

La PLATE-FORME pour le
COMMERCE ÉQUITABLE

Le Commerce Équitable

Ce qu'il faut savoir...



Définitions et
Fonctionnement

La démarche de Commerce Equitable

Définition du commerce équitable

« Le commerce équitable est un partenariat commercial fondé sur le dialogue, la transparence et le respect dans le but de parvenir à une plus grande équité du commerce international. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions d'échanges et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs salariés, en particulier ceux du Sud. Les organisations de commerce équitable (soutenues par les consommateurs) s'engagent à sensibiliser l'opinion publique et à mener campagne pour des changements dans les règles et les pratiques du commerce international conventionnel. »

Définition du commerce équitable (Consensus Fine¹, FLO, WFTO(ex-IFAT), NEWS !, EFTA- 2001)

La Plate-Forme pour le Commerce Equitable

Créée en 1997, la **Plate-forme pour le Commerce Equitable** est un collectif national de représentation des acteurs du commerce équitable visant à défendre et à promouvoir le commerce équitable en France. Son objectif est de contribuer à développer des relations commerciales Nord/Sud plus justes et équilibrées permettant aux producteurs d'améliorer leurs conditions de vie et aux consommateurs d'être mieux informés sur leurs actes d'achats.

L'association réunit des organisations, des importateurs grossistes et détaillants, des réseaux de distributeurs, des associations de promotion et de certification, des ONG d'appui au Sud et de plaidoyer et des opérateurs de tourisme équitable. Au total, ce sont une quarantaine de membres d'envergure nationale qui constituent aujourd'hui la Plate-Forme pour le Commerce Equitable et qui s'engagent à ce titre à respecter les principes fondamentaux du commerce équitable.

LE DEFI DU COMMERCE EQUITABLE

Depuis plus de quarante ans, la démarche du commerce équitable propose une alternative pour réduire les inégalités engendrées par le commerce conventionnel et redonner à l'homme sa place centrale dans les échanges. L'ambition du commerce équitable est en effet de contribuer à améliorer les revenus et à soutenir le développement des producteurs et de leur communauté, en leur garantissant notamment un prix minimum stable et en mettant en place un partenariat commercial et technique à long terme favorisant leur autonomie.

Les structures membres de la PFCE se reconnaissent autour des principes suivants :

- assurer une **juste rémunération** du travail des producteurs et artisans les plus défavorisés, leur permettant de satisfaire leurs besoins élémentaires,
- garantir le **respect des droits fondamentaux** des personnes,
- instaurer des **relations durables** entre partenaires économiques,
- favoriser la **préservation de l'environnement**,
- proposer aux consommateurs des **produits de qualité**,

A travers le monde, les acteurs du commerce équitable s'efforcent de construire les fondations d'un commerce plus juste par des partenariats commerciaux équitables au Sud et des actions de sensibilisation, de promotion et de plaidoyer au Nord.

¹ FINE est le forum informel qui regroupe les quatre organisations internationales du commerce équitable : FLO, WFTO, NEWS! et EFTA.

Historique du commerce équitable

QUELQUES REPERES HISTORIQUES...

1964 ► Le slogan « Trade, not aid ! » prononcé par des organisations de producteurs en séance de la CNUCED (Commission des Nations Unies pour le Commerce et le Développement) est le symbole de la reconnaissance de l'inéquité des échanges.

1969 ► 1^{ers} « Magasins du Monde » en Angleterre et aux Pays-Bas ouverts par l'association OXFAM.

1974 ► 1^{ère} boutique Artisans du Monde à Paris

1981 ► Création de la Fédération Artisans du Monde

1988 ► Création de Max Havelaar aux Pays-Bas et d'un logo apposé sur des cafés « équitables ».

1989 ► Création de l'IFAT (International Federation for Alternative Trade) qui regroupe aujourd'hui plus de 600 organisations du commerce équitable du Nord et du Sud.

