OBSERVATOIRE DU COMMERCE ÉQUITABLE

2022

Commerce Équitable France

Fondé en 1997, Commerce Équitable France est le collectif de concertation et de représentation des acteurs français de commerce équitable. L'objectif de l'association est de promouvoir le commerce équitable en France et à l'international pour accompagner les transitions écologiques et sociales des modes de production et de consommation.

L'Observatoire du commerce équitable présente un état des lieux de la consommation équitable en France.

PÉRIMÈTRE : CATÉGORIE “PRODUITS” DE COMMERCE ÉQUITABLE

Catégorie “produits” de commerce équitable

La consommation de produits issus d’un commerce équitable présenté par cet Observatoire compile et consolide les chiffres de ventes de produits garantis par un label de commerce équitable.

#1 : Évolution des ventes

Croissance des ventes en 2022 en France

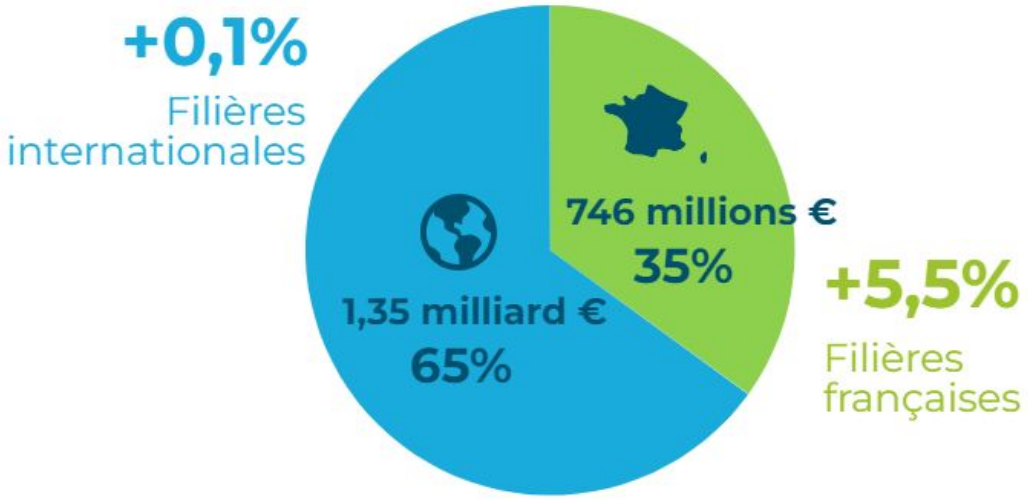
En 2022, le commerce équitable résiste face à la crise

2,081 milliards €

de ventes de produits issus du commerce équitable en 2022

+1,96 %

entre 2021 et 2022

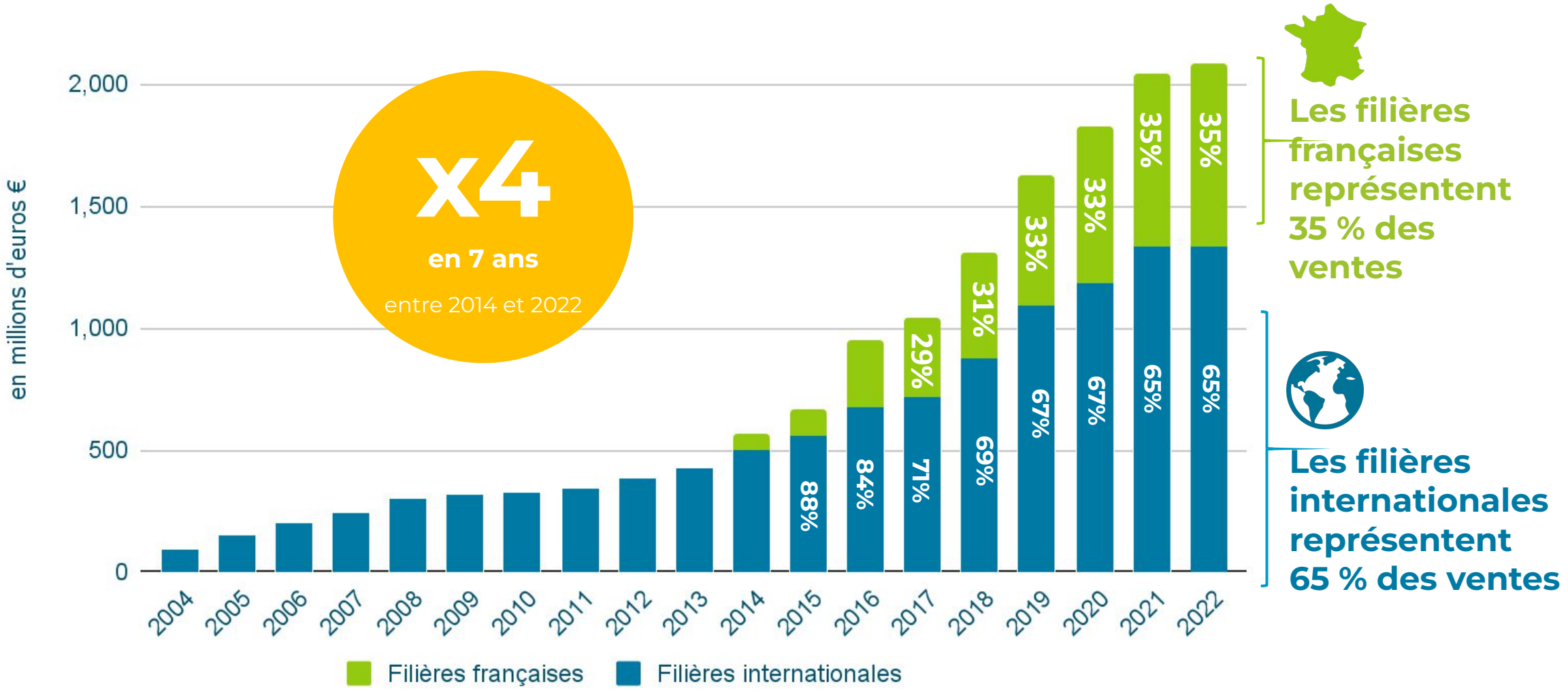


Répartition des ventes

Le saviez-vous ?

