



# World Economy & Development *in brief*

European Briefings on Globalisation, North-South Relations and International Ecology

WDEV Special Report 2/2010 (French version)

## COTTON MADE IN AFRICA: Rapport d'atelier

De ROGER PELTZER

„Le grand amour pour l'Afrique“, telle était la devise de l'„Espace Tchibo“ au cours de la deuxième semaine de juin 2009. Outre du café équitable et des meubles d'Afrique, les quelque 900 magasins de l'entreprise ont vendu au débardeurs, jupes et nappes portant le label *Cotton made in Africa* (CmiA). Cette initiative doit permettre aux petits producteurs de coton africains de planter leur coton de manière plus rentable et plus respectueuse de l'environnement écologique et social. L'expérience avec l'Afrique a été pour Tchibo un succès. Les chiffres de vente ont été plus que satisfaisants et l'entreprise hambourgeoise de biens de consommation n'est pas la seule à miser sur une augmentation du pourcentage de produits portant le label *Cotton made in Africa* dans sa gamme de produits en coton. Des firmes telles qu'Otto, Puma et Rewe participent également à la vente de produits CmiA.

I l s'agit désormais de mettre en place depuis le producteur jusqu'au consommateur final des chaînes de valeur garantissant aux producteurs à la fois des prix équitables et des conditions de production sociales et écologiques durables. C'est le clé pour procurer à terme une base d'existence suffisante aux paysans africains et lutter ainsi de manière efficace contre la pauvreté.

La question se pose toutefois de savoir si le coton africain est l'objet adéquat pour une telle initiative. Le coton est cultivé en Afrique de l'Ouest et en Afrique australe uniquement par env. 2 millions de petits paysans. On n'y trouve pas de très grandes plantations. L'Afrique subsaharienne produit environ 10 à 15 % du coton exporté dans le monde et se place comme exportateur derrière les Etats-Unis, l'Asie centrale et récemment l'Inde. Cependant, spécialement les dernières années écoulées se sont révélées très difficiles pour les planteurs de coton africains : Au début, les cours mondiaux du coton n'ont pas suivi le développement

général de hausse des prix des matières premières et plus tard ils ne les ont suivis que timidement. C'est seulement au cours des derniers mois qu'il y a eu à nouveau de nettes remontées des prix. Par contre, les prix pour les engrais ont par moments plus que doublé, dans le cas des phosphates ils se sont même multipliés par 10. En outre, les monnaies de presque tous les pays africains ont été entre-temps nettement réévaluées par rapport au dollar US. Mais comme le coton est négocié en dollars, les paysans africains ont nettement moins touché en net dans leur caisse même avec les hausses des cours mondiaux (seulement cette tendance était renversée avec la hausse du dollar). Souvent, les prix de vente ne couvrent pas les propres frais si on tient compte du temps de travail nécessité.

Les prix d'achat du coton graine en Côte d'Ivoire ont certes été relevés pour la saison 2009/10 de 25 à 28 centimes d'euro par kilo. Un prix couvrant les coûts et honorant aussi le temps de travail des paysans se situerait toutefois autour de 32

centimes par kilo de coton. A noter qu'avec les salaires sur lesquels on se

base, on obtient un revenu qui est nettement inférieur à un dollar US par jour.



**Des champs de coton**

Compte tenu de ce qui précède, de nombreux paysans africains ont réduit leur surface de culture du coton. Dans les pays producteurs de coton les plus importants d'Afrique de l'Ouest comme le Burkina Faso, le Cameroun, le Tchad, la Côte d'Ivoire et le Mali, la production de coton a régressé depuis 2005 de la moitié et plus. Ce n'est que ces derniers temps qu'on constate une amorce de reprise.

**\* „Or blanc provenant des mains de paysans africains“**

En dépit de ces conditions générales difficiles, les initiateurs du projet *Cotton made in Africa* ont décidé en pleine connaissance de cause de miser sur le coton en provenance d'Afrique sub-saharienne. En effet, le coton est cultivé au Burkina Faso, au Bénin, en Côte d'Ivoire, en Zambie ou au Malawi aujourd'hui déjà dans des conditions bien plus durables que la culture du coton dans de nombreuses autres parties du monde. Ainsi, le planteur de coton africain typique pratique la culture pluviale, ce

qui veut dire qu'il utilise la pluie pour l'irrigation et pas la nappe phréatique souvent peu abondante. En outre, il pratique presque toujours la rotation des cultures avec des céréales et d'autres denrées alimentaires. La production pour l'exportation et les propres besoins alimentaires ne se contredisent donc pas mais se complètent.

