



Le 22 novembre 2019, Commerce Équitable France réunissait **200 professionnels de** l'agroalimentaire à l'occasion des 2^{nde} Assises nationales du commerce équitable origine France. Les ventes des produits de commerce équitable français ont triplé entre 2015 et 2018 pour atteindre les **434 millions d'euros** (dont près de la moitié, également labélisées bio). Ces filières de commerce équitable bénéficient d'ores et déjà à plus de 8 000 producteurs et productrices en France. Ces Assises ont été l'occasion de faire connaître les bénéfices écologiques, économiques et sociaux du commerce équitable et d'identifier des leviers pour accélérer et accompagner son développement.

Les 8 propositions présentées ci-dessous sont issues des discussions et des travaux menés lors de ces Assises. Si ces propositions s'adressent directement aux pouvoirs publics, ce cahier vise aussi à alimenter les discussions de tous les acteurs qui s'inscrivent dans l'accompagnement d'une transition écologique, solidaire et citoyenne de notre alimentation. Ces propositions visent ainsi à être mises en débats au sein des organisations du monde agricole, dans les entreprises de l'agroalimentaire, les entrepreneurs à impact, les représentants de la distribution et des consommateurs, les ONGs environnementales, ou encore les institutions de recherche.

À PROPOS DE COMMERCE ÉQUITABLE FRANCE

Créé en 1997, Commerce Équitable France promeut et défend le commerce équitable en France et à l'international, pour accompagner les transitions écologiques et sociales des modes de production et de consommation.

Le collectif réunit **une trentaine d'organisations françaises** du secteur : entreprises engagées, labels, réseaux de distribution, associations de consommateurs et d'éducation à la citoyenneté mondiale, organisations de solidarité internationale et acteurs de la recherche et de l'enseignement.

Il agit également pour **plus d'équité dans toutes les relations économiques** en vue d'encourager la justice sociale, les droits humains et la protection de l'environnement.

Plus d'infos sur www.commercequitable.org









8 RECOMMANDATIONS

POUR CHANGER D'ÉCHELLE

LEVIER 1

INFORMER ET SENSIBILISER I FS CONSOMMATFURS

- Des allégations de commerce équitable sécurisées avec l'obligation de s'appuyer sur des labels
- 2 Une stratégie nationale d'éducation à la consommation responsable et équitable

LEVIER 2

FAVORISER L'ACCESSIBILITÉ DES PRODUITS À HAUTE VALEUR SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

- Une TVA réduite pour tous les produits labelisés de commerce équitable
- Un engagement des distributeurs à ne pas pratiquer de sur-marges pour les produits équitable et bio
- Une Politique Agricole Commune qui rémunère les Services Environnementaux effectués par les producteur.ice.s
- Pour une montée en gamme de la restauration collective, plus de commerce équitable dans les cantines

LEVIER 3

RENFORCER LE SOUTIEN À L'ENGAGEMENT DES ENTREPRISES DANS LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET SOCIALE

- Un crédit d'impôt pour les investissements de mise en conformité avec les exigences du commerce équitable
- Un avoir fiscal pour couvrir les frais de labélisation équitable

LE COMMERCE ÉQUITABLE ORIGINE FRANCE :

DES PRIX JUSTES POUR ACCOMPAGNER LA TRANSITION AGROÉCOLOGIQUE

Transformer nos modèles alimentaires pour répondre à la crise climatique et mieux rémunérer les producteur.rice.s : l'équation décisive

Le <u>rapport du GIEC</u>¹ paru en août 2019 est implacable : notre agriculture et notre alimentation sont trop fortement émettrices de gaz à effet de serre et accélèrent le réchauffement climatique... alors même qu'ils pourraient faire partie de la solution! Pour répondre à l'urgence climatique, nous allons devoir changer en profondeur nos modèles agricoles et nos modes de consommation. CHANGER, oui mais comment?

Pour le GIEC, si dans les pays du Sud, l'urgence est à l'intensification en vue d'accroître les rendements à l'hectare, les pays de l'OCDE doivent miser en priorité sur la promotion de systèmes de production agricole capables tout à la fois de protéger les potentialités productives des écosystèmes et d'atténuer le réchauffement climatique global en séquestrant du carbone dans la biomasse et les sols : agroforesterie, agriculture biologique, rotations de cultures, associations culturales, recours aux légumineuses pour la fertilisation biologique des sols en azote, etc. et accompagner l'adoption de régimes alimentaires moins carnés avec plus de légumineuses, légumes et céréales.