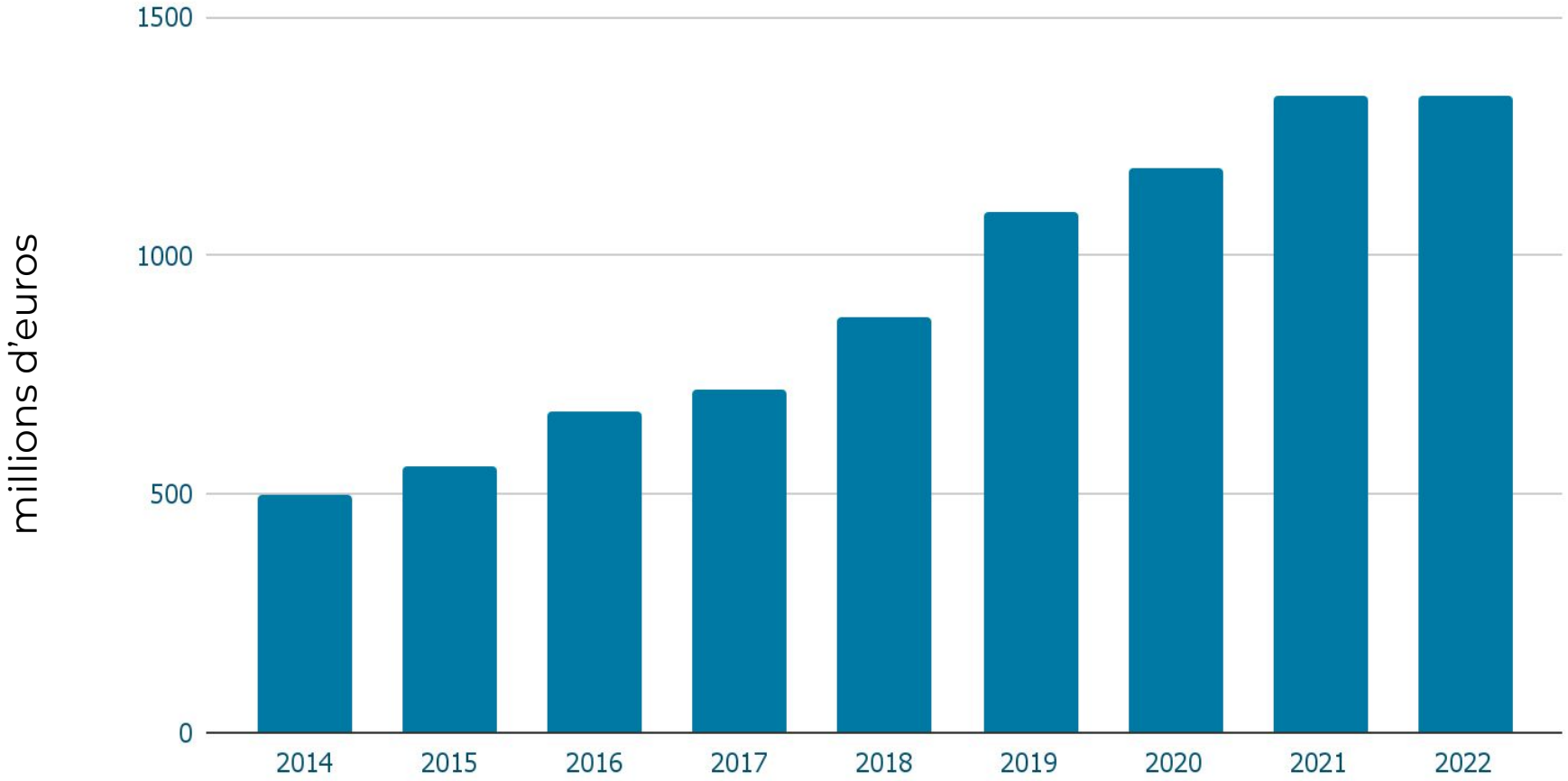
Depuis 2014, le commerce équitable s'applique à la fois à des produits issus des pays du Sud et à des produits origine France.

