

# Webinaire

18 mars 2020

**Inégalités économiques et défi climatique :**  
agir avec le commerce équitable



# Sommaire

**p. 03 Apports théoriques**

Julie Stoll, déléguée générale de Commerce Équitable France

**p. 23 Exemples concrets**

*De belles histoires de commerce équitable*

**p. 31 Les outils de la Quinzaine**

Anne Boisse, responsable communication, Commerce Équitable France

**p. 45 Faire le point sur les labels**

Mathilde Brochard, responsable plaidoyer, Commerce Équitable France  
Alissa Scholl, responsable communication, Fair[e] un monde équitable

**p. 54 Ressources**

*Extraits du chat lors de la formation du 18/03/2020, sources,  
ressources pour aller plus loin*



# Apports théoriques

Julie Stoll, déléguée générale de Commerce Équitable France

En quoi le **commerce équitable**  
est un **levier pour accélérer les transformations**  
des modes de production comme des  
modes de consommation  
dans un contexte **d'urgence climatique?**



# Commerce équitable et Climat : pourquoi ça nous concerne ?

## CLIMAT

### Les petit·e·s producteur·rice·s

Les conséquences du dérèglement climatique affectent plus particulièrement **les plus vulnérables** – dont les petits producteur·rice·s du Sud

(Greenpeace, 2017)

### L'agriculture et l'alimentation :

L'agriculture et l'alimentation représentent environ **25% des émissions mondiales** de gaz à effet de Serre.

(GIEC, 2014, 3<sup>e</sup> groupe de travail)

### Les modes de consommation :

Nos modes de consommation conventionnels contribuent à l'augmentation du dérèglement climatique.

## COMMERCE ÉQUITABLE

### Les petit·e·s producteur·rice·s

Le commerce équitable s'intéresse en particulier aux populations **les plus vulnérables** – notamment... les petits producteur·rice·s du Sud

### L'agriculture et l'alimentation :

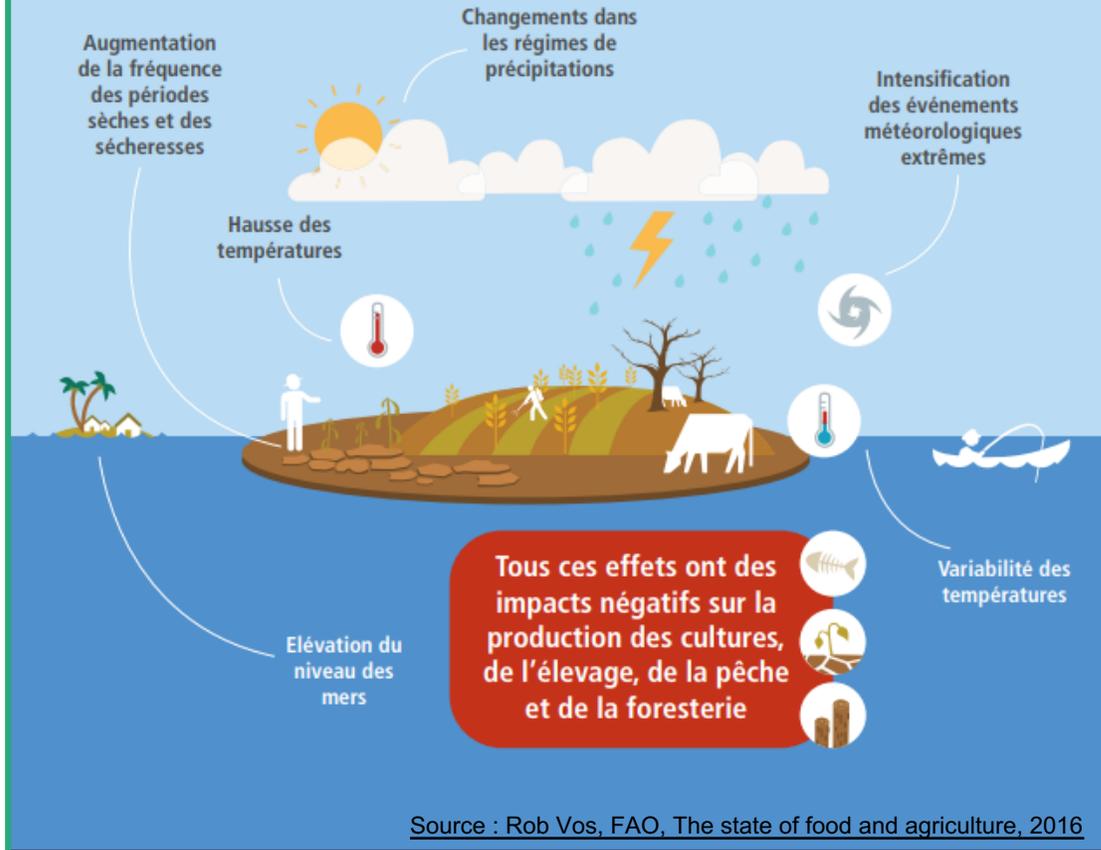
L'agriculture et l'alimentation représente plus de **80 % des filières de commerce équitable !**

### Les modes de consommation :

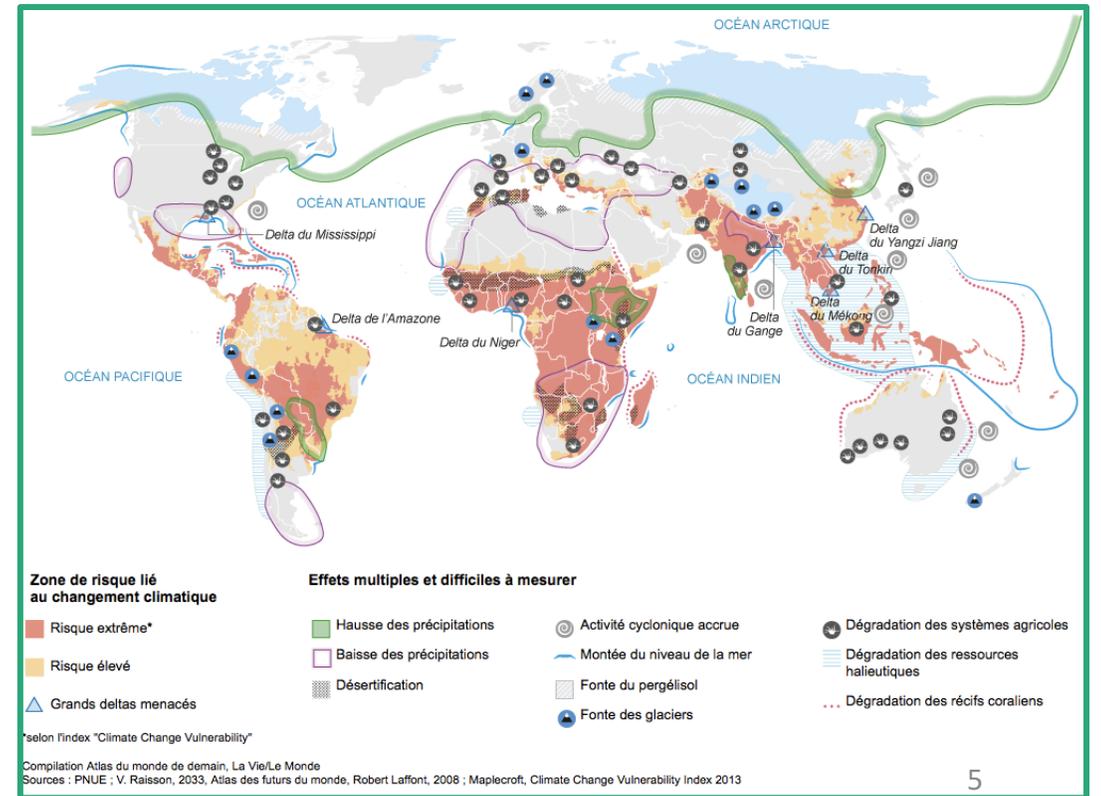
Le commerce équitable vise à accompagner des modes de consommation durables et équitables.

# Commerce équitable et Climat : pourquoi ça nous concerne ?

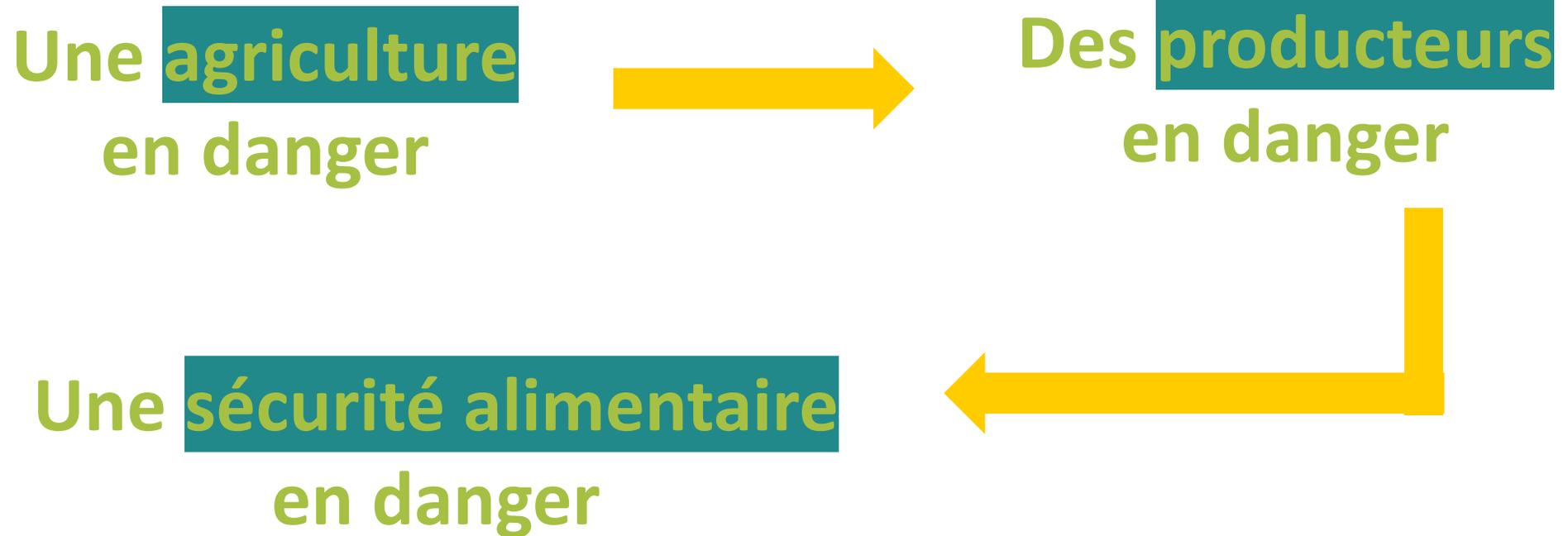
Les changements climatiques affectent l'agriculture...