1990 ► Création de l'EFTA (European Fair Trade Association), le réseau des centrales d'achat européennes.

1992 ► Création de Max Havelaar France à l'initiative des associations Ingénieurs sans frontières, Peuples solidaires et le Centre international de coopération pour le développement agricole, devenu Agronomes et Vétérinaires sans frontières.

1994 ► Création de NEWS! (Network of World Shops), le réseau européen des Magasins du Monde.

1997 ► Création de la Plate-Forme pour le Commerce Equitable (PFCE) en France.

2001 ► 1^{ère} édition de la Quinzaine du Commerce Equitable initiée par la PFCE.

2003 ► Intégration du Tourisme Equitable au sein de la PFCE. La PFCE devient membre de WFTO (ex-IFAT).

2004 ► Lancement de la marque FTO (Fair Trade Organisation) de WFTO.

2005 ► Vote d'une loi sur le Commerce Equitable en France (loi sur les PME du 2 août, article 60) et finalisation de l'Accord AFNOR.

2007 ► Vote du décret sur la création de la CNCE (Commission Nationale du Commerce Equitable) ayant vocation à reconnaître les différents systèmes de garanties.

2010 ► Mise en place par les pouvoirs publics de la CNCE.

Les chiffres clés du Commerce Equitable

Un marché mondial qui poursuit sa progression

- Dans le monde, les ventes de produits issus du commerce équitable représentent aujourd'hui un marché de plus de **3,5 milliards d'euros**, contre 1 milliard en 2003.
- Au Sud, le nombre de producteurs et de travailleurs qui bénéficient du commerce équitable augmente. Entre 2000 et 2007, FLO (Fairtrade Labelling Organisation) a multiplié par deux le nombre d'organisations labellisées : aujourd'hui dans le domaine agricole, c'est plus de **1,5 million de producteurs et travailleurs** en Afrique, Asie et Amérique Latine qui bénéficient du commerce équitable, soit environ **8 millions de personnes** avec leurs familles.

Un marché français dynamique porté par la diversification des secteurs

- En France, le secteur du commerce équitable est resté dynamique face à la crise, avec la création de nouvelles structures et de nouvelles filières. En 2008 le commerce équitable a généré un chiffre d'affaire estimé à plus de **350 millions d'euros** (vs 60 millions en 2003); et la croissance du commerce équitable labellisé en 2010 est estimée à environ 5%.
- Les **produits alimentaires** représentent près des **3/4** des ventes de produits issus du commerce équitable, mais les autres secteurs (mode et textile, déco, cosmétiques) se développent de manière importante. Les produits les plus vendus sont le café (40 % du total), le cacao (20 %), la banane (7 %), le coton (6 %), le thé (5 %) (*chiffres exprimés en volume*).
- Les **2/3** des ventes se font en grandes surfaces. Néanmoins, les circuits spécialisés tels que les cafés, les hôtels, les restaurants ou encore la distribution automatique sont en plein développement. En 2010 on constate notamment, au sein de ces circuits, une forte progression de la consommation de café de l'ordre de **40%**.
- **L'achat équitable en milieu professionnel est en constante progression** ces dernières années. A titre d'exemple, le marché des vêtements et accessoires professionnels en coton équitable connaît une croissance de **29%** en 2010. Il apparaît aujourd'hui comme un levier d'achats important et prometteur.

Des consommateurs mieux informés mais qui achètent encore peu

- La **notoriété** du Commerce Equitable est aujourd'hui très forte : **98%** des français connaissent le commerce équitable (IPSOS juin 2010) alors qu'il n'était que de 9% en 2000, et la démarche bénéficie d'un fort **capital de sympathie** : les français se sentent proche de la démarche et **78%** d'entre eux forment des appréciations positives sur le Commerce Equitable.
- Il reste cependant une énorme marge de progression pour développer la consommation équitable. Le panier équitable moyen en 2009 n'est en effet que de **4,40 euros** par habitant et par an. **En France, plus d'1 foyer sur 3 a acheté au moins un produit labellisé** Fairtrade / Max Havelaar. En moyenne, ils font 4 achats de produits équitables par an et dépensent 15,9 € dans l'année (Kantar Janvier 2010).
- Par exemple, le **café**, qui est le produit équitable le plus vendu en France, ne représente que **8% des parts de marché en 2009** alors que dans d'autres pays d'Europe certains produits ont atteint des parts de marché très importantes. En **Suisse** par exemple, **50% des bananes vendues sont équitables**.