Croissance des ventes en 2022



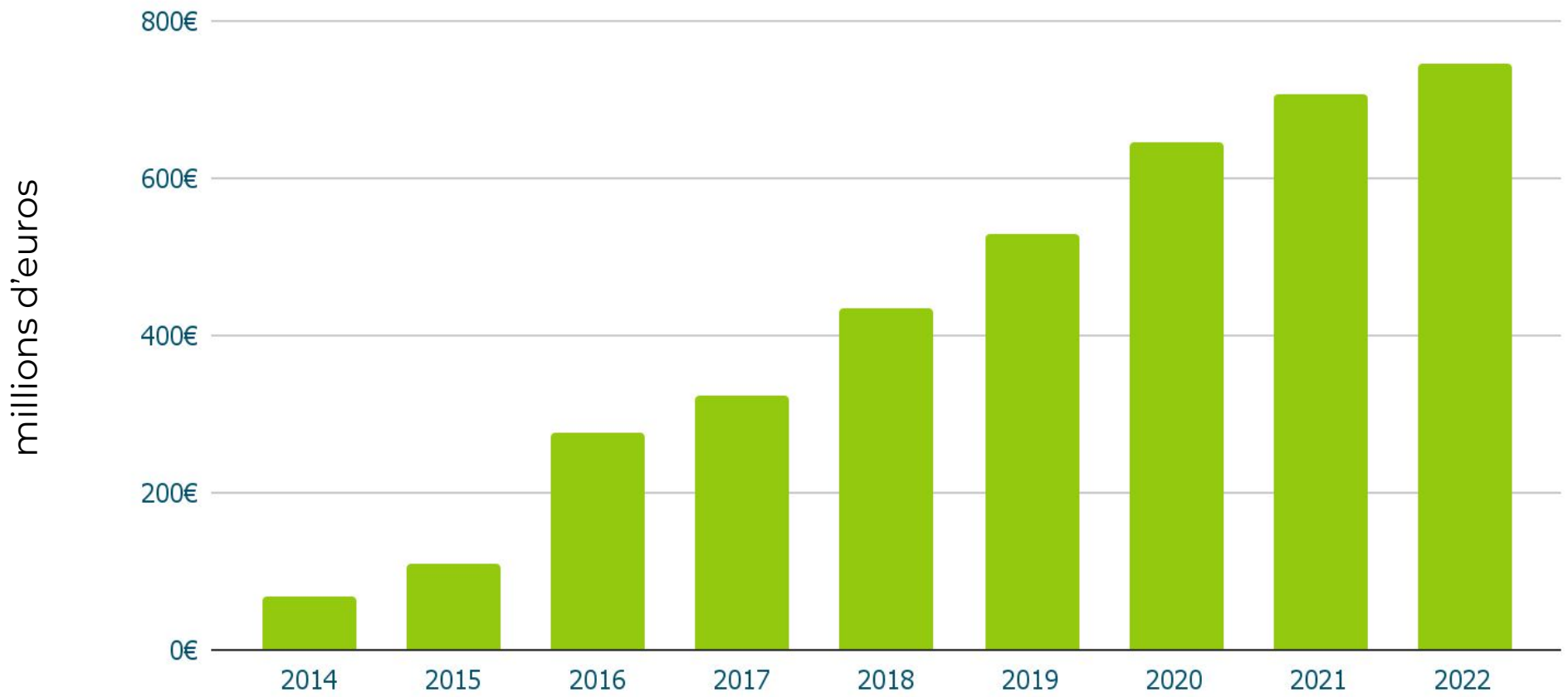
Evolution des ventes de produits

de filières internationales de commerce équitable depuis 2014



Evolution des ventes de produits

de commerce équitable origine France depuis 2014



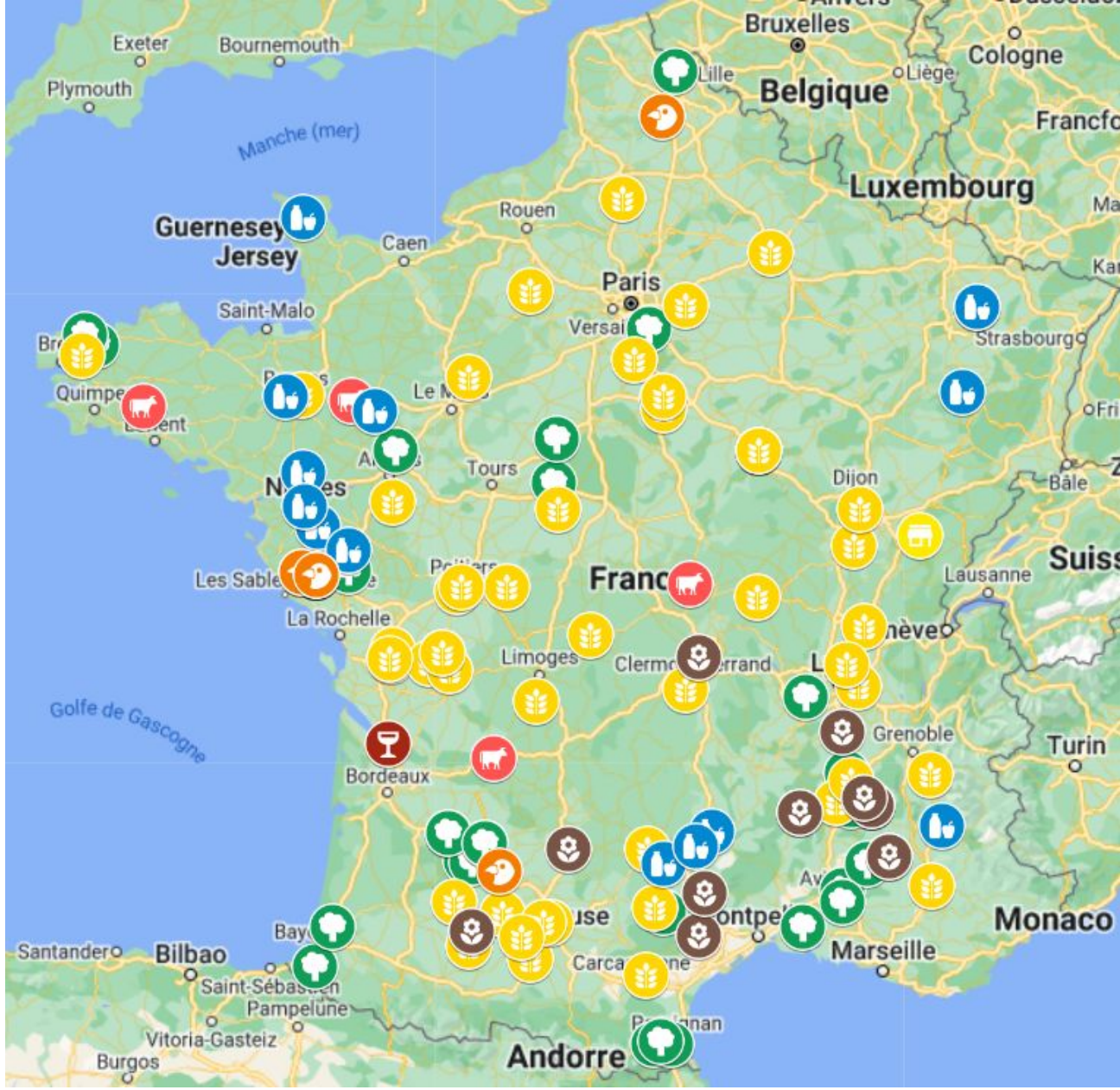
Des acteurs sur tout le territoire et pour toutes les familles de produits

