



LES ACTES

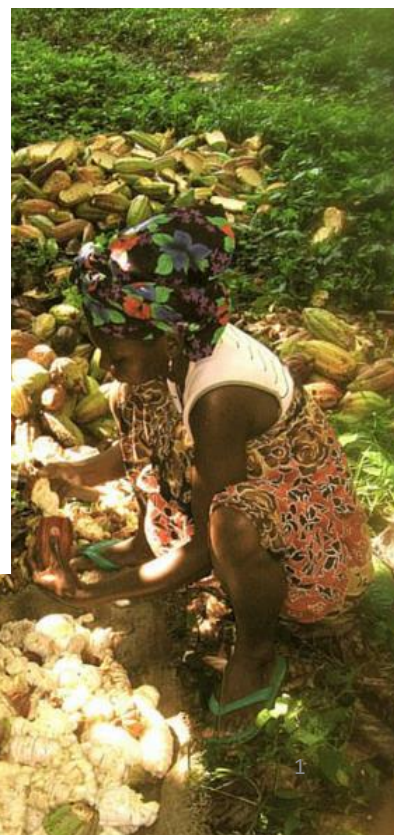


3^{ème} UNIVERSITÉS D'ÉTÉ DU COMMERCE ÉQUITABLE

JEUDI 8
SEPTEMBRE
2016

JARDIN
D'AGRONOMIE
TROPICALE
NOGENT-SUR-
MARNE

PRODUIRE & CONSOMMER DURABLEMENT : SOMMES-NOUS ENFIN PRÊTS À CHANGER ?




OBJECTIFS
DE DÉVELOPPEMENT
DURABLE



Retours sur...

Les Universités d'Été du Commerce Équitable 2016

Le jeudi 8 septembre 2016 s'est tenue la 3^{ème} édition des Universités d'Été du Commerce Équitable au Jardin d'Agronomie tropicale René Dumont à Paris.

Ce rendez-vous incontournable du secteur a réuni plus de 160 participants qui ont pu partager un moment de formation et d'échanges autour de la thématique :

**"PRODUIRE & CONSOMMER DURABLEMENT :
SOMMES-NOUS ENFIN PRÊTS À CHANGER ?"**

Vous pouvez trouver la liste détaillée des participants de la journée en cliquant [ici](#) : Liste des participants

Pour revivre l'événement en images, découvrez les photos de l'événement en cliquant [ici](#).

Nous tenons également à remercier tous nos intervenants, pour la qualité de leurs interventions et pour l'expertise qu'ils ont bien voulu nous partager.

Encore un grand merci à tous d'avoir répondu présents !



Avec le soutien de :





SOMMAIRE

Retours sur...

P.4 – LES ACTUALITÉS DU SECTEUR DU COMMERCE ÉQUITABLE

- Les chiffres du commerce équitable 2015
- Aboutissement des évolutions réglementaires
- Programme Équité

P.9 – LA GRANDE CONFÉRENCE : Quand les entreprises choisissent la transition écologique et sociale...

P.17 – ATELIER « LE CHOCOLAT FACE AU CLIMAT » : L'agroécologie est-elle la solution pour une filière cacao équitable et durable ?

P.22 – ATELIER « LES PRODUCTRICES SONT-ELLES DES PETITS PRODUCTEURS COMME LES AUTRES ? » - Agir pour l'égalité femmes-hommes dans le commerce équitable !

P.30 – RESSOURCES ET OUTILS Les présentations support de la journée

COPYRIGHTS DES PHOTOS PRÉSENTES DANS CE DOSSIER : Equi'Max et la PFCE

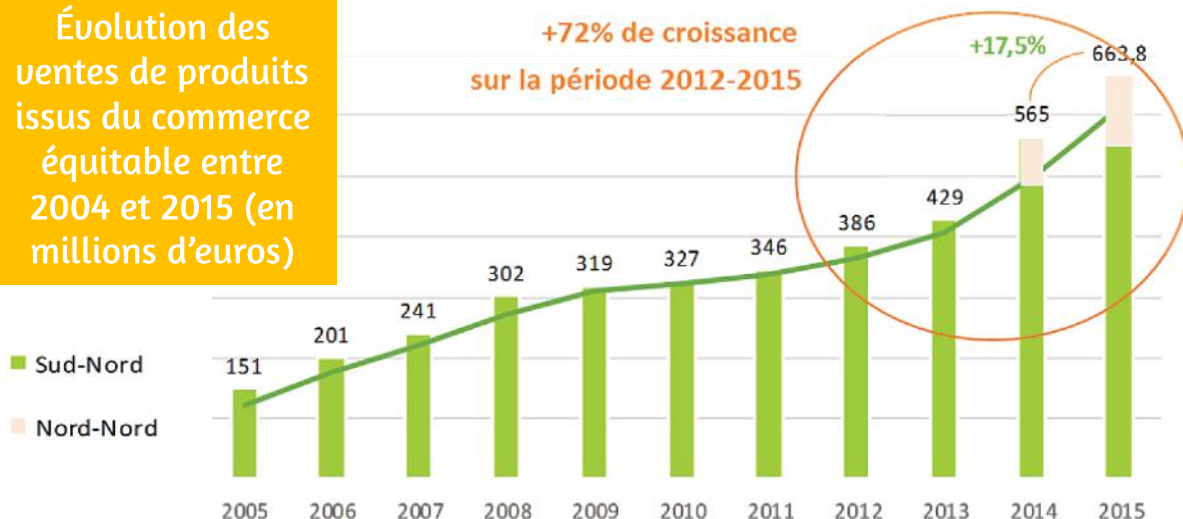


Les actualités du secteur du commerce équitable en 2016

Les actualités du secteur du commerce équitable

LES CHIFFRES DU COMMERCE ÉQUITABLE EN 2015

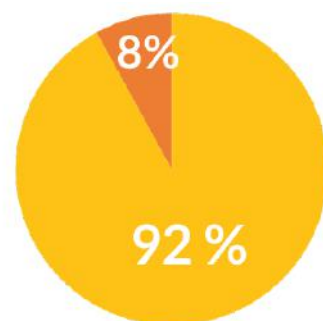
Évolution des ventes de produits issus du commerce équitable entre 2004 et 2015 (en millions d'euros)



Répartition des ventes de produits issus du commerce équitable (en millions € et % des ventes)

Répartition par typologie
Périmètre sud-nord et nord-nord

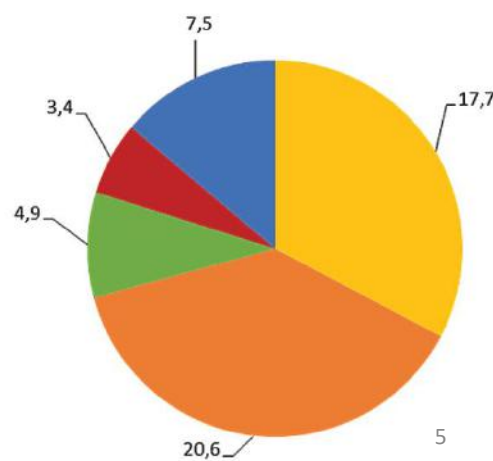
Alimentaire
Non alimentaire



Répartition non alimentaire
Périmètre sud-nord*

* Dans le commerce équitable Nord-Nord, 100% des produits non alimentaires sont des cosmétiques

