GUIDE PRATIQUE

DU COMMERCE ÉQUITABLE APPLIQUÉ EN FRANCE

À DESTINATION DES COLLECTIVITÉS ET DES ACHETEURS PUBLICS

PLATE-FORME POUR LE COMMERCE ÉQUITABLE

TERRITOIRES de commerce équitable

Réseau Grand Ouest
commande publique & développement durable

Cette brochure propose aux collectivités territoriales françaises de prendre connaissance des ***récentes évolutions réglementaires intervenues dans le secteur, qui ont notamment ouvert la définition légale du commerce équitable à des relations commerciales avec des producteurs basés en France.***

Il s'agit de mieux s'en approprier le contenu *et d'identifier leurs implications concrètes en matière de soutien aux filières françaises de commerce équitable mises en place sur leurs territoires. Une* ***rubrique spécifique consacrée aux achats publics*** *apportera des éléments de cadrage sur les possibilités dont disposent désormais les acheteurs publics pour faire mention du commerce équitable et de son application en France dans les marchés publics.*

Au-delà du strict cadre réglementaire, cette brochure permettra également de ***mieux comprendre les démarches de commerce équitable existantes en France*** *et de découvrir les travaux que mènent la Plate-Forme pour le Commerce Equitable, le réseau d'Initiatives pour une Agriculture Citoyenne et Territoriale (InPACT) et la Fédération Nationale d'Agriculture Biologique (FNAB) pour accompagner et proposer un cadre structurant à ces démarches.*

Crédits photo : *PFCE, Biopartenaire*
Pictogrammes : *freepik.com* ***Édition*** *: Juin 2016* ***Graphisme*** *: PFCE*

Edito

Prix juste, engagement commercial dans la durée, appui au préfinancement des récoltes, projets collectifs communautaires : les outils économiques du commerce équitable ont fait leur preuve dans les pays du Sud en matière d'amélioration des conditions de vie des producteurs, de renforcement de leurs organisations agricoles et à la mise en œuvre de pratiques agricoles plus respectueuses de leur environnement.

Émilie Durochat

Responsable Partenariats & Développement à la Plate-Forme pour le Commerce Équitable

Un commerce équitable appliqué en France, et pourquoi pas ? Depuis quelques années, des entreprises de commerce équitable travaillent 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. Le commerce équitable appliqué en France représente une réelle opportunité pour permettre à ces différents acteurs, agriculteurs et entreprises, de travailler ensemble au sein de filières plus équitables.

À travers la commande publique et des politiques de soutien au secteur, les collectivités territoriales ont un véritable rôle à jouer pour soutenir le développement de ces filières d'avenir.

LE SAVIEZ-VOUS ?

Bien qu'étant un secteur économique encore émergent, le commerce équitable en France représente un chiffre d'affaires de **108 millions d'euros en 2015 et plus de 1100 produits disponibles** dont 95% en alimentaire, qui sont également tous certifiés en agriculture biologique. Avec plus de **3000 producteurs français impliqués et une croissance rapide** (+ 60% de chiffre d'affaires entre 2014 et 2015) le commerce équitable appliqué en France apparait comme **un formidable outil pour promouvoir des systèmes alimentaires durables et citoyens !**

SOMMAIRE

I UN NOUVEAU CADRE RÉGLEMENTAIRE POUR LE COMMERCE ÉQUITABLE

P. 6 - Loi sur l'ESS: ce qui change
P. 8 - Ce que vient préciser le décret d'application du 19/09/2015
P. 9 - Vers une reconnaissance publique des labels privés de commerce équitable