## Un dérèglement climatique qui touche principalement les plus vulnérables



## Les conséquences du réchauffement climatique



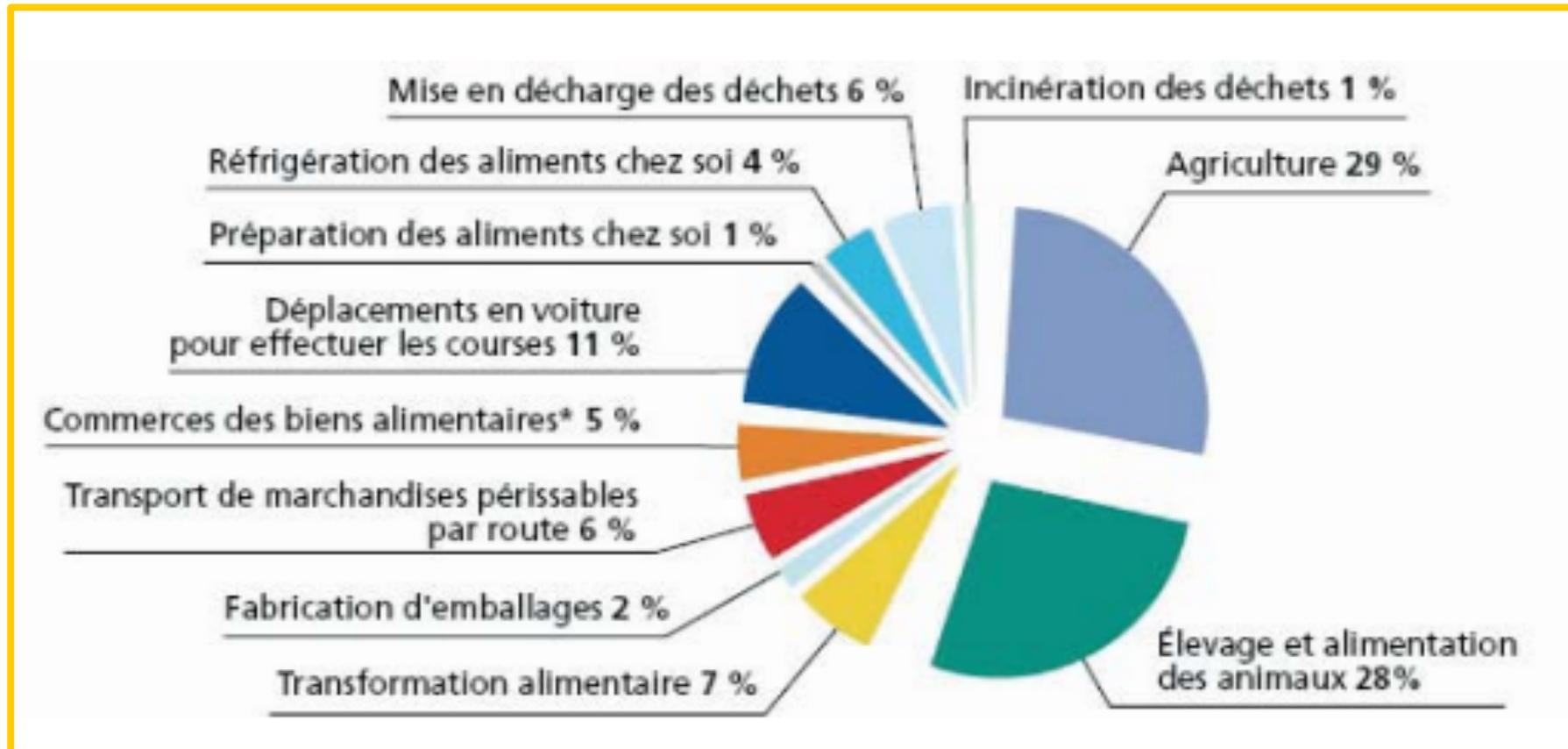
# Comment le commerce équitable peut-il agir sur les dérèglements climatiques ?

## En facilitant des actions pour :

- **ATTENUER le réchauffement climatique** = favoriser des modes de production qui permette de réduire les émissions de gaz à effet de serre et/ou d'augmenter la séquestration de carbone dans la biomasse et dans les sols.
- **S'ADAPTER au dérèglement climatique** = mettre en œuvre des systèmes de production agricole plus diversifiés et plus résilients... et adapter nos modes de consommation.

# Comment le commerce équitable **peut-il agir sur les dérèglements climatiques ?**

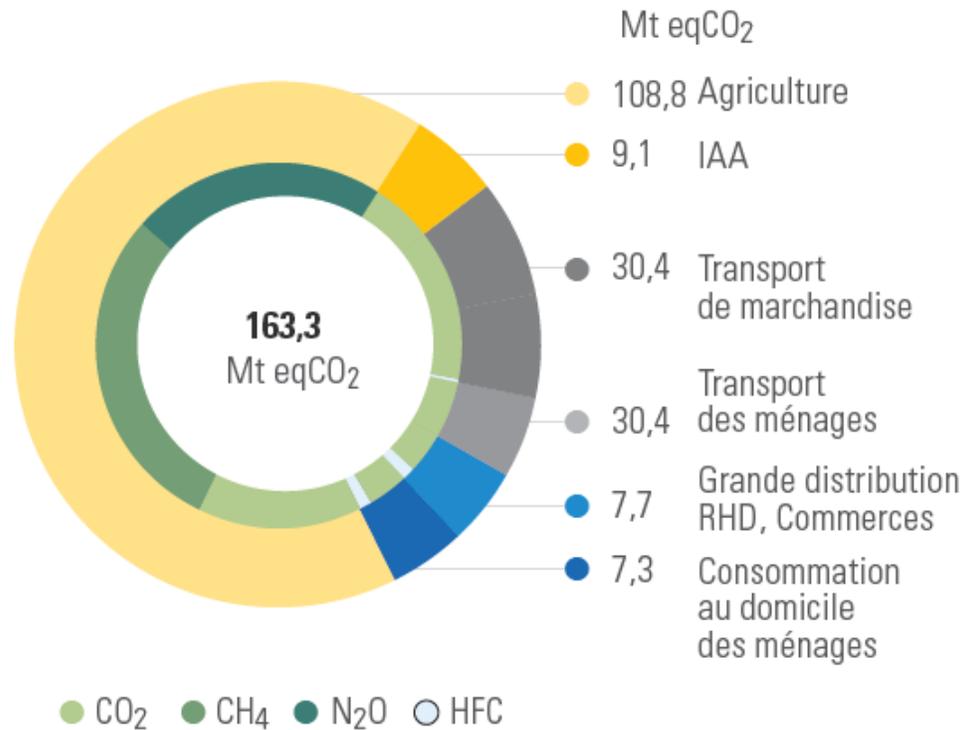
**Du champs à l'assiette = 23% des émissions de GES des Français**



Source : Ifen, d'après Citepa (format Secten) ; Ademe ; ministère chargé de l'Industrie (DGEMP) ; ministère chargé des Transports (DAEI) ; ministère chargé de l'Agriculture (Scees) ; Insee., 2006

# Comment le commerce équitable **peut-il agir sur les dérèglements climatiques ?**

Figure 25. Bilan carbone par secteur



Source : « L’empreinte énergétique et carbone de l’alimentation en France », Club Ingénierie Prospective Energie et Environnement, IDDRI, 2019

CO<sub>2</sub> = Dioxyde de carbone ; CH<sub>4</sub> = Méthane;  
N<sub>2</sub>O = Protoxyde d’azote; HFC = Hydrofluorocarbure.

## 1. La production agricole = 2/3 de l’empreinte carbone totale de l’alimentation

- Le méthane pèse pour 29% du bilan = issu de l’élevage
- Le protoxyde d’azote pèse pour 23% = engrais azoté de synthèse

## 2. Les transports pèsent pour 19% de l’empreinte carbone de l’alimentation

- 57% des GES issus du transport proviennent des produits importés >> **enjeu à rapprocher les sphères de production des sphères de consommation.**
- Le transport maritime = 11% des GES du transport
- Le transport aérien = 5% des GE du transport

# Les principaux leviers de changements pour une alimentation qui répond au défi climatique et le rôle du commerce équitable

CHANGER NOS MODES DE CONSOMMATION	CHANGER LES MODES DE PRODUCTION
<p><b>Une alimentation moins carnée :</b> Le commerce équitable contribue à structurer des filières de protéines végétales en France.</p> <p>(Le Basic, 2019)</p>	<p><b>Réduire les émissions de protoxyde d'Azote = le CE est un accélérateur de transition vers l'agriculture biologique.</b> Au Sud et au Nord.</p>
<p><b>Un rapprochement des sphères de production des sphères de consommation :</b> le commerce équitable s'applique désormais aux filières françaises.</p> <p>(Loi ESS, 2014)</p>	<p><b>Favoriser l'agroforesterie = le CE permet aux producteurs d'investir dans des pratiques culturales diversifiées et plus résilientes au changement climatique + séquestration de carbone.</b></p>

# Comment le commerce équitable accompagne le changement

## 1. Les garanties économiques du commerce équitable permettent aux producteurs d'investir dans la transition agroécologique :

- un **prix rémunérateur** qui couvre les coûts de production (y compris les coûts sociaux et environnementaux)
- un **engagement commercial** dans la durée,
- des **facilités de préfinancement**,
- une **prime pour financer des projets collectifs**.

**Qui dit justice économique, dit justice climatique !**

# Comment le commerce équitable accompagne le changement

## 2. Le commerce équitable favorise les innovations :

- les organisations collectives à **gouvernance démocratique renforcées** = de **meilleurs services** aux membres (conseils agronomiques, commercialisation, collecte et stockage, formation etc.) = environnement favorable à l'accompagnement du changement
- **un partenariat équilibré** entre les parties et un **engagement commercial** dans la durée = prise de risque collective entre l'amont et l'aval de la filière !

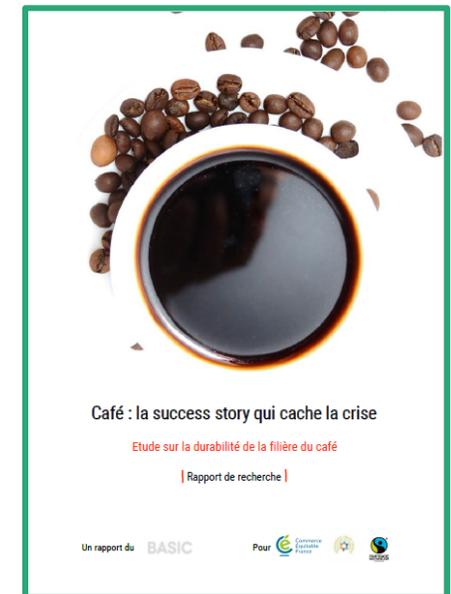
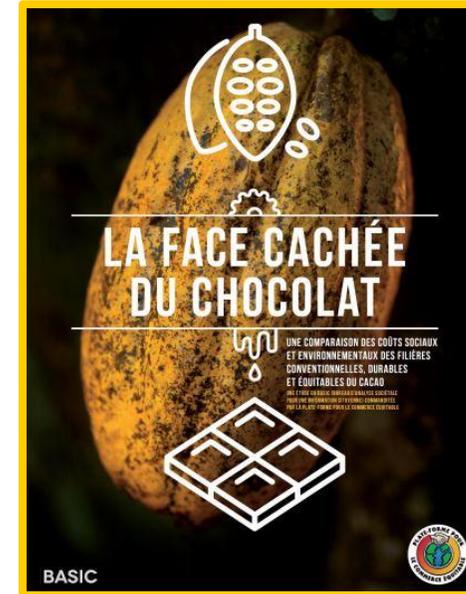
# Comment le commerce équitable accompagne le changement

3. **Le commerce équitable favorise les changements de comportements des consommateurs !**
  - la sensibilisation et l'éducation des consommateurs au cœur des principes du CE >> capacité à faire passer des messages complexes sur les interactions entre nos pratiques de consommation et notre environnement.
  - le succès des produits avec la **double labélisation Bio + Equitable**.
  - un **partenariat équilibré** entre les parties et un **engagement commercial** dans la durée = meilleure répartition des risques entre l'amont et l'aval de la filière !