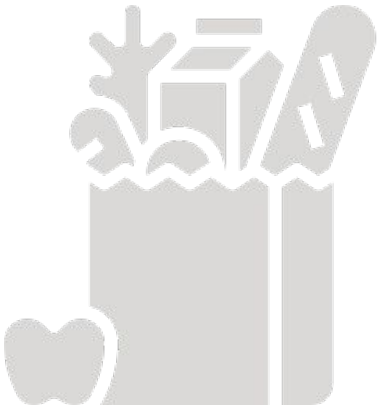
110 groupements

+6 700 fermes

+12 000

producteur·ice·s et travailleur·euse·s agricoles



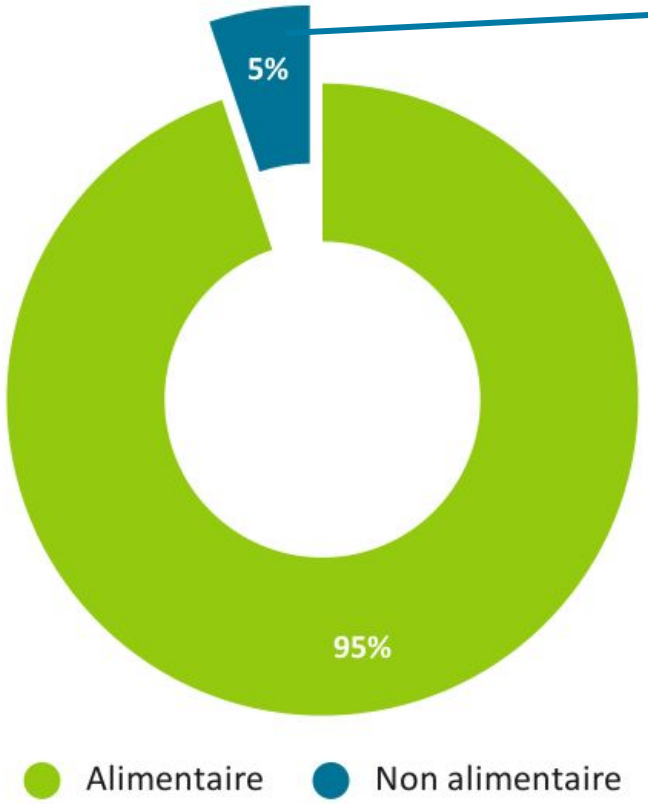


#2 : Focus sur les familles de produits

Typologie des produits

Des produits équitables essentiellement agro-alimentaires : 95 % des ventes

Répartition des produits alimentaires et non alimentaires (en % des ventes)



Répartition des produits équitables non alimentaires (en % de ventes)

- Hygiène, soins, cosmétiques **55 %**
- Fleurs **18 %**
- Textile **18 %**
- Tourisme **4 %**
- Artisanat **3 %**
- Huiles essentielles, compléments alimentaires et autres dérivés de plantes **1 %**
- Autres **1 %**

Nouveau départ pour le tourisme équitable !