Tandis que les plantations de coton d'Ouzbékistan qui s'étendent sur des milliers de kilomètres carrés entraînent la désertification de régions entières et par exemple le dessèchement du lac d'Aral, les champs "patchwork" d'Afrique avec leurs arbres et buissons vus d'avion ressemblent aux régions d'Europe dans lesquelles des exploitations familiales paysannes pratiquent la rotation des cultures. Il n'y a pas de monoculture ce qui fait que nettement moins de pesticides sont nécessaires que dans les grandes plantations dans d'autres parties du monde. En plus, le coton africain est viable sans subventions – dans la mesure où il n'y a pas de distorsions des cours mondiaux. Car

l'Europe et les Etats-Unis ou encore la Chine subventionnent massivement leurs planteurs de coton. 25 000 planteurs de coton américains reçoivent par an trois milliards de dollars US de subventions. C'est plus que la valeur de tout le coton exporté par l'Afrique sub-saharienne.

Mais l'Union européenne accorde aussi des subventions massives. Ainsi, la production de coton en Grèce est-elle subventionnée à raison de 625 euros par hectare. A noter ici que le prix de vente du coton n'est pas inclus. En comparaison, un paysan africain qui gère bien son exploitation obtient ainsi env. 340 euros, soit un tiers du produit de vente par hectare de son collègue grec. Et la production de coton en Grèce est extrêmement nuisible à l'environnement. Une grande partie des ressources extrêmement limitées de la nappe phréatique en Grèce sert à irriguer les champs de coton, les pesticides sont déversés dans la nappe phréatique et les cours d'eau limitrophes. Il n'y a guère d'autre subvention agricole de l'Union européenne qui soit plus nuisible sur le plan écologique.

L'objectif prioritaire de l'initiative *Cotton made in Africa* est donc de faire estimer à sa juste valeur l'"Or blanc" provenant du dur travail des paysans africains dans le cadre de la mondialisation des marchés et de conférer ainsi à un produit de masse qui était jusqu'à présent anonyme un "visage de marque" positif. C'est pourquoi, en 2004, sur l'initiative du Dr. Michael Otto, des commerçants de la branche textile, des institutions de la Coopération au développement, des marchands de coton opérant en Afrique ainsi que des ONG se sont regroupés au sein de la fondation "Aid by Trade Foundation (AbTF)". Des entreprises comme le Groupe Otto, Tom Tailor ou Tchibo, la Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft (DEG) et la GTZ, le marchand du coton Dunavant, le WWF ou la Deutsche Welthungerhilfe veulent avec cette initiative encourager la culture et la distribution du coton produit de manière durable en Afrique sub-saharienne et par suite soutenir les exploitations paysannes familiales sur une large échelle. D'autres organisations comme le NABU s'y sont entre-temps jointes. Depuis trois ans, on

peut acheter le coton labellisé *Cotton made in Africa* dans le commerce.

### \* Norme minimale ou marque ?

L'établissement de la marque *Cotton made in Africa* et son introduction sur le marché font l'objet d'un processus permanent d'expérimentation pour tous les partenaires. L'idée initiale était d'établir *Cotton made in Africa* comme norme minimale, comme "codex" qui serait respecté par une grande partie du commerce textile de détail. Avec une telle conception du "business to business" convenue entre les différents partenaires, le consommateur final serait resté dehors et la norme elle-même serait devenue, le cas échéant, seulement l'objet de recherches journalistiques. Mais on a rapidement constaté qu'une telle manière de procéder n'était pas attractive pour le commerce textile de détail. Abstraction faite du coton bio, la production de coton durable n'a pas été jusqu'à présent sujet à discussion dans le public et dans le commerce.

Les firmes concernées qui comptaient investir dans *Cotton made in Africa* voulaient aussi le communiquer aux consommateurs. Dès lors, il était clair que le label *Cotton made in Africa* deviendrait ce que l'on appelle une "marque secondaire" ou un label de qualité. Ainsi, les marques de chaque détaillant comme par ex. Puma ou Tchibo continuent à être au premier plan, mais en même temps des étiquettes accrochées au vêtement – appelées "hang tags" – vont signaler au consommateur que la chemise, la jupe, le drap ou la serviette sont des produits *CmiA*. On trouve des informations à ce sujet dans les catalogues et magasins des commerçants qui participent à cette initiative. Cette conception a l'avantage de rendre populaire *Cotton made in Africa* via des noms de marque bien établis qui jouent pour ainsi dire le rôle "d'hôte intermédiaire". Les coûts d'établissement d'une propre marque et des campagnes publicitaires s'y rattachant qui s'élèveraient sur les marchés établis d'Europe et d'Amérique à des millions d'euros peuvent être ainsi économisés.

