunisie). Ecocert est une entreprise de certification agréée en 1991. Elle procède au contrôle, à la certification, la formation et à l'élaboration de référentiels propres à Ecocert:

- AOC;
- Indication Géographique Protégée;
- Label Rouge;
- Iso 9.200;
- Equitable Solidaire Responsable;
- Espace Vert Ecologique, etc.

La dernière partie de la conférence a été réservée à deux ateliers de travail. Ci-dessous les conclusions et recommandations de chaque atelier.

ATELIER 1

LES STRATÉGIES DE COMMERCIALISATION POSSIBLES POUR LES ACTEURS DU COMMERCE ÉQUITABLE: PROBLEMES ET SOLUTIONS

Principaux problèmes:

- Manque d' une stratégie bien définie de production: on ne sait pas quoi produire et pour qui, ni la quantité à produire;
- Manque des études de marché;
- Manque d' une stratégie de commercialisation;
- Manque des critères de production standardisée;
- Manque de responsabilisation et de spécialisation des producteurs;
- Manque de professionnalisme de travail des producteurs (plus spécialement au sein de coopératives);
- Manque des formations adéquates et spécialisées pour les producteurs concernant:
 - La gestion
 - La production
 - La commercialisation
 - Le commerce solidaire et équitable.

Propositions et recommandations

- Elaborer une stratégie et une ligne de production bien définie et cela pour bien savoir ce qu' on va produire et bien suivre le processus de production.
- Réaliser des études de marché avec la collaboration des experts et des spécialistes avant le lancement de la production pour bien cerner le marché et répondre aux questions clés:
 - Pour qui va t' on produire?
 - Qu' est ce qu' on va produire?
 - Combien on va produire?

Pour mettre en place un processus de production qui respect les critères de qualité pour chaque produit et chaque marché, et cela pour préparer le terrain à la réalisation des études pour les plan de commercialisation

- Elaborer des études et des enquêtes pour la préparation des plans stratégiques de commercialisation et cela en faisant appel à des experts et spécialistes dans la commercialisation et spécialement dans le commerce solidaire et le commerce équitable.
- Réaliser des projets de coopération pour la réalisation des études de marchés et de commercialisation plutôt que des projets qui visent uniquement la création des coopératives.
- Investir dans le recrutement des agents commerciaux pour les coopératives qui maîtrisent les bases du commerce solidaire et équitable pour mieux mettre en exécution le plan stratégique de commercialisation et ainsi pourvoir trouver des marchés potentiels pour les produits des coopératives.
- Faire en sorte que les organismes et les autres opérateurs concernés par le commerce équitable aient un rôle plus efficace et réel dans ce processus de formation et promotion pour le commerce équitable

ATELIER 2

ANALYSE DES BESOINS DU SECTEUR DU COMMERCE ÉQUITABLE AU MAROC POUR DÉFINIR LE PLAIDOYER A FAIRE AUPRÈS DES AUTORITÉS PUBLIQUES

Propositions et recommandations

Sur la base des besoins sortis de la discussion au sein de l'atelier n° 2 on a développé les propositions suivantes:

- Création d'une table de concertation, de préférence auprès du Ministère des Affaires Economiques et Générales, qui serait le lieu où se tiendront les réunions de concertations entre les acteurs du commerce équitable et les autorités publiques
- Arriver à une définition claire, simple et pas trop exigeante du commerce équitable dans la loi, afin qu'un maximum d'acteurs marocains puissent bénéficier d'un label «commerce équitable»
- Outre les producteurs, les distributeurs des produits du commerce équitable doivent aussi répondre à certains critères éthiques
- Les autorités doivent mener des actions de promotion du commerce équitable, notamment auprès des consommateurs
- Il est souhaitable que le secteur du commerce équitable soit structuré par filières (ex: huile d'olive, couscous, poterie, etc.) tant dans l'intérêt soit des producteurs que des importateurs et consommateurs finaux
- Les autorités doivent appuyer l'accompagnement et la sensibilisation des coopératives au commerce équitable

EXPOSITION DES PRODUITS DES COOPÉRATIVES ET ASSOCIATIONS MAROCAINES

Du 17 au 21 Décembre a eu lieu, toujours dans le Palais des Institutions Italiennes, une exposition des produits des coopératives et associations marocaines. L'exposition (qui était ouverte au public) a regroupé des producteurs qui sont, de façons différentes, impliqués dans les structures du Commerce Equitable et qui représentent plusieurs zones géographiques et plusieurs gammes des produits du Maroc.

Pendant les jours d'exposition **Soleterre** et **Equò** a mis en place un **programme de formation** et d'échange entre les coopératives et les autres exposants. L'objectif de ces ateliers était de rapprocher les différents exposants et d'établir un champ d'échange et de connaissance à la suite de la conférence.

Les détails du programme de formation sont les suivantes:

La première journée de formation a concerné les thématiques du merchandising et notamment l'importance du merchandising dans la stratégie de chaque coopérative, la valorisation des produits et le rôle de merchandising dans la pérennité des coopératives. Les points discutés ont été les suivants:

- Pourquoi introduire la notion de merchandising
- Bon agencement
- Bon linéaire
- Les 4 axes qualitatifs du merchandising

La deuxième journée a été consacrée au comportement client qui était un des sujets principaux des formations. Les participants ont montré un grand intérêt pour ce sujet. Les points abordés étaient les suivants:

- Étapes préliminaires à un comportement client réussi
- Approche du client
- Techniques de vente
- Conclure une vente

La dernière formation avait comme titre «coût de revient: un des problèmes majeurs de fixation de prix et des coûts de productions». La majorité des participants ont confirmé l'importance de ce module qui a touché les points suivants:



- Coût de production
 1. Matière première
 2. Coût du travail
 3. Frais généraux
- Bénéfice
- Déterminer le prix du marché
- Équilibrer le prix de votre produit à celui du marché

Bilan des ateliers de travail

Après chaque formation qui durait 1 heure et 30 minutes, on a lancé les débats sur chaque thème et sur d' autres problèmes des coopératives comme:

- Le problème de proximité
- La situation géographique des coopératives
- Les femmes artisanes dans le milieu rural
- La participation de la femme soit rurale ou bien citadine dans le développement durable
- Impact de la conférence sur la participation des coopératives
- Les points forts et les points faibles de l' exposition