



**Du commerce
équitable**
dans ma cantine!

Pour plus d'informations

Contactez : territoires@commerceequitable.org

Site web : www.commerceequitable.org/territoires/

Commerce Équitable France

Jardin d'agronomie tropicale René Dumont

Cité du Développement Durable

45 bis Avenue de la Belle Gabrielle

94 736 Nogent-sur-Marne CEDEX

Avant-propos

Le rapport du GIEC paru à l'été 2019 est clair : notre agriculture et notre alimentation sont fortement émettrices de gaz à effet de serre et accélèrent le dérèglement climatique et les pertes de biodiversité. En même temps des solutions existent pour protéger les écosystèmes et atténuer le réchauffement climatique global: agriculture biologique, localisation sur les territoires, agroforesterie, adoption de régimes alimentaires moins carnés... Mais la transition vers ces systèmes agroécologiques n'est pas si simple : nombre de producteurs et de productrices en France comme dans le monde peinent à investir dans le changement quand la précarité de revenu et l'instabilité financière sont devenus la norme. Le commerce équitable fait partie des solutions pour accompagner ces changements : en assurant des prix rémunérateurs aux producteur-rices et des engagements commerciaux sur la durée, les partenariats de commerce équitable organisent la visibilité économique nécessaire pour investir dans les changements de modes de production.

En réponse à ces enjeux, la loi EGALIM reconnaît le rôle central de la restauration collective pour favoriser une alimentation saine et durable pour tous. À partir de 2022, la loi demande aux restaurants collectifs de développer les produits issus du commerce équitable dans leurs menus, en synergie avec les démarches environnementales devant rentrer à hauteur de 50% dans la composition des repas.

Vous êtes gestionnaire d'un restaurant collectif? Acheteur-euse? élu-e de collectivité?

Ce guide est fait pour vous! Nous vous donnons toutes les clés pour réussir vos achats de produits issus du commerce équitable et pour le faire savoir!

PREMIÈRE PARTIE

Du commerce équitable, pourquoi ?

- | | |
|---|------|
| 1. Commerce équitable : de quoi parlons-nous ? | p.5 |
| 2. Les bonnes raisons de commander des produits issus du commerce équitable | p.7 |
| 3. Le commerce équitable dans les cantines : les idées reçues | p.13 |
-

DEUXIÈME PARTIE

Du commerce équitable, comment ?

- | | |
|--|------|
| 1. J'analyse ma situation : le contexte de ma cantine | p.18 |
| 2. Je saisis l'opportunité d'un cadre juridique favorable | p.21 |
| 3. Je recense les outils de la commande publique à ma disposition | p.23 |
| 4. J'intègre le commerce équitable dans les marchés | p.25 |
| 5. Je m'informe des cahiers des charges des labels de commerce équitable | p.26 |
-

Quels produits ? Où chercher des informations ?

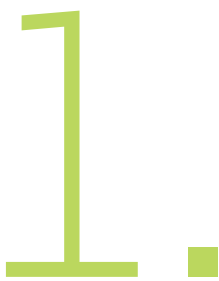
- | | |
|--|------|
| 1. L'offre disponible pour les lieux de restauration collective | p.29 |
| 2. Informer, sensibiliser les convives à la consommation de produits de commerce équitable | p.34 |
| 3. Le commerce équitable en restauration collective : ils l'ont fait ! | p.35 |
| 4. Les ressources | p.36 |
-

PREMIÈRE PARTIE

Du commerce équitable, **pourquoi ?**

*Gilles Billaud, producteur de piments
du GAEC HARANEA, France*





Commerce équitable, de quoi parlons-nous ?

POUR UNE JUSTE RÉMUNÉRATION DES PRODUCTEUR-RICES DU SUD COMME EN FRANCE

Depuis plus de quarante ans, le commerce équitable propose de réduire les inégalités sociales et les atteintes à l'environnement engendrées par le commerce conventionnel. Outil de la transition écologique et solidaire, le commerce équitable garantit aux producteur-rices des prix stables et rémunérateurs pour vivre dignement de leur travail et adopter des modes de production respectueux de leur environnement.

Un prix juste pour les producteur-rices et l'adhésion des consommateur-rices sont les deux leviers du commerce équitable pour atteindre la justice sociale et la protection des écosystèmes. La mise en place d'une filière de commerce équitable se traduit par l'instauration d'un partenariat entre un acheteur (une entreprise) et des organisations de producteur-rices (paysan-nes ou artisan-nes en général).

Le commerce équitable concerne aujourd'hui à la fois **des filières internationales** (importation en France de produits exotiques venant de pays du Sud : café, cacao, bananes, sucre, coton...) et **des filières origine France** (pain, fruits et légumes, lait, viande...)

«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 producteur-rices et des travailleur-euses marginalisé-es, tout particulièrement au Sud de la planète.

Les organisations du commerce équitable (soutenues par les consommateur-rices) s'engagent activement à soutenir les producteur-rices, à sensibiliser l'opinion et à mener campagne en faveur de changements dans les règles et pratiques du commerce international conventionnel.»

Définition de World Fair Trade Organization (WFTO), Fairtrade labelling organizations (FLO), International European Fair Trade Association – 2001

EN FRANCE, LE COMMERCE ÉQUITABLE EST ENCADRÉ PAR LA LOI :

En 2014, la loi sur l'Économie Sociale et Solidaire entre en vigueur et étend la définition du commerce équitable à des relations avec tou·tes les producteur·rices, y compris en France (auparavant réservé aux pays émergents).

La définition légale du commerce équitable

(Loi n°2005-882 du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises - Article 60 amendée par la loi n°2014-856 du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire, Article 94 et par la loi climat et résilience d'août 2021)

La loi définit 8 principes clés :

- 1 • Des prix rémunérateurs pour les producteur·rices, basés sur les coûts de production et une négociation équilibrée
- 2 • Un engagement commercial pluriannuel entre les producteur·rices et les acheteurs
- 3 • Le versement d'un montant supplémentaire destiné au financement de projets collectifs
- 4 • Une autonomie des producteur·rices grâce à la mise en place d'une gouvernance démocratique dans leurs organisations
- 5 • La transparence et la traçabilité des filières
- 6 • La sensibilisation des consommateur·rices à des modes de production socialement et écologiquement durables
- 7 • La valorisation des modes de production respectueux de l'environnement et de la biodiversité, tels que l'agroécologie
- 8 • Le recours à des systèmes de garantie ou labels reconnus par la Plateforme RSE

Le texte de la loi

www.legifrance.gouv.fr/affichTexteArticle.do?idArticle=JOR-FARTI000029313690&cidTexte=JORFTEXT000029313296&categorieLien=id



Bananes de la coopérative Agrofair, Équateur

Employer le terme «équitable», revient à dire «commerce équitable»

L'article 173 de la loi Pacte, publiée le 24 mai 2019, permet la protection officielle du terme «équitable»

«Seuls les produits conformes à la définition du commerce équitable inscrite à l'article 94 de la loi sur l'Économie Sociale et Solidaire de 2014 peuvent comporter le terme «équitable» dans leur dénomination de vente.»