+276 %

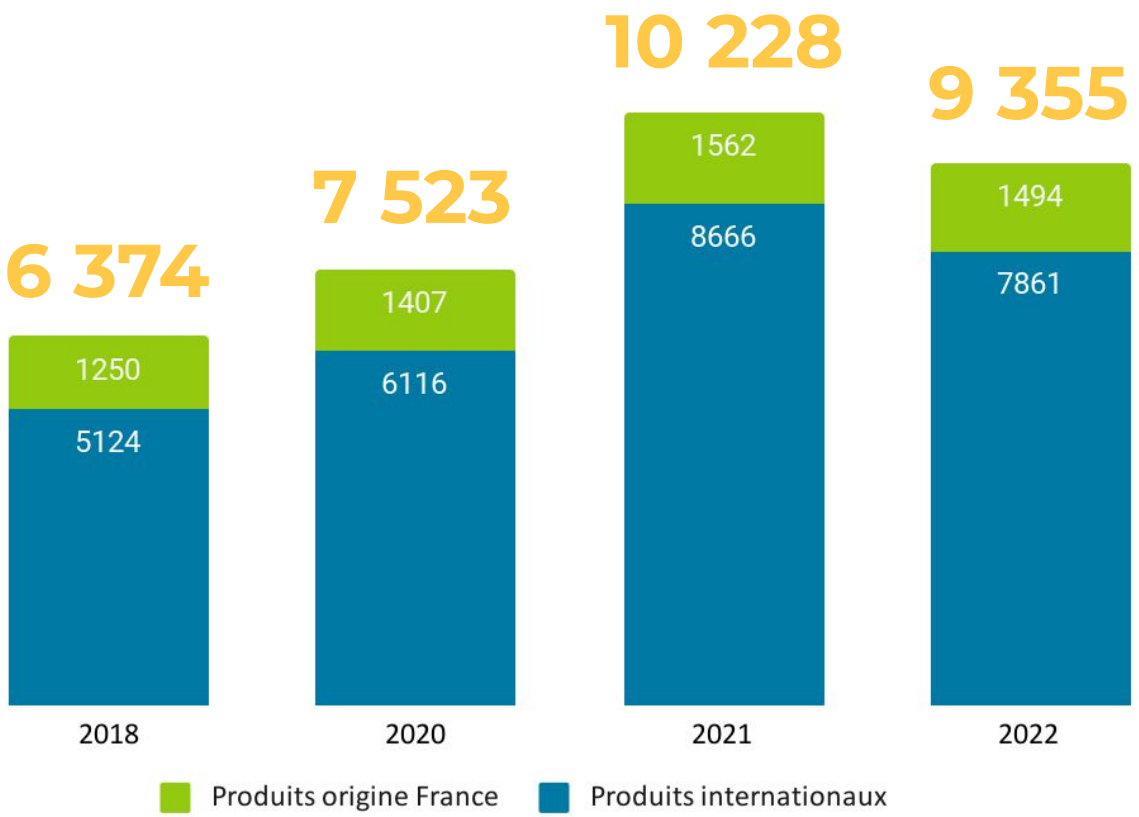
entre 2021 et 2022

Le chiffre d'affaires du tourisme équitable a **plus que triplé** entre 2021 et 2022, en France comme à l'international.

Cette progression est le résultat, dans le contexte d'une période post-covid, d'une **reprise des voyages Nord-Sud** et du **développement des voyages Nord-Nord**.

Il retrouve presque son niveau d'avant Covid !

Evolution du nombre de références équitables de produits alimentaires



9 355 références

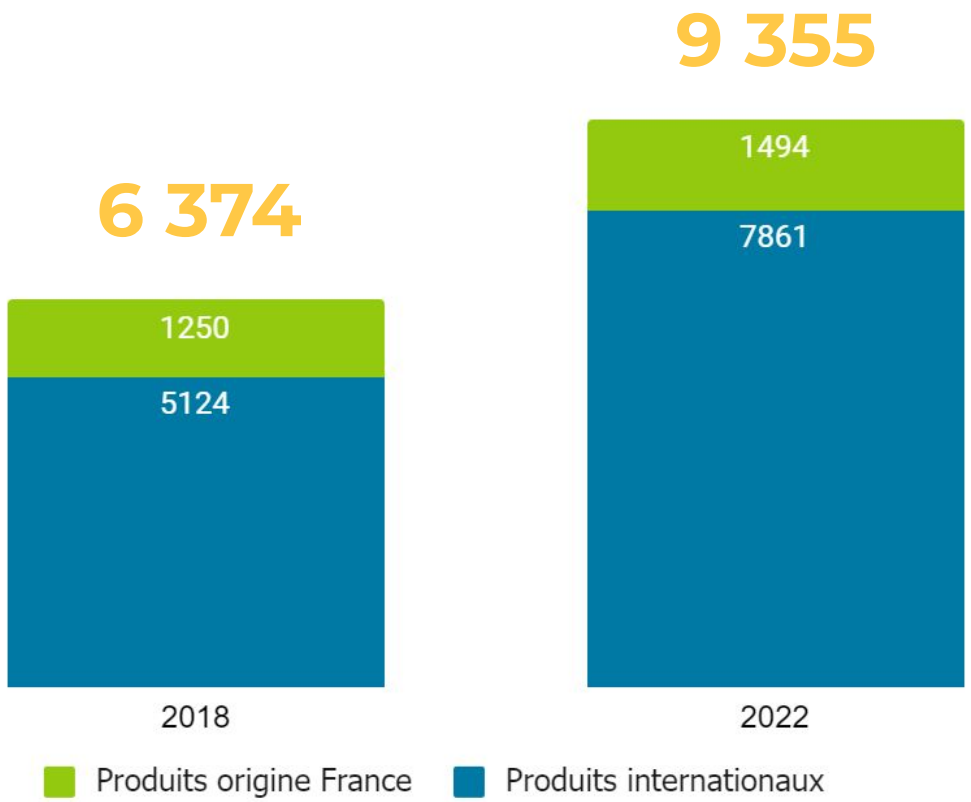
-18 %
entre 2021 et 2022

-2,6 %
pour les produits origine France

-20 %
pour les produits internationaux

Evolution du nombre de références équitables de produits alimentaires

(comparatif entre 2018 et 2022)



