



LE COMMERCE ÉQUITABLE APPLIQUÉ À L'AGRICULTURE FRANÇAISE

14 PRINCIPES

pour développer l'agro-écologie paysanne
et structurer des filières durables en France

PETIT GUIDE ILLUSTRÉ POUR BÂTIR DES PARTENARIATS ÉQUITABLES

UNE INITIATIVE DE :

AVEC LE SOUTIEN DE :





Une brochure réalisée en partenariat avec l'ACESA, membre de FAIR[e] un monde équitable.

Avec le concours de BIOPARTENAIRE et de l'ARDEAR Rhône-Alpes

Crédits photos : Biopartenaire, Arcadie, Nutrition et Nature, Euro-nat, Lionel Moulet Belledonne.

Graphisme : PF pour BP **Edition** : Mars 2016

LE COMMERCE ÉQUITABLE APPLIQUÉ EN FRANCE

UNE RÉPONSE AUX ENJEUX ÉCONOMIQUES, SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX DU MONDE AGRICOLE EN FRANCE

UN COMMERCE ÉQUITABLE APPLIQUÉ AUX PAYS DU NORD, QUELLE DRÔLE D'IDÉE !

Le modèle agro-industriel dominant détruit la biodiversité, abîme les écosystèmes, pollue les nappes phréatiques, ne permet pas aux paysans de vivre dignement de leur travail et fait courir des risques sanitaires aux producteurs comme aux consommateurs. Ce modèle est étroitement dépendant d'entreprises agro-alimentaires qui mettent sur le marché des produits de consommation de masse standardisés à des prix toujours plus bas.



En quoi, le commerce équitable constitue-t-il un outil pour développer des alternatives agricoles basées sur l'agro-écologie paysanne ? Comment des relations commerciales équitables et équilibrées peuvent-elles modifier en profondeur les filières agro-alimentaires ? En quoi le commerce équitable permet-il aux citoyens d'être les partenaires de ces nouveaux modes de consommation ?

LE COMMERCE ÉQUITABLE « SUD-NORD » : UNE DÉMARCHE QUI A FAIT SES PREUVES

Prix juste, engagement commercial dans la durée, appui au préfinancement des récoltes, projets collectifs communautaires : les outils économiques du commerce équitable contribuent à l'amélioration des conditions de vie des paysans, au renforcement de leurs organisations et à la mise en œuvre de pratiques agricoles respectueuses de leur environnement.

EN FRANCE : DES ALTERNATIVES DYNAMIQUES MAIS ENTRAVÉES

Un large mouvement d'expérimentation émerge sur les territoires français et rencontre une réelle demande citoyenne en faveur de modes de production et de consommation plus équitables et durables. Le développement de ces initiatives est néanmoins freiné par un environnement concurrentiel dans lequel les prix agricoles et alimentaires sont sans cesse tirés vers le bas.

LE COMMERCE ÉQUITABLE EN FRANCE : UNE INNOVATION POUR DYNAMISER DES FILIÈRES AGRO-ALIMENTAIRES DURABLES ET CITOYENNES

Des entreprises de commerce équitable travaillent depuis déjà plusieurs années en étroite relation avec des paysans français en mobilisant les outils du commerce équitable Nord/Sud, pour développer une offre de produits à la fois biologique et équitable. De leur côté, les réseaux des agricultures alternatives expérimentent la mise en place de nouveaux outils économiques et de nouvelles relations commerciales, de manière à consolider leur projet d'agriculture citoyenne et territoriale.

LA LOI ÉVOLUE

L'UTILISATION DE LA MENTION « COMMERCE ÉQUITABLE » SUR DES PRODUITS FRANÇAIS EST DÉSORMAIS AUTORISÉE.

La loi relative à l'Économie Sociale et Solidaire du 31 juillet 2014 encadre l'utilisation du terme « Commerce Équitable ». Elle autorise les acteurs économiques à utiliser cette mention sur des produits français à condition que les principes fondateurs de la démarche de commerce équitable soient respectés .



Selon la loi, les entreprises mettant sur le marché des produits issus du commerce équitable « Sud-Nord » ou « Nord-Nord », doivent pouvoir apporter la preuve du respect des principes suivants :

- ✘ Un engagement entre les parties au contrat sur une durée qui ne peut être inférieure à trois ans ;
- ✘ Le paiement par l'acheteur d'un prix rémunérateur pour les travailleurs, établi sur la base des coûts de production et d'une négociation équilibrée entre les parties au contrat ;
- ✘ L'octroi par l'acheteur d'un montant supplémentaire obligatoire destiné aux projets collectifs, en complément du prix d'achat ou intégré dans le prix, visant à renforcer les capacités et l'autonomisation des travailleurs et de leur organisation.