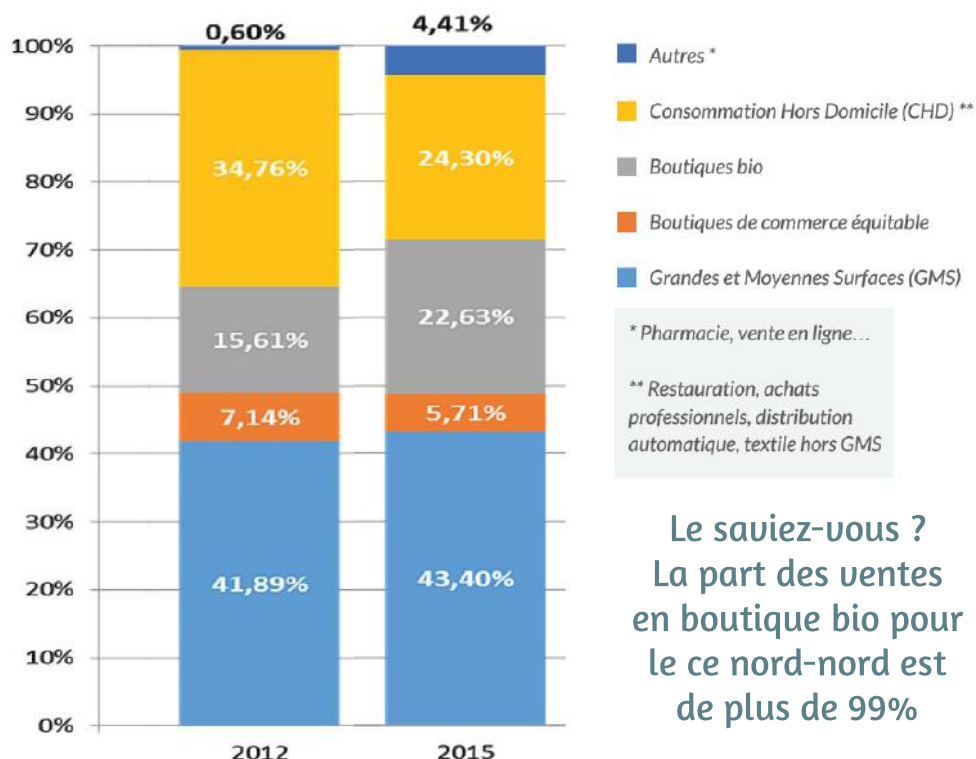
cosmétique
textile
artisanat
tourisme
fleurs



Les actualités du secteur du commerce équitable

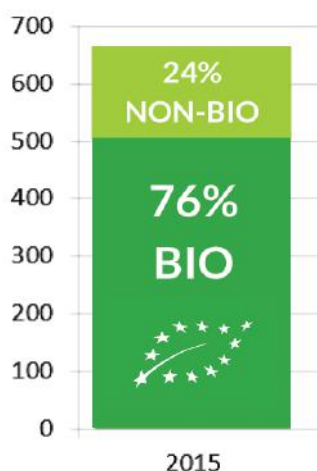
LES CHIFFRES DU COMMERCE ÉQUITABLE EN 2015

Évolution 2012-2015 de la distribution en % de Ventes entre les différents modes de distribution



Le saviez-vous ?
 La part des ventes en boutique bio pour le ce nord-nord est de plus de 99%

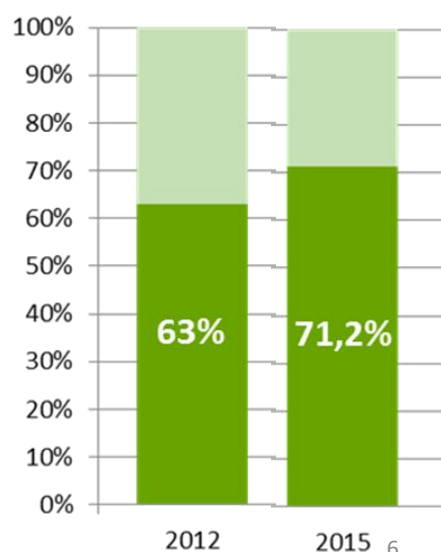
Part de la bio dans le commerce équitable (sud-nord et nord-nord)



Évolution de la part de la bio dans le commerce équitable sud-nord

■ Bio ou écologique
 ■ Non-Bio

Le saviez-vous ?
 100% du commerce équitable nord-nord est également bio



Les actualités du secteur du commerce équitable

ABOUTISSEMENT DES ÉVOLUTIONS RÉGLEMENTAIRES

ENTRÉE EN VIGUEUR DE LA NOUVELLE DÉFINITION LÉGALE DU CE EN FRANCE

31 juillet 2014 Article 94 de la loi sur l'Économie Sociale et Solidaire

19 septembre 2015 Publication du décret d'application entré en vigueur le 1^{er} octobre 2015

Les points clefs de la définition légale du commerce équitable

- 1/ Des producteurs organisés dans des structures à gouvernance démocratique
- 2/ Engagement commercial pluriannuel
- 3/ Prix rémunérateur établi sur la base de l'identification des coûts de production et une négociation équilibrée
- 3/ Octroi d'un montant supplémentaire destiné au financement de projets collectifs d'intérêt général
- 4/ Traçabilité des filières et l'information transparente des consommateurs
- 5/ Sensibilisation et éducation des consommateurs aux modes de production et de consommation socialement et écologiquement durables

> UNE DEFINITION APPLICABLE AU CE NORD/SUD ET AU NORD/NORD

3C : UN NOUVEAU CADRE POUR LA RECONNAISSANCE PUBLIQUE DES LABELS PRIVÉS DE CE

19 octobre 2015 Publication du décret de création de la Commission de Concertation du Commerce (3C)

11 avril 2016 Lancement officiel de la 3C

12 juillet 2016 1^{ère} réunion de la sous-section RSE & commerce équitable

Quels enjeux ?

- 1/ Eviter les dérives et allégations mensongères
- 2/ Encourager les achats publics équitables
- 3/ Crédibiliser les labels et garanties de CE
- 4/ Proposer un cadre au développement du CE Nord-Nord

La PFCE a mandaté Claude Gruffat, président de Biocoop, pour représenter les intérêts du secteur au sein de la 3C.

Les actualités du secteur du commerce équitable

PROGRAMME ÉQUITÉ

La PFCE pilote un programme ambitieux d'appui au développement du commerce équitable en Afrique de l'Ouest.