# Les freins au changement dans les filières agroalimentaires conventionnelles

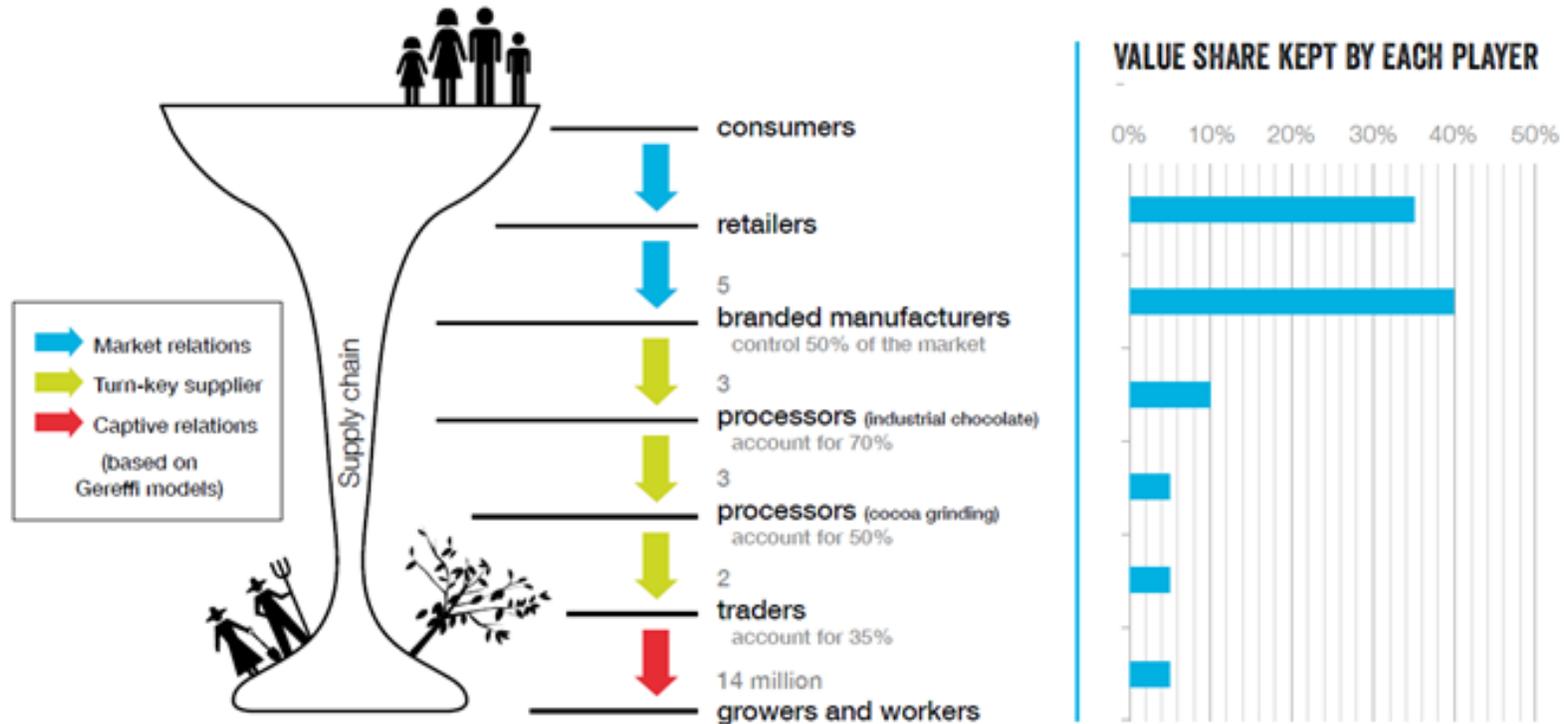
## Les caractéristiques des filières café et cacao :

- Une **concentration des pouvoirs** de négociation dans les mains de quelques acteurs.
- Une extrême **volatilité des prix**.
- Une **répartition inéquitable** de la richesse.



# Les freins au changement dans les filières agroalimentaires conventionnelles

## La filière cacao :

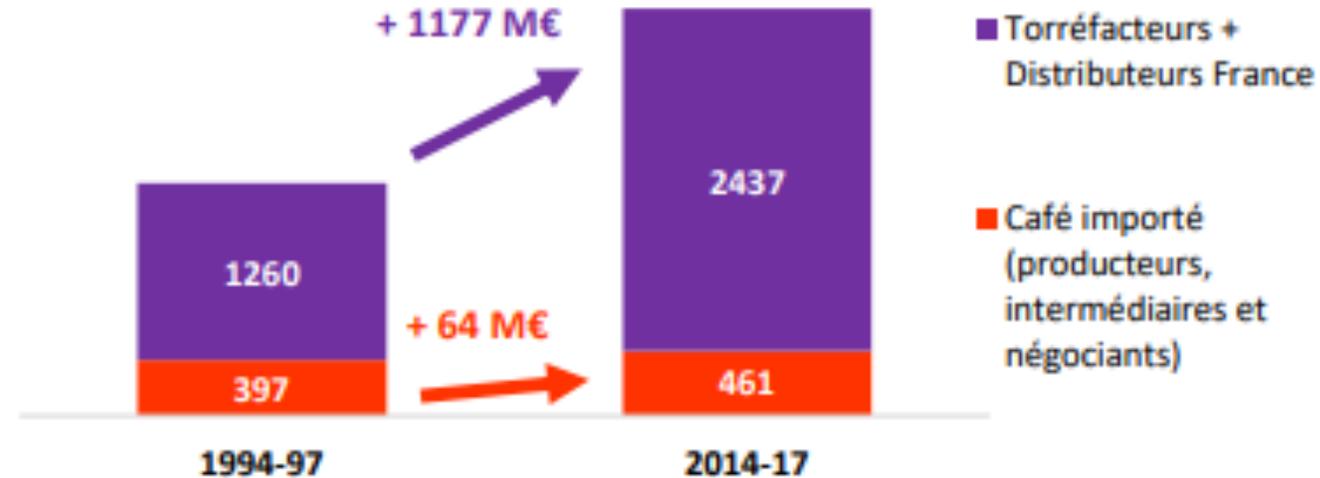


Pour chaque tonne de cacao vendue, on estime que les agriculteurs reçoivent moins de 7% du chiffre d'affaires. En comparaison, la part des fabricants est estimée à 35 % et celle des détaillants à 44 %.

# Les freins au changement dans les filières agroalimentaires conventionnelles

## La filière café :

Evolution de la répartition de la valeur du café consommé à domicile (tous formats), en millions d'euros



# Quel rôle pour l'industrie agroalimentaire ?

**Dans le commerce conventionnel,** les producteurs ne vivent pas décemment de leur métier et n'ont tout simplement pas les moyens financiers d'atténuer les effets de leurs activités **sur le climat ni de s'adapter au changement climatique.**

**Élevons les rémunérations des producteurs, pas les températures !**

# Quinzaine 2019-2020 : la thématique

## LE PROBLÈME

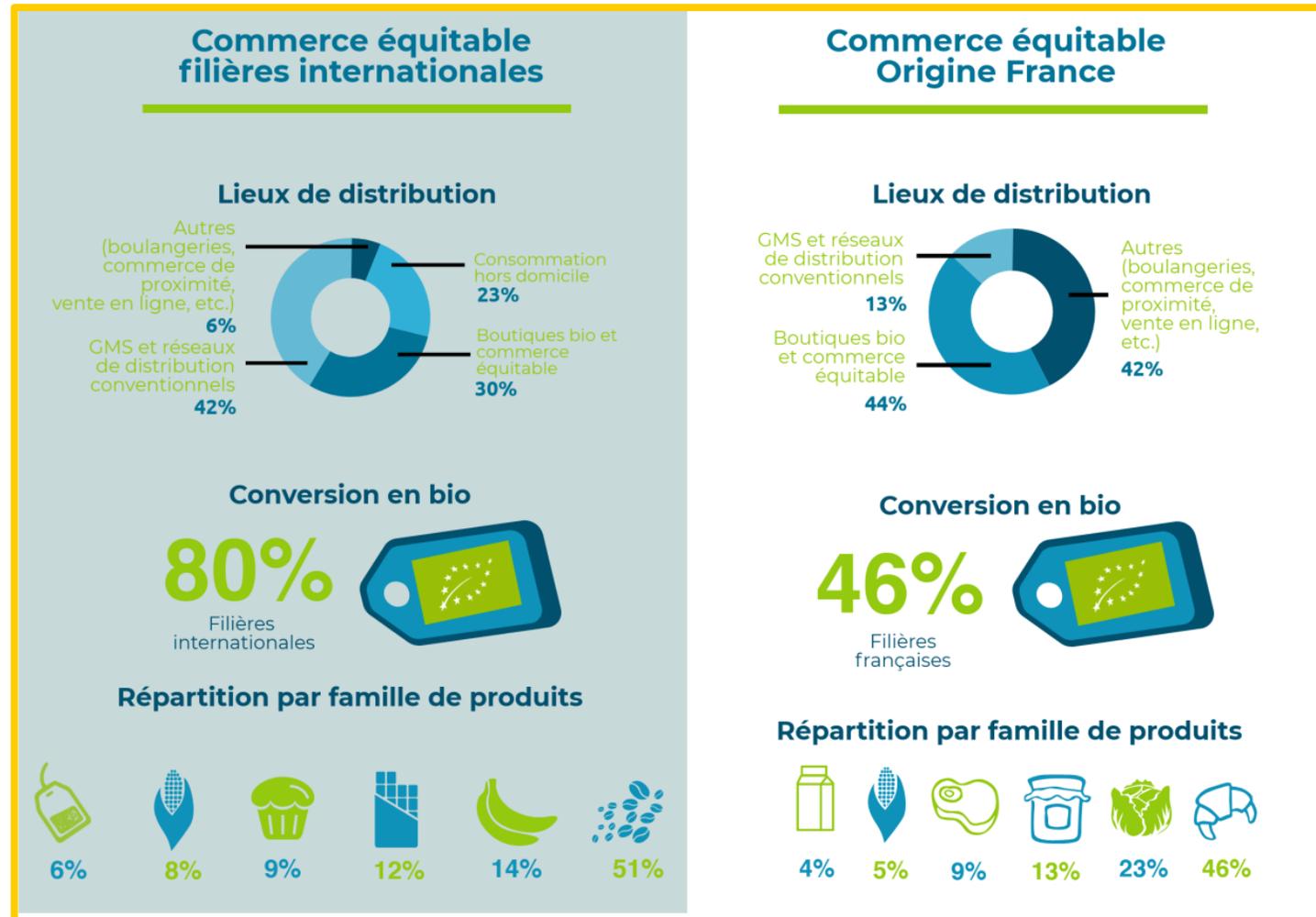
Les agriculteurs et paysans du monde entier **subissent de plein fouet les conséquences du changement climatique ....**

... le commerce conventionnel mondial favorise l'explosion des inégalités et **ne leur permet pas de s'adapter à ces nouveaux défis.**

## LA SOLUTION

**Le commerce équitable permet une meilleure répartition des richesses et favorise le développement de modes de production plus respectueux de l'environnement comme l'agriculture biologique ou l'agroforesterie.**

# Accélérons la transition écologique, pas le dérèglement climatique !



Source : Le commerce équitable en 2017, Commerce Équitable France, 2018.

