

GUIDE DES LABELS DU COMMERCE ÉQUITABLE

ÉTUDE COMPAREE AVEC
D'AUTRES LABELS ETHIQUES

Edition 2011



Plate-Forme pour le
Commerce Équitable

Les auteurs :

Maryne Dupuis Maurin, Virginie Fayolle, Suzanne Guillemot, Eugénie Malandain,
Julie Stoll



REMERCIEMENTS

La PFCE tient à remercier toutes les personnes ressources qui ont apporté leur contribution à la réalisation de ce guide des labels, en particulier aux relecteurs des fiches :

- Linda Besigiroha, pour 4C
- Olivier Cabrera, pour Fairtrade Max Havelaar
- Albertine de Lange, pour UTZ CERTIFIED
- Gilles Degroote, pour Rainforest Alliance
- Gérald Godreuil et Joris Jansen, pour WFTO
- Anne Hessenland, pour Naturland
- Wolfgang Kathe, pour Fair for Life
- Markus Kunz et Christa Suter et Peter Tschanennen, pour bioRé®
- Laurent Lefebvre, pour ECOCERT Equitable
- Bryony Morgan et Heiko Schindler, pour FairWild
- Guillaume Picchiottino et Claudie Ravel, pour Forest Garden Products
- Marie Requin, pour Main dans la Main
- Paul Zuiderbeek, pour UTZ CERTIFIED

Enfin, ce guide 2011 a pu être réalisé grâce au soutien de :

- Ministère des Affaires Etrangères et Européennes
- Agence Française de Développement
- Ministère de l'Ecologie, du Développement Durable, du Transport et du Logement

SOMMAIRE

Remerciements	2
Sommaire.....	3
Préface.....	4
INTRODUCTION.....	5
Définitions du commerce équitable.....	5
Quel cadre juridique ?.....	5
INDICATIONS METHODOLOGIQUES	8
Qu'est-ce qu'un label de commerce équitable ?	8
Présentation des fiches labels	8
Le choix des labels	9
ECOCERT EQUITABLE	11
FAIR FOR LIFE	19
FAIRWILD	25
FAIRTRADE MAX HAVELAAR	31
FOREST GARDEN PRODUCTS	39
MAIN DANS LA MAIN	45
NATURLAND FAIR	51
WORLD FAIR TRADE ORGANIZATION	57
QUELQUES DEMARCHES DE COMMERCE ETHIQUE	63
COMMON CODE FOR COFFEE COMMUNITY.....	64
BIORE.....	69
RAINFOREST ALLIANCE	74
UTZ CERTIFIED.....	79
Conclusion	84
Glossaire.....	86

PREFACE

La Plate-Forme pour le Commerce Equitable (PFCE) est le principal collectif français d'organisations œuvrant pour la promotion du commerce équitable. Lieu de concertation entre acteurs et de représentation institutionnelle, la PFCE accompagne le développement du secteur, afin de promouvoir des relations Nord/Sud plus justes et plus équilibrées.

Dans ce cadre, la PFCE a développé depuis plusieurs années une expertise sur l'analyse des systèmes de garanties de commerce équitable¹. Le développement des labels de commerce équitable et de commerce éthique témoigne de la mise en route de nombreuses entreprises vers de meilleures pratiques et du désir des consommateurs de donner du sens à leurs achats en optant pour une consommation plus responsable. Néanmoins, la multiplication des systèmes de garantie éthique ou équitable ne favorise pas toujours la lisibilité des différentes démarches.

L'installation de la Commission Nationale du Commerce Equitable en 2010 témoigne de la volonté des pouvoirs publics français de réguler le secteur du commerce équitable afin de défendre la crédibilité des démarches les plus exigeantes. Cependant, à ce jour, tout type de démarche peut encore se réclamer du commerce équitable, avec des niveaux d'engagement et de garantie pour les consommateurs très différents.

Ainsi, ce guide analyse le contenu des labels qui se réclament ouvertement du commerce équitable, et d'autre part compare ces démarches avec d'autres démarches de commerce éthique plus ou moins proches et parfois confondues avec le commerce équitable.

Ce travail a pour objectif de répondre aux interrogations des consommateurs et des associations qui les représentent, des pouvoirs publics chargés de promouvoir les démarches de production et de consommation responsable ou des entreprises qui souhaitent s'engager dans des démarches équitables. Plus globalement, il a vocation à informer tous les acteurs de la société civile qui accompagnent le développement du secteur depuis de nombreuses années.

¹ Les précédentes éditions de ce guide (« Mémento des systèmes de garantie » 2006 et 2008) sont accessibles sur le site internet de la PFCE : www.commerceequitable.org

INTRODUCTION

DEFINITIONS DU COMMERCE ÉQUITABLE

Le commerce équitable est une approche globale, alliant des engagements économiques, sociaux, environnementaux et de renforcement des capacités des producteurs et portant des dimensions d'éducation et de plaidoyer² pour la mise en œuvre d'échanges commerciaux porteurs de développement. Selon sa définition la plus communément acceptée au niveau international, le commerce équitable est :

« Un partenariat commercial, fondé sur le dialogue, la transparence et le respect, dont l'objectif est de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions commerciales et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés, tout particulièrement au Sud de la planète. Les organisations du commerce équitable (soutenues par les consommateurs) s'engagent activement à soutenir les producteurs, à sensibiliser l'opinion et à mener campagne en faveur de changements dans les règles et pratiques du commerce international conventionnel. » (FINE*)*

En France, **l'accord AFNor* X50-340**, publié en janvier 2006, sert également de référence. Il vise à « structurer les pratiques existantes en apportant des garanties aux consommateurs ». Cet accord a été signé par 51 organisations mais n'a pas de valeur normative et engage seulement moralement les personnes qui en sont signataires.

Il rappelle les 3 piliers du commerce équitable :

- **la dimension commerciale**, avec une aide au renforcement financier, technique et opérationnel des organisations de producteurs du Sud ;
- **la dimension éducative**, par l'information et la sensibilisation des citoyens des pays du Nord et des partenaires du Sud ;
- **la dimension politique**, un engagement pour plus de justice dans les règles du commerce international.

QUEL CADRE JURIDIQUE ?

L'article 60 de la Loi du 2 Aout 2005 sur les PME constitue le premier texte de loi définissant le commerce équitable. Il annonce également la création d'un cadre de reconnaissance du commerce équitable avec la création de la Commission Nationale du Commerce Equitable (CNCE) :

« I. Le commerce équitable s'inscrit dans la stratégie nationale de développement durable.

II. Au sein des activités du commerce, de l'artisanat et des services, le commerce équitable organise des échanges de biens et de services entre des pays développés et des producteurs désavantagés situés dans des pays en développement. Ce commerce vise à l'établissement de relations durables ayant pour effet d'assurer le progrès économique et social de ces producteurs.

² Les mots suivis d'un astérisque sont définis dans le glossaire situé à la fin du guide (p.86)

III. Les personnes physiques ou morales qui veillent au respect des conditions définies ci-dessus sont reconnues par une commission dont la composition, les compétences et les critères de reconnaissance des personnes précitées sont définis par décret en Conseil d'Etat. »

Le décret n° 2007-986 du 15 mai 2007 définit les modalités de création de la Commission Nationale du Commerce Equitable (CNCE). Elle est « *chargée d'accorder une reconnaissance aux personnes qui veillent au respect, par les organismes se prévalant de leur participation à des échanges de biens et de services entrant dans le champ du commerce équitable, des conditions mentionnées à l'article 60 de la loi susvisée.* »

La CNCE est officiellement installée le 22 avril 2010 par le Secrétaire d'Etat chargé du Commerce, de l'Artisanat, des PME, du Tourisme et de la Consommation et par la Secrétaire d'Etat à l'Ecologie.

Pour être reconnu par la CNCE, les demandeurs devront satisfaire aux exigences d'un référentiel* dont l'écriture a été confiée à un groupe de travail composé de certificateurs, d'acteurs représentatifs du commerce équitable, de représentants des pouvoirs publics, d'associations de consommateurs et d'acteurs de la solidarité internationale. Les rédacteurs du groupe ont élaboré le référentiel pour qu'il réponde aux exigences des **6 critères du décret n° 2007-986 du 15 mai 2007** :

« Pour reconnaître les personnes physiques ou morales qui veillent au respect des conditions du commerce équitable, la commission se fonde sur les critères suivants :

I. - Objectif : la personne physique ou morale a pour objectif, dans le respect des principes du développement durable, de permettre aux producteurs défavorisés des pays en développement d'améliorer leurs conditions de vie, et aux organisations de producteurs de renforcer leur capacité d'action et de négociation vis-à-vis des marchés et des pouvoirs publics.

II. - Indépendance : la personne physique ou morale qui sollicite la reconnaissance veille au respect des conditions du commerce équitable, à l'exclusion de toute activité de production, de transformation ou de distribution de produits ou de services marchands relevant du commerce équitable. L'activité de la personne physique ou morale qui sollicite la reconnaissance comporte des actions d'information et de sensibilisation du public aux enjeux du commerce équitable.

III. - Transparence : la personne physique ou morale qui sollicite la reconnaissance met à la disposition de toute personne qui en fait la demande l'ensemble des informations relatives à son mode de fonctionnement, concernant notamment les modalités de contrôle et de prise de décision suite aux contrôles du respect des conditions du commerce équitable.

IV. - Présence auprès des producteurs dans les pays en développement : la personne physique ou morale veille à l'existence d'un système de contrôle effectif du respect des conditions du commerce équitable, y compris dans les pays où sont situés les producteurs. Ce contrôle porte sur la structure de l'organisation des producteurs, sur son caractère démocratique, et sur la transparence de la gestion des revenus générés par le commerce équitable, en vue d'atteindre les objectifs de développement économique, social et environnemental.

V. - Contrôles effectués auprès des importateurs : la personne physique ou morale veille au respect par les importateurs de conditions minimales relatives au prix d'achat, à la continuité des commandes et à leur préfinancement.

VI. - Accompagnement et sensibilisation : la personne physique ou morale veille à l'existence de prestations d'accompagnement des producteurs, visant à les renforcer dans leurs compétences techniques et économiques, dans leur organisation et dans leur capacité d'action et de négociation vis-à-vis des marchés et des pouvoirs publics, et de prestations de sensibilisation du public aux enjeux du commerce équitable. »

Au-delà de cette mission de reconnaissance, la CNCE devra :

- 1) **Informer** les membres de la Commission et l'ensemble des parties prenantes impliquées (organisations de commerce équitable, représentants des consommateurs et de l'Etat) sur les évolutions de toute nature pouvant affecter le commerce équitable (réglementation, flux du secteur, cohérence avec les actions en faveur du développement durable, etc.) et être une force de proposition sur toute thématique liée au commerce équitable ;
- 2) **Communiquer** afin de favoriser la connaissance de ses travaux, fournir des contenus pédagogiques, des informations pratiques et de suivi du secteur à destination des consommateurs. L'Institut National de la Consommation sera notamment en charge de cette stratégie de communication.

INDICATIONS METHODOLOGIQUES

QU'EST-CE QU'UN LABEL DE COMMERCE EQUITABLE ?

Un label* est une marque spéciale, créée par un syndicat professionnel ou un organisme parapublic, et dont le logo est apposé sur un produit destiné à la vente, pour en certifier l'origine, la qualité et les conditions de fabrication en conformité avec des normes* préétablies dans un cahier des charges*.

Le code de la consommation réserve lui le terme de label (public) à des cas bien spécifiques : l'utilisation est prévue dans le cas des produits alimentaires ou agricoles non alimentaires et non transformés, pour garantir la qualité supérieure du produit. La certification* s'appuie sur des référentiels privés, mais homologués par les pouvoirs publics. Dans le cadre de labels « publics » on peut citer le « label AB (Agriculture Biologique) » ou le « label rouge », tous deux enregistrés au Ministère de l'Agriculture et contrôlé par des organismes de certification accrédités*. Concernant les autres produits et services, le code de la consommation parle de « certification » et n'emploie pas le terme de label³.

L'emploi du terme « label » pour une marque privée collective est donc autorisé. Trois exigences doivent alors être respectées :

- Les caractéristiques sont déterminées collectivement par une structure de type professionnelle ;
- Le contrôle est exercé par un organisme certificateur ;
- Dans le cas des produits agricoles et alimentaires, l'emploi du mot ne doit pas prêter à confusion avec un label agricole, c'est-à-dire qu'il ne doit pas se présenter comme un label de qualité.

Dans le secteur du commerce équitable, il existe plusieurs labels privés dont ce guide compare les caractéristiques : quel est le contenu des engagements garantis par ces labels ? Quelles sont les organisations à l'origine de ces labels ? Comment et par qui sont effectués les contrôles ?

Les 8 systèmes de garanties de commerce équitable analysés ci-dessous, répondent chacun à leur façon à ces questions. Ce guide permet de comprendre et de comparer ce que ces labels recouvrent réellement.

PRESENTATION DES FICHES LABELS

Chaque label fait l'objet d'une fiche introduite avec quelques chiffres clefs et une présentation générale de la démarche. Afin de distinguer les responsabilités de chaque acteur, elle présente clairement qui est à l'origine du label, à qui appartient le référentiel et qui en réalise le contrôle.

Chacun des labels sélectionnés est analysé de manière approfondie suivant une grille de lecture s'inspirant du référentiel de certification utilisé par la Commission Nationale du Commerce Equitable (CNCE). Cette approche permet de donner des éléments d'appréciation quant à la conformité des labels avec les 6 principes du commerce équitable définis par le décret n° 2007-986 du 15 mai 2007 (Cf. supra).

³ Code de la consommation : art. L115-27 à 33 pour les produits et services non alimentaires.

La grille d'analyse reprend les trois piliers du commerce équitable (dimensions commerciale, éducative et politique) et se décline selon les critères suivants, eux-mêmes décomposés en indicateurs de mesure :

- 1) **Critères économiques** : prix équitable*, prime de développement*, préfinancement, traçabilité, etc. ;
- 2) **Critères sociaux** : respect des 11 conventions fondamentales de l'OIT, bénéfices sociaux complémentaires ;
- 3) **Autonomie des producteurs et renforcement des organisations de producteurs** : appui technique, priorité aux petits producteurs, renforcement des capacités commerciales, etc. ;
- 4) **Critères environnementaux** : gestion des sols, du transport, etc. ;
- 5) **Critères de sensibilisation et d'éducation** : activité de sensibilisation par le porteur de label.

Chaque indicateur est coché selon qu'il se trouve effectivement inscrit dans le référentiel étudié. La mention N/A est précisée lorsque le critère n'est pas applicable. C'est le cas par exemple du critère « prime à la conversion AB » pour les référentiels qui exigent le label biologique AB comme une condition préalable à l'obtention du label équitable.

Cette analyse formelle est complétée par une troisième partie consacrée à l'analyse des labels. Elle précise le contenu des critères sociaux, économiques et environnementaux de chaque label. Le lecteur trouvera des renseignements sur le contexte propre à chaque système, la portée du référentiel et son adéquation avec les critères du commerce équitable, la nature des contrôles, les différentes étapes à suivre pour obtenir une certification, les coûts engendrés, la transparence et la gouvernance du système, la gestion du logo et les conditions d'étiquetage, la réalisation d'études d'impact, la sensibilisation du public et le plaidoyer. Une attention particulière est portée aux critères de plaidoyer et de sensibilisation afin de vérifier dans quelle mesure les associations, entreprises et organismes porteurs de ces labels répondent à cette exigence. Afin de faciliter la comparaison des référentiels de chaque label, un tableau comparatif des labels est présenté à la page suivante. Enfin, la PFCE donne son avis en conclusion de chaque fiche. Il s'agit de souligner leurs spécificités, de mesurer l'adéquation de ces labels avec les critères de la CNCE et de proposer des perspectives pour renforcer les dispositifs de garanties proposés aux consommateurs.

LE CHOIX DES LABELS

Le guide des labels 2011 analyse 8 labels se revendiquant du commerce équitable: ECOCERT Equitable, Fair for Life, FairWild, Fairtrade International (Max Havelaar), Forest Garden Products, Naturland Fair, Main dans la Main et WFTO. Ces labels sont tous présents sur le marché français ou européen.

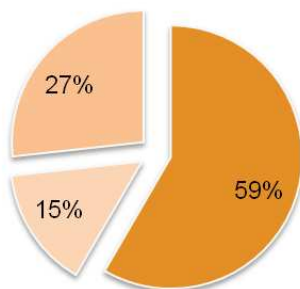
Le choix de ces labels ne constitue pas une validation par la PFCE de leur caractère équitable et ne présume en rien d'une reconnaissance future de ces labels par la Commission Nationale du Commerce Équitable.

Afin de clarifier certaines ambiguïtés, **le guide présente également quatre labels ou initiatives parfois confondus avec le commerce équitable** : Code Commun for Coffee Community (4C), bioRé®, Rainforest Alliance et UTZ CERTIFIED. Ces labels sont présentés sous la forme de fiches reprenant les dimensions sociale, économique et environnementale du développement durable.

TABLEAU COMPARATIF

	ECOCERT Equitable	Fair for Life	FairWild	Fairtrade Max Havelaar Forest Garden Products	Main dans la Main	Naturiland Fair	WFTO
Critères économiques							
Prix juste/rémunération juste des travailleurs	✓	✓	✓	✓	∅	✓	✓
Prime pour projets collectifs	✓	✓	✓	✓	∅	∅	✓
Accès facilité au financement/ préfinancement	✓	✓	✓	✓	∅	✓	✓
Engagement durable des acheteurs	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Traçabilité	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Critères sociaux							
Temps de travail (n°001)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Travail forcé (n°29 et 105)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Liberté syndicale (n°87 et 98)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Egalité (n°100 et 111)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Salaires minima (131)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Élimination du travail des enfants (n°138 et 182)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Sécurité et santé des travailleurs (n°155)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Bénéfices sociaux complémentaires	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Critères d'autonomie/gouvernance des OP							
Structure collective formalisée de producteurs	✓	✓	✓	✓	✓	∅	✓
Accessibilité aux producteurs et travailleurs marginalisés	✓	✓	∅	✓	✓	∅	✓
Renforcement des capacités des producteurs	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Droits des peuples autochtones	∅	✓	✓	∅	✓	∅	✓
Prise de décision démocratique des OP	✓	✓	✓	✓	∅	✓	✓
Information transparente dans la gestion des OP	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Participation des producteurs à la gestion des OP	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Non discrimination au sein des OP	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Suivi de la gestion démocratique de la prime de développement	✓	✓	✓	✓	∅	∅	✓
Critères environnementaux							
Réduction des impacts environnementaux des activités	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Gestion durable des ressources naturelles	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Protection de la biodiversité	✓	✓	✓	✓	✓	✓	∅
Gestion de l'énergie	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Gestion des sols	✓	✓	✓	✓	✓	✓	∅
Gestion de l'eau	✓	✓	✓	✓	✓	✓	∅
Gestion des déchets	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Gestion du transport	✓	∅	✓	∅	✓	✓	✓
Gestion des emballages produits	✓	∅	∅	∅	✓	✓	✓
Interdiction de substances dangereuses	✓	✓	✓	✓	✓	✓	∅
Interdiction des OGM	✓	✓	✓	✓	✓	✓	∅
Prime à la conversion AB	N/A	N/A	✓	✓	N/A	N/A	N/A
Critères de sensibilisation							
Information et éducation par les porteurs du label	✓	∅	∅	✓	∅	∅	✓

Répartition géographique des producteurs



- Afrique
- Amérique Latine
- Asie

- **250 références** « produit » attestées provenant d'une vingtaine de pays.

- **2009 :**
 - 60 % alimentaire
 - 22 % cosmétique
 - 18 % textile

- **Bénéficiaires :**
 - 60 % organisations de producteurs
 - 35 % entreprises sous contrat de production
 - 5 % plantations

LABEL : ECOCERT Equitable, 2010 (ex ESR, 2006)

CREATEUR DU LABEL : ECOCERT (1991)

ORGANISME DE VERIFICATION : ECOCERT

CONTACT : L'Isle de Jourdain, France

BP47 F-32600

Tél: + 33 (0)5 62 34 24 - Fax: +33 (0)5 62 07 11 67

fairtrade@ecocert.com - <http://www.ecocert.com>

ORIGINE : ECOCERT a été créé en 1991 pour mener des activités de certification. Cet organisme est particulièrement actif dans le secteur de la certification de l'agriculture biologique et autres démarches relevant du développement durable. Aujourd'hui, ECOCERT est accrédité par le COFRAC pour certaines activités, et ce, au titre de la norme EN 45011 (ISO 65*). Plus de 95% de son activité concerne la certification de produits et de services agricoles et alimentaires (BIO EC, GLOBALGAP fruits et légumes, IFS Food), les cosmétiques (Cosmétiques Ecologiques et Biologiques) et le textile biologique (GOTS). En 2007, cet organisme lance le référentiel ESR (échanges Equitables, Solidaires et Responsables) axé sur le commerce équitable. Le rapprochement avec Bio Partenaire (et sa marque collective Bio Equitable) a abouti à une nouvelle version du référentiel ECOCERT Equitable, parue en février 2010. Depuis, ce référentiel s'applique aux produits agroalimentaires, cosmétiques et textiles qui répondent à la fois aux exigences de l'agriculture biologique et du commerce équitable.

PROPRIETAIRE DU REFERENTIEL : Le Groupe ECOCERT.

ECOCERT SA est présent dans 80 pays (filiales, bureaux, locaux). 72% de son activité est concentrée en Europe. En France, ECOCERT SA est composé de 3 filiales : ECOCERT France SAS (AB), ECOCERT Greenlife SAS (Ecoproduits) et ECOCERT Environnement (management environnemental). La gestion du label ECOCERT Equitable est directement rattachée à ECOCERT SA.

PORTEE DU REFERENTIEL : Production - Importation - Transformation

SECTEURS : Alimentaire - Cosmétique - Textile

FILIERES/PRODUITS LABELLISES : céréales (fonio, quinoa, riz), compléments alimentaires (açai, harpagophytum), fruits frais (bananes, ananas, mangues, papayes, noix de coco, litchis, etc.), fruits secs (dattes, noix de coco, noix de cajou), épices (piment, cardamome, poivre, clous de girofle, gingembre), sucre de canne, pommes de terre natives, vanille, café, thé, chocolat, huiles (arachides, olives, baobab, sésame, argan, palmiste, avocat, huiles essentielles), beurre de karité, hibiscus, coton.