PROGRAMME DE DEVELOPPEMENT DU
COMMERCE ÉQUITABLE EN AFRIQUE DE L'OUEST

MAÎTRISE D'OUVRAGE



Appuyée par ses membres

MAÎTRISE D'ŒUVRE



PILOTAGE STRATÉGIQUE



- 1/ Mise en œuvre de pratiques agro-écologiques
- 2/ Appui aux organisations de producteurs
- 3/ Développement de plateformes nationales de CE

Un projet de 3,9 millions €

Un programme financé part :



Une facilité financière de 1,8 M €

20 projets d'OP financés
5 plateformes nationales appuyées
1 appui structurant au réseau régional
FTA-West African Network

6 pays d'Afrique de l'Ouest

Pays : Côte d'Ivoire, Ghana, Burkina Faso, Mali, Togo et Sénégal
Filières : Cacao, Fruits, Karité, Anacarde, Artisanat et autres (sésame, fonio, moringa, etc.)



Grande conférence

QUAND LES ENTREPRISES CHOISISSENT LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET SOCIALE...

Quels leviers pour transformer les
« business models » en profondeur ?



Quand les entreprises choisissent la transition écologique et sociale...

QUELS LEVIERS POUR TRANSFORMER LES « BUSINESS MODELS » EN PROFONDEUR ?



Une conférence animée par Julie Stoll, déléguée générale de la Plate-Forme pour le Commerce Équitable



Christophe Alliot
Cofondateur du Bureau d'Analyse Sociétale pour une Information Citoyenne (BASIC)



Mathilde Dupré
Coprésidente du Forum citoyen pour la RSE



Claude Gruffat
Président de Biocoop



Elisabeth Laville
Fondatrice d'Utopies



Jean-Pierre Blanc
Directeur général des cafés Malongo



Stéphane Comar
Co-fondateur de la SCOP Ethiquable

Les activités humaines de production et de consommation menacent aujourd'hui les équilibres de la biosphère qui sous-tendent la vie sur Terre. Les entreprises sont, à juste titre, présentée comme co-responsables de ces graves déséquilibres sociaux et environnementaux.

Pourtant, les entreprises sont aussi de formidables réservoirs d'innovation et de créativité. Elles sont de plus en plus nombreuses à développer des solutions pour répondre aux enjeux écologiques et sociaux de notre siècle.

Comment les entreprises peuvent-elles remettre en question leur modèle économique sans remettre en cause leur développement ? Comment mettre en œuvre des changements profonds pour intégrer les fondamentaux du développement durable ?

La parole a été donnée à des dirigeant-es d'entreprises du commerce équitable ainsi qu'à des experts pour identifier les leviers d'accélération de la transition écologique et sociale des entreprises.



Quand les entreprises choisissent la transition écologique et sociale...

Julie Stoll, déléguée générale de la Plate-Forme pour le Commerce Equitable :



« Aujourd'hui, il est encore bien souvent plus rentable pour une entreprise de mal se comporter que de bien se comporter ! Est-ce que cela va être vrai encore longtemps ? Comment voyez-vous les choses ?

Elisabeth Laville, cabinet Utopies :



« Nous vivons une période charnière : nous sommes la première génération à pouvoir réduire la pauvreté et la dernière à pouvoir mettre un terme au réchauffement climatique.

Les entreprises sont-elles prêtes à changer ou sont-elles encore dans l'ère du greenwashing ? L'ère des « gammes vertes » et du changement incrémental est terminée. Il faut arrêter de croire que les consommateurs ne s'intéressent qu'au prix, qu'ils ne sont pas assez intelligents pour savoir que leur consommation a un impact.

Ils ne sont pas dupes ! Les consommateurs demandent désormais un changement global des pratiques des entreprises. 78% des leaders d'opinion considèrent qu'il faut totalement remplacer les produits conventionnels par des produits biologiques et responsables. Il serait plus risqué de ne pas le faire, que de le faire ! D'ailleurs, pour une entreprise, changer radicalement ses pratiques est aussi une source de motivation pour ses salariés.

J'identifie deux leviers importants pour changer les business models en profondeur. Le premier est l'innovation produit. Le second c'est le marketing : si on prend au sérieux les produits durables, il faut mettre en place une véritable stratégie commerciale. »

Question de Julie Stoll

Vous parlez souvent des grands groupes. Dans le commerce équitable, les leaders sont souvent des PME. Ont-elles un rôle à jouer ? Ou est-ce anecdotique ? Quid des autres acteurs ?

Réponse d'Elisabeth Laville

Les grands groupes ont besoin des PME/TPE pour montrer que c'est possible : ce sont elles qui montrent la voie ! Les labels de développement durable ont un rôle déterminant à jouer : c'est sur eux que l'on va s'appuyer pour généraliser un certain nombre de pratiques. Enfin, les pouvoirs publics sont importants : la ville de New York par exemple s'est fixé un cap « zéro déchets » d'ici à 2030. La restauration collective est aussi un levier : la nourriture y est de très mauvaise qualité, pourtant beaucoup d'entre nous accepteraient de payer plus cher la nourriture de nos enfants à la cantine. »

Quand les entreprises choisissent la transition écologique et sociale...

Question de Julie Stoll aux trois entrepreneurs :

Pouvez-vous nous présenter votre entreprise et nous dire en quoi elle est « différente » ?

Jean-Pierre Blanc, directeur général des cafés Malongo :



L'entreprise Malongo compte 400 salariés, pour un chiffre d'affaires de 100 millions d'euros.

« A sa création, Malongo n'était pas engagée dans le commerce équitable. Elle a changé ses pratiques progressivement après une rencontre avec Frans van der Hoff, le co-fondateur du label Fairtrade Max Havelaar. Il a alors fallu convaincre les grandes enseignes de la distribution de jouter le jeu et de distribuer du commerce équitable.

L'objectif de Malongo est d'augmenter progressivement le nombre de producteurs bénéficiaires et la part de produits bio et équitables dans sa gamme. Elle ne passera pas pour autant entièrement en bio et équitable pour l'instant, et ce pour éviter d'être limité au rayon bio et aux cafetiers déjà engagés, mais au contraire pouvoir faire évoluer les pratiques.

L'engagement de Malongo dans le commerce équitable a changé le regard que l'on porte sur les fournisseurs, mais aussi sur les autres parties prenantes, notamment les salariés. Nous n'achetons plus le café comme avant : nous achetons 3 ans à l'avance pour garantir de la visibilité aux producteurs, nous payons le prix minimum garanti du commerce équitable ainsi que la prime qui permet de faire vivre le collectif. Au-delà du café, nous avons développé des dosettes et une machine à café écologiques !

Aujourd'hui en tant qu'entreprise, il faut faire ce que l'on dit et dire ce que l'on fait. Dans cette vision, le commerce équitable est un marqueur global d'une nouvelle économie. »

Stéphane Comar, cofondateur de l'entreprise Ethiquable :



Ethiquable est une SCOP, créée en 2003 et engagée entièrement dès le début dans le commerce équitable. Elle propose une gamme de 150 produits. Son chiffre d'affaires s'élève à 25 millions d'euros, pour 70 salariés.

Quand les entreprises choisissent la transition écologique et sociale...