Pour en savoir plus sur le cadre réglementaire du commerce équitable en France consulter : www.commerceequitable.org



LA CHARTE NATIONALE DU COMMERCE ÉQUITABLE LOCAL

POUR UN COMMERCE ÉQUITABLE EXIGEANT, AU SERVICE DE L'AGRO-ÉCOLOGIE PAYSANNE

La **Plate-Forme pour le Commerce Équitable (PFCE)**, le réseau **Initiatives Pour une Agriculture Citoyenne et Territoriale (InPACT)** et la **Fédération Nationale d'Agriculture Biologique (FNAB)** défendent, au-delà du strict cadre réglementaire, une vision plus exigeante du commerce équitable au service d'un modèle agro-alimentaire basé sur l'agro-écologie paysanne et territoriale. Ils ont élaboré ensemble **la Charte nationale du commerce équitable local**.



Cette Charte n'est ni un label ni un système de garantie. C'est un cadre de référence qui a vocation à accompagner la construction de nouvelles filières agro-écologiques dans le respect des principes de commerce équitable.

Cette brochure invite les acteurs économiques, paysans et entrepreneurs, à s'approprier les principes de la Charte pour alimenter leur réflexion et leurs pratiques. Chaque principe de la Charte est illustré par des exemples de partenariats économiques combinant modes de production agro-écologiques et modes de commercialisation équitables.

A QUI S'ADRESSE CETTE CHARTE ?

Cette Charte s'adresse aux acteurs économiques des filières longues (paysans et entreprises) comme aux acteurs des circuits de proximité. Seules les filières avec au moins une structure intermédiaire entre les producteurs et les consommateurs sont concernées par cette charte ; cette structure pouvant prendre des formes diverses.

QUELS SONT LES GRANDS PRINCIPES DE LA CHARTE ?

La Charte nationale du commerce équitable local propose une approche globale pour promouvoir des filières agro-alimentaires équitables et durables qui implique :

- ✘ des entreprises qui s'engagent à mettre en œuvre des relations commerciales équitables et responsables avec des producteurs;
- ✘ des paysans organisés collectivement qui s'engagent dans des pratiques agricoles agro-écologiques et citoyennes;
- ✘ des acteurs de la filière qui s'engagent à des pratiques de transparence et de sensibilisation des consommateurs;