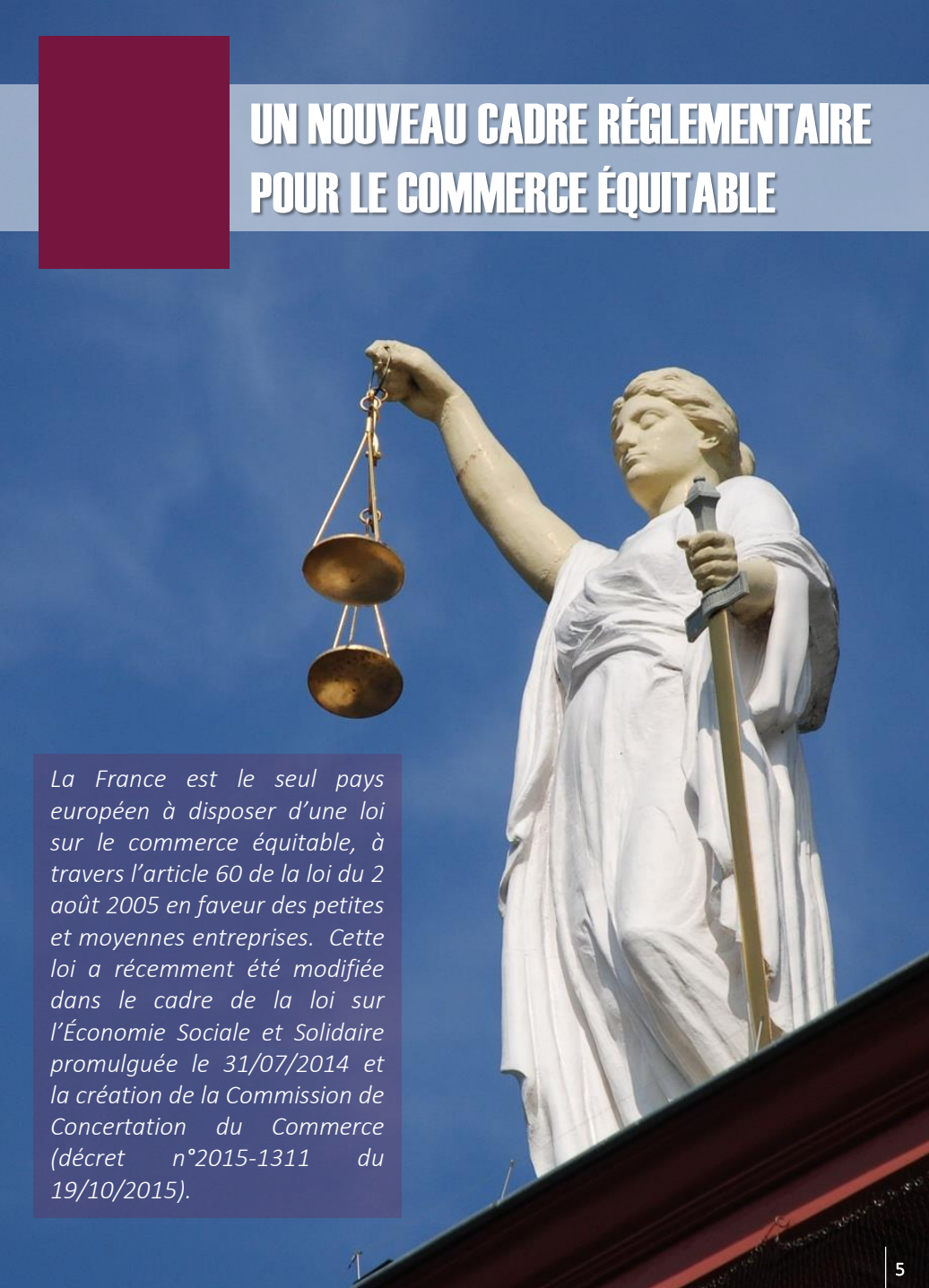
II MIEUX COMPRENDRE LE COMMERCE ÉQUITABLE APPLIQUÉ EN FRANCE

P. 12 - Commerce équitable local, circuits courts ou de proximité : comment s'y retrouver ?
P. 13 - Le commerce équitable local en France : un secteur émergent
P. 14 - La Charte nationale du commerce équitable local

III UN NOUVEAU RÔLE A JOUER POUR LES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

P. 17 - La commande publique équitable
P. 21 - Appui aux acteurs des filières du commerce équitable en France
P. 22 - Les questions que vous vous posez

UN NOUVEAU CADRE RÉGLEMENTAIRE POUR LE COMMERCE ÉQUITABLE



La France est le seul pays européen à disposer d'une loi sur le commerce équitable, à travers l'article 60 de la loi du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises. Cette loi a récemment été modifiée dans le cadre de la loi sur l'Économie Sociale et Solidaire promulguée le 31/07/2014 et la création de la Commission de Concertation du Commerce (décret n°2015-1311 du 19/10/2015).

I - LOI SUR L'ESS : CE QUI CHANGE

« L'idée de promouvoir des formes diverses de commerce équitable provient du constat que le dit "libre échange" à l'échelle mondiale est à l'origine de situations sociales particulièrement injustes et intolérables. Longtemps réservée exclusivement à des échanges entre producteurs du Sud et consommateurs du Nord, la mention "Commerce équitable" vient d'être formellement élargie à des produits et services issus de transactions Nord - Nord, suite à la promulgation de la loi sur l'économie sociale et solidaire (ESS) de juillet 2014. Cette loi vient préciser les conditions à remplir pour que le vocable « commerce équitable » puisse être désormais utilisé dans des échanges Nord-Nord comme Nord-Sud. »

Marc Dufumier
Agronome et Président de la Plate-Forme pour le Commerce Équitable

UNE OUVERTURE AUX ÉCHANGES COMMERCIAUX DANS LES PAYS DU NORD

La loi n°2014-856 du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire (ESS) autorise désormais les entreprises à utiliser la mention « commerce équitable » sur des produits français. Les entreprises mettant sur le marché des produits équitables qu'ils soient issus d'échanges Sud-Nord ou d'échanges Nord-Nord devront être en capacité d'apporter la preuve du respect des principes inscrits dans la loi.