« Ethiquable fait le choix de ne travailler qu'avec des petits producteurs. Nous avons recours aux différents labels de commerce équitable : Fairtrade, Ecocert et SPP. Nous travaillons avec des partenaires techniques (AVSF, ENDA) et des financeurs solidaires (la SIDI, le Crédit coopératif). Notre statut coopératif est fondé sur l'envie de faire perdurer l'entreprise dans l'avenir.

Ethiquable a fait le choix de créer de la valeur ajoutée en valorisant le terroir : les producteurs et le savoir-faire, les origines et les variétés. Les grandes entreprises se mettent aussi à la qualité. Notre démarche, c'est de changer la répartition de la valeur ajoutée et de transformer toute la chaîne de valeur. Nous travaillons aussi à optimiser les transports, les emballages... il faut innover ! »

Claude Gruffat, président de Biocoop :



Biocoop est un réseau coopératif de distributeurs de produits bio. Le réseau s'approvisionne à 100% en commerce équitable sur un nombre croissant de filières : banane, café, sucre, chocolat, thés, etc. Biocoop travaille activement au développement d'un commerce équitable local.

« Biocoop est engagé autour des valeurs du commerce équitable : l'équité, la transparence. Nous avons choisi un modèle d'agriculture biologique, paysanne et de proximité. On crée le marché en proposant des produits de haute qualité. Pour garder l'accessibilité des produits, nous ne vendons que des produits de saison et nous proposons du urac, par exemple.

Un fonds de dotation Biocoop alimente des épiceries sociales et solidaires afin de rendre les produits bio accessibles à tous. Pour autant, nous assumons l'idée que la qualité a un prix : c'est le coût global, qui intègre le prix des impacts de l'entreprise sur la société.

Notre gouvernance est plurielle : Biocoop est composé de groupements de producteurs, de salariés, de sociétaires et d'associations de consommateurs.

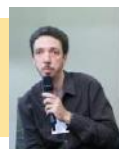
La clé, pour trouver un modèle économique durable et s'y retrouver financièrement, c'est de tenir ses promesses ! Biocoop a su créer la confiance dans les produits qu'il vend et cela s'est fait avec la mobilisation des citoyens-consommateurs. »

Quand les entreprises choisissent la transition écologique et sociale...

Question de Julie Stoll aux experts de la RSE :

Changer de modèle à grande échelle : Quelles propositions pour accompagner les transformations des entreprises pour la transition écologique et sociale

Christophe Aliot, cofondateur du Bureau d'Analyse Sociétale pour une Information Citoyenne (BASIC)



« Les inégalités sociales et environnementales augmentent, à l'intérieur des pays comme à l'international. Elles sont intrinsèquement liées à nos modes de vie : nos modes de consommation et de production – nos modèles de vie – sont intenable. Toute notre économie s'est mondialisée et un système composé de quelques grands groupes y a pris des positions-clé. Pour autant, il est possible de changer la donne. Le combat mondial pour la préservation de la couche d'ozone est un exemple de réussite qui nous autorise à être optimistes !

Les stratégies de changement doivent se fonder sur trois piliers : l'information et la sensibilisation ; le développement d'alternatives ; une régulation internationale.

L'information et la sensibilisation doivent assumer l'interdépendance des enjeux : on ne peut pas penser un enjeu sans l'autre. C'est donc une diversité de facteurs qu'il faut faire évoluer.

Le développement d'alternatives exige de renverser la logique. Il est aujourd'hui plus rentable de mal faire les choses que de bien les faire ! Cette vision des choses met de côté les coûts subis chaque jour par les individus et les Etats : c'est encore la société dans son ensemble qui prend en charge la dette économique et écologique. On est dans une mutualisation des pertes et une privatisation des gains.

Enfin, même s'il est difficile de faire émerger des accords internationaux, de nombreux leviers de régulation existent pour renverser cette logique.



Quand les entreprises choisissent la transition écologique et sociale...

Les coûts sociétaux cherchent à rendre visibles les dépenses réelles associées à une activité économique, donc les sommes d'argent occultées par le monde économique et qui permettent de résoudre les impacts qu'il génère. Les coûts changent selon le modèle de production : dans la filière cacao au Pérou par exemple, le commerce équitable a permis de réduire de 80% les coûts sociétaux. A l'inverse en Côte d'Ivoire, les pertes immédiates liées à la déforestation et au travail des enfants dans le cacao conventionnel génèrent 123 euros de coûts pour seulement 160 euros de valeur créée pour chaque sac de fèves à l'export.

Le coût sociétal interroge nos modes de vie et invite à repenser les outils de l'évaluation économique. Il peut favoriser la transition écologique et sociale de nos économies en orientant les leviers que sont la fiscalité et l'investissement en fonction des impacts sociétaux. L'idée d'une TVA différenciée en fonction des impacts est portée par exemple par la Fondation 2019, pour réintroduire une concurrence loyale entre entreprises. C'est aussi un outil efficace de prise de conscience pour tous les publics.

Les réglementations sont issues des mouvements sociaux et alternatives de terrain. Le commerce équitable ne sauvera pas la filière cacao, mais il faut regarder ce qu'il propose pour mettre en place ensuite une action systémique, qui s'attaque à la régulation et à l'investissement. »

Mathilde Dupré, coprésidente du Forum citoyen pour la RSE et chargée de programme à l'Institut Veblen



Le Forum citoyen pour la RSE et un collectif qui réunit syndicats, ONG de développement, de protection de l'environnement et de défense des droits humains et personnes ressources. Il a été créé en 2004 pour consolider l'expertise de la société civile sur les impacts des activités économiques et demander la mise en place de cadres internationaux. Il se mobilise notamment pour un reporting RSE, pour l'instauration d'une responsabilité effective des sociétés et pour l'accès à la justice des victimes dans les pays du Sud.

L'Institut Veblen est un think tank qui travaille sur la réforme des activités économiques. Il mène un programme sur les impacts des accords commerciaux, notamment avec les USA et le Canada, sur les TPE/PME.

Quand les entreprises choisissent la transition écologique et sociale...

« Le changement passe d'abord par la sensibilisation et d'information des citoyens, consommateurs et parties prenantes. C'est la première étape, mais elle ne suffit pas pour changer les pratiques de façon généralisée.

Le choix de respecter des standards et lois mieux-disant représente un coût : ce n'est pas toujours vrai que les politiques RSE permettent d'être plus compétitifs. Il faut donc un changement des règles du jeu pour permettre aux acteurs économiques d'être performants. Il faut aussi montrer que c'est possible : il a ainsi été possible de faire avancer une réglementation sur le reporting extrafinancier parce que des entreprises ont montré qu'elles étaient capables d'apporter les éléments nécessaires à ce reporting. On dit aux ONG qu'il faut se mettre d'accord avec les entreprises avant que les décideurs politiques puissent adopter une loi : il faut donc que des entreprises puissent montrer qu'elles sont partantes !

La loi obligerait les entreprises à mettre en place un plan de vigilance, avec sanction du juge en cas de manquement. Des initiatives existent en Suisse et au niveau de l'Union européenne avec la récente Initiative Carton vert qui demande aux pays membres de s'emparent du sujet : 9 Parlements nationaux ont déjà réagi. Une pétition sera lancée prochainement sur ce sujet en France.

