



Collection

Études de cas d'entreprises d'économie sociale

no ES0801

**FEDECOCAGUA : Fédération
des petits producteurs de Café
du Guatemala**

Anne Loranger-King

sous la direction de
Marie-Claire Malo

janvier 2008

Cahiers du Centre de recherche sur les innovations sociales (CRISES)
Collection Études de cas d'entreprises d'économie sociale – no ES0801

«**FEDECOCAGUA : Fédération des petits producteurs de Café du Guatemala**»
Anne Loranger-King
(sous la direction de Marie-Claire Malo)

ISBN-10 : **2-89605-290-9**
ISBN-13 : **978-289605-290-5**
EAN : **9782896052905**

Dépôt légal 2008 - Bibliothèque et Archives nationales du Québec
Dépôt légal 2008 - Bibliothèque et Archives nationales du Canada

PRÉSENTATION DU CRISES

Notre Centre de recherche sur les innovations sociales (CRISES) est une organisation interuniversitaire qui étudie et analyse principalement « les innovations et les transformations sociales ».

Une innovation sociale est une intervention initiée par des acteurs sociaux pour répondre à une aspiration, subvenir à un besoin, apporter une solution ou profiter d'une opportunité d'action afin de modifier des relations sociales, de transformer un cadre d'action ou de proposer de nouvelles orientations culturelles.

En se combinant, les innovations peuvent avoir à long terme une efficacité sociale qui dépasse le cadre du projet initial (entreprises, associations, etc.) et représenter un enjeu qui questionne les grands équilibres sociétaux. Elles deviennent alors une source de transformations sociales et peuvent contribuer à l'émergence de nouveaux modèles de développement.

Les chercheurs du CRISES étudient les innovations sociales à partir de trois axes complémentaires : le territoire, les conditions de vie et le travail et l'emploi.

Axe innovations sociales, développement et territoire

- Les membres de l'axe développement et territoire s'intéressent à la régulation, aux arrangements organisationnels et institutionnels, aux pratiques et stratégies d'acteurs socio-économiques qui ont une conséquence sur le développement des collectivités et des territoires. Ils étudient les entreprises et les organisations (privées, publiques, coopératives et associatives) ainsi que leurs interrelations, les réseaux d'acteurs, les systèmes d'innovation, les modalités de gouvernance et les stratégies qui contribuent au développement durable des collectivités et des territoires.

Axe innovations sociales et conditions de vie

- Les membres de l'axe conditions de vie repèrent et analysent des innovations sociales visant l'amélioration des conditions de vie, notamment en ce qui concerne la consommation, l'emploi du temps, l'environnement familial, l'insertion sur le marché du travail, l'habitat, les revenus, la santé et la sécurité des personnes. Ces innovations se situent, généralement, à la jonction des politiques publiques et des mouvements sociaux : services collectifs, pratiques de résistance, luttes populaires, nouvelles manières de produire et de consommer, etc.

Axes innovations sociales, travail et emploi

- Les membres de l'axe travail et emploi orientent leurs recherches vers l'organisation du travail, la régulation de l'emploi et la gouvernance des entreprises dans le secteur manufacturier, dans les services, dans la fonction publique et dans l'économie du savoir. Les travaux portent sur les dimensions organisationnelles et institutionnelles. Ils concernent tant les syndicats et les entreprises que les politiques publiques et s'intéressent à certaines thématiques comme les stratégies des acteurs, le partenariat, la gouvernance des entreprises, les nouveaux statuts d'emploi, le vieillissement au travail, l'équité en emploi et la formation.

LES ACTIVITÉS DU CRISES

En plus de la conduite de nombreux projets de recherche, l'accueil de stagiaires postdoctoraux, la formation des étudiants, le CRISES organise toute une série de séminaires et de colloques qui permettent le partage et la diffusion de connaissances nouvelles. Les cahiers de recherche, les rapports annuels et la programmation des activités peuvent être consultés à partir de notre site Internet à l'adresse suivante : <http://www.cris.es.uqam.ca>.

Denis Harrisson
Directeur

NOTES SUR LES AUTEURES

Anne LORANGER-KING est étudiante à la maîtrise en sciences de la gestion (option gestion internationale) à HEC Montréal. Membre étudiante du CRISES depuis 2005, elle réalise son mémoire sous la direction de Marie-Claire Malo. Sa recherche porte sur la relation entre les producteurs et distributeurs de café au sein du commerce équitable. Elle est aussi membre du Groupe de recherche sur le commerce équitable (GRCÉ) à HEC Montréal. Elle fait également partie de l'équipe interuniversitaire de recherche sur le commerce équitable subventionnée par le FQRSC (Gendron, Bélanger, Favreau, Malo et Turcotte).

Marie-Claire MALO est professeure titulaire, membre du service de l'enseignement du management, HEC Montréal, école de gestion affiliée à l'Université de Montréal. Elle est aussi membre régulière du CRISES. Elle coordonne le Groupe de recherche sur le commerce équitable à HEC Montréal.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES TABLEAUX	ix
REMERCIEMENTS.....	xi
RÉSUMÉ	xiii
INTRODUCTION	1
1. LA FEDECOCAGUA	3
1.1. L'origine, les mandats, la structure	3
1.2. La relation avec les coopératives membres	5
1.3. La gestion participative dans le fonctionnement de FEDECOCAGUA.....	6
2. LE CHEMIN DU CAFÉ.....	15
2.1. Le beneficio húmido.....	15
2.2. Le Beneficio seco	16
3. LA BODEGA.....	17
3.1. La structure.....	17
3.2. La traçabilité.....	18
4. LA COMMERCIALISATION DU CAFÉ.....	21
4.1. La construction de la relation avec les acheteurs.....	21
4.2. Les aspects financiers de la commercialisation	24
4.3. La relation avec les acheteurs	26
4.4. Le lien avec la certification équitable.....	29
4.5. Le prix du café.....	31
CONCLUSION.....	35

LISTE DES TABLEAUX

TABLEAU 1	Pourcentages de café livré selon les trimestres	25
GRAPHIQUE 1	Prix du café FEDECOCAGUA et la bourse de New York entre 2000 et 2006	32
FIGURE 1	Structure de la FEDECOCAGUA.....	4
FIGURE 2	Modélisation de la relation FEDECOCAGUA-Transit.....	23
FIGURE 3	Exemple de contrat initial et potentiel entre producteur et distributeur.....	27
FIGURE 4	Lien entre FEDECOCAGUA- Coopératives dans le commerce équitable.....	30

REMERCIEMENTS

Cette étude a été rendue possible grâce à la collaboration de plusieurs personnes et organismes que nous tenons à remercier tout particulièrement. Nous remercions monsieur Gerardo de León, directeur responsable de la commercialisation de la FEDECOCAGUA. Son accueil a été très précieux et nous a permis de faire plusieurs visites des coopératives membres. Nous tenons aussi à souligner le travail et l'appui des différents techniciens agronomes de la FEDECOCAGUA qui ont été d'une aide incroyable. Finalement, nous remercions d'abord Gustavo Adolfo Galicia, le gérant de la bodega de FEDECOCAGUA ainsi que les gérants, membres du conseil d'administration et producteurs membres des coopératives Union Huista, El Porvenir, Todo Santerita et Peña Roja pour leur accueil, leur support et leur engagement.

Nous remercions aussi le comité de sélection ainsi que les responsables des Bourses Intercetco Management de HEC Montréal, pour les études de terrain à l'étranger. La bourse que nous avons reçue nous a aidée financièrement à réaliser la collecte de données au Guatemala. Nous tenons également à souligner l'appui financier reçu du Fonds québécois de la recherche sur la société et la culture (FQRSC), dans le cadre du projet de recherche interuniversitaire sur le commerce équitable coordonné par Corinne Gendron.

*Anne Loranger-King
Marie-Claire Malo*

RÉSUMÉ

Le document suivant présente la Federación de Cooperativas Agrícolas de productores de café de Guatemala (FEDECOCAGUA). Il s'agit d'une fédération de coopératives de petits producteurs de café du Guatemala qui œuvre dans le commerce équitable. Cette organisation de deuxième niveau est certifiée par l'organisme FLO-Cert. Créée dans les années 1970, cette fédération rassemble aujourd'hui plusieurs milliers de petits producteurs et est active à l'échelle nationale. Comme cette fédération possède aussi une licence d'exportation, elle peut procéder directement à ses exportations avec ses différents clients à travers le monde. Nous aborderons le fonctionnement de la fédération, le cheminement du café ainsi que la commercialisation du café.

*Anne Loranger-King
Marie-Claire Malo*

INTRODUCTION

Ce document présente la fédération que nous avons rencontrée, soit la *Federación de Cooperativas Agrícolas de productores de café de Guatemala* (FEDECOCAGUA). Nous aborderons brièvement son historique, sa structure et sa relation avec les coopératives membres. Nous verrons ensuite le chemin du café ainsi qu'une explication du fonctionnement de l'entrepôt et l'importance de la traçabilité. Finalement, nous aborderons le thème de la commercialisation du café, donc la relation avec les clients, le lien avec le commerce équitable (la certification, le prix) ainsi que les défis financiers de la fédération.