GRILLE D'ANALYSE DU RÉFÉRENTIEL

€ Critères économiques

Prix équitable/ rémunération juste des travailleurs	✓
Prime pour projets collectifs	✓
Accès facilité au financement/ préfinancement	✓
Engagement durable des acheteurs	✓
Traçabilité	✓

👤 Critères sociaux

Temps de travail (n°001)	✓
Travail forcé (n°29 et 105)	✓
Liberté syndicale (n°87 et 98)	✓
Egalité (n°100 et 111)	✓
Salaires minima (131)	✓
Elimination du travail des enfants (n°138 et 182)	✓
Sécurité et la santé des travailleurs (n°155)	✓
Bénéfices sociaux complémentaires	✓

👥 Critères d'autonomie/gouvernance des OP

Structure collective formalisée de producteurs	✓
Accessibilité aux producteurs et travailleurs marginalisés	✓
Renforcement des capacités des producteurs	✓
Droits des peuples autochtones	⊘
Prise de décision démocratique des OP	✓
Information transparente dans la gestion des OP	✓
Participation des producteurs à la gestion des OP	✓
Non discrimination au sein des OP	✓
Suivi de la gestion démocratique de la prime de développement	✓

🌍 Critères environnementaux

Réduction des impacts environnementaux des activités	✓
Gestion durable des ressources naturelles	✓
Protection de la biodiversité	✓
Gestion de l'énergie	✓
Gestion des sols	✓
Gestion de l'eau	✓
Gestion des déchets	✓
Gestion du transport	✓
Gestion des emballages des produits	✓
Interdiction de substances dangereuses	✓
Interdiction des OGM	✓
Prime à la conversion AB	N/A

📖 Critères de sensibilisation

Information et éducation par les porteurs du « label »	✓
--	---

ANALYSE DU LABEL

ETUDES D'IMPACT

ECOCERT travaille actuellement au développement d'un dispositif opérationnel de suivi d'efficacité des filières « ECOCERT Equitable ». Cette démarche doit permettre d'évaluer les partenariats mis en œuvre pour assurer la durabilité des filières et le développement des producteurs. Une étude d'impact sur une filière karité au Burkina Faso a déjà été réalisée.

L'analyse du label porte sur la version révisée en février 2010. Le référentiel est présenté sous la forme de principes à suivre. Il est disponible en français, anglais et espagnol. Chaque aspect comporte des exigences minimales (requis pour la première attestation), des exigences générales (requis pour renouveler l'attestation) et des exigences de progrès (permettant une amélioration continue).

ELIGIBILITE

Le référentiel ESR fixe des critères d'éligibilité déterminant le type de produits et d'opérateurs pouvant bénéficier de la démarche.

L'exportation de produits équitables doit se faire vers des pays, qui sont peu producteurs de ce produit. (Par exemple : le soja biologique ne peut pas être exporté aux Etats-Unis où la production est excédentaire).

Seuls les produits issus de pays en voie de développement sont éligibles, conformément aux références réglementaires existantes. Les échanges peuvent donc être Sud-Nord ou Sud-Sud.

Les plantations, employant de la main d'œuvre salariée, ne sont éligibles que sur dérogation : absence de concurrence avec les producteurs indépendants situés dans la même zone et mise en place d'un projet social apportant une réelle plus-value aux travailleurs.

Pour être éligibles, les entreprises multinationales doivent être signataires du Pacte Mondial de l'ONU ou être engagée dans une démarche équivalente.

Critères Economiques

- **Transparence, durabilité, traçabilité** : L'acheteur fournit aux partenaires un appui à la commercialisation des produits en leur transmettant des informations sur le marché : prix, exigences en termes de qualité, évolutions réglementaires applicables et recherche de nouveaux débouchés. De plus, l'acheteur s'engage sur des volumes par un contrat-cadre d'une durée de minimum 3 ans. Pour assurer une juste répartition de la valeur ajoutée, les taux de marge des opérateurs intermédiaires et des distributeurs doivent être modérés et transparents vis-à-vis d'ECOCERT.
- **Préfinancement** : Il peut être accordé sous forme d'avance sur achat si la demande est justifiée (par exemple achat de matières premières, préfinancement de la transformation, etc.).
- **Prix équitable** : Décidé de manière concertée et unique pour chaque organisation de producteurs, ce prix doit permettre de couvrir les coûts de production (intrants, main d'œuvre, etc.), d'obtenir une rémunération en fonction du temps consacré à l'activité concernée, de satisfaire les besoins de base du producteur et de la famille et d'assurer la rentabilité de l'activité.

On distingue deux prix minima garantis : un pour les organisations de producteurs (prix FOB) et un pour les producteurs individuels (prix farmgate). Dans le contrat-cadre, les mécanismes de fixation du prix sont expliqués. Le prix d'achat est égal ou supérieur au prix minimum garanti. Les prix sont révisés régulièrement. ECOCERT recommande un prix équitable au moins 15 % supérieur au prix conventionnel (non biologique, non équitable) et au moins 5 % supérieur au prix moyen des produits biologiques non équitables.

- **Prime de développement** : appelé « fonds de développement » dans le référentiel Ecocert Equitable, son montant représente au moins 5 % de la valeur de la commande effectuée aux producteurs. Ce sont les bénéficiaires ou leurs représentants qui décident de son affectation.

Ce fonds, alimenté à chaque achat, a pour objectif d'améliorer la qualité de vie des producteurs et de leur famille par la mise en place d'équipements collectifs, de services sociaux, d'éducation et de santé. Cet apport permet de promouvoir des activités génératrices de revenus dans les villages et les communautés concernés (ex : magasins coopératifs, transports).

Dans le cas dérogatoire des plantations, un comité de plantation composé de représentants des travailleurs et de la direction est mis en place par voie électorale. Il permet une gestion participative et démocratique du fonds.

Critères Sociaux

Le référentiel ESR impose le contrôle des conditions de travail des travailleurs salariés au niveau de toute la filière Sud (travailleurs des coopératives mais aussi travailleurs des éventuelles usines de transformation). Rassemblant les 8 conventions fondamentales de l'OIT, le référentiel ESR va plus loin avec des exigences concernant les bénéfices sociaux complémentaires, qui suivent au minimum la législation locale pour les retraites, l'assurance maladie et la maternité.

S'il n'existe pas de règles locales, des modalités minimales de prévention et d'assurance sont mises en place afin de couvrir les risques d'accidents et de maladies auxquels sont exposés les travailleurs.

Dans le cas d'une restriction de la liberté d'association et de négociations collectives au niveau national, l'employeur facilitera et ne freinera pas le développement de moyens parallèles d'association et de négociations des travailleurs.

De plus, les différences de traitement entre travailleurs temporaires et permanents doivent être minimisées.

Pour aller plus loin, l'entreprise est encouragée à mettre en place d'autres actions sociales pour ses travailleurs salariés, telles que le soutien à des programmes sociaux communautaires (écoles/centres de santé/bourses d'étudiants, etc.) et des actions plus ponctuelles visant à améliorer les conditions de vie de travailleurs les plus marginalisés.

Un autre point abordé est l'aménagement des locaux afin de faciliter l'accès des travailleurs handicapés.

Autonomie des Producteurs

Afin de renforcer les capacités des producteurs, ceux-ci bénéficient d'un accompagnement technique et commercial : optimisation de la transformation sur place, valorisation des savoir-faire techniques locaux, renforcement de l'autonomie des structures de production, amélioration de la durabilité écologique du système, recherche de nouveaux débouchés, etc. Un rapport annuel fait état des résultats obtenus dans la mise en place de ces actions de développement et d'autonomisation.

Dans le cas des organisations de producteurs structurées, elles doivent posséder des statuts formels et fonctionner de manière démocratique, avec au minimum une assemblée générale annuelle. 60 % des membres doivent être des petits

producteurs ou 60 % des volumes produits doivent provenir de cette catégorie. Un « petit producteur » ne dépend pas structurellement d'une main d'œuvre salariée régulière ou permanente et consacre la majeure partie de son temps de travail aux activités agricoles sur son exploitation.

Les entreprises ayant des contrats de production ou de collecte rassemblent généralement des producteurs non organisés. La première année, elles initient et appuient la mise en place d'une ou plusieurs instances participatives fonctionnant selon un mode démocratique qui seront effectives dans les 3 ans.

Critères Environnementaux

Le cahier des charges s'appuie sur celui de l'agriculture biologique (E.U, JAP, NOS pour l'alimentaire, le référentiel Cosmétiques Ecologiques et Biologiques d'Ecocert et le référentiel GOTS pour le textile). En effet, une certification biologique ou écologique est obligatoire. Néanmoins, les productions peuvent être en cours de conversion lors de l'année d'habilitation.

Au-delà du caractère biologique de la production, les critères de progrès sont nombreux et s'articulent sur 3 grands axes tout au long de la chaîne :

- **Production ou transformation** : mesure de conservation de l'eau (irrigation rationnelle, traitement des eaux usées), gestion durable des déchets et des rejets (tri et recyclage, compostage), gestion durable des ressources énergétiques (politique de limitation de la consommation globale d'électricité) ;
- **Import-export** : groupage et choix du transport le plus respectueux de l'environnement (fluvial, maritime, ferroviaire) ;
- **Distribution** : minimisation de l'emballage et choix de matériaux écologiques, limitation de la publicité sur support papier.

Sensibilisation et Plaidoyer

Le propriétaire de marque est encouragé à mener des actions d'éducation et de sensibilisation à travers des supports de communication divers.

Ecocert est impliqué dans le projet européen Geo Fair Trade (cf. fiche Fairtrade International, WFTO).

Ecocert est membre de la PFCE et participe également au groupe technique de la Commission Nationale du Commerce Equitable (CNCE).

Gestion du logo/Etiquetage

Le logo est apposé sur le produit et peut être utilisé dans la stratégie de communication de l'entreprise qui l'utilise. Des seuils minimums ont été définis en fonction des différents types de produits :

- **Alimentaire** : Au minimum 25 % des ingrédients agricoles doivent être équitables (les « 25 % » doivent correspondre à un seul ingrédient).
- **Cosmétique** : Au minimum 5 % du total des ingrédients (y compris l'eau) doivent être équitables.
- **Textile** : Au minimum 70 % du total des fibres doivent être équitables.

En fonction du pourcentage d'ingrédients équitables entrant dans la composition du produit, l'appellation sera différente :

- **« Commerce Equitable » selon le référentiel ESR** : Plus de 95 % des ingrédients sont issus du commerce équitable. La communication du caractère équitable peut se faire sur le produit (ex : « Chocolat équitable »).
- **« Commerce Equitable filière X » selon le référentiel ESR** (X représentant l'ingrédient contrôlé) : Moins de 95 % du produit est issu du commerce équitable. La communication du caractère équitable ne peut se faire que sur le ou les ingrédient(s) équitables (ex : « Crème au beurre de karité équitable »).

Il est indiqué sur le produit le pourcentage total d'ingrédients équitables.

CONTROLE DU RÉFÉRENTIEL

LES ÉTAPES DE LA CERTIFICATION

Organisme de
vérification :

ECOCERT

- 1) **Prise de contact avec le Département ECOCERT Equitable** : réception du référentiel, du processus d'attestation, du plan de contrôle, d'une fiche explicative et du formulaire de demande. Renvoi du formulaire de demande complété.
- 2) **Etude du dossier/devis** : Etude du formulaire de demande afin d'évaluer l'éligibilité de l'opérateur, et afin d'établir un devis adapté (incluant les coûts d'évaluation et d'attestation). Une fois l'éligibilité confirmée, envoi du devis et des conditions générales de vente.
- 3) **Revue documentaire** : Auto-évaluation en complétant des documents fournis par ECOCERT Equitable (recettes, étiquettes, contrats, etc.). Revue de l'auto-évaluation et des documents afin de vérifier la faisabilité d'une inspection par ECOCERT.
- 4) **Mandatement** : Envoi du dossier à l'inspecteur et mandatement de l'inspecteur.
- 5) **Inspection initiale d'habilitation** : Visite(s) de contrôle approfondi au niveau du ou des site(s) du demandeur.
- 6) **Conclusion d'audit* et décision d'attestation** : Emission de la liste des écarts constatés lors de l'inspection et des mises en conformité correspondantes.
- 7) **Attestation de conformité ECOCERT Equitable** : délivrée une fois les écarts levés (réception de preuves suffisantes) pour tous les sites concernés.

Un contrôle approfondi est effectué chaque année et des contrôles inopinés additionnels peuvent avoir lieu selon une analyse de risque.

Les modalités de contrôle

Auto-évaluation



Evaluation externe



Tiers indépendant accrédité ISO 65



LES COÛTS DE CONTRÔLE

Les frais sont à la charge de la structure s'engageant auprès d'Ecocert. Il s'agit soit d'acheteurs soit d'organisations de producteurs. Les frais d'utilisation du label pour l'entreprise commercialisant les produits sont fixes. Il n'y a pas de frais de licence proportionnel aux volumes commercialisés.

Transparence et gouvernance

Référentiel en libre accès sur internet



Participation des producteurs à la création du référentiel



Participation des producteurs à l'évolution du référentiel



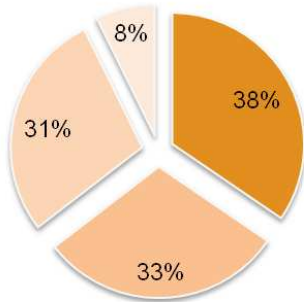
Notre avis

Le label ECOCERT Equitable s'applique à tout type de produits issus de l'agriculture et de la collecte sauvage, ce qui permet de labelliser des produits du terroir jusque là non labellisés en commerce équitable. De plus, ECOCERT Equitable lie les exigences du commerce équitable à celles de l'agriculture biologique, cœur de métier de l'entreprise de certification Ecocert. Autre spécificité, les plantations, employant de la main d'œuvre salariée, ne sont éligibles que sur dérogation, la démarche ECOCERT Equitable privilégiant les petits producteurs.

Concernant la participation au débat du commerce équitable, Ecocert est membre de la PFCE. Elle travaille étroitement avec l'association Bio Partenaire, également membre de la PFCE, sur tous les aspects de création de filière et de renforcement des partenariats avec les organisations de producteurs.

Enfin, les entreprises utilisant le label sont fortement incitées à mener des actions de sensibilisation et d'éducation auprès des consommateurs. Cependant, on peut regretter que l'entreprise Ecocert, de par son statut d'organisme de certification indépendant, ne puisse pas mener d'activité directe de plaidoyer sur le commerce équitable. S'agissant des inspections, on peut noter qu'elles sont réalisées par les auditeurs d'Ecocert qui est également porteur du référentiel. A noter qu'un comité technique, composé de 11 membres représentant les organisations de producteurs, les opérateurs économiques, les distributeurs, les associations de consommateurs et les ONG sont nécessairement consultés sur l'évolution du référentiel.

Répartition géographique des producteurs



- Afrique
- Amérique Latine
- Asie et Océanie
- Amérique du Nord

• **Bénéficiaires :**

- 60 % de producteurs et d'organisations de producteurs
- 10 % de plantations
- 30 % d'entreprises avec des contrats de production

LABEL : Fair for Life, 2006 (version 1). Fair for Life, février 2011 (version 2).

CREATEUR DU LABEL : IMO et Bio-Foundation

ORGANISME DE VERIFICATION : IMO

CONTACT : Weinfelden, Suisse

Institut für Marktökologie, IMO Group office

Weststrasse 51 - CH-8570 Weinfelden

Switzerland

Tel: +41-(0)71 626 0 626 - Fax: 41-(0)71 626 0 623

imo@imo.ch - <http://www.fairforlife.net/>

ORIGINE : Le programme Fair for Life, créé en 2006, est le résultat d'un partenariat entre l'organisme de certification IMO (Institute for Marketecology) et la fondation suisse Bio-Foundation (Bio Stiftung). IMO est un organisme de certification particulièrement actif dans les domaines des produits écologiques, de l'agriculture biologique et des systèmes de management environnementaux. Représenté dans 90 pays, IMO certifie également les cahiers des charges FSC, PEFC, UTZ CERTIFIED, etc.

PROPRIETAIRE DU REFERENTIEL : La Bio-Foundation (Bio Stiftung).

La Bio-Foundation est une fondation suisse dont les objectifs sont la promotion d'une agriculture écologique, de systèmes de production durable et la défense des consommateurs respectueux de l'environnement. La fondation s'occupe du développement des standards et de la publication du label.

PORTEE DU REFERENTIEL : Production - Importation - Transformation

SECTEURS : Alimentaire - Cosmétique - Textile - Tourisme)

FILIERES/PRODUITS LABELLISES : Le référentiel est applicable aux produits suivants : fruits (ananas, pommes, poires, kiwi, framboises, fruits de la passion), légumes (avocat, tomates, câpres), épices (vanille, gingembre, anis, graine de fenouil, chili), huile (olives, jojoba, noix de coco, palme), produits de la mer (crevettes), cosmétiques (savon, lotion pour le corps, shampoing), fleurs, textile, artisanat, jouets, coton, thé, café, cacao, tabac, riz, sésame, etc.

GRILLE D'ANALYSE DU RÉFÉRENTIEL

€ Critères économiques

Prix équitable/ rémunération juste des travailleurs	✓
Prime pour projets collectifs	✓
Accès facilité au financement/ préfinancement	✓
Engagement durable des acheteurs	✓
Traçabilité	✓

👤 Critères sociaux

Temps de travail (n°001)	✓
Travail forcé (n°29 et 105)	✓
Liberté syndicale (n°87 et 98)	✓
Egalité (n°100 et 111)	✓
Salaires minima (131)	✓
Elimination du travail des enfants (n°138 et 182)	✓
Sécurité et la santé des travailleurs (n°155)	✓
Bénéfices sociaux complémentaires	✓

👥 Critères d'autonomie/gouvernance des OP

Structure collective formalisée de producteurs	✓
Accessibilité aux producteurs et travailleurs marginalisés	✓
Renforcement des capacités des producteurs	✓
Droits des peuples autochtones	✓
Prise de décision démocratique des OP	✓
Information transparente dans la gestion des OP	✓
Participation des producteurs à la gestion des OP	✓
Non discrimination au sein des OP	✓
Suivi de la gestion démocratique de la prime de développement	✓

🌍 Critères environnementaux

Réduction des impacts environnementaux des activités	✓
Gestion durable des ressources naturelles	✓
Protection de la biodiversité	✓
Gestion de l'énergie	✓
Gestion des sols	✓
Gestion de l'eau	✓
Gestion des déchets	✓
Gestion du transport	∅
Gestion des emballages des produits	∅
Interdiction de substances dangereuses	✓
Interdiction des OGM	✓
Prime à la conversion AB	N/A

📖 Critères de sensibilisation

Information et éducation par les porteurs du « label »	∅
--	---

ANALYSE DU LABEL

Etudes d'impact :

Seuls les impacts de la prime de développement sont régulièrement évalués.

Sous forme de tableau, le référentiel disponible en anglais et en espagnol est clair et compréhensible. Le cahier des charges s'applique aux organisations de petits producteurs, comme aux plantations. De ce fait, le cahier des charges distingue les exigences qui concernent les travailleurs ou les entreprises qui les embauchent, des exigences qui concernent les petits producteurs et leurs organisations. Les critères sont évalués sur une échelle allant de 0 à 4, 2 étant la note minimum pour que le critère soit validé. La validation de certains critères est indispensable pour obtenir la certification. Pour les autres, elle doit atteindre au moins 90 % de l'ensemble des critères la première année, au moins 95 % la deuxième année et 100 % la troisième année. Le cahier des charges est générique et s'applique à l'ensemble des produits. Il existe une exception pour la filière coton et la filière textile, qui relèvent d'une partie spécifique du cahier des charges.

ÉLIGIBILITE

Toutes les zones sont éligibles mais « Fair for Life » est destiné en priorité aux groupements de producteurs à faibles revenus et aux travailleurs des pays du Sud. La certification est possible dans les pays industrialisés si projet de commerce équitable pertinent peut être présenté.

Critères Economiques

- **Transparence, durabilité, traçabilité** : la relation entre le producteur et l'acheteur est basée sur la transparence et l'engagement à long terme.
- **Préfinancement** : considéré comme essentiel, le préfinancement est encouragé et peut atteindre 50 % du prix. Il concerne surtout les investissements de production.
- **Prix équitable** : le référentiel exige que les partenaires commerciaux se mettent d'accord sur un prix équitable, basé sur des négociations ouvertes et transparentes. L'organisme de contrôle, vérifie que ce prix est approprié : il doit couvrir les coûts de production et permettre de contribuer au développement social des communautés de producteurs et de travailleurs concernés. Le prix équitable doit être au moins 5 % supérieur au prix des produits conventionnels équivalents, mais si le cours des produits conventionnel baisse trop, le différentiel doit être plus élevé.
- **Prime de développement** : Si la prime de développement est systématique, son montant n'est pas fixé par le référentiel, mais par les partenaires commerciaux. En pratique elle est souvent de l'ordre de 10 % du prix bord champ payé au producteur. Pour les employés, la prime déposée dans un fonds représente de 5 à 10 % du chiffre d'affaires sans les coûts de main d'œuvre. La prime est négociée indépendamment des prix. Gérée de manière transparente et collective, l'affectation de la prime est décidée par les bénéficiaires. Le référentiel stipule que l'argent doit être investi dans des projets communautaires (écoles, hôpitaux), des projets sociaux ou des investissements productifs communs (entrepôts, etc.). Les montants du prix minimum garanti et de la prime déterminés par Fairtrade International servent de référence.

Critères Sociaux

Les 11 conventions fondamentales de l'OIT sont à respecter. Certains critères sociaux complémentaires ne sont pas requis pour obtenir la certification mais sont encouragés dans une démarche de progrès. Exemples : horaires adaptés pour les parents ayant des enfants en bas âge, bénéfices sociaux complémentaires (assurance décès, garde d'enfants gratuite, bourse pour l'éducation).

Autonomie des Producteurs

Afin de renforcer les capacités des producteurs, les acheteurs des produits certifiés sont encouragés à fournir des aides supplémentaires à la prime de développement : achats d'intrants subventionnés, prêts, projets communautaires, etc.