Le fait d'avoir des règles fortes au niveau national et des règles faibles à l'international met les TPE et PME dans une situation très difficile. Tandis que les multinationales paient très peu d'impôt car elles peuvent faire de l'optimisation fiscale, les TPE/PME se retrouvent dans une situation de concurrence déloyale car elles n'ont pas les moyens de faire la même chose.

Les accords commerciaux en cours entre l'Union européenne et les Etats-Unis (TAFTA ou TTIP) et le Canada (CETA) affaiblissent la capacité des Etats à réguler les échanges internationaux : la régulation est vue comme un obstacle au commerce. Cette vision menace les acquis sociaux et environnementaux des standards en cours au sein de l'UE et de pays comme la France.

Certains acteurs sociaux font preuve d'une certaine schizophrénie sur la régulation. La FNSEA par exemple, qui fait campagne pour une simplification à outrance de la régulation, a conclu en septembre 2016 un accord sur la régulation du prix du lait ! »

On observe globalement un écart de plus en plus grand entre les pratiques des entreprises (reposant sur l'objectif d'accroître les échanges et la production) et les autres objectifs de politiques publiques. Cette tension croissante va de pair avec une dérégulation globale des échanges.

Les principes directeurs de l'ONU sur la RSE posent le principe d'une responsabilité qui doit s'appliquer à chaque niveau de la chaîne d'approvisionnement. Ils répondent à la multiplication des échelons et à la dilution de la responsabilité qui en découle en demandant aux entreprises de reprendre la main sur la traçabilité de leur filière, l'identification des risques, l'application des réglementations locales, le respect de pratiques d'achat décentes, etc. En France, la proposition de loi sur le devoir de vigilance est en attente d'une 2e lecture au Sénat.



Atelier

LE CHOCOLAT FACE AU CLIMAT :

L'agroécologie est-elle la solution pour une filière cacao équitable et durable ?

Le chocolat face au climat

L'AGROÉCOLOGIE EST-ELLE LA SOLUTION POUR UNE FILIÈRE CACAO ÉQUITABLE ET DURABLE ?



Une conférence animée par Florence Sonntag, Responsable plaidoyer & développement à la Plate-Forme pour le Commerce Équitable



Marc Dufumier, agronome, professeur émérite à l'AgroParisTech, président de la PFCE



Marion Feige-Muller, analyste au BASIC, co-auteure du rapport « La face cachée du chocolat » (2016)



François Ruf, chercheur au CIRAD, spécialiste de la filière cacao, basé à Abidjan



Emmanuelle Poirier-Magona, chef de projets, division agriculture, développement rural et biodiversité de l'AFD



Déforestation, dérèglements climatiques, sous-rémunération chronique et travail des enfants forment encore le paysage de la filière cacao mondiale en 2016. A quelles conditions l'agroécologie et le commerce équitable peuvent-ils être une solution pour la filière ?

L'atelier « Le chocolat face au climat » a permis de revenir sur les conclusions du rapport du BASIC publié par la PFCE, « La face cachée du chocolat », sur les coûts cachés de la filière cacao. Marc Dufumier, agronome et président de la PFCE, de retour de mission en Afrique de l'Ouest, a également pu témoigner de son expérience et décrypter les enjeux de l'agroécologie sur le terrain.

RETROUVEZ LES OUTILS DE L'ATELIER CHOCOLAT

[Synthèse de l'étude](#)

« La face cachée du chocolat »

[Rapport complet de l'étude](#)

« La face cachée du chocolat »

[Présentation de Marc Dufumier](#) « Cacaoculture et commerce équitable en Côte-d'Ivoire »

[Rapport de Marc Dufumier](#) « L'adaptation de la cacao-culture ivoirienne au dérèglement climatique : L'agroécologie pourrait-elle être une solution ? »

Le chocolat face au climat

Marion Feige-Muller, analyste au BASIC, co-auteure du rapport
« La face cachée du chocolat » (2016)



« L'étude réalisée par le BASIC permet de comprendre l'organisation de la filière cacao au niveau international avec un focus particulier sur la Côte-d'Ivoire (1er exportateur de fèves, 40% de la production mondiale), le Pérou (pays où le commerce équitable est bien ancré et 9ème producteur mondial) et la France pour comprendre notre marché de consommation. Notre objectif était d'objectiver les impacts tout au long de la filière, sur les modes de production et les modes de consommation, pour pouvoir les évaluer en termes de coûts reportés sur la société. »

Les résultats de l'étude font état d'une filière conventionnelle non soutenable en termes économiques, sociaux et environnementaux car elle fonctionne sur un objectif de rentabilité financière. La déforestation, le travail des enfants et l'insécurité alimentaire sont les trois principaux impacts que la filière cacao engendre sur les petits producteurs et leurs familles. Le coût de ces impacts négatifs est reporté sur la société. Par exemple, nous estimons que pour 1 euro de valeur créée, la filière cacao-chocolat génère 77 centimes de coûts sociétaux en Côte d'Ivoire et 37 centimes au Pérou.

Le commerce équitable permet de réduire significativement les coûts sociétaux (jusqu'à 80% de réduction au Pérou) grâce à la garantie de revenus stables et suffisants, le renforcement des coopératives et l'investissement dans les services essentiels locaux. Néanmoins, les impacts du commerce équitable dépendent du contexte du pays. Notre analyse a identifié plusieurs conditions nécessaires pour enclencher les boucles vertueuses de la démarche équitable : une dynamique coopérative solide et ancrée dans la communauté, un prix et une prime collective suffisants, l'adoption de pratiques agroforestières et la mise en place de filières valorisant l'origine du cacao et le terroir. »



Marc Dufumier, agronome, professeur émérite à
l'AgroParisTech, président de la PFCE

« On prétend que les prix de la fève de cacao sont actuellement élevés en Côte-d'Ivoire : 1000 CFA le kilo ! Mais cela représente un revenu de 329 € / habitant par an, soit moins d'1 € par jour et par habitant. La répartition de la valeur le long de la filière cacao est particulièrement inéquitable. Pourrait-on envisager, dans un pays comme la Côte-d'Ivoire, une cacao-culture plus rémunératrice qui rendrait la situation des producteurs plus équitable ? Les prix mondiaux sont en hausse car la demande en produits chocolatés augmente. La Côte d'Ivoire est le 1er producteur et le 1er exportateur mondial de cacao mais fait état d'un des rendements les plus faibles au monde.

Le chocolat face au climat

Les plantations sont vieillissantes et il n'est désormais plus possible de défricher de nouvelles terres en déforestant. La Côte d'Ivoire a déjà perdu 80% de sa forêt (en partie à cause de la production de cacao) et l'État protège aujourd'hui ce qu'il reste de forêt. Les cacaoyers souffrent d'une perte de fertilité des sols, de parasitisme et de périodes de sécheresses de plus en plus intenses et prolongées. L'adaptation de cette filière au changement climatique devient donc une question primordiale pour la durabilité de la cacaoculture. Est-il possible de concevoir des filières alternatives ? Oui, car de toute façon la filière conventionnelle n'a pas d'avenir : les écosystèmes vont être de plus en plus improductifs.