D'après l'IDDRI et leur <u>scénario prospectif</u> <u>TYFA (Ten Years for Agroecology)</u>², l'Europe a la capacité de relever ce défi : il démontre qu'une **Europe 100% agroécologique à horizon 2050** est possible et qu'elle permettrait de répondre aux

1 Le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) (en anglais Intergovernmental Panel on Climate Change, ou

IPCC) est un organisme intergouvernemental ouvert à tous les pays

membres de l'ONU. Il a publié en août 2019 un rapport spécial sur le changement climatique et les sols. Disponible sur : www.ipcc.ch/

défis écologiques du climat et de la biodiversité tout en garantissant la sécurité alimentaire des Européens.

Pourtant, ça n'est pas si simple: en effet, le monde agricole alerte régulièrement les décideurs politiques et l'opinion publique sur le désarroi des producteurs et des productrices qui dénoncent, à juste titre, l'impasse économique dans laquelle se trouve un trop grand nombre d'entre eux. Comment investir dans le changement et s'inscrire dans la transition écologique quand la précarité et l'instabilité financière sont devenues la norme?

Résoudre cette équation, décisive pour les générations présentes et futures, c'est la problématique sur laquelle ont planché les 200 participants conviés aux Assises nationales du commerce équitable origine France le 22 novembre dernier.

Le commerce équitable : quand tous les acteurs de la chaîne alimentaire prennent leur part de responsabilité et s'engagent dans l'accompagnement des transitions

Un prix rémunérateur payé aux producteurs, des engagements commerciaux sur la durée et un fonds de développement qui alimente des projets revitalisants pour les organisations collectives : ces éléments sont constitutifs des partenariats de commerce équitable. Ils construisent une visibilité économique pour les producteurs et un partage des risques propices à l'accélération des mutations agricoles et alimentaires.

L'<u>étude</u>³ réalisée en 2019 par le bureau d'études Le Basic documente ces mécanismes et **confirme leurs effets sur la transition des modes de productions.**

srccl/

² L'Institut du développement durable et des relations internationales (IDDRI) est un think tank qui facilite la transition vers le développement durable. L'étude est disponible sur www.iddri.org

³ L'étude du Bureau d'analyse sociétale pour une information citoyenne est disponible sur www.commercequitable.org

Cette étude décrypte comment les organisations de producteurs de lait et de légumineuses, insérés dans des filières de commerce équitable et bénéficiant d'une visibilité sur les prix et les volumes, investissent dans des modes de production en accord avec les trajectoires du scénario TYFA.

Tout au long de la journée, des acteurs de terrain, producteurs agricoles et entreprises, ont fait écho aux résultats de ces chercheurs et ont pris la parole pour témoigner des dynamiques économiques et écologiques vertueuses qu'ils construisent ensemble.

Quels leviers actionner pour un changement d'échelle du commerce équitable ?

Les participants aux Assises nationales du commerce équitable origine France l'ont déclaré sans aucune ambigüité lors d'un vote en direct en plénière : pour 92% d'entre eux, le commerce équitable doit avoir pour double objectif la juste rémunération des producteurs ET la transition agroécologique.

C'est à partir de cette double exigence qu'ils ont réfléchi à comment accélérer la contribution du commerce équitable aux mutations socio-économiques de notre pays.

C'est ainsi que les Assises nationales du commerce équitable origine France ont permis de formuler 8 recommandations pour changer d'échelle.

Ces recommandations s'articulent autour des 3 leviers suivants :

- 1. Informer et sensibiliser les consommateurs
- 2. Favoriser l'accessibilité prix des produits à haute valeur sociale et environnementale
- 3. Renforcer le soutien à l'engagement des entreprises dans la transition écologique et sociale

Changeons nos échanges : agissons ensemble pour un commerce plus équitable au service de la transition écologique et sociale!

Des centaines d'entreprises, des milliers de producteurs, des centaines de milliers de consommateurs ont déjà fait le choix de changer leurs échanges en s'engageant pour le commerce équitable! C'est l'action conjointe de tous et de chacun qui permettra la transformation profonde et à grande échelle de nos modes de production et de consommation. Alors que le commerce équitable est une démarche de la société civile, construit par des acteurs de terrain engagés, les pouvoirs publics doivent désormais se joindre à la grande aventure du commerce équitable et prendre des mesures au service de la transition écologique et sociale.