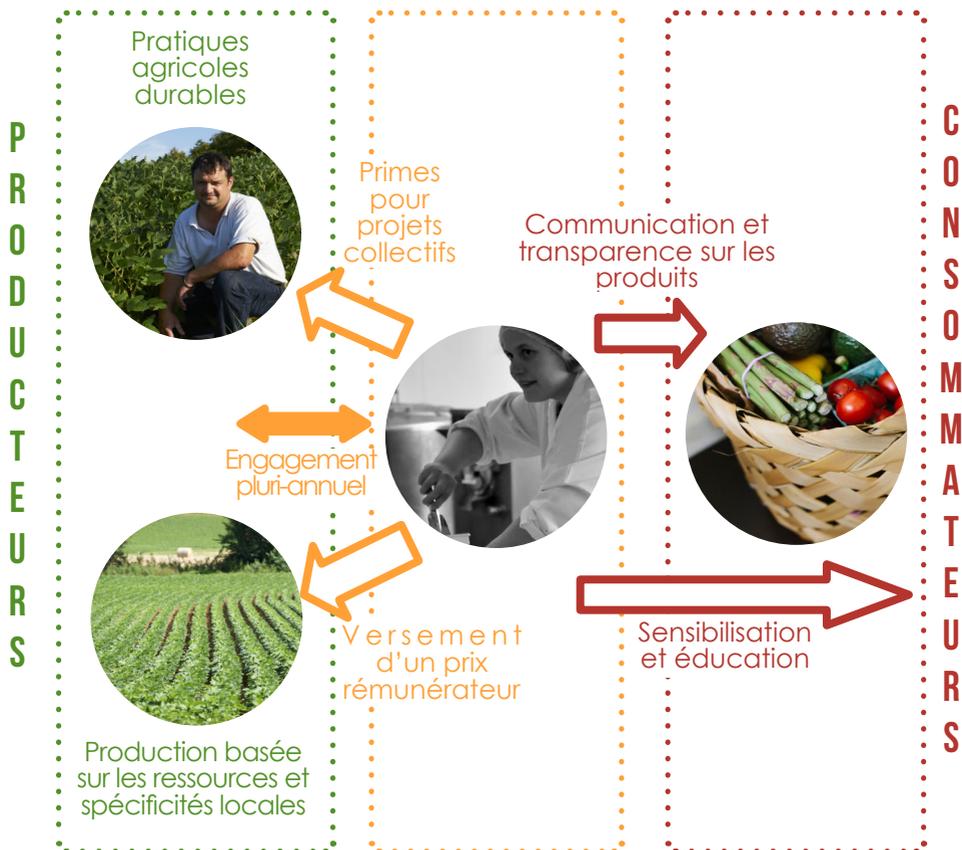
DU PRODUCTEUR AU CONSOMMATEUR

LES PRINCIPES DU COMMERCE ÉQUITABLE CONCERNENT TOUS LES ACTEURS DE LA FILIÈRE

ORGANISATIONS DE PRODUCTEURS

1^{ER} ACHETEUR
transformation, fabrication et/ou distribution

DISTRIBUTEURS



Producteurs regroupés en organisation à taille humaine à la gestion démocratique et transparente

UN POINT SUR LA CHARTE

La charte est bâtie autour de 3 axes d'engagements, déclinés en 14 principes, qui sont illustrés dans cette brochure au travers d'initiatives diverses.

UNE RELATION COMMERCIALE ÉQUITABLE ET RESPONSABLE

- # 1 UN PRIX TRANSPARENT ET RÉMUNÉRATEUR P.6
- # 2 UNE DÉMARCHE DE TRANSPARENCE P.7
- # 3 UN PARTENARIAT COMMERCIAL SUR DU LONG TERME P.7
- # 4 UNE RELATION NON-EXCLUSIVE QUI RESPECTE L'AUTONOMIE DES PRODUCTEURS P.8
- # 5 UN PROJET DE DÉVELOPPEMENT PARTAGÉ P.8
- # 6 UNE FILIERE ÉCO-RESPONSABLE P.9
- # 7 DES CONDITIONS DE TRAVAIL DANS LE RESPECT DE LA DIGNITÉ HUMAINE P.9

UNE AGRICULTURE CITOYENNE ET DURABLE

- # 8 UNE AGRICULTURE CITOYENNE ET TERRITORIALE P.10
- # 9 DES PRATIQUES AGRICOLES DURABLES, AUTONOMES ET TRANSPARENTES P.10
- # 10 UNE ORGANISATION DE PRODUCTEURS À TAILLE HUMAINE ET DÉMOCRATIQUE P.11
- # 11 UNE PRODUCTION BASÉE SUR LES RESSOURCES ET LES SPÉCIFICITÉS LOCALES P.12

LE CHANGEMENT DE PRATIQUES COMMERCIALES

- # 12 TRANSPARENCE ET COMMUNICATION VIS-A-VIS DES CONSOMMATEURS P.13
- # 13 SENSIBILISATION ET ÉDUCATION DES CONSOMMATEURS P.14
- # 14 PLAIDOYER À DESTINATION DES DÉCIDEURS ÉCONOMIQUES ET POLITIQUES P.14

UNE RELATION COMMERCIALE ÉQUITABLE ET RESPONSABLE

UN POINT SUR

« **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** ».

Définition internationale du commerce équitable de FINE 2001.

La juste rémunération des produits et du travail agricoles est le socle de base du commerce équitable. La contractualisation d'un prix sur la durée, et basé sur les coûts de production, permet de donner une lisibilité sur les prix, mais surtout de s'extraitre de la volatilité des prix agricoles. C'est un levier indispensable de durabilité des systèmes de production agricole. Les engagements pris vont au-delà de la relation commerciale, cela à travers la contribution financière du partenaire commercial aux projets collectifs des organisations de producteurs.

PRINCIPE #1

UN PRIX TRANSPARENT ET REMUNERATEUR

Le partenaire commercial paie un prix stable et rémunérateur à l'organisation de producteurs. Le prix est établi sur la base d'une étude des coûts de production et d'une négociation équilibrée entre les parties prenantes.

ARCADIE

Entreprise qui commercialise, sous les marques Cook et Herbier de France, des épices, plantes aromatiques et médicinales bio



Coopérative Agricole de plantes aromatiques et médicinales bio d'Auvergne

✘ Le partenariat se matérialise par un **contrat cadre de 3 ans** incluant :

- les volumes annuels prévus pour chacune des plantes produites
- **un prix minimum**, fixé sur la base d'une étude des coûts moyens des récoltes par les producteurs (avec une approche plante par plante).