Critères Environnementaux

L'ensemble des étapes de la production doivent avoir une certification biologique ou environnementale reconnue (ex : AB, le Global Organic Textiles Standard GOTS, FSC pour le bois etc.). Les opérations qui ne sont pas déjà certifiées par un de ces programmes doivent se conformer aux critères environnementaux qui complètent le cahier des charges de « Fair for Life ». Il s'agit d'un ensemble d'engagements environnementaux spécifiques à chaque secteur (agriculture, foresterie, etc.). Par ailleurs, les principaux points concernant la préservation des eaux, la gestion de l'énergie, des écosystèmes et des eaux usées sont contrôlés lors des audits annuels. Enfin, pour obtenir la certification, les entreprises ne doivent pas être impliquées dans des activités de destruction du milieu. Elles sont par ailleurs encouragées à continuellement améliorer leur utilisation énergétique.

Sensibilisation et Plaidoyer

La sensibilisation n'est pas un critère du référentiel. Cependant, Fair for Life et IMO participent à l'évolution des comportements des entreprises par le biais de participation à des salons professionnels, l'organisation de conférences ou l'intervention dans des colloques.

Gestion du logo/Etiquetage

Le logo est apposé sur les produits et peut être utilisé dans la communication institutionnelle de l'entreprise utilisatrice.

Le logo et l'annotation varient selon la composition du produit :

- Produits labellisés « Fair for Life » : En principe, 80 % des ingrédients doivent être certifiés pour pouvoir apposer le logo. Un minimum de 5 0% (eau incluse) est néanmoins toléré si l'entreprise présente un plan d'action qui lui permet d'atteindre 80 % d'ingrédients certifiés sur une période de 3 ans et que les % d'ingrédients certifiés sont indiqués sur le produit.
- Produits « fabriqués avec des ingrédients « Fair for Life » : au moins 20 % des ingrédients doivent être certifiés.

CONTROLE DU RÉFÉRENTIEL

LES ÉTAPES DE LA CERTIFICATION

Organisme de
vérification :

IMO

- 1) Envoi d'une requête écrite à Fair for Life accompagnée d'une description du projet
- 2) Estimation des coûts de certification par Fair for Life et rédaction du contrat
- 3) Avance de 80 % des frais
- 4) Définition d'une date pour l'audit
- 5) Vérification par le candidat que ses documents sont à jour : contrats de travail, règlements, etc.
- 6) Audit sur le terrain
- 7) Analyse de l'audit
- 8) Certification

Un audit de contrôle est réalisé tous les ans.

Les modalités de contrôle

Auto-évaluation



Evaluation externe



Tiers indépendant accrédité ISO 65



LES COÛTS DE CONTRÔLE

Afin de minimiser les coûts, les audits pour la certification Fair for Life peuvent être réalisés en même temps que ceux pour la certification biologique.

Les frais de contrôle sont à la charge des producteurs ou sont payés par les entreprises partenaires des organisations de producteurs.

Il n'existe pas d'aide spécifique pour favoriser l'accès à la certification et pas de frais de licence pour les porteurs du label.

Transparence et gouvernance

Référentiel en libre accès sur internet



Participation des producteurs à la création du référentiel



Participation des producteurs à l'évolution du référentiel



Notre avis

Le label Fair for Life associe les exigences de l'agriculture biologique et du commerce équitable. Il couvre l'ensemble des exigences portées par le commerce équitable à l'exception notable du critère de sensibilisation des consommateurs par les entreprises.

Fair for Life est l'un des rares labels à pouvoir s'appliquer à des produits de la filière artisanat (avec la garantie portée par WFTO).

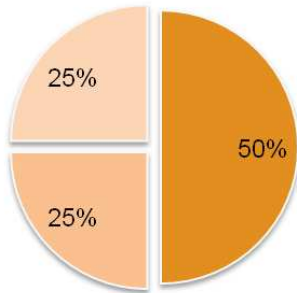
Ce label est également un des premiers à être éligible aux producteurs des pays industrialisés. Nul doute que ce positionnement fera débat au sein de la communauté des promoteurs de commerce équitable.

A l'instar du label ECOCERT Equitable, Fair for Life est un label récent initié par un organisme de certification, IMO, spécialisé dans l'agriculture biologique. Néanmoins, le partenariat avec la Bio Foundation, propriétaire du référentiel paraît pertinent car il permet de bien distinguer le label de l'organisme de contrôle.

Le statut d'organisation à but non lucratif de la Bio Foundation pourrait lui permettre de renforcer l'implication du système de garanti sur les volets politiques du mouvement du commerce équitable : plaidoyer en faveur du changement des règles du commerce mondial, promotion de l'agriculture paysanne, etc.



Répartition géographique des producteurs



- Europe
- Amérique Latine
- Afrique

LABEL : FairWild version 1.0 (2006), FairWild version 2.0 (2010)

CREATEUR DU LABEL : IMO, SIPPO, Forum Essenzia e.V. (2006) et FairWild Foundation (2008)

ORGANISME DE VERIFICATION : IMO (Institute of Marketecology)

CONTACT :

Weinfelden, Suisse
 Weststrasse 51
 CH-8570 Weinfelden
 Switzerland
 Tel: +41-71-6 26 06 26 - Fax: +41-71-6 26 06 23
info@fairwild.org - <http://www.fairwild.org/>

ORIGINE : Le référentiel FairWild (version 1.0) a été créé en 2006 par IMO, SIPPO (the Swiss Import Promotion Programme) et Forum Essenzia e.V. Il se base sur le référentiel ISSC-MAP (International Standards for Sustainable Wild Collection of Medicinal and Aromatic Plants), créé par le WWF Allemagne (World Wide Found), la BfN (Bundesamt für Naturschutz – Agence Fédérale Allemande pour la Conservation de la Nature), le TRAFFIC (Wildlife Trade Monitoring Network) et l'IUCN (International Conservation Union). Ce label certifie que des opérations de collecte de plantes aromatiques et médicinales sont effectuées de manière durable. Une version 2.0 du référentiel FairWild est parue en août 2010.

PROPRIETAIRE DU REFERENTIEL : Depuis 2008, le label est géré par la Fairwild Foundation, tout en s'appuyant sur une assistance technique de WWF et de TRAFFIC.

SECTEURS : Alimentaire - Cosmétique - Industrie pharmaceutique

PORTEE DU REFERENTIEL : Production - importation - Transformation

FILIERES/PRODUITS LABELLISES : La certification s'applique à tous les produits issus de la collecte (plantes, fruits, noix, champignons, baies, etc.).

GRILLE D'ANALYSE DU RÉFÉRENTIEL

€ Critères économiques

Prix équitable/ rémunération juste des travailleurs	✓
Prime pour projets collectifs	✓
Accès facilité au financement/ préfinancement	✓
Engagement durable des acheteurs	✓
Traçabilité	✓

👤 Critères sociaux

Temps de travail (n°001)	✓
Travail forcé (n°29 et 105)	✓
Liberté syndicale (n°87 et 98)	✓
Egalité (n°100 et 111)	✓
Salaires minima (131)	✓
Élimination du travail des enfants (n°138 et 182)	✓
Sécurité et la santé des travailleurs (n°155)	✓
Bénéfices sociaux complémentaires	✓

👥 Critères d'autonomie/gouvernance des OP

Structure collective formalisée de producteurs	✓
Accessibilité aux producteurs et travailleurs marginalisés	⊘
Renforcement des capacités des producteurs	✓
Droits des peuples autochtones	✓
Prise de décision démocratique des OP	✓
Information transparente dans la gestion des OP	✓
Participation des producteurs à la gestion des OP	✓
Non discrimination au sein des OP	✓
Suivi de la gestion démocratique de la prime de développement	✓

🌍 Critères environnementaux

Réduction des impacts environnementaux des activités	✓
Gestion durable des ressources naturelles	✓
Protection de la biodiversité	✓
Gestion de l'énergie	✓
Gestion des sols	✓
Gestion de l'eau	✓
Gestion des déchets	✓
Gestion du transport	✓
Gestion des emballages des produits	⊘
Interdiction de substances dangereuses	✓
Interdiction des OGM	✓
Prime à la conversion AB	✓

📖 Critères de sensibilisation

Information et éducation par les porteurs du « label »	⊘
--	---

ANALYSE DU LABEL

Etudes d'impact :

FairWild vérifie l'impact social de la prime de développement.

FairWild est un label qui a été développé pour garantir la durabilité d'opération de collecte de plantes, de champignons et de fruits sauvages. Ce label combine des engagements sociaux et environnementaux forts, ainsi que certains aspects spécifiques au commerce équitable. La certification s'applique sans restriction géographique.

Le référentiel est composé de 11 principes et 29 critères.

ELIGIBILITE

La certification FairWild concerne les cueilleurs, les organisations de cueilleurs ainsi que les employés des usines de transformation du secteur de la collecte. Elle s'applique aux acteurs des pays du Sud et du Nord sous certaines conditions (collecteurs défavorisés ou marginalisés dans les pays développés)

Critères Economiques

- **Transparence, durabilité, traçabilité** : Les acheteurs doivent être totalement transparents sur les coûts et les bénéfices engendrés. Le dialogue doit être instauré avec les collecteurs, en particulier sur la définition du prix.
- **Préfinancement** : Le préfinancement est de 20% minimum.
- **Prix équitable** : Le prix équitable est composé des coûts de collecte, du prix payé aux collecteurs, des coûts d'achat et de transformation et des coûts de certification. Le prix payé aux collecteurs doit être suffisant pour couvrir leurs besoins et ceux de leurs familles.
- **Prime de développement** : elle correspond à 10% du prix acheté au cueilleur. Elle est destinée à des projets sociaux de développement et gérée par un fonds dans lequel les groupes de cueilleurs sont représentés. Durant les 5 premières années, la prime doit aussi être utilisée pour améliorer la durabilité de la cueillette.

Critères Sociaux

FairWild garantit le respect des principales conventions de l'OIT : L'interdiction du travail forcé, la liberté d'association et le droit à la négociation collective, l'encadrement du travail des enfants et la non discrimination. Le référentiel couvre également les normes d'hygiène, de santé et de sécurité au travail (accès à l'eau potable, protection incendie, etc.), ainsi que les bonnes conditions de travail (contrat, salaire, formation, limitation du temps de travail, congés payés, fonds de retraite, etc.).

Autonomie des Producteurs

Afin de créer des sources de revenus supplémentaires, les collecteurs dépendant d'un seul produit sont incités à diversifier leur activité de cueillette. L'acheteur

soutient la structuration de l'organisation de collecteurs à travers la mise en place d'organisations de représentants élus de manière démocratique. Des programmes visant à intégrer les groupes marginalisés et en particulier les femmes doivent être mis en place.

Une facette importante de ce référentiel est le respect et la reconnaissance des croyances et des traditions des communautés locales et des peuples indigènes. Cela passe par une gestion durable des espaces de cueillette mais aussi par une connaissance du droit communautaire, des utilisations traditionnelles et des significations culturelle et religieuse.

La commercialisation des produits de la collecte ne doit pas affecter la disponibilité, l'accessibilité et la qualité des plantes médicinales pour les locaux et leur utilisation traditionnelle.

Critères Environnementaux

Le référentiel permet de prévenir les impacts environnementaux négatifs liés à la récolte des plantes sauvages médicinales et aromatiques. Cette prévention est principalement intégrée dans les pratiques de gestion et de cueillette qui permettent d'identifier, d'inventorier, d'évaluer les impacts de l'activité sur les espèces rares, menacées ou en voie d'extinction. Les activités de cueillette n'affectent pas la diversité de l'écosystème et les règles de cueillettes limitent la production de déchets.

La cueillette doit avoir lieu dans un environnement où il existe des indicateurs spécifiques pour les espèces pour lesquelles les risques de non durabilité sont plus élevés (espèces menacées, peu connues, endémiques, dont la demande commerciale augmente, etc.).

Sensibilisation et Plaidoyer

La fondation FairWild qui gère le référentiel est également impliquée dans des activités de conseil auprès des acteurs concernés par la régulation des activités de collecte (Etats, collectivités territoriales, ONG, etc.). La promotion des principes de la collecte durable est également effectuée auprès de professionnels des plantes médicinales sous la forme d'articles et de newsletters (cf. Square Brackets, CBD newsletter for Civil Society, etc.).

Gestion du logo/Etiquetage

Le label peut être utilisé sur des emballages lors de campagnes de promotion sous réserve d'un accord avec la fondation FairWild.

La taille du logo dépend du pourcentage de composition (en poids brut) :

- Logo FairWild en évidence : ≥ 75 %
- Logo FairWild en place subalterne : entre 20 et 75 %
- Phrase « contient % d'ingrédients certifiés FairWild » : < 20 %

CONTROLE DU RÉFÉRENTIEL

LES ÉTAPES DE LA CERTIFICATION

Organisme de
vérification :

IMO

- 1) Demande de candidature auprès de FairWild
- 2) Analyse de la candidature et des documents fournis par FairWild et IMO
- 3) Audit effectué par IMO aboutissant à la rédaction d'un rapport
- 4) Evaluation du rapport d'audit et des documents fournis (ressources, plan de management, pratique de la collecte durable, calcul des coûts tout au long de la chaîne, traçabilité, documents concernant les « pratiques équitables » : prime, prix supérieur, etc.)
- 5) Obtention du certificat si l'ensemble des critères minima sont respectés.

Les modalités de contrôle

Auto-évaluation



Evaluation externe



Tiers indépendant accrédité ISO 65



LES COÛTS DE CONTRÔLE

Les coûts de certification sont portés par le demandeur de la certification : producteur, acheteur ou importateur. Le référentiel 2.0 est disponible en anglais, allemand, portugais, serbo-croate et espagnol.

Transparence et gouvernance

Référentiel en libre accès sur internet



Participation des producteurs à la création du référentiel



Participation des producteurs à l'évolution du référentiel



Notre avis

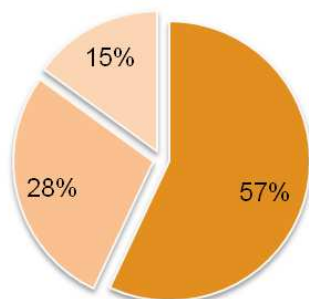
Le label FairWild couvre l'ensemble des exigences portées par les acteurs du commerce équitable. Il ne cible pas explicitement les petits producteurs et cueilleurs défavorisés, même si dans les faits il s'agit d'une population souvent marginalisée, dans les pays du Sud, mais également du Nord. Comme pour Fair For Life, avec qui il partage une histoire similaire (développement porté par l'organisme de certification IMO), on peut regretter le manque d'encouragement des entreprises à sensibiliser les consommateurs sur le commerce équitable.

Le label FairWild se distingue des autres labels de commerce équitable par deux spécificités : d'une part il porte sur les activités de cueillette de plantes sauvages médicinales et aromatiques. Il répond ainsi aux problématiques particulières liées à la protection des espèces en danger, à la surexploitation des ressources naturelles et à l'exploitation d'une main d'œuvre souvent peu organisée. D'autre part, le label est un des seuls à se référer aux des droits des peuples autochtones, ainsi qu'aux croyances et coutumes.

La séparation de la propriété du référentiel (fondation FairWild) avec l'organisme de contrôle IMO montre la pertinence de cette articulation au regard des principes du commerce équitable : faire évoluer les règles du commerce. En effet la fondation mène des activités de plaidoyer et de conseil, au-delà de la promotion du référentiel. Elle a par exemple appuyé les organismes de régulation compétents en Bosnie Herzégovine pour mieux définir un cadre réglementaire respectant les principes du développement durable. La fondation a également démarré un programme d'accréditation qui devrait conduire à ouvrir le contrôle du référentiel à d'autres organismes qu'IMO.

FAIRTRADE MAX HAVELAAR

Répartition géographique des producteurs



- Amérique Latine
- Afrique
- Asie et Océanie

• **Bénéficiaires** : 1,5 millions de producteurs /travailleurs, soit en comptant les familles, 8 millions de personnes - 827 organisations dans plus de 60 pays

• **Produits** : 80 millions de consommateurs dans plus de 50 pays.

En France : 3015 produits labellisés commercialisés par 205 entreprises

• **Chiffres d'affaires (estimations)** :

A l'international : 3,4 milliards d'euros en 2009

En France : 287 millions d'euros en 2009

LABEL : Fairtrade Max Havelaar

CREATEUR DU LABEL : Fairtrade International (ex FLO, 1997)

ORGANISME DE VERIFICATION : FLO-CERT GmbH (2003)

CONTACT :

FLO-CERT GmbH, Bonn, Allemagne Max Havelaar France, Montreuil, France
Bonner Talweg 177 - 53129 Bonn 261, rue de Paris - 93446 Montreuil Cedex
Tél : +49(0) 228 249 30 Tél : 01 42 87 70 21
info@flo-cert.net www.flo-cert.net <http://www.maxhavelaarfrance.org/>

ORIGINE : En 1988, un prêtre ouvrier néerlandais, Francisco Van Der Hoff, installé au Mexique et Nico Roozen de l'ONG néerlandaise Solidar, décident de fonder une organisation destinée à labelliser la café mexicain satisfaisant à une série de critères économiques, sociaux et environnementaux. Ils nomment ce label Max Havelaar, du nom du héros du roman du même nom, racontant le combat d'un administrateur colonial pour améliorer les conditions de vie des paysans indonésiens durant la colonisation hollandaise au XIXème. Ce label représente aujourd'hui plus de 80% du commerce équitable dans le monde. En France, le label est porté par Max Havelaar France.

PROPRIETAIRE DU REFERENTIEL : Fairtrade International

Fairtrade International est une organisation à but non lucratif regroupant :

- **La fédération Fairtrade** qui est en charge de la rédaction des référentiels et assure la gestion globale des opérations telles que l'appui aux organisations de producteurs sur le terrain, la gestion des filières et des tables rondes consultatives (rassemblant les producteurs et les acheteurs), la communication institutionnelle globale et les règles d'utilisation du label.

- **Les réseaux continentaux de producteurs** : CLAC (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo), AFN (African Fairtrade Network), NAP (Fairtrade Network for Asian Producers). Ces associations assurent la représentation des producteurs aux instances et comités de Fairtrade International. Elles gèrent également les programmes de renforcement des capacités des organisations de producteurs au Sud.

- **Les associations nationales de labellisation** telles que Max Havelaar France qui ont pour principales fonctions la gestion et la promotion du label Fairtrade. Elles assurent également la sensibilisation de l'opinion publique et l'accompagnement des acteurs économiques pour le développement de leur engagement en faveur du commerce équitable.

Dans les instances décisionnaires de la fédération Fairtrade comme le conseil d'administration, le « Nord » (associations de labellisation) et le « Sud » (réseaux de producteurs) décident ensemble. Fairtrade International est membre de FTAO (FairTrade Advocacy Office) qui rassemble les grandes organisations internationales de Commerce Equitable et mène des activités de plaidoyer.

PORTEE DU REFERENTIEL : Production - Importation - Transformation

SECTEURS : Alimentaire - Cosmétique - Textile

FILIERES/PRODUITS LABELLISES : alcool, bananes, noix et beurres (karité, olive, argan, arachide, cajou, amande, etc.), cacao, café, coton (graine), épices et herbes, fleurs, fruits frais, fruits séchés, jus de fruits, miel, quinoa, riz, sucre, thé, vin.

GRILLE D'ANALYSE DU RÉFÉRENTIEL

€ Critères économiques

Prix équitable/ rémunération juste des travailleurs	✓
Prime pour projets collectifs	✓
Accès facilité au financement/ préfinancement	✓
Engagement durable des acheteurs	✓
Traçabilité	✓

👤 Critères sociaux

Temps de travail (n°001)	✓
Travail forcé (n°29 et 105)	✓
Liberté syndicale (n°87 et 98)	✓
Egalité (n°100 et 111)	✓
Salaires minima (131)	✓
Elimination du travail des enfants (n°138 et 182)	✓
Sécurité et la santé des travailleurs (n°155)	✓
Bénéfices sociaux complémentaires	✓

👥 Critères d'autonomie / gouvernance des OP

Structure collective formalisée de producteurs	✓
Accessibilité aux producteurs et travailleurs marginalisés	✓
Renforcement des capacités des producteurs	✓
Droits des peuples autochtones	Ø
Prise de décision démocratique des OP	✓
Information transparente dans la gestion des OP	✓
Participation des producteurs à la gestion des OP	✓
Non discrimination au sein des OP	✓
Suivi de la gestion démocratique de la prime de développement	✓

🌍 Critères environnementaux

Réduction des impacts environnementaux des activités	✓
Gestion durable des ressources naturelles	✓
Protection de la biodiversité	✓
Gestion de l'énergie	✓
Gestion des sols	✓
Gestion de l'eau	✓
Gestion des déchets	✓
Gestion du transport	Ø
Gestion des emballages des produits	Ø
Interdiction de substances dangereuses	✓
Interdiction des OGM	✓
Prime à la conversion AB	✓

📖 Critères de sensibilisation

Information et éducation par les porteurs du « label »	✓
--	---

ANALYSE DU LABEL

Il existe deux catégories de cahier des charges : un cahier des charges générique s'appliquant à l'ensemble des produits et devant être respecté par tous les producteurs et/ou opérateurs et un cahier des charges spécifique à chacun des produits (ex : café, sucre, banane, etc.). Chaque cahier des charges est décliné et adapté selon les modes d'organisations des producteurs/travailleurs (petits producteurs organisés en coopératives, main d'œuvre salariée travaillant dans des plantations agricoles et/ou producteurs sous contrat en cours d'organisation, etc.).

Les différents cahiers des charges sont disponibles en anglais, en français, en portugais et en espagnol. Ils s'articulent selon trois grands axes :

- Les conditions de production durable (conditions de travail et protection de l'environnement) ;
- Les conditions commerciales équitables ;
- Le développement socio-économique autonome des producteurs.

Ces axes sont déclinés en critères se composant d'exigences générales (à remplir lorsque les structures rejoignent le système du commerce équitable), d'exigences minima (à remplir avant la certification initiale) et d'exigences de progrès (à se conformer dans le temps par des améliorations continues).

ELIGIBILITE

Trois types de structures sont éligibles :

- Les organisations de petits producteurs.
- Les entreprises à contrat de production pour le riz et le coton en Inde et pour les noix et fruits secs au Pakistan.
- Les plantations et les entreprises utilisant une main d'œuvre salariée pour les bananes, les fruits et légumes frais, les jus de fruits, le thé, le vin et les fleurs.

Pour être éligibles, les organisations de petits producteurs (coopératives, associations ou autres types d'organisations gérées de manière démocratique par les producteurs membres) doivent, soit se composer d'au moins 50 % de petits producteurs, soit avoir 50 % de leur volume de production provenant de ces petits producteurs.