**\* Cotton made in Africa et Fair Trade (Commerce Equitable)**

Bien que *Cotton made in Africa* soit dans la tradition du Commerce Equitable, la conception diverge de la forme classique du *Fair Trade*. Tout d'abord, le consommateur ne paiera pas de supplément pour le produit fabriqué avec du coton labellisé *Cotton made in Africa*. Les coûts d'une commission de licence de quelques centimes par pièce de vêtement seront supportés par le commerce. Le but déclaré de l'Aid by Trade Foundation est de faire de *Cotton made in Africa* un produit de masse bien intégré dans les catalogues des commerçants y coopérant. *Cotton Made in Africa* ne veut absolument pas devenir un produit de niche servant seulement d'enseigne sociale aux entreprises participantes.

Le label *Cotton Made in Africa* devrait s'imposer dans les affaires courantes du marché textile fortement concurrentiels avec un succès et un effet tel qu'une augmentation de la demande de coton africain de haute qualité et par conséquent des prix devrait se dessiner à moyen et long terme.

continue via la chaîne de valeur ajoutée. En effet, chaque étape intermédiaire se répercute – aussi en raison des coûts de logistique supplémentaires – sur la marge de calcul de telle manière que les 10 centimes versés initialement par kilogramme coton graine au paysan deviendraient vite 1 euro voire plus pour le consommateur. Et précisément sur un marché aussi concurrentiel que celui de la mode et du textile, le produit final serait donc trop cher pour la consommation de masse.

Le deuxième problème systématique du Commerce Equitable est que l'offre en marchandises remplissant les critères du Commerce Equitable dépasse largement la demande. Il se peut donc que de nombreux paysans soient formés en production durable et qu'il payent en plus les frais de certification considérables ce qui nourrit de grandes attentes – et qu'en fin de compte, le marché équitable n'écoule qu'un tiers des marchandises proposées. Deux tiers des paysans en seraient alors pour leurs frais. Ceci aussi, *Cotton made in Africa* veut l'éviter.

On ne sait pas encore si cette conception portera ses fruits et atteindra effectivement le marché de masse. *Cotton made in Africa* est en concurrence sur le marché avec des produits classiques du Commerce Equitable comme par ex. l'initiative française *Coton équitable* qui coopère avec l'Organisation du Travail Equitable (FLO – Fair Labour Organization) et a équipé entre autres une grande partie du personnel de la Poste en France avec des vêtements de travail du Commerce Equitable / Fair Trade.

Cependant : Trois ans après que *Cotton made in Africa* a vu le jour, 31 commerçants détaillants coopèrent déjà avec *Cotton made in Africa* en Allemagne, en France et depuis peu aussi aux Etats-Unis. Outre les firmes mentionnées, on trouve aussi la chaîne de téléshopping QVC ou encore la société Bierbaum, un commerçant de literie connu.

Tandis qu'en 2007, quelque 400 000 vêtements de *Cotton made in Africa* ont été vendus, en 2008 ce chiffre s'élevait déjà à 2,4 millions et en 2009 à près de six millions. Pour 2010, 13 millions de vêtements sont prévus. Si on base les calculs sur une valeur de vente moyenne de 10



**Promotion pour Cotton made in Africa**

*Cotton made in Africa* a décidé de s'engager dans cette voie parce que du point de vue des acteurs qui visent le marché de masse, "l'approche classique du Commerce équitable" entraîne toute une série de problèmes. Ainsi, une majoration des prix si petite pour le paysan impliquerait en règle générale une augmentation

euros par article textile, on obtient pour 2009 déjà un chiffre de vente de 60 millions et pour 2010 d'env. 130 millions d'euros. De l'autre côté, on constate que l'ensemble du Commerce Equitable en Allemagne a réalisé l'année dernière un chiffre d'affaires d'environ 200 millions d'euros. Certes, la comparaison est bancale parce qu'il est évident que la valeur ajoutée entre la production de coton et le produit textile fini est nettement plus élevée que par ex. pour le café. Toutefois, les résultats obtenus jusqu'à présent par *Cotton made in Africa* sont remarquables - même si le but de devenir partie intégrante du marché de masse est encore loin d'être atteint.