Les PLUS :

- Une **rencontre annuelle au minimum** pour confirmer les volumes et les prix d'achats de la production
- Une **qualité des échanges** et des **négociations facilitée** par des visites de sites régulières.

Les partenaires de la filière «PPAM du Massif Central» sont engagés dans le label BIOPARTENAIRE®.



PRINCIPE #2

UNE DÉMARCHE DE TRANSPARENCE

Les partenaires de la filière ont une démarche de transparence sur les prix et les marges vis-à-vis de l'ensemble des acteurs de la filière.

paysans d'ici

Gamme de produits développée par la SCOP Ethiquable



TERR'Étic
fruit du travail paysan !

Structure de commercialisation créée par 3 paysans des Monts du Lyonnais pour valoriser leur production de fruits et confitures.

✘ Avec la charte « **Paysans d'ici** », **Ethiquable** s'engage à fournir une information transparente sur la structure des prix :

- auprès **des producteurs de Terr'etic**, avec une information détaillée sur la structure des coûts et les marges à l'aval,
- et des **consommateurs**, en donnant la décomposition du prix et en particulier la part qui revient aux producteurs.

55% du prix de vente consommateur de cette confiture de groseilles revient aux producteurs de Terr'etic.



PRINCIPE #3

UN PARTENARIAT COMMERCIAL SUR DU LONG TERME

Un engagement commercial sur la durée, dans un esprit de confiance mutuelle et des contrats pluriannuels, qui précisent les engagements mutuels.

euro-nat
un engagement pour la bio

Entreprise de fabrication et commercialisation de produits issus de l'agriculture biologique (ex: marque Priméal)



Le Petit Épeautre de Haute Provence

Syndicat de 65 producteurs de Petit Epeautre de Haute-Provence

✘ **Un partenariat de plus de 20 ans** entre les acteurs de la filière : producteurs organisés au sein du syndicat du Petit Épeautre de Haute-Provence, SARL Tofagne, Moulin Pichard et Euro-Nat.

✘ Euro-Nat et le Petit Epeautre de Haute-Provence établissent :

- des **contrats de production de 3 ans**, qui assurent un engagement sur la durée
- des **contrats annuels**, qui précisent les échanges de chaque campagne : prix, volumes, versements d'acomptes

Les partenaires de la filière «Petit épeautre de Haute Provence» sont engagés via le label BIOPARTENAIRE®.

PRINCIPE #4

UNE RELATION NON EXCLUSIVE QUI RESPECTE L'AUTONOMIE DES PRODUCTEURS

Le partenaire commercial respecte l'indépendance et encourage l'autonomie de l'organisation de producteurs, grâce à des relations commerciales non-exclusives. Grâce à cela, l'organisation de producteurs peut diversifier ses débouchés et ses partenaires commerciaux.

Gamme de produits développée par Biocoop



Coopérative régionale de céréales et légumes secs bio en Poitou Charentes, En quelques chiffres : 140 producteurs, 6000 tonnes de collecte.

✘ Principal partenaire commercial de la CORAB, Biocoop, à travers sa marque « Ensemble », représente 30% des volumes vendus par la coopérative ; principalement des céréales, des légumes secs et de l'huile de tournesol.

✘ L'entreprise Céréco, l'huilerie Bio Planète, Nutrition et Soja font partie des autres partenaires commerciaux de la CORAB.

Le PLUS :

A travers leur participation à des projets de développement multi-partenariaux comme le Silo Bio Ouest, Biocoop et la CORAB s'engagent pour renforcer et généraliser l'autonomie et l'indépendance des producteurs.

PRINCIPE #5

UN PROJET DE DÉVELOPPEMENT PARTAGÉ

Les acteurs contribuent à des projets collectifs visant le développement durable de la filière et ces projets sont réfléchis collectivement par l'ensemble des partenaires.



Gamme de produits développée par Biocoop



COCEBI

Coopérative de céréales, de légumes secs et d'oléagineux bio en Bourgogne En quelques chiffres : 160 producteurs, 10 000 tonnes de céréales.

✘ Biocoop reverse 1% du chiffre d'affaires réalisé avec les produits « Ensemble » à des projets favorisant la coopération et l'agriculture biologique.