# Accélérons la transition écologique, pas le dérèglement climatique !

## Deux exemples de produits commerce équitable origine France : les filières bio lait et légumes secs

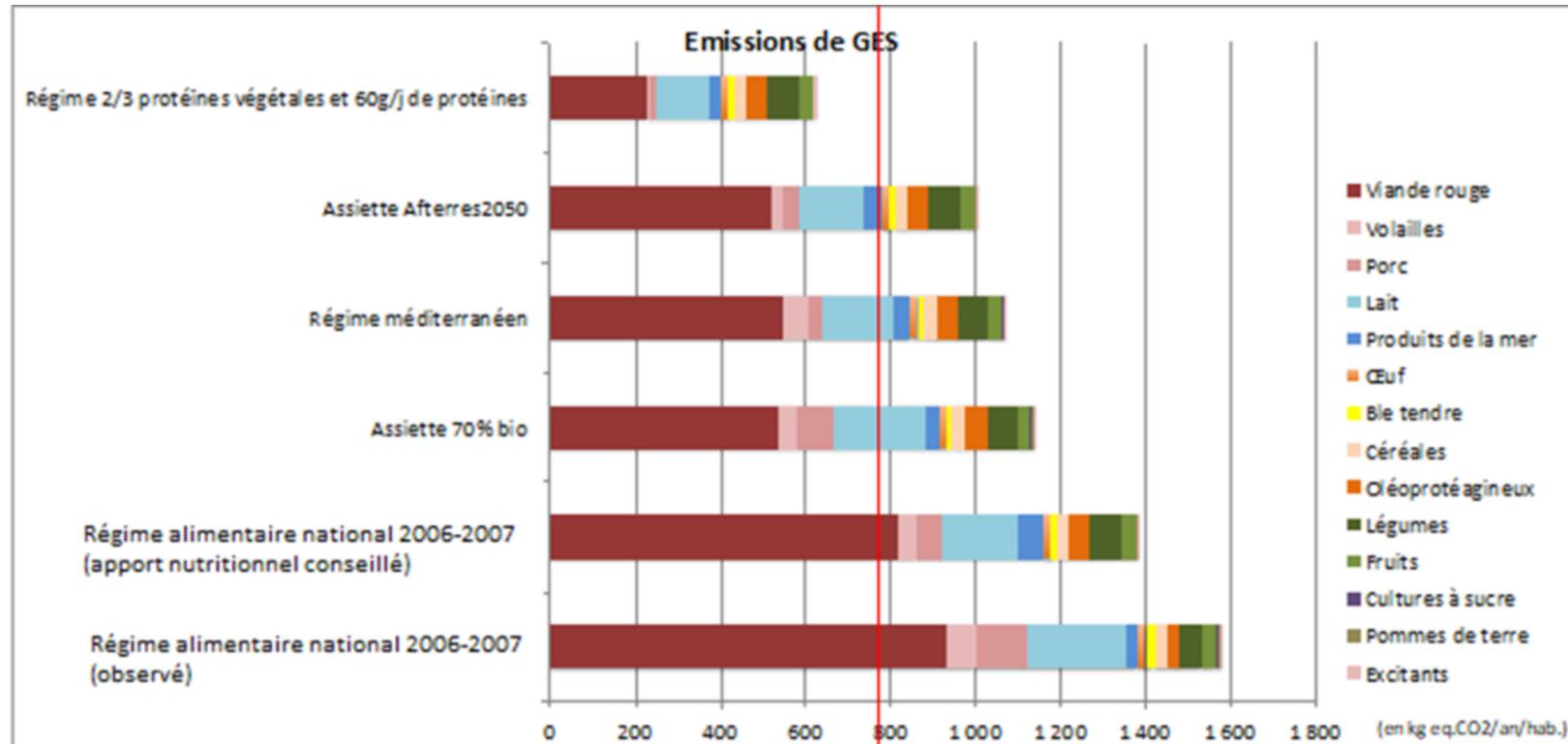
Les cas étudiés montrent des relations commerciales plus apaisées, avec une meilleure rémunération pour les producteurs et une plus grande part de valeur ajoutée, les prix d'achat étant basés sur l'identification des coûts de production.

Dans ce contexte sécurisant, les producteurs peuvent plus facilement sauter le pas vers une conversion bio.

**Les partenariats de commerce équitable  
accélèrent les conversions bio  
et rééquilibrent les relations commerciales !**



# Quel rôle pour les citoyens consommateurs ?



Source : Solagro, Le revers de notre assiette, 2019

**Il faut réorienter nos modes de consommation vers une alimentation durable et équitable !**

[Pour en savoir plus, retrouvez les 7 fiches pratiques du RAC pour réduire les GES de notre alimentation !](#)

# Les principaux leviers de changements pour une alimentation qui répond au défi climatique et le rôle du commerce équitable

CHANGER NOS MODES DE CONSOMMATION	CHANGER LES MODES DE PRODUCTION
<p><b>Une alimentation moins carnée :</b> Le commerce équitable contribue à structurer des filières de protéines végétales en France.</p> <p>(Le Basic, 2019)</p>	<p><b>Réduire les émissions de protoxyde d'Azote =</b> le CE est un accélérateur de transition vers <b>l'agriculture biologique</b>. Au Sud et au Nord.</p>
<p><b>Un rapprochement des sphères de production des sphères de consommation :</b> le commerce équitable s'applique désormais aux filières françaises.</p> <p>(Loi ESS, 2014)</p>	<p><b>Favoriser l'agroforesterie =</b> le CE permet aux producteurs d'investir dans des pratiques culturales diversifiées et plus résilientes au changement climatique + séquestration de carbone.</p>

# Exemples concrets de belles histoires de commerce équitable

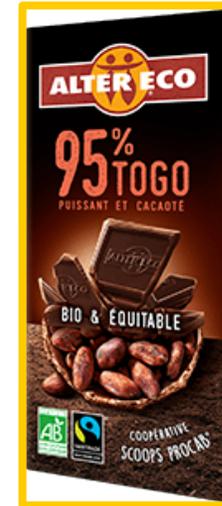


# Quand le commerce équitable... donne les moyens d'**investir dans l'agroforesterie** !

**Thématique** : **Agroforesterie**, objectif **zéro déforestation**, protection de la **biodiversité**.

**Orga. de prod.** : SCOOPS PROCAB (Togo)  
(bénéficiaire du **programme EQUITE** de 1 500 planteurs.

**Filière** : **Cacao**



**Actions et impacts** :

**Passage d'une monoculture à un système de culture sous ombrage forestier.**

⇒ **meilleure résilience climatique** (taux de survie des cacaoyers en agroforesterie : 97% vs. 75% en monoculture).

⇒ diversification des cultures rend les **terres + productives** et donc **plus besoin d'aller déforester** ailleurs.

**Exemple filières équitables  
SUD - NORD**



**Labels** : AB et Fair For Life

**Marque** : Alter Eco

**Produit final** : Tablette de chocolat

# Quand le commerce équitable ... favorise l'économie circulaire !

**Thématique** : Économie circulaire, réduction de la déforestation.

**Orga. de prod.** : COOPAKE (Burkina Faso), coopérative bénéficiaire du programme EQUITE.

**Filière** : Noix de cajou.



**Actions et impacts** :

**Développement de l'économie circulaire au sein de la coopérative :**

**Les déchets agricoles** (coques de cajou) sont réutilisés **pour remplacer le bois de chauffe** (une des premières **causes de déforestation**) dans les fours qui permettent de faciliter le décortiquage.

⇒ le bois de chauffe a été remplacé à 100% par les coques de cajou + réduction de la déforestation.

⇒ **1/ 3 des noix de cajou sont brisées** lors du décortiquage (cassures). **Ethiquable les réutilise pour les intégrer à d'autres produits** (ex : pate de cajou).

Exemple filières équitables  
SUD - NORD

PROGRAMME  
éthiquable



ETHIQUABLE

**Labels** : AB et SPP  
**Marque** : Ethiquable  
**Produit final** : Noix de cajou

# Quand le commerce équitable ... évite la surexploitation du milieu !

**Thématique** : Réaction face à une surexploitation du milieu naturel.

**Orga. de prod.** : Anapqui, Association Nationale des Organisations de Producteurs de Quinoa, **Bolivie**.

**Filière** : Quinoa.



**Actions et impacts** :

Dans les années 2000, une **hausse importante de la demande internationale en quinoa** amenant progressivement au **passage d'un système cultural diversifié** (rotations culturales, alternance avec des pâturages pour l'élevage de lamas) à une **monoculture intensive** source de perturbations agro-écologiques et sociales.

⇒ Mise en place avec **AVSF** de **programmes de production incluant des critères environnementaux** : limiter les surfaces de quinoa, relocaliser la production sur les coteaux, garantir un repos suffisant pour les terres, réimplanter des haies vives, utilisation raisonnée des tracteurs, réintroduction des élevages et de la fumure organique, implication des autorités communautaires...

Exemple filières équitables  
SUD - NORD



**Artisans  
du Monde**

Pour un commerce  
équitable

**Labels** : AB et FI/MH  
**Marque** : Artisans du Monde  
**Produit final** : Quinoa

# Quand le commerce équitable... permet de **préserver la nature et les cultures**

**Thématique** : Agroforesterie / Respect de la biodiversité / Création de débouchés sur le territoire / Empowerment des femmes

**Orga. de prod.** : Conseil Général de la tribu Sateré Mawé (CGTSM), Brésil (Amazonie)

**Filière** : Warana  
des terres d'origine.



**Actions et impacts** :

**Le tri des déchets** : Un bateau passe régulièrement dans tous les villages de l'aire indigène et récupère les déchets non recyclables ; **Le projet abeille** : Multiplier et protéger les abeilles signifie défendre et améliorer la biodiversité de la forêt. Les abeilles sont essentielles dans le cycle de reproduction du

Warana, grâce à la pollinisation. ; **La réappropriation de la culture Sateré Mawé** : L'éducation et la santé différenciée : les Sateré Mawé reçoivent un double enseignement Sateré Mawé et brésilienne, ce qui leur permet de maîtriser leur propre histoire mais aussi de communiquer avec l'extérieur. Un accès aux études supérieures et techniques leur est également octroyé grâce à la création de l'université du Wara, ce qui leur permet ensuite de revenir transmettre à leur tribu ce qu'ils y ont appris ;

**L'écotourisme de "Vinte Quilos"** : site construit avec des matériaux locaux, production de fruits et légumes pour alimenter les touristes, sensibilisation des visiteurs à la culture Sateré Mawé

**Exemple filières équitables  
SUD - NORD**



G U A Y A P I

**Labels** : AB, FGP, Slow Food

**Marque** : Guayapi

**Produit final** : Warana (en poudre, tablette, graine ou bâton)

# Quand le commerce équitable ... dynamise une offre de protéines végétales !

**Thématique :** Plus de protéines végétales dans l'assiette des français.

**Orga. de prod. :** Agribio Union, Sud Ouest de la France.

**Filière :** Soja.



**Actions et impacts :**

Développement d'une filière soja bio, sans OGM, origine France, pour l'alimentation humaine.

⇒ augmentation de la base de protéines végétales dans l'alimentation.

⇒ c'est la plus importante filière soja bio en France (250 agriculteurs, tonnage multiplié par 3 en 15 ans, projet sur l'ensemble du territoire).