### \* Quel avantage a le paysan africain ?

La marque *Cotton made in Africa* garantit le respect des normes sociales et écologiques minimales. Concrètement parlant, ceci signifie que le prix que le paysan reçoit pour son coton graine doit être transparent et vérifiable. En outre, il faut s'assurer que le paysan sera payé au quatre semaines après livraison de son coton - ce qui, jusqu'à ce jour, ne va pas de soi dans une grande partie de l'Afrique. Dans la culture conventionnelle du coton, il faut en outre avoir recours à une grande quantité de pesticides et d'herbicides. *Cotton made in Africa* garantit que seulement des pesticides et herbicides homologués par l'OMS sont utilisés. Les paysans sont en plus formés dans la manipulation et la pulvérisation des produits phytosanitaires souvent toxiques pour qu'ils respectent certaines normes minimales.

En coopération avec les sociétés cotonnières locales, la Coopération au développement allemande finance en plus via la DEG et la GTZ des programmes pour les paysans qui participent à l'initiative *Cotton made in Africa*. Ainsi, on montre sur des "champs de démonstration" comment on peut améliorer la fertilité du sol et la productivité avec de simples moyens. La culture attelée est encouragée grâce à des crédits aux conditions favorables, permettant par ailleurs aux paysans d'améliorer leur productivité et de recourir davantage aux engrais orga-

niques. Des méthodes de protection des plantes intégrée permettent de mieux cibler l'utilisation des pesticides et herbicides et avant tout de ne pas en abuser, de faire des économies et au moins de retarder le développement de résistances. Et c'est ainsi que dans les projets modèles réalisés jusqu'à présent en Zambie, au Burkina Faso et au Bénin, on a obtenu des améliorations sensibles de productivité et/ou des réductions de coûts de 20 à 30 pour cent.

A l'avenir, les paysans africains profiteront aussi de la commission de licence pour *Cotton made in Africa*. La commission de licence sert à l'heure actuelle à payer le "hang tag" ainsi que la commercialisation de *Cotton made in Africa*. Environ 5 % de la commission de licences est investi dans des projets scolaires.

D'ici à 2013, le volume de commercialisation de *Cotton made in Africa* devra s'être accru de telle sorte qu'env. 75 pour cent des recettes de licence pourront être reversés directement aux paysans à titre de distribution de dividendes. Ceci devrait permettre aux paysans concernés une augmentation de leurs revenus nets de 10 à 15 pour cent.

Les projets modèles CmiA au Bénin, au Burkina Faso et en Zambie ont convaincu la fondation Bill & Melinda Gates (BMGF) de mobiliser pour la période 2010-2012 au total 22 millions de dollars US pour l'extension de ces programmes à 265 000 paysans dans six pays africains différents (à ajouter la Côte d'Ivoire, le Malawi et l'Ouganda). Ce programme COMPACI (Competitive African Cotton Initiative) est cofinancé par le ministère fédéral allemand de la Coopération économique et du Développement (BMZ) à hauteur de 5 millions d'euros. Les sociétés cotonnières privées en Afrique y participent avec 20 millions de dollars US. Mais ce qui est aussi important pour le coton africain, c'est que *Cotton made in Africa* ait mis en place au niveau mondial une chaîne d'offre fiable en coopération avec des filatures et des usines de tissage renommées. Il existe aujourd'hui des stocks de coton issu de ce projet dans les principaux sites de production textile comme la Chine, l'Ile Maurice ou la Tur-

que qui peuvent servir à court terme à satisfaire des tendances de mode actuelles. Toutes ces partenaires ont soumis le coton africain à d'amples tests de qualité et constaté que les sociétés cotonnières coopérant avec *Cotton made in Africa* fournissaient une marchandise de haute

qualité avec relativement peu d'impuretés dans les conditions et délais convenus. Ceci va de pair avec une valorisation énorme de l'image du coton africain qui, jusqu'à présent, n'avait pas vraiment la réputation d'être de haute qualité.



**Transformer le coton à l'usine**

### **\* Dynamisme au sein du secteur privé**

*Cotton made in Africa* est fortement marqué par un dynamisme au sein du secteur privé. Les commerçants du textile adhérant à l'initiative veulent aussi réaliser des bénéfices avec les produits CmiA. Et les sociétés cotonnières privées en Afrique qui achètent le coton à des dizaines de milliers de paysans CmiA veulent également augmenter leur chiffre d'affaires, notamment aussi pour mieux utiliser la capacité de leurs installations d'égrenage.