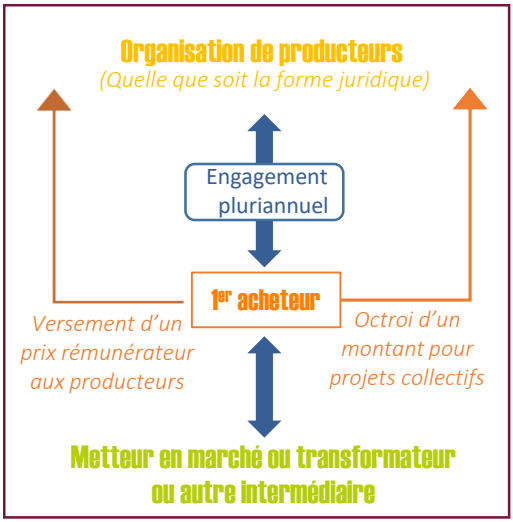
LOI ESS 2014 : GLOSSAIRE

TRAVAILLEURS : Le terme « travailleurs » retenu ici par le législateur a été préféré à celui de « producteur », car il désigne les salariés et toute personne qui emploie sa force de travail (cf. précision apportée dans le cadre du débat parlementaire du 03/07/2014).

ACHETEUR : L'acheteur désigne dans cet article le « premier acheteur », c'est à dire l'acteur économique (quelle que soit sa forme juridique) qui achète en direct aux producteurs organisés collectivement (et non le consommateur final).

UNE DÉFINITION PLUS PRÉCISE DES PRINCIPES FONDAMENTAUX DU COMMERCE ÉQUITABLE

Cette loi mentionne désormais explicitement plusieurs principes fondamentaux du commerce équitable, qui participent de sa définition : le paiement par l'acheteur d'un prix rémunérateur pour les producteurs, l'octroi par l'acheteur d'une prime obligatoire, destinée au financement de projets collectifs. Ces précisions permettent notamment de limiter les utilisations abusives de la terminologie « commerce équitable » et de faciliter le travail de contrôle des allégations de commerce équitable par les services de l'Etat, notamment par la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF).



CE QUE DIT LA LOI

[EXTRAITS] ARTICLE 60 de la loi du 2 août 2015 (amendée par la loi ESS du 31/07/2014)

Le commerce équitable a pour objet d'assurer le progrès économique et social des travailleurs en situation de désavantage économique du fait de leur précarité, de leur rémunération et de leur qualification, organisés au sein de structures à la gouvernance démocratique, au moyen de relations commerciales avec un acheteur, qui satisfont aux conditions suivantes :

1° - Un engagement entre les parties au contrat sur une durée permettant de limiter l'impact des aléas économiques subis par ces travailleurs, qui ne peut être inférieure à trois ans.

2° - Le paiement par l'acheteur d'un prix rémunérateur pour les travailleurs, établi sur la base d'une identification des coûts de production et d'une négociation équilibrée entre les parties au contrat

3° - 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.

II - CE QUE VIENT PRÉCISER LE DÉCRET D'APPLICATION N° 2015-1157 DU 17 SEPTEMBRE 2015 RELATIF AU COMMERCE ÉQUITABLE

« En ouvrant de nouveaux horizons pour la création de filières d'avenir, cette évolution réglementaire majeure constitue une opportunité unique de démultiplier le potentiel du commerce équitable, dont les principes et outils ont vocation à irriguer l'ensemble des pratiques économiques.

Julie Stoll
Déléguée générale de la Plate-Forme pour le Commerce Équitable

En précisant les principes fondamentaux du commerce équitable, cette loi participe ainsi à promouvoir un commerce équitable exigeant et capable d'impacter le développement durable des producteurs et des territoires ruraux. Le contrôle des allégations de commerce équitable par les services de l'Etat notamment par la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF), en sera grandement facilité et permettra de sanctionner les dérives ou les mentions abusives. »

NOTION DE DÉSAVANTAGE ÉCONOMIQUE : Sont considérés comme étant en situation de désavantage les travailleurs se trouvant dans l'une ou l'autre des situations suivantes : ceux qui n'ont pas accès aux moyens économiques et financiers et à la formation nécessaires pour leur permettre d'investir dans leur outil de production et de commercialisation ; ceux qui sont en situation de vulnérabilité spécifique du fait de leur environnement physique, économique, social ou politique ; ceux dont les productions sont liées aux ressources et spécificités de leur territoire et qui n'ont accès habituellement qu'au marché local pour la distribution de leurs produits.

DURÉE DE L'ENGAGEMENT COMMERCIAL : Si le texte de loi précise que l'engagement entre les parties au contrat ne peut être inférieur à 3 ans, il convient de préciser que la mention de cette durée n'a pas l'obligation de figurer dans le contrat stricto-sensu mais peut être mentionnée dans d'autres types de documents (plans d'approvisionnements,...). Le décret d'application n°2015-1157 vient alléger cette durée minimum de 3 ans en autorisant un engagement commercial à 1 an à travers la mention suivante : « *Le contrat mentionné au 1 du II de l'article 60 de la même loi peut prévoir une période d'essai non reconductible d'une durée maximale d'un an* ».

