

Acheter français et "commerce équitable" : réfléchissez !

Mise à jour : 17/02/2014

Achetez français !

Le ministre Arnaud Montebourg fait la publicité du Made in France : « Soyez patriotes » dit-il, « achetez français ! »

Mais un vêtement acheté en France coûte plus cher que le même (sa copie, peut-être) fabriqué en Asie. Supposons donc que deux vêtements me plaisent autant, celui fabriqué en France et vendu 50€ et celui fabriqué en Asie vendu 10€.

Si je fais l'effort d'acheter français, je dépense 40€ de plus qu'en achetant asiatique. Mon salaire est le même que j'achète français ou asiatique. Donc, si j'achète asiatique je dispose de 40€ pour acheter *en plus* d'autres produits ou services, obtenant ainsi *plus* de plaisir qu'en achetant français ; et ces 40€ dépensés en France y feront travailler d'autres ouvriers.

Ces ouvriers seront français à 71%, car statistiquement 29% du PIB (6) français vient de produits ou services importés. Donc, tout en me faisant autant plaisir qu'avec un vêtement français, le vêtement asiatique me permettrait d'acheter aussi en France 71% de 40€, c'est-à-dire 28€ : je ne serais pas un aussi mauvais patriote qu'un achat initial à l'étranger pourrait le laisser croire.

Du point de vue économique, l'achat d'un produit à 50€ par patriotisme ne se justifie que s'il subventionne une activité française non-compétitive (50€ contre 10€) *mais susceptible de le devenir*. Subventionner une activité économiquement condamnée pour non-compétitivité est un gaspillage d'argent, car il prive de 28€ de travail d'autres ouvriers français, dont statistiquement l'activité est viable.

En outre, une partie du montant importé permet à des étrangers d'acheter des produits français. Un pays qui ferme ses frontières aux importations est sanctionné par les pays étrangers, à la fois par mesure de rétorsion et parce qu'ils n'ont pas gagné les moyens d'acheter chez lui.

M. Montebourg a pris l'exemple d'une marinière, un achat de consommateur. Mais qu'en est-il d'un achat d'entreprise destiné à l'investissement ? L'entreprise française l'achète pour améliorer sa propre compétitivité. Si, pour une même amélioration, elle paye le produit plus cher par patriotisme, elle gaspille la différence et perd en cela de la compétitivité, privant ensuite ses employés d'une certaine quantité de travail.

Conséquences

A prix égal, il faut évidemment préférer le produit français. Mais le patriotisme économique n'est justifié du point de vue de nos emplois que s'il subventionne une activité d'avenir qui en a *provisoirement* besoin. La fabrication de la marinière portée par le ministre n'en ferait partie que si elle échappe à la concurrence des pays à main d'œuvre bon marché, *si c'est un produit de luxe acheté même cher, par exemple parce qu'il est français*.

Les résultats statistiques de la mondialisation

De manière générale, les réflexes « Acheter français » et « Se protéger de la mondialisation » sont des attitudes de repli sur l'hexagone caractéristiques des peuples faibles ou en déclin. Les peuples forts, comme la Chine ou les Etats-Unis, ont une attitude dynamique de conquête des marchés étrangers. Cette attitude a permis la croissance explosive du commerce mondial depuis 1950 (1), croissance qui a entraîné celle du PIB et permis à plus d'un milliard d'êtres humains de sortir de la misère : plus les pays commercent, plus chacun peut se spécialiser dans ce qu'il sait produire le mieux, plus sa productivité croît en entraînant son niveau de vie. Et la croissance de la productivité entraîne celle du PIB, qui entraîne la création d'emplois.

Les Nations unies évaluent chaque année l'*Indice de développement humain* (IDH) des divers pays (2). Cet indice, variant de 0 (très mauvais) à 1 (excellent), prend en compte à égalité trois aspects statistiques du développement d'une population :

- La santé, mesurée à travers l'espérance de vie à la naissance ;
- Le niveau d'éducation, mesuré pour deux tiers par le taux d'alphabétisation des adultes et pour un tiers par le taux de scolarisation ;
- Le niveau de vie, au sens du Produit Intérieur Brut (6) par habitant en parité de pouvoir d'achat.

Région ou pays	IDH en 2012	Croissance moyenne de l'IDH		
		de 1980 à 1990	de 1990 à 2000	de 2000 à 2012
France	0,89	7,5 %	8,5 %	4,6 %
Norvège	0,96	5,9 %	7,9 %	3,5 %
Développement humain très élevé	0,91	5,6 %	5,9 %	4,3 %
Développement humain élevé	0,76	8,1 %	5,8 %	8,6 %
Développement humain moyen	0,64	13,8 %	13,2 %	15,5 %
Développement humain faible	0,47	10,5 %	9,5 %	19,4 %
Etats arabes	0,65	15,6 %	12,1 %	11,3 %
Asie du Sud	0,76	15,8 %	11,9 %	17,2 %
Afrique subsaharienne	0,48	5,8 %	4,4 %	16,1 %
Monde	0,69	6,8 %	6,4 %	8,2 %

Rapport des Nations unies sur le développement humain 2013, page 163

On voit que sur 10 à 12 ans l'IDH n'a jamais cessé de progresser, ses progrès les plus importants étant dans les pays les plus faiblement développés ; ceux-ci rattrapent peu à peu les pays les plus développés.