Dr. Michael Otto, l'initiateur du projet, a exposé dans de nombreuses interviews sa philosophie d'entrepreneur et expliqué pourquoi le commerce devrait être vivement intéressé par une adaptation systématique à la distribution de biens de consommation fabriqués de manière durable. Et précisément dans le secteur des denrées alimentaires et de plus en plus dans celui des produits textiles ou des jouets, des informations sur des conditions de production scandaleuses sur le plan hygiénique ou social peuvent très vite se

propager et entraîner des chutes drastiques de vente. Ceci peut vite frapper très durement, voire menacer le commerce qui doit souvent s'accommoder de rendements de ventes d'un pour cent seulement. Miser sur la commercialisation de produits fabriqués de manière durable est donc une façon de prévenir les crises. Toutefois, la forme très offensive de la "Corporate Social Responsibility" (Responsabilité sociale d'entreprise) telle qu'elle est pratiquée par le Groupe Otto n'est pas non plus sans risques. En effet, qui prétend vouloir commercialiser seulement des produits textiles fabriqués selon des normes sociales minimales attire vite l'attention de "campaigner", autrement dit d'activistes : Diverses ONG cherchent à prouver qu'il existe aussi des brebis galeuses parmi les milliers de fournisseurs et de sous-traitants d'une entreprise. Qui place la barre très haut, doit s'attendre à être jugé d'après elle dans le public. Là aussi, l'entrepreneur doit faire preuve de courage et d'endurance.

Concernant CmiA, le Groupe Otto n'est en contact avec le planteur de coton

africain que par le biais d'une longue chaîne intermédiaire. Le partenaire contractuel de chaque planteur est la société cotonnière locale qui gère les installations dans lesquelles le coton brut livré par le paysan est égrené et pressé en balles destinées à l'exportation.

La société cotonnière met à la disposition des paysans des semences, les engrais et les produits phytosanitaires et les conseille sur le plan agronomique. En revanche, les paysans ou la coopérative doivent s'engager à livrer leur coton à cette société cotonnière pour un prix convenu. La société cotonnière verse au paysan la différence entre le produit de vente obtenu et le montant préfinancé pour intrants et services. Ce modèle de « l'agriculture contractuelle » a, certes, fait ses preuves pendant des décennies en Afrique mais il est également critiqué de temps à autre par les économistes de la Banque mondiale défendant le libre marché ainsi que par diverses ONG.

L'argument principal des adversaires est que les paysans soient exclusivement dépendants d'un acheteur monopoliste. Les critiques préfèrent donc un système selon lequel le paysan serait libre de choisir l'installation d'égrenage à laquelle il vend son coton. De cette manière, les paysans pourraient obtenir théoriquement des prix plus élevés. Mais le revers de la médaille est que dans un système libéralisé, les paysans n'auraient plus accès aux crédits pour les engrais ou encore les vêtements de protection. Tous ces produits ou articles doivent et ne peuvent être financés et garantis que par le coton à commercialiser. Avec son modèle de l'agriculture contractuelle fonctionnant plus ou moins bien, le secteur cotonnier est aujourd'hui le seul domaine de la production agricole en Afrique qui ait réussi à fournir systématiquement l'accès aux engrais par le biais du crédit à des centaines de milliers de petits paysans. La production de denrées alimentaires en profite aussi dans les régions concernées. De récentes études d'Afrique de l'Ouest le prouvent clairement. On a constaté qu'avec le recul de la production de coton, la culture des céréales avait également régressé dans ces régions – parce que les paysans n'avaient plus accès aux engrais.

C'est la raison pour laquelle *Cotton made in Africa* mise sur des sociétés cotonnières privées et bien gérées. C'est également dans l'intérêt de ces sociétés que les paysans accroissent leur production car c'est pour elles la seule façon d'utiliser leur capacité industrielle plus efficacement. Les sociétés cotonnières ont, en outre, sur place le personnel qualifié et l'infrastructure pour proposer à un prix intéressant des programmes de formation pour les petits planteurs et garantir ainsi l'introduction de méthodes de production durables.