1. LA FEDECOCAGUA

1.1. L'origine, les mandats, la structure

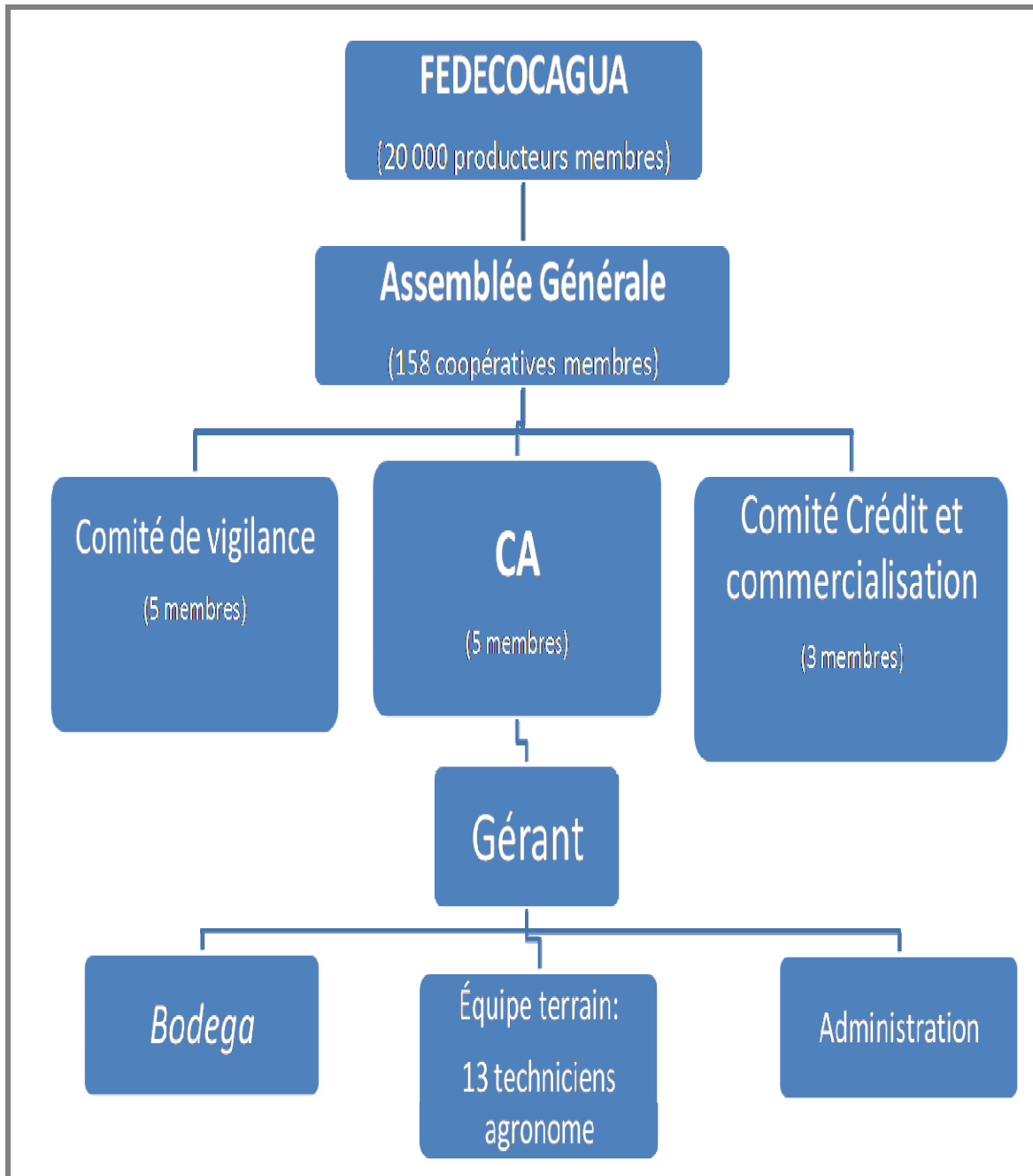
FEDECOCAGUA a été créée en 1969 par l'initiative de 19 coopératives qui se sont mises ensemble dans le but de doter les petits producteurs de café d'une plus grande capacité de commercialisation. Il y a eu beaucoup d'appui de différentes organisations ainsi que des groupes de prêtres.

Les mandats de la fédération, outre la commercialisation, sont de s'assurer de la qualité du produit et de la relation avec ses clients. Elle a aussi le mandat de fournir de l'aide aux coopératives membres à travers les techniciens agronomes qui sont en charge de la relation avec les coopératives, d'offrir des formations pour améliorer les techniques de culture de café et sur comment prendre soin des parcelles de terre des producteurs membres. Elle offre aussi de la formation et de l'encadrement au niveau de l'administration et la gestion comptable et financière. Finalement, la fédération facilite l'accès au crédit ou fournit du crédit.

La fédération est une organisation coopérative; le responsable de la commercialisation indique que « nous n'acceptons pas que la FEDECOCAGUA se fasse appeler ni un exportateur privé, ni un intermédiaire. La fédération appartient aux coopératives, c'est le moyen pour exporter le café ». La fédération appartient aux coopératives membres (seules des organisations peuvent être membres de la fédération), elles sont les propriétaires de la FEDECOCAGUA. La Fédération possède un conseil d'administration composé de 5 membres, un comité de vigilance aussi composé de 5 membres et un comité de crédit et de commercialisation composé de 3 membres. Toutes ces personnes sont des responsables de coopératives affiliées à la FEDECOCAGUA. Elles sont élues par l'assemblée générale de la fédération pour une période de trois ans avec une possibilité de renouvellement de mandat.

La figure suivante représente la structure de la fédération où l'assemblée générale est en charge de l'élection des membres des différents comités. L'équipe terrain, la bodega et les techniciens relèvent du gérant qui lui relève du conseil d'administration (CA) élu par l'assemblée.

FIGURE 1
Structure de la FEDECOCAGUA



Source : Loranger-King, d'après l'entrevue avec directeur commercialisation

L'unité « administration » est composée de 8 personnes et une équipe de 13 techniciens agronomes présents sur le terrain. Ces derniers assurent la formation, le contact avec la fédération et l'assistance technique touchant à la commercialisation, la culture et la transformation du café. Les moyens de communication ayant beaucoup évolués avec le temps, il y a maintenant une grande partie des relations qui se font via courriel et par voie téléphonique tandis qu'avant tout devait se faire par un contact en personne et des visites personnelles à toutes les coopératives.

Le responsable de la commercialisation est entré au service de FEDECOCAGUA en janvier 1981 et a toujours été en charge du lien avec les producteurs. Même si aujourd'hui toute une équipe est directement sur le terrain pour s'assurer de la relation au quotidien, il est toujours en lien avec les coopératives membres.

Les employés de la fédération sont choisis pour l'importance qu'ils accordent à leur travail. « Une chose importante pour travailler ici, c'est le charisme. Les valeurs humaines occupent une place plus importante que les valeurs économiques », rappelle le directeur commercialisation. Les techniciens de la FEDECOCAGUA forment d'abord les techniciens des coopératives membres pour que ceux-ci puissent à leur tour encadrer les producteurs membres et leur donner la formation nécessaire à l'amélioration de leur produit.

1.2. La relation avec les coopératives membres

Sur les 65 000 acteurs présents dans la production du café au Guatemala, 50 000 sont considérés comme étant des petits producteurs de café. De ces petits producteurs, environ 40% sont affiliés à la fédération via les coopératives membres et 60% travaillent de près ou de loin avec la fédération. La fédération a une bonne relation avec l'Association nationale de café du Guatemala (Anacafé). L'association offre des services d'appui, de formation et d'aide technique aux producteurs de café du Guatemala. Outre l'aide technique sur les aspects liés aux compétences agronomiques, elle fournit aussi un service de soutien au niveau de la gestion financière et de la comptabilité pour favoriser une meilleure administration. L'Anacafé sert aussi de facilitateur dans le processus d'obtention de prêts et de crédits auprès des banques. Elle est financée grâce à une taxe de 1% sur les ventes de café, décision prise par décret gouvernemental (voir site Internet Anacafé: <http://www.anacafe.org/>).

La gestion de la fédération est effectuée par l'équipe en charge de la commercialisation, de l'exportation de la marchandise ainsi que de la représentation sur la scène nationale et internationale. La fédération n'est pas considérée comme étant uniquement un exportateur, mais comme le mentionne le responsable de la commercialisation, elle est le « pilote de navire pour envoyer le café » à bonne destination.

Les membres sont des propriétaires-usagers de la fédération. En tant que propriétaires de la fédération, ils exigent les droits que s'accordent un propriétaire, mais d'un autre côté, ils sont aussi les usagers qui vendent le café à la fédération et qui exigent le meilleur prix possible en retour. Comme le souligne le responsable de la commercialisation « quant ils [les producteurs membres] sont dans la chaise du client ils prennent tout de la fédération sans se préoccuper si la fédération va survivre ou non. Mais à la fin de l'année ils sont propriétaires parce qu'ils veulent savoir combien ils ont gagné ».

Les critiques qui viennent de l'extérieur par rapport au rôle de la fédération et ses actions sont inévitables puisqu'elle représente un acteur important sur la scène du café guatémaltèque. Le responsable de la commercialisation explique que ces critiques proviennent de la gauche plus « extrême » et n'apporte pas de solution réelle à l'augmentation du commerce équitable tandis que la fédération elle, pose des actions concrètes pour améliorer les conditions de vie des petits producteurs de café.

En 2007, la fédération compte 150 coopératives membres. Nous présentons à la fin de cette section, quatre encadrés résumant un peu l'histoire, la structure et les particularités qui se dégagent de quatre coopératives rencontrées.

