



UNIVERSITÉS D'ÉTÉ DU COMMERCE ÉQUITABLE



13 septembre 2019

BILAN



Avec le soutien de



Les tendances du marché équitable

Les tendances du marché du secteur sont disponibles sur notre [infographie](#) et dans notre [communiqué de presse](#) sur les chiffres du secteur.

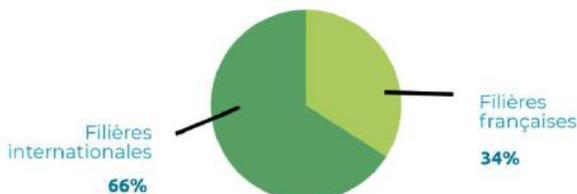
+ 1,276 milliard €

de ventes de produits issus du commerce équitable

 **842 millions d'euros**

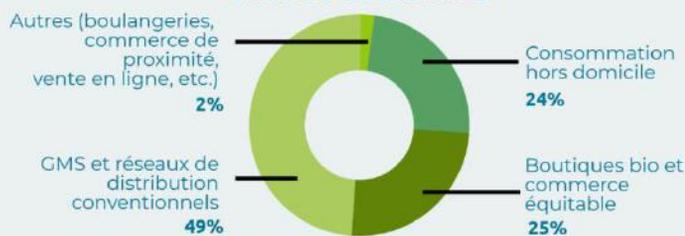
 **434 millions d'euros**

Répartition des ventes de commerce équitable



Commerce équitable filières internationales

Lieux de distribution



Double-labellisation bio-équitable

84%

des références de produits équitables Filières internationales

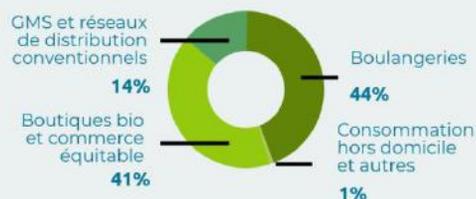


Répartition par famille de produits



Commerce équitable Origine France

Lieux de distribution



Double labellisation bio-équitable

47%

des ventes Filières françaises



Répartition par famille de produits



Prix du panier moyen par habitant

Les nouveautés 2019 du mouvement français du commerce équitable

Le projet FAIR Future

Un projet sur 3 ans (2019-2022) pour sensibiliser 120.000 jeunes grâce à l'éducation au commerce équitable pour changer nos modes de consommation

Le programme Équité Afrique de l'Ouest 2

Une seconde phase de 4 ans (2019-2023) pour changer l'échelle des impacts économiques du commerce équitable et accélérer la transition agroécologique



Le guide international des labels

Publication prévue en octobre 2019.
Si vous souhaitez recevoir le guide des labels en PDF et/ou imprimé rendez vous sur [le formulaire en ligne](#)



Assises Nationales du commerce équitable Origine France

La rencontre professionnelle des acteurs 2019 des filières françaises de commerce équitable
22 novembre – Paris 18e



La campagne « Un café à l'équité »

Une campagne collaborative pour mettre l'équité au cœur du commerce du café et développer durablement la filière à travers : la consommation équitable, les régulations et les modes de production.



> Retrouvez la [présentation du baromètre 2019 du secteur](#)

Commerce Équitable : Pourquoi avons-nous encore besoin des labels ?

Une conférence inversée animée par Julie Stoll avec :



Jean-Pierre LOISEL, Chef du service communication, éducation, développement à l'Institut National de la Consommation (INC)



« Le label permet aux consommateurs d'avoir confiance dans un produit. Il est particulièrement utile en grande distribution, alors que dans des circuits courts avec des relations directes entre producteurs et consommateurs, d'autres modes de confiance s'opèrent.

Les consommateurs souhaitent avec le maximum d'informations concernant les produits qu'ils achètent mais disposent en réalité de peu de temps pour les lire. Un label apparaît bien souvent comme un excellent moyen de résumer des caractéristiques souvent complexes d'un produit. »

Marie-France CORRE, experte associée au cabinet UTOPIES

UTOPIES®

« Le fait que le label soit public ou privé n'est pas déterminant sur la propension du consommateur à opter pour les produits porteurs du label. Selon les cas et selon les produits, les consommateurs pourront avoir plus confiance dans le gouvernement ou dans une entreprise. Dans tous les cas, les labels ne peuvent être seuls des outils de changements, ils doivent être accompagnés pour influencer sur les comportements. Par exemple les Etats Unis ont le meilleur système d'étiquetage nutritionnel au monde mais c'est pourtant chez eux que les problèmes de surpoids et d'obésité sont les plus importants. »