Critères Economiques

- **Transparence, durabilité, traçabilité** : les acheteurs s'engagent à soumettre un plan d'approvisionnement aux producteurs et aux convoyeurs avec lesquels ils souhaitent travailler. L'échange d'informations entre les différents acteurs doit être considéré comme essentiel.
- **Préfinancement** : il peut représenter jusqu'à 60 % de la valeur du contrat et est attribué à la demande des producteurs.
- **Prix équitable** : Les prix minima garantis ont pour but de protéger les producteurs des fluctuations du marché et de leur permettre de ne pas vendre leur production à perte. Ils sont définis à l'issue d'une « enquête participative » permettant de calculer les coûts de production et d'exploitation.

- **Prime de développement** : elle doit permettre un développement social, économique et/ou environnemental durable de l'organisation et de ses membres et à travers eux de leur familles, des ouvriers et des communautés alentours. Dans les plantations, la décision de l'affectation de la prime doit être prise de manière concertée entre la direction et les travailleurs agricoles.

Les montants du prix minimum garanti et de la prime sont définis par produit, par type de transformation (exemple : fruits frais, séchés, en purée, etc.), par mode de production (agriculture biologique ou conventionnelle) et par localisation géographique. Ces données sont disponibles sur le site de Fairtrade International (www.fairtrade.net).

Lorsque le prix du marché est supérieur au prix minimum garanti, c'est le prix du marché qui prévaut.

Critères Sociaux

Les 11 conventions fondamentales de l'OIT doivent être respectées.

Dans le cas de travailleurs salariés, s'il n'existe pas de syndicats actifs ou reconnus dans la zone géographique, la structure doit mettre en place une élection démocratique afin de désigner un comité de travailleurs qui les représente et négocie avec la direction afin de défendre leurs droits et leurs intérêts. La mise en place d'une sécurité sociale et d'un congé maternité sont deux critères obligatoires.

Au-delà, dans une démarche de progrès, la structure est encouragée à augmenter la durée du congé de maternité et à mettre en place une caisse de prévoyance et un système de retraite.

Des formations continues et une sensibilisation sur la santé au travail doivent être dispensées.

Autonomie des Producteurs

Le cahier des charges promeut un modèle où les organisations de producteurs renforcent leurs compétences et celles de leurs adhérents. Il en est de même pour les travailleurs dans le cadre des plantations fonctionnant avec une main d'œuvre salariée.

Les cahiers des charges fournissent un cadre général pour que les producteurs fixent leurs propres objectifs de développement. Ce cadre permet aux organisations de producteurs de définir et de gérer leurs propres stratégies commerciales et de production (exemple : conversion à l'agriculture biologique, diversification des revenus, etc.). Les producteurs participent également au renforcement de leur capacité organisationnelle et de leur rôle social au sein de leurs communautés.

Le statut des femmes doit être valorisé et leur permettre d'accéder à des postes décisionnels.

Lorsque les plantations sont certifiées, il est obligatoire de mettre en place un plan annuel de travail pour le développement social (différent de la prime) à partir de la première année suivant l'obtention de la certification.

L'enseignement primaire doit être assuré pour les enfants de tous les travailleurs résidents permanents et la plantation doit avoir un souci de scolarisation des enfants au-delà de cette obligation minimale.

Les installations doivent être adaptées et les enseignants qualifiés. Si la situation l'exige, un système de ramassage scolaire doit être mis en place.

Des formations sur le commerce équitable concernant les droits et les devoirs ainsi que les bénéfices de la prime et de sa gestion doivent être dispensées à l'ensemble des employés.

Pour aller plus loin dans la démarche d'accompagnement :

Mis en place en 2004 par Fairtrade International (ex : FLO), le programme PSR (Producer Services and Relations – Unité des relations et services aux producteurs) a pour objectif le renforcement des organisations de producteurs et de leur place dans la filière. L'accompagnement doit améliorer l'accès à de nouveaux marchés. Des formations dans la langue locale sur le commerce équitable, le management, le SCI (Système de Contrôle Interne), l'environnement, ou autres sont dispensées aux producteurs et aux salariés. Ce programme informe et guide les producteurs dans leur démarche de certification et de développement. Il facilite aussi les relations avec les acheteurs. Le PSR est constitué de 5 managers régionaux (dont 3 en Afrique), 7 coordinateurs régionaux et de 30 coordinateurs locaux sur le terrain.

Critères Environnementaux

Les cahiers des charges sont constitués de critères minima relatifs à l'interdiction des pesticides et intrants reconnus comme dangereux (liste de 70 substances), à l'interdiction de semences OGM, à la gestion et au stockage des intrants et la définition d'un plan de protection de l'environnement. Ces obligations minimales sont complétées par des critères de progrès à mettre en œuvre sur une durée de 6 ans. Ils concernent la gestion durable des ressources naturelles, la protection de la biodiversité via la gestion des espèces menacées, l'équilibre et la diversification des cultures, la reforestation et la culture sous couvert végétal, la consommation minimale d'énergie et d'eau et l'utilisation d'énergies renouvelables, l'utilisation d'herbicides par nécessité, le recyclage des matériaux.

Complémentaire à l'interdiction d'OGM sur les productions, la surveillance d'utilisation d'OGM dans le voisinage permet de prévenir une éventuelle contamination.

De plus, les structures sont encouragées à mettre en place un système de contrôle interne en 3 ans et à soutenir des projets locaux pour la protection de l'environnement.

Grâce à une prime supplémentaire, les producteurs sont incités à se convertir à l'agriculture biologique, plus respectueuse de l'environnement que l'agriculture conventionnelle.

Sensibilisation et Plaidoyer

Conformément à la définition de FINE, qu'il a élaborée en partie, Fairtrade International mène des actions de plaidoyer en faveur de l'amélioration des conditions de vie de producteurs du Sud et pour changer les règles du commerce mondial. Il est présent dans les grandes conférences internationales sur les questions de développement, de protection de la biodiversité ou du réchauffement climatique.

En France, Max Havelaar France mène de nombreuses actions de sensibilisation :

- la campagne Territoires de Commerce Equitable auprès des collectivités (portée également par la Plate-Forme pour le Commerce Equitable et la Fédération Artisans du Monde) ;
- la campagne « Changeons d'étiquette » auprès du grand public et des acteurs de l'industrie du textile pour plus d'équité dans la filière coton;
- la Quinzaine du commerce équitable avec par exemple l'organisation de brunchs équitables à destination du grand public.

Max Havelaar France participe également aux travaux de la CNCE (Commission Nationale du Commerce Equitable) et à de nombreux groupes de travail pilotés par Coordination Sud (exemple : groupe souveraineté alimentaire, etc.).

Gestion du logo/Etiquetage

Le logo est présent sur les produits et peut être utilisé dans la communication institutionnelle.

Pour un produit brut, 100 % (en poids brut) du produit doit être équitable pour apposer le logo. Dans le cas d'un produit composé, le logo est présent sur le produit lorsque au moins 50 % (en poids brut) des ingrédients sont équitables (ramené à 20 % sur certains produits spécifiques et après validation de Max Havelaar France).

L'utilisation d'ingrédients conventionnels, lorsqu'ils existent dans leur version équitable, est interdite.

ETUDES D'IMPACTS

En 2007, Max Havelaar France a commandé une étude d'impact à Oréade-Brèche sur les effets et les impacts du commerce équitable labellisé au Pérou et en République Dominicaine (étude disponible sur : <http://f3e.asso.fr/spip.php?rubrique367>).

En 2008, FINE (FLO, WFTO (anciennement IFAT), NEWS! et EFTA) en coopération avec DAWS (Dutch Association of WorldShops) ont réalisé une enquête en vue de regrouper les chiffres et les faits du commerce équitable dans 33 pays consommateurs. Dans le cadre du dispositif d'études d'impacts de la PFCE, Max Havelaar France a collaboré à la réalisation d'une étude d'impact sur la filière quinoa en Bolivie, ainsi qu'à l'édition d'une cartographie des études d'impacts existantes sur le commerce équitable, commandée au CIRAD. Dans cette étude, la plupart des études d'impacts référencées portaient sur des filières labellisées Fairtrade International. Max Havelaar France publie également un bilan annuel de l'impact du commerce équitable vulgarisant les résultats d'une série d'études d'impacts (le premier bilan 2008/2009 était consacré aux organisations de petits producteurs en Amérique latine, un second est en préparation sur les organisations de petits producteurs en Afrique).

CONTRÔLE DU RÉFÉRENTIEL

FLO-CERT, accrédité ISO-65, est en charge de l'inspection et de la certification des organisations de producteurs et des acteurs commerciaux en accord avec les standards de Fairtrade International. Le capital est détenu par Fairtrade International mais FLO-CERT fonctionne indépendamment.

LES ÉTAPES DE LA CERTIFICATION

- 1) Prendre contact avec FLO-CERT afin de faire une demande de candidature
- 2) Remplir le dossier de candidature
- 3) Première analyse du dossier et des documents fournis – coût : 500 euros
- 4) Audit sur site de production et de l'ensemble de la chaîne
- 5) Analyse par un comité de certification composé de deux représentants des producteurs, de deux importateurs, de deux représentants d'associations nationales et d'un expert externe en certification
- 6) Emission d'une liste d'actions correctives éventuelles
- 7) Certificat valable un an

Un contrôle annuel est réalisé par FLO-CERT.

NB : à toutes les étapes, le candidat peut faire une demande d'appui et d'accompagnement à PSR.

Organisme de vérification :

FLO-CERT

Accrédité ISO 65,
par le DAP
(équivalent
allemand du
COFRAC)

Les modalités de contrôle

Auto-évaluation

Evaluation externe

Tiers indépendant accrédité ISO 65



LES COÛTS DE CONTRÔLE

Un document référençant tous les coûts de certifications est disponible sur le site internet de FLO-CERT <http://www.flo-cert.net>

- **Pour les organisations de producteurs** : une partie des coûts peut être prise en charge par un fonds créé par Fairtrade International. Cette aide financière est mise à disposition des producteurs afin qu'ils puissent payer une inspection initiale ou de renouvellement. Le financement peut aller jusqu'à 75 % pour les organisations de producteurs les plus défavorisées. L'allocation ne peut être obtenue que 2 fois.
Les critères d'éligibilité sont définis en fonction du pays et du produit. De plus, les frais de certification doivent dépasser 10 % du profit net de l'organisation de producteurs. Par exemple : la banane dans tous les pays, le cacao au Venezuela, etc.
- **Pour les porteurs du label** : les frais de licence également appelés redevance sont calculés de manière différente en fonction des filières :
 - ▶ de 2 à 2,5 % du chiffre d'affaires des ventes des produits labellisés : par exemple, plats cuisinés, glaces, bières
 - ▶ volume du produit (de 0.03 à 0,55 €/kg) : par exemple, café, thé, quinoa

Transparence et gouvernance

Référentiel en libre accès sur internet



Participation des producteurs à la création du référentiel



Participation des producteurs à la l'évolution du référentiel



Les producteurs et organisations de producteurs sont représentés par les réseaux continentaux de producteurs : CLAC, AFN et NAP. Ces entités participent de manière active aux décisions de la fédération Fairtrade, à son conseil d'administration, et sont également membres de l'assemblée générale.

Notre avis

Le label Fairtrade/Max Havelaar est le label le plus ancien et le plus connu pour les produits issus du commerce équitable. Il représente plus de 80 % des produits disponibles dans le commerce. Malgré le développement de nouveaux labels, il reste la référence principale dans le secteur.

C'est le seul système de garantie qui s'appuie sur un réseau de bénévoles pour développer des activités de plaidoyer et de sensibilisation des citoyens et des consommateurs. C'est donc un des rares labels de commerce équitable qui développe réellement les trois piliers de la démarche

L'ancienneté du label permet aujourd'hui d'analyser l'impact de la démarche et du label sur les producteurs du Sud. FairTrade a ainsi été l'un des premiers organismes à faire effectuer des études d'impact. C'est également un des seuls labels de commerce équitable à avoir réellement entrepris l'indépendance des contrôles, Flo-cert étant certifiée ISO 65 sur la base du référentiel FairTrade.

Par ailleurs, la gouvernance du label s'est fortement améliorée au fil des années avec un renforcement de l'implication et de la représentation des organisations de producteurs dans les prises de décisions.

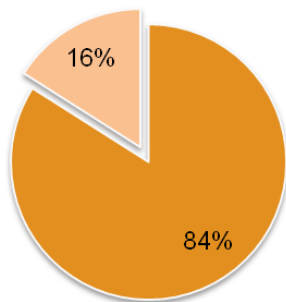
Néanmoins, les processus de décisions sont relativement longs et lourds à mettre en place, avec par exemple des mises à jour des prix minimum garantis trop peu fréquentes par rapports aux évolutions des coûts de productions etc. A noter également que l'intégration de petites organisations de producteurs est parfois difficile en raison de la lourdeur et du coût de ce système de garantie, malgré les aides mises en place.

Par ailleurs, les modalités de labellisation des plantations, bien que permettant d'étendre certains avantages du commerce équitable à leurs salariés, soulèvent des doutes, des remises en causes et des débats, à la fois pour les observateurs du secteur, mais aussi pour les parties prenantes (organisations de producteurs et entreprises labélisées). Sur les mêmes filières et les mêmes territoires, certaines organisations de producteurs se retrouvent parfois en concurrence avec des plantations labélisées. Quel modèle agricole privilégier et comment concilier des logiques souvent contradictoires, c'est l'enjeu central auquel le système FairTrade doit aujourd'hui prouver qu'il est capable de faire face.

FOREST GARDEN PRODUCTS



Répartition géographique des producteurs



- Asie et Océanie
- Amérique Latine

LABEL : Forest Garden Products

CREATEUR DU LABEL : Forest Garden Products (1987)

ORGANISME DE VERIFICATION : Forest Garden Products Inspection and Certification (PVT) LDT (1987) accrédité certificateur de produits ISO 65 par le SLAB (Sri Lankan Accreditation Board) depuis le 22 décembre 2010.

CONTACT : COLOMBO, SRI-LANKA

M. Deva Vikrantha
FGP (Pvt).Ltd
33-1/1 Kinross Avenue
Colombo 04, Sri-Lanka
Tel: +9411 2552494
info@forestgardencertification.com
dvikrantha@gmail.com
<http://www.forestgardencertification.com>

ORIGINE : Suite à une prise de conscience des impacts de la déforestation et de la dégradation des sols, le docteur Ranil Senanayake, écologiste originaire du Sri Lanka, a mis en place un modèle de système de culture hautement durable : la forêt analogue. Ce modèle particulier d'agroforesterie permet de restaurer les espaces déforestés et dégradés en offrant aux populations de nouvelles ressources de revenus, d'alimentation et d'autres besoins essentiels. Ce mode de culture permet de conserver l'eau et le sol, de contrôler les parasites, d'augmenter la biodiversité et de restaurer le cycle des nutriments.

PROPRIETAIRE DU REFERENTIEL : l'IAFN (International Analog Forestry Network)

Originellement conçu par le docteur Ranil Senanayake, fondateur de Forest Garden Product IC (Inspection and Certification), le référentiel est géré par l'IAFN (International Analog Forestry Network), réseau qui regroupe une trentaine d'organisations investies dans la sauvegarde et l'application du principe de la forêt analogue. Créé en 1996, le réseau favorise l'échange des savoirs et des expériences entre ses membres parmi lesquels on compte Forest Garden Product IC et l'entreprise Guayapi Tropical, également membre de la PFCE.

PORTEE DU REFERENTIEL : Production - Importation - Transformation

SECTEURS : Agriculture - Cosmétique - Alimentaire - Compléments alimentaires

FILIERES/PRODUITS LABELLISES : matières premières issues des territoires certifiés :

- 1/ Amazonie : Warana, Muirapuama, Andiroba, Copaiba, Açaï et autres plantes amazoniennes
- 2/ Sri Lanka : Café, thé, épices (cannelle, clous de girofles, poivre noir, etc.)

GRILLE D'ANALYSE DU RÉFÉRENTIEL

€ Critères économiques

Prix équitable/ rémunération juste des travailleurs	∅
Prime pour projets collectifs	∅
Accès facilité au financement/ préfinancement	∅
Engagement durable des acheteurs	✓
Traçabilité	✓

👤 Critères sociaux

Temps de travail (n°001)	✓
Travail forcé (n°29 et 105)	✓
Liberté syndicale (n°87 et 98)	✓
Egalité (n°100 et 111)	✓
Salaires minima (131)	✓
Elimination du travail des enfants (n°138 et 182)	✓
Sécurité et la santé des travailleurs (n°155)	✓
Bénéfices sociaux complémentaires	✓

👥 Critères d'autonomie/gouvernance des OP

Structure collective formalisée de producteurs	✓
Accessibilité aux producteurs et travailleurs marginalisés	✓
Renforcement des capacités des producteurs	✓
Droits des peuples autochtones	✓
Prise de décision démocratique des OP	∅
Information transparente dans la gestion des OP	✓
Participation des producteurs à la gestion des OP	✓
Non discrimination au sein des OP	✓
Suivi de la gestion démocratique de la prime de développement	∅

🌍 Critères environnementaux

Réduction des impacts environnementaux des activités	✓
Gestion durable des ressources naturelles	✓
Protection de la biodiversité	✓
Gestion de l'énergie	✓
Gestion des sols	✓
Gestion de l'eau	✓
Gestion des déchets	✓
Gestion du transport	∅
Gestion des emballages des produits	∅
Interdiction de substances dangereuses	✓
Interdiction des OGM	✓
Prime à la conversion AB	N/A

📖 Critères de sensibilisation

Information et éducation par les porteurs du « label »	✓
--	---

ANALYSE DU LABEL

Disponible en anglais et en espagnol, le cahier des charges est présenté sous la forme de principes à suivre et composé de nombreuses annexes où sont décrits très précisément les aspects environnementaux et la méthodologie pour la culture d'une forêt analogue.

Etudes d'impact :

Des études sur le terrain sont menées annuellement. Une étude d'impact du projet warana au Brésil, commandée par la PFCE et réalisée en 2010 vise à vérifier :
1/ l'application des bonnes pratiques de la filière de Commerce Equitable en Amazonie Brésilienne ;
2/ l'adéquation des critères utilisés par le label FGP en vue d'une reconnaissance par la CNCE.

ELIGIBILITE

A destination de fermiers individuels, de petits groupes ou d'organisations de producteurs, la certification s'applique à des produits végétaux et animaux issus d'écosystèmes particuliers au Sud comme au Nord. Par exemple, l'aire des Sateré Mawé en Amazonie est certifiée par Forest Garden Products.

Critères Economiques

- **Transparence, durabilité, traçabilité** : La traçabilité doit être assurée tout au long de la chaîne. Concernant les prix, les importateurs s'engagent à être transparents auprès des producteurs et des consommateurs.
- **Prix équitable** : Il n'existe pas de prix minimum garanti par le système de garantie*, ni de méthodologie de calcul de prix équitable. Les prix sont proposés et établis par les producteurs, et ce, en fonction de la demande et des différents projets à financer. Ils doivent être au-dessus du prix d'achat conventionnel.
- **Prime de développement** : Les cahiers des charges ne font pas mention de prime de développement. Il n'y a pas d'encouragement à mettre en œuvre des projets collectifs d'intérêt général par les organisations de producteurs via l'activité de commerce équitable. Les standards exigent cependant que les organisations de producteurs certifiées aient dans leur objet social la promotion de leurs membres (renforcement des capacités, éducation, projets sociaux, etc.).

Critères Sociaux

Les 11 conventions fondamentales de l'OIT sont à respecter.

Autonomie des Producteurs

Les organisations de producteurs doivent mettre en place un système de contrôle interne (ICS). Afin de renforcer les capacités des producteurs, des formations techniques sont dispensées sur différents thèmes tels que l'optimisation de la forêt analogue, l'agriculture biologique, l'élevage, etc. Dans les organisations de taille plus grande, la mise en place d'un système de responsabilité sociétale

(CSR - Corporate Social Responsibility) permet la création et l'application d'une convention collective du travail.

L'augmentation des revenus induite par la vente de produits certifiés permet d'investir dans des infrastructures familiales et des projets communautaires. En outre, les décisions au sein de l'organisation doivent être transparentes et les projets concernent des thématiques collectives d'intérêt général (santé différenciée, éducation différenciée, nutrition, culture, etc.).

En permettant une diversification des cultures, l'agroforesterie permet de diminuer la vulnérabilité et la dépendance des producteurs à un seul produit.

Critères Environnementaux

Le label FGP va au-delà de l'agriculture biologique. Au-delà de l'interdiction de l'utilisation de pesticides et d'engrais chimiques, l'agroforesterie permet un management durable et une restauration de l'écosystème d'origine. La mise en place d'une forêt analogue permet d'accroître la biodiversité, d'améliorer le cycle des nutriments, de conserver l'eau, de restaurer des sols, de contrôler l'apparition et la prolifération des parasites, etc.

La fertilité des sols est accrue et l'empreinte carbone réduite par la mise en culture de plantes permettant la séquestration carbone. De nombreuses analyses des sols et de la biodiversité animale et végétale permettent de mesurer l'évolution de l'ensemble de ces critères.

Sensibilisation et Plaidoyer

Le référentiel n'encourage pas non plus les entreprises à mener de réelles activités. En pratique cependant, les entreprises porteuses du label participent activement à des actions de sensibilisation ou de plaidoyer. C'est le cas en France de l'entreprise Guayapi Tropical.

Gestion du logo/Étiquetage

Le logo est apposé sur les produits :

- **pour un produit brut** : 100 % du produit (poids brut) doit être équitable et issu de l'agriculture biologique
- **pour un produit composé** : les produits certifiés sont mentionnés de manière claire dans la liste d'ingrédients mais le label ne prévoit pas de pourcentage minimum requis pour apposer le label.

Le logo peut être également utilisé dans la communication institutionnelle.

CONTRÔLE DU RÉFÉRENTIEL

LES ÉTAPES DE LA CERTIFICATION

Organisme de vérification :

FOREST GARDEN
PRODUCTS
INSPECTION AND
CERTIFICATION
(PVT) LDT.

Accrédité ISO 65 par le
SLAB (Sri Lanka Body
Accréditation)
et par le SWEDAC
(COFRAC suédois)

- 1) Renvoi dossier de candidature à FGP IC
- 2) Visite des inspecteurs : vérification documentaire et prélèvements (sols) pour analyse et base de comparaison des évolutions ultérieures, vérification de la démarche de progrès
- 3) Compte-rendu et recommandations des inspecteurs transmis au comité de certification
- 4) Approbation ou rejet de la certification
- 5) Enregistrement du candidat par le secrétariat
- 6) Délivrance d'un certificat de niveau B (certification « en transition »)
- 7) Mise en place sur trois ans d'un plan d'accompagnement des populations locales, pendant lesquels de nouvelles inspections peuvent être menées
- 8) Certification

Un contrôle annuel est effectué pour renouveler la certification.