Il n'existe pas de solution uniforme pour toutes les régions mais l'utilisation de la prime équitable pourrait permettre l'implantation de nouvelles cacaoyères avec un revenu garanti et l'instauration de méthodes de production agro-écologiques : réhabilitation de l'ombrage avec des arbres « amis », fertilité du sol grâce à la chute des feuilles, présence d'insectes auxiliaires, récolte diversifiée, qui garantiraient un rendement plus important et de meilleure qualité sur le long terme.

Rapport de Marc Dufumier : L'adaptation de la cacao-culture ivoirienne au dérèglement climatique : L'agroécologie pourrait-elle être une solution ?



François Ruf, chercheur au CIRAD, spécialiste de la filière cacao, basé à Abidjan

« Le résultat d'une économie aujourd'hui est le produit d'une longue histoire. C'est le premier problème rencontré dans nos partenariats et nos affrontements avec les chocolatiers qui partent de la situation actuelle sans connaître son historique.

Si l'on reprend les origines de la production cacaoyère il y a 4 siècles, il est question de d'individus qui ont migré seuls et se retrouvent face à une immense forêt. Ils développent leur activité en suivant un cycle qui consiste à défricher la forêt et à créer son propre patrimoine grâce à la plantation cacaoyère. Sans aucun bagage, ils arrivent à construire une économie et maintenir une certaine croissance de revenu. Aujourd'hui, ils doivent faire face à plusieurs causes qui affectent la rentabilité des plantations : baisse de la fertilité des sols, dérèglements climatiques, apparition de bio-agresseurs, migration croissante vers les cacaoyères, agrandissement de la famille à nourrir,... Ces problèmes existent déjà depuis 40 ans en Côte d'Ivoire et sont maintenant étendus dans tout le pays.

A la fin de chaque cycle, deux options sont apparues : le producteur peut initier un nouveau cycle en recréant une plantation 50km plus loin dans la forêt (ce qui a accentué la déforestation jusqu'à faire disparaître 80% de la forêt ivoirienne), ou, le producteur maintient sa plantation mais diversifie sa production et mise sur une capacité de résilience de la plantation qui ne dépend pas uniquement d'une évolution du marché mais aussi des évolutions environnementales.

Le chocolat face au climat

La Côte-d'Ivoire, qui a tout misé sur la production de cacao est un exemple de dynamisme d'agriculture familiale absolument incroyable mais qui a aujourd'hui atteint ses limites. Les politiques y ont joué un rôle important dans le développement de la production mais n'ont pas su anticiper le problème de durabilité de la filière. Les enjeux de la filière sont aujourd'hui d'ordre économique mais aussi écologiques, sociaux et politiques. »



Emmanuelle Poirier-Magona, chef de projets, division agriculture, développement rural et biodiversité de l'AFD

Quelle orientation des programmes d'aide au développement et quels modèles économiques et agricoles doivent être privilégiés du point de vue de l'Agence Française de Développement ?

« Il n'y a pas de solution miracle et uniforme : cela dépend des contextes climatiques, géologiques, sociaux... Nous devons prendre en considération les producteurs, leurs contraintes, leurs choix et leur contexte familial. Lorsqu'on leur parle d'agro-écologie et de bonnes pratiques, trop souvent, on leur présente des solutions des pays du Nord en oubliant que leurs priorités sont différentes des nôtres. Les projets doivent prendre en compte les besoins essentiels tels que la sécurisation du foncier, l'accès à l'éducation, l'accès à l'eau,... qui ne sont pas acquis dans ces communautés. Les producteurs du Sud sont aussi les premières victimes des dérèglements climatiques (sécheresses, inondations,...).

Le développement, c'est aussi prendre en compte les aspirations des individus et des familles. Souhaitent-ils un épanouissement par la terre, souhaitent-ils rejoindre les villes ? Les variables à prendre en compte sont tellement diverses et complexes que les directions prises par les États, les acteurs mais aussi par l'AFD peuvent parfois être incohérentes. C'est pourquoi l'AFD souhaite renforcer cette réflexion de manière plus humaine et plus globale.

Cela fait plus de 20 ans qu'elle soutient des projets dits « d'agro-écologie » étant persuadée qu'il s'agissait de la solution miracle. Mais l'AFD a appris de ses expériences. En essayant d'exporter des recettes toutes faites qui existaient dans de grandes exploitations au Brésil, à de petites exploitations familiales en Afrique, elle a réalisé qu'un contexte écologique, social et politique différent, pouvait avoir un impact très différent sur la production. Plutôt que d'avoir un regard critique sur la technique, l'AFD essaie désormais d'adopter une approche plus « bottom-up » : Qu'est-ce que les paysans font ? Comment peut-on les accompagner dans leurs pratiques innovantes et positives ?

Ici réside le vrai potentiel du commerce équitable ! Il y a un véritable travail à réaliser en Côte-d'Ivoire, une histoire est à construire avec notamment le programme ÉQUITÉ qui est financé par l'AFD et le FFEM. Il s'agit avant tout d'éviter les idées préconçues de ce qui est bien ou non et d'essayer de travailler avec les populations et les gouvernements locaux.



Atelier

**LES PRODUCTRICES SONT-ELLES
DES PETITS PRODUCTEURS
COMME LES AUTRES ?**

**Agir pour l'égalité femmes-hommes
dans le commerce équitable !**

Les productrices sont-elles des petits producteurs comme les autres ?

AGIR POUR L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES
DANS LE COMMERCE ÉQUITABLE !



*Un atelier conçu et animé par Pauline Chabbert
Formatrice et directrice associée du Groupe EGAE*

Pauline.chabbert@groupe-egae.fr



Le Groupe EGAE intervient dans le domaine de l'égalité femmes-hommes et de la lutte contre les discriminations auprès des entreprises, des services publics de l'Etat, des collectivités locales, des organisations internationales, des Fondations et des ONG et associations en France et à l'international.

La thématique de l'émancipation des femmes, et de la promotion de l'égalité femmes-hommes est une question importante pour le mouvement du commerce équitable. En effet, le commerce équitable porte des valeurs d'égalité, et d'autonomisation des petits producteurs. Mais le commerce équitable bénéficie-t-il réellement à tous et à toutes ? Qui sont exactement les « petits producteurs » du commerce équitable ? Les productrices profitent-elles autant que les hommes des impacts positifs du commerce équitable ?

Objectifs de l'atelier :

Mieux comprendre les mécanismes qui structurent les inégalités entre les femmes et les hommes, partout dans le monde et se répercutent aussi dans les activités du commerce équitable

Imaginer des solutions collectives pour promouvoir un véritable changement social, porteur d'égalité et d'autonomisation pour les femmes dans le commerce équitable.



Les productrices sont-elles des petits producteurs comme les autres ?

I - Sensibilisation sur l'égalité femmes-hommes et aux stéréotypes sexistes Focus sur la France

Aujourd'hui, en Europe, nous vivons dans ce que l'on pourrait appeler l'« illusion de l'égalité ». En effet, les droits des femmes ont tellement avancé au cours des dernières décennies, que l'on vit dans avec l'impression que l'égalité entre les femmes et les hommes est acquise, et présente partout.