Pour Violaine Ronzon, paysanne et membre de l'ARDEAR Rhône Alpes :
« La reconnaissance du commerce équitable local avec le changement de la loi sur l'économie sociale et solidaire 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. »

III - COMMISSION DE CONCERTATION DU COMMERCE : VERS UNE RECONNAISSANCE PUBLIQUE DES LABELS PRIVÉS DE COMMERCE ÉQUITABLE

En octobre 2015, a été créée la Commission de Concertation du Commerce (dite « 3C »), qui réunira les principaux acteurs du commerce en France (voir décret n°2015-1311 du 19/10/2015). Cette commission nationale aura pour mission d'apporter **une reconnaissance publique aux labels privés de commerce équitable.** Sur une base volontaire, les labels privés de commerce équitable présents sur le marché français pourront désormais effectuer une demande de reconnaissance auprès de cette commission.

CE QUE DIT LA LOI

[EXTRAITS] DÉCRET N°2015-1311 DU 17/10/2015 - ARTICLE 3

La commission de concertation du commerce est également chargée de reconnaitre les systèmes de garantie et les labels de commerce équitable, en application de l'article 60 de la loi du 2 août 2005 susvisée.

Les demandes de reconnaissance, dont les éléments sont définis par arrêté du ministre en charge du commerce, sont instruites par une section thématique de la commission de concertation du commerce. La section thématique entend le demandeur à sa requête et rend un avis motivé sur la demande de reconnaissance.

Les systèmes de garantie et les labels du commerce équitable reposent sur les critères suivants :

- échanges commerciaux poursuivant le développement économique et social durable ;
- existence d'un dispositif de régulation des prix ;
- caractère démocratique des groupements de producteurs ;
- respect d'engagements environnementaux et sociaux contrôlés par un tiers ;
- initiatives valorisant des modes de production et d'exploitation respectueux de la biodiversité ;
- transparence vis-à-vis des consommateurs.

Les décisions de reconnaissance sont prononcées pour une durée de trois ans renouvelable.

MIEUX COMPRENDRE LE COMMERCE ÉQUITABLE APPLIQUÉ EN FRANCE

« 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. »

Marc Guyot, paysan et cofondateur de Terr'Etic

I - COMMERCE ÉQUITABLE LOCAL, CIRCUITS COURTS OU DE PROXIMITÉ : COMMENT S'Y RETROUVER ?

LE POINT SUR LES DEFINITIONS : DES DEMARCHES DIFFÉRENTES...

- **CIRCUIT COURT** : Selon le Ministère de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche, est considéré comme un circuit court en France, le circuit de distribution dans lequel intervient au maximum un intermédiaire entre le producteur et le consommateur. Un circuit court peut donc concerner la commercialisation de produits agricoles par la vente directe du producteur au consommateur ou la vente indirecte à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire. Contrairement aux idées reçues, il n'y a pas de notion géographique de proximité derrière le terme circuit court, le producteur pouvant être proche ou non du consommateur.
- **CIRCUITS LOCAUX/DE PROXIMITÉ** : Un circuit local ou de proximité ne tient pas compte du nombre d'intermédiaires mais de la distance géographique entre le producteur et le consommateur. La distance fixée n'est pas à ce jour réglementée en France.
- **LE COMMERCE ÉQUITABLE DIT « NORD-NORD » OU « LOCAL »** : Il constitue une application des principes fondamentaux du commerce équitable Nord-Sud à des relations commerciales avec des producteurs en France : notamment le paiement d'un prix équitable aux producteurs basé sur une étude des coûts de production, le versement d'une prime pour projets collectifs en plus du prix, ainsi que l'engagement contractuel pluriannuel.

....MAIS COMPLÉMENTAIRES AVEC DES VALEURS COMMUNES

Commerce équitable local, circuits courts, circuits de proximité : ces 3 termes se distinguent par le concept central qui les anime.

- pour le commerce équitable : le prix juste payé aux producteurs par l'acheteur
- pour les circuits courts : le nombre d'intermédiaires économiques entre le producteur et le consommateur
- pour les circuits de proximité : la distance géographique entre les bassins de production et les bassins de consommation

Ces 3 démarches sont complémentaires et convergent au sein d'un large mouvement d'expérimentation, qui se développe et prend des formes diverses sur les territoires. Elles s'inscrivent souvent dans une volonté conjointe de permettre à des agriculteurs de vivre dignement de leur travail et partagent des valeurs communes en faveur du maintien d'une agriculture paysanne et créatrice d'emplois, du rapprochement entre les producteurs et les consommateurs, du développement d'une agriculture biologique ou agro-écologique , etc.

II - LE COMMERCE ÉQUITABLE LOCAL EN FRANCE : UN SECTEUR ÉMERGENT

DEUX LABELS PRIVÉS

BIOPARTENAIRE

Le label BIOPARTENAIRE, porté par l'association BioPartenaire, a été créé en 2002 pour garantir des partenariats équitables Nord/Sud et couvre également des filières Nord/Nord depuis 2007. Le cahier des charges du label s'adresse exclusivement à des filières en agriculture biologique.