Les systèmes de garantie du Commerce Equitable

Le Commerce Equitable est une démarche économique en plein essor. Les logos, les offres, les lieux de distribution, et les rayonnages en grandes surfaces comme en magasins spécialisés dans le commerce équitable se multiplient. Pour les consommateurs, la multiplicité des logos peut rendre plus complexe l'achat de produits issus du commerce équitable.

QU'EST-CE QU'UN SYSTEME DE GARANTIE ?

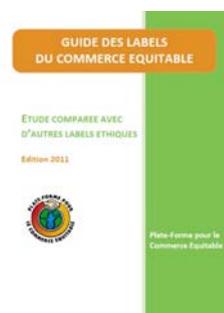
On appelle garantie un système qui a pour objectif d'assurer que des faits et des pratiques sont conformes à des valeurs et principes, quels que soient les moyens et les initiateurs d'une telle démarche. Ces principes sont généralement inscrits dans un cahier des charges ou un référentiel. La vérification de la conformité peut être réalisée par un organisme extérieur (certification externe) mais également être intégrée au sein même d'une organisation (audit interne). Les deux approches sont généralement cumulées car complémentaires.

Dans le commerce équitable, les garanties peuvent se faire à plusieurs niveaux :



■ La **labellisation des produits** concerne essentiellement le secteur des produits agricoles. Elle est surtout mise en œuvre par l'association Max Havelaar France (elle-même rattachée à FLO International) et l'organisme Ecocert. Il s'agit de la gestion d'un « label » dont les cahiers des charges ont été définis par produit (café, chocolat, sucre, banane, thé, riz, quinoa, miel, jus de fruits, épices et coton). C'est ici la matière première qui est garantie, produite et achetée selon les critères de commerce équitable.

■ La **reconnaissance des structures** est plutôt liée à la mise en place historique du commerce équitable et à l'échange de produits artisanaux. Elle s'applique à des structures dont l'activité relève à principalement du commerce équitable, et mise en œuvre par des fédérations comme WFTO au niveau international. La plus connue est la garantie FTO portée par WFTO. On retrouve ces produits essentiellement dans les magasins spécialisés de commerce équitable, comme le réseau Artisans du Monde.



Guide des Labels du Commerce Equitable : Ce guide analyse le contenu des labels qui se réclament du commerce équitable, et les compare avec d'autres démarches de commerce éthique plus ou moins proches et parfois confondues avec le commerce équitable.

Vous pouvez télécharger cette publication sur le site de la PFCE : www.commerceequitable.org/imges/pdf/garanties/guide_labels_ce_2011.pdf

Les Garanties du Commerce Equitable : Afin de mieux reconnaître les produits et les organisations de Commerce Equitable, ce module internet fait le point sur les différents systèmes de garanties, labels, et autres engagements des acteurs.

Cette publication est téléchargeable sur le site de la PFCE : www.commerceequitable.org/images/modules/systemesdegaranties



Les principaux acteurs et réseaux de Commerce Equitable



La Plate-Forme pour le Commerce Equitable rassemble une quarantaine d'organisations de commerce équitable en France et travaille principalement sur 4 axes : faire reconnaître et rendre visible le commerce équitable en France, consolider la crédibilité des pratiques de ses membres, valoriser les activités et produits de ses membres notamment et enfin, favoriser le dialogue et la collaboration entre ses membres - www.commerceequitable.org.