Les modalités de contrôle

Auto-évaluation



Evaluation externe



Tiers indépendant accrédité ISO 65



LES COÛTS DE CONTRÔLE

Les coûts peuvent être portés par l'ensemble des acteurs : organisations de producteurs, acheteurs ou importateurs.

Un système de contrôle interne (ICS) pertinent entraîne une réduction des coûts de contrôle.

Pour les organisations de producteurs désireuses de s'intégrer à la démarche mais n'ayant pas les capacités financières, Forest Garden Products a mis en place un fonds qui prend en charge les coûts d'inspection et de certification.

Pour les porteurs du label, il n'y a pas de frais de licence.

Les certificats sont consultables sur le site de Forest Garden Products.

Transparence et gouvernance

Référentiel en libre accès sur internet



Participation des producteurs à la création du référentiel



Participation des producteurs à la l'évolution du référentiel



Notre avis

Le label Forest Garden Product (FGP) ne recouvre pas à ce jour l'ensemble des principes portés par la démarche de commerce équitable, en particulier les critères liés aux enjeux économiques : prix minimum garanti et prime de développement. Sur ces points, le référentiel est peu précis et indique seulement que les prix doivent être au-dessus du prix d'achat conventionnel, et que les organisations de producteurs certifiées doivent avoir dans leur objet social la promotion de ses membres (renforcement des capacités et éducation).

En plus d'être un label issu d'un pays du Sud, le référentiel FGP est particulièrement exigeant sur les critères environnementaux, allant du respect de l'agriculture biologique à la restauration de la biodiversité sur une zone certifiée, couvrant ainsi tout un écosystème et plusieurs filières. Il constitue donc un label environnemental pouvant tirer vers le haut les autres labels de commerce équitable.

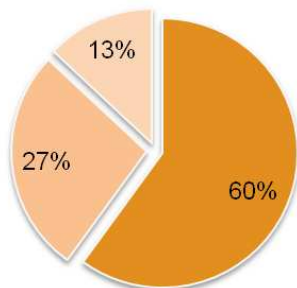
En termes d'affichage, on peut regretter que le label puisse être apposé sur un produit quelque soit le pourcentage d'ingrédients certifiés.

Néanmoins, le label FGP ne constitue pas encore une garantie de commerce équitable telle que définie par le mouvement. Son partenariat avec l'entreprise Guayapi Tropical, également membre de la PFCE, devrait favoriser le renforcement des critères économiques du label. Une étude d'impact récente, sur la filière warana en Amazonie, coordonnée par la PFCE, montre en effet une forte complémentarité entre les impacts environnementaux du label FGP et les pratiques sociales et économiques de l'entreprise Guayapi Tropical.

MAIN DANS LA MAIN



Répartition géographique des producteurs



- Amérique Latine
- Afrique
- Asie et Océanie

• **Bénéficiaires :**

- 34 % organisations de producteurs,
- 33 % plantations,
- 33 % producteurs sous contrat de production

• Depuis la création du fond « Main dans la Main », 45 organisations de producteurs ont pu bénéficier de 84 projets sociaux et écologiques pour un montant total de prime de développement de 239 000 EUR

LABEL : Main dans la Main (1998)

CREATEUR DU LABEL : Rapunzel Naturkost AG (1974)

ORGANISME DE VERIFICATION : IMO

CONTACT :

Rapunzel : Legau, Allemagne
 Rapunzel Naturkost AG
 Rapunzelstrabe, 1
 D-87764 Legau, Allemagne
 Tel: 0049-83305291133
Gila.kriegish@rapunzel.de

Raiponce : Cavaillon, France
 570, allée de cabedans
 84300 cavaillon, France
 Tel: 04.32.50.07.30
raiponce@raiponce.fr
www.rapunzel.fr

ORIGINE : A ses débuts, Rapunzel était une petite épicerie bavaroise commercialisant du pain et des légumes biologiques. Peu à peu, l'entreprise prend de l'ampleur et devient un importateur de produits biologiques et Rapunzel se transforme en Société Anonyme (SA) en 1989. Elle s'implante en France en 1991 sous le nom de Rapunzel France, puis Raiponce en janvier 1996, traduction française de Rapunzel. Elle crée en 1998 le programme « Main dans la Main » qui définit des règles d'échange équitables entre l'entreprise Rapunzel et ses fournisseurs des pays du Sud.

PROPRIETAIRE DE REFERENTIEL : L'entreprise Rapunzel.

Basée en Allemagne, l'entreprise établit directement les contrats « main dans la main » avec les partenaires du Sud. Elle a par ailleurs développé un partenariat avec la Deutsche Umwelthilfe (DUH), une association allemande de protection de l'environnement, pour gérer les projets de développement et gérer le programme « Main dans la main » et son fonds de dotation qui finance des projets de développement. Les produits portant le logo « Main dans la Main » sont commercialisés en France par Raiponce, la filiale française.

PORTEE DU REFERENTIEL : Production - Importation - Transformation

SECTEURS : Alimentaire

FILIERES/PRODUITS LABELLISES : cacao, café, canne à sucre, fruits secs, fruits (mangue, ananas, noix de coco), noix du Brésil, quinoa. 70 des 400 produits Rapunzel sont certifiés « Main dans la Main » dont 57 sont disponibles en France, distribués dans les réseaux de magasins spécialisés en produits biologiques (réseau Biocoop, etc.).

GRILLE D'ANALYSE DU RÉFÉRENTIEL

€ Critères économiques

Prix équitable/ rémunération juste des travailleurs	✓
Prime pour projets collectifs	∅
Accès facilité au financement/ préfinancement	✓
Engagement durable des acheteurs	✓
Traçabilité	✓

👤 Critères sociaux

Temps de travail (n°001)	✓
Travail forcé (n°29 et 105)	✓
Liberté syndicale (n°87 et 98)	✓
Egalité (n°100 et 111)	✓
Salaires minima (131)	✓
Elimination du travail des enfants (n°138 et 182)	✓
Sécurité et la santé des travailleurs (n°155)	✓
Bénéfices sociaux complémentaires	✓

👥 Critères d'autonomie / gouvernance des OP

Structure collective formalisée de producteurs	∅
Accessibilité aux producteurs et travailleurs marginalisés	∅
Renforcement des capacités des producteurs	✓
Droits des peuples autochtones	∅
Prise de décision démocratique des OP	✓
Information transparente dans la gestion des OP	✓
Participation des producteurs à la gestion des OP	✓
Non discrimination au sein des OP	✓
Suivi de la gestion démocratique de la prime de développement	∅

🌍 Critères environnementaux

Réduction des impacts environnementaux des activités	✓
Gestion durable des ressources naturelles	✓
Protection de la biodiversité	✓
Gestion de l'énergie	✓
Gestion des sols	✓
Gestion de l'eau	✓
Gestion des déchets	✓
Gestion du transport	✓
Gestion des emballages des produits	✓
Interdiction de substances dangereuses	✓
Interdiction des OGM	✓
Prime à la conversion AB	N/A

📖 Critères de sensibilisation

Information et éducation par les porteurs du « label »	∅
--	---

ANALYSE DU LABEL

Présenté sous forme de principes à suivre, le référentiel disponible en français sur le site de Raiponce, est classé selon des critères de base (à suivre lors de la première inspection) et des critères de développement (dans une démarche de progrès).

Etudes d'impact :

Aucune étude d'impact n'a été réalisée.

ÉLIGIBILITE

Le programme « main dans la main » est destiné à des coopératives de petits paysans, des exploitations agricoles, des plantations, des unités de transformation et des exportateurs de pays en voie de développement.

Critères Economiques

- **Transparence, durabilité, traçabilité** : Rapunzel s'engage auprès de l'organisation de producteurs à acheter l'ensemble de la production.
- **Préfinancement** : Des préfinancements et crédits peuvent être accordés sur demande et en cas d'urgence.
- **Prix équitable** : En règle générale, le prix payé aux partenaires doit couvrir les coûts de production et permettre d'assurer leur subsistance. Dans le cas d'une coopérative de petits paysans, celle-ci doit prouver que le prix payé bénéficie directement aux paysans. Si le partenaire réalise des bénéfices, il doit établir une méthodologie permettant la répartition équitable des profits : primes, majoration des salaires, prestations sociales directes (assurances maladie, retraites) ou indirectes (garderies, cantines, logements).
- **Prime de développement** : Il n'y a pas de prime de développement dans le cadre du programme Main dans la Main. En revanche, chaque année, Rapunzel verse 1% de la valeur d'achat des matières premières labellisées « Main dans la Main » à la DUH (Deutsche UmweltHilfe), association allemande de protection de l'environnement. La DUH dirige le comité chargé de la sélection des projets à soutenir dans le cadre de ce fonds. Ces projets doivent poursuivre un but social, économique, de santé ou de formation. Les projets financés ne sont pas obligatoirement ceux des participants de « Main dans la Main », mais ceux-ci peuvent néanmoins faire des demandes d'appui pour leurs projets.

Critères Sociaux

Les 11 conventions fondamentales de l'OIT doivent être respectées. Les salaires doivent correspondre au moins au minimum légal. S'il n'existe pas de législation concernant les bénéfices sociaux, il doit être au minimum mis en place une assurance maladie, une protection maternité et une prévoyance retraite.

Pour les travailleurs habitant sur leur lieu de travail, les accès à l'école, aux moyens de transport et aux services de santé doivent être facilités.

Autonomie des Producteurs

Les producteurs ou organisations de producteurs partenaires de ce programme ayant pour client principal Rapunzel, l'autonomisation n'est pas particulièrement encouragée. Par ailleurs l'absence de prime de développement gérée par les organisations de producteurs limite leur capacité à mobiliser des moyens pour la mise en œuvre de projets collectifs.

Cependant, des techniciens agro-alimentaires, des ingénieurs agronomes et des experts commerciaux conseillent et appuient les producteurs sur les méthodes culturales, la transformation, la gestion de la qualité et les questions commerciales. Ces mesures permettant d'améliorer la performance des organisations et le niveau de vie des producteurs.

Critères Environnementaux

Obligatoirement issus de l'agriculture biologique, les processus de production et de transformation non polluants sont encouragés. Des formations visant à améliorer les pratiques environnementales sont dispensées par des ingénieurs agronomes.

Une diffusion des produits biologiques sur les marchés locaux est encouragée.

Sensibilisation et plaidoyer

Rapunzel participe à des actions de sensibilisation auprès du grand public par le biais de conférences, de distributions de livrets d'informations, d'animations dans les magasins spécialisés et de parutions dans la presse.

Gestion du logo/Etiquetage

Au moins 50 % des ingrédients certifiés doivent composer le produit pour que le logo soit utilisé sur les emballages et dans la communication institutionnelle. Seuls les produits de marque RAPUNZEL peuvent porter le logo Main dans la Main.

CONTROLE DU RÉFÉRENTIEL

LES ÉTAPES DE LA CERTIFICATION

Organisme de
vérification :

IMO

- 1) Vérification par le candidat que les exigences du cahier des charges « Main dans la Main » sont respectées
- 2) Signature du contrat
- 3) Audit de terrain
- 4) Certification acceptée après analyse du rapport d'audit par les responsables « Achat et marketing » de Main dans la Main et de Rapunzel

Un audit est réalisé tous les ans.

Les modalités de contrôle

Auto-évaluation



Evaluation externe



Tiers indépendant accrédité ISO 65



LES COÛTS DE CONTRÔLE

L'entreprise Rapunzel paie tous les frais de contrôle.

Une liste des organisations de producteurs attestés « Main dans la Main » est disponible sur le site internet de Raiponce/Rapunzel.

Transparence et gouvernance

Référentiel en libre accès sur internet



Participation des producteurs à la création du référentiel



Participation des producteurs à la l'évolution du référentiel



Notre avis

Bien que le respect des engagements du référentiel soit contrôlé par une entreprise de certification, ce programme n'est pas à proprement parler un label. En effet, il s'agit d'une démarche développée par une entreprise (Rapunzel) pour distinguer les produits qu'elle commercialise et pour laquelle elle développe des relations commerciales qu'elle qualifie d'équitable avec ses fournisseurs.

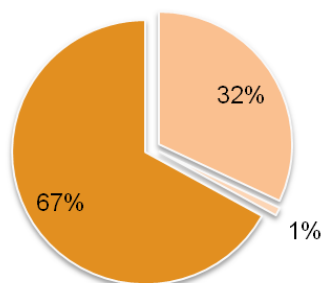
Le programme « Main dans la Main », développe des critères sociaux et environnementaux fort mais ne couvre pas certains des principes fondamentaux du commerce équitable tels que l'autonomisation des producteurs et le paiement d'une prime de développement.

Afin de renforcer les compétences techniques, agricoles et commerciales des producteurs, l'accompagnement et la formation sont un pilier fort de ce référentiel. Par ailleurs on peut apprécier la relation fidèle sur le long terme de Rapunzel vis-à-vis de ses fournisseurs et l'appui qui leur est apporté via le financement des programmes. On peut regretter cependant qu'aucune étude d'impact n'ait encore été réalisée sur ce programme.



NATURLAND FAIR

Répartition géographique des producteurs



- Afrique
- Europe
- Amérique Latine

LABEL : Naturland Fair, 2009 (révisée en mai 2010)

CREATEUR DU LABEL : Naturland (1982)

ORGANISME DE VERIFICATION : Naturland

CONTACT : Gräfelfing, Allemagne

Naturland Association for Organic Agriculture
 Kleinhaderner Weg 1
 82166 Gräfelfing, Allemagne
 Tel: +49 (0) 89-89 80 82-0 - Fax:+49 (0) 89-89 80 82-90
naturland@naturland.de - <http://www.naturland.de>

ORIGINE : Précurseur dans le secteur biologique en Allemagne dans les années 80, Naturland est aujourd'hui une association internationale active dans de nombreux domaines : gestion forestière durable, pêche durable, cosmétique, textile, etc. S'appuyant sur les trois piliers de durabilité – agriculture biologique, interaction sociale et relation équitable - le label « Naturland Fair » a vu le jour en 2010. Il est proposé en option supplémentaire aux entreprises utilisant déjà le label biologique « Naturland ».

PROPRIETAIRE DU REFERENTIEL : L'association Naturland regroupe 55000 agriculteurs et 101 coopératives engagés dans l'agriculture biologique en Allemagne et partout dans le monde. Elle développe des référentiels, organise l'activité de contrôle de Ses référentiels (certification) et mènent des actions de plaidoyer.

PORTEE DU REFERENTIEL : Production - Importation - Transformation

La certification peut être appliquée à des produits ou organisations.

SECTEURS : Alimentaire - Cosmétique - Textile - Bois

FILIERES/PRODUITS LABELLISES : Applicable à tout produit, il s'agit essentiellement de produits biologiques alimentaires. La certification a débuté en 2010 sur les filières : café, huile d'olive, thé, fruits tropicaux, canne à sucre, épices.

GRILLE D'ANALYSE DU RÉFÉRENTIEL

€ Critères économiques

Prix équitable/ rémunération juste des travailleurs	✓
Prime pour projets collectifs	✓
Accès facilité au financement/ préfinancement	✓
Engagement durable des acheteurs	✓
Traçabilité	✓

👤 Critères sociaux

Temps de travail (n°001)	✓
Travail forcé (n°29 et 105)	✓
Liberté syndicale (n°87 et 98)	✓
Egalité (n°100 et 111)	✓
Salaires minima (131)	✓
Élimination du travail des enfants (n°138 et 182)	✓
Sécurité et la santé des travailleurs (n°155)	✓
Bénéfices sociaux complémentaires	✓

👥 Critères d'autonomie/gouvernance des OP

Structure collective formalisée de producteurs	✓
Accessibilité aux producteurs et travailleurs marginalisés	✓
Renforcement des capacités des producteurs	✓
Droits des peuples autochtones	✓
Prise de décision démocratique des OP	✓
Information transparente dans la gestion des OP	✓
Participation des producteurs à la gestion des OP	✓
Non discrimination au sein des OP	✓
Suivi de la gestion démocratique de la prime de développement	✓

🌍 Critères environnementaux

Réduction des impacts environnementaux des activités	✓
Gestion durable des ressources naturelles	✓
Protection de la biodiversité	✓
Gestion de l'énergie	✓
Gestion des sols	✓
Gestion de l'eau	✓
Gestion des déchets	✓
Gestion du transport	✓
Gestion des emballages des produits	✓
Interdiction de substances dangereuses	✓
Interdiction des OGM	✓
Prime à la conversion AB	N/A

📖 Critères de sensibilisation

Information et éducation par les porteurs du « label »	✓
--	---

ANALYSE DU LABEL

Le cahier des charges « Naturland Fair » se présente sous la forme de principes à suivre. Il est disponible en anglais, espagnol et allemand.

ELIGIBILITE

Le label s'applique aux filières de production et aux organisations situées à la fois dans les pays du Sud et dans les pays du Nord.

Lorsque 70 % des filières d'une entreprise sont certifiées Naturland Fair, ces entreprises peuvent se prévaloir de la mention « Naturland Fair Partner ». Une approche de commerce équitable Sud-Sud peut être envisagée.

Critères Economiques

Transparence, durabilité, traçabilité : Les relations commerciales doivent être basées sur le dialogue, la transparence et le respect. L'acheteur doit être dans une optique de partenariat à long terme fondé sur l'échange d'informations.

Préfinancement : Il peut être de l'ordre de 60 % dans les pays très pauvres ou dans ceux où les crédits bancaires sont difficiles d'accès.

Prix équitable : Négocié entre l'acheteur et les producteurs, le prix équitable doit correspondre au niveau de vie de subsistance et permettre l'apport d'une marge bénéficiaire suffisante aux investissements futurs. Les acheteurs peuvent se baser sur le prix minimum garanti élaboré par le label FairTrade International/MaxHavelaar. Si ce dernier n'existe pas ou s'il est considéré comme insuffisant, le prix payé doit correspondre aux coûts de production complétés d'une marge de l'ordre de 10 % du prix.

Prime de développement : La prime de développement est attribuée aux organisations de producteurs qui décident de manière collective de son affectation : projets sanitaires, éducatifs ou environnementaux et peut dans certains cas être un revenu supplémentaire pour les petits producteurs. Les organisations de producteurs sont encouragées à privilégier des projets touchant les groupes les plus désavantagés (femmes, minorité, producteurs défavorisés, etc.). Dans le cas des plantations, il existe un fonds spécial pour les employés et salariés qui participent aux décisions concernant son affectation.

Critères Sociaux

Les 11 conventions fondamentales de l'OIT sont à respecter. Des bénéfices sociaux complémentaires sont encouragés pour améliorer les conditions de maternité, de retraite et sanitaires.

Autonomie des Producteurs

Afin de renforcer les capacités des producteurs et des organisations, des formations concernant l'éducation, l'organisation, les méthodes culturales, le développement stratégique et l'amélioration de la qualité doivent être assurées en partenariat avec les entreprises acheteuses. Les projets de développement doivent

permettre aux organisations de producteurs de renforcer leurs capacités et d'être indépendants. Les structures rurales doivent être conservées et consolidées.

Afin d'augmenter l'efficacité des activités, une équipe technique assiste aux premières visites de contrôle afin d'organiser des réunions entre les inspecteurs et les producteurs ou les transformateurs.

Dans un souci de développement et de sécurité alimentaire, la production doit nourrir prioritairement la population locale et favoriser le marché régional. Ainsi, 80 % de l'approvisionnement doit être local (graine par exemple) afin d'obtenir des cultures adaptées aux terroirs et aux savoir-faire locaux.

Critères Environnementaux

La certification biologique (E.U 834/2007) est obligatoire. Le cahier des charges général de Naturland aborde également les thèmes du transport et des emballages.

Sensibilisation et Plaidoyer

Les entreprises distribuant des produits certifiés doivent participer à des projets d'éducation ou à des campagnes afin de fournir aux consommateurs des informations sur le commerce équitable. Lors de leurs actions de plaidoyer, les acheteurs et transformateurs bénéficiaires du label doivent veiller à représenter les intérêts des producteurs.

Naturland Fair a mis en place une campagne concernant la sécurité alimentaire « Organic and Fair – More Food For All » afin de promouvoir l'accès aux produits biologiques et équitables pour tous.

Gestion du logo/Étiquetage

Le logo peut être utilisé sur les emballages et à des fins promotionnelles, après autorisation.

- **Pour un produit brut** : 100 % du produit (en poids brut) doit être équitable
- **Pour un produit composé** : Au moins 50 % des ingrédients (en poids brut) doivent être équitables

L'utilisation d'ingrédients conventionnels lorsqu'ils existent en équitable est interdite.

Lorsque le label porte sur l'entreprise, 70 % de la production de l'organisation doit être conforme aux standards pour que celle-ci puisse devenir « Naturland Fair Partner ».

CONTROLE DU RÉFÉRENTIEL

LES ÉTAPES DE LA CERTIFICATION

Un contrôle approfondi est effectué chaque année par des inspecteurs de Naturland. Des contrôles inopinés additionnels peuvent avoir lieu selon une analyse de risque.

- 1) **Echange d'informations** entre le candidat et le personnel de Naturland : explication de la mise en œuvre et des fondamentaux du partenariat avec Naturland Fair.
- 2) **Rédaction d'un document** développant la stratégie de partenariat équitable au sein de la structure (politique, guide, principe, etc.). Il est recommandé d'impliquer les producteurs et les employés dans l'élaboration de ce document.
- 3) **Analyse du document** du dossier de candidature par le comité de certification de Naturland.
- 4) **Inspection sur le terrain** aboutissant à la certification si l'entreprise respecte le cahier des charges Naturland Fair.

Organisme de vérification :

Comité de certification de Naturland

Un audit annuel est réalisé afin de renouveler la certification

Les modalités de contrôle

Auto-évaluation



Evaluation externe



Tiers indépendant accrédité ISO 65



LES COÛTS DE CONTRÔLE

La certification « Naturland Fair » est une option supplémentaire pour les producteurs et fabricants déjà certifiés Naturland. Les coûts de contrôle sont pris en charge par l'organisation demandeuse. Les membres de Naturland paient une cotisation annuelle et des droits de licence.