- 24 filières labellisées en France
- + de 400 produits alimentaires et cosmétiques : pain, huile, boisson et autres…

www.biopartenaire.com

ECOCERT SOLIDAIRE

A travers le label Ecocert Solidaire, l'organisme de certification Ecocert a ouvert en 2013 son référentiel « Equitable, Solidaire et Responsable » à des partenariats commerciaux équitables avec des producteurs français.

www.ecocert.fr

DES ENTREPRISES ENGAGÉES

LA MARQUE « ENSEMBLE, SOLIDAIRES AVEC LES PRODUCTEURS » DE BIOCOOP

Le réseau de distribution Biocoop commercialise depuis 2000 une gamme de produits sous sa marque « Ensemble solidaires avec les producteurs » :

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

www.biocoop.fr

LA MARQUE « PAYSANS D'ICI » D'ETHIQUABLE

La SCOP Ethiquable développe depuis 2011 une gamme de 21 produits avec 12 organisations de producteurs en France.

www.ethiquable.coop

DE NOMBREUSES DÉMARCHES EN CIRCUITS DE PROXIMITÉ

Les circuits alimentaires de proximité connaissent en France un véritable renouveau avec une multitude d'innovations. Certaines d'entre elles s'inscrivent dans une démarche éthique forte, en mettant en œuvre les principes du commerce équitable : prix rémunérateurs, promotion de l'agriculture durable, engagement dans la durée, gouvernance collective, participation des « consom'acteurs », etc.

III - LA CHARTE NATIONALE DU COMMERCE ÉQUITABLE LOCAL

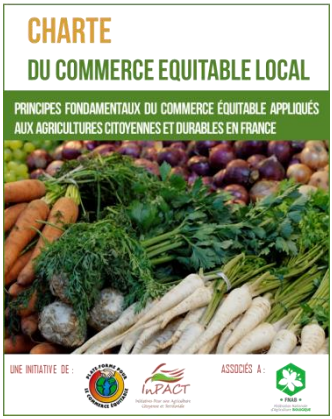
Au-delà du strict cadre réglementaire, la Plate-Forme pour le Commerce Equitable (PFCE), le réseau Initiatives Pour une Agriculture Citoyenne et Territoriale (InPACT) et la Fédération Nationale d'Agriculture Biologique (FNAB) défendent **une vision exigeante du commerce équitable au service d'un modèle agro-alimentaire basé sur l'agro-écologie paysanne et territoriale.** Dans la perspective d'adosser le commerce équitable à des pratiques agricoles exigeantes, ils ont élaboré collectivement **la Charte nationale du commerce équitable local.** Cette charte décline les principes fondamentaux du commerce équitable en les adaptant au contexte français.

Alain Delangle
Éleveur laitier bio et membre du bureau de la FNAB

« Au nombre de 14, les principes de la Charte du commerce équitable local revendiquent clairement le besoin d'appuyer les agricultures paysannes et biologiques à travers le paiement de prix stables et rémunérateurs moyennant la consolidation d'organisations de producteurs engagées dans des projets de développement inscrits sur leurs territoires. Le développement de la bio offre une opportunité pour construire un nouveau modèle de relations commerciales associant producteurs, transformateurs, distributeurs et consommateurs. La Charte du commerce équitable local propose un cadre ambitieux pour la construction de filières transparentes au service d'un projet alimentaire durable. »

UN PARTENARIAT NOVATEUR

Cette charte constitue un partenariat inédit entre les acteurs du commerce équitable (réunis au sein de la PFCE) et les organisations françaises des agricultures alternatives et durables (réunis au sein du réseau InPACT et de la FNAB). C'est une démarche qui combine l'expérience de 3 collectifs et fédère à la fois les filières longues et les filières locales.



A retrouver en intégralité sur www.commercequitable.org

LES 14 PRINCIPES FONDAMENTAUX DE LA CHARTE NATIONALE DU COMMERCE ÉQUITABLE LOCAL

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

- **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

L'ENGAGEMENT DANS UNE RELATION COMMERCIALE ÉQUITABLE ET RESPONSABLE

1. Un prix transparent et rémunérateur
2. Une démarche de transparence sur les prix et les marges au sein de la filière
3. Un partenariat commercial sur du long terme
4. Une relation non-exclusive qui préserve l'autonomie des producteurs
5. Un projet de développement partagé
6. Une filière éco-responsable
7. Des conditions de travail dans le respect de la dignité humaine

L'ENGAGEMENT POUR UNE AGRICULTURE CITOYENNE ET DURABLE L'ENGAGEMENT POUR LE CHANGEMENT DES PRATIQUES COMMERCIALES

8. Une agriculture citoyenne et territoriale
9. Des pratiques agricoles durables, autonomes et transparentes, qui s'appuient sur des modes de production biologique et/ou agro- écologique paysans
10. Une organisation de producteurs à taille humaine et démocratique
11. Une production basée sur les ressources et spécificités locales

L'ENGAGEMENT POUR LE CHANGEMENT DES PRATIQUES COMMERCIALES

12. Transparence et communication vis-à-vis des consommateurs
13. Sensibilisation et éducation des consommateurs
14. Plaidoyer à destination des décideurs économiques et politiques

UN NOUVEAU RÔLE A JOUER POUR LES COLLECTIVITES TERRITORIALES

Les collectivités territoriales françaises peuvent soutenir le développement du commerce équitable en France et la structuration de ses filières à travers plusieurs axes d'action.