Et en même temps, *Cotton made in Africa* veille à ce que les associations paysannes puissent, dans le cadre de négociations salariales, s'entendre avec les sociétés cotonnières sur un pied d'égalité. Ou encore qu'elles puissent décider librement avec quelle société cotonnière elles veulent coopérer. En Afrique de l'Ouest, ceci ne pose pas de problème parce que les planteurs de coton sont traditionnellement bien organisés et ont politiquement du poids, ce qui ne peut pas être purement et simplement ignoré.

La situation est bien différente dans la partie anglophone d'Afrique de l'Est : L'organisation du secteur cotonnier n'y est pas très avancée, de véritables associations paysannes n'apparaissent que de manière sporadique.

### **\* La confiance n'exclut pas le contrôle.**

Ceci dit, l'établissement d'une marque crédible est un travail de longue haleine et le pire qui puisse arriver du point de vue des membres de cette initiative serait l'apparition dans les médias d'images montrant des paysans CmiA pieds nus et en shorts en train de répandre des pesticides toxiques sans vêtements de protection. A cela pourrait s'ajouter, le cas échéant, le son original du centre de santé situé à proximité rapportant que beaucoup de ces paysans se plaignent de maux de tête et de maladies dermatologiques.

On ne peut jamais éviter complètement de tels scénarios dans le cadre d'une coopération avec des dizaines de milliers de paysans. Mais pour la crédibilité de *Cotton made in Africa*, il est important

qu'il soit prouvé avec certitude que chez les planteurs de coton qui participent à l'initiative, de telles pratiques sont tout à fait exceptionnelles – et le restent. Et cette preuve ne peut pas être fournie uniquement via les sociétés cotonnières privées. On a besoin ici d'une vérification indépendante.

Ce qui est plus facile à dire qu'à faire. En effet, comment contrôler que des dizaines de milliers de paysans portent bien les vêtements de protection lors de la pulvérisation des pesticides ? Ou qu'ils éliminent de manière correcte les récipients ayant contenu des pesticides et que ces déchets spéciaux ne tombent pas par exemple entre les mains d'enfants ? Ou encore qu'il soit tenu compte d'une rotation des cultures qui permette entre autres d'accroître la fertilité du sol ? Comment peut-on assurer un tel contrôle sans entraîner des frais prohibitifs ?

Car ni les paysans ni les sociétés cotonnières ni même les consommateurs seront à la fin prêts à supporter la surcharge financière.

Même des enquêtes représentatives dans un environnement où les paysans concernés sont éparpillés dans un rayon de plusieurs kilomètres et sont souvent difficiles à joindre prennent beaucoup trop de temps et engendrent en fin de compte très vite des frais qui sont bien plus élevés que le revenu supplémentaire que chaque paysan recevra via *Cotton made in Africa*.

C'est pourquoi, l'Aid by Trade Foundation a développé avec la société d'expertise comptable Pricewaterhouse Coopers (PWC) un plan de vérification dit de tierce partie combinant une vérification des stratégies de gestion des sociétés cotonnières avec des sondages sporadiques auprès des paysans. De cette manière, on peut facilement vérifier si tous les paysans ont été payés dans les délais. Si dans ce contexte, les exigences et la réalité ne concordent pas, l'information se répandra vite et quelques enquêtes suffiront à faire apparaître la discordance. De la même manière, on pourra vite constater si la société cotonnière a bien remis aux planteurs seulement des pesticides homologués sur le plan international. Le respect d'autres critères tels que par l'élimination

dans les règles de l'art des récipients ayant contenu des produits phytosanitaires sera plus difficile à vérifier étant donné que la sensibilisation de nombreux planteurs à ce sujet n'est pas très prononcée. Cependant, en ce qui concerne cette question, on a besoin d'une vérification crédible pour savoir si et comment les "points essentiels" de *Cotton made in Africa* sont concrètement appliqués.

Il est également prévu d'impliquer dans cette vérification qui ne peut pas être seulement d'ordre technocratique des représentants des gouvernements, des paysans, des syndicats et des ONG via des comités consultatifs (appelés „local boards“) dans les différents pays. Les premiers „local boards“ doivent être déjà créés cette année. C'est le Bénin qui a fait la première en juin 2010. .