Les 8 recommandations de ce cahier doivent permettre d'actionner de nouveaux leviers pour favoriser le changement d'échelle des actions de tous les acteurs de la chaîne alimentaire, des producteurs aux consommateurs, en passant par les transformateurs et les distributeurs! Si ce cahier de proposition est issu des travaux des Assises nationales du commerce équitable origine France, ces recommandations ont vocation à s'appliquer de la même manière **aux** acteurs et aux filières de commerce équitable international qui composent également une partie de la consommation quotidienne des français et dont les impacts sociaux et écologiques sont, en général, comparables à ce qui a été présenté sur les filières françaises.

INFORMER ET SENSIBILISER

LES CONSOMMATEURS



Des allégations de commerce équitable sécurisées avec l'obligation de s'appuyer sur des labels

La loi sur l'Économie Sociale et Solidaire de 2014 a donné, à travers son article 94, une définition du commerce équitable permettant à des pratiques de contractualisation équitable de trouver une reconnaissance légale. Cette loi a permis aux initiatives de se développer et d'être reconnues par les consommateurs. Le triplement des ventes de produits issus du commerce labellisé équitable entre 2015 et 2018 témoigne de tout l'intérêt de cette nouvelle visibilité!

Mais en parallèle, on assiste aussi à une prolifération de produits portant des allégations équitables sans labels!

CE QU'EN PENSENT LES PROFESSIONNELS

Les participants aux Assises du 22 novembre ont exprimé, à travers un vote en direct, leur opinion sur la question. Les résultats sont sans appel : il faut renforcer le cadre juridique du commerce équitable.

Un commerce équitable où coexistent légalement des initiatives avec et sans labels c'est :

Pour 55% : Illisible pour les consommateurs, il faut renforcer la régulation du commerce équitable

Pour 35% : Injuste car ça constitue une concurrence déloyale vis-à-vis des entreprises qui s'engagent dans une labélisation

Et pour seulement 10% : C'est OK, c'est aux consommateurs de faire leur choix !

Or, la loi **n'impose pas** aux entreprises se réclamant de pratiques de commerce équitable d'avoir recours à des labels. Pourtant, **en** l'absence de contrôles indépendants, il est impossible pour les consommateurs comme pour les pouvoirs publics, de s'assurer de la mise en œuvre effective des **engagements** exigeants du commerce équitable.

Ainsi, le cadre de 2014 ne paraît plus suffisant aujourd'hui : il faut renforcer la loi!

LA LOI ESS

Les 6 critères de la définition légale du commerce équitable (article 94 de la loi sur l'Economie Sociale et Solidaire de 2014) :

- Des prix rémunérateurs pour les producteurs, basés sur les coûts de production et une négociation équilibrée
- Un engagement commercial pluriannuel entre les producteurs et les acheteurs
- Le versement d'un montant supplémentaire destiné au financement de projets collectifs
- Une autonomie des producteurs grâce à la mise en place d'une gouvernance démocratique dans leurs organisations
- La transparence et la traçabilité des filières
- La sensibilisation des consommateurs à des modes de production socialement et écologiquement durables

LES LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE

La dernière édition du Guide International des labels de commerce équitable
Les labels de commerce équitable sont des outils de sécurisation des opérateurs
économiques, comme des consommateurs. En savoir plus :

www.commercequitable.org





Une stratégie nationale d'éducation à la consommation responsable et équitable

Les consommateurs aussi ont entamé leur mutation. Le <u>baromètre Greenflex-ADEME</u>

2019¹ montre que les français ont compris que le modèle actuel est à bout de souffle. 67% d'entre eux ont déjà engagé des changements de certaines de leurs pratiques. Mais il faut aller plus loin ! Cela doit être le bagage de tout citoyen, jeune et moins jeune, que de comprendre les interactions complexes entre modes de consommation, santé, environnement, emploi etc.

Pour faire les bons choix, les consommateurs doivent connaître et comprendre les impacts sociaux et environnementaux des différents modes de consommation.

La France doit se doter d'une stratégie ambitieuse et concertée d'éducation, formelle et non formelle, à la consommation responsable et équitable.

L'éducation nationale doit intégrer dans tous les curriculums, de la maternelle aux études supérieures, des enseignements à l'intersection de l'éducation économique et de la citoyenneté.

Les associations de consommateurs, comme les associations d'éducation populaire, jouent un rôle majeur mais peinent à déployer leurs actions, faute d'un soutien structuré et structurant.

Les pouvoirs publics doivent renforcer leurs soutiens et les cadres de collaborations avec les acteurs de l'éducation à la consommation responsable.

#FAIRFUTURE

#FAIRFuture : un programme pour éduquer 130 000 jeunes à la consommation responsable et équitable

3 ans pour informer, former et outiller près de 130 000 jeunes pour devenir acteur.rice.s de la transformation de nos modes de consommation et de production, c'est l'ambition portée par un consortium piloté par Commerce Équitable France et réunissant l'ATES, Bioconsom'acteurs, le CDTM, FAIR[e] un monde équitable, FairNESS, la Fédération Artisans du Monde, ISF, le LERASS, Max Havelaar France.