I - LA COMMANDE PUBLIQUE ÉQUITABLE

« La loi sur l'ESS du 31/07/2014, en élargissant la définition géographique du commerce équitable, ouvre de nouvelles possibilités pour les collectivités territoriales d'accompagner la structuration de filières du commerce équitable en France notamment via la commande publique. D'autre part, la transposition en droit français de la directive européenne 2014/24/UE a renforcé la possibilité pour les acheteurs publics d'intégrer des exigences en matière de commerce équitable dans leurs marchés via les critères de choix ou les conditions d'exécution du marché.»

Gwenaël Leroux, Chef de Projet Partenariats et Relations externes, Réseau Grand Ouest

Il est désormais possible aux acheteurs publics d'indiquer les critères du commerce équitable mentionnés dans l'article 94 de la loi sur l'ESS pour faire référence à des produits qui sont produits en France.

Pour ce faire, l'acheteur public devra respecter plusieurs étapes afin de garantir le bon déroulement du marché :

Étape 1 : Réfléchir à la place à donner au commerce équitable dès la définition du besoin (connaissance des filières et des produits existants).

Étape 2 : Bien préciser l'objet du marché (lien entre l'approche développement durable du marché et l'engagement en faveur du commerce équitable).

Étape 3 : Lors de la publication du marché, veiller à mentionner dans les documents de marché le caractère équitable des produits recherchés (permet de faciliter la réponse des entreprises spécialisées en commerce équitable et de vérifier que l'offre correspond bien au cahier des charges de l'acheteur).

Le commerce équitable en France étant un secteur économique émergent avec une offre limitée de produits, il conviendra que l'acheteur public veille à limiter le risque d'infructuosité du marché public en :

- Identifiant en amont du marché les fournisseurs potentiels et en instituant un dialogue technique ;
- Adaptant le cahier des charges en fonction des contraintes spécifiques de ces filières économiques émergentes (volumes, délais, conditionnements, etc.) ;
- Adaptant ses marchés publics à l'offre de produits existante en pratiquant l'allotissement ou en créant des variantes ou options.

NOTRE CONSEIL : Exiger durant le marché tout document attestant du caractère équitable du produit. C'est au fournisseur d'en apporter la preuve, qui peut recouvrir différentes formes (certificat d'un label tierce partie quand il existe ou système de monitoring interne).

IL Y A PLUSIEURS FAÇONS D'INTÉGRER LE COMMERCE ÉQUITABLE DANS LES MARCHÉS PUBLICS

1) Le commerce équitable peut être inséré dans les conditions d'exécution

L'acheteur peut intégrer des exigences sur le commerce équitable dans les conditions d'exécution du marché : il doit annoncer dans toutes les pièces du marché que celui-ci comporte une condition d'exécution relative au commerce équitable. **L'acheteur devra alors préciser les caractéristiques principales des produits issus du commerce équitable en faisant référence :**

- **Soit à un label de commerce équitable tout en mentionnant la notion d'équivalence.**

PROPOSITION DE FORMULATION

Les produits faisant l'objet de ce marché bénéficieront d'un label « équitable » ou d'un label équivalent, c'est-à-dire qu'ils auront été produits en conformité avec les règles du commerce équitable telles que définies par l'article 94 de la loi sur l'Economie Sociale et Solidaire du 31/07/2014.

NOTRE CONSEIL

Comme le commerce équitable appliqué en France est un secteur émergent, il convient de préciser qu'encore très peu de produits équitables produits en France disposent à ce jour d'un label (voir labels existants page 15). Nous conseillons à l'acheteur public de privilégier l'insertion dans les cahiers des charges des principes du commerce équitable (option précédente) plutôt que la référence faite aux labels équitables.

- **Soit aux principes du commerce équitable tels que définis dans l'article 94 de la loi sur l'Économie Sociale et Solidaire et le décret d'application relatif, tout en mentionnant la notion d'équivalence.**

PROPOSITION DE FORMULATION

Les produits issus du commerce équitable devront être issus de la transaction commerciale établie entre des producteurs organisés au sein d'une structure à la gouvernance démocratique et un acheteur, qui satisfera aux conditions suivantes : 1° - un engagement entre les parties au contrat sur une durée minimum d'un an ; 2° - le paiement par l'acheteur d'un prix rémunérateur pour les producteurs, établi sur la base d'une identification des coûts de production et d'une négociation équilibrée entre les parties au contrat ; 3° - 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 producteurs et de leur organisation.

LE SAVIEZ-VOUS ?

La transposition en droit français de la **directive européenne 2014/24/UE** sur les marchés publics à travers **l'ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 et du décret d'application n° 2016-360 du 25 mars 2016**, permet **d'exiger un label particulier** (notamment des labels de commerce équitable) comme apportant la preuve de la conformité entre les engagements énoncés et les caractéristiques environnementales et sociales des produits ou services demandés. Cette exigence peut être incluse dans les spécifications techniques, les critères d'attribution ou les conditions d'exécution du marché public. Elle pourra être accompagnée des termes « ou équivalent » pour ouvrir le marché à un opérateur économique qui n'aurait pas la possibilité d'obtenir ce label particulier; l'opérateur devra alors fournir d'autres moyens de preuve.