1.3. La gestion participative dans le fonctionnement de FEDECOCAGUA

La participation est un élément important du fonctionnement autant de la fédération que des coopératives membres (voir les encadrés sur les coopératives). Les structures sont en place pour permettre aux producteurs de prendre part au fonctionnement de la coopérative et aux prises de décisions. Il y a ensuite un système de représentation des coopératives au sein de la fédération ainsi qu'une assemblée générale annuelle pour permettre à tous les membres de se mettre au parfum des nouveaux éléments, de faire l'élection de leurs représentants et de partager leurs idées

ou leurs craintes. Finalement, les coopératives ont aussi un certain pouvoir de négociation avec la fédération en ce qui a trait aux prix du café. Ils ont une certaine latitude avant de fixer les contrats et ont accès à toute l'information concernant les prix via l'Anacafé.

Le responsable de la commercialisation de la fédération explique que les coopératives :

... fixent le prix en fonction des informations. Elles reçoivent le prix du marché local qui peut être en \$US. Par exemple, si le prix est de 115\$ sur la bourse, les coopératives membres peuvent dire non puisque sur la *plaza* [marché local] c'est 120\$. Alors, pour ce qui est du prix il y a des possibilités de *bargain*.

Lors de nos rencontres, nous avons pu observer que le gérant de la FEDECOCAGUA a une bonne réputation auprès des coopératives membres. Il fait des gestes pour couper avec la hiérarchie plus traditionnelle. Par exemple, le gérant de la *bodega* explique que, lors de la semaine sainte, en raison du surplus de travail, le gérant est venu à l'entrepôt pour travailler comme « un des leurs ». Il a aussi offert le dîner pour tous et un bonus. Le gérant de l'entrepôt affirme que « cela ne se fait pas ailleurs ! Il y a une reconnaissance du travail, le gérant nous appuie beaucoup ». Le gérant, qui est d'origine suisse, n'est pas considéré comme un étranger, il est vu comme un membre fort et important de la FEDECOCAGUA.

La Cooperativa Union Huista

La coopérative *Union Huista* est membre de la FEDECOCAGUA depuis 1998. Les membres sont tous originaires de la région de Huehuetenango, cependant, en raison de la situation précaire entraînée par la guerre civile, les gens de cette communauté se sont exilés au Mexique pendant environ 18 ans. Ils ont pu revenir au Guatemala le 5 octobre 1998, soit deux ans après la signature des accords de paix. Ils se sont installés dans la région de la capitale. La relation avec FEDECOCAGUA commence en 1999 alors qu'ils reçoivent de l'aide technique deux fois par semaine. La coopérative est divisée en plusieurs comités dont le conseil d'administration (CA) qui comprend 15 membres. Il y a aussi une assemblée générale tout les 3 mois. Durant cette assemblée, le CA présente alors les activités pour chaque secteur et c'est l'assemblée générale qui autorise les décisions. Selon les membres du CA et des autres comités (éducation et vigilance), la relation avec la fédération est considérée comme très positive.

La fiabilité liée au prix est la raison principale qui entraîne la coopérative à faire affaire avec la fédération. Dans sa relation avec FEDECOCAGUA, c'est l'honnêteté qui représente la valeur principale. Les membres affirment qu'ils se sentent invités, informés et écoutés face à la fédération. Quant à la relation avec les distributeurs de café au Nord, elle est plutôt inexistante. Les membres de la coopérative ne connaissent pas les acheteurs de café. Leur relation s'arrête à la vente de café à la fédération. Selon leur vision, ce n'est pas réaliste d'avoir un contact avec le client puisqu'ils n'ont pas de pouvoir de négociation.

Au sein de la coopérative, le niveau de participation est élevé ainsi que le degré d'activité collective. Il y a différents comités qui sont élus par l'assemblée générale et les membres sont présents aux réunions trimestrielles. L'action collective se voit dans la construction d'un *beneficio humido*, qui implique que les producteurs travaillent tous ensemble à la transformation humide du café. Le café étant transformé dans un seul endroit, le produit est plus homogène et donc de plus grande qualité.

La Cooperativa El Porvenir

La coopérative *El Porvenir* est formée en grande partie d'une population d'origine Maya dont plus de 90% parle un dialecte, soit le *popti* ou le *jacalteco*. Il y a environ 445 personnes qui sont membres de la coopérative. Celle-ci est dans la région de Huehuetenango à l'intérieur du village de San Marcos. La population du village de San Marcos est d'environ 6 500 habitants. La communauté regorge d'enfants, tout comme la population guatémaltèque qui, en général, possède un pourcentage très important de sa population qui a moins de 15 ans. La coopérative a été fondée le 29 septembre 1983 avec 36 associés. Ils ont commencé à cultiver le café et le miel grâce à l'aide de la FEDECOCAGUA. Cela a pris plus de 10 ans avant d'être reconnue comme coopérative; le gérant se faisait critiquer quant au manque de production et la durabilité de la coopérative était remise en question. Les leaders de la coopérative ont insisté jusqu'à ce qu'ils aient l'autorisation, en 1994. Le gérant était le promoteur du groupe, et les membres de la direction l'ont ensuite nommé à la gérance une fois le statut légal obtenu. Celui-ci est aussi actuellement très impliqué dans l'administration de la fédération où il est Président du comité de vigilance.

Une bonne partie des revenus de la communauté provient de la diaspora guatémaltèque vivant aux États-Unis et qui envoie de l'argent à leurs familles restées au village et qui sont en charge des parcelles de terres où se produit le café de la coopérative. Selon les membres de la coopérative, les conséquences de ces revenus externes ne sont pas nécessairement positives puisqu'il y a un désintérêt marqué de la part des producteurs face à la culture quotidienne du café. Une majorité des membres ne souhaitent pas travailler leur terre et certains vont même jusqu'à laisser leur parcelle de terre à l'abandon. Beaucoup de femmes dans la communauté ont un mari qui est parti vivre aux États-Unis. Ces femmes restées seules n'ont pas les mêmes capacités étant donné leurs obligations grandissantes, alors la production de café diminue tout comme la participation à la vie de la coopérative. Il y a environ 20% des associés qui sont officiellement membres de la coopérative, mais qui en réalité sont installés aux États-Unis. Malgré les efforts de la coopérative, il demeure que la compétition avec les intermédiaires qui achètent « dans la rue » est très

La Cooperativa El porvenir

(suite)

forte parce que ces derniers payent sur le champ et ne demandent pas d'implication de la part des producteurs. Les parcelles de terre appartenant aux producteurs sont plutôt petites (environ 0.8 hectares en moyenne) affectant ainsi la production qui est très faible; la moyenne est d'environ 15 *quintales* de café par personne pour une moyenne totale de 2000 *quintales* de café *pergamine* pour l'ensemble de la coopérative.

La participation et la production dans cette coopérative demeurent limitées. Il est difficile de faire participer les membres aux différents projets et surtout ceux qui sont en cours pour la certification biologique, la certification de Starbucks ainsi que celle de Utz certified. Cette dernière certification est une idée originale des producteurs de café au Guatemala en collaboration avec les torréfacteurs hollandais. Cette certification basée sur des principes semblables à FLO-cert a été créée en 1997 (<http://www.utzcertified.org/>). Le technicien agronome de la FEDECOCAGUA explique qu'il n'est pas évident d'amener les gens à s'impliquer surtout si les résultats sont à long terme, comme dans le cas des certifications. Lors de la récolte, la participation est un peu moins grande puisque les producteurs sont très occupés et ont peu de temps pour assister à des rencontres. En dehors de la période de récolte, la participation peut augmenter jusqu'à 50% mais comme le prix du café n'était pas très élevé depuis 2 ans, la participation demeure limitée. Cependant, le technicien de la FEDECOCAGUA souligne aussi que depuis mars dernier, il y a un petit regain de motivation à la suite d'une hausse des prix du café.

La structure de la coopérative donne le pouvoir à l'assemblée générale, mais la gestion au quotidien se fait plutôt à travers le gérant, les employés de la coopérative et le technicien de la coopérative. Selon les membres de la coopérative, la relation du producteur avec les acheteurs de café s'arrête à l'entrepôt de la coopérative où il amène la production. D'ailleurs, pour l'ensemble des membres de la coopérative, cet entrepôt présent dans l'infrastructure de la coopérative est un élément de fierté, comme étant la matérialisation de leur appartenance.

La Cooperativa Todo Santerita

La coopérative de Todo Santerita est située au cœur des montagnes de la région de Huehuetenango sur une route sinueuse et non pavée; l'accès n'y est donc pas facile et les infrastructures fragiles. La plupart des membres de cette communauté sont aussi membres de la coopérative. Ce sont des autochtones d'origine maya qui sont encore très attachés au mode de vie traditionnel. Le gérant de la coopérative est à la fois le fondateur de celle-ci ainsi que le chef spirituel de la communauté, il est un homme très respecté et charismatique. La majorité des producteurs parlent un dialecte, soit le *Mam*, qui est la langue autochtone de la région. Il y a 80% de la population qui parle l'espagnol et le *Mam*, il reste tout de même 20% qui ne parle pas espagnol. Les vêtements et la langue sont des éléments de leur culture qui sont très traditionnels et toujours présents au cœur de la communauté. La coopérative a été fondée en 1985 par deux associés. Aujourd'hui, ils sont 176 membres inscrits dont 134 sont des membres actifs. La motivation initiale lors de la création de cette coopérative était d'aider les petits producteurs. Elle a commencé avec une production totale de 200 *quintales* et est aujourd'hui à 10 200 *quintales* par année. La coopérative reçoit l'aide de la FEDECOCAGUA depuis sa fondation. En effet, les techniciens envoyés par la fédération ont aidé la coopérative à obtenir la personnalité juridique et ils ont ensuite aidé les producteurs à travailler en vue d'améliorer leurs parcelles de café. Les champs de compétences de la fédération, soit les techniques agricoles, l'administration et la formation ont beaucoup servi à l'amélioration continue de la coopérative et cette collaboration se maintient dans le temps. Les terres de chacun ne sont pas très grandes, i.e. les parcelles sont en moyenne de 3 hectares. Chaque producteur possède sa structure personnelle pour faire la transformation du procédé humide du café et obtenir ainsi le café *pergamine* prêt à la transformation en café vert par le processus de transformation sec effectué par la FEDECOCAGUA.