Outre la vérification effectuée régulièrement tous les deux ans par des vérificateurs indépendants, *Cotton made in Africa* travaille à une analyse scientifique de l'impact exécuté par le centre américain NORC (National Opinion Research Center) à Chicago et par la Fondation Bill & Melinda Gates. Tous les participants à l'initiative *Cotton made in Africa* veulent savoir pendant la durée du projet si et comment les conditions de vie des planteurs de coton et de leurs familles se sont effectivement améliorées grâce aux programmes décrits. A cet effet, des enquêtes représentatives auprès de plusieurs centaines de paysans seront menées au début du projet ("baseline") et au bout de trois à quatre ans dans les six pays africains. Jusqu'à présent, on avait du mal à trouver un projet de développement en zone rurale en Afrique qui se soumette à une telle vérification systématique.

Il s'agit là toutefois d'une exigence plus facile à formuler qu'à prouver dans la pratique : Le coton est un produit agricole cultivé en Afrique dans des conditions climatiques soumises à d'extrêmes variations. En outre, comme déjà mentionné plus haut, les cours mondiaux varient beaucoup. Le succès des programmes pour augmenter la productivité est souvent beaucoup plus dépendant des pluies et de l'abondance des pluies que toutes les mesures mises en œuvre. C'est pourquoi,

des déclarations fiables quant à l'impact des programmes nécessitent des observations continues et avant tout minutieuses pendant des années.

**\* Sujets brûlants dans le débat autour de la crédibilité : le coton génétiquement modifié et le travail des enfants**

*Cotton made in Africa* a pu tout d'abord rester neutre au milieu des débats échauffés autour de la question de savoir s'il fallait aussi commercialiser du coton produit sur la base d'une semence génétiquement modifiée. Car l'Afrique subsaharienne était récemment encore l'unique région au monde où le coton appelé coton bt n'était pas cultivé sur de vastes surfaces. Mais ceci ne va pas tarder à changer : le Burkina Faso expérimente depuis plusieurs années déjà avec le coton génétiquement modifié et a commencé d'introduire le coton Bt à grand échelle en milieu paysan.

Les résultats sont du point de vue des paysans au Burkina Faso très prometteurs : l'amélioration du rendement a atteint entre-temps 30 pour cent et les paysans ne doivent plus avoir recours à des pesticides que deux ou trois fois par saison au lieu de sept à huit fois jusqu'à présent. Et les paysans n'économisent pas seulement de l'argent mais beaucoup de temps vu qu'ils doivent parcourir environ 15 kilomètres rien que pour pulvériser un seul hectare de coton. Ici, il y a lieu de noter que du fait que bien moins de pesticides sont utilisés avec le coton génétiquement modifié, les risques pour la santé des paysans les pulvérisant et de leurs familles s'en trouvent diminués.

Entre-temps, le coton bt est introduit partout au Burkina Faso et recouvrait déjà 30 pour cent de la surface cultivée lors de l'année-récolte 2009/10 qui vient de s'écouler.



**Recolte de coton**

Cependant, de nombreuses ONG mènent un combat acharné contre la culture de coton génétiquement modifié. Outre le fait que les conséquences non prévisibles

provoquées par des plantes génétiquement modifiées les préoccupent, les détracteurs attirent aussi l'attention sur le coût élevé de la semence : En cas de

mauvaises récoltes, les paysans risquent d'avoir à faire face à un endettement élevé. On prétend aussi que les petits planteurs africains ne sont pas en mesure de planter des parcelles avec du coton conventionnel à côté du coton bt. Or ce n'est que de cette manière qu'on pourra réussir à empêcher la formation de résistances.

Quelques ONG "bienveillantes" tout comme aussi l'auteur et la professeur américaine Pietra Rivola experte en la matière qui a fait un reportage remarquable sur le "voyage" d'un t-shirt autour du monde ignorent systématiquement que le secteur cotonnier africain travaille de manière très professionnelle.

Beaucoup d'Africains du secteur cotonnier voient l'utilisation de coton bt d'un œil très positif. Le Burkina Faso a, en outre, négocié avec Monsanto que la semence développée sur la base des variétés locales ne sera payée qu'en fonction des augmentations de rendement effectivement réalisées et ne sera pas la propriété exclusive de l'entreprise américaine. Ce qui diminue considérablement des risques de défaillance éventuels. Les préconisateurs africains critiquent en outre que les Européens, sceptiques vis-à-vis du coton bt, voulaient les priver justement de ce progrès technique que la concurrence d'Asie et des Etats-Unis a intégré depuis longtemps dans ses plantations. La plupart des chemises en coton portées en Europe contiennent déjà du coton bt sans que personne ne semble se plaindre.