Exemple filières  
FRANCE



**Labels :** AB et Biopartenaire

**Marque :** SOY

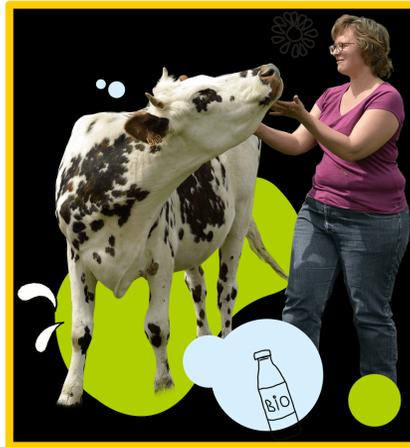
**Produit final :** produits transformés à base de soja (boissons, apéro...)

# Quand le commerce équitable ... favorise les conversions en bio et limite la déforestation importée !

**Thématique** : Soutien aux conversions bio, lutte contre déforestation importée.

**Orga. de prod.** : Biolait, 1300 fermes sur toute la France.

**Filière** : Lait de vache.



**Actions et impacts** :

La visibilité sur les prix et les volumes permet de développer des collectes en bio pour de nouveaux éleveurs. La prime de développement du commerce équitable finance des techniciens pour accompagner les fermes.

⇒ accompagne les conversions en bio.

Biolait a décidé d'aller au-delà du cahier des charges bio avec une alimentation animale 100% origine France.

⇒ pas de risque d'importation de soja issu de déforestation.

## Exemple filières FRANCE



**Labels** : AB et FFL  
**Marque** : Les 2 vaches  
**Produit final** : Yaourt



**Labels** : AB et Ensemble  
**Marque** : Biocoop  
**Produit final** : Brique de lait UHT

# Quand le commerce équitable ... préserve la biodiversité !

**Thématique** : Biodiversité.

**Orga. de prod.** : SICARAPPAM, 50 producteurs et cueilleurs, Massif Central, France.

**Filière** : Plantes aromatiques et médicinales.



**Actions et impacts** :

La coopérative rassemble aussi des cueilleurs de plantes dans le milieu sauvage.

La coopérative travaille sur des pratiques de cueillette respectueuses de la biodiversité sauvage (pas de sur-cueillette).

## Exemple filières FRANCE



**paysans d'ici**  
ÉQUITABLE  
ET BIO  
EN FRANCE

**Labels** : AB et Biopartenaire  
**Marque** : Paysans d'ici  
**Produit final** : Infusions



*l'Herbier  
de France*

**Labels** : AB et Biopartenaire  
**Marque** : Herbier de France  
**Produit final** : Infusions

20ème édition

**LA QUINZAINÉ**

**DU**

**COMMERCE ÉQUITABLE**



# La Quinzaine du **commerce équitable**

**Produire, commercer et consommer autrement, c'est possible !** Depuis 20 ans, la Quinzaine du commerce équitable accompagne la transformation des modes de consommation.

Depuis sa création en 2001, la notoriété du commerce équitable est passée de 7 % à 98% !

Commerce Équitable France impulse et coordonne la campagne, produit et diffuse des outils de communication et d'animation. Des centaines d'acteurs associatifs, de collectivités, d'acteurs économiques et institutionnels sont mobilisés chaque année à travers cette campagne.



Durant quinze jours, **des centaines d'évènements et animations sont organisés** partout en France.

Au programme : repas partagés, concerts, débats, projections de films, témoignages de producteurs ou encore promotion sur les produits issus du commerce équitable.



## ENJEU :

### ACCOMPAGNER LA TRANSFORMATION DES MODES DE CONSOMMATION

#### SOUS- OBJECTIFS

-  **Faire prendre conscience** de l'impact de nos modes de production et de consommation sur les être humains et l'environnement.
-  **Apporter un solution** : faire connaître le commerce équitable comme un levier puissant au service de la transition écologique et sociale.
-  **Donner envie d'être acteur** de cette transformation

# La Quinzaine en 2020

**Face au défi climatique, les citoyens questionnent de plus en plus leurs modes de consommation : pourquoi je consomme ce produit et pas un autre ? Qui travaille derrière ce produit ? Y a t-il des valeurs derrière ce produit ?**

Aujourd'hui, la communication est partout mais le sens n'est pas toujours au rendez-vous. Avec cette Quinzaine du commerce équitable, nous voulons recentrer le discours sur une chose essentielle qui nous concerne tous et toutes : la quête de sens.

Justice économique et justice climatique ne doivent pas être que des beaux discours mais aussi des belle réalités. Avec le commerce équitable, c'est possible !

**La Quinzaine du commerce équitable s'adresse aux citoyens sur le terrain des solutions et donne les clefs de compréhension et d'action pour s'engager en faveur d'une consommation plus responsable.**

# Affiche

"ENCORE  
UNE AFFICHE  
~~QUI VEND~~  
~~DU VENT~~"  
qui donne  
du SENS !

QUAND TU CONSOMMES ÉQUITABLE  
TU CHOISIS UNE JUSTE RÉMUNÉRATION DES PRODUCTEUR-RICE-S  
TU CHOISIS LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT  
TU CHOISIS DES PRODUITS QUI ONT DU SENS

20<sup>ème</sup> édition  
LA QUINZAINE DU  
COMMERCE ÉQUITABLE  
du 9 au 24 Mai 2020



RETROUVE TOUTS NOS ÉVÈNEMENTS SUR ...  
[QUINZAINE-COMMERCE-EQUITABLE.ORG](http://QUINZAINE-COMMERCE-EQUITABLE.ORG) !

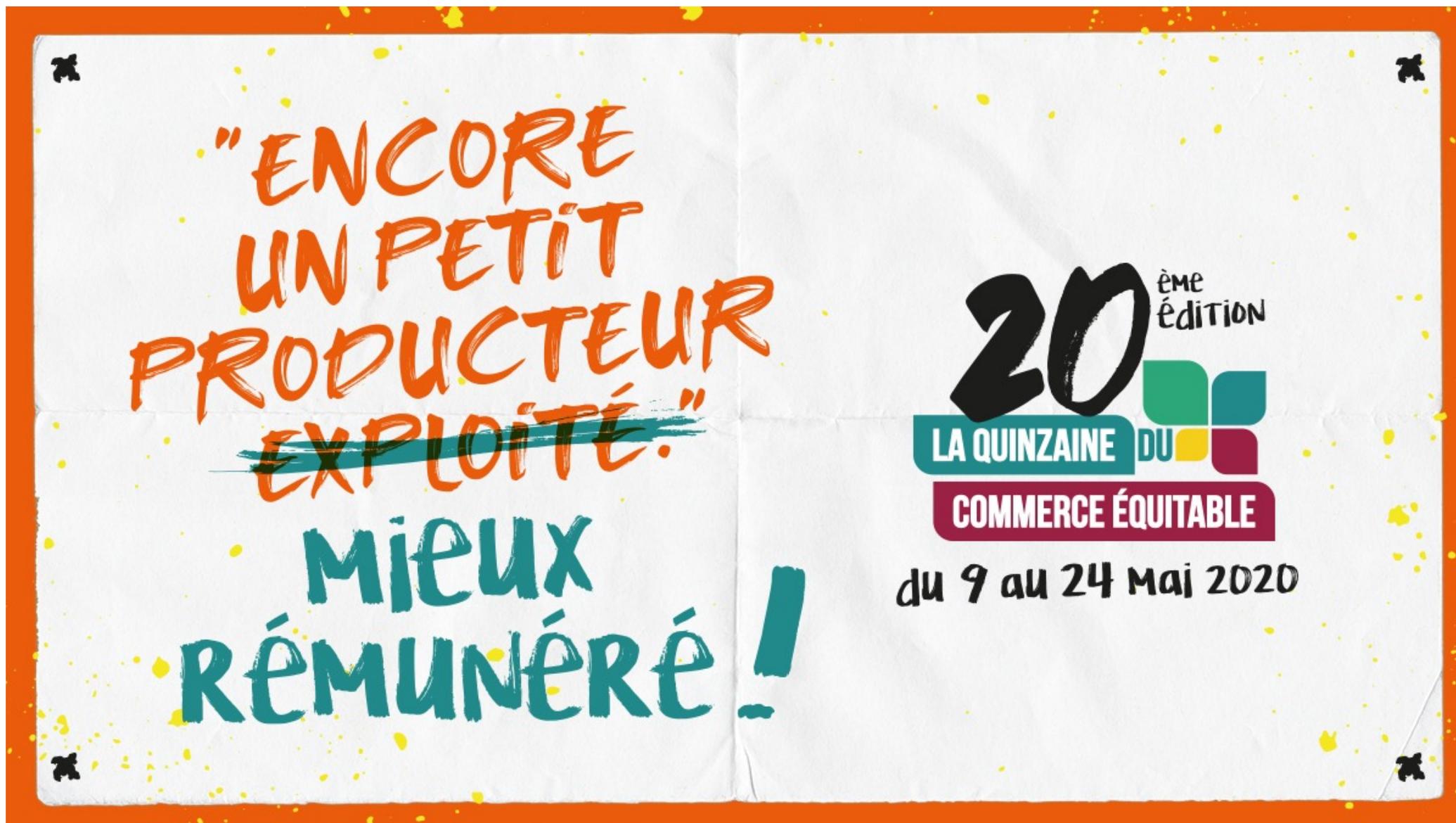


UNE INITIATIVE DE

Commerce  
Équitable  
France

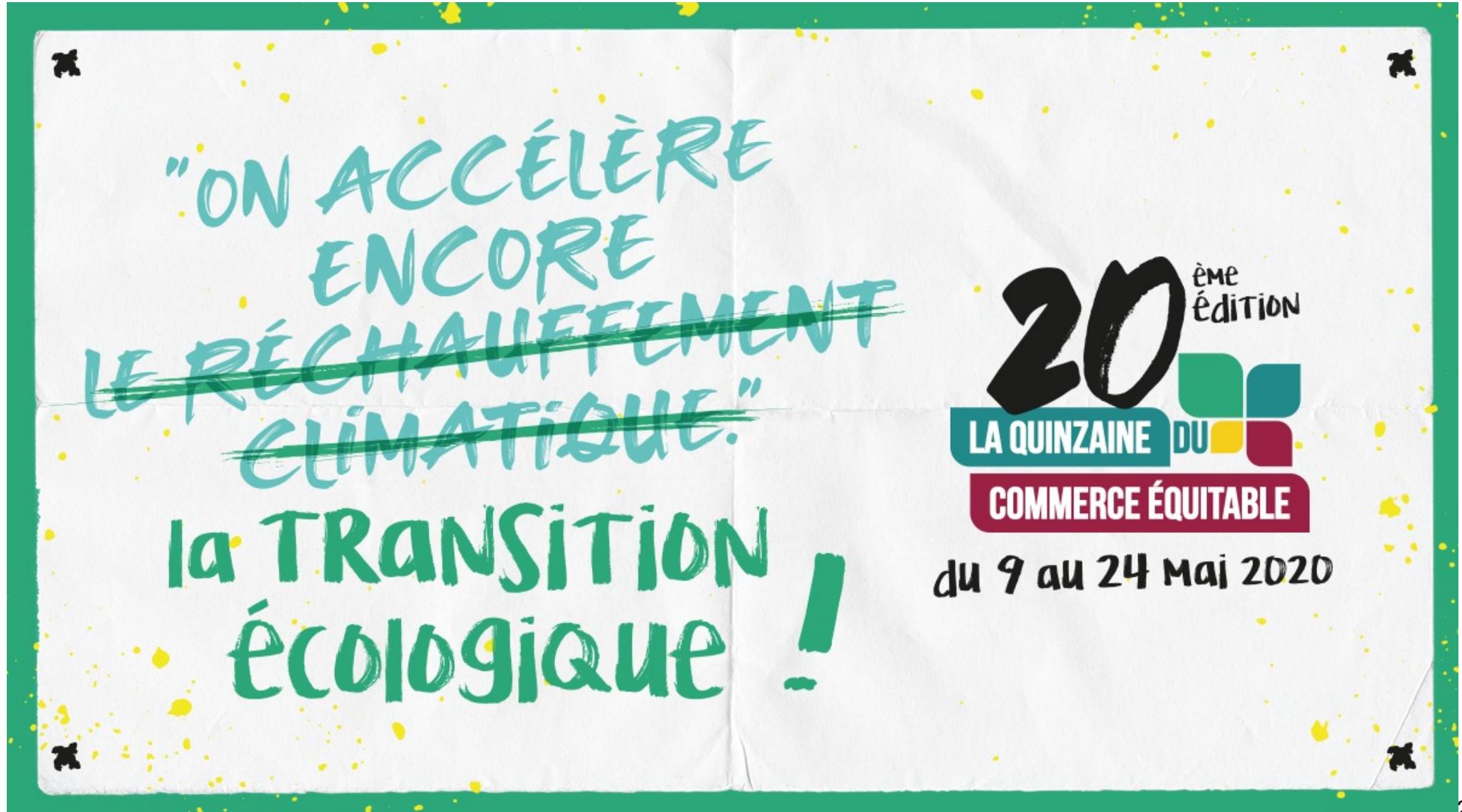
TERRITOIRE  
du commerce équitable

# Campagne réseaux sociaux



Ces visuels seront accompagnés d'une sous-accroche pour ancrer le sens (chiffres concrets, arguments...).