La structure de la coopérative inclut différents comités où la présence des femmes est importante. Elles sont représentées dans chaque comité (avec au moins 2 femmes par comité) et elles sont présentes aux différentes formations offertes. Le comité d'éducation a comme mandat de donner de la formation aux nouveaux membres. En effet, chaque nouvelle personne associée à la coopérative reçoit une formation sur les principes coopératifs. Le comité de vigilance est en charge de contrôler les fonds et les caisses, il

La Cooperativa Todo Santerita

(suite)

compte aussi l'argent et est en charge de ce qui est patrimoniale. 50% des gens du comité savent lire et écrire. Le comité commercialisation est responsable de la relation avec la fédération. Ils sont en charge de parler avec la FEDECOCAGUA et ils décident si le prix convient ou non. Le comité de crédit accorde les prêts aux producteurs tandis que le comité agricole est responsable de l'aide et du support technique. Tous les membres des comités sont élus par l'assemblée générale. La solidarité et la participation sont fortes dans la communauté avec une présence élevée aux réunions et une implication dans les différents projets de la coopérative. Sur les parcelles de terres des producteurs une grande importance est accordée à l'environnement. Ils ont des règles strictes pour préserver le fleuve de la contamination des fertilisants. Par exemple, ils ne doivent pas utiliser d'engrais jusqu'à une certaine distance de l'eau pour éviter de contaminer la nappe phréatique et le fleuve. Ils utilisent des pancartes indiquant les propriétaires de chaque parcelle de terre et d'autres pancartes indiquant de préserver la terre, l'environnement et les animaux.

La plupart des producteurs membres ne savent pas ce que représente le commerce équitable, mais ils savent ce que signifie le terme « certification », ce que cela implique et ils voient cela assez positivement. Au mois de juin 2007, ils travaillaient sur les formulaires pour la certification nationale, soit la certification *Maya Cert*. Avant la visite des inspecteurs, les producteurs membres voulaient s'assurer que les critères de la certification soient respectés à l'intérieur de la coopérative. La relation avec le technicien de la FEDECOCAGUA est très bonne, la réception qu'ils font de ses commentaires est favorable. Finalement, la comptable de la coopérative, dont le père est un producteur membre, met en relief le fait qu'il y a une grande fierté de cette coopérative au sein des membres de celle-ci. La coopérative a fait beaucoup d'efforts et il y a eu des améliorations, comme le nombre d'associés qui a augmenté et la forte participation qui règne au sein des membres. La relation directe avec les acheteurs n'est pas présente, mais c'est une option qui est vue comme plausible par certains membres de la coopérative.

La Cooperativa Peña Roja

La coopérative *Peña Roja* est située dans la région de Huehuetanango. L'histoire de la coopérative commence au début des années 1980. Les fondateurs de celle-ci étaient dans une autre coopérative d'une municipalité voisine. Puisqu'ils devaient toujours transporter le café jusque dans cette autre communauté, en 1980, ils ont pensé à fonder une coopérative dans la communauté même de *Peña Roja*. Ils étaient convaincus qu'il était mieux de s'unir. Ils ont travaillé, en collaboration avec la FEDECOCAGUA, dans le but de légaliser la coopérative et, au bout d'un an et demi, ils ont reçu le statut juridique officiel permettant l'opérationnalisation de la coopérative. C'est donc le 22 mai 1981 que la coopérative a obtenue la personnalité juridique. Ils ont débuté avec 22 membres et se sont rendus jusqu'à 125. Cependant, avec les mouvements de migration, certains producteurs membres se sont retirés de la coopérative, ils sont maintenant 72. La coopérative de *Peña Roja* est aussi présente dans les communautés de *Chalum* et du *Paraíso* qui sont des municipalités voisines (environ à 1 heure de voiture). Pour les membres des communautés voisines, il est plus difficile de se sentir directement impliqué dans les activités quotidiennes de la coopérative vue la distance qui les sépare.

Selon le gérant de la coopérative, plusieurs obstacles, comme les désastres naturels et les crises du prix du café, ont marqué le cheminement de la coopérative. En effet, la tornade de 1987, l'ouragan Mitch ainsi que la crise du café dans les années 1990 ont fait diminuer de beaucoup la production, parfois même à long terme, et ont souvent créé des situations difficiles pour les associés. Cependant, à chaque fois que le contexte devenait moins bon, la fédération a fourni de l'aide à la coopérative pour lui permettre de se relever. Les membres ont aussi conscience qu'ils ont été en mesure de continuer malgré les temps plus difficiles grâce à l'appui de la coopérative. Par contre, pour la coopérative, le danger est toujours présent de perdre la loyauté de ses membres en période de rareté ou lorsque le prix du café augmente ; dans ces situations, certains seront tentés de vendre leurs productions aux intermédiaires. La coopérative a commencé avec une production annuelle de 300 *quintales*. Même si la production de la coopérative a connu des hauts et des bas, depuis 2000, le rendement est en croissance et atteint aujourd'hui environ 8700 *quintales* de production. Les membres reçoivent du financement avec des taux d'intérêts raisonnables de la part de la coopérative. La fédération fournit de l'aide et du soutien technique auxquels les petits

La Cooperativa Peña Roja

(suite)

producteurs n'auraient pas accès si ce n'était à travers la coopérative. L'environnement est valorisé dans le discours au quotidien. Il y a aussi une grande volonté des membres d'obtenir la certification pour s'offrir la possibilité de garantir le produit et assurer ainsi le futur de la coopérative. Avec les accords de libre-échange, la garantie

du produit devient un critère de toute première importance et la certification permet de donner au café équitable cette garantie nécessaire. Même si le commerce équitable n'est pas directement associé à la certification, il est perçu comme étant une façon d'améliorer les conditions de vie des producteurs. Certains membres qui ont participé aux réunions de la FEDECOCAGUA s'entendent pour dire que la prime devrait maintenant être redistribuée aux coopératives membres.

Les producteurs membres se sentent informés par la coopérative et la participation est d'environ 60%. Les associés accordent à l'assemblée un pouvoir réel sur le CA. Cependant, la coopérative a connu son lot de problèmes liés à la corruption. Les administrateurs ont été aux prises avec un grave problème de confiance. Bien que les choses semblent avoir changé sur ce plan, ces situations restent et marquent l'histoire de la coopérative. Le gérant et le président du CA actuels ont déjà été en poste et sont d'ailleurs partis en raison des malentendus et des difficultés de collaboration avec les autres membres de l'époque. À la fin des conflits, les associés sont allés les voir pour leur demander de revenir. Selon le président du CA, la direction actuelle a obtenu de nouveau la confiance des associés et ceux-ci cherchent maintenant de bons rendements pour la coopérative.

2. LE CHEMIN DU CAFÉ

Le café doit passer à travers deux processus distincts pour devenir le café vert qui est le produit prêt à être exporté et ensuite torréfié. À la suite de la cueillette du café, les producteurs doivent faire passer le grain de café à travers un processus de transformation humide (*beneficio húmido*) qui consiste à enlever la pulpe du café pour arriver aux grains intérieurs et le faire séché. Le second procédé est le processus de transformation sec (*beneficio seco*) qui fait passer du café *pergamine* au café vert. Voici les étapes de la première transformation selon nos observations des différentes coopératives rencontrées.

2.1. Le beneficio húmido

- Une fois le café coupé, il doit absolument passer à la transformation humide dans la même journée pour éviter la fermentation du café. En général, tout le monde aide durant l'époque de la cueillette, les hommes, les femmes et les enfants. Les enfants travaillent soit la moitié de la journée parce que le reste du temps ils sont à l'école ou soit toute la journée s'ils n'ont pas commencé l'école.
- Le café est donc mouillé, ensuite il est passé à la moulinette pour enlever la première peau.
- Il est mouliné une seconde fois.
- Il est laissé à macérer dans de grands bacs avec un peu d'eau durant 3 jours.
- Le café est passé à travers de grands tuyaux pour ensuite être lavés dans une « rigole ».
- Après le rinçage, le café doit être séché. Comme la plupart des coopératives n'ont pas les moyens d'avoir une sécheuse à café, ils utilisent donc le séchage naturel, c'est-à-dire que le café est étendu au soleil et doit rester ainsi jusqu'à ce qu'il soit complètement sec.
- Le résultat est ce qu'on appelle le café *pergamine*. C'est ce café qui est vendu à la coopérative et qui est envoyé à la FEDECOCAGUA.