Plusieurs conditions doivent être remplies afin de mentionner un label dans un marché public :

- Le label doit être **lié à l'objet du marché public ou à ses conditions d'exécution** ;
- Les critères du label **sont objectivement vérifiables et non-discriminatoires** ;
- Le label est établi par **une procédure ouverte et transparente** ;
- Le label et ses spécifications détaillées sont accessibles à toute personne intéressée ;
- **L'organisme tiers** délivrant le label doit être **indépendant**.

En outre, l'acheteur peut demander au soumissionnaire de justifier le prix ou les coûts proposés dans son offre lorsque celle-ci semble anormalement basse. L'offre peut être rejetée lorsqu'il est établi qu'elle est anormalement basse parce qu'elle contrevient aux obligations applicables dans les domaines du droit de l'environnement, social et du travail établies par le droit français, le droit de l'Union européenne, la ou les conventions collectives ou par les dispositions internationales, notamment les 8 conventions fondamentales de l'OIT.

2) Le commerce équitable peut être inséré dans les critères de choix

L'acheteur peut aussi intégrer des exigences sur le commerce équitable dans les critères de choix de l'offre.

EXEMPLE

Dans le cadre d'un marché de service de restauration collective, l'acheteur peut intégrer le commerce équitable comme une composante d'un critère de choix en lien avec le développement durable. Ce critère sera jugé entre autre sur le nombre de produits équitables proposés par le fournisseur.

NOTRE CONSEIL

Il est néanmoins conseillé d'insérer également les exigences sur le commerce équitable dans les conditions d'exécution du marché (cf. ci-dessus) afin de faciliter la vérification de la conformité des produits dans le cadre de l'exécution du marché.

POUR ALLER PLUS LOIN

L'acheteur peut également demander des critères complémentaires sur les exigences environnementales (agriculture biologique, réduction des déchets, etc.) en veillant à préciser la pondération des critères dans le règlement de consultation du marché.

LE SAVIEZ-VOUS ?

En 2015 en France, 76% des produits issus du commerce équitable étaient aussi labellisés « Agriculture biologique ».

II- L'APPUI À LA STRUCTURATION DES FILIÈRES DU COMMERCE ÉQUITABLE EN FRANCE

Groupements de producteurs ou organisations désireuses de s'inscrire dans les principes du commerce équitable en France, quelles que soient leurs formes juridiques (association, entreprise, SCIC, épiceries solidaires, etc.) : **les opportunités de soutien public aux acteurs de ces filières équitables d'avenir sont nombreuses et nécessaires pour contribuer à leur structuration.** Le développement de nouvelles filières de commerce équitable Nord-Nord en France représente une opportunité pour les collectivités d'accéder à des **approvisionnements durables et équitables, notamment dans la restauration collective.**

Exemple 1 APPUI AUX CIRCUITS DE PROXIMITE : L'EXEMPLE DU CONSEIL GÉNÉRAL D'ILLE ET VILAINE

Dans le cadre de son dispositif de soutien aux projets innovants d'ESS et en relation avec le service Agriculture, le Département d'Ille et Vilaine a financé 3 projets d'ESS de plateformes de circuits alimentaires locaux pour la restauration collective. Dans ces 3 projets, le Département a endossé le risque de l'innovation avec les porteurs de projet et financé le poste du développeur. Les projets ont été financés sur 2 ou 3 ans pour un montant total de 99 500€. Le département soutient également le développement d'un site professionnel de référencement des achats responsables, la Boss, et a participé à la préfiguration de Startijenn, incubateur d'entreprises d'économie sociale et solidaire et plateforme d'innovation sociale.

Le département d'Ille et Vilaine est territoire de commerce équitable depuis fin 2014 et a créé un conseil local du commerce équitable avec les acteurs locaux du commerce équitable, Rennes métropole et Rennes.

En savoir plus : www.laboss.fr

Exemple 2 EXEMPLE DE FILIERES DE PROXIMITE EN ROUTE VERS LE COMMERCE EQUITABLE : LA FILIÈRE PORC SUR PAILLE DE COHÉRENCE

En 2004, a été initiée en Bretagne la création d'une filière de commercialisation de viande porcine de qualité élevé sur paille (en opposition à la production agro-industrielle hors litière) puis nourri à base d'aliment garantis et tracés sans OGM, sans antibiotiques et enrichis en graines de lin. Le réseau Cohérence, qui regroupe une centaine d'associations du Grand Ouest a contribué à établir un cahier des charges « production porcine durable » visant à améliorer l'impact de ce type de production sur l'environnement, la santé des consommateurs et le bien-être animal tout en assurant un revenu décent aux éleveurs selon les principes du commerce équitable. Au sein de cette filière, le prix payé aux producteurs de porc est en moyenne 40% au-dessus du prix du marché et est stable sur l'année. Ce projet de structuration de filière « Porc Authentique élevé sur paille » a été rendu possible grâce au soutien financier du département des Côtes d'Armor et de la région Bretagne.