✘ En 2015, la prime de co-développement a permis de financer l'élaboration du plan de développement du site de collecte et de stockage de COCEBI.

Ce projet répond à :

- la nécessité de prendre en compte la croissance de la collecte de produits bio auprès des adhérents de COCEBI
- l'évolution des besoins quantitatifs et qualitatifs des clients de la coopérative : nécessité d'accroître les volumes disponibles et d'améliorer le séchage et la conservation des productions.

PRINCIPE #6

UNE FILIÈRE ECO-RESPONSABLE

Une filière éco-responsable est une filière où chaque acteur s'engage à minimiser son empreinte environnementale.



Entreprise basée en Gironde (St Loubès),
Fabricant de sirops,
concentrés et sodas bio et
équitables

En quelques chiffres :
19 salariés - 7 millions d'€
de CA

✘ Maison Meneau propose des **produits exclusivement en bio**, mais est également engagée dans une **démarche éco-responsable** à tous les niveaux de son organisation :

- elle a obtenu la **mention « Excellence »** dans le cadre d'un audit sur sa responsabilité sociétale, mené par Ecocert
- elle s'approvisionne auprès du fournisseur d'électricité renouvelable Enercoop
- engagée dans le programme « Usine du futur » mené par la Région Aquitaine, elle a effectué un diagnostic de son outil de production et de son organisation, afin de répondre aux enjeux environnementaux et sociaux de son activité

Meneau est engagé dans le label BIOPARTENAIRE® sur sa filière « Vin ».



PRINCIPE #7

DES CONDITIONS DE TRAVAIL DANS LE RESPECT DE LA DIGNITÉ HUMAINE

Les conditions de travail des salariés et autres travailleurs dans l'ensemble des filières agricoles et alimentaires doivent respecter le droit du travail et la dignité humaine.

Les conditions de travail des salariés et autres travailleurs dans l'ensemble des filières agricoles et alimentaires doivent respecter le droit du travail et la dignité humaine comme le prévoit la convention n°184 de l'Organisation Internationale du Travail sur la sécurité et la santé dans l'agriculture. Le commerce équitable s'attache à garantir une égalité de traitement entre les travailleurs, et des conditions de sécurité, de santé et de logement améliorées.

Dans le cahier des charges « Ensemble, solidaire avec les producteurs » de Biocoop est par exemple spécifiée l'interdiction du recours au travail détaché et les rapports de salaires sont clairement encadrés pour éviter de trop grands déséquilibres entre les différents échelons des travailleurs.

UNE AGRICULTURE CITOYENNE ET DURABLE

UN POINT SUR

Les pratiques d'agro-écologie paysanne s'appuient sur des systèmes de production plus économes et autonomes, tout en cherchant à réhabiliter les fonctions multiples de l'agriculture sur son territoire. Elles ont comme caractéristique commune de se poser comme des alternatives au modèle dominant représenté par une agriculture industrielle, réduite à sa seule fonction de production de masse.

L'agro-écologie paysanne : de quoi parle-t-on ?

L'objet de travail des agriculteurs est toujours un agro-écosystème complexe, au sein duquel il convient de prendre en compte toutes les interactions entre les techniques agricoles, le climat, les sols, etc. L'agro-écologie, en tant que pratique paysanne, vise à aménager durablement ces agroécosystèmes, de façon à produire en quantité suffisante les produits agricoles dont nos sociétés ont besoin.

PRINCIPE #8

UNE AGRICULTURE CITOYENNE ET TERRITORIALE

Les producteurs pratiquent une agriculture citoyenne, basée sur des modes de production plus économes et autonomes. Cette agriculture participe au développement des territoires.



Pain de Belledonne fabriqué et commercialisé du pain et des biscuits biologiques



10 agriculteurs, producteurs de blé et de farine organisés en 4 Groupements Agricoles d'Exploitation en Commun : les GAEC d'Allioud, des Vorsys, de Chamoussière et du Forest

✕ Les 4 GAEC producteurs pratiquent une **agriculture biologique et paysanne**. Ils travaillent principalement à partir de leurs propres semences paysannes. Pour valoriser leur production, ils transforment en farines le blé, le seigle et le petit épeautre, directement à la ferme, sur meules de pierre.

✕ Grâce au partenariat avec **Belledonne**, les agriculteurs ont pu se lancer dans une activité de meunerie qui participe au **dynamisme** et au **développement durable du territoire** : création de postes, mise en relation des différents acteurs (producteurs, boulangers, associations...), maintien de savoir-faire paysans, impact écologique faible.