2.2. Le Beneficio seco

- Le café est reçu à l'entrepôt général de la FEDECOCAGUA (la *bodega*).
- La première étape est un nettoyage servant à trier les grains de café des différentes petites pierres ou tout ce qui n'est pas grains de café et qui se seraient glissés dans les sacs de café *pergamine*.
- L'étape suivante fait passer le grain de café à travers une seconde machinerie qui fonctionne avec la pression de l'air et qui sépare l'enveloppe du grain de café.
- Ensuite, le procédé de séparation dépend de la commande du client. À l'aide d'une autre machine, soit les petits grains sont enlevés, soit les grains noirs ou plus foncés sont séparés de la commande. Il y a un marché pour tous les types de grain, alors pratiquement rien n'est jeté.
- Le dernier procédé de triage passe par une machine qui amène le café sur une table de triage manuelle faite par des employés en très grande majorité féminine.
- Le café est ensuite emballé, via une autre machine qui est programmé pour faire des quantités exactes de 64 kilogrammes. L'origine et la destination du café sont inscrites sur le sac pour assurer sa traçabilité.
- Finalement, le café est entreposé pour ensuite être livré au port où il sera envoyé chez son acheteur.

Avec chaque envoi, il y a un échantillon qui est emballé (*la muestra*). De cette façon, avant de faire la torréfaction de toute la production, le client peut tester le produit et ainsi décider s'il souhaite ou non recevoir la quantité prévue. Il s'agit d'un contrôle de qualité.

3. LA BODEGA

L'entrevue avec le gérant de la bodega de la FEDECOCAGUA a permis de comprendre la structure de cet élément faisant partie de la fédération, le fonctionnement technique de la production du café ainsi que l'impact de la traçabilité.

3.1. La structure

La *bodega* est l'entrepôt où le café est d'abord entreposé, ensuite transformé via le processus de transformation sec du café et entreposé de nouveau jusqu'au moment de l'exportation, soit de transporter jusqu'au port.

Le gérant de la *bodega* fait une prévision mensuelle des contrats avec les informations qu'il reçoit de la fédération. Il présente donc un horaire indiquant les quantités qu'il doit envoyer à des dates précises pour respecter les engagements pris auprès de leur clientèle. Certains de leurs acheteurs sont plus flexibles tandis que d'autres souhaitent obtenir leur produit à un moment très précis. Avec tous ces niveaux de spécificités et de détails, le calendrier doit être respecté de façon très étroite en vue de conserver une bonne relation avec la clientèle.

Les trois sections principales de l'entrepôt sont les suivantes : le chargement et le déchargement, les machines et la transformation ainsi que le travail des femmes, soit le ménage et le tri du café (impliquant le travail de 10 à 15 femmes). À l'époque, il y avait beaucoup plus de femmes qui travaillaient, mais depuis la mécanisation, le besoin est moins grand. La plupart des femmes qui ont perdu leur emploi se sont réunies pour former une autre coopérative, les autres travaillent dans les *maquiladoras*. Le dernier groupe de travail est lié à l'administration de l'entrepôt et aux gardiens de sécurité.

Le lien entre la gérance de la *bodega* et le siège social de la FEDECOCAGUA est un lien fort. Le gérant de l'entrepôt apprécie sa position et le travail qui est fait auprès des producteurs. Il a une conscience de l'importance de la qualité de vie des petits producteurs.

L'entrepôt n'a pas de relation directe avec les clients. Le gérant de la *bodega* fait la planification et l'envoi, alors que le responsable de la commercialisation est en contact avec les acheteurs pour tout ce qui touche aux contrats.

3.2. La traçabilité

La traçabilité est employée pour s'assurer du contrôle de la qualité, et dans le cas du travail avec les petits producteurs, cette technique est importante pour savoir d'où vient le café et valider ainsi son origine. De plus, c'est aussi une façon d'impliquer le rôle du producteur et de lui démontrer son importance à travers la chaîne logistique du café. La méthode de traçabilité peut être résumée comme suit :

- Envoie de café : Le producteur amène le café à la coopérative qui possède un registre des parcelles des producteurs. Le technicien peut donc vérifier les méthodes de récolte. Le café est ensuite transporté jusqu'à l'entrepôt régional de la FEDECOCAGUA. Sur la facture du producteur qui vient avec l'envoi du café *pergamine*, un numéro important est inscrit. Le café *pergamine* est entreposé dans les bonnes conditions (ex : vérification du taux d'humidité) avant d'être transformé en café vert.
- De l'entrepôt régional, le café est envoyé à l'entrepôt central de FEDECOCAGUA. Il est toujours entreposé séparément selon trois catégories : conventionnel, biologique et équitable. Le numéro qui était sur la facture du producteur se retrouve ensuite sur la copie de la facture et sur le sac de la quantité envoyée à l'entrepôt lors de la transformation.
- Ce numéro se retrouve aussi sur le rapport de production pour être en mesure de repérer d'où vient la production.
- Ensuite, sur la carte du Port pour l'exportation, est ajouté au numéro du produit, le numéro international et le numéro de l'entreprise. Ex : 11-30-XXX, le 11 est le code du Guatemala, le 30 celui de la FEDECOCAGUA et ensuite le code du produit.

- À la dernière étape, le numéro se trouve à être sur la facture du client pour pouvoir repérer à tout moment l'origine du produit. Et pour compléter le processus, le client peut tester l'échantillon envoyé en même temps que les quantités achetées.

Le gérant de l'entrepôt souligne qu'il « s'appuie sur la qualité pour aider à sortir les producteurs de la pauvreté. Je sens que la fédération fait vraiment quelque chose pour les petits producteurs ». En plus de cette méthode de traçabilité, la fédération fournit aussi de l'assurance technique et se charge de l'organisation de réunions de dégustation pour s'assurer de la qualité. Toujours selon lui, « grâce à ça, aujourd'hui, les petits producteurs exportent à Nestlé et Starbucks, chose qu'il ne pouvait pas faire avant ». La FEDECOCAGUA planifie aussi des réunions pour trouver des solutions aux divers problèmes et s'assurer de maintenir la qualité et le niveau de vie aux producteurs. Le gérant de la *bodega* affirme qu'il n'est pas au service de la FEDECOCAGUA « seulement pour le travail, mais aussi pour la relation avec les gens ». En effet, c'est la passion du métier et la relation avec les producteurs membres qui donnent envie au gérant de l'entrepôt d'occuper cet emploi quotidiennement, et non pas la seule nécessité de travailler pour gagner sa vie.

4. LA COMMERCIALISATION DU CAFÉ

La chaîne logistique du café inclut plusieurs acheteurs. Les coopératives représentent les intérêts des producteurs face à la fédération et c'est la fédération qui se charge de négocier toutes les ventes de café. Les acheteurs de café passent généralement par un importateur, mais il existe tout de même une relation parfois formelle (à travers des contrats) ou informelle (par communication ou par visite des acheteurs) entre la fédération et les acheteurs. Comme la FEDECOCAGUA possède une licence d'exportation, elle n'a pas besoin d'un exportateur et peut passer directement par le port pour faire l'envoi de la marchandise.

4.1. La construction de la relation avec les acheteurs

La première exportation de la fédération a été faite à destination de la Hollande en 1973. À l'époque, selon le responsable de la commercialisation, cette transaction respectait les principes qui avaient été établis par le commerce équitable. Depuis ce temps, la fédération tente de fournir un meilleur prix à ses coopératives membres.

À la suite de leur première exportation, la fédération a commencé à se forger une réputation et à se faire des clients un peu partout en Europe, en Amérique du Nord et au Japon. La fédération compte maintenant sur trente-sept années d'expérience.

La FEDECOCAGUA a commencé modestement avec 50 tonnes (soit 3 conteneurs pour environ 2 000 *quintales*) de cafés verts exportés. Lorsque les acheteurs au Nord ont été mis au courant qu'il existait une fédération de coopératives de petits producteurs, ils ont été intéressés à en savoir plus et à commander du café de cette organisation. Au début il y avait plus de demande que d'offre. Maintenant la fédération exporte environ 400 000 *quintales* par année. Avec toute cette quantité de produit à commercialiser, ce n'est plus la totalité du produit qui va sur le marché de l'équitable puisqu'il y a plus d'offre que de demande. La part vendue à travers le commerce équitable est d'environ 25% de la production annuelle de FEDECOCAGUA.