En savoir plus : www.porc-authentique.com

III - LES QUESTIONS QUE VOUS VOUS POSEZ

QUESTION 1 : LA COMMANDE PUBLIQUE ÉQUITABLE PEUT-ELLE APPUYER LA STRUCTURATION DE NOUVELLES FILIÈRES ÉQUITABLES EN FRANCE ?

Oui, notamment dans la restauration collective et les marchés de traiteurs.
Et à condition de bien identifier en amont du marché les fournisseurs potentiels et d'instituer un dialogue technique portant sur l'offre de produits disponible et leurs spécificités techniques afin d'éviter tout risque d'infructuosité de vos marchés publics (cf. page 18).

QUESTION 2 : LES PRODUITS ÉQUITABLES SONT-ILS TOUS BIOLOGIQUES ?

Non, tout ce qui est équitable n'est pas bio et inversement. Les produits équitables ne sont pas tous issus de l'agriculture biologique (76% le sont en 2015) mais ils sont respectueux de l'environnement de plusieurs façons.
Tout d'abord, les cahiers des charges des labels de commerce équitable comportent des critères environnementaux exigeants : gestion durable des ressources naturelles, traitement des déchets, remplacement des produits chimiques par des produits d'origine végétale ou animale. Ainsi, la plupart des produits alimentaires issus du commerce équitable proviennent d'une agriculture familiale, pauvre en intrants chimiques et respectueuse de l'environnement. De plus, les revenus supplémentaires que génère le commerce équitable permettent souvent aux organisations de producteurs au Sud de se convertir progressivement vers l'agriculture biologique.

De l'autre coté, les produits labellisés "agriculture biologique" n'apportent pas de garanties sociales ou économiques. Le cahier des charges "bio" s'appuie **uniquement sur des critères environnementaux** : interdiction de l'utilisation des pesticides et des herbicides chimiques, interdiction des OGM, etc.

QUESTION 3 : LA TERMINOLOGIE « COMMERCE ÉQUITABLE » PEUT-ELLE ÊTRE UTILISÉE DANS LE CADRE DES CIRCUITS DE PROXIMITÉ ET DES CIRCUITS LONGS EN FRANCE ?

La terminologie « commerce équitable » est désormais autorisée pour qualifier des échanges commerciaux entre des entreprises et des producteurs français organises, qui respectent des exigences définies dans le cadre de l'article 94 de la loi sur l'ESS. **Ces échanges peuvent s'inscrire a la fois dans le cadre de circuits dits « longs » et de circuits dits de proximité**, (voir définition page 7) dès lors qu'il existe au moins une structure intermédiaire entre les producteurs et les consommateurs du nord.

QUESTION 4 : COMMENT IDENTIFIER LES FOURNISSEURS DE COMMERCE EQUITABLE NORD/NORD SUR MON TERRITOIRE ?

Un fournisseur est en capacité de vous proposer des produits issus du commerce équitable en France si…

…certains de ses produits sont labellisés « BIOPARTENAIRE » ou « Ecocert Solidaire » …

…le fournisseur possède des produits issus des démarches « Ensemble, Solidaires avec les producteurs » de BIOCOOP ou « Paysans d'ici » d'Ethiquable …

… si le fournisseur possède une démarche d'entreprise qui respecte les **principes fondamentaux du commerce équitable tels que définis par la loi** :

Les produits issus du commerce équitable devront être issus de la transaction commerciale établie entre des producteurs organisés au sein d'une structure à la gouvernance démocratique et un acheteur, qui satisfera aux conditions suivantes :

1) un engagement entre les parties au contrat sur une durée minimum d'un an
2) le paiement par l'acheteur d'un prix rémunérateur pour les producteurs, établi sur la base d'une identification des coûts de production et d'une négociation équilibrée entre les parties au contrat
3) 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 producteurs et de leur organisation.

VOS INTERLOCUTEURS

Plate-Forme pour le Commerce Equitable

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

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

Campagne « Territoires de Commerce équitable »

Jardin d'agronomie tropicale René Dumont
45 bis, avenue de la Belle Gabrielle
94736 Nogent sur Marne Cedex
www.territoires-ce.fr

Votre contact : Responsable de projet > 01 43 94 72 43
chefdeprojet@territoires-ce.fr

Réseau Grand Ouest commande publique & développement durable

5, Allée du Haras
49100 Angers
www.reseaugrandouest.fr

Vos contacts : Gwenaël Le Roux > 02 41 72 40 82
gwenael.leroux@reseaugrandouest.fr

Matthieu Bellayer > 02 41 72 40 83
matthieu.bellayer@reseaugrandouest.fr

Avec le soutien de :

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DE L'INDUSTRIE ET DU NUMÉRIQUE
SECRÉTARIAT D'ÉTAT AU COMMERCE, À L'ARTISANAT, À LA CONSOMMATION ET À L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

AGENCE FRANÇAISE DU DÉVELOPPEMENT