Transparence et gouvernance

Référentiel en libre accès sur internet



Participation des producteurs à la création du référentiel



Participation des producteurs à la l'évolution du référentiel



Notre avis

Naturland est une association à but non-lucratif. Issus du monde de la Bio, elle a développé plusieurs référentiels dans des domaines de production non couverts par le label AB. Elle a également développé un son label de commerce équitable. Comme d'autres labels récents tels que Fair for Life ou FairWild, ce label s'applique à des produits ou des organisations des pays du Sud comme des pays du Nord.

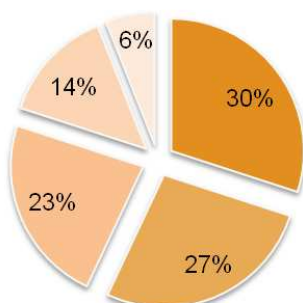
Une autre particularité de ce label est qu'il concerne la labellisation de produit, tout en valorisant la démarche des entreprises particulièrement engagés via un logo spécifique « Naturland Fair Partner ».

Une attention particulière est portée aux questions de modèles agricoles et aux enjeux de sécurité alimentaire : la démarche favorise le soutien aux petites exploitations et exige que 80% des ingrédients d'un produit proviennent de ressources locales. Le label se réfère explicitement à la définition du Commerce Equitable de FINE, élaborée par FairTrade International et WFTO. A l'instar de ces deux acteurs historiques du commerce équitable, l'association Naturland mène des activités de plaidoyer et de sensibilisation en vue de changer les règles internationales en matière de production agricole et de relations commerciales. Son statut d'association à but non lucratif, facilite son implication dans des campagnes de plaidoyer ou d'éducation et ses prises de positions militantes auprès de la société civile.



WORLD FAIR TRADE ORGANIZATION

Répartition géographique des membres



- Asie et Océanie
- Europe
- Afrique
- Amérique Latine
- Amérique du Nord

• **Bénéficiaires :**

110 millions d'artisans, fermiers, producteurs, cultivateurs, artisans dont 30 millions marginalisés avec leurs familles et leurs communautés

• **Chiffre d'affaires mondial :**

1,66 milliards EUR

LABEL : FTO (Fair Trade Organisation)

CREATEUR DU LABEL : WFTO (World Fair Trade Organisation)

ORGANISME DE VERIFICATION : Membres de WFTO (évaluations croisées) et consultants indépendants

CONTACT : Culemborg, Pays-Bas

Prijssestraat 24
4101 CR Culemborg - The Netherlands
Tel: +31 (0) 345 53 59 14 - Fax: +31 (0) 847 47 44 01
<http://www.wfto.com/>

ORIGINE : WFTO (anciennement IFAT – International association for Alternative Trade) est une association internationale créée en 1989 en vue de regrouper des organisations de commerce équitable (OCE), au Nord comme au Sud. L'organisation crée ensuite une garantie « organisation » pour ses membres, appelée « Fair Trade Organisation » (FTO). La garantie est basée sur l'autoévaluation et l'évaluation croisée des membres. Représentants plus de 2/3 des membres de WFTO, les organisations au Sud ont participé à l'élaboration du référentiel et à la méthodologie pour l'obtention de la garantie.

PROPRIETAIRE DU LABEL : WFTO

WFTO cherche avant tout à promouvoir un commerce équitable et une justice sociale à travers la promotion de ses membres, et des actions de sensibilisation et de plaidoyer. WFTO est composée de 350 organisations de commerce équitable, réparties dans 70 pays. Il existe cinq bureaux régionaux : COFTA en Afrique, WFTO-Asie, WFTO-Amérique latine, WFTO-Pacifique et WFTO-Europe. Les deux tiers des membres sont des organisations du Sud.

Représentants plus de 2/3 des membres de WFTO, les organisations au Sud ont participé à l'élaboration du référentiel et à la méthodologie pour l'obtention de la certification.

PORTEE DU REFERENTIEL : Production - Importation - Transformation - Distribution

SECTEURS : Agriculture - Artisanat - Cosmétique - Textile

FILIERES/PRODUITS LABELLISES : La garantie porte sur les organisations spécialisées dans la fabrication, commercialisation et distribution de produits équitables (artisanat, alimentaire, cosmétiques, textile.). Il ne s'agit pas d'un « label produit ».

GRILLE D'ANALYSE DU RÉFÉRENTIEL

€ Critères économiques

Prix équitable/ rémunération juste des travailleurs	✓
Prime pour projets collectifs	✓
Accès facilité au financement/ préfinancement	✓
Engagement durable des acheteurs	✓
Traçabilité	✓

👤 Critères sociaux

Temps de travail (n°001)	✓
Travail forcé (n°29 et 105)	✓
Liberté syndicale (n°87 et 98)	✓
Egalité (n°100 et 111)	✓
Salaires minima (131)	✓
Elimination du travail des enfants (n°138 et 182)	✓
Sécurité et la santé des travailleurs (n°155)	✓
Bénéfices sociaux complémentaires	✓

👥 Critères d'autonomie/gouvernance des OP

Structure collective formalisée de producteurs	✓
Accessibilité aux producteurs et travailleurs marginalisés	✓
Renforcement des capacités des producteurs	✓
Droits des peuples autochtones	✓
Prise de décision démocratique des OP	✓
Information transparente dans la gestion des OP	✓
Participation des producteurs à la gestion des OP	✓
Non discrimination au sein des OP	✓
Suivi interne de la gestion démocratique de la prime de développement	✓

🌍 Critères environnementaux

Réduction des impacts environnementaux des activités	✓
Gestion durable des ressources naturelles	✓
Protection de la biodiversité	∅
Gestion de l'énergie	✓
Gestion des sols	∅
Gestion de l'eau	∅
Gestion des déchets	✓
Gestion du transport	✓
Gestion des emballages des produits	✓
Interdiction de substances dangereuses	∅
Interdiction des OGM	∅
Prime à la conversion AB	∅

📖 Critères de sensibilisation

Information et éducation par les porteurs du « label »	✓
--	---

ANALYSE DU LABEL

Le cahier des charges FTO, disponible en anglais, français et espagnol, s'articule autour de dix principes à suivre : créer des opportunités pour les producteurs désavantagés économiquement, la transparence et la responsabilité, les pratiques commerciales, le renforcement des capacités, la promotion du commerce équitable, le paiement d'un prix équitable, l'égalité des genres, les conditions de travail, le travail des enfants et l'environnement.

Études d'impact :

WFTO n'a pas à ce jour développé de système de monitoring de l'impact de sa garantie sur les producteurs. Il existe cependant quelques études d'impacts réalisées par des chercheurs et référencés dans la cartographie des études d'impact réalisée en 2010 par le CIRAD pour le compte de la PFCE.

ÉLIGIBILITE

Toute structure impliquée dans le commerce équitable peut devenir membre : producteurs issus de pays en voie de développement, organisations de producteurs, transformateurs, importateurs, distributeurs, boutiques, organismes de promotion et de soutien. Pour les structures ayant une activité marchande, au moins 50% du chiffre d'affaires doit provenir de la vente de produits équitables.

Critères Economiques

Transparence, durabilité, traçabilité : La relation doit être équilibrée entre les différents acteurs. Les échanges d'informations sur les produits, les débouchés, les délais de production et la qualité renforcent le poids et l'influence des producteurs et des organisations de producteurs.

Préfinancement : Des aides financières peuvent être accordées aux producteurs et aux organisations de producteurs.

Prix équitable : Ce prix doit permettre au producteur de subvenir à ses besoins élémentaires et ceux de sa famille tels que les soins médicaux, l'éducation et la possibilité d'épargner. Les méthodes de calcul du prix équitable doivent être détaillées. WFTO fournit à ses membres une méthode détaillée afin de les aider à fixer les prix.

Prime de développement : Les critères de WFTO ne prévoient pas de prime de développement distingué du prix juste. Celui-ci est établi afin de permettre à l'organisation de producteurs d'offrir une juste rémunération ou prix d'achat, et de mettre en œuvre des projets économiques et sociaux collectifs.

Critères Sociaux

Les 11 conventions fondamentales de l'OIT sont à respecter. Les organisations doivent fournir aux femmes des opportunités égales de formation, de participation aux décisions et d'accès à des postes à responsabilité.

Autonomie des Producteurs

Dans un souci de pérennité de l'activité et de renforcement des capacités des producteurs, la qualité et les savoir-faire traditionnels doivent être valorisés.

Les producteurs et employés doivent être impliqués dans les prises de décisions et le fonctionnement des organisations. La production de produits à haute valeur ajoutée est encouragée (exemple : unité de transformation sur place).

En respectant l'identité culturelle des producteurs et leurs traditions, les activités commerciales ne doivent pas empiéter sur les revendications territoriales des indigènes et ne doivent pas détruire les ressources vitales à leur survie.

Critères Environnementaux

Les critères environnementaux de la garantie FTO ne sont pas détaillés et l'approche est plus globale comparativement aux autres systèmes. Cependant, la politique environnementale est évaluée lors de l'évaluation. Dans une optique de gestion durable des ressources naturelles, l'achat local doit être préconisé ainsi que l'utilisation de matériaux biodégradables ou recyclés pour l'emballage. De plus, le transport maritime doit être favorisé lorsque c'est possible.

Des points spécifiques font référence à l'utilisation de technologies respectueuses de l'environnement. Afin de les sensibiliser aux risques environnementaux, des formations ainsi qu'une assistance technique doivent être fournies aux producteurs.

Sensibilisation et Plaidoyer

WFTO mène et soutient des campagnes de plaidoyer nationales et internationales ayant pour objectif d'améliorer les conditions de vie des plus pauvres dans les pays en voie de développement. WFTO milite pour un changement des règles du commerce mondial et pour une transformation des modes de production et de consommation permettant d'améliorer les conditions de vie des travailleurs et des producteurs des pays les plus pauvres. WFTO et ses membres sont très actifs dans les actions de sensibilisation des citoyens, des entreprises et des pouvoirs publics. WFTO est ainsi à l'initiative de la journée mondiale du commerce équitable.

Gestion du logo/Etiquetage

Il est utilisé uniquement sur les supports de communication des organisations membres, et non sur les emballages des produits.

CONTRÔLE DU RÉFÉRENTIEL

LES ÉTAPES POUR OBTENIR LA GARANTIE FTO

Organisme de
vérification :

WFTO

- 1) **Statut de membre provisoire** : acquis à la suite de l'envoi du questionnaire d'inscription, des bilans financiers des deux années précédentes et du code des pratiques signé. La candidature doit être soutenue par deux « parrains » membres de WFTO. Les organisations membres du même pays doivent donner leur avis.
- 2) **Auto-évaluation** des critères de WFTO et envoi de nombreux documents justificatifs (registre des salaires, politiques sociales, contrats).
- 3) **Analyse de cette auto-évaluation** puis envoi à tous les partenaires et publication sur le site de WFTO.
- 4) **Statut membre permanent** par décision du Conseil d'Administration
- 5) **Evaluation externe** effectuée par une personne mandatée par le comité exclusif de WFTO sur un échantillonnage de 5 à 10% des membres chaque année.

La procédure d'auto-évaluation et d'éventuelle évaluation externe est renouvelée tous les 2 ans. Il existe une procédure de « plainte » qui permet d'interpeller le Conseil d'Administration si un membre estime qu'un autre membre ne respecte pas un ou plusieurs critères.

Les modalités de contrôle

Auto-évaluation

Evaluation externe

Tiers indépendant accrédité ISO 65



LES COÛTS DE CONTRÔLE

Basés essentiellement sur l'auto-évaluation, les coûts de contrôle sont peu élevés. Au-delà de la cotisation payée par tous les membres, les organisations bénéficiaires de la garantie s'acquittent d'une « taxe de vérification » (monitoring fee) d'un montant compris entre 25 et 1000 USD selon la taille de l'organisation.

Transparence et gouvernance

Référentiel en libre accès sur internet

Participation des producteurs à la création
du référentiel

Participation des producteurs à la l'évolution
du référentiel



Notre avis

La garantie FTO proposée par la WFTO porte exclusivement sur les organisations de commerce équitable (OCE). La garantie recouvre les principales exigences du mouvement du commerce équitable, même si les critères environnementaux pourraient être formulés de manière plus précise.

C'est le principal système de garantie, avec FairTrade/MaxHavelaar, qui place au cœur de sa mission sociale les activités de plaidoyer et d'éducation des citoyens comme instrument de transformation des échanges et des modes de production et de consommation.

A travers son approche « organisation », le label a l'avantage de répondre aux spécificités du secteur de l'artisanat, composé souvent d'organisations de petite taille, avec des membres parmi les publics les plus défavorisés.

Néanmoins, le mode de contrôle des engagements de ce label, essentiellement basé sur l'auto-évaluation et l'évaluation croisée par les pairs peut paraître moins fiable qu'un audit de certification indépendant. C'est d'ailleurs vers une forme de garantie plus poussée qu'est actuellement engagé WFTO avec le développement d'un label organisation, apposable sur les produits : le SFTMS (Sustainable Fair Trade Management System). Les organisations de producteurs et leurs partenaires commerciaux seront contrôlés sur la base d'un référentiel détaillé et par un organisme de certification externe.

QUELQUES DÉMARCHES DE COMMERCE ÉTHIQUE

TOUT CE QUI EST ETHIQUE EST-IL ÉQUITABLE ?

La multiplication des labels et systèmes de garantie éthique et équitable entraîne des questionnements légitimes de la part des consommateurs (citoyens, entreprises ou pouvoirs publics). Les différences entre les initiatives ne sont pas toujours lisibles et la distinction entre “éthique” et “équitable” pas toujours claire.

C'est pourquoi nous avons choisi de compléter ce guide par une présentation de quatre démarches de commerce éthique : bioRé®, 4C , Rainforest Alliance, UTZ CERTIFIED.

En matière de critères sociaux, les labels ou démarches de commerce éthique se réfèrent toutes au minimum à l'application des normes de l'OIT. Elles ont parfois un fort contenu environnemental, c'est le cas par exemple de bioRé® ou de Rainforest. Elles s'accompagnent généralement de programmes d'accompagnement des producteurs ou de leurs organisations leurs permettant d'améliorer les techniques de production et de renforcer leurs compétences en gestion. Cet accompagnement, ainsi que l'amélioration des pratiques environnementales, permettent souvent aux producteurs d'améliorer la qualité de leurs produits et d'en tirer un meilleur prix sur les marchés.

C'est en général au niveau des critères économiques que ces labels ou initiatives de commerce éthique diffèrent le plus du commerce équitable. Les référentiels ne prévoient pas de prix minimum garanti, ni de prime de développement permettant aux producteurs de mener des projets collectifs en faveur de leurs communautés. Il n'y a pas non plus de préfinancement des commandes. En effet, les critères des démarches éthiques concernent uniquement les modes de production et d'organisation des producteurs. Il n'y a pas de contreparties de la part de leurs partenaires commerciaux prévues et contrôlées dans les référentiels.

Dans le projet du commerce équitable, c'est bien la relation entre les partenaires qui est modifiée. Les critères du commerce équitable impliquent des droits et des obligations pour les deux parties : vendeurs/producteurs du Sud et acheteurs du Nord. C'est cette relation qui doit tendre vers plus d'équité. C'est aussi grâce aux engagements économiques de la part des entreprises commerciales partenaires que les producteurs peuvent renforcer leur processus d'autonomisation ou d'empowerment.

COMMON CODE FOR COFFEE COMMUNITY

DEMARCHE : 4C (Common Code for the Coffee Community)

CREATEUR DE LA DEMARCHE : 4C Association (2006)

ORGANISME DE VERIFICATION : IMO, Africert, OKO garantie, Biocert, Latcert, etc. (liste disponible sur le site de 4C)

CONTACT : Bonn, Allemagne

4C Secretariat
Adenauerallee 108
53113 Bonn
Tél: +49 (0) 228 850 50 0 - Fax +49 (0) 228 850 50 20
info@4c-coffeeassociation.org - <http://www.4c-coffeeassociation.org>

ORIGINE : L'association 4C est le résultat d'un partenariat public-privé entre l'association allemande de café (German Coffee Association) et l'agence de coopération allemande (GTZ) au nom du Ministère de la Coopération Economique et du Développement. Regroupant des torréfacteurs et des marques de café, l'association 4C est créée en 2006 afin de développer un code de conduite* permettant d'améliorer les pratiques des entreprises et d'encourager l'instauration d'une chaîne de café durable. En 2010, l'association estime qu'environ 30 % de l'offre mondiale de café vert provient des membres de l'association 4C.

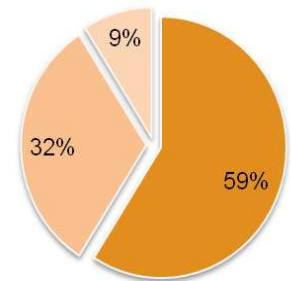
PROPRIETAIRE DE LA DEMARCHE : L'association 4C.

Les membres de l'association sont répartis en 3 catégories : les producteurs, les acteurs du commerce et de l'industrie (Aldi, Kraft, Lidl, Nestlé etc.) et les acteurs de la société civile (Oxfam, Rainforest, etc). L'association est présente en Afrique de l'Est, en Afrique de l'Ouest, en Amérique du Sud et en Asie du Sud-Est.

SECTEURS : Alimentaire

FILIERES/PRODUITS : Café

Répartition géographique des producteurs



- Amérique Latine
- Afrique
- Asie et Océanie

- **Bénéficiaires :**
299 694 de producteurs ayant produits 8 116 000 sacs de 60 kg
- **Pays :**
22 pays – 357 000 ha
- **Distributeurs :**
Aldi, COOP, Kraft, Lidl, Nestlé, Touton – 70 % des commerces et industries sont situés en Europe et au Etats-Unis.

ANALYSE DE LA DEMARCHE

Le code de conduite 4C (Code Commun for Coffee Community), disponible en anglais, français, espagnol, portugais et indonésien est composé de 10 pratiques inacceptables qui sont souvent présentes dans les plantations de café : « pires formes de travail des enfants, servitude pour dette et travail forcé, trafic de personnes, interdiction d'appartenir à un syndicat ou à une instance de représentation des travailleurs, éviction forcée sans compensation appropriée, manque de fournitures pour obtenir des bonnes conditions de logement aux travailleurs qui en ont besoin, manquement d'eau potable pour tous les travailleurs, abattage de la forêt vierge ou destruction d'autres formes de ressources naturelles, utilisation de pesticides interdits par la convention de Stockholm, transactions immorales dans les relations commerciales conformément aux pactes internationaux, aux lois et coutumes nationales».

Une fois ces pratiques inacceptables exclues, les producteurs et leurs organisations doivent s'engager dans une démarche de progrès autour de 28 principes du développement durable, dans leurs dimensions sociale, économique et environnementale. Chaque principe regroupe des critères classés en fonction du degré de durabilité recherché :

- Vert : pratique souhaitable
- Jaune : pratique devant être améliorée
- Rouge : comportement en vigueur devant être abandonné.

Ce code couleur permet aux producteurs et aux travailleurs de se repérer, en voyant les points de conformité et les axes de progrès. Pour obtenir la licence 4C et vendre le café sous le label, les producteurs ou les organisations doivent atteindre un niveau moyen de conformité (critères jaunes). Cette moyenne signifie que si des « pratiques rouges » existent dans une des dimensions, elles doivent être compensées par un nombre égal de « pratiques vertes ». Sur le long terme, toutes les pratiques doivent atteindre le niveau vert.

Critères Economiques

Le code de conduite affirme avoir pour objectif de mettre en place des pratiques permettant une viabilité économique des organisations, comme base de la durabilité sociale et environnementale. Cela doit s'accompagner de revenus raisonnables pour l'ensemble des acteurs de la chaîne du café. Cependant, au-delà des objectifs affichés, les critères économiques du code de conduite portent essentiellement sur l'accès pour les producteurs à l'information sur le marché, la transparence de la tarification et la traçabilité de la filière. Il n'y a pas de mécanisme contraignant permettant de s'assurer que les producteurs seront rémunérés correctement. Si l'information sur les marchés est un aspect fondamental pour orienter les décisions de production des organisations et leur permet de mieux négocier les prix avec les acheteurs, la démarche ne remet pas en cause les mécanismes de formation des prix, ni ne protège les producteurs en cas de chute importante des cours mondiaux.

Critères Sociaux

Le cahier des charges reprend les principales conventions de respect de la liberté syndicale et protection du droit syndical (C87), droit d'organisations et de négociation collective (C98), abolition du travail forcé (C105), respect des conditions d'emplois sur les plantations (C110), lutte contre les pires formes de travail des enfants (C182), salaires minimum.

Autonomie des Producteurs

4C propose gratuitement des services de soutien technique et commercial aux producteurs afin que leurs exploitations soient plus efficaces et plus rentables. De plus, les candidats sont accompagnés pour préparer de façon optimale la visite de contrôle effectuée par un organisme externe.

Critères Environnementaux

Conscients des problèmes importants liés aux plantations de café, 4C encourage les producteurs à de meilleures pratiques environnementales : conservation de la biodiversité, utilisation et conditionnement des produits chimiques, conservation et fertilité des sols et gestion des nutriments, de l'eau, des déchets et de l'énergie.

Sensibilisation et Plaidoyer

4C élabore des outils pour la promotion, l'information et les relations publiques.

Gestion du logo/Etiquetage

Le logo 4C ne doit pas être utilisé sur les emballages mais peut être utilisé par les membres dans le cadre de leurs outils de communication. Si les entreprises souhaitent exprimer qu'elles sont membres de l'association 4C sur leurs emballages, ils peuvent utiliser la mention « déclaration des membres » mais ce n'est pas un logo.

CONTRÔLE DU RÉFÉRENTIEL

LES ÉTAPES DE LA VÉRIFICATION

Un contrôle approfondi est effectué chaque année. Des contrôles inopinés additionnels peuvent avoir lieu selon une analyse de risque.

- 1) Devenir membre en remplissant le formulaire d'enregistrement sur le site de 4C
- 2) Paiement des frais d'entrée
- 3) Constitution d'une « unité 4C » : regroupement de producteurs afin d'être apte à remplir au moins un container
- 4) Auto-évaluation du candidat
- 5) Demande d'audit par un organisme de certification externe – Accompagnement du candidat pour la préparation de la visite
- 6) Audit sur le terrain
- 7) Mise en place d'un programme d'amélioration accompagné d'un plan de gestion.
- 8) Autorisation de vente de café 4C

Un contrôle annuel n'est pas systématique mais dépend du niveau de risque estimé par l'organisme certificateur.