En réalité, les données montrent bien qu'en France comme ailleurs, il existe encore de nombreuses inégalités entre les hommes et les femmes, et que les clichés persistent.

24%
de différence de salaire

1/3
travaille à temps partiel

15% des métiers
pour 50% des femmes

670€
de différence dans le
montant de la retraite

**33,7
millions**

14 heures
de tâches domestiques
supplémentaires par semaine

16%
de femmes mères

84 000
femmes violées
chaque année

40%
des mères voient leur
carrière impactée par
l'arrivée d'un enfant

*L'illusion de l'égalité en France en
quelques chiffres*



Ces chiffres révèlent les conséquences des stéréotypes véhiculés et imposés par la société sur la base du sexe biologique, qui conduisent petit à petit à une « naturalisation des rôles sociaux » (cf. Françoise Héritier).

Les stéréotypes sont présents dans la vie de tous les jours, et s'impose à nous dès le plus jeune âge, dans l'enfance, au travail, dans les publicités, de manière inconsciente dans notre façon de juger et d'agir.

Ils ont des conséquences importantes sur les « choix » qui sont ensuite laissées aux filles et garçons, aux femmes et aux hommes dans leur carrière professionnelle, dans le partage des tâches, la pratique sportive, les loisirs et l'investissement citoyen et politique.

**Les inégalités femmes-hommes ont des
conséquences à plusieurs niveaux :**

Les productrices sont-elles des petits producteurs comme les autres ?

Une invisibilité des femmes dans tous les domaines publics et notamment la vie politique



Une invisibilité du sujet de l'égalité des femmes-hommes et du droit des femmes dans les politiques publiques



Un traitement différencié entre les hommes et les femmes dans les médias

Pour en savoir plus : Baromètre 2016 de l'égalité entre les femmes et les hommes en France : <http://www.familles-enfance-droitsdesfemmes.gouv.fr/publications/droits-des-femmes/egalite-entre-les-femmes-et-les-hommes/vers-legalite-reelle-entre-les-femmes-et-les-hommes-les-chiffres-cles-lessentiel-edition-2016/>

II - Quels liens entre le commerce équitable et l'égalité femmes-hommes ?

En dépit des avancées, les femmes continuent de subir de nombreuses discriminations dans tous les domaines, partout dans le monde, aussi bien en Europe que dans les pays du Sud, partenaires du commerce équitable.

Les femmes représentent la majorité des travailleurs précaires et n'ayant pas accès à la protection sociale dans les pays du Sud, ceci est notamment vrai dans l'agriculture car elles travaillent au sein d'exploitations familiales non formelles. Pour des raisons relatives aux lois et aux coutumes, les femmes sont discriminées dans l'accès aux ressources productives comme la terre, les crédits, les formations et les technologies.

1. Le constat :



Les productrices sont-elles des petits producteurs comme les autres ?

En raison des rôles traditionnels qui leur sont assignés, elles gèrent la majorité des tâches domestiques et de soins (des enfants et de la famille) et sont sous-représentées dans les espaces de décisions politiques et économiques. Dans le système Fairtrade International, par exemple, elles ne représentent que 22% des membres des coopératives certifiées Fairtrade alors qu'elles composent 46% de la main d'œuvre salariée des plantations certifiées Fairtrade.

Selon la FAO :

Éliminer les disparités entre les hommes et les femmes dans l'agriculture pourrait réduire de 100 à 150 millions le nombre de personnes souffrant de la faim dans le monde

Si les femmes avaient accès aux mêmes ressources que les hommes, elles pourraient augmenter la production mondiale de 20 à 30%

2. Quelques points de convergence entre égalité femmes-hommes et commerce équitable :

Les femmes représentent une grande partie de la main d'œuvre du commerce équitable dans les filières agricoles et artisanales / (43% en moyenne dans le monde et jusqu'à 70% dans certains pays du Sud).

Le commerce équitable entend promouvoir l'empowerment / émancipation des petits « producteurs » des pays du Sud. C'est ce même concept d'empowerment qui est aussi au cœur du projet d'égalité entre les femmes et les hommes et de l'approche genre et développement.

Le commerce équitable a pour projet de réduire les inégalités économiques entre les individus en leur proposant des outils de « juste rémunération » de leur travail.

3. Identification des différentes formes d'inégalités existantes entre les hommes et les femmes

En raison, du statut et du rôle assigné aux femmes sur la base de leur sexe (biologique), il convient de prendre conscience que les femmes et les hommes ne font pas face aux mêmes réalités et aux mêmes défis au quotidien dans leur vie et dans leur travail. L'exercice suivant permet d'identifier les contraintes spécifiques auxquelles peuvent être confrontées des femmes productrices.



Les productrices sont-elles des petits producteurs comme les autres ?

ETUDE DE CAS : Une coopérative de femmes productrices de karité au sein d'une filière de commerce équitable

Différentes formes d'inégalités existantes entre les hommes et les femmes : Diversification des revenus ; Accès à la protection sociale ; Accès à la gestion et aux décisions économiques ; Accès au foncier, crédit, technologies, marchés ; Partage des tâches domestiques et soins ; Prise de décision familiale ; Violences/Harcèlement ;

« Au Burkina Faso, une trentaine de femmes ont créé une coopérative où elles produisent du beurre de karité, qu'elles vendent ensuite en France à un réseau de commerce équitable. Afin de diversifier leurs revenus, elles ont également décidé de produire du sésame et de le transformer en huile de sésame destinée à la commercialisation.

Les arbres à karité poussent assez facilement sur des terrains et des forêts communales accessibles à tous. Les femmes ne sont pas propriétaire de la terre, mais elles ont cependant accès aux arbres à karité pour faire leur cueillette. Les terres pour faire pousser le sésame appartiennent la plupart du temps aux hommes du village (maris, frères, cousins) qui en ont hérité. Au Burkina Faso, comme dans de nombreux pays africains, les femmes héritent rarement de la terre, elles sont oubliées par les politiques dans l'attribution des parcelles aménagées et n'ont très souvent pas de ressources économiques pour louer ou acheter des lopins de terres.

En moyenne, les femmes productrices se lèvent à 5h le matin et assurent les tâches de nettoyage et de cuisine, et gèrent les enfants. Elles sont également en charge de la collecte de l'eau et du bois qui est parfois déléguée à une fille ou une cousine au besoin.

Au niveau de la commune, il existe une organisation professionnelle des producteurs de karité. A ce jour, elle compte 55 personnes, dont 10 femmes dont une est élue au conseil d'administration. Le bureau de l'organisation est dirigé par un Président et deux vice-présidents. La répartition de la prime issue de la filière équitable est décidée par les membres lors d'une réunion mensuelle qui se tient le soir à l'heure de coucher les enfants.