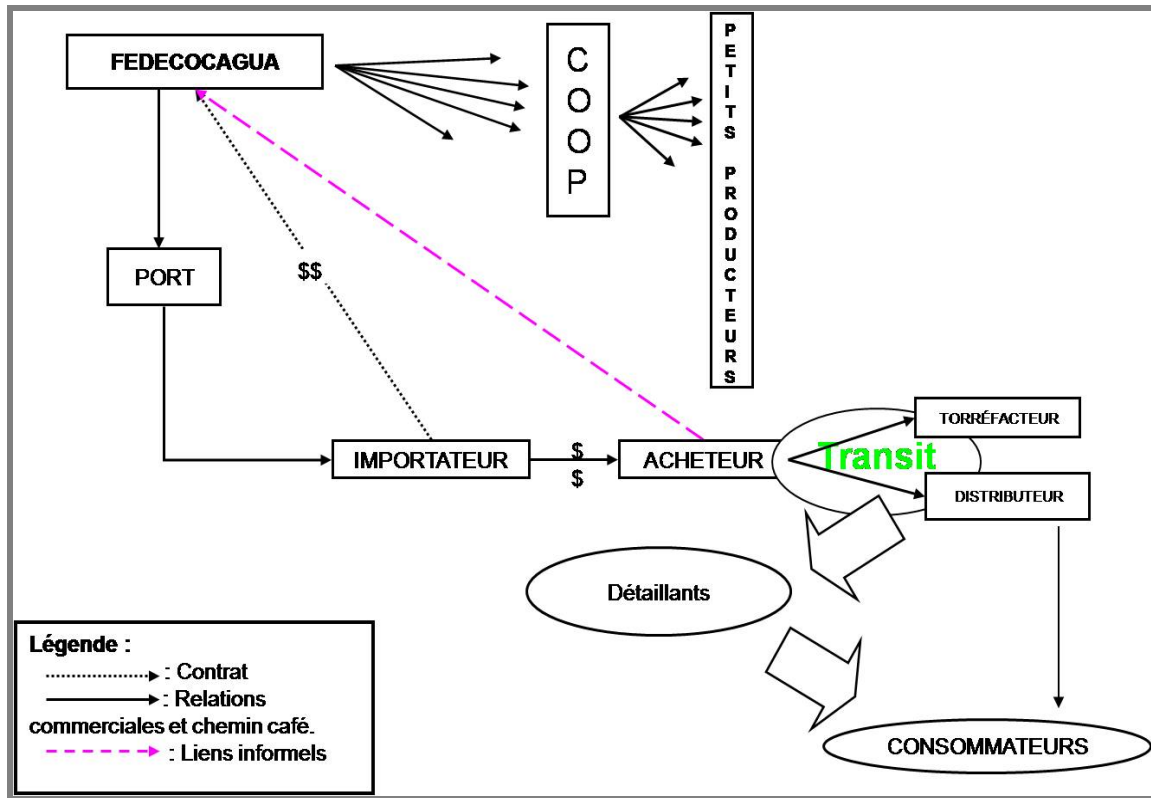
Le responsable de la fédération affirme que la compétence de base de la fédération est centrée autour d'une bonne connaissance du terrain, c'est-à-dire un lien fort avec les coopératives, une connaissance des régions et un contrôle de la qualité qui s'effectue à travers la traçabilité. De cette façon, lorsque les acheteurs souhaitent un produit d'une région spécifique du Guatemala ou

travailler avec une coopérative en particulier, la fédération sert à ce moment là de véhicule pour permettre d'établir cette relation. Les acheteurs intéressés peuvent directement faire leur demande par téléphone ou par écrit au responsable de la commercialisation et la collaboration commence de cette façon là.

Les lieux d'exportations sont en Europe (Hollande, Suisse, Allemagne, Angleterre, Irlande, Écosse, Norvège, Suède), en Israël, aux États-Unis, au Japon, au Canada et un peu en Chine. Le marché de la FEDECOCAGUA représente 5% des exportations totales de café du Guatemala.

Nous pouvons schématiser la relation entre FEDECOCAGUA et Transit (acheteur de petite quantité de la fédération) et la représenter par la figure suivante. Elle permet de visualiser les relations contractuelles, le chemin physique du café et les liens informels qui se créent à travers les différentes relations illustrées. Tel que présenté ici, Transit doit encore passer par un importateur pour acheter sa production de café. Mais comme le directeur de Transit est allé visiter la FEDECOCAGUA et quelques coopératives, une relation informelle est en train de se créer.

FIGURE 2
Modélisation de la relation FEDECOCAGUA-Transit



Source : Loranger-King, d'après l'entrevue avec directeur commercialisation

4.2. Les aspects financiers de la commercialisation

Le responsable de la commercialisation explique le défi financier auquel est confrontée la fédération à l'heure actuelle. Il y a un problème de disponibilité monétaire et donc de liquidité (*cash flow*). En premier lieu, la problématique tourne autour de la structure de taxation du Guatemala; certaines organisations productrices de café vont profiter de la situation et ainsi faire des opérations frauduleuses laissant aux organisations comme les fédérations et coopératives de café, des conséquences désastreuses. En effet, le système de taxation actuel permet aux coopératives, selon la loi sur les coopératives, de se faire rembourser les taxes à l'exportation pour leur fournir un avantage financier ; mais la réalité est tout autre. Plusieurs *coyotes*¹ sont mandatés par des entreprises exportatrices pour acheter du café. Ceux-ci ne paient pas de taxes puisque l'achat se fait de façon informelle. En même temps, des entreprises sont créées de toute pièce seulement dans le but de fournir de fausses factures pour réclamer les remboursements de taxe. Cependant, comme ceux-ci n'ont jamais payé la taxe initiale, cette stratégie a des conséquences négatives sur l'économie du pays. Finalement, en 2005, cette situation passe un cap lorsque les chiffres démontrent que la quantité exportée par les intermédiaires est plus élevée que la quantité réelle de café produit. Enfin, les coopératives n'arrivent plus à se faire rembourser et le prix du café sur le marché local est gonflé de façon artificielle laissant peu de marge de manœuvre à la fédération. Cela cause un impact important sur les résultats financiers de la fédération qui sont plus négatifs rendant les opérations de demande de crédits difficiles à réaliser. Le responsable de la commercialisation mentionne que :

par exemple, dans le cas du commerce équitable, les organisations n'ont pas reçu de pré-financement cette année parce qu'ils ont eu de mauvais résultats en raison du problème avec l'impôt. Les chiffres ont été négatifs alors il y a eu des problèmes de financement. C'est une compétition déloyale aussi de la part des impôts guatémaltèque.

Comme FEDECOCAGUA doit financer ses coopératives membres pour leur permettre de faire une bonne production, cette situation est très problématique. A ce sujet, le responsable de la commercialisation est allé sur la place publique pour que les faits sortent au grand jour. Cette situation est aussi mentionnée dans les premières pages du rapport annuel 2006-2007 de FEDECOCAGUA :

At the present time the cooperative movement in Guatemala is passing through on of the most critical moments, in the agriculture sector and specifically in the production of coffee [...]. Now the present situation has dealt the cooperative movement a mortal blow due to the refunding of the value added tax credits.

¹ Les coyotes sont des intermédiaires qui achètent le café des petits producteurs au prix de la bourse, mais pour une somme qui est remise immédiatement. Contrairement aux coopératives ou associations, ceux-ci n'offrent aucun soutien technique et aucune garantie et aucun prêt. Ils sont souvent engagés par de plus grandes compagnies.

En deuxième lieu, la problématique concerne le financement et la structure des ventes. La fédération assume une bonne partie du financement des coopératives. Par contre, elle se retrouve pendant un certain laps de temps sans revenu étant donné que les paiements des acheteurs se font pendant une autre période de l'année. En effet, la fédération subit des pressions financières puisqu'elle finance la période de récolte qui s'échelonne sur quelques mois et doit attendre à la livraison du café avant que les acheteurs paient pour le produit. En résumé, le responsable de la commercialisation met en lumière que pour la période avant récolte, ils ont besoin de fonds, tandis que lors de la cueillette, même s'ils commencent déjà à livrer leur café, les ventes se font seulement à la fin de la récolte. Voici un exemple chiffré des derniers résultats où le pourcentage représente la quantité de café livrée à la clientèle.

TABLEAU 1
Pourcentages de café livré selon les trimestres

	1^{er} trimestre oct-déc	2^e trimestre janv-mars	3^e trimestre avril-juin	4^e trimestre juillet-sept
2004-2005	7.41%	38%	38.63%	13.70%
2005-2006	8.43%	34.29%	38.48%	17.52%
2006-2007	4.63%	28.37%	45.87%	20.69%