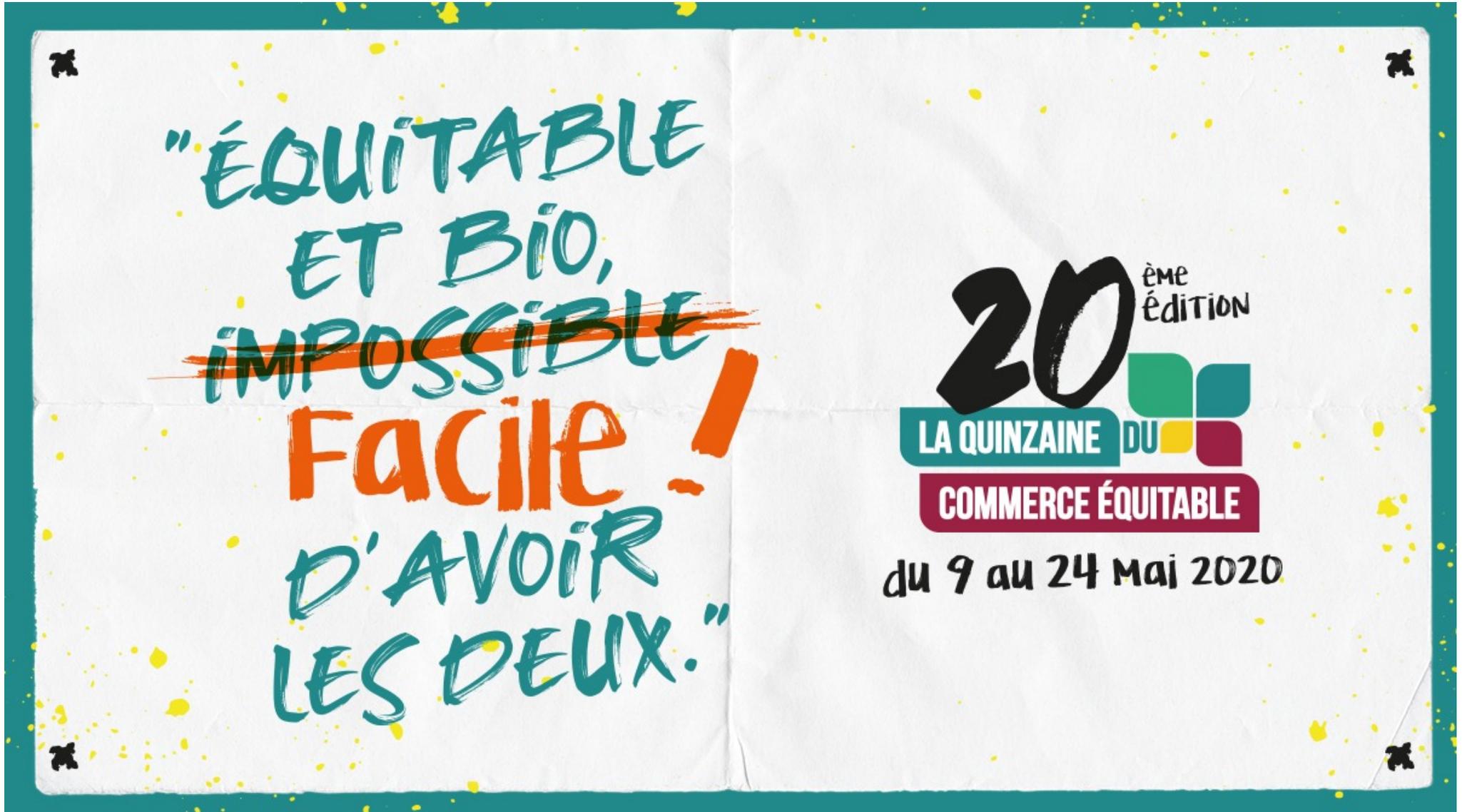
# Campagne réseaux sociaux



# Campagne réseaux sociaux



# Campagne réseaux sociaux



# Campagne réseaux sociaux



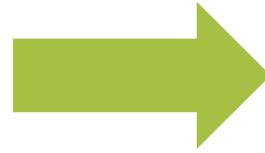
# Belles histoires !

---

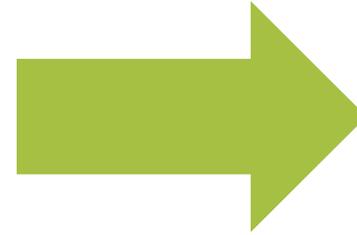
La Quinzaine du commerce équitable est l'occasion d'affirmer les engagements du commerce équitable incarnés par des « BELLES HISTOIRES DE COMMERCE ÉQUITABLE »

- Agroforesterie
- Régénération des sols
- Biodiversité
- Accompagnement de la conversion en bio
- ....

# Logo 2020



# Site web



[www.quinzaine-commerce-equitable.org](http://www.quinzaine-commerce-equitable.org)



# Ce qui va changer

Outils  
mis à  
disposition

- Une affiche (différents formats)
- Une support pédagogique
- Un kit de communication digital
- Un site web spécifique
- Un guide pour créer son évènement

Rendez-vous  
de la  
Quinzaine

- Formation « Maîtriser le thème de la Quinzaine »
- Une conférence institutionnelle
- Une conférence de presse
- Des centaines d'événements locaux sur toute la France



Faire le point sur

**les labels**

**de commerce équitable**



# Qu'est ce qu'un **label** ?

---

1. **Une « marque » collective** (publique ou privée)
2. Des principes inscrits dans **un cahier des charges ou un référentiel**
3. **Une vérification de la conformité** : réalisée par un organisme extérieur (certification externe) ou intégrée au sein même d'une organisation (audit interne).
4. **Un logo** : pour signaler aux consommateurs une « qualité ».

# Qu'est ce qu'un **label** ?

**LABEL =**

un cahier des charges

+ un mode de contrôle

+ un logo

+ utilisable par une diversité  
d'entreprises

# Pourquoi défendre un **commerce équitable labellisé** ?

En France, un produit ne peut pas être déclaré comme « équitable » s'il ne correspond pas à la **définition inscrite dans la loi de 2014**.

Cependant, **cette définition n'oblige pas les entreprises à avoir recours à un label de commerce équitable**.

Résultat :

**dans un même point de vente, le consommateur peut trouver des produits équitables avec un label et d'autres sans.**

# Pourquoi défendre un **commerce équitable labellisé** ?

- **Améliorer la lisibilité des garanties apportées par les produits équitables.**
  - Le commerce équitable labellisé permet d'orienter le consommateur dans ses pratiques de consommation responsable et lui donne les moyens **d'identifier les garanties apportées** par une allégation « équitable ».
- **Accompagner les acteurs économiques vers des pratiques toujours plus exigeantes.**
  - Le commerce équitable labellisé oblige les acteurs économiques à être dans une **démarche de progrès continu** sur l'impact qu'ils cherchent à avoir tout au long de la chaîne d'approvisionnement.
- **Mettre fin à une concurrence déloyale.**
  - Les acteurs du commerce équitable labellisé paient la **mise en place de bonnes pratiques plus exigeantes**, les frais de labellisation et les coûts supplémentaires liés aux audits de contrôle.

# Labels de commerce équitable et labels dits durables : quelles différences ? quelles garanties ?

Très appréciés des multinationales (Lidl, Lavazza, Mcdonald's...) les labels dits "durables" sont **plus simples à obtenir** (moins coûteux, moins exigeant).

Ils visent essentiellement à :

- garantir le respect des règles de l'organisation internationale du travail,
- former les agriculteurs à de bonnes pratiques environnementales.



Leur **approche de la « durabilité » est donc très différente des labels de commerce équitable** :

- **Aucune exigence économique n'est intégrée**
- **Pas de garantie de prix justes et rémunérateurs pour les producteurs** : ils préfèrent jouer sur les volumes de production
- **Ne mettent pas fin aux pratiques commerciales déloyales** des entreprises et ne remettent pas en cause rapport de force entre fournisseur et acheteur dans les filières



→ Loin de vouloir placer l'équité, la solidarité et le respect de l'environnement au cœur des marchés, ces labels sont tournés vers la **réponse aux besoins d'un marché agroalimentaire mondialisé**.

→ Ils ont jusque-là **peu démontré leur influence positive sur les conditions de vie des producteurs et même sur l'environnement**.

# Labels de commerce équitable et labels dits durables : quelles différences ? quelles garanties ?

**Au lieu de choisir des labels engagés et transparents** (équitable et bio), de plus en plus d'entreprises souhaitent se donner l'image d'une entreprise responsable en lançant leurs propres initiatives de durabilité.

Cependant il semble que ces démarches :

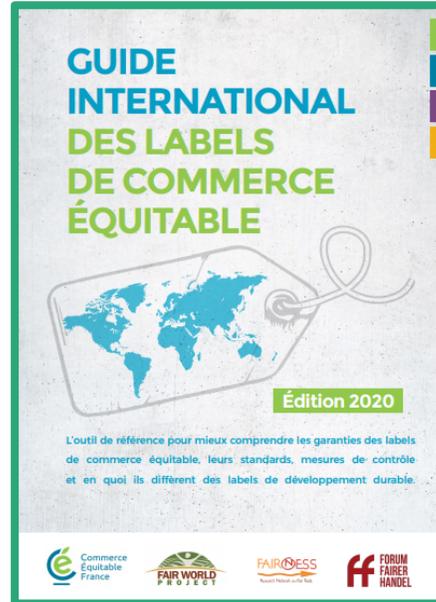
- Souffrent d'un **gros déficit de transparence**
- Relèvent de l'auto-certification > ces initiatives sont **auditées en interne**. Elles n'apportent donc pas la garantie du respect des engagements

→ **Les standards sont rarement disponibles en ligne** et les **études d'impact ne sont pas accessibles au grand public**.



# Outils pour en savoir plus sur les labels :

Le guide international des labels de commerce équitable 2020



- Il s'agit de la 5ème édition du projet porté par Commerce Equitable France.
- Coopération internationale, dimension universelle d'analyse.
- Seul projet de ce type capable d'orienter la consommation responsable à l'échelle internationale.
- Lancement international, soutenu par 10 plateformes nationales !