Des campagnes et dispositifs d'envergure seront déployés pour et avec les jeunes de différentes tranches d'âge :

- 3 000 Jeunes Ambassadeurs de commerce équitable dans les lycées
- 100 000 étudiant.e.s informé.e.s via la campagne « Génération Équitable »
- 30 FAIRzones organisées partout en France par Fair[e] un monde équitable pour mobiliser les jeunes actif.ve.s

Ce programme bénéficie du soutien de l'Agence Française de Développement.

¹ Le baromètre est disponible sur www.greenflex.com

FAVORISER L'ACCESSIBILITÉ DES PRODUITS À HAUTE VALEUR SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

Pour changer d'échelle, il faut rendre les produits à externalités positives plus accessibles pour tous les consommateurs.



Une TVA réduite pour tous les produits labelisés de commerce équitable

Depuis 2012, la France a mis en place une taxe soda pour promouvoir une alimentation plus équilibrée et réduire le coût croissant pour la sécurité sociale qu'engendrent les différents soins médicaux liés à une mauvaise alimentation. Similairement, dans le domaine agricole et alimentaire, certaines pratiques entraînent des coûts cachés importants, dont les conséquences incombent en partie à la collectivité : pollution des eaux, perte de biodiversité, diminution des insectes pollinisateurs, risques pour la santé humaine de l'exposition aux résidus de pesticides dans les aliments, etc.

Les initiatives visant à réduire ces coûts pour la puissance publique, comme pour les acteurs du secteur privé, **méritent d'être encouragées**. Alors que le commerce équitable fait la démonstration qu'il permet d'accélérer la transition écologique, un taux de TVA réduit spécifique serait une mesure permettant d'encourager les entreprises à proposer des produits issus du commerce équitable et d'envoyer des signaux positifs aux consommateurs.



Un engagement des distributeurs à ne pas pratiquer de sur-marges pour les produits équitables et bio

Aujourd'hui la transparence sur les marges se fait... à la marge! Les enquêtes systématiques et fiables sur le sujet sont rares et les informations remontant du terrain sont souvent contradictoires. Pour tant, alors que les pressions sur le pouvoir d'achat des consommateurs sont de plus en plus pressantes, démocratiser l'accès des produits à haute valeur sociale et environnementale

comme ceux issus du commerce équitable ou de l'agriculture biologique est une priorité. Nous demandons aux acteurs de la distribution de s'engager à ne pas pratiquer de politique de sur-marge pour tous les produits équitables.



Une Politique Agricole Commune qui rémunère les Services Environnementaux effectués par les producteur.ice.s

Dans les filières équitables et/ou bio, le coût du travail supplémentaire fourni par les producteur.rice.s pour mettre en oeuvre des services éco-systémiques est pris en charge, in fine, par les consommateur.ice.s. Pourtant, qu'il s'agisse de restauration de la biodiversité, ou encore de l'amélioration de la capacité des sols à capter du carbone et à limiter le réchauffement climatique, ces services environnementaux bénéficient à toute la société! Ce sont des services d'intérêt général.

Démocratiser les produits équitables et bio et les rendre accessibles au plus grand nombre, c'est possible, à condition que l'ensemble de la société prenne en charge ces services environnementaux d'intérêt général.

Les primes PAC bénéficient aujourd'hui en priorité à des fermes de grande taille, de manière déconnectée de la réalité de leurs engagements sur l'environnement. Ce système permet des prix artificiellement bas pour de nombreux produits alimentaires conventionnels.

Une PAC volontariste et résolument rénovée doit permettre de rémunérer le travail de tous les agriculteurs qui enclenchent une transition forte de leurs modes de production. Une telle politique agricole européenne permettra de réduire les différences de prix entre les produits conventionnels et les produits bio et équitables et d'en démocratiser ainsi l'accès au plus grand nombre!



Pour une montée en gamme de la restauration collective, plus de commerce équitable dans les cantines

Les pratiques d'approvisionnement des collectivités pour la restauration collective publique ont un rôle majeur à jouer pour structurer des filières durables et équitables et offrir une alimentation de qualité à leurs convives.

Les objectifs de **20% de bio** dans les cantines à **l'horizon 2021** fixés par la <u>loi EGALIM</u>¹ sont, à ce jour, très loin d'être atteints.