9 355
références

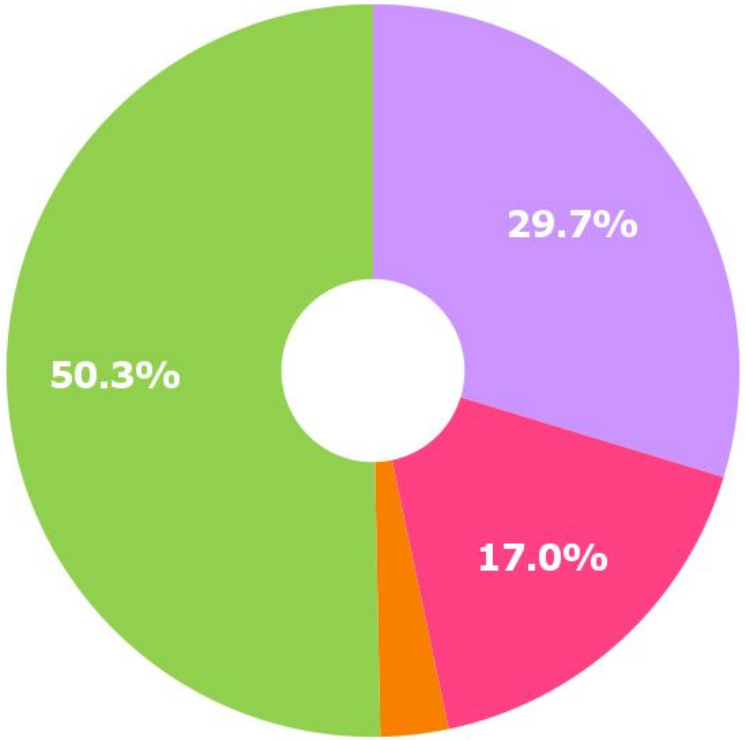
+47 %
depuis 2018

+20 %
pour les produits origine France

+53 %
pour les produits internationaux

Catégories de produits

4 grandes familles de produits (toutes filières confondues)



50,3 %
Produits frais : boulangerie, fruits et légumes, oeufs, viandes, fromages

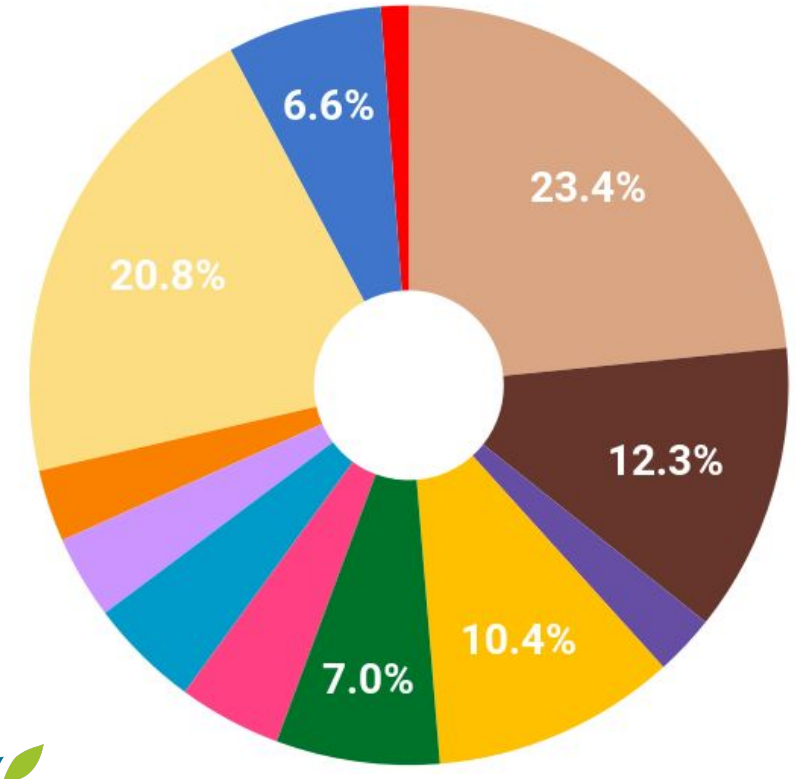
29,7 %
Boissons : café, thé, jus, lait, alcool

17 %
Epicerie sucrée : chocolat, sucre, gâteaux, farine

3 %
Epicerie salée : féculents, légumineuses, conserves

Catégories de produits

Répartition des produits alimentaires (toutes filières confondues)



23,4 % Café

7 % Fruits et légumes frais

3,5 % Boissons (jus, alcools)