Organisme vérificateur :

Selon la localisation et le choix du candidat

Liste disponible sur le site internet de 4 C (IMO, AfriCert, OKO Garantie, Biocert, LatCert, etc.) :

Les modalités de contrôle

Auto-évaluation

Evaluation externe

Tiers indépendant accrédité ISO 65



LES COÛTS DE CONTRÔLE

Le montant des frais d'entrée est proportionnel à la production de café.

Afin de favoriser l'accès des plus défavorisés, le montant est de l'ordre de 7,5 EUR pour une production de 100 à 250 sacs de 60 kg.

Les frais afférents liés aux contrôles et à l'accompagnement des producteurs sont pris en charge par la cotisation des membres importateurs.

Transparence et gouvernance

Référentiel en libre accès sur internet

Participation des producteurs à la création du référentiel

Participation des producteurs à la l'évolution du référentiel



Une liste de l'ensemble des membres est disponible sur le site internet de 4C.

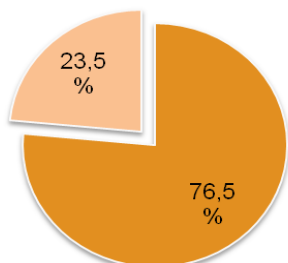
Notre avis

Le code de conduite 4C constitue une démarche de progrès relativement accessible pour l'ensemble des acteurs de la chaîne du café. Si la démarche est beaucoup moins exigeante que celles proposées par les labels de commerce équitable ou par d'autres labels de commerce éthique, elle permet aux entreprises importatrices d'entamer une réflexion concernant leurs relations avec leurs fournisseurs et leur responsabilité sociale vis-à-vis de ces derniers. Par ailleurs, le réseau 4C développe une présence sur le terrain afin de proposer des formations et un accompagnement des producteurs. En ce sens, la démarche 4C permet de renforcer la durabilité des filières et aux entreprises importatrices de sécuriser leurs approvisionnements auprès d'unités de productions plus opérationnelles.

Cependant, l'absence de critères économiques contraignants dans le code de conduite ne garantit pas, dans un contexte de forte volatilité des prix des matières premières, des conditions de rémunérations correctes des producteurs.



Répartition géographique des producteurs



- Asie et Océanie
- Afrique

• **Bénéficiaires :**

39 sites de production industrielle avec 8438 cultivateurs de coton biologique

• **Pays fournisseurs :**

Inde, Tanzanie, Lituanie

• **Chiffre d'affaires international :**

15,1 millions d'euros sur 2009-2010

• **En France :**

Monoprix est le seul distributeur français (chiffre d'affaires de 581 527 € sur 2009-2010)

LABEL : bioRé®

CREATEUR DU LABEL : L'entreprise Remei AG (1983) et la fondation bioRé® (1997)

ORGANISMES DE CERTIFICATION : FLO-CERT pour les critères sociaux de production de coton, Bioinspecta ou Indocert pour les critères biologiques, Intertek pour les critères sociaux et écologiques dans la production de textile.

CONTACT : Rotkreuz, SUISSE

Lettenstrasse 9 – CH-6343 Rotkreuz

Tél: +41(0)41 798 32 32

info@remei.ch - <http://www.remei.ch/fr> - <http://www.biore.ch/fr>

ORIGINE : Remei AG est une entreprise suisse qui fabrique des articles en coton biologique pour des marques de prêt-à-porter telles que Coop Switzerland, Coop Italia, GreenPeace Magazin, Mammüt, Elklina ou Monoprix en France. Face à un marché du coton en constante détérioration, la fondation bioRé® et l'entreprise Remei AG créent le label bioRé®, qui certifie que le coton utilisé satisfait à des exigences strictes en matière de production biologique et qualité sociale. Le label permet de garantir une production conforme à 5 critères fondamentaux : coton issu de l'agriculture biologique, « équitabilité », modes de fabrication écologiques, transparence et innovation (notamment écologique).

PROPRIETAIRE DU REFERENTIEL : La fondation bioRé®.

Elle gère la mise en place et l'évolution du référentiel, en lien direct avec les entreprises bioRé® Tanzania et bioRé® India, elles-mêmes en relation directe avec les organisations de producteurs.

PORTEE DU REFERENTIEL : Toutes les étapes de fabrication d'un produit textile : Production, filage, tricotage, teinture, confection, transformation, importation.

SECTEURS : Textile

FILIERES/PRODUITS LABELLISES : coton, fil, vêtements

ANALYSE DU LABEL

ELIGIBILITE

Les standards s'appliquent aux filières de coton mises en place par la fondation bioRé® en Inde et en Tanzanie. Les produits fabriqués par Remei AG sous le label bioRé® sont destinés à toute marque et tout distributeur de produits textiles.

Critères Economiques

Dans le cadre de leurs partenariats avec les entreprises bioRé® Tanzania et bioRé® India, les producteurs reçoivent une garantie d'achat de 80 % de leur production pour une durée de 5 ans. Le référentiel ne prévoit pas de prix minimum garanti. Le prix d'achat est fixé au prix du marché conventionnel auquel est rajoutée une prime d'environ 15 % au dessus du prix du marché pour le coton biologique et d'environ 10 % pour le coton en conversion.

Critères Sociaux

Les 11 conventions fondamentales de l'OIT sont à respecter.

Un programme visant à identifier les groupes minoritaires ou désavantagés doit être mis en place afin de favoriser leur intégration.

Les étapes d'égrenage, de filature, de tricotage et de confection sont certifiées selon les normes sociales SA 8000 ou BSCI (Business Social Compliance Initiative).

Autonomie des Producteurs

Les entreprises bioRé® Tanzania et bioRé® India ayant des contrats de production ou de collecte rassemblent généralement des producteurs non organisés. La première année, elles doivent initier et appuyer la mise en place d'une ou plusieurs instances participatives fonctionnant selon un mode démocratique qui seront effectives dans les 2 années suivantes.

Il est indispensable que 90 % des membres soient des petits producteurs ou que 90 % des volumes produits proviennent de cette catégorie. Des programmes d'accompagnement sont mis en place et les producteurs participent au choix des projets communautaires : unité de transformation sur place (usine d'égrenage), unité de soins ambulantes, puits, école, etc.

Des centres de formations locaux sont financés par la fondation pour permettre aux producteurs d'améliorer leur connaissance de l'agriculture biologique et des techniques agricoles (fabrication de fertilisants et pesticides à base de produits naturels). La fondation bioRé® accorde également aux cultivateurs des prêts à 0 % d'intérêt pour leur permettre de moderniser leurs modes de production ou de vivre plus sainement.

Critères Environnementaux

Le référentiel bioRé® impose que le coton certifié soit issu de l'agriculture biologique (certification E.U 834/2007) ou en conversion. La diversification des cultures est encouragée afin d'apporter une source de revenu complémentaire aux ménages et, de ce fait, être moins dépendants de la vente du coton. Concernant la partie fabrication des vêtements, le blanchissement doit être effectué sans chlore, les teintures réalisées sans métaux lourds toxiques et le finissage sans formaldéhyde. Les aspects environnementaux doivent être pris en compte dans les choix du transport et de l'emballage (utilisation de matériaux recyclables, etc.).

Sensibilisation et Plaidoyer

Le programme bioRe® n'engage pas les porteurs du logo sur les volets sensibilisation des citoyens.

Gestion du logo/Etiquetage

Le logo est apposé sur les produits dont 100 % du coton respecte les standards de bioRé®. Il peut être également utilisé dans les outils de communication institutionnelle des partenaires commerciaux.

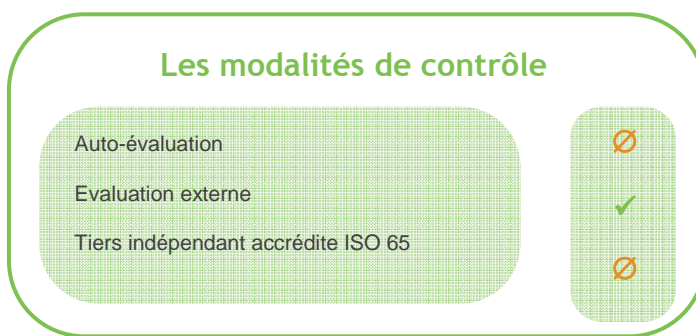
CONTRÔLE DU RÉFÉRENTIEL

Les aspects sociaux de la production de coton sont audités par FLO-CERT.

- 1) Informations auprès de bioRé® India ou bioRé® Tanzania en fonction de la localisation géographique
- 2) Renvoi du dossier de candidature
- 3) Audit sur le terrain effectué par FLO-CERT
- 4) Envoi d'une lettre de conformité si les standards minima sont respectés

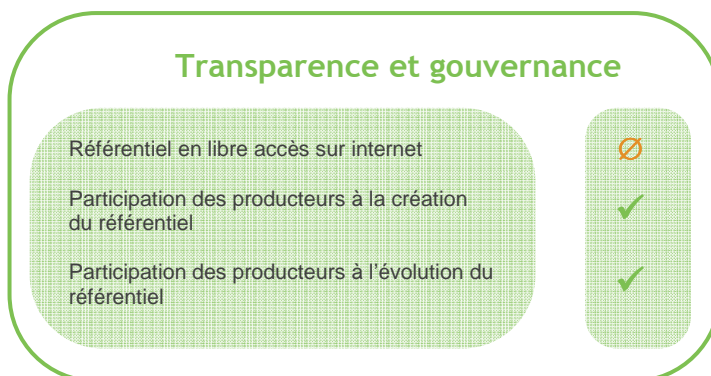
La certification est valable 1 an. Un contrôle de surveillance est effectué chaque année.

Tous les ans, le cahier des charges est révisé. Rédigé par la fondation bioRé®, il est vérifié et validé par FLO-CERT.



LES COÛTS DE CONTRÔLE

Tous les coûts afférents au contrôle sont pris en charge par la fondation bioRé®. Il n'y a pas de frais de licence pour les porteurs du label. Cependant, les marques peuvent soutenir financièrement la fondation par le biais de dons.



Afin d'assurer une parfaite traçabilité et une grande transparence, un numéro d'identification sur le vêtement permet de retracer sur le site internet de l'entreprise Remei tout son parcours, de la production du coton à la confection du vêtement (<http://www.remei.ch/en/biore-philosophy/transparency>).

Notre avis

Ce label est un label exigeant, que ce soit en terme d'engagements sociaux, environnementaux ou économiques. Le travail de terrain de la fondation permet un accompagnement des producteurs et une amélioration de leurs conditions de vie et de travail.

Cependant, si les engagements économiques sont forts (engagement de rachat de 80 % de la production pendant 5 ans), les critères diffèrent de ceux du commerce équitable (absence de prix minimum garanti, pas de prime de développement, etc.). De plus, l'absence de projet d'émancipation et d'autonomisation des producteurs rend la démarche relativement éloignée de celle du commerce équitable. En effet, les producteurs impliqués dans le programme sont ici particulièrement dépendants de leur principal client, l'entreprise Remei. Cette situation de dépendance, ici pratiquée selon des standards de RSE, pourrait fragiliser les producteurs puisque l'essentiel de leurs revenus sont liés à la stabilité ou au développement de l'entreprise Remei. Cette intégration verticale de la filière, même organisée selon des pratiques éthiques exigeantes, reste un facteur de non-maîtrise par les producteurs de leur développement.

Par ailleurs, ce label entretient largement l'ambiguïté concernant son appartenance au monde du commerce équitable. Si le terme « commerce équitable » n'est jamais utilisé dans les informations fournies par BioRé (cahiers des charges, site internet, etc.), le terme « équitable » est lui largement repris. Certains des principaux clients de Remei, comme Monoprix, vont encore plus loin en présentant leur produits labélisés BioRé comme des produits issus du « commerce équitable ».



RAINFOREST ALLIANCE

LABEL : Rainforest Alliance

CREATEUR DU LABEL : Rainforest Alliance (1986) et le Réseau d'Agriculture Durable (1992)

ORGANISME DE VERIFICATION : Sustainable Farm Certification International

CONTACT :

Rainforest Alliance
665 Broadway, Suite 500
New York, NY 10012 USA
Phone: +1 (212) 677-1900
info@ra.org - <http://www.rainforest-alliance.org>
Contact en France : Gilles Degroote gilles.degroote@ethicity.fr

ORIGINE : Rainforest Alliance est une ONG créée en 1986 dont le but est de préserver la biodiversité et d'améliorer les conditions sociales des travailleurs. En 1989, Rainforest Alliance développe la première démarche de gestion durable des forêts tropicales et crée l'écolabel FSC (Forest Stewardship Council). Par la suite, l'ONG crée un programme de certification en agriculture afin d'accroître la rentabilité et la durabilité des productions. Ce programme aboutit à la création d'un label géré conjointement par Rainforest Alliance et le Sustainable Agriculture Network (SAN). Actuellement, Rainforest Alliance certifie les exploitations agricoles qui sont en conformité avec ce référentiel. La certification « Rainforest Alliance Certified™ » des exploitations agricoles est mise en œuvre par un organisme de certification international, Sustainable Farm Certification, Intl. Le label Rainforest Alliance est utilisé notamment par des grandes entreprises de l'industrie agro-alimentaire, telles que Lipton, Kraft, etc.

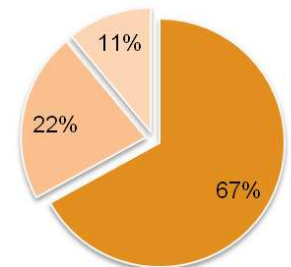
PROPRIETAIRE DU LABEL : Sustainable Agriculture Network (SAN).

Il s'agit d'un réseau d'agriculture durable regroupant des ONGs locales d'Amérique Centrale et Latine, en charge de l'élaboration du référentiel pour la gestion responsable des exploitations agricoles.

SECTEURS : Alimentaire

FILIERES/PRODUITS LABELLISES : Une vingtaine de produits : café, cacao, thé, vanille, caoutchouc, fruits et légumes (bananes, mangues, avocats, ananas, oignons, agrumes, kiwi, raisins, etc.), plantes médicinales.

Répartition géographique des producteurs



- Amérique Latine
- Afrique
- Asie et Océanie

- **Bénéficiaires :**
62 784 exploitations certifiées soit 2,8 millions de personnes (producteurs/travailleurs et leur famille)
- **Rayonnement :** 20 pays – 579 000 hectares certifiés
- **Marques porteurs du label :**
Côte d'Or, Innocent Drinks, Jacques Vabre, Kraft, Lipton, Nespresso, Subway, Tetley, etc.

ANALYSE DU LABEL

Le cahier des charges du SAN disponible en anglais, espagnol et français s'articule autour de 3 grands axes : la protection de l'environnement, la protection des producteurs et des travailleurs et la mise en place d'un plan de management et de contrôle des coûts.

Le référentiel est structuré en 10 grands principes : mise en place d'un système de management social et environnemental, conservation de l'écosystème, protection de la faune et de la flore, conservation de l'eau, bonnes conditions de travail pour les travailleurs, santé et sécurité au travail, relations communautaires, gestion des cultures, management et conservation des sols et management des déchets. Ces principes sont déclinés en 94 critères. Pour obtenir la certification SAN et donc utiliser le logo Rainforest Alliance, l'exploitation agricole doit satisfaire à au moins 50 % des critères de chaque principe et à au moins 80 % de l'ensemble des critères du référentiel. 14 critères sont impératifs, le non-respect de l'un d'eux disqualifie l'exploitation agricole.

Critères Economiques

Les critères impératifs sont le paiement de salaires supérieurs au minimum légal, ou supérieurs à la moyenne régionale pour les employés qui travaillent dans les exploitations certifiées ; et la mise en place de systèmes de traçabilité pour éviter les mélanges entre les produits provenant de plantations certifiées et les autres.

Les avantages économiques pour les producteurs proviennent essentiellement de l'amélioration des pratiques de gestion des exploitations, de l'amélioration de la qualité des produits à travers des pratiques agricoles plus respectueuses de l'environnement et de leur meilleure connaissance des marchés.

Le label Rainforest n'intervient pas dans les termes des échanges entre producteurs et acheteurs, il n'y a pas de prix minimum garanti, ni de prime de développement pour la mise en œuvre de projets collectifs.

Critères Sociaux

Les critères impératifs sont : l'absence d'embauche d'enfants de moins de 15 ans, l'absence de travail forcé, le port de protections personnelles lors de l'épandage de produits phytosanitaires, l'absence de politiques d'embauche discriminatoires.

Les travailleurs bénéficient d'une liberté syndicale leur permettant de négocier avec leur employeur.

L'accès à l'éducation, aux soins médicaux, aux moyens de transport et à la formation est encouragé pour les travailleurs et leur famille. De plus, ils doivent bénéficier de bonnes conditions de travail et de logement. Des examens médicaux visant à chercher l'apparition de maladies chroniques liées à l'application de produits chimiques sont préconisés.

Autonomie des Producteurs

Un programme d'éducation s'articulant en trois thèmes doit permettre de renforcer les capacités des travailleurs / producteurs et de leurs familles :

- 1) Objectifs et exigences généraux de la certification Rainforest Alliance
- 2) Pratiques environnementales et conservation des écosystèmes
- 3) Concepts fondamentaux d'hygiène et de santé

Un autre programme visant à diminuer les coûts tout en augmentant la productivité et la qualité est mise en place sur les exploitations agricoles. Les producteurs sont accompagnés par une équipe technique de Rainforest Alliance.

Critères Environnementaux

Les pratiques inacceptables sont : l'utilisation de produits agrochimiques non autorisés listés dans une annexe du cahier des charges, les cultures transgéniques, l'implantation de nouvelles cultures sur des terres non convenables à cet usage, le dépôt de substances solides dans les cours d'eau, l'absence de programmes de conservation des écosystèmes, l'absence de protection de l'intégrité des écosystèmes naturels (destruction ou transformation d'un écosystème), la chasse, et le trafic d'animaux sauvages, le rejet d'eaux usées non traitées dans les cours d'eau.

Afin de développer les bonnes pratiques environnementales, des mesures sont encouragées telles que la diminution et l'optimisation des déchets, la diminution de la consommation d'eau, la conservation et restauration des écosystèmes dégradés et la promotion de la biodiversité, la minimisation de l'application de produits chimiques, la priorité à l'utilisation de méthodes de contrôle physique, mécanique, culturelle ou biologique.

Sensibilisation et Plaidoyer

La valorisation de la garantie Rainforest Alliance auprès des consommateurs est menée par les marques distribuant des produits certifiés qui mettent en valeur les impacts de la certification sur leur packaging ou à travers leurs outils de communication. Rainforest Alliance vérifie l'ensemble des messages associés à la certification.

Le SAN et Rainforest Alliance mènent des actions de plaidoyer en matière de respect de la biodiversité, en particulier sur le continent américain.

Gestion du logo/Étiquetage

Le logo est apposé sur les produits. Il peut également être utilisé dans la communication institutionnelle des marques. Pour les produits composés de 90% à 100% d'ingrédients certifiés, le logo est apposé au devant du produit. Lorsqu'il est composé de 30 à 90% d'ingrédients certifiés, le logo est apposé sur le côté ou au dos du produit, avec la mention du pourcentage d'ingrédients certifiés. En dessous de 30%, seule une mention du type « ce produit utilise des ingrédients issus de fermes certifiées Rainforest Alliance » peut être apposée sur le produit.

CONTRÔLE DU RÉFÉRENTIEL

LES ÉTAPES DE LA CERTIFICATION

Organisme certificateur :

Sustainable Farm Certification, Intl.

- 1) Prise de contact avec l'organisme de certification du référentiel SAN : Sustainable Farm Certification, Intl
- 2) Constitution d'un dossier
- 3) Audit de certification pour vérifier la conformité aux standards sociaux et environnementaux.
- 4) Analyse du rapport d'audit et des documents pour un comité d'experts
- 5) Certification SAN valable 3 ans – autorisation d'utilisation du logo Rainforest Alliance
- 6) Audit de vérification tous les ans permettant d'évaluer les progrès et d'identifier d'éventuelles actions correctives

Les modalités de contrôle

Auto-évaluation



Evaluation externe



Tiers indépendant accrédité ISO 65



LES COÛTS DE CONTRÔLE

Les exploitations agricoles paient les frais de certification ainsi qu'un droit annuel de certification qui varie en fonction de la taille de leur organisation. La participation des acteurs de la chaîne de production est envisageable pour des producteurs défavorisés.

Transparence et gouvernance

Référentiel en libre accès sur internet



Participation des producteurs à la création du référentiel



Participation des producteurs à l'évolution du référentiel



Une liste de l'ensemble des opérateurs certifiés est disponible sur le site de l'organisme de certification : Sustainable Farm Certification, Intl.

http://sustainablefarmcert.com/certified_farms.cfm

Notre avis

Le label Rainforest Alliance comporte des critères exigeants en matière environnementale et sociale. Par ailleurs, au-delà du contrôle des exigences du référentiel, L'ONG organise la présence sur le terrain de conseillers techniques qui appuient les producteurs dans leur démarche d'amélioration de leurs pratiques et dans la mise en œuvre des critères du label.

Concernant les critères économiques, les normes du SAN (Sustainable Agriculture Network) se concentrent sur l'amélioration de la gestion des exploitations agricoles. Le label mise ainsi sur l'amélioration des connaissances et des compétences des agriculteurs pour renforcer leur capacité à négocier leur production sur le marché international.

Si cette démarche est une condition en effet nécessaire pour améliorer la durabilité des exploitations agricoles et le revenu des producteurs, ce parti pris nous semble néanmoins réducteur. En effet le label agit sur les conséquences des dérives des règles du commerce mondial, mais pas sur ses causes. En faisant peser les exigences uniquement sur les organisations de producteurs, Rainforest ne cherche pas à modifier les pratiques des entreprises qui achètent les produits certifiés. C'est aux producteurs seuls de faire en sorte que leurs bonnes pratiques puissent être valorisées sur le marché auprès de leurs clients.

Concernant la confusion possible des démarches avec le commerce équitable, Rainforest est conscient de ses différences et de ses complémentarités avec les labels de commerce équitable et sa communication sur le sujet n'est pas ambiguë. Il arrive cependant, malgré la vigilance des représentants du label, que certaines des entreprises utilisatrices du label communiquent sur « leurs engagements équitables ».