# Outils pour en savoir plus sur les labels :

Le jeu des labels pour une conso vraiment responsable

Jeu de sensibilisation qui peut être utilisé sur des stands ou des ateliers, l'objectif est de :



- susciter l'échange et le questionnement avec et entre les participants sur leurs habitudes alimentaires
- leur fournir des repères de consommation
- clarifier les concepts en expliquant les exigences derrière chaque label ou logo
- les informer sur les labels à privilégier s'ils souhaitent une véritable consommation responsable, basée sur de réelles garanties en matière de durabilité.

## Public :

Grand public, scolaire, étudiants, toute personne désirant disposer de repères pour sa consommation

**Durée :** 15 à 30 minutes

Jeu réalisé par :

**FAIR(e)**  
un monde équitable

**BIO**  
CONSUMACTEURS

Disponible sur : <http://www.faire-equitable.org/produit/jeu-des-labels/>

# Extraits du chat

## Apports théoriques : questions-réponses

« Il y a vraiment des croissants équitables en France ? »

> « Il existe des produits de viennoiseries équitables notamment avec le label Agri-Éthique, filières blé et œufs engagés en commerce équitable, et le beurre est en train de ce mettre en place. » - Julie Maisonhaute

> « Oui et je tiens à dire que pour avoir pris le risque de les goûter, les viennoiseries sont très bonnes, totalement validées au niveau gustatif. » - Quentin Heim

« Pourquoi Biolait n'est pas une coopérative ? »

> Les coopératives agricoles n'avaient pas toujours bonne réputation auprès des producteurs bio, ils ont voulu faire autrement mais avec une vie démocratique très forte ! C'est une SAS gérée par les producteurs. » - Julie Maisonhaute

# Extraits du chat

## Outils de la Quinzaine : questions-réponses

« Pourquoi l'impact climat n'est pas très mis en avant alors que c'est la thématique retenue ? »

> « J'aime beaucoup la sobriété de l'affiche, les tâches de couleur derrière c'est top. Je suis d'accord, mais maintenant les affiches qui mettent avant la terre il y en a beaucoup. » - Quentin Heim

> « Tu choisis la protection de l'environnement » inclus à mon sens la question du climat, et bien d'autres enjeux. – Pierre Johnson.

« Pourquoi le logo Artisans du Monde n'est-il pas sur l'affiche ? »

> « C'est la version de base, nous aurons une version avec le logo AdM qui sera envoyée aux associations locales AdM » - Myriam Ezzine

« Des versions carrées des ces visuels sont prévues (pour Instagram notamment) » - Myriam Ezzine.

« Est-ce qu'on aura les références des polices et des couleurs utilisées pour les outils ? »

> « Oui nous vous ferons parvenir la charte graphique. »

## Apports théoriques

- Dérèglements climatiques : origines et impacts. Greenpeace, mars 2017. [En ligne](#).
- Rob Vos, Presentation, The state of food and agriculture, FAO. Novembre 2016. [En ligne](#).
- Compilation Atlas du monde de demain, La Vie / Le Monde. PNUE ; V. Raison, 2033, Atlas des futurs du monde, Robert Laffont, 2008. ; Maplecroft, Climate Change Vulnerability Index, 2014. [En ligne](#).
- Les ménages acteurs des émissions de gaz à effet de serre, le 4 pages. Ifen, 2006. [En ligne](#).
- BARBIER C., COUTURIER C., POUROUCHOTTAMIN P., CAYLA J-M, SYLVESTRE M., PHARABOD I., 2019, « L’empreinte énergétique et carbone de l’alimentation en France », Club Ingénierie Prospective Energie et Environnement, Paris, IDDRI, 24p. Janvier 2019. [En ligne](#).
- Le BASIC, Rémunération des producteurs et transition agroécologique : quelles contributions du commerce équitable origine France ?. Commerce Équitable France, Janvier 2019. [En ligne](#).
- Observatoire économique. Le commerce équitable en 2017. Commerce Équitable France, 2018. [En ligne](#).
- Le BASIC, Café : la success story qui cache la crise. Commerce Équitable France, 2018. [En ligne](#).
- Solagro, Le revers de notre assiette, 2019. [En ligne](#).
- Réseau Action Climat, Un coup de fourchette pour le climat (7 fiches pratiques). 2015. [En ligne](#).

## Apports théoriques : contributions des participants

- Infographie de l'impact des chaînes d'approvisionnement (les produits, de la ferme à l'assiette). Hannah Ritchie, Our World in Data, Janvier 2020. [En ligne](#).
- Aurore COLIN, Datalab – Chiffres clés du climat 2020 – France, Europe et Monde. Institute for Climate Economics (I4CE), Novembre 2020. [En ligne](#).
- Plusieurs outils sur le changement climatique et le commerce équitable, des paroles de producteurs et productrices : <https://www.artisansdumonde.org/ressources/espace-multimedia/>
- Artisans du Monde. Vidéo, Changeons le commerce, pas le climat. [En ligne](#). (témoignages de producteurs et productrices sur les effets des changements climatiques dans leurs pratiques de production.
- « L'artisanat est aussi fondamental dans la lutte contre les dérèglements climatiques, surtout à l'heure de l'industrialisation massive : le site du mouvement et label WFTO est truffé de témoignages et de success stories de producteurs et productrices » : <https://wfto.com/>  
108 des 119 magasins Artisans du Monde sont labellisés Organisation de commerce équitable par WFTO.

## Ressources recommandées sur le climat : vidéos

- Vidéo « Commerce équitable et climat : même combat ! » (2019)  
[https://youtu.be/4NVBrI\\_6GWg](https://youtu.be/4NVBrI_6GWg)
- Vidéo « Changeons le commerce, pas le climat » (2015)  
<https://youtu.be/lgNINQfucAE>
- Vidéo « Café : La Success Story qui cache la crise » (2019)  
<https://youtu.be/Vz-XPfJuqTw>
- Vidéo « Transition agroécologique et commerce équitable » (2019)  
[https://youtu.be/oq\\_r4iLdaKk](https://youtu.be/oq_r4iLdaKk)
- Vidéo « Le commerce équitable au service de la transition agroécologique de la filière cacao en Côte d'Ivoire » (2019)  
Version longue : <https://youtu.be/RloJr4ce8to>  
Version courte : [https://youtu.be/mV3KL5t\\_zhs](https://youtu.be/mV3KL5t_zhs)
- Vidéo « Madagascar : l'agroécologie pour assurer la souveraineté alimentaire des familles paysannes » (2018)  
[https://youtu.be/zJp0X\\_nI9aQ](https://youtu.be/zJp0X_nI9aQ)
- Vidéo « Cultivons la biodiversité agricole avec AVSF » (2018)  
<https://youtu.be/fMPSUcJ2EVc>
- Changement climatique (Max Havelaar France, 2016)  
[https://www.youtube.com/playlist?list=PLowQgaLCr\\_JJ1l-af3QffewlcMIW01ty](https://www.youtube.com/playlist?list=PLowQgaLCr_JJ1l-af3QffewlcMIW01ty)

# Aller plus loin

## Ressources recommandées sur le climat : outils pédagogiques

- **Infographie "Le commerce équitable, bon pour les producteurs et bon pour le climat » (2015)**  
<https://www.mouvement-equitable.org/images/2019/depliant-pfce-climat.pdf>
- **Infographie « Du champ au chocolat : sur la piste du cacao » (2016)**  
[https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/assistant-edition/basic\\_etude\\_filiere\\_cacao\\_infographie.pdf](https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/assistant-edition/basic_etude_filiere_cacao_infographie.pdf)
- **Vignettes « Du champ au chocolat : sur la piste du cacao » (2016)**  
[https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/pfce\\_vignettes\\_cacao.zip](https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/pfce_vignettes_cacao.zip)
- **« BD pour vos amis Bioclimatosceptiques » (2019)**  
<http://bioetlocal.org/bande-dessinee/>
- **Carnet « Commerce équitable et justice climatique » (2010)**  
[https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/assistant-edition/carnet\\_justice\\_climatique.pdf](https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/assistant-edition/carnet_justice_climatique.pdf)
- **Carnet « Commerce équitable et environnement » (2010)**  
[https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/assistant-edition/carnet\\_environnement.pdf](https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/assistant-edition/carnet_environnement.pdf)
- **Les fiches solutions du Réseau Action Climat**  
<https://reseauactionclimat.org/agir/>
- **Kit pédagogique sur les changements climatiques (Réseau Action Climat, 2015)**  
<https://reseauactionclimat.org/publications/kit-pedagogique-changements-climatiques/>
- **Les guides de l'ADEME**  
<https://www.ademe.fr/guides-fiches-pratiques>

## Ressources recommandées sur le climat : articles, notes, études

- **Article « Commerce équitable et climat : même combat ! » (2019)**  
<https://www.commerceequitable.org/commerce-equitable-et-climat-meme-combat/>
- **Note de position « Justice économique : comment développer la résilience des agriculteurs et des agricultrices face aux dérèglements climatiques » (2018)**  
[https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/cop24-pas-de-justice-climatique-sans-justice-economique/cef\\_les\\_notes\\_1.pdf](https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/cop24-pas-de-justice-climatique-sans-justice-economique/cef_les_notes_1.pdf)
- **Note de position « Il n’y a pas de résilience climatique sans justice économique » (2019)**  
[https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/joint\\_fair\\_trade\\_movement\\_cop25\\_position\\_paper\\_2019.pdf](https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/joint_fair_trade_movement_cop25_position_paper_2019.pdf)
- **Étude : Rémunération des producteurs et transition écologique : quelles contributions du commerce équitable origine France ? (Le Basic, 2019)**  
[Le résumé \(2 pages\)](#) ; [La synthèse \(26 pages\)](#) ; [Le rapport complet](#) ; [Actualité](#)
- **Étude : Café, la success story qui cache la crise (Le Basic, 2018)**  
[La vidéo](#) ; [Le livret infographie](#) ; [Le résumé \(2 pages\)](#) ; [La synthèse \(26 pages\)](#) ;  
[Le rapport complet](#) ; [Communiqué de presse 2019](#) ;  
[Communiqué de presse 2018](#) ;  
[Page campagne "Un café à l'équité"](#)
- **Étude : La face cachée du chocolat (Le Basic, 2016)**  
[La synthèse \(20 pages\)](#) ; [Le rapport complet](#)
- **Rapports du GIEC**  
<https://www.ipcc.ch/sr15/> et <https://www.ipcc.ch/srccl/>
- **Dossier « Tourisme et impact carbone : constats et perspectives ? » (ATES, 2019)**  
[https://www.mouvement-equitable.org/images/2019/Dossier\\_impact\\_carbone\\_2019.pdf](https://www.mouvement-equitable.org/images/2019/Dossier_impact_carbone_2019.pdf)