20,8 % Boulangerie et viennoiserie

6,6 % Produits laitiers

3,1 % Epicerie salée, autres

12,3 % Chocolat

4,7 % Surgelés

2,6 % Thés et tisanes

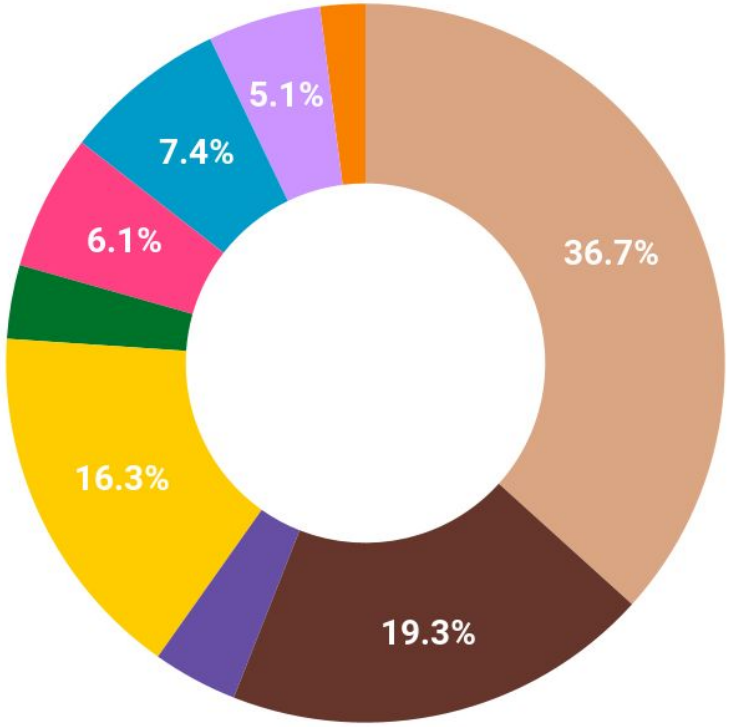
10,4 % Bananes

4,4 % Sucre, desserts, épicerie sucrée

1,2 % Viande et oeufs

Catégories de produits

Répartition des produits alimentaires dans les filières internationales



36,7 %
Café

19,3 %
Chocolat

16,3 %
Bananes

6,1 %
Sucre, desserts, épicerie sucrée

5 %
Boissons (jus, alcools)

7,4 %
Produits surgelés

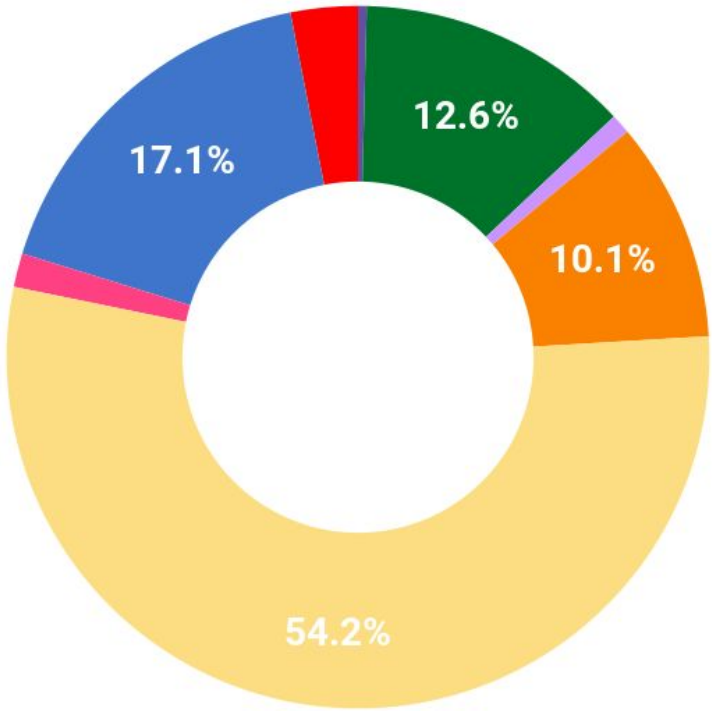
3,8 %
Thés et tisanes

3,3 %
Fruits et légumes frais

2 %
Epicerie salée, autres

Catégories de produits

Répartition des produits alimentaires dans les filières françaises



54,2 %
Boulangerie et viennoiseries

17,1 %
Produits laitiers

12,6 %
Fruits et légumes frais

10,1 %
Epicerie salée

3,1 %
Viande et oeufs

1,6 %
Epicerie sucrée

0,9 %
Boissons (jus, alcools)

0,4 %
Thés et tisanes

Des produits en progression de ventes

Souvent en corrélation avec une augmentation du nombre de références

Fruits et légumes frais (hors bananes)

+78 %

Epicerie sucrée

+53 %

Filières internationales

Epicerie salée

+68 %

Tisanes

+26 %

Produits laitiers

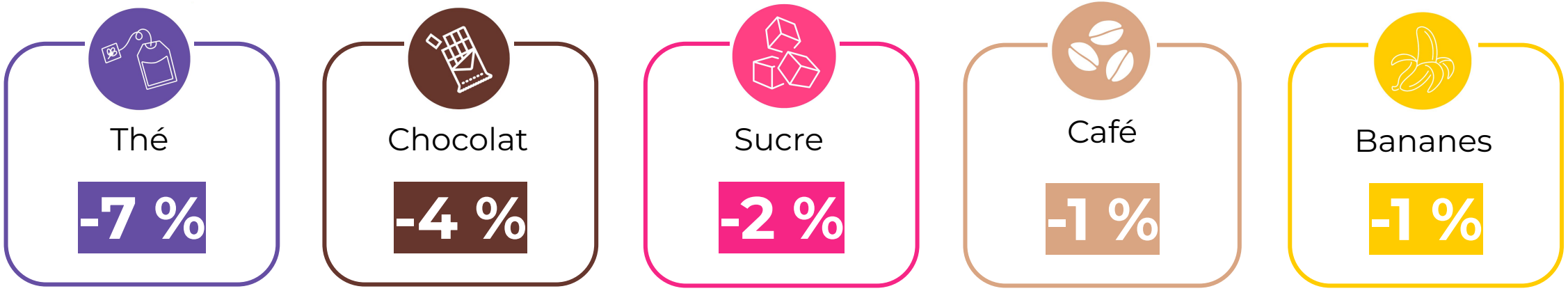
+25 %

Boulangerie

+15 %

Filières françaises

Des produits en baisses de ventes



#3 : Commerce équitable et bio

Double labellisation équitable + bio

83 %

des produits issus du commerce équitable sont également bio

(en % des références produits)

?