2.

Les bonnes raisons de commander des produits issus du commerce équitable



- # Pour être en conformité avec la loi
- # Pour sensibiliser les plus jeunes et les plus grand-es à la consommation responsable!
- # Pour les producteur-rices des pays du Sud et en France
- # Pour le développement local des territoires
- # Pour accélérer la transition écologique et pour le climat
- # Pour l'exemplarité et pour donner du sens à ses achats!
- # Pour la transition agricole
- # Pour communiquer un message positif à ses convives
- # Pour le développement du bio à la cantine

*Oignons nouveaux
de la coopérative CABS0, France*



Pour être en conformité avec la loi

- Le Code de la Commande Publique (1^{er} avril 2019) précise que le Développement Durable doit être pris en compte dans la définition du besoin (Art.L2111-1). Les dispositions sur les critères environnementaux et sociaux ont été renforcés par la loi Climat et Résilience de 2021.
- Les achats publics durables sont définis dans le Plan National d'Action pour les Achats publics Durables 2021-2025 (PNAAPD) «Un achat public durable est un achat public intégrant des dispositions en faveur de la protection ou de la mise en valeur de l'environnement, du progrès social, et favorisant le développement économique qui prend en compte l'intérêt de l'ensemble des parties prenantes concernées par l'acte d'achat, permettant de réaliser des économies « intelligentes » au plus près du besoin et incitant à la sobriété en termes d'énergie et de ressources, et qui intègre toutes les étapes du marché et de la vie du produit ou de la prestation. »
- Mais aussi... à l'article 257 de la loi Climat et Résilience promulguée le 24 août 2021, qui entérine l'intégration des produits issus du commerce équitable dans la liste des produits éligibles aux 50 % d'alimentation saine et durable.



© photo: Pixabay

*Visite d'un village
par les élèves d'une école,
Seine-et-Marne*



© photo: Jean-Luc Dubois



Pour sensibiliser les plus jeunes et les plus grand·es à la consommation responsable !

La transformation des cantines pour une alimentation bio, de qualité et locales s'accompagne d'une sensibilisation des convives. Pour les adultes, des actions de sensibilisation peuvent être menées autour d'événements sur les lieux de restauration.

Pour les plus jeunes, le commerce équitable est un support d'éducation sur de nombreux sujets autour de la transition écologique : la solidarité, la citoyenneté, la consommation responsable etc.



Pour les producteur·rices des pays du Sud et en France

Dans certains pays émergents, des petites producteur·rices vivent avec moins d'un dollar par jour, et en France un tiers des agriculteur·rices sont en grande précarité. Ce constat invite les acheteur·euses de restauration collective publique ou privée à se questionner sur les outils à leur disposition pour s'assurer que les filières d'approvisionnement garantissent une juste rémunération aux producteur·rices agricoles.

Le commerce équitable est un des moyens pour s'assurer de la transparence des filières et de la traçabilité des produits.



Pour le développement **local** des territoires

Permettre à un·e producteur·rice agricole de couvrir ses coûts de production et vivre dignement de son travail participe au développement économique durable de son territoire au Sud comme au Nord.

L'achat public de denrées alimentaires contribue à la structuration de filières et peut en être le vecteur lorsqu'il sécurise des organisations collectives de producteur·rices, par des engagements pluriannuels.



Pour accélérer la transition écologique et pour le climat

Face au dérèglement climatique et à la perte de la biodiversité, nous devons transformer en profondeur nos modes de production et de consommation, contribuant fortement aux émissions de gaz à effet de serre. Si les solutions existent à travers le déploiement de l'agroécologie, elles ne sont pas moins difficiles à mettre en place. Le commerce équitable, en France et partout dans le monde, permet de lever les freins au changement : la garantie de prix justes, stables et rémunérateurs pour les producteur·rices est la clef de voûte pour leur permettre d'investir dans la transition écologique de leurs modes de productions et pour vivre décemment de leur métier.

Le commerce équitable permet de réconcilier les enjeux écologiques, sociaux et économiques de notre alimentation, pour les producteur·rices comme pour les consommateur·rices!



Pour l'exemplarité et pour donner du sens à ses achats !

Porter des politiques publiques en faveur de l'Économie Sociale et Solidaire, de la transition agricole, de la consommation responsable, n'auront du sens que si la collectivité ou l'institution publique ont un comportement exemplaire dans leurs propres achats.

Vous êtes convaincu-es que le commerce équitable est un élément incontournable pour une restauration collective durable pour toutes les valeurs d'équité, de solidarité et de respect de l'environnement qu'il porte ? Nous vous aidons à l'intégrer dans vos pratiques.



L'EXEMPLE DU CAFÉ

Le café est présent dans tous les lieux des structures publiques : distributeurs, bureaux, salles de réunion, lieux de restauration.

Ce produit, qui fait partie de nos habitudes alimentaires, est un exemple emblématique d'une

filière impactée par la volatilité des prix et le changement climatique. Les modes de consommation ont fait exploser la valeur ajoutée générée par les dosettes et pourtant, une grande majorité des petit-es producteur-rices vivent en dessous du seuil de pauvreté. En cohérence avec leurs politiques publiques notamment de coopération internationale, les institutions publiques ont le devoir de ne plus cautionner ces modèles de commerce international à impacts négatifs en se tournant vers des filières responsables comme le café issu du commerce équitable.



**Pour plus de renseignements sur la filière café, l'étude :
« Café, la Success story qui cache la crise » :**

<https://www.commerceequitable.org/nos-campagnes/un-cafe-a-lequite/>



© photo: Biopartenaire

© Maxcasa

*Cueillette de feuilles de framboisiers
de la coopérative SICARAPPAM, France*



Pour la transition agricole

En plus des critères socio-économiques, les labels de commerce équitable intègrent des critères environnementaux. Cela se traduit notamment par :

- la mise en œuvre de pratiques agricoles durables,
- la défense d'une agriculture paysanne,
- le maintien et la valorisation de la biodiversité,
- la préservation des ressources naturelles.