# Aller plus loin

## Ressources généralistes : outils pédagogiques tout public

- **« Le Tourisme en quête de sens »**  
<http://www.tourismesolidaire.org/scripts/kcfinder/upload/files/Flyer%20expo%20ATES.pdf>
- **Panneaux pédagogiques sur les produits du quotidien**  
[mobilisation@faire-equitable.org](mailto:mobilisation@faire-equitable.org)
- **Les Carnets de Commerce Équitable France**  
<https://www.commerceequitable.org/publications/>  
[Sur l'environnement](#) ; [sur les impacts au Sud](#), [sur la justice climatique](#)
- **Test de personnalité "Quel acteur de changement êtes-vous ?"**  
[mobilisation@faire-equitable.org](mailto:mobilisation@faire-equitable.org)
- **Bande-dessinée "Qui veut la peau de la banane ?"**  
<http://bit.ly/2pe0rud>
- **Infographie « Sur la piste du cacao »**  
[https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/assistant-edition/basic\\_etude\\_filiere\\_cacao\\_infographie.pdf](https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/assistant-edition/basic_etude_filiere_cacao_infographie.pdf)
- **Fiches « En savoir plus »**  
<https://www.artisansdumonde.org/ressources/espace-multimedia/fiches-en-savoir-plus/>
- **Bulletins Equité**  
<https://www.artisansdumonde.org/ressources/publications/>
- **Livret « Café : la success story qui cache la crise »**  
<https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/commerce-equitable-etude-cafe-livret-022019.pdf>
- **Jeu des labels (2020)**  
<http://www.faire-equitable.org/produit/jeu-des-labels/>

## Ressources généralistes : outils pédagogiques pour enfants

- **Les cahiers d'enquête Artisans du Monde (7-11 ans)**  
A voir : <https://www.artisansdumonde.org/ressources/cahiers-d-enquete/>  
A commander ; [http://outils.artisansdumonde.org/nos-outils-educatifs.html?filter\\_16=Enfants](http://outils.artisansdumonde.org/nos-outils-educatifs.html?filter_16=Enfants)
- **Kit pédagogique "le développement durable et moi : la consommation" E-graine (8-12 ans)**  
<http://bit.ly/2FlzDbn>
- **Set de table "le Commerce Équitable" (7-11 ans)**  
[communication@equisol.org](mailto:communication@equisol.org)
- **Infographie "Nos garanties" Max Havelaar**  
<http://nosgaranties.maxhavelaarfrance.org/>
- **Livret "Carlito et les secrets de la Chacana" (8-12 ans)**  
[https://issuu.com/altereco/docs/kit\\_pedagogique\\_alter\\_eco](https://issuu.com/altereco/docs/kit_pedagogique_alter_eco)  
<https://www.altereco.com/outil-pedagogique>
- **Dessin animé « La famille Kiagi et le commerce équitable »**  
A voir : <https://www.artisansdumonde.org/ressources/espace-multimedia/la-famille-kiagi-et-le-commerce-equitable>  
A commander : <http://outils.artisansdumonde.org/nos-outils-educatifs/dessin-anime-la-famille-kiagi-et-le-commerce-equitable.html>
- **Kamishibai et livre « Luna et Pedro, la récolte du cacao »**  
<http://outils.artisansdumonde.org/nos-outils-educatifs/kamishibai-et-livre-luna-et-pedro-la-recolte-du-cacao.html>

# Aller plus loin

## Ressources généralistes : outils pédagogiques pour jeunes et étudiants

- **Jeu du commerce alimentaire (à partir de 14 ans) (2007)**  
<http://bit.ly/2DsVEcy>
- **Guide REFEDD sur le commerce équitable**  
[https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/assistant-edition/guide-commerce-equitable-campus\\_refedd.pdf](https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/assistant-edition/guide-commerce-equitable-campus_refedd.pdf)
- **Mallette Liban : des terroirs pleins d'espoir**  
<http://outils.artisansdumonde.org/nos-outils-educatifs/mallette-pedagogique-liban-des-terroirs-pleins-d-espoirs.html>
- **Mallette Mascobado : un sucre pour la liberté**  
<http://outils.artisansdumonde.org/nos-outils-educatifs/mallette-pedagogique-mascobado-un-sucre-pour-la-liberte.html>
- **Jeu de rôle Le Notoc (2008)**  
<https://www.avsf.org/public/JeuNotocVersionDef.pdf>
- **Jeu « Qui a le pouvoir ? »**  
[assistant.com@commerceequitable.org](mailto:assistant.com@commerceequitable.org)
- **Mallette pédagogique : « Le grand voyage d'un chocolat équitable »**  
<http://outils.artisansdumonde.org/nos-outils-educatifs/mallette-pedagogique-le-grand-voyage-d-un-chocolat-equitable.html>
- **"Nous avons tous un rôle à jouer !" Guide d'action pédagogique pour voir le monde autrement**  
[mobilisation@faire-equitable.org](mailto:mobilisation@faire-equitable.org)
- **Infographie « Le commerce équitable, un outil pour lutter contre le changement climatique »**  
<https://www.commerceequitable.org/publications/>
- **Mallette pédagogiques « En route vers un café équitable »**  
<http://outils.artisansdumonde.org/nos-outils-educatifs/mallette-pedagogique-en-route-pour-un-cafe-equitable.html>

# Aller plus loin

## Ressources généralistes : vidéos

- **Qui a le pouvoir ? (Le Basic, 2015)**  
[https://youtu.be/jKJAvFr6\\_Po](https://youtu.be/jKJAvFr6_Po)
- **Vidéo « Café : La success story qui cache la crise (Commerce Équitable France, 2019)**  
<https://youtu.be/Vq-xtu7ea3U>
- **Vidéo « Changeons le commerce, pas le climat » (Artisans du Monde, 2015)**  
<https://youtu.be/lgNINQfucAE>
- **Le commerce équitable « Made in France » (Commerce Équitable France, 2016)**  
<https://www.youtube.com/playlist?list=PLI5nZ5Ofon8xpU4eqZeDUNHTp7cyyS5Or>
- **L'égalité Femmes-Hommes dans le commerce équitable (Artisans du Monde, 2018)**  
<http://bit.ly/2pdxZHW>
- **Le commerce équitable au service de l'autonomisation des femmes en Côte d'Ivoire (Programme EQUITE, 2019)**  
Version courte : [https://youtu.be/4U\\_fuH\\_1yCM](https://youtu.be/4U_fuH_1yCM)  
Version longue : <https://youtu.be/k42QRwWRpAM>
- **Commerce équitable : + de femmes, + d'égalité, + d'impacts ! (Commerce Équitable France, 2018)**  
<https://youtu.be/VtHLvAvSOCM>
- **Tuto pour un monde nouveau (FAIR[e] un monde équitable, 2017)**  
[tutopourunmondenouveau.org](http://tutopourunmondenouveau.org)
- **Victor et son chat (Quinzaine du commerce équitable, 2013)**  
[https://youtu.be/mFq3\\_eYBRXw](https://youtu.be/mFq3_eYBRXw)
- **Pas besoin d'en faire autant pour consommer équitable ! (Artisans du Monde, 2012)**  
[https://youtu.be/8Zcguhri\\_Ew](https://youtu.be/8Zcguhri_Ew)
- **Fair Story : continuons l'histoire du commerce équitable (Max Havelaar France, 2012)**  
<https://vimeo.com/41914559>
- **Les idées reçues du commerce équitable (Max Havelaar, 2016)**  
[https://www.youtube.com/playlist?list=PLOwQgaLCr\\_JJERMbUdzMHpRhySo-nW\\_-f](https://www.youtube.com/playlist?list=PLOwQgaLCr_JJERMbUdzMHpRhySo-nW_-f)
- **#OnNousDit (Biocoop, 2019)**  
<https://www.youtube.com/playlist?list=PLLctXj1zTFhTtVmJyJY18wpXDe0Ua6erL>

# Aller plus loin

## Ressources généralistes : vidéos filières et producteurs

- **Pour tout savoir sur le Guarana ! (Guayapi)**  
[info@guayapi.com](mailto:info@guayapi.com)
- **Cecosova - une coopérative de commerce équitable (Artisans du Monde, 2017)**  
<https://www.artisansdumonde.org/ressources/espace-multimedia/cecovasa-une-cooperative-de-cafe-equitable>
- **En route pour un café équitable ! (Artisans du Monde, 2017)**  
<https://www.artisansdumonde.org/ressources/espace-multimedia/en-route-pour-un-cafe-equitable>
- **Ananas, un fruit aux multiples facettes (Artisans du Monde, 2018)**  
<https://www.artisansdumonde.org/ressources/espace-multimedia/documentaire-ananas-un-fruit-aux-multiples-facettes>
- **Mascobado : un sucre pour la liberté (Artisans du Monde, 2018)**  
<https://www.artisansdumonde.org/ressources/espace-multimedia/documentaire-mascobado-un-sucre-pour-la-liberte>
- **Les filières du commerce équitable (Max Havelaar, 2016)**  
[https://www.youtube.com/playlist?list=PLOwQgaLCr\\_JJiC5aLzTnXnlzRvOUkp7fh](https://www.youtube.com/playlist?list=PLOwQgaLCr_JJiC5aLzTnXnlzRvOUkp7fh)
- **Le commerce équitable : levier de renforcement des coopératives et de leurs réseaux en Côte d'Ivoire (Programme EQUITE, 2019)**  
<https://www.youtube.com/watch?v=Q5K1FAvm6co>
- **Les 2 Vaches : Ce que nous apporte la labélisation (Les Prés Rient Bio, 2019)**  
<https://youtu.be/-0suij4Oypg?t=34>
- **Les portraits sonores : Un trait d'union entre producteurs et consommateurs (Boite à Lumières, 2014)**  
<http://portraitssonores.org/portraits/>
- **Paroles de producteur (Ethiquable, 2020)**  
<https://www.youtube.com/playlist?list=PLO3fsbxOwz3T8FLwFPBWQpCTEpr1v6YjH>
- **Du côté des producteurs (Max Havelaar, 2019)**  
[https://www.youtube.com/playlist?list=PLOwQgaLCr\\_JI2tUCePixVL7mQQTHTS6U4](https://www.youtube.com/playlist?list=PLOwQgaLCr_JI2tUCePixVL7mQQTHTS6U4)
- **Histoires de fournisseurs (Biocoop, 2019)**  
<https://www.youtube.com/playlist?list=PLLctXj1zTFhQ1cARHTVw-iIMZ8s4Q72tg>
- **Découvrez les coopératives ! (Alter Eco, 2016)**  
<https://www.youtube.com/playlist?list=PLA5F8A5D8D7EB6E86>
- **Les engagements de Biopartenaire (2020)**  
<https://www.youtube.com/playlist?list=PLGt0y-2Z8Jc2R91AcDnvnNYLGkT8dhwk4>
- **Paroles de partenaires ! (Artisans du Monde)**  
<http://bit.ly/2FRA86q>

# Aller plus loin

## Ressources généralistes : dépliants et brochures

- **"Soyons Artisan.e.s d'un autre monde"**  
A lire : <https://www.artisansdumonde.org/ressources/espace-multimedia/brochure-soyons-artisan-es-d-un-autre-monde>  
A commander : <http://outils.artisansdumonde.org/nos-outils-educatifs/brochure-soyons-artisan.e.s-d-un-autre-monde.html>
- **Guide de mobilisation FAIR[e] un monde équitable**  
<http://www.faire-equitable.org/mobilisation@faire-equitable.org>
- **Brochures techniques de production**  
A lire : <https://www.artisansdumonde.org/ressources/brochures-techniques-de-production/>
- **Brochure "Mieux connaître la production de cacao" El Ceibo**  
<http://bit.ly/2HxYq2l>
- **Brochure »Mieux connaître la production de sucre"**  
<http://bit.ly/2pjsPub>
- **Mini-guide pour des courses équitables**  
<http://www.faire-equitable.org/produit/mon-mini-guide-pour-des-courses-equitables/>
- **Guide pour se repérer dans la jungle des labels (2018)**  
<http://www.faire-equitable.org/2018/10/18/se-reperer-dans-la-jungle-des-labels/>