Les produits de la vente du karité à un prix équitable ont permis aux membres de la coopérative de bénéficier de la mise en place d'une mutuelle qui inclut des visites médicales pour les enfants. De plus, le niveau de vie des ménages s'est amélioré, les enfants vont à l'école, ils sont mieux vêtus et mangent à leur faim. Grâce à l'amélioration des revenus des femmes, les hommes du village se retrouvent plus souvent autour d'une boisson locale pour discuter.

Les femmes productrices ont quant à elles affirmé qu'elles sont mieux reconnues par la communauté, et certaines d'entre elles ont décidé de se présenter aux élections municipales. A leur demande, une campagne de sensibilisation à la contraception et la lutte contre les mariages forcés sera lancée cette année grâce aux bénéfices du commerce équitable. » 27

Les productrices sont-elles des petits producteurs comme les autres ?

4. Témoignage : La situation des femmes au Liban



Mona Bouzza de Fair Trade Lebanon

Fair Trade Lebanon a été créé en 2006, afin de lutter contre la pauvreté dans les zones rurales, notamment en accompagnant les femmes, qui sont en situation de précarité extrême dans ces zones, en valorisant leur savoir-faire traditionnel et local. Fair Trade Lebanon est une organisation faîtière, qui fédère 14 coopératives, majoritairement composées de femmes, qui produisent des plats cuisinés (houmous, épices, huile d'olive, etc.).

Cette initiative est née de la volonté des femmes de développer leur activité économique dans un secteur agricole où les hommes possèdent plus de 75% des terres. *Fair Trade Lebanon* permet de créer de la valeur ajoutée dans les filières agricoles libanaises et ainsi d'apporter des revenus complémentaires à ceux des hommes dans les communautés.

Quelques chiffres clefs sur la situation des femmes au Liban

Education : une femme sur six est illettrée.

Au niveau politique : seulement quatre femmes sont députées sur 128 sièges au Parlement. Ce n'est qu'en 2004 qu'une femme a été nommée pour la première fois ministre. Depuis, trois femmes ont pris en charge des portefeuilles ministériels.

Le mariage est religieux (et non laïc) au Liban et répond aux règles de la religion concernée. En cas de divorce, la garde des enfants est systématiquement confiée au père.

Les femmes ayant recours à **l'avortement** risquent jusqu'à sept ans de prison et l'avortement n'est toléré que si la vie de la mère est en danger.

Violences : 277 cas de violences faites aux femmes par mois. Le parlement libanais a adopté en avril 2014 une loi pour la protection des femmes dans les cas de violence domestique mais qui ne protège pas la femme libanaise contre le viol conjugal.



Fair Trade Lebanon et les femmes :

Les $\frac{3}{4}$ des coopératives partenaires de Fair Trade Lebanon ont à leur tête des femmes. Fair Trade Lebanon propose aux femmes des formations techniques (cuisine, gestion-comptabilité, normes d'hygiène), et leur apporte des compétences dans le secteur du commerce équitable (respect des cahiers des charges, marketing, etc.). Cette initiative a un impact très positif, en permettant aux femmes d'être plus indépendantes et autonomes et d'être davantage écoutées dans leur famille et communauté.



Les productrices sont-elles des petits producteurs comme les autres ?

LES MOUVEMENTS FEMINISTES DANS LES PAYS DU SUD :

L'égalité femmes-hommes n'est pas un concept qui vient des pays du Nord !

De nombreux mouvements de femmes et/ou se revendiquant féministes portent des revendications en faveur des droits des femmes et de l'égalité femmes-hommes dans les pays du Sud et partout dans le monde. Le mouvement féministe est pluriel et complexe et chaque association ou groupe des femmes porte des revendications spécifiques en fonction des contextes et des possibilités, mais toutes convergent vers le même objectifs : lutter contre les inégalités et reconnaître les droits égaux pour tous et toutes.

- Dès 1985, les Conférences Mondiales des Femmes et notamment, celle de Beijing en 1995, ont été portées par des mouvements de femmes du Sud.
- Du 8 au 11 septembre 2016, le 13^{ème} Forum féministe international de l'AWID s'est tenu au Brésil et a rassemblé 2000 femmes venues du monde entier, avec leur diversité.

Pour en savoir plus :

<http://www.forum.awid.org/forum16/fr>
et <http://www.awid.org/fr>

III - Quelles solutions pour lutter contre les inégalités femmes-hommes?

Pour lutter contre les inégalités femmes-hommes de nombreuses actions peuvent être mises en place au niveau local : sensibilisation à l'égalité femmes-hommes, plaidoyer pour l'accès à la terre, quotas et soutien à l'accès des femmes aux espaces de décision économique, partage des tâches, mise en place d'infrastructures spécifiques comme la garde d'enfants, des campagnes de lutte contre les violences conjugales...

L'atelier a permis aux participant.es de réfléchir à des actions à mener au niveau de la PFCE et de ses membres en France notamment :

- Reconnaître le travail « invisible » des femmes en les valorisant par une campagne et des témoignages
- Inviter et faire intervenir des femmes engagées au Sud lors de tables rondes, pour connaître leur combat et leurs besoins, notamment lors de la quinzaine du commerce équitable
- Sensibiliser les équipes aux questions de genre au Nord et au Sud
- Créer des outils de sensibilisation et de formations adaptés aux enjeux et aux contextes d'intervention des pays du Sud
- Travailler sur les modes d'organisation interne et les inégalités au sein des organisations du Nord (savoir se questionner avant de questionner ses partenaires !)
- Intégrer l'égalité femmes-hommes dans le suivi des projets et des partenariats

Afin de répondre à tous ces enjeux la PFCE mettra en place un groupe de travail sur l'égalité femmes-hommes et le commerce équitable.



RESSOURCES

ACTUALITÉS DU COMMERCE ÉQUITABLE EN 2016

Présentation d'introduction des Universités d'Été du Commerce Équitable : [Télécharger ici](#)

LA GRANDE CONFÉRENCE

Présentation du BASIC : [Télécharger ici](#)

ATELIER « LE CHOCOLAT FACE AU CLIMAT »

Présentation de Marion Feige-Muller du BASIC : [Télécharger ici](#)

Présentation de Marc Dufumier : [Télécharger ici](#)

Rapport de Mission de Marc Dufumier : [Télécharger ici](#)

Synthèse de l'étude « La face cachée du chocolat » (20 pages) :
[Télécharger ici](#)

Rapport complet de l'étude « La face cachée du chocolat » (112 pages) :
[Télécharger ici](#)

ATELIER « LES PRODUCTRICES SONT-ELLES DES PETITS PRODUCTEURS COMME LES AUTRES ? »

Présentation de Pauline Chabbert : [Télécharger ici](#)



Merci à tous nos invités qui ont répondu présents pour cette édition 2016 des universités d'été du commerce équitable et rendez-vous en septembre 2017 pour la prochaine édition !



SUIVEZ-NOUS SUR :



@LA_QUINZAINE_CE



MOUVEMENT ÉQUITABLE

ABONNEZ-VOUS À NOTRE NEWSLETTER :

ÉCHOS ÉQUITABLES
LA NEWSLETTER DE LA PLATE-FORME POUR LE COMMERCE ÉQUITABLE