Les partenaires de la filière «Céréales panifiables de Rhône-Alpes» sont engagés dans le label **BIOPARTENAIRE®**.



PRINCIPE #9

DES PRATIQUES AGRICOLES DURABLES, AUTONOMES ET TRANSPARENTES

Les producteurs sont transparents sur leurs pratiques agricoles. Ils pratiquent une agriculture durable et autonome, s'inscrivant dans une démarche de progrès.



Gamme de produits développée par Biocoop



SAS, collectrice de lait biologique de vache. En quelques chiffres : 660 exploitations, 1150 producteurs. 135 M litres en 2014

✘ Les fermes adhérentes à Biolait sont toutes en agriculture biologique et produisent 90% de l'alimentation de leurs troupeaux.

✘ Une « démarche qualité » a été validée par BIOLAIT au printemps 2014. Au-delà du socle de la « Charte des Bonnes Pratiques d'Élevage », elle vise à promouvoir un meilleur niveau d'autonomie alimentaire des élevages des fermes adhérentes à Biolait, ainsi qu'un recours moindre aux antibiotiques et une meilleure gestion de la santé du troupeau. 5 conseillers techniques ont été embauchés pour accompagner les éleveurs dans la mise en œuvre de cette « démarche qualité ». La prime de co-développement de la marque « Ensemble » finance une partie de cette action.

PRINCIPE #10

UNE ORGANISATION DE PRODUCTEURS À TAILLE HUMAINE ET DÉMOCRATIQUE

Les producteurs sont organisés collectivement via un modèle renouvelé de coopération. Les organisations de producteurs sont à taille humaine.



Groupement de producteurs maraîchers bio organisés en SCIC commercialisant leur production au Marché d'Intérêt National (M.I.N.) de Bordeaux.

En quelques chiffres : 70 producteurs, dans un rayon de 150kms max autour de Bordeaux. 1,4 M d'euros de CA, 500 tonnes de fruits et légumes vendus/an

De nombreuses organisations économiques voient le jour au travers de l'association ou de la coopération de l'ensemble des acteurs d'une filière et non plus de manière corporatiste. Par exemple, il existe aujourd'hui plus d'une vingtaine de plate-formes, associatives ou en SCIC, initiées par la FNAB et regroupées au sein de Manger Bio Ici et Maintenant (MBIM) organisée pour répondre à la demande bio et locale en restauration collective.

✘ Loc'Halle Bio est constituée en Société Coopérative d'Intérêt Collectif (SCIC) - une forme juridique où chacun prend part aux décisions - composée de 22 sociétaires dont 13 producteurs. Producteurs maraîchers, salariés, clients et partenaires non commerciaux participent ainsi à la gouvernance de la SCIC.

Le PLUS : À travers cette organisation en SCIC, Loc'Halle Bio se donne pour objectif de « réunir et offrir un espace de discussion sur la filière maraîchage en Gironde aux partenaires du projet. »

(Extraits des statuts de Loc'Halle Bio).

PRINCIPE #11

UNE AGRICULTURE CITOYENNE ET TERRITORIALE

Les partenaires défendent des productions locales basées sur les ressources et spécificités du territoire.

paysans d'ici

Gamme de produits de commerce équitable Nord/Nord développée par la SCOP Ethiquable



Un groupement de 5 producteurs (également membres de la coopérative IDOKI) de piments d'Espelette AOP bio.

✘ À travers leur adhésion à Idoki, les 5 producteurs valorisent les **productions du Pays Basque**, comme le piment d'Espelette AOP, en organisant des **actions de promotion collective** des produits fermiers (événements, outils de communication communs ...).

✘ Le piment d'Espelette AOP est produit **en plein champ** et **sans traitements**, à partir d'une **variété rustique** de piment, récoltée manuellement et transformée à la ferme.

Extrait

Charte Paysans d'ici : « Les produits sont des produits de terroir et/ou des produits locaux qui mettent en évidence un savoir-faire, une recette, ou une variété ancienne »



LE CHANGEMENT DES PRATIQUES COMMERCIALES

UN POINT SUR

« 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 »

Définition internationale du commerce équitable par le collectif FINE, 2001.

Au-delà des activités de production et de commercialisation des partenaires, l'ambition des acteurs est de changer les règles et les pratiques conventionnelles, pour faire évoluer l'ensemble des acteurs économiques. La transparence vis-à-vis des consommateurs, la dimension éducative des démarches et le besoin de sincérité sont au cœur de cette stratégie de transformation sociale. L'ambition est à la fois de sortir du marché de niche et de donner tout son sens à la consommation citoyenne.