LABEL : UTZ CERTIFIED

CREATEUR DU LABEL : UTZ CERTIFIED (Utz Kapeh, 1999)

ORGANISME DE VERIFICATION : Au choix du producteur. Une liste d'organismes approuvés est disponible sur le site <http://www.utzcertified.org/>

Bénéficiaires :

- Plus de 95.000 exploitations de café ont été certifiées UTZ
- Au premier trimestre 2010 : 32.042 tonnes de café certifiées UTZ achetées par les torréfacteurs et marques de café

CONTACT :

De Ruyterkade 6
1013 AA Amsterdam
The Netherlands
Tel: + 31 20 530 8000 - Fax: + 31 20 530 8099
info@utzcertified.org - <http://www.utzcertified.org/>

ORIGINE : Créé en 1999 au Guatemala, Utz Kapeh, signifiant « bon café » en langue Maya, s'installe en 2002 aux Pays-Bas. En 2007, Utz Kapeh change de nom et devient UTZ CERTIFIED. UTZ. Le programme promeut un commerce responsable axé principalement sur des critères sociaux et environnementaux et garantissant une gestion efficace et professionnelle des exploitations agricoles, la sécurité alimentaire et la traçabilité. Initialement créé pour la filière café, le programme a progressivement intégré d'autres filières : le thé, le cacao et l'huile de palme.

PROPRIETAIRE DU LABEL : La fondation UTZ CERTIFIED.

Elle fournit également des services de traçabilité à deux associations : la RSPO (Round table Sustainable Palm Oil) et la BCI (Better Cotton Initiative), visant à promouvoir la production et l'utilisation durable de l'huile de palme et du coton.

La garantie UTZ CERTIFIED est utilisée par des entreprises multinationales telles que Ikea, Mac Donald's mais aussi par des broyeurs et chocolatiers nationaux.

SECTEURS : Alimentaire

FILIERES/PRODUITS LABELLISES : cacao, café, thé, rooibos, huile de palme.

ANALYSE DU LABEL

Il existe quatre cahiers des charges « produits » (cacao, café, thé et rooibos) disponibles en plusieurs langues (anglais, français, espagnol, portugais, vietnamien et indonésien).

Divisé en dix chapitres (management du sol, irrigation, ressources naturelles et biodiversité, droits des travailleurs, etc.), chaque référentiel est présenté sous la forme d'un tableau où les exigences à atteindre sont planifiées sur une durée de quatre ans afin de favoriser une démarche de progrès.

Révisés régulièrement, les cahiers des charges sont rédigés conjointement par des agronomes, des producteurs, des certificateurs et des acheteurs.

Critères Economiques

Le prix négocié entre les producteurs et les acheteurs doit être supérieur au prix du marché conventionnel. Le programme UTZ CERTIFIED prévoit le paiement d'une « prime de durabilité » par les acheteurs. Le montant de cette prime est la différence entre le prix du marché et le prix payé aux producteurs certifiés par UTZ CERTIFIED. UTZ ne donne pas d'indication du montant de cette prime qui doit résulter de la négociation entre les organisations de producteurs et leurs acheteurs. L'objectif d'UTZ CERTIFIED est de renforcer la position économique du producteur en lui accordant un revenu plus élevé à travers une augmentation de la productivité et de la qualité des produits, et un accès au marché « durable ».

Critères Sociaux

Les 11 conventions fondamentales de l'OIT sont à respecter. La convention n°155 sur la sécurité et la santé des travailleurs est remplacée par la convention n°184 concernant la sécurité et la santé dans l'agriculture (excepté pour les petits producteurs de cacao). Des formations sur divers thèmes, tels que les méthodes culturales ou la commercialisation, sont assurées dans la langue locale afin de renforcer les capacités des producteurs. L'éducation des enfants doit être assurée et des centres de soins doivent être mis à la disposition des familles. Des programmes d'éducation concernant des sujets variés, tels que l'hygiène, la nutrition ou la prévention de SIDA, sont mis en place auprès des producteurs.

Critères Environnementaux

Des programmes pour la gestion de l'eau, des sols et de l'énergie doivent être mis en place. L'emploi d'engrais et de produits agro-chimiques doit être enregistré par les producteurs. Cette mesure permet d'engager une démarche de diminution pour une utilisation raisonnée. Les plants utilisés par les producteurs doivent être adaptés au lieu de culture. De plus, la déforestation est proscrite et les espèces menacées doivent être protégées.

Sensibilisation et Plaidoyer

UTZ CERTIFIED, par le biais des ses distributeurs (Ikea, Mc Donald's, etc.), sensibilise le grand public en créant des campagnes de communication axées sur les impacts des produits cultivés dans le respect des critères du référentiel.

Gestion du logo/Etiquetage

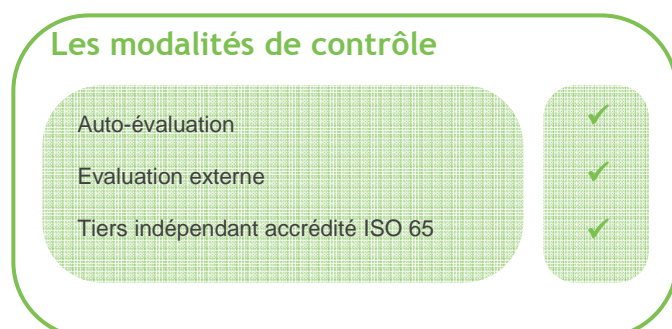
Pour apposer le logo sur le produit et l'utiliser dans la communication institutionnelle, le pourcentage d'ingrédients certifiés contenu dans le produit final doit être d'au moins 90 % pour le café et d'au moins 30 % pour le thé et le cacao. Ces pourcentages devraient augmenter dans les années à venir au fur et à mesure de l'augmentation du nombre d'exploitations certifiées et de la disponibilité de ces produits sur le marché.

CONTROLE DU RÉFÉRENTIEL

LES ÉTAPES DE LA VERIFICATION

- 1) Enregistrement en ligne sur le site d'UTZ CERTIFIED
- 2) Auto-évaluation sur la conformité avec le cahier des charges
- 3) Audit sur le terrain par un organisme de certification approuvé par UTZ CERTIFIED
- 4) Délai d'un mois pour d'éventuelles actions correctives
- 5) Analyse de l'audit, de l'auto-évaluation et des documents par UTZ CERTIFIED
- 6) Obtention du certificat

Un audit annuel est effectué tous les ans afin de renouveler le certificat.



LES COÛTS DE CONTRÔLE

L'opérateur faisant la demande à UTZ CERTIFIED paie les coûts d'audit effectués par l'organisme indépendant.

En supplément du prix UTZ payé aux producteurs, l'acheteur participe aux frais de fonctionnement de UTZ CERTIFIED (0,012 USD/Kg pour le programme café, 0,01 EUR/kg pour le programme cacao).



En représentant 30 % de parties prenantes au sein d'UTZ CERTIFIED, les producteurs sont fortement impliqués, en particulier dans l'évolution du code de conduite.

Notre avis

Ce label se concentre essentiellement sur la mise en place de bonnes pratiques culturales et sur l'éradication des pires formes d'exploitation de la main d'œuvre. Ainsi, le label UTZ CERTIFIED ne recouvre pas les exigences des labels de commerce équitable et de l'agriculture biologique, ni ne s'en revendique. Le programme mis en place par la fondation permet d'accompagner les entreprises dans une démarche leur permettant de proposer des produits cultivés de manière responsable.

L'élargissement du label à d'autres filières agricoles que le café permet d'intégrer de nouveaux producteurs dans la démarche d'UTZ CERTIFIED.

UTZ CERTIFIED participe aussi à la multiplication des labels et à la confusion générée pour les consommateurs. A terme, il serait souhaitable que ces labels développés sur les mêmes filières puissent harmoniser leurs référentiels afin d'offrir plus de visibilité aux consommateurs.

CONCLUSION

Cette édition 2011 analyse huit labels de commerce équitable. Ce choix permet notamment de comparer les démarches de labels historiques et fondateurs du commerce équitable (Fairtrade/Max Havelaar et WFTO) avec celles plus récentes de nouveaux entrants. Cette approche comparée identifie à la fois les grandes constantes entre les démarches, mais également leurs différences. Cette étude permet aussi de déceler de grandes tendances en matière d'élaboration de nouveaux labels (Qui en est à l'origine ? Qui contrôle de cahier des charges ? Quels produits sont concernés ? etc).

Ainsi, une des caractéristiques les plus marquantes concernant les nouveaux labels, est qu'ils combinent tous les critères du commerce équitable avec ceux de l'agriculture biologique. C'est le cas pour les labels initiés par les organismes de certification Ecocert, IMO, FGP ou Naturland, comme pour celui développé par l'entreprise spécialisée de produits bio Rapunzel. Cette tendance répond à une demande des consommateurs et des organisations qui les représentent. Elle répond également à un intérêt pour la durabilité des filières biologiques agro-industrielles : si l'agriculture biologique est un plus pour l'environnement, la baisse des rendements qu'elle entraîne souvent doit être compensée par des pratiques économiques plus rémunératrices. **Du côté des "labels historiques", on observe également cette tendance à allier commerce équitable et agriculture biologique : dans les cahiers des charges de FairTrade/Max Havelaar par exemple ont été inclus ces dernières années des encouragements y compris économiques, à convertir les organisations de producteurs labellisés vers l'agriculture biologique.** Il y a donc une convergence réelle qui se développe : que ce soit le secteur de la bio qui souhaite appliquer et faire reconnaître des relations partenariales plus équitables, ou des acteurs historiques du commerce équitable qui intègrent des pratiques de plus en plus respectueuses de l'environnement.

Ainsi, ces évolutions montrent à nouveau que le commerce équitable s'inscrit pleinement dans une démarche globale de développement durable, qui combine des critères sociaux, économiques et environnementaux forts.

Cette analyse permet également de noter la forte influence du label FairTrade/Max Havelaar dans le développement de ces nouveaux labels : il reste souvent le point de référence des nouveaux entrants. Certains, comme Ecocert Equitable, ou Naturland Fair font même référence aux prix minimum garantis élaborés par Fairtrade/Max Havelaar comme l'absolu minimum à appliquer sur leurs propres filières lorsque ces prix existent.

Mais paradoxalement, c'est aussi en matière d'élaboration des prix minimum qu'on observe la plus grande différence, entre le label historique FairTrade/Max Havelaar et les labels plus récents. Pour le label pionnier, ces prix s'appliquent par produits et sont le résultat de larges consultations entre tous les acteurs de la filière. Pour les autres labels, le prix minimum est élaboré via une concertation entre les producteurs et les acheteurs pour chaque partenariat commercial. Le rôle de l'organisme certificateur est alors considérable, dans la mesure où il ne doit plus seulement vérifier que les prix minimums ont été effectivement payés par les partenaires commerciaux, mais également qu'ils ont été élaborés correctement.

Ces prix doivent en effet permettre de couvrir les coûts de production et d'exploitation des producteurs et de leurs organisations. **Cette différence méthodologique permet alors aux nouveaux labels de commerce équitable de développer plus rapidement et à un moindre coût de nouvelles filières de commerce équitable certifiables.** D'ailleurs, leurs référentiels sont souvent élaborés sous la forme de cahiers des charges uniques applicables à toutes les filières, alors que pour FairTrade/Max Havelaar, il existe un cahier des charges pour chacun des produits labellissables. Cette méthode, plus souple, permet à ces nouveaux labels de cibler des niches et de se faire une place sur le marché. Certains, comme FairWild ou FGP concentrent même leur application sur des secteurs très spécifiques comme la cueillette de fruits et fleurs sauvages.

Une des grandes ruptures par rapport aux labels historiques concerne l'éligibilité des producteurs bénéficiaires de la démarche : **plusieurs labels (Naturland Fair, Fair for Life, Fairwild) peuvent s'appliquer à des démarches de commerce équitable avec des producteurs des pays industrialisés (dits du "Nord").** Cette tendance répond à une tendance du marché qui vise à rapprocher les solidarités locales et internationales. Le commerce équitable ne concernerait plus seulement des flux d'échanges Sud/Nord, mais également Nord/Nord. Il existe aussi, des démarches émergentes de commerce équitable Sud/Sud (non couvertes par ce guide).

Un autre élément marquant concernant l'émergence de ces nouveaux labels de commerce équitable concerne le type d'organisations, qui en sont à l'origine. Les labels ou systèmes de garantie pionniers comme FairTrade/Max Havelaar et WFTO sont des démarches issues du monde des ONGs de solidarité internationale et de la société civile et qui ont progressivement renforcé le professionnalisme et la crédibilité de leur système de contrôles afin de répondre aux interrogations, voir aux pressions, des organisations de consommateurs. **Pour les nouveaux labels, c'est le processus inverse que l'on observe : élaborés ou initiés pour la plupart par des organismes certificateurs, ce n'est pas tant la robustesse de leur système de contrôle qui est mis en cause, mais leur engagement ou leur vocation à changer les règles du commerce mondial.** D'ailleurs, c'est sur ce point que leur respect des fondamentaux du commerce équitable est le moins convaincant. En effet, ils sont peu nombreux à investir de manière importante dans des activités d'éducation au développement* et dans des actions de plaidoyer, alors que toutes les définitions reconnues du commerce équitable insistent sur ces dimensions. En effet, au delà de l'exploitation d'une niche commerciale, même de manière équitable, la CNCE, comme la définition de FINE, attend des systèmes de garantie de commerce équitable qu'ils s'engagent à promouvoir des politiques et des pratiques porteuses de développement pour les populations défavorisées des pays les plus pauvres. D'ailleurs, **au contraire des pionniers, aucun de ces nouveaux labels ne s'appuie sur un réseau de bénévoles militants pour faire connaître et développer le commerce équitable.** Cependant, ces entreprises privées de certification s'allient pour la plupart à des organisations à but non lucratif (associations ou fondations) pour porter, gérer et faire évoluer les référentiels et séparer ainsi l'activité de portage du label de celle de contrôle. Cette séparation des rôles pourrait à terme permettre à ces labels de monter en puissance dans leur rôle de plaidoyer et de jouer plus pleinement un rôle politique de transformation sociale, économique et environnementale.

GLOSSAIRE

ACCREDITATION

Attestation délivrée par une tierce partie, ayant rapport à un organisme d'évaluation de la conformité, constituant une reconnaissance formelle de la compétence de ce dernier à réaliser des activités spécifiques d'évaluation de la conformité. Les organismes certificateurs se font accréditer pour être habilités à effectuer les audits de certification de tel ou tel référentiel. En matière d'accréditation des organismes certificateurs, la norme ISO 65 est celle qui garantit le plus grand degré de compétence, d'indépendance et d'impartialité. En France, seul le COFRAC est habilité à mettre en œuvre de tels programmes d'accréditation.

AFNOR

L'Agence française de normalisation (AFNOR) couvre 4 secteurs d'activités : la normalisation, la certification, l'édition spécialisée et la formation. Dans le secteur du commerce équitable, elle a facilité la concertation des acteurs en vue d'élaborer le fascicule de référence X50-340 publié en janvier 2006. L'AFNOR est le représentant français au sein de l'Organisation Internationale de Standardisation (ISO).

AUDIT

L'audit est un examen méthodique d'une situation relative à un produit, processus, ou une organisation, réalisé en coopération avec les intéressés en vue de vérifier la conformité de cette situation ou disposition préétablie et l'adéquation de ces dernières à l'objectif recherché. On parle également d'inspection, de vérification ou de contrôle dans le cadre d'un processus de certification.

CAHIER DES CHARGES

Un cahier des charges vise à définir exhaustivement les « spécifications de base » d'un produit ou d'un service à réaliser.

CERTIFICATION TIERCE PARTIE

La certification tierce partie est un processus d'attribution de certificats par un tiers de confiance, qui montre qu'un produit est conforme aux exigences d'un cahier des charges ou de spécifications techniques.

CODE DE CONDUITE

Un document visant à définir certains principes et normes de comportement qu'une organisation décide d'appliquer à la conduite de ses activités ou opérations. C'est un engagement non contraignant pris volontairement. C'est un outil que l'on retrouve souvent dans le cadre des politiques de RSE.

DEVELOPPEMENT DURABLE

« Le développement durable est un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs. Deux concepts sont inhérents à cette notion : le concept de « besoin » et plus particulièrement des besoins essentiels des plus démunis, à qui il convient d'accorder la plus grande priorité et l'idée des limitations que l'état de nos techniques et de notre organisation sociale imposent sur la capacité de l'environnement à répondre aux besoins actuels et à venir. » Cette définition énoncée par le Premier Ministre de Norvège, Madame Gro Harlem Brundtland, en 1987 a été adoptée par la communauté internationale et dans l'Agenda 21 de la conférence de Rio en 1992.

Ainsi le développement durable s'appuie essentiellement sur trois piliers, économique, social et environnemental, auxquels sont souvent rajoutés les piliers politiques et culturels.

EDUCATION AU DEVELOPPEMENT

L'éducation au développement est un processus éducatif qui vise à proposer une analyse et une réflexion critique sur les mécanismes qui régissent les relations Nord-Sud. Au-delà de ses missions de sensibilisation et d'information, l'éducation au développement entend encourager tout un chacun à changer de valeurs et de comportements, à réfléchir aux conséquences des actes que chacun pose quotidiennement, afin de parvenir à une juste distribution du pouvoir et des ressources à travers le monde.

FINE

Le réseau FINE est à l'origine de la définition la plus communément admise du commerce équitable au niveau international. Aujourd'hui disparu, son sigle se compose des quatre organismes internationaux et historiques de commerce équitable : FLO International (Fairtrade Labelling Organisations), IFAT (International Federation for Alternative Trade) devenue WFTO (World Fair Trade Organisation) en 2009, NEWS (Network of European World Shops) aujourd'hui disparue et EFTA (European Fair Trade Association). Avec la disparition du réseau de boutique NEWS, le changement de nom du réseau FLO pour « Fair Trade International » et d'IFAT pour la World Fair Trade Organisation, le réseau est dorénavant appelé FEW.

ISO

L'ISO (Organisation Internationale de Normalisation) est le plus grand producteur et éditeur mondial de normes internationales. Elle regroupe un réseau d'instituts nationaux de normalisation de 160 pays. L'ISO est une organisation non gouvernementale qui jette un pont entre le secteur public et le secteur privé. Bon nombre de ses instituts membres font en effet partie de la structure gouvernementale de leur pays ou sont mandatés par leur gouvernement. D'autres organismes membres sont issus exclusivement du secteur privé et ont été établis par des partenariats d'associations industrielles au niveau national.

LABEL

Marque spéciale créée par un syndicat professionnel ou un organisme parapublic et apposée sur un produit destiné à la vente, pour en certifier l'origine, la qualité et les conditions de fabrication en conformité avec des normes préétablies dans un cahier des charges.

NORME

Normes de référence (ou standards) établies par consensus au sein d'une instance reconnue par les pouvoirs publics et qui garantit un niveau d'exigence pour une activité donnée. D'origine privée ou publique, son application n'est pas obligatoire mais conditionne parfois le droit de bénéficier d'une appellation contrôlée ou d'un label. En France, l'AFNor (Agence française de normalisation) élabore et édite les normes et coordonne le système français de normalisation.

NORME INTERNATIONALE ISO 65

La norme ISO 65 décrit les critères permettant de s'assurer de la compétence, de l'indépendance et de l'impartialité des organismes de certification.

PLAIDOYER

En politique, le plaidoyer est la défense écrite ou orale d'une opinion, d'une cause, d'une politique ou d'un groupe de personnes. En matière de commerce équitable il désigne les activités mises en œuvre par les organisations de commerce équitable et leurs partenaires de la société civile afin d'influencer les décideurs pour établir des politiques permettant d'améliorer la situation des producteurs des pays du Sud. Les champs d'intervention en matière de plaidoyer sont variés : ils peuvent concerner la réforme des règles du commerce mondial, les questions de réchauffement et de justice climatiques, de politique agricole, de régulation des prix des matières premières etc.

PRIME DE DEVELOPPEMENT

Délivrée en complément du prix juste ou directement intégrée dans l'élaboration du prix, la prime de développement doit permettre le renforcement des capacités et l'émancipation des producteurs, notamment des petits producteurs marginalisés et des travailleurs des pays en développement, de leurs organisations et de leurs communautés respectives.

PRIX EQUITABLE

Le prix équitable (incluant parfois une prime de développement gérée collectivement par les producteurs ou les travailleurs) doit permettre à l'organisation de producteur de couvrir les coûts de production et de logistique; de verser une rémunération qui permette de satisfaire aux besoins fondamentaux des producteurs et travailleurs désavantagés ainsi que de leurs familles et d'améliorer leur niveau de vie (éducation, culture, santé, logement, loisirs, etc.), de dégager une marge permettant de réaliser les investissements (outils de production, etc.) et de contribuer à la satisfaction des besoins collectifs (organisation, éducation, culture, santé, loisirs, infrastructures, structuration des organisations de producteurs, etc.).

Ce prix doit être au moins égal ou équivalent au prix de référence (défini pour certains produits et certaines zones géographiques), reconnu par les fédérations internationales du commerce équitable.

REFERENTIEL

Document technique définissant les caractéristiques que doit présenter un produit ou un service et les modalités du contrôle de la conformité du produit ou du service à ces caractéristiques.

SYSTEME DE GARANTIE

Dispositif 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 mais également être intégrée au sein même d'une organisation (suivi interne). Les deux approches sont généralement cumulées car complémentaires.

ALTER ECO
ALTER MUNDI
ALTHEANE
ARTISAL
ARTISANAT SEL
ARTISANS DU MONDE
ARTISANS DU SOLEIL- ECHOPPE
ATES
BIOCOOP
BIO EQUITABLE
BOUTIC ETHIC
CCFD
FOREST PEOPLE
CROQ'NATURE
ECOCERT
EQUI'SOL
EQUITÉ
EQUI TERRE
ETHIQUABLE
ETHNIK.ORG
ETHOS
FAIR PLANET-TUDO BOM
GUAYAPI TROPICAL
HANDICAP INTERNATIONAL
IDEO
LA COMPAGNIE DU COMMERCE EQUITABLE
LA LIGUE DE L'ENSEIGNEMENT
LYCEE SAINT FELIX
LILAH DISTRIBUTION
MAX HAVELAAR FRANCE
PEAU ETHIQUE
SAGECO
SIGNAETHIQUE
SIRA KURA
SOLIDAR'MONDE
VEJA
YAMANA

GUIDE DES LABELS DU COMMERCE EQUITABLE

*Etude comparée avec d'autres
labels éthiques*



La Plate-Forme Pour le Commerce Equitable

61, rue de la Chapelle
75018 Paris
Tel. 01 42 09 05 53

Plate-forme@commerceequitable.org
www.commerceequitable.org