

# Le commerce équitable : le cadre réglementaire & les labels en France

Fondé en 1997, Commerce Équitable France réunit les acteurs français de commerce équitable pour accompagner et accélérer les transitions écologiques et sociales des modes de production et de consommation en France et à l'international. Changer les échanges commerciaux en faveur de la justice économique et de la protection de l'environnement, c'est le pari du mouvement mondial du commerce équitable.

Cette note s'adresse aux entreprises, porteurs de projets, distributeurs, ou tout acteur qui souhaite des informations sur le cadre légal français du commerce équitable ou qui s'interroge sur les outils de garantie existants.

En France, la question de la garantie des engagements de commerce équitable est régulée via deux aspects : une loi et des labels privés.

Les labels déclinent les critères du commerce équitable tels que définis dans la loi en engagements précis (cahiers des charges transparents, en accès public sur leurs sites internet) et organisent des contrôles sur la mise en œuvre, faisant intervenir des contrôles externes.

Encadrer légalement le terme commerce équitable et avoir recours à des labels pour garantir des engagements permet de préserver une définition exigeante du commerce équitable, d'éviter des appellations portant à confusion et ainsi de protéger les consommateurs, les producteurs et les entreprises engagées.

## 1. Le commerce équitable dans la réglementation française

Voici les textes de loi relatifs au commerce équitable qui donnent une définition des engagements du commerce équitable.

### **A noter :**

***Sur la base de cette définition légale, les autorités responsables de la protection du consommateur et de la concurrence déloyale sont habilitées à réaliser des enquêtes et contrôles sur le caractère « commerce équitable » affiché sur un produit. A ce titre, les autorités peuvent diligenter des enquêtes dans les entreprises acheteuses pour vérifier les prix payés, le versement d'une prime au groupement de producteurs, la robustesse de l'organisation de la traçabilité...***

I. Le commerce équitable s'inscrit dans la stratégie nationale de développement durable.

II. 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.

Chaque entreprise intervenant dans ces filières est en mesure de produire des informations relatives à la **traçabilité des produits**.

Les **entreprises** faisant publiquement état de leur appartenance au commerce équitable participent à des **actions de sensibilisation et d'éducation** à des modes de production et de **consommation socialement et écologiquement durables**.

Ces dispositions ne font pas obstacle à l'application du livre IV du code de commerce. Un décret en Conseil d'Etat précise les critères du désavantage économique, au sens du premier alinéa du présent II, et les modalités contractuelles définies aux 1 à 3.

III. Les systèmes de garantie et les labels de commerce équitable sont reconnus par une commission selon des modalités définies par décret.

**Art. 1er.** – Sont considérés comme étant en situation de désavantage économique au sens du II de l'article 60 de la loi du 2 août 2005 susvisée les travailleurs se trouvant dans l'une ou l'autre des situations suivantes :

- a) 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 ;
- b) Ceux qui sont en situation de vulnérabilité spécifique du fait de leur environnement physique, économique, social ou politique ;
- c) 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.

**Art. 2.** – I. Le contrat mentionné au 1o 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.

II. Le prix versé par l'acheteur mentionné au 2o du même II et défini au contrat doit permettre :

- a) De couvrir les coûts de production ;
- b) De verser une rémunération suffisante pour satisfaire les besoins fondamentaux et améliorer le niveau de vie des travailleurs ainsi que de leurs familles ;
- c) De dégager une marge permettant aux travailleurs de réaliser les investissements nécessaires à l'amélioration de l'efficacité de leur outil de production et de commercialisation de leurs produits.

**Art. 3.** – Le décret no 2007-986 du 15 mai 2007 pris pour l'application de l'article 60 de la loi no 2005-882 du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises et relatif à la reconnaissance des personnes veillant au respect des conditions du commerce équitable est abrogé.

**Art. 4.** – Les dispositions du présent décret entrent en vigueur le 1er octobre 2015.

**Art. 5.** – Le ministre de l'économie, de l'industrie et du numérique et la secrétaire d'Etat chargée du commerce, de l'artisanat, de la consommation et de l'économie sociale et solidaire sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret, qui sera publié au Journal officiel de la République française.

## Décret n° 2015-1311 du 19 octobre 2015 relatif à la commission de concertation du commerce

### EXTRAITS

**Article 3 :** La commission de concertation du commerce est également chargée de reconnaître 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 chargé 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 renouvelables.

A noter :

**La reconnaissance publique des labels de commerce équitable annoncée par le Décret 2015-1311 est en cour de mise en place mais n'est pas encore activée à ce jour.**



## 2. Les labels de commerce équitable

Les labels de commerce équitable permettent de garantir le respect des engagements du commerce équitable tels que définis dans la loi française et de valoriser ces engagements auprès des consommateurs à l'aide d'un logo crédible apposable sur les produits.