Les modes de production agricole choisis dans le commerce équitable limitent leurs impacts négatifs sur l'environnement. Les producteurs ont généralement des exploitations de petite taille et font appel à un mode de production non intensif privilégiant une :

- agriculture agroécologique,
 - gestion durable de la fertilité des sols,
 - diversification des productions,
 - première transformation locale.
-



Pour communiquer un message positif à ses convives

Cuisiner des produits de qualité, bons pour la santé contribue à la satisfaction des convives et au soutien à des filières agricoles et alimentaires responsables.

Communiquer et mettre en lumière une démarche équitable d'approvisionnement en produits locaux ou des produits venant de loin valorise l'engagement du lieu de restauration, de la collectivité ou de l'organisme gestionnaire.



© photo : Label Territoires de Commerce Équitable



Pour le développement du bio à la cantine

Au Sud comme au Nord, les études ont démontré que la juste rémunération et le montant complémentaire ou prime collective permettent aux petites producteur-rices de se former à de nouvelles pratiques plus vertueuses notamment en agroécologie. En 2022, 83 % des produits vendus en France et issus de filières internationales de commerce équitable avaient la double labellisation bio et équitable.

Cantine scolaire de la ville de Châteauroux

EN CONVERSION

Une étude menée en 2022 par Commerce Équitable France met l'accent sur 3 engagements du commerce équitable qui accélèrent la mise en œuvre de pratiques agroécologiques.

Les résultats de l'étude sont disponibles en suivant ce lien :

<https://www.commerceequitable.org/actualites/transicion-agroecologica-en-france-le-commerce-equitable-revele-ses-atouts/>



SYNTHÈSE 2022

Les atouts du commerce équitable

pour accélérer la transition agroécologique en France



3.

Le commerce équitable dans les cantines : les idées reçues



- # Des produits qui traversent les océans c'est mauvais pour le climat !
- # Je préfère acheter auprès des producteur·rices locaux·ales
- # Le commerce équitable, c'est cher
- # Je n'ai pas confiance dans les labels : à quoi sert un label ?
- # C'est trop compliqué de s'approvisionner
- # Il n'y a pas de produits concernés dans les menus de la cantine
- # Un·e producteur·rice local·e est fournisseur·euse de la cantine, c'est donc équitable !
- # Les produits sont difficiles à cuisiner
- # Le commerce équitable en restauration collective ne concerne que l'alimentaire

Graines d'avoine et graines de blé récoltées par le fournil Pain de Belledonne



Des produits qui traversent les océans **c'est mauvais pour le climat!**

Les produits importés concernés par la restauration collective sont des produits relevant de nos habitudes alimentaires et ne pouvant pas être produits sur le territoire français comme par exemple le café, le cacao ou les bananes.

Une très grande majorité de ces produits sont transportés en containers par cargos beaucoup moins impactant que le transport aérien. Le transport maritime est, de loin, le plus sobre en gaz à effet de serre par tonne de marchandise déplacée.

Par ailleurs, les modes de production sont le poste le plus impactant du bilan carbone des produits alimentaires.

*Cueilleur d'abricots
de la coopérative SIBIO, France*



© photo: Ethiquable



Je préfère **acheter auprès des producteur·rices locaux·ales**

Les produits locaux ne sont pas substituables à des produits du sud intégrés dans nos habitudes alimentaires comme les bananes, le café, le cacao...

Cependant, des filières agricoles françaises équitables peuvent être présentes sur votre territoire. Seul un bon sourçing vous confirmera s'il existe une offre disponible pour répondre à votre besoin. Vous pourrez alors approvisionner votre cantine en produits locaux, équitables et souvent bio !



Le commerce équitable, c'est cher

Le prix d'un produit labellisé équitable et bio intègre des coûts spécifiques, tels que la juste rémunération des producteur-rices, une main d'œuvre supplémentaire liée aux techniques de production agroécologiques et non mécanisées, l'utilisation d'engrais organiques plus chers que les intrants chimiques, le travail de certification pour garantir le respect des normes sociales et environnementales qui fondent le commerce équitable... Alors qu'un produit conventionnel n'inclut pas ces charges!

Ce même produit conventionnel n'inclut pas non plus les coûts cachés supportés par la société comme le traitement des eaux lié à l'usage intensif de pesticide ou les coûts sociaux pour atténuer la pauvreté des petit-es producteur-rices.

« Choisir une tablette de chocolat équitable permet de réduire jusqu'à 80% le coût sociétal généré par la production du cacao ».



Étude « La face cachée du chocolat » du Basic pour la Plateforme pour le Commerce Équitable, 2016

www.commerceequitable.org/actualites/ca-cao-le-commerce-equitable-un-levier-puis-sant-pour-rendre-la-filiere-plus-durable/



C'est trop compliqué de s'approvisionner

Depuis 10 ans, des collectivités territoriales ont fait la preuve que l'intégration du commerce équitable dans la commande publique, c'est possible!

Certaines ont même contribué à faire évoluer les contenants pour une offre plus adaptée aux besoins des lieux de restauration.

Les filières sont structurées et en capacité de répondre aux marchés publics. L'offre existe et est également présente chez de nombreux grossistes et sociétés de restauration collective.

Le sourçing encadré par la loi, permet d'interroger les labels, les entreprises, pour connaître l'offre disponible et participer à son adaptation aux besoins des restaurants collectifs.

Bananes de la coopérative Agrofair, Équateur



© photo: Max Havelaar France



Je n'ai pas confiance dans les labels : à quoi sert un label ?

Les labels ont une triple fonction : ils signalent, définissent et garantissent des produits en matière de durabilité.

En tant que **garantie**, ils apportent aux consommateur-rices la preuve de la conformité entre les pratiques mises en œuvre et les engagements du cahier des charges. Le mécanisme le plus utilisé pour garantir le respect des cahiers des charges est l'établissement d'un système de contrôle avec intervention de tierces parties.

En tant que **signal**, les labels permettent aux consommateur-rices de s'engager dans des pratiques de consommation responsable. Ils rendent visibles des caractéristiques relevant des modes de production et d'échange des produits.

En tant que **définition**, les labels rendent concrète la qualité grâce à l'élaboration de cahiers des charges. Ces derniers répertorient des caractéristiques précisant les engagements concrets des différent-es acteur-rices des filières.

Désormais, grâce à l'article 275 de la loi Climat et Résilience, le **recours à un label reconnu par l'État est obligatoire** pour toutes les entreprises se réclamant du commerce équitable. Cette mesure vise à empêcher les dérives d'entreprises tentées d'utiliser la terminologie "commerce équitable" sans contrôler l'ensemble des exigences inscrites dans la loi.