La Fédération Artisans du Monde coordonne un réseau de plus de 140 associations et 20 membres relais spécialisés dans la commercialisation, l'éducation au développement et mène des actions de plaidoyer sur le commerce international et les politiques agricoles - www.artisansdumonde.org



Max Havelaar France s'appuie sur un réseau de 42 groupes locaux dont les actions sont la promotion du commerce équitable auprès du grand public et des entreprises et la sensibilisation en milieu scolaire et universitaire. L'association anime aussi des rencontres entre détenteurs de licence - www.maxhavelaarfrance.org

Alter Mundi

Alter Mundi développe un réseau de franchise de plus de 10 boutiques entièrement dédiées aux produits du commerce équitable - www.altermundi.com



Biocoop réunit plus de 300 points de vente qui commercialisent des produits de l'agriculture biologique et du commerce équitable et qui s'engagent sur la promotion du commerce équitable - www.biocoop.fr



Le CCFD est une ONG de solidarité internationale qui s'appuie sur un réseau de 1500 groupes. Ses 15 000 bénévoles sont engagés dans des actions de sensibilisation au commerce équitable - www.ccfid.asso.fr

Mais aussi Alter Eco, Ethiquable, Bio-Partenaire, les Jardins de Gaia, Guayapi, Artisanat-SEL, FAIR[e] un monde équitable, la Fédération des Acteurs de la Mode Ethique, l'Association du Tourisme Equitable et Solidaire et la Ligue de l'Enseignement.

La vitrine *internet* du Commerce Equitable

Vous souhaitez ?

- **Tout savoir sur l'offre équitable?**
- **Renforcer la politique d'achats responsable de votre entreprise ?**

La PFCE a lancé début 2009 la Vitrine du Commerce Equitable sur laquelle vous découvrirez une offre de produits et services 100% équitables proposés par des marques engagées à 100% dans le commerce équitable.

www.vitrine.commerceequitable.org

Au total plus de **1300 références** de produits réparties dans près de **200 catégories** vous sont présentées



Une offre déclinée selon les besoins spécifiques des acheteurs professionnels

Pour vos :



- **Séminaires, Réceptions ou Conférences**

Recevez équitable ! Découvrez toutes les gammes de jus de fruits, boissons chaudes, gâteaux et apéritifs.

- **Fêtes de fin d'année, anniversaires**

Voyages équitables, jouets et coffrets cadeaux pour des fêtes de fin d'année équitables.

- **Clients**

Objets promotionnels personnalisables et coffrets cadeaux uniques pour remercier vos clients de leur fidélité.

- **Collaborateurs**

Personnalisez vos tenues en optant pour le textile professionnel équitable. Travaillez dans un cadre unique, avec un matériel de bureau équitable.

Pour visualiser l'offre de produits équitables proposée par toutes les marques de la Vitrine internet, découvrez le catalogue sur <http://www.commerceequitable.org>

Le Commerce Equitable

Ce qu'il faut savoir...



*Alter Eco – Alter Mundi – Altheane --
Artisanat Sel – ATEs – Biocoop – Bio
Partenaire – Boutic Ethic – CCFD –
Echoppe – Forest People – Ecocert –
Equi sol – Équité – Ethiquable – Ethishirt
– Ethnik.org -- FAIR[e] un monde
équitable – Fédération des Acteurs de la
Mode Ethique - Fédération Artisans du
Monde - Guayapi Tropical – Handicap
International – Les Jardins de Gaia –
La Ligue de l'enseignement – Lycée Saint
Félix – Lilah distribution – Max Havelaar
France – Peau Ethique – SAGECO --
Sira kura – Solidar'Monde – Tudo Bom ? –
Veja –*

La Plate-Forme Pour le Commerce Équitable

61 rue de la Chapelle

75018 Paris

Tel. 01 42 09 05 53

Plate-forme@commerceequitable.org

www.commerceequitable.org