Malgré les revendications de tous les partenaires africains de l'initiative *Cotton made in Africa*, l'Aid by Trade Foundation a décidé de se prononcer pour un moratoire de l'utilisation du coton bt d'abord pour trois ans. La crainte de nuire à la marque *Cotton Made in Africa* en cours de développement a prévalu sur le malaise créé par le fait que les partenaires et les producteurs de coton africains avaient tout simplement la minorité.

Autre sujet de discussion échauffée : le travail des enfants. En Afrique, le travail des enfants est dans la culture du coton un phénomène qui se retrouve partout. Sans l'aide des enfants, les champs ne pourraient pas être sarclés ni récoltés correctement.

De fait, la coopération des enfants dans l'exploitation paysanne familiale d'après les normes fondamentales de travail de l'Organisation internationale du Travail (OIT) est tout à fait légale. Mais il faut veiller à ce que les enfants n'effectuent pas de travaux dangereux ou nuisibles à la santé. D'autre part, il faut que les enfants aient aussi la possibilité d'aller à l'école. En principe, il est interdit d'"enrôler" des enfants étrangers à l'exploitation pendant des périodes relativement longues et de les faire travailler pour un maigre salaire sur les propres plantations. Pour *Cotton made in Africa*, il est en général difficile d'expliquer aux partenaires de la distribution comme par ex. S. Oliver que la coopération des enfants dans les champs de coton en Afrique est une réalité sociale qu'on ne pourra pas changer du jour au lendemain et qui est indispensable à la survie des exploitations paysannes familiales. Il est d'autant plus important pour *Cotton made in Africa* de s'assurer que les formes illégales de travail des enfants voire l'esclavage des enfants ne sont pas tolérées. Ceci fera aussi l'objet d'un contrôle systématique lors de la "vérification" évoquée ci-dessus.

L'Aid by Trade Foundation a, en outre, commencé à investir un montant limité des commissions de licence dans des projets scolaires et l'alphabétisation des adultes au Burkina Faso, au Bénin et en Zambie. Toutes les études pertinentes à ce sujet montrent que la fréquentation scolaire en zone rurale augmente justement au fur et à mesure que l'offre de formation s'améliore. Les efforts déployés à cet effet par l'Aid by Trade Foundation sont soutenus par les contributions des partenaires de la distribution Apart (Groupe Otto), Tchibo et REWE ainsi que par les fonds du programme Public Private Partnership (PPP) de la DEG et de la GTZ.

#### \* Défis futurs

La stratégie de *Cotton made in Africa* est actuellement encore extrêmement dépendante du soutien apporté par les fonds publics mis à sa disposition par le biais de la Fondation Bill & Melinda Gates et du BMZ (Ministère allemand de la Coopération

tion économique et du Développement). Et c'est seulement de cette manière que les amples mesures de formation d'env. 265 000 paysans, la vérification ou encore l'analyse des impacts peuvent être financées.

Le but est que *Cotton made in Africa* soit dans trois ou quatre ans une chose acquise dans les marchés de textile. Le soutien des paysans africains ainsi que le coût de la distribution et divers autres coûts devront alors pouvoir être entièrement couverts par les commissions de licence perçues. Pour ce faire, il faudrait que *Cotton made in Africa* parvienne à écouler sur le marché environ 45 millions de pièces par an. Ce n'est qu'à partir de ce moment-là que le but de l'initiative sera atteint, à savoir ne plus offrir un produit de niche mais avoir réussi à s'établir sur le marché de masse.

Il s'agit là d'un grand défi à relever. De nombreux fournisseurs de produits textiles attirent, certes, dans leurs prospectus l'attention des clients sur leur engagement social, mais en réalité la part des produits équitables et écologiques dans leur gamme est inférieure à 1 pour cent.

Le coton durable ne sera pour les paysans et pour les consommateurs une réalité avec un impact mondial que lorsque le public critique exigera que le commerce de détail textile se procure 20, 30 pour cent ou plus de ses produits textiles dans la production durable. Aujourd'hui déjà, il est possible de fournir l'offre correspondante et de la développer encore pour l'avenir. Les structures existent donc déjà, ce qui manque c'est la demande correspondante. Le public ne devrait plus accepter comme un engagement suffisant le fait que le commerce attire son attention sur quelques projets sociaux.

*Roger Peltzer* est directeur de projet de Competitive African Cotton Initiative (COMPACI), qui est financé par la fondation Bill & Melinda Gates et le BMZ. Il est également membre de la fondation Aid by Trade au conseil consultatif.