Un label est une marque spéciale, créée par un collectif professionnel, une association ou encore un organisme parapublic, et dont le logo est apposé sur un produit destiné à la vente, pour en certifier l'origine, la qualité et les conditions de fabrication en conformité avec des critères préétablis dans un cahier des charges. Un label a un champ d'intervention large, il peut s'intéresser aux caractéristiques des produits et services, et aussi au fonctionnement des organismes (entreprise, associations, organisations, etc.) qui les produisent.

Les labels de commerce équitable mettent en œuvre des contrôles par tierce partie. Ce contrôle permet de s'assurer que les pratiques sont conformes aux des valeurs et principes du cahier des charges.

Nous rendons ici visible les labels pouvant s'adresser à différents acteurs, et non les marques engagées en commerce équitable de certaines entreprises ou distributeurs qui, par définition, ne sont pas ouverts à tout acteur économique souhaitant répondre aux engagements de commerce équitable.

Les **principaux labels de commerce équitable sur le marché français** sont les suivants :

Certains s'appliquent uniquement aux produits dont les ingrédients sont issus des pays en voie de développement (les filières dites « Nord-Sud ») : c'est le cas du label Fairtrade/Max Havelaar et du label SPP- Symbole des producteurs paysans.

D'autres peuvent s'appliquer pour toutes sortes de produits quels que soit leur provenance géographique : WFTO, BioPartenaire, Fair for Life, ATES pour le tourisme.

Enfin un label n'a un champ d'application que sur la France : Agriéthique.





### **Agri-éthique**

Ludovic Brindejanc, Délégué Général Agri-Ethique

Email : [l.brindejanc@agriethique.fr](mailto:l.brindejanc@agriethique.fr)

Référentiel : <https://www.agriethique.fr/wp-content/uploads/2018/08/Standards-AEF.pdf>



### **Association pour le Tourisme Équitable et Solidaire**

Nicolas Jego, Chargé de Mission Garantie et Expertise

Email : [n.jego@tourismesolidaire.org](mailto:n.jego@tourismesolidaire.org)

Référentiel : [http://www.tourismesolidaire.org/scripts/kcfinder/upload/files/R%C3%A9f%C3%A9rentiel\\_ATES\\_MAJ2018.pdf](http://www.tourismesolidaire.org/scripts/kcfinder/upload/files/R%C3%A9f%C3%A9rentiel_ATES_MAJ2018.pdf)



### **BIOPARTENAIRE**

Claire Touret, Déléguée Générale – Labellisation, Développement des filières

Email : [Claire@biopartenaire.com](mailto:Claire@biopartenaire.com)

Référentiel : <http://www.biopartenaire.com/wp-content/uploads/2018/04/FIABLE-V-1-utilisateurs-Biopartenaire-mars-2018-1.pdf>



### **Fair For Life**

Laurent Lefebvre, Responsable Développement Commercial et Partenariats de l'unité RSE & Commerce équitable

Email : [laurent.lefebvre@ecocert.com](mailto:laurent.lefebvre@ecocert.com)

Référentiel : [http://www.fairforlife.org/client/fairforlife/file/Fair\\_for\\_Life/Standards/Fair\\_for\\_Life\\_Standard\\_FR\\_20170911.pdf](http://www.fairforlife.org/client/fairforlife/file/Fair_for_Life/Standards/Fair_for_Life_Standard_FR_20170911.pdf)



### **Fairtrade International Max Havelaar (France)**

Virginie Perrin, Directrice du département Partenariat Entreprises

Email : [v.perrin@maxhavelaarfrance.org](mailto:v.perrin@maxhavelaarfrance.org)

Référentiel : <https://www.fairtrade.net/standards/our-standards/small-producer-standards.html>



### **Symbole des petits producteurs**

Bernard de Boischevalier, Président SPP France

Email : [bernard.de-boishevalier@spp-france.fr](mailto:bernard.de-boishevalier@spp-france.fr)

Référentiel : [https://spp.coop/wp-content/uploads/2017/10/Norme\\_G%C3%A9n%C3%A9rale\\_SPP\\_V9\\_30-III-2015\\_E2\\_28-X-2015\\_T\\_28-XI-2016.pdf](https://spp.coop/wp-content/uploads/2017/10/Norme_G%C3%A9n%C3%A9rale_SPP_V9_30-III-2015_E2_28-X-2015_T_28-XI-2016.pdf)



### **World Fair Trade Organization**

Francesca Giubil, Coordinatrice de WFTO Europe

Email : [coordination@wfto-europe.org](mailto:coordination@wfto-europe.org)

Référentiel : <https://wfto.com/sites/default/files/WFTO%20Standard%204.1%20-%20interactive.pdf>

Pour en savoir plus: <https://www.commerceequitable.org/images/pdf/garanties/guide-labels-web-7-avril.pdf>

La Nouvelle édition du guide international des labels de commerce équitable est en préparation, il sera disponible pour le 1<sup>er</sup> semestre 2019