Source : Loranger-King, d'après l'entrevue avec directeur commercialisation

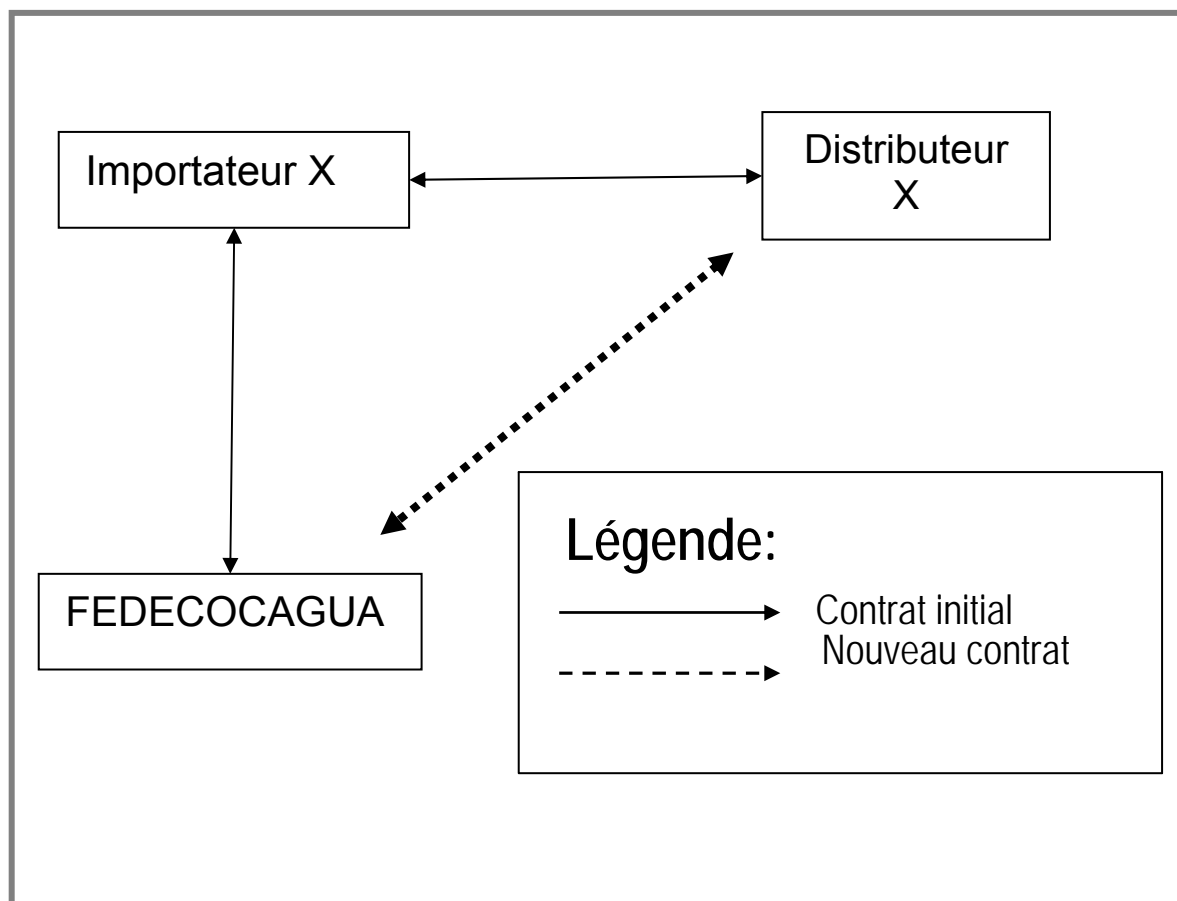
Le problème provient du fait que la récolte est effectuée durant les deux premiers trimestres et que la clientèle achète une majorité de la production pendant les deux derniers trimestres. Ils font donc leur vente à la finale de la récolte, jusqu'à 67% de avril à septembre dans le cas de 2007. Ceci crée un problème de *cash flow* puisque de octobre à novembre, il y a une quantité de café récolté, mais les exportations ne se font pas avant la fin de l'année. Comme l'explique le responsable de la commercialisation, la situation devient de plus en plus difficile puisque les chiffres ont changé beaucoup de 2004 à 2007, laissant un pourcentage de vente de plus en plus élevé lors des derniers trimestres.

4.3. La relation avec les acheteurs

Les relations avec les clients de la fédération se font surtout via des contacts téléphoniques, par courriel ou par des échanges de télécopies, comme nous l'avons mentionné plus haut. Cependant, certains représentants des partenaires commerciaux viennent parfois visiter la fédération. Dans le cas de Transit (<http://www.letransit.com/cgi-ole/cs.waframe.singlepageindex>), le directeur général est venu visiter la fédération et quelques coopératives membres. La majorité des clients ne viennent pas sur le terrain, mais il arrive quand même que des visites se fassent pour que les clients observent le fonctionnement de la FEDECOCAGUA et voient comment le café qu'ils achètent est produit. Dans des cas plus rares il y a des représentants des entreprises qui achètent du café qui sont installés au Guatemala et sont en communication directe et quotidienne avec la fédération. Nous avons rencontré un représentant d'une compagnie japonaise qui était présent sur le terrain et qui connaît bien la fédération et ses coopératives membres de qui son entreprise achète le café.

La relation avec les collaborateurs au Nord est, pour certains clients, basée sur la confiance et sur le long terme explique le directeur commercialisation. Mais depuis que les connections se font aussi via Internet, les relations peuvent maintenant se faire avec des « inconnus ». La FEDECOCAGUA entretient ces deux types de relation. Par exemple, la relation avec Café Nelligan de Transit a commencé par un *trader* (l'importateur est considéré comme un trader) puisque cette entreprise québécoise n'était pas connue par la fédération. La figure suivante présente un exemple des contrats qui peuvent s'établir entre le distributeur et le producteur.

FIGURE 3
Exemple de contrat initial et potentiel entre producteur et distributeur



Source : Loranger-King, d'après les données collectées sur le terrain

Une fois que la relation est entreprise entre le client acheteur et la fédération de coopératives de producteurs, la relation peut se faire de façon plus directe et ne pas nécessairement passer par l'importateur pour les contrats.

Mais il reste que le rôle de l'importateur est primordial pour la logistique, soit le chemin concret du café. La fédération ne connaît pas tous ses clients, parfois elle fait affaire seulement avec l'importateur. Il y a aussi des situations où l'acheteur reçoit le café sans indication du producteur, il s'agit alors d'un *blind shipment*, cela signifie que la fédération n'est pas connue du client. Le responsable de la commercialisation explique que pour le bien des producteurs, il faut que chaque acteur garde son rôle pour s'assurer que les contrats soient respectés et ainsi garder l'aspect de la confiance. La fédération ne souhaite pas que les coopératives signent des contrats avec les acheteurs puisqu'elle estime qu'au niveau logistique et financier, ce n'est pas avantageux pour les petits producteurs. La plupart des producteurs membres des coopératives visitées ne savent pas où le café est acheminé après l'entrepôt régional de la FEDECOCAGUA.

Les attentes de la FEDECOCAGUA face aux acteurs du Nord sont au niveau d'une relation de transparence avec le Sud. C'est ce que la fédération souhaite, mais ce n'est pas exactement ce qu'elle observe. Le responsable de la commercialisation affirme que :

nous ouvrons toujours tous nos livres [de comptes], nous donnons toutes les données au Nord, que ce soient aux importateurs ou tout autre acteur de l'industrie. Tandis que eux, ils n'ouvrent pas leurs livres, il n'y a pas de transparence et il y a un manque d'information. On exige toujours plus aux pauvres. C'est-à-dire que nous disons ce que nous gagnons et comment on le gagne. Mais nous n'avons pas d'information sur ce qui se passe au Nord.

Il mentionne aussi que bien que certaines relations sont meilleures que d'autres, le manque d'information en provenance du Nord est chose récurrente.

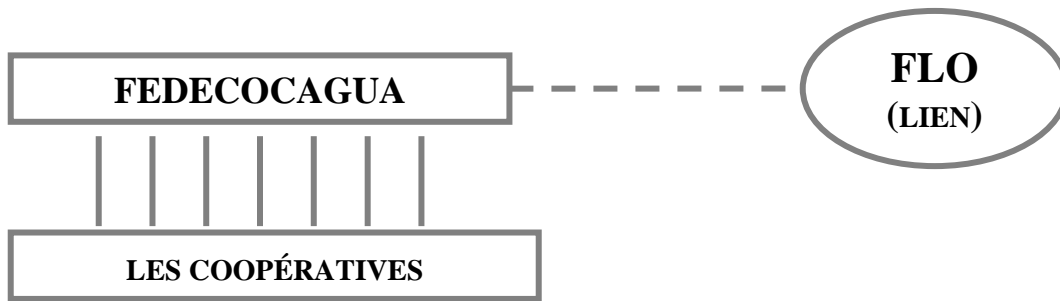
Quant aux responsabilités des acheteurs, dans le contexte de libre-échange, il est difficile de parler de quelconques obligations. Les responsabilités se limitent donc à l'échange lui-même. Cependant, que ce soit à travers le commerce équitable ou non, il y a tout de même certaines règles éthiques à respecter, rappelle le directeur de la commercialisation, et cela se fait par un certain engagement de la part des acheteurs avec une relation basée sur le long terme ainsi qu'un partage des intentions d'achats et du programme annuel d'achat du client. Dans le contexte équitable, il y a aussi une certaine obligation de faire la promotion du label équitable et de FEDECOCAGUA comme fédération de petits producteurs. Finalement, même si ce n'est pas parfait, la majeure partie de la clientèle respecte ces principes, souligne le directeur de la commercialisation. La FEDECOCAGUA se sent respectée par la majorité de ses clients.

4.4. Le lien avec la certification équitable

Même si les premières exportations de FEDECOCAGUA ont été faites sous les critères du commerce équitable, cela a pris beaucoup de temps avant que la fédération puisse être reconnue par les institutions de certification. Le directeur de la commercialisation explique que FEDECOCAGUA n'était pas acceptée par les acteurs du commerce équitable puisqu'elle représentait une organisation qui avait grandi rapidement et que les gens de la « gauche » présents dans les mouvements alternatifs du commerce équitable n'aiment pas les gros joueurs. De surcroît, pendant longtemps, les organisations de deuxième niveau n'étaient pas admises au sein du commerce équitable, c'était seulement les coopératives individuelles qui étaient admises ; il y avait donc 14 coopératives membres de la FEDECOCAGUA qui avaient obtenu la certification. FLO (<http://www.fairtrade.net/>) hésitait à fournir la certification de peur que les critères de démocratie et de participation inhérents au commerce équitable ne soient pas réalisés à travers les organisations de deuxième niveau². Mais la fédération a lutté pour obtenir la certification et l'a obtenu en 2001, au moment où FLO a révisé sa position sur les organismes de deuxième niveau. Aujourd'hui, le responsable de la commercialisation affirme que la FEDECOCAGUA agit un peu comme un « père de famille » ou comme un « parapluie » dans le fonctionnement de la certification. Tout comme le père de famille transmet son nom de génération en génération, la fédération obtient la certification et ainsi toutes les coopératives l'obtiennent *de facto* comme le présente la figure suivante.

² Voir Pierre W. Johnson, *Situación actual de los mercados justos en Guatemala*, Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD), 2006.