« Le mouvement des entrepreneurs sociaux (Mouves) n'a pas obtenu des pouvoirs publics la création d'un label mais celle d'un agrément ESUS (Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale) géré par les pouvoirs publics. Le problème c'est que personne ne connaît cet agrément, les consommateurs n'ont pas été informés, donc cela ne procure aucun avantage marketing aux entreprises qui font l'effort de se conformer aux critères de cet agrément. Le label est intéressant car il déploie des outils de communication auprès des consommateurs.

La puissance publique devrait proposer une fiscalité qui avantage les entreprises mieux disantes au niveau social et environnemental. »

> Retrouvez le [compte rendu complet de la conférence](#)

Propositions pour dynamiser la consommation responsable et le rôle des labels

Caroline NEYRON : « C'est le moment, il faut y aller, on a les solutions ! Il faut se préparer collectivement et avoir des discours concrets pour prendre les gens au mot : vous voulez un nouveau capitalisme ? On a des idées. Le mouvement peut faire force pour bouger les pouvoirs publics. »

Marie-France CORRE : « Nous devons continuer à convaincre, former les gens, les gilets jaunes qui n'ont pas accès financièrement à une consommation alternative : c'est la seconde cible. Ces cibles subissent aussi les externalités négatives d'une consommation non responsable. »

Jean-Pierre LOISEL : « Le commerce équitable Origine France aide à l'éveil des consciences des consommateurs grâce à des produits équitables et bio. Des cibles sont laissées pour compte dans des populations défavorisées. »



Lancement de la 2^{ème} phase du programme Équité - Afrique de l'Ouest

Commerce Équitable France et Agronomes et Vétérinaires Sans Frontières signent avec l'AFD un financement de 11,5 millions d'euros pour la seconde phase du Programme ÉQUITÉ – Afrique de l'Ouest qui vise à renforcer les filières de commerce équitable sur la zone pour diminuer la pauvreté et améliorer la résilience des petit·e·s producteur·rice·s face aux changements climatiques.



*De gauche à droite : **Frédéric Apollin**, Directeur général d'AVSF – Agronomes et Vétérinaires Sans Frontières ; **Marc Dufumier**, Président de Commerce Équitable France ; **Bertrand Walckenaer**, Directeur général délégué de l'AFD – Agence Française de Développement, signent la convention et marquent le lancement officiel de la phase 2 du programme.*

> Accédez au [communiqué de presse](#) du lancement officiel du Programme Équité – Afrique de l'Ouest 2

Atelier 1 : Justice économique et résilience climatique : même combat ? Les exemples des filières café, lait et légumineuses



Au programme de cet atelier, **les résultats de deux études inédites**, commanditées cette année par Commerce Équitable France et **produites par le BASIC** (Bureau d'Analyse Sociétale pour une Information Citoyenne) :

BASIC

L'étude [« Café, la success story qui cache la crise »](#) analyse les (dys)fonctionnements et les leviers à actionner pour garantir la durabilité de la filière du café dans un contexte de concentration de la richesse et de dérèglements climatiques.

Le second rapport de recherche [« Rémunération des producteurs et transition agroécologique: quelles contributions du commerce équitable origine France? »](#) présente une analyse autour des filières lait et légumes secs.



Commerce équitable et enjeux climatiques : Ce qu'il faut retenir

En quoi la construction de prix équitables permet-elle d'agir sur la résilience climatique ?

- ✓ Avec des prix justes, les producteurs ont plus de moyens pour investir dans de nouvelles pratiques de production durables.
- ✓ La prime peut elle aussi être utilisée pour financer des transformations collectives.

En quoi la gouvernance et les rapports de force dans les filières alimentaires impactent-ils la résilience climatique ?

- ✓ La transition écologique appelle des investissements sur le temps long : le commerce équitable garantit des contrats dans la durée.
- ✓ La résilience climatique doit se penser globalement tout au long de la chaîne d'approvisionnement des filières agricoles : une gouvernance démocratique permet de favoriser un dialogue constructif.

En quoi l'organisation collective de producteur.trice.s est un facteur de succès pour la transition agroécologique ?