PRINCIPE #12

TRANSPARENCE ET COMMUNICATION VIS-A-VIS DES CONSOMMATEURS

Les acteurs de la filière ont une communication et une information transparente vis-à-vis des consommateurs sur l'organisation de la filière.



✗ Les emballages des produits « Ensemble » de Biocoop fournissent des informations détaillées sur la composition et l'origine précises des produits et sur les transformateurs. Un texte explique comment les producteurs qui ont fabriqué le produit sont organisés et qui ils sont.




Le PLUS :
Les 7 engagements « Ensemble » sont détaillés sur l'emballage, permettant au consommateur de bien comprendre la démarche.

PRINCIPE #13

SENSIBILISATION ET ÉDUCATION DES CONSOMMATEURS

Les acteurs de la filière participent à la sensibilisation et l'éducation des consommateurs aux modes de production et de consommation responsable.



Société Coopérative d'Intérêt Collectif (SCIC) qui a mis en place un système solidaire de distribution hebdomadaire de paniers agricoles locaux dans la métropole lyonnaise

En quelques chiffres :
700 consommateurs
46 producteurs

Le fonctionnement de la SCIC Alter Conso participe à la promotion de liens producteurs-consommateurs renouvelés :

- ✗ les adhérents-consommateurs, au même titre que les producteurs et les salariés, sont parties prenantes de la SCIC et acteurs dans les prises de décision.
- ✗ la distribution hebdomadaire des paniers et l'organisation régulière de visites de ferme favorisent l'interconnaissance entre paysans et consommateurs.
- ✗ Alter Conso participe, dans le cadre d'un collectif d'acteurs de circuits de proximité LE BOL, à la Fête des Récoltes - journée festive à Lyon autour de l'agriculture et l'alimentation.

PRINCIPE #14

PLAIDOYER À DESTINATION DES DÉCIDEURS ÉCONOMIQUES ET POLITIQUES

Les acteurs de la filière se mobilisent autour de plaidoyer auprès des décideurs économiques et politiques, en faveur d'une agriculture durable et citoyenne et d'un changement des règles et pratiques du commerce conventionnel.



Membres de la **Plate-Forme pour le Commerce Équitable (PFCE)**, **Biocoop**, **Biopartenaire**, **Ecocert** et **Ethiquable**, s'investissent dans des actions de plaidoyer à travers leur participation et leur appui à :

- ✗ l'organisation de la Quinzaine du Commerce Équitable chaque année en mai
- ✗ le déploiement de campagnes de plaidoyer pilotées par la PFCE et ses partenaires au niveau français et européen
- ✗ la réalisation d'études et de rapports permettant de formuler des recommandations pour favoriser l'émergence d'un commerce mondial plus équitable

À l'instar du réseau de paysans **Terr'Etic**, qui prend part à la campagne « **Envie de Paysans** », les acteurs de l'agriculture paysanne se mobilisent également pour défendre, auprès du grand public et des décideurs politiques, une agriculture respectueuse de l'environnement et rémunératrice pour les paysans.

LE COMMERCE ÉQUITABLE APPLIQUÉ À LA FRANCE : UN SECTEUR ÉMERGENT

DES ENTREPRISES ENGAGÉES



Le réseau de distribution Biocoop commercialise depuis 2000 des produits issus d'un commerce équitable Nord/Nord sous sa marque « Ensemble solidaires avec les producteurs », adossée à un cahier des charges.

Ensemble c'est :

- 12 groupements de producteurs 100% bio (représentant 1800 fermes)
- 640 produits alimentaires (céréales, légumineuses, fruits et légumes, lait et viande)

Pour en savoir plus :

www.ensemble-solidaires.fr

paysans d'ici

La SCOP Ethiquable développe depuis 2011 une gamme de :

- 21 produits issus du commerce équitable avec
- 12 organisations de producteurs.

Pour en savoir plus :

www.ethiquable.coop

DEUX LABELS



Le label BIOPARTENAIRE a été créé en 2002 pour garantir des partenariats équitables Nord/Sud. Depuis 2007 ce label couvre également des filières Nord/Nord. Le cahier des charges BIOPARTENAIRE est bâti autour de 7 engagements (prix minima, durabilité du partenariat commercial, projet de développement) et s'adresse exclusivement à des filières en agriculture biologique.