FIGURE 4
Lien entre FEDECOCAGUA- Coopératives dans le commerce équitable



Source : Loranger-King, d'après l'entrevue avec directeur commercialisation

Cependant, pour être en mesure de garder la certification, les coopératives doivent satisfaire les critères élaborés par les institutions de certification. C'est la fédération qui est en charge de vérifier le respect de ceux-ci au quotidien tandis que des inspecteurs de FLO viennent vérifier de façon aléatoire le fonctionnement des coopératives membres et ce, annuellement. FEDECOCAGUA a fait l'objet de deux avertissements/suspensions de la part des inspecteurs de FLO-cert en Amérique centrale relativement au fait que la fédération a utilisé la prime du commerce équitable pour moderniser toutes les infrastructures liées à la *bodega* de la fédération et n'ont pas été remis directement aux coopératives membres. Aux coopératives et aux critiques externes qui estiment que la prime devrait être redistribuée aux petits producteurs, le responsable de la commercialisation répond que ce n'est pas la solution. Il explique que l'utilisation de la prime a été dirigée vers une modernisation qui sert à l'ensemble des producteurs puisque cela permet une meilleure commercialisation du café et donc de plus grands revenus pour les producteurs

Ce partage de la prime, qui se fait à l'ensemble des coopératives et non pas de façon individuelle, donne l'impression à la fédération d'agir avec une plus grande justice. Le responsable de la commercialisation explique que comme la fédération obtient les meilleurs prix, alors toutes les coopératives obtiennent un meilleur prix. De plus, c'est la prime qui a permis de faire le *beneficio seco* pour l'utilisation de tous. Sur un investissement total de 2 millions, ils ont reçu 300 000\$ du commerce équitable. La fédération a donc investi plus que les revenus du commerce équitable ont pu fournir. Lorsque des coopératives se séparent de la fédération, comme cela a été le cas pour la coopérative Rio Azul qui souhaitait avoir sa certification propre, cela divise la coopération et le responsable de la commercialisation trouve que ce n'est pas souhaitable.

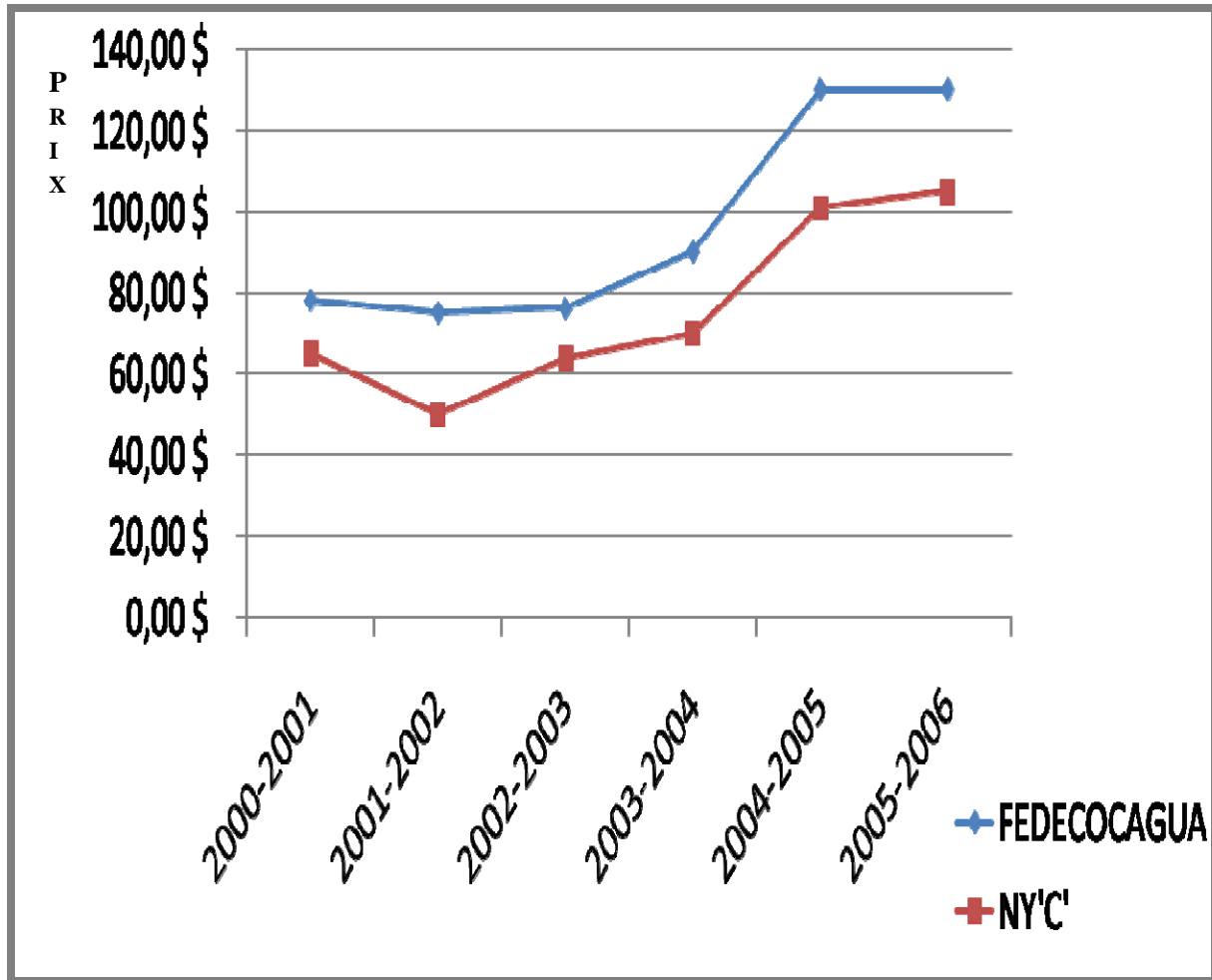
Les conséquences de la certification sont vues comme étant positives par le directeur qui ajoute que la demande équitable n'est cependant pas assez grande. En effet, c'est seulement 30% des ventes de la FEDECOCAGUA qui sont faites sur le marché de l'équitable. La certification équitable a bonne réputation au sein des coopératives membres et chez les producteurs et le directeur de la commercialisation estime que ce sont des acteurs comme FEDECOCAGUA qui aide à construire le commerce équitable même s'ils n'ont pas la reconnaissance totale des acteurs extérieurs.

Pour ce qui est des autres certifications telles que Maya cert, Rainforest alliance, Starbucks, Utz Kapeh, etc. ce sont les coopératives qui doivent faire le processus de façon individuelle. Les techniciens de la fédération représentent donc une ressource importante pour aider les coopératives à travers ces étapes bureaucratiques qui permettent d'obtenir la certification et promouvoir un appui avant la visite des inspecteurs en charge de faire l'évaluation des coopératives.

4.5. Le prix du café

Les prix accordés par FEDECOCAGUA sont, en général, un peu au-dessus de celui établi par la Bourse de New York. Le graphique suivant met en lumière cette différence de prix dans les cinq dernières années :

GRAPHIQUE 1
Prix du café FEDECOCAGUA et la bourse de New York entre 2000 et 2006



Source : Rapport Annuel FEDECOCAGUA 2006-2007

Cependant, la critique la plus importante sur le commerce équitable (autant de la part du responsable de la commercialisation que des gérants des différentes coopératives membres visitées) tourne autour du prix. En effet, le prix du commerce équitable ne reflète pas toujours les coûts réels et s'il se rapproche du prix du marché conventionnel, les avantages diminuent rapidement puisque la certification demande plus de travail aux groupes de producteurs. L'intérêt pour le commerce équitable est volatile et est influencé par le prix de la Bourse de New York. Lorsque la demande de café diminue et l'offre la dépasse, comme cela a été le cas en 2000, le prix de la bourse diminue radicalement rendant le prix fixe du commerce équitable fort attrayant pour les petits producteurs. À l'inverse, l'augmentation du prix de la bourse de New York causée par une augmentation de la demande de café engendre une diminution de l'intérêt face au commerce équitable qui a beaucoup plus de barrières à l'entrée que le café conventionnel, mais qui, dans le cas échéant, n'offre pas un prix beaucoup plus élevé que celui du marché. Depuis 2005, le prix de la bourse a augmenté de façon significative, laissant les acteurs du mouvement équitable, dans une situation fort précaire. Cette situation est ressentie par la fédération qui perd une partie de la production au profit des *coyotes* qui payent rapidement sans exiger quoi que ce soit de la part des producteurs. La fédération continue donc sa lutte pour augmenter ses ventes et assurer aux producteurs membres des avantages que ne fournissent pas les intermédiaires et garder une relation stable malgré la fluctuation du marché.

CONCLUSION

Le Guatemala est un pays dont l'économie repose en grande partie sur l'exportation des matières premières et le café est une de ces ressources très importantes. Les petits producteurs de café du Guatemala représentent une force de travail très grande en termes de nombre de personnes.

Dans ce cadre là, FEDECOCAGUA est un acteur important qui travaille avec 20 000 petits producteurs membres des coopératives affiliés à la fédération. Celle-ci vend environ 25% de sa production via le marché du commerce équitable.

FEDECOCAGUA estime qu'elle travaille au bien-être général des petits producteurs en tentant, comme nous l'avons vu, d'augmenter le plus possible leur capacité collective de commercialisation et en leur offrant formation et soutiens techniques. Cette fédération met de l'avant l'importance des conditions de vie des petits producteurs de café du Guatemala et souhaite obtenir une plus grande reconnaissance à l'échelle nationale et internationale.