Le saviez-vous ?
La valorisation des modes de production respectueux de l'environnement et de la biodiversité, tels que **l'agroécologie**, est un des 7 points de la définition légale du commerce équitable depuis la loi Climat et Résilience de 2021.

Double labellisation équitable + bio

72 %

des produits issus des filières internationales de commerce équitable sont également bio

(en % de la valeur de vente)

51 %

des produits issus des filière françaises de commerce équitable sont également bio

(en % de la valeur de vente)

Le saviez-vous ?

Le **programme Équité** soutient 125 000 familles de producteur·rice·s et 40 coopératives équitables en Afrique de l'Ouest pour promouvoir des revenus décents pour les agriculteurs et accompagner la transition agroécologique.

https://programme-equite.org/

Le saviez-vous ?

Les **études d'impacts menées sur les filières équitables françaises** ont démontré que le commerce équitable contribue fortement à accélérer la transition vers l'agriculture biologique.

Les atouts du commerce équitable pour accélérer la transition agroécologique en France - Zoom sur 14 filières (2022)

Rémunération des producteurs et transition agroécologique : quelles contributions du commerce équitable origine France ? (2019)

#4 : Distribution et lieux de ventes

Lieux de ventes

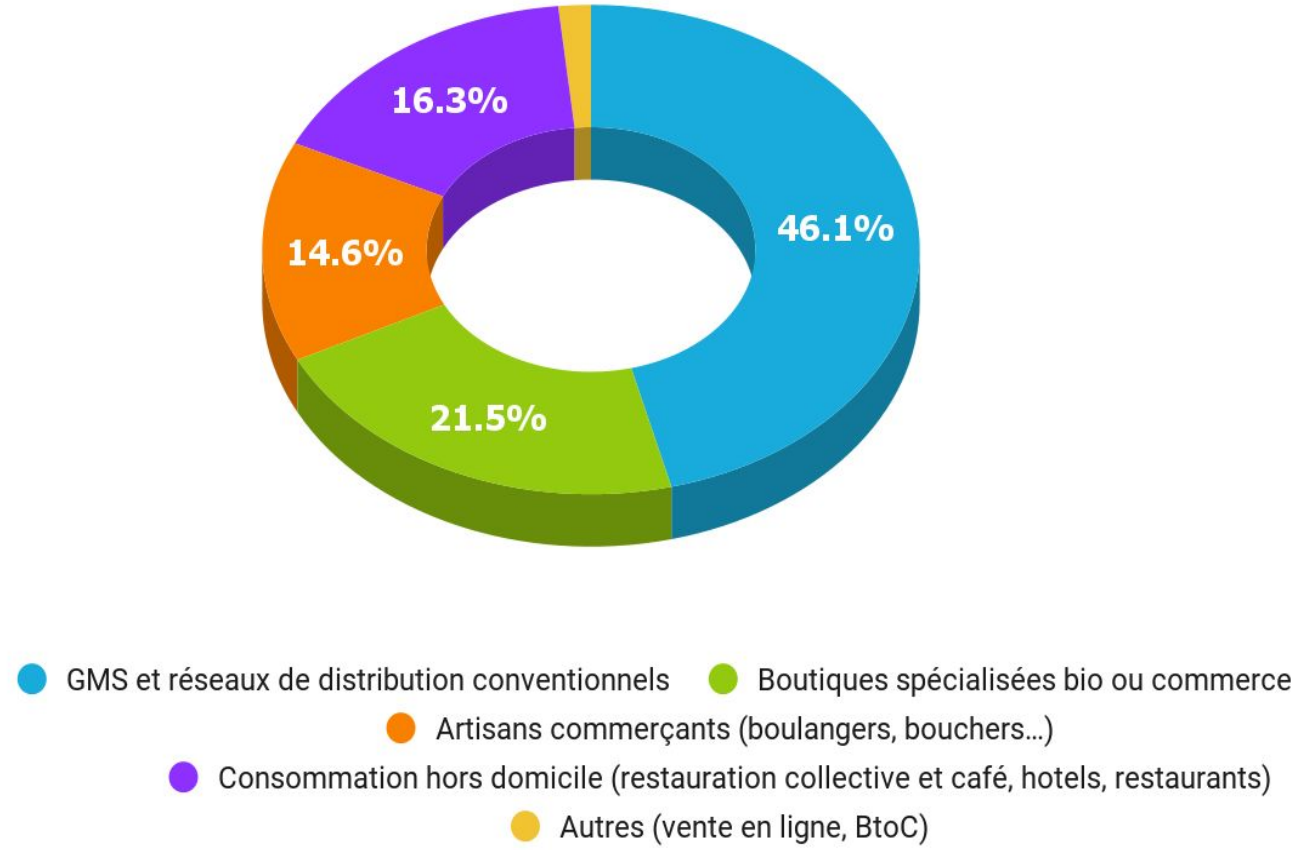
toutes filières confondues

La Grande et Moyenne Surface (GMS) reste le lieu de distribution principal : **46,1 %**.

Les autres principaux circuits de distribution sont les **magasins spécialisés bio et équitables : 21,5 %**. Leur rôle dans le développement du marché est particulièrement important.

La consommation hors domicile (restauration, achats internes des entreprises et collectivités etc.) pèse pour **16,3 %** des ventes.

14,6 % des ventes de produits équitables se font chez les **artisans commerçants**.