Aujourd'hui, ce sont :

- 24 filières labellisées
- 368 produits alimentaires et cosmétiques en commerce équitable Nord/Nord, portés par
- 66 opérateurs engagés (coopératives, syndicats, gaec, exploitants, TPE et PME transformatrices)
- 15 PME du secteur biologique développent des produits labellisés.

Pour en savoir plus :

www.biopartenaire.com



En 2013, l'organisme de contrôle et de certification Ecocert a élargi le champ d'application de son référentiel à des relations équitables Nord/Nord en lançant le label Ecocert-Solidaire.

Pour en savoir plus :

www.ecocert.fr/equitable

LE COMMERCE ÉQUITABLE APPLIQUÉ À LA FRANCE : UN SECTEUR ÉMERGENT

DES DEMARCHES EN CIRCUIT DE PROXIMITÉ

QUI S'INSPIRENT DU COMMERCE ÉQUITABLE...

Les circuits alimentaires de proximité, ont connu en France lors de ces quinze dernières années un véritable renouveau, doublé d'une diversification et de multiples innovations.

Il en existe une grande variété de par le type de commerce (AMAP, épiceries, magasins de producteurs, sites web, bars, restaurants scolaires), le porteur de l'initiative, individuelle ou collective (entrepreneurs, agriculteurs, collectivité, etc.), le nombre d'intermédiaires (de la vente directe à la « micro-filière locale ») etc.

Certains procèdent d'une démarche éthique forte, souvent associée à l'Économie Sociale et Solidaire et au Commerce équitable local : prix rémunérateurs pour les producteurs, promotion de l'agriculture durable, gouvernance collective, participation des « consom'acteurs » et relations de confiance, engagement dans la durée, actions pédagogiques, etc.



PAROLES D'ACTEURS

« Il faut recréer des moyens de régulation des marchés face à la disparition des outils existants. Le développement de la bio offre, une opportunité pour construire un nouveau modèle de relations commerciales associant producteurs, transformateurs, distributeurs et consommateurs. Un autre élément important au travers de la Charte du commerce équitable local est la mise en place d'une construction sincère et transparente des filières au service d'un projet alimentaire durable. »



Alain Delangle, éleveur bio et membre du bureau de la Fédération Nationale d'Agriculture Biologique (FNAB).



« Le commerce équitable local a une valeur d'exemple pour sensibiliser les consommateurs sur les enjeux du monde paysan. L'enjeu est de démontrer que des paysans peuvent vivre de leurs produits sans subvention et en produisant correctement, naturellement. Puis de valoriser cela auprès des acteurs économiques. »

Marc Guyot, paysan et cofondateur de Terr'Etic

« Cette charte rappelle aussi à nos concitoyens et à nos politiques le besoin de changer les règles et pratiques encore en vigueur dans le commerce conventionnel. Car notre volonté de mettre en œuvre des pratiques alternatives et innovantes ne doit pas être destinée à seulement quelques marchés de niches, mais s'étendre au bien-être de la société dans son ensemble, sans exclusivité aucune ! »



Marc Dufumier, agronome et président de la Plate-Forme pour le Commerce Équitable



« La reconnaissance du commerce équitable local avec le changement de la loi sur l'économie sociale et solidaire, ainsi que la suite des réflexions, est une avancée. Elle doit intégrer le développement de nouveaux modes de distribution plus équitables et qui remettent du lien entre producteurs et consommateurs. Repenser les modes de production et de commercialisation est nécessaire au sud, mais aussi au nord. »

Violaine Ronzon, paysanne et membre de l'ARDEAR Rhône Alpes



Pour en savoir plus :



PFCE - PLATE-FORME POUR LE COMMERCE ÉQUITABLE

Jardin d'agronomie tropicale René Dumont
45 bis avenue de la Belle Gabrielle
94736 Nogent sur Marne Cedex
www.commerceequitable.org

Votre contact : Emilie Durochat > 01 43 94 72 13
durochat@commerceequitable.org



INPACT - INITIATIVES POUR UNE AGRICULTURE CITOYENNE ET TERRITORIALE

C/o MRJC, 4 rue des Grilles
93500 Pantin
www.agricultures-alternatives.org

Votre contact : Eve Poulteau > 01 43 63 91 91
epoulteau@fadear.org



● FNAB ●

Fédération Nationale
d'Agriculture **BIOLOGIQUE**

FNAB - FÉDÉRATION NATIONALE D'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

43 rue de Malte
75011 Paris
www.fnab.org

Votre contact : Alain Delange > 06 15 20 10 24
alainverodel@orange.fr