- ✓ Les producteurs peuvent partager des bonnes pratiques, mutualiser les risques et mieux faire entendre leur voix et leurs préoccupations aux autres acteurs des filières,
- ✓ Ensemble, ils renforcent leur autonomie et leur pouvoir de négociation pour vendre à des prix rémunérateurs qui leur permettent d'investir dans modes de production plus résilients,

> Retrouvez la [présentation de Christophe Alliot du BASIC](#)



Atelier 2 : Outils et pratiques innovantes pour accélérer la transition écologique et sociale dans les coopératives d'Afrique de l'Ouest



Les principaux résultats du Programme ÉQUITÉ Afrique de l'Ouest par Barbara GUITTARD, Directrice technique d'AVSF



«Le programme Equité Afrique de l'Ouest a obtenu des résultats prometteurs en s'articulant principalement autour de deux leviers de changement :

- La mise en place d'un système de financement des projets identifiés et mis en œuvre directement par les coopératives agricoles d'Afrique de l'Ouest.

Les coopératives ont fait leur choix des priorités et des investissements en matière de transition agro-écologique. Malgré une durée de projet assez courte (entre 18 et 24 mois maximum par projet), elles sont parvenues à obtenir des résultats prometteurs : conversions bio, installation de parcelles agro-forestières sur la filière cacao en Côte d'Ivoire, amélioration de la gestion de parcs à karité, augmentation des surfaces de collecte de noix gérés durablement, mise en place d'outils de transformation utilisant une énergie issue des déchets de culture et transformation sur la filière karité et anacarde au Burkina Faso.

- La consolidation de plateformes nationales de commerce équitable qui contribuent à créer un écosystème favorable au développement des filières durables et rémunératrices. Ces plateformes constituent un maillon essentiel pour faire entendre la voix des producteurs auprès des autorités nationales et contribuer à la mise en œuvre de politiques publiques concertées. »

> Retrouvez la [présentation de Barbara Guittard d'AVSF](#)

**Les outils développés par Nitidæ par Julien GONNET,
Chargé de projets NITIDAE**



« NITIDAE a développé plusieurs outils innovants qui permettent aux organisations de producteurs de bénéficier de prix rémunérateurs et de s'engager dans la transition écologique de leur mode de production et de transformation.

Par exemple, le dispositif N'Khalo est un service d'information sur les marchés qui permet d'informer, à travers des bulletins web ou des SMS, les coopératives ouest-africaines et les producteurs membres sur les cours des marchés de l'anacarde, du karité, etc. Cela permet de réduire l'asymétrie d'information sur les prix dans les filières agricoles, ce qui constitue un premier levier d'équité pour tous ! On s'aperçoit que le pouvoir de négociation est fortement accru dès lors que l'acheteur sait que le producteur est informé.

La plateforme AGROVALOR met à disposition des coopératives des technologies de transformation de la noix de cajou, du karité et des fruits, qui transformer les déchets de production pour générer de l'énergie et éviter les pollutions et permettent d'économiser jusqu'à 100% de bois de chauffe. »

[> Retrouvez la présentation de Julien Gonet de NITIDAE](#)

**Les leviers du partenariat de commerce équitable par Arthur
GAUTIER, Responsable filières, SCOP ETHIQUABLE**

The logo for Ethiquable consists of the word 'ETHIQUABLE' in white capital letters on a dark red rectangular background, which is itself on a green rectangular background.

«La SCOP Ethiquable a développé des partenariats de commerce équitable avec deux coopératives en Afrique de l'ouest. Avec la coopérative COOPAKE (Burkina Faso), Ethiquable a permis de stabiliser dans la fourchette haute les revenus des producteurs, qui étaient très variables du fait des prix fluctuants de la noix de cajou. L'achat de productions diversifiées au sein de la coopérative (hibiscus, sésame, etc.) a permis à la coopérative d'être plus résiliente d'un point de vue économique mais également d'un point de vue écologique (en valorisant au maximum la caractère biologique de la parcelle).

Avec la coopérative SCEB (Cote d'Ivoire), Ethiquable a rémunéré à presque le double du prix de marché un cacao biologique, misé sur l'amélioration de la qualité (travail sur les variétés, mise en place de caissons de fermentation, etc.), et des pratiques agroécologiques limitants les charges et améliorant les rendements. »

[> Retrouvez la présentation d'Arthur Gautier d'ETHIQUABLE](#)