Le commerce équitable pourrait être un atout majeur dont pourraient se saisir les collectivités pour entrer dans des contractualisations rémunératrices permettant d'inciter localement les producteurs à entamer une transition vers l'agriculture biologique. La loi EGALIM encourage d'ailleurs les restaurants collectifs à introduire des produits issus du commerce équitable.

¹ Loi du 30 octobre 2018 pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous votée le 1er novembre à l'issue des États Généraux de l'Alimentation.

RENFORCER LE SOUTIEN À L'ENGAGEMENT DES ENTREPRISES DANS LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET SOCIALE

L'urgence climatique décrétée en 2019 par la France puis par l'Union Européenne appelle des actes forts, concrets et innovants pour accélérer les mutations de nos modes de production et de consommation. Les entreprises peuvent être au cœur des solutions, et nombreuses sont celles qui le prouvent au quotidien. Mais pour accélérer leur transition, il faut un cadre fiscal rénové et incitateur.

Les bonnes pratiques sociales et environnementales ne doivent plus être un frein au développement économique des entreprises qui s'engagent. La fiscalité des entreprises doit permettre d'envoyer des signaux prix incitatifs qui orientent et accompagnent résolument les acteurs économiques vers la transition sociale et environnementale.



Un crédit d'impôt pour les investissements de mise en conformité avec les exigences du commerce équitable

Transformer son modèle économique pour devenir une entreprise respectueuse des principes du commerce équitable demande pour la plupart des organisations des **investissements importants**.

Pour les entreprises de commerce équitable existantes, comme pour celles qui souhaitent le devenir, proposer de nouveaux produits, développer de nouveaux partenariats, ou encore faire évoluer ses modes de contractualisation entraîne des coûts. Ces coûts constituent un frein au changement.

Les pouvoirs publics doivent accompagner les entreprises qui investissent dans la transition écologique et dans l'innovation sociale via la mise en place d'un crédit d'impôt dédié, sur un modèle approchant celui du crédit impôt recherche.



Un avoir fiscal pour couvrir les frais de labélisation équitable

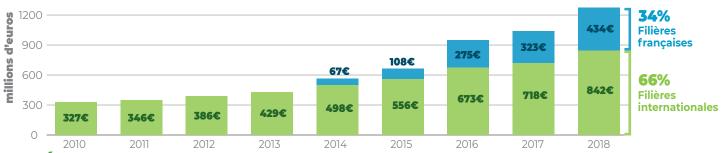
Alors que le principe du « pollueur payeur » peine encore à se généraliser, on assiste à une situation tout à fait paradoxale, où ce sont les acteurs économiques les plus vertueux qui doivent payer des sommes considérables pour attester de la véracité de leurs bonnes pratiques.

La labélisation des produits issus du commerce équitable, avec des audits indépendants et des contrôles partiers partie, est incontournable pour garantir la crédibilité des pratiques de commerce équitable. Mais, cette obligation pèse aussi sur la **compétitivité prix** des produits.

Pour démocratiser l'accès aux produits équitables, comme pour rétablir les conditions d'une concurrence loyale entre les entreprises qui apportent la preuve de leur engagement dans la transition écologique et sociale, et les autres, nous proposons la mise en place d'un avoir fiscal permettant de couvrir les frais de labélisation.

LE COMMERCE ÉQUITABLE ORIGINE FRANCE :

EN CHIFFRES



Évolution des ventes de produits issus du commerce équitable entre 2010 et 2018

434 millions €

de ventes issues du commerce équitable origine France en 2018

Soit une croissance de 34% en 2018 par rapport à 2017. Cumulées, les ventes de produits issues du commerce équitable toutes origines confondues représentent 1,276 milliard d'euros et ont crû de 22% en 2018!



1400 références produit

Tous les produits qui composent l'assiette des Français se retrouvent en commerce équitable.







Épicerie

sucrée







engagés dans la démarche

Illustration de la diversité des territoires et des filières -)

Plus de 8 000 producteur-ice-s en France

les 7 filières:

- Fruits et légumes
- Céréales, légumineuses, huiles
- Viande porcine
- Viande bovine
- Poulet et œufs
- Lait
- Plantes aromatiques

LE COMMERCE ÉQUITABLE ORIGINE FRANCE :

DES PRIX JUSTES POUR ACCOMPAGNER LA TRANSITION AGROÉCOLOGIQUE

Ce cahier de recommandations a été rédigé et mis en page par :



d'après les discussions et travaux menés lors de la seconde édition des Assises nationales du commerce équitable origine France du 22 novembre 2019

Ce cahier de recommandations a été financé par :