#

Il n'y a **pas de produits concernés dans les menus de la cantine**

Votre lieu de restauration collective est engagé dans une démarche de restauration durable. Vous interrogez la durabilité de chaque produit intégré dans les menus de la cantine. Ce produit peut-il avoir un label de qualité ? un label bio ? etc.

De la même façon, interrogez-vous pour les produits issus du commerce équitable :

- Ce produit bio peut-il avoir une double labellisation incluant l'équitable ?
- Ce produit français ou du Sud peut-il être équitable ?

Le pain ? Les bananes ? Les fruits exotiques ? Les lentilles ? Le riz ? Le café ? **On vous dit tout dans le paragraphe sur l'offre disponible !**

#

Un·e producteur·rice local·e est fournisseur·euse de la cantine, c'est donc équitable !

Un·e producteur·rice ou une coopérative locale a répondu à un marché public. Acheter local, ne signifie pas acheter de manière équitable !

Nous pouvons dire que vous avez acheté au juste prix si :

- La pondération du critère prix du marché est bien inférieure à 50% ;
- le prix proposé est déconnecté des cours des matières premières agricoles soumis aux spéculations ;
- le prix couvre les frais de production et permet au· à la producteur·rice agricole de vivre dignement.

Acheter au juste prix, ne veut pas dire acheter équitable !

Le commerce équitable est encadré par la loi et détaillé dans le paragraphe 1 de ce guide : *Une définition du commerce équitable.*

Nous recommandons l'usage d'un label qui permet de garantir la traçabilité et la transparence de la filière équitable.



© photo: Pixabay

#

Les produits sont difficiles à cuisiner

Le caractère équitable d'un produit n'engendre pas un type de cuisine spécifique. Comme tous les autres produits, les modes de cuissons ou les préparations spécifiques doivent préserver leur qualité nutritionnelle.

Les opérateurs publics engagés dans la restauration durable accompagnent les agent-es à adapter leurs pratiques culinaires au travers de formations dédiées.

Il existe de nombreux exemples de collectivités ayant réussi la transition de leurs cantines scolaires !



*Chef-fes cuisinier-res
en restauration collective*

#

Le commerce équitable en restauration collective ne concerne que l'alimentaire

D'autres produits sont concernés par le commerce équitable en restauration collective : les tenues des agent-es !

Engager la cantine dans une restauration durable, c'est aussi prendre en compte tout l'environnement de la cuisine : l'eau, l'énergie, l'air, les produits d'entretiens et les vêtements de travail des agent-es.

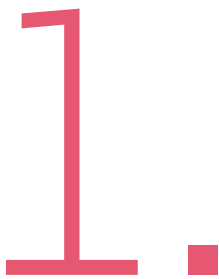
Plusieurs entreprises françaises ont des offres très complètes répondant à tous les besoins des acteur-rices publiques en vêtement de travail. Ces filières sont transparentes et contrôlées, de la production du coton jusqu'à la confection du vêtement au travers de standards textiles.

Commander des tenues bio et équitables pour les agents, c'est faire le choix de produits sains, responsables socialement et d'un point de vue environnemental.

Du commerce équitable, **comment ?**

*Cueilleuse de thé de la coopérative SOFA,
Sri Lanka*





J'analyse ma situation : contexte de ma cantine (bio, gaspillage, autogérée, en prestation de service, etc.)

LA PREMIÈRE ÉTAPE :

La première question à se poser est : **comment introduire des produits bio et équitables sans surcoût et de meilleure qualité ?**

LES LEVIERS D' ACTIONS :

- Réduire le gaspillage alimentaire
- Réduire la part de la viande
- Cuisiner des légumes de saison
- Adapter la taille des portions à l'appétit des convives

Un état des lieux du fonctionnement actuel de la cantine et des leviers d'amélioration vous permettra d'identifier des sources d'économie pouvant être investies dans la qualité des approvisionnements.

LA SECONDE ÉTAPE :

Cibler les potentiels produits de la cantine concernés par le commerce équitable.

Cette étape de l'analyse doit mettre en évidence les besoins en ressources, en formations et en accompagnement pour atteindre les objectifs fixés.

LES STRUCTURES ET ORGANISMES POUR VOUS INFORMER ET VOUS ACCOMPAGNER :



Commerce Équitable France

www.commerceequitable.org/

Commerce Équitable France réunit une trentaine de membres et d'organisations d'envergure nationale: entreprises, labels de commerce équitable, organisations de solidarité internationale, associations d'éducation à la citoyenneté, mouvements citoyens, réseaux

de distribution et acteur·rices de la recherche et de l'enseignement.

Ses membres disposent de ressources pour répondre à vos questions et vous accompagnent dans vos démarches.



Territoires de Commerce Équitable

www.commerceequitable.org/territoires/

Le réseau « Territoires de Commerce Équitable » valorise les collectivités qui s'engagent pour plus d'équité dans les relations économiques et offre un cadre pour stimuler et accompagner le changement : en valorisant leurs démarches d'exemplarité, en mutualisant les pratiques et en favorisant la diffusion des innovations. Ouvert à toutes les collectivités, ce réseau est une opportunité de fédérer et développer des projets élaborés avec les partenaires locaux, et rendre visibles leurs initiatives.

Un réseau coordonné par :



Fairtile : Pour une Commande Publique Équitable

www.fairtile.org/

Une initiative coordonnée par le label :



Les réseaux de collectivités sur l'achat responsable



RESECO (Ouest/Centre),

pour une commande publique durable <https://resecó.fr>



3AR, Association Aquitaine

des Acheteurs publics Responsables

www.achatsresponsables-aquitaine.fr



RAN COPER, Réseau des Acteurs Normands pour la Commande Publique Responsable

<https://apesitesweb.wixsite.com/ran-coper>



Un plus bio

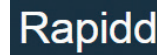
www.unplusbio.org

Les forums



La e-communauté du CNFPT Alimentation et Restauration collective

<https://e-communautés.cnfpt.fr/alimentation-restaurant-collective>



Le Réseau des Administrations Publiques

Intégrant le Développement Durable (Rapidd)

<http://rapidd.developpement-durable.gouv.fr/?action=wall>



Les réseaux professionnels



Mon Restau Responsable

www.monrestaurensable.org

www.monrestaurensable.org



Collectif Les Pieds dans le Plat

www.collectifespiedsdansleplat.org

www.collectifespiedsdansleplat.org



Le réseau FNAB, la

Fédération Nationale des Agriculteurs Biologiques

www.fnab.org



Pas d'Usine On Cuisine

pasdusineoncuisine@gmail.com

www.facebook.com/pasdusi-neoncuisine



Ecocert, « Label En Cuisine »

<http://labelbiocantine.com>

2.