Donc les politiciens qui combattent la mondialisation trompent les citoyens, avec l'aide des journalistes qui ne connaissent pas suffisamment son intérêt pour le progrès des peuples pour les contredire. Et les résultats sont là (3) :

- 82 % des Français estiment que la mondialisation est négative pour l'emploi en France et près de 70 % que la mondialisation est négative pour les déficits publics du pays.
- Près de trois Français sur quatre prônent une augmentation du protectionnisme.

Ils se sont laissés tromper et pensent que le pays ne peut aller que toujours plus mal.

Conclusion

En laissant entendre, par son exemple d'achat de marinière Made in France, qu'un tel achat patriotique sauvegarde toujours nos emplois, le ministre nous trompe ; il nous incite à subventionner des activités sans avenir en nous privant d'autres produits ou services et en privant de travail d'autres ouvriers français. Hélas, la plupart de gens ne se rendent pas compte de cette tromperie, notamment les journalistes qui diffusent son message, devenant ainsi ses complices.

Le commerce équitable

Voici un cas particulier de la règle précédente :

« Le patriotisme économique n'est justifié du point de vue des emplois que s'il subventionne une activité d'avenir qui en a *provisoirement* besoin. »

Dans les pays pauvres il y a plus d'un milliard d'agriculteurs exploités. Des négociants leur achètent leur production aux prix mondiaux soumis à la concurrence, c'est-à-dire le moins cher possible ; et si une année le prix mondial d'un produit baisse, la réduction est répercutée sur ses producteurs. L'équité et le respect du besoin d'un minimum de revenu pour vivre n'entrent pas en ligne de compte : la mondialisation est alors inhumaine.

Des citoyens des pays riches soucieux de partager un peu de leur argent avec ces paysans pauvres ont donc fondé des associations, comme Max Havelaar (4). Leurs actions de solidarité sont du *commerce équitable*. Les membres ou franchisés d'une telle association achètent certains produits d'agriculteurs pauvres à *un prix plus élevé que le marché et garanti d'une année sur l'autre*, ce qui permet à ces agriculteurs de vivre mieux.

On trouve ainsi dans nos hypermarchés des produits "commerce équitable" : café, chocolat, etc., souvent vendus sous marque de distributeur. Naturellement, à qualité égale avec les produits "commerce soumis à la mondialisation", ils sont plus chers. Leur part de marché reste faible par rapport aux produits concurrentiels : trop peu de consommateurs acceptent de payer un supplément de prix par solidarité avec des paysans de pays lointains.

Le problème du commerce équitable

Il y a cependant un problème avec le principe même d'une aide aux producteurs pauvres pendant de nombreuses années : *la dépendance*. Ces producteurs, pouvant compter sur un "prix plus élevé pour cause de solidarité", risquent de se contenter de leur mode de travail traditionnel, de ne pas faire d'effort pour devenir plus compétitifs. Ils risquent de demeurer éternellement des assistés, alors que certains producteurs non subventionnés feront des progrès.

Les acteurs du commerce équitable devraient donc suivre la même règle que les consommateurs français qui acceptent de payer plus cher, par patriotisme, un produit Made in France : limiter leurs subventions au temps nécessaire aux producteurs de ce produit pour devenir concurrentiels. Et, pour commencer, ils devraient apporter à ces producteurs une aide non financière : formation, don d'outils plus modernes et de semences supérieures, creusement de puits, etc.

Références

(1) Site officiel de l'OMC (Organisation Mondiale du Commerce)

http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2013_e2/charts_e/chart01.pdf

Graphique montrant la croissance des exportations mondiales et celle, corrélée, du PIB de 1950 à 2002.

(2) Rapport des Nations unies sur le développement humain 2013, page 163

<http://www.bing.com/search?q=UN+rapport+d%C3%A9veloppement+humain+2013&form=DLCDF8&pc=MDDC&src=IE-SearchBox>

(3) *Le Monde* du 11/04/2012 http://www.lemonde.fr/economie/article/2012/04/11/78-des-francais-ont-une-image-negative-de-la-mondialisation_1684024_3234.html

(4) Max Havelaar <http://www.maxhavelaarfrance.org/>

(6) PIB (Produit intérieur brut) : c'est la somme des valeurs ajoutées brutes par l'activité des différents secteurs économiques (entreprises, ménages, banques, administrations, associations) plus les impôts qu'ils paient moins les subventions qu'ils reçoivent.

[Retour page d'accueil](#)