Je saisis l'opportunité d'un cadre juridique favorable

LES DISPOSITIONS ISSUES DU CODE DE LA COMMANDE PUBLIQUE DE 2019

#

Le « sourcing » (article R2111-1 et 2)

Le sourcing, encadré par le code de la commande publique est un outil intéressant pour préparer ses marchés. Il offre la possibilité d'interroger les fournisseurs sur leur capacité à répondre à la demande et à quelles conditions. Ce travail de sourcing peut permettre également au commanditaire d'identifier les difficultés de structuration de filières et ainsi lui permettre d'accompagner les acteurs locaux dans ce sens, dans le cadre de ses compétences. Cet outil est pertinent pour s'assurer que l'offre de produits issus du commerce équitable est disponible et que les entreprises sont en capacité de répondre à des demandes spécifiques pour la restauration collective.

Comment mettre en place un sourcing en marchés publics de restauration collective ? **Consultez la fiche méthode "Réussir son sourcing équitable"**
<https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/fiche-sourcing-2023.pdf>



#

En amont du marché, l'acheteur public peut :

- Consulter et prendre les avis d'experts
- Prendre contact auprès des entreprises pour avis
- Réaliser une étude de marché
- Informer les opérateurs sans les exclure de la procédure

#

Possibilité d'exiger un label en particulier (article R2111-12 à 17)

Les labels peuvent être utilisés dans les marchés publics en tant que :

- **Moyen de preuve d'une spécification technique** (définie un moyen d'illustration) ou d'un critère d'analyse des offres;
- **Aide à la rédaction du cahier des charges au travers du référentiel du label qui peut être repris intégralement ou en partie.**

Seul un label avec un contrôle externe permet de garantir le caractère équitable d'un produit.



#

L'allotissement

article L2113-10
et 11

Le code de la commande publique réaffirme, sauf exception, l'obligation d'allotissement géographique et/ou technique des marchés publics.

Cette disposition permet à des producteurs ou des PME d'un territoire de répondre à un marché public. Elle est tout à fait adaptée pour cibler un produit relevant du commerce équitable ou pour permettre à une structure ou entreprise locale de répondre au marché.

#

L'article 24 de la **loi pour l'équilibre des relations commerciales** dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous votée le 02/10/2018

L'article 24 de la loi contient une obligation à la charge de la restauration collective publique d'intégrer dans les repas, à compter du 1^{er} janvier 2022, 50% de produits répondant à certains critères définis par ledit article dont au minimum 20% de produits issus de l'agriculture biologique. L'article 257 de la loi Climat et Résilience de 2021 (chapitre VI -Se nourrir) entérine l'intégration des produits issus du commerce équitable dans la liste des produits éligibles aux 50% d'alimentation saine et durable.

Les personnes morales en charge de la restauration collective doivent informer une fois par an les usagers des démarches entreprises en ce sens, à compter du 1^{er} janvier 2022 :

INFORMATION DES CONVIVÉS & AFFICHAGE

Les personnes morales ayant la charge d'un restaurant collectif informent les usagers de la part des produits d'alimentation saine et durable entrant dans la composition des repas servis :

- à l'entrée du restaurant, par un affichage permanent, actualisé au moins une fois par an et lisible par tous les usagers,
- par communication électronique, au moins une fois par an.

Retrouvez tous les détails de l'application de la loi sur la plateforme en ligne Ma cantine :

<https://ma-cantine.agriculture.gouv.fr/mesures-phares/qualite-des-produits/>

3.

Je recense les outils de la commande publique à ma disposition

LA RÉDACTION DU MARCHÉ

#

L'objet du marché

Certains marchés publics informent très clairement les soumissionnaires potentiels sur le caractère «équitable» du produit (ou du service) demandé.

Il est fortement conseillé :

- D'indiquer dans l'avis de marché l'exigence de produits issus du commerce équitable.
 - S'appuyer sur les référentiels des labels de commerce équitable et/ou sur l'article 60 modifié de la Loi n° 2005-882 du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises: à intégrer dans les spécifications techniques d'exécution ou dans les critères d'attribution du marché.
-

#

Les spécifications techniques liées à l'exécution du marché

L'article R2111-12 du code de la commande publique 2019 permet de spécifier le cahier des charges d'un label particulier (notamment des labels de commerce équitable) comme apportant la preuve de la conformité entre les engagements énoncés et les caractéristiques environnementales et sociales des produits ou services demandés. Cette mention du label devra être accompagnée des termes «ou équivalent» pour ouvrir le marché à un opérateur économique qui n'aurait pas la possibilité d'obtenir ce label particulier. L'opérateur économique devra alors fournir d'autres modes de preuve.

#

Les conditions d'exécution

L'article L2112-3 permet d'imposer une condition d'exécution totalement conforme à l'exigence des principes du commerce équitable. C'est le seul moyen d'obtenir la prise en compte des principes de juste rémunération et de respect des droits fondamentaux des producteur·rices.

Pensez également à vous appuyer sur le cahier des charges d'un label de commerce équitable en mentionnant l'équivalence.

#

Le suivi des conditions d'exécution du marché

est aussi important que le marché lui-même. Avant le terme du marché, cela passera par une évaluation de la performance de la prestation et du fournisseur.

L'évaluation de la performance du fournisseur est une étape cruciale du suivi de la prestation.

Cette étape est d'autant plus nécessaire dans le cadre d'un marché de prestations en gestion concédée à une entreprise de restauration collective.

Il est recommandé d'intégrer une clause de suivi au Cahier des Clause Administratives Particulières (CCAP) avec un outil statistique par exemple du type «Élaboration Menus Approximité (EMApp <https://www.emapp.fr/>)»

Elle permet de s'assurer :

- Du respect du cahier des charges et de l'atteinte des objectifs par le prestataire (et réajuster la prestation si nécessaire).
- D'identifier les zones de progrès sur lesquelles se basera par exemple un plan de progrès.
- De dialoguer avec le prestataire sur les actions à mener en commun et de prioriser ces dernières.
- De communiquer en interne et en externe sur la performance de la prestation de restauration en matière de développement durable et plus précisément sur les volumes d'achats des produits issus du commerce équitable.
- De capitaliser sur les bonnes pratiques et les difficultés lors du lancement d'un nouveau marché. Le mieux est de fixer avec le prestataire une fréquence de reporting pour que ce dernier puisse faire parvenir les informations nécessaires à la collectivité (produits servis, consommations énergétiques...). Il est également possible d'effectuer des contrôles aléatoires sur un menu proposé, afin de s'assurer de sa bonne conformité au cahier des charges (procéder par exemple à une pesée ponctuelle pour en vérifier les grammages).



#

Les critères d'attribution

Article R. 2152-7 du code de la commande publique

Possibilité d'une pluralité de critères non-discriminatoires et liés à l'objet du marché public ou à ses conditions d'exécution :

- prix ou coût,
- indiquer dans le règlement de la consultation la pondération de ce critère et lister les critères sociaux et environnementaux à mettre en avant.

PENSEZ AUX PRODUITS ET SERVICES DU COMMERCE ÉQUITABLE POUR VOS MARCHÉS HORS PROCÉDURES*

Le décret relevant le seuil d'exception à 40 000 euros HT, publié au JO, le vendredi 13/12/2019, article R.2122-8 du code de la commande publique (CCP) : «l'acheteur peut passer un marché sans publicité ni mise en concurrence préalable pour répondre à un besoin dont la valeur estimée est inférieure à ce montant».

Concernant la publication des données essentielles. Si le montant est inférieur à 40 000 euros HT. «L'acheteur peut satisfaire à cette obligation d'information en publiant au cours du premier trimestre de chaque année, sur le support de son choix, la liste de ces marchés conclus l'année précédente. Cette liste mentionne l'objet, le montant hors taxes et la date de conclusion du marché ainsi que le nom de l'attributaire et son code postal s'il est établi en France, ou le pays de son principal établissement, s'il n'est pas établi en France» (disposition R.2196-1 du CCP).

*Dès lors que les produits équitables entrent dans une nomenclature de familles de produits homogènes (ce qui n'est pas le cas des produits équitables)

4.

J'intègre le commerce équitable dans mes marchés

L'EXEMPLE D'UN CAHIER DES CHARGES



Extrait d'une proposition de cahier des clauses administratives particulières pour les marchés de fourniture de denrées alimentaires élaborée par le CNFPT :

4. Obligations du titulaire

4.2. Protection de l'environnement et commerce équitable

Enfin pour les lots pour lesquels il est exigé le respect du commerce équitable, au sens de l'article 94 de la loi n°2014-856 du 31 juillet 2014 dite loi ESS - Economie Sociale et Solidaire, il appartiendra aux titulaires de dûment justifier du/des référentiels probants appliqués aux produits concernés (à définir précisément dans un ou plusieurs lots dédiés : blé, bananes, quinoa, lentilles, épices, riz,...) De manière indicative et non exhaustive les référentiels en vigueur justifiés pourront être ceux-ci : labels Max Havelaar, Fair For Life, Agri-Ethique et Biopartenaire, Bio Équitable en France,... Ces référentiels devront justifier du respect des 7 critères suivants :

- Des prix rémunérateurs pour les producteur-rices, basés sur les coûts de production et une négociation équilibrée (notion de « juste » rémunération),
- Un engagement commercial pluriannuel d'au moins 3 ans entre les producteur-rices et les acheteur-euses (producteur-rices et acheteur-euses des matières premières agricoles),
- Le versement d'un montant supplémentaire, réputé intégré dans les prix du contrat, destiné au financement de projets collectifs pour le développement économique et social des producteurs,
- Une autonomie des producteur-rices grâce à la mise en place d'une gouvernance démocratique dans leurs organisations,
- La transparence et la traçabilité des filières,
- La sensibilisation des consommateur-rices à des modes de production socialement et écologiquement durables,
- La valorisation des modes de production respectueux de l'environnement et de la biodiversité, tels que l'agroécologie.

Lien pour accéder à la proposition de cahier des charges complète :

<https://e-communaut.es.cnfpt.fr/alimentation-restauration-collective/cnfpt-restauration-de-qualite-et-de-proximite/proposition-de-1>



*Chef-fes cuisinier-res
en restauration
collective*

5.

Je m'informe des cahiers des charges des labels de commerce équitable

PLUSIEURS CONDITIONS DOIVENT ÊTRE REMPLIES AFIN DE MENTIONNER UN LABEL DANS UN MARCHÉ PUBLIC

Dans le code de la commande publique, «un label est tout document, certificat ou attestation qui prouve que les ouvrages, les produits, les services, les procédés ou les procédures en rapport avec l'objet du marché remplissent certaines caractéristiques» - art.R.2111-12 du code de la commande publique.

Un-e acheteur-euse peut imposer un tel label dans les spécifications techniques qui définissent justement les caractéristiques requises des prestations à fournir, les critères d'attribution ou les conditions d'exécution du marché dès lors que plusieurs conditions sont remplies :

- il doit reposer sur des critères objectifs et non discriminatoires,
- il doit présenter un lien avec l'objet du marché,
- il peut permettre à un opérateur qui n'a pu obtenir le label dans les délais de prouver qu'il remplit les caractéristiques exigées par l'acheteur-euse.

Le label est donc sécurisant pour l'acheteur-euse, dès lors qu'il atteste de la qualité produit en liaison directe avec l'objet du marché en cause. Il doit cependant être manié avec précaution et ne doit pas favoriser un opérateur plutôt qu'un autre.

*Producteur de cacao de la coopérative
Fairtrade foundation, République Dominicaine*



LES LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS

Label uniquement Nord-Sud

Labels uniquement origine France



Labels Nord-Sud et origine France



© photo: Pixabay

LIEN POUR TÉLÉCHARGER LE GUIDE DES LABELS ET SYSTÈMES DE GARANTIES DE COMMERCE ÉQUITABLE ORIGINE FRANCE :

<https://www.commerceequitable.org/actualites/guide-des-labels-et-systemes-de-garanties-de-commerce-equitable-origine-france/>



LIEN POUR TÉLÉCHARGER LE GUIDE INTERNATIONAL DES LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE :

<https://www.commerceequitable.org/actualites/commerce-equitable-france-publie-le-guide-international-des-labels-de-commerce-equitable/>



Quels produits ? Où chercher **des** **informations** ?

*Cantine scolaire de la ville
de Châteauroux*



© photo : Label Territoires de Commerce Équitable

1.

L'offre disponible pour les lieux de restauration collective

LES PRODUITS

PRODUITS ALIMENTAIRES

Restauration collective

- Riz, épices, quinoa, semoule, desserts, fruits exotiques, sucre, cacao, boissons chaudes et froides, pain, produits laitiers, fruits & légumes (bananes), etc...
- Gestion en régie (marchés complets ou lots spécifiques) / Gestion concédée (à la demande auprès d'entreprises de restauration collective)

Distribution automatique

- Cafés, thés, chocolats chauds, snacks
- Intégrés à l'offre des entreprises de distribution automatique
- Jus de fruits, alcools, cacahuètes, noix, chips de bananes, biscuits sucrés, fruits secs
- Commandes spécifiques/traitement éthiques

PRODUITS TEXTILES

Vêtements professionnels

- Vestes de cuisine, blouses, combinaisons
- Possibilité de fabrications spéciales auprès d'entreprises françaises/offres existantes dans le catalogue de l'UGAP

Linge de maison

- Linge d'équipement d'établissements d'hébergement ou dédiés à la petite enfance (linge de lit, linge de table, doudous...)

POUR IDENTIFIER DES FOURNISSEURS, CONSULTEZ NOTRE OUTIL EN LIGNE :

<https://www.commerceequitable.org/fournisseurs-et-grossistes/>



DES LABELS ET DES FOURNISSEURS POUR ALIMENTER VOS DÉMARCHES DE SOURCING

Les entreprises et distributeurs



Offre « entreprises » d’Ethiquable
www.boutique-ethiquable.com



Biocoop Restauration
<http://extranet.biocooprestauration.fr/>



L’offre professionnelle d’Alter Eco
www.altereco.com/produits/offrepro



Café Michel
<https://www.cafemichel.fr/>



La boutique en ligne Artisans du Monde
pour les professionnels
<http://pro.boutique-artisans-du-monde.com>



Jardin de Gaïa
www.jardinsdegaia.com



Kaoka
www.kaoka.fr



Belledonne
<https://belledonne.bio/>

Les labels de commerce équitable pourront vous orienter vers des entreprises et distributeurs pour des produits de pays du Sud ou des produits français.



Max Havelaar France
maxhavelaarfrance.org



SPP : le Symbole des Producteurs Paysans
spp-france.fr/



Agri-Éthique France
agriethique.fr



Fair For Life
www.fairforlife.org/pmws/indexDOM.php?client_id=fairforlife&page_id=home&lang_iso639=fr



WFTO : World Fair Trade Organization
wfto.com/standard-and-guarantee-system/our-product-label



Biopartenaire
www.biopartenaire.com



Bio Équitable en France
www.bio-equitable-en-france.fr

J'achète
Fermier!

Des produits laitiers locaux et équitables



Un micro-atelier
installé au cœur
de la ferme



Des fermiers fiers
de proposer
des produits sains
et authentiques

Des recettes
simples et
gourmandes



Une distribution
locale
avec des
conditionnements
adaptés à votre
usage



Retrouvez nos produits sur www.jachetefermier.fr



Ils veillent
au grain &
à la souveraineté
alimentaire de
nos territoires



Oui !
à une juste
rémunération
des agriculteurs
de nos régions

Une offre
100% bio,
100% équitable,
100% français,
AUSSI pour la
restauration
collective



www.bio-equitable-en-france.fr

BIOPARTENAIRE®

le label de commerce équitable engagé pour :

✓ Une juste rémunération des paysannes et paysans, en France ou dans le monde

✓ Des contrats de 3 ans tout au long de la filière

✓ Une agriculture bio et + de pratiques écologiques

✓ Des pratiques sociales vertueuses pour tous les Biopartenaïres

✓ Garantir minimum 50% d'ingrédients BIOPARTENAIRE® pour chaque produit labellisé

+ d'informations sur www.BIOPARTENAIRE.com



KAOKA®

Bio & Éthique par Nature
depuis 1993

PROFESSIONNEL

FOURNISSEUR DE CHOCOLAT BIO ÉQUITABLE DE HAUTE QUALITÉ DEPUIS 30 ANS

CHOCOLATS DE COUVERTURE
| PÉPITES | CHUNKS | BATONS |
POUDRES DE CACAO

Votre contact : Julien Sabatier
commercial@kaoka.fr



SÉRIEUSEMENT ENGAGÉ CONTRE LA DÉFORESTATION



POUR
PLUS D'INFOS

FAIR FOR LIFE

C'est agir différemment



NOS GARANTIES



Prix équitable, partage de la valeur entre acteurs, fond de développement pour la **durabilité de la filière**, ...



Pratiques agricoles **durables et respectueuses** de l'environnement



Juste rémunération et conditions de travail **décentes**



Traçabilité, Origine et transparence

+50

filières Françaises et Internationales

DES FILIÈRES DYNAMIQUES



92

marques engagées en France

95%

des références BIO

2 100

références produits

Besoin d'accompagnement ? **Contactez-nous :**

info@fairforlife.org

www.fairforlife.com



ATTEIGNEZ VOS OBJECTIFS LOI EGALIM

50% DE PRODUITS DURABLES

> MEILLEURE RÉMUNÉRATION DES PRODUCTEURS



Une large offre de produits



+ de 250 références disponibles



+ de 40 fournisseurs

Un accompagnement dans votre démarche d'alimentation durable dans vos cantines



→ **Une équipe pour vous accompagner** dans votre Plan Alimentaire sur le volet du Commerce Équitable

- L'assurance d'un **sourcing pertinent** pour vos menus
- Des outils de communication pour **valoriser votre engagement** et sensibiliser vos convives au commerce équitable

Les garanties d'un label exigeant



Une meilleure rémunération

Un prix minimum garanti pour les producteurs calculé selon les prix de revient



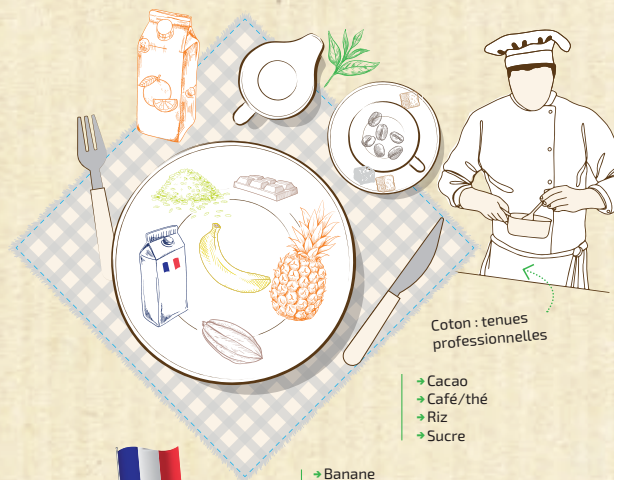
Une prime de développement

pour améliorer les conditions de vie des communautés de producteurs et pour la transition agro-écologique



Le respect de l'environnement

avec l'interdiction des OGM et + de 250 molécules chimiques interdites



Coton : tenues professionnelles

- Cacao
- Café/thé
- Riz
- Sucre



- Produits laitiers
- Céréales

- Banane
- Ananas
- Jus de fruits
- ...

Votre contact : Evelyne MESSAGER | e.messenger@maxhavelaarfrance.org

maxhavelaarfrance.org



2.

Informers, sensibiliser les convives à la consommation de produits de commerce équitable

Engager sa cantine dans la restauration durable s'accompagne d'actions de sensibilisation des convives à une alimentation saine, respectueuse de l'environnement et des producteur·rices agricoles.

Sur tous les sujets de la transition écologique, des associations, des labels, des entreprises peuvent accompagner les lieux de restauration collective à sensibiliser leurs convives à ces enjeux.

Ainsi, pour les produits du commerce équitable, les associations membres de Commerce Équitable France, de FAIR[e] un monde équitable et de la Fédération Artisans du Monde proposent aux collectivités, aux écoles etc. des interventions sur les lieux de restauration ou dans les salles de classe.

Des collectivités comme Bourg-en-Bresse, Dijon, Nantes, Mouans-Sartoux, Chevilly-Larue ont des partenariats avec ces associations locales pour mener des actions de sensibilisation dans les établissements scolaires.

La ville d'Annemasse a formé, avec l'appui d'Artisans du Monde, les animateurs de temps périscolaires au commerce équitable.

Ces actions sont souvent accompagnées de dégustations de produits par exemple sur le temps du goûter scolaire.

Autre exemple :

Le Conseil Départemental d'Ille & Vilaine a organisé une présentation du commerce équitable avec dégustation de café sur le temps du déjeuner dans le restaurant inter-administratif (900 repas par jour).

Découvrez le programme FAIR Future d'éducation au commerce équitable et retrouvez tous nos outils de sensibilisation :

www.education.commerceequitable.org/



Animation en milieu scolaire = Bio Consom'acteurs

3.

Le commerce équitable en restauration collective : ils l'ont fait !

MOUANS-SARTOUX | Alpes-Maritimes

Des actions de sensibilisation par la Ville de Mouans-Sartoux auprès des jeunes.

Depuis la création de la Maison du Commerce Équitable il y a plus de vingt ans, la ville s'engage activement en faveur du commerce équitable. Une importance toute particulière est accordée à la sensibilisation des jeunes, tant en classe que dans les cantines.

LE CONSEIL DÉPARTEMENTAL D'ILLE-ET-VILAINE

Du café 100 % équitable pour les agents et le protocole dans le Département d'Ille-et-Vilaine.

L'histoire du commerce équitable dans ce département breton a démarré en 1993. Aujourd'hui, l'un de ses engagements phares en termes de commerce équitable se manifeste à travers l'achat du café consommé dans les locaux du département.

STRASBOURG | Bas-Rhin

Intégration de produits de commerce équitable dans les restaurants scolaires à Strasbourg.

Gestion concédée et achats issus du commerce équitable, c'est possible ! Grâce à l'implication de ses élus, deux produits issus du commerce équitable sont désormais requis chaque mois dans les cahiers des charges des sociétés de restauration collective avec lesquelles travaille la ville.

LA RÉGION OCCITANIE

Le commerce équitable intégré dans le SPASER en région Occitanie !

Dans son schéma de promotion des achats publics socialement et économiquement responsables (SPASER) pour la période 2023-2028, la région Occitanie a choisi de "Développer les achats de produits issus du commerce équitable" dans son chantier n°8. L'objectif, une augmentation annuelle des volumes d'achats de produits équitable de 10% !

 https://www.commerceequitable.org/initiatives_territoriales/

RENDRE VISIBLE SES ACHATS EN COMMERCE ÉQUITABLE DANS L'OUTIL PUBLIC "Ma cantine" :

Tous les ans, les lieux de restauration collective doivent rendre compte de leurs achats durables. Pour visibiliser vos achats en commerce équitable, optez pour la déclaration détaillée et intégrez le sujet dans le mot du gestionnaire.

4.

Les ressources

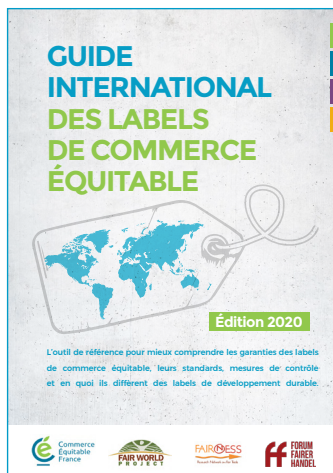
Le Guide sur les aspects sociaux de la commande publique

www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/daj/marches_publics/oeep/aspects-sociaux/Guide-aspects%20sociaux_vf.pdf



Le Guide International des labels de commerce équitable

<https://www.commerceequitable.org/actualites/commerce-equitable-france-publie-le-guide-international-des-labels-de-commerce-equitable/>



Le Guide des labels et systèmes de garanties

<https://www.commerceequitable.org/actualites/guide-des-labels-et-systemes-de-garanties-de-commerce-equitable-origine-france/>



Fiche méthode "Réussir son sourcing équitable"

www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/cef-guide-label-of-2021.pdf



Notes

Un guide produit par :



Fondé en 1997, Commerce Équitable France est le collectif de concertation et de représentation des acteurs français de commerce équitable. L'association agit pour développer et défendre le secteur.

Notre objectif est de promouvoir le commerce équitable en France et à l'international pour accompagner les transitions écologiques et sociales des modes de production et de consommation.

Commerce Équitable France réunit une trentaine de membres et d'organisations d'envergure nationale : entreprises, labels de commerce équitable, organisations de solidarité internationale, associations d'éducation à la citoyenneté, mouvements citoyens, réseaux de distribution et acteurs de la recherche et de l'enseignement.

commerceequitablefrance.org

 [Commerce Équitable France](https://www.facebook.com/CommerceEquitableFrance)

 [@EquitableFrance](https://twitter.com/EquitableFrance)

 [Commerce Équitable France](https://www.linkedin.com/company/CommerceEquitableFrance)

 [commerce_equitable_france](https://www.instagram.com/commerce_equitable_france)

Avec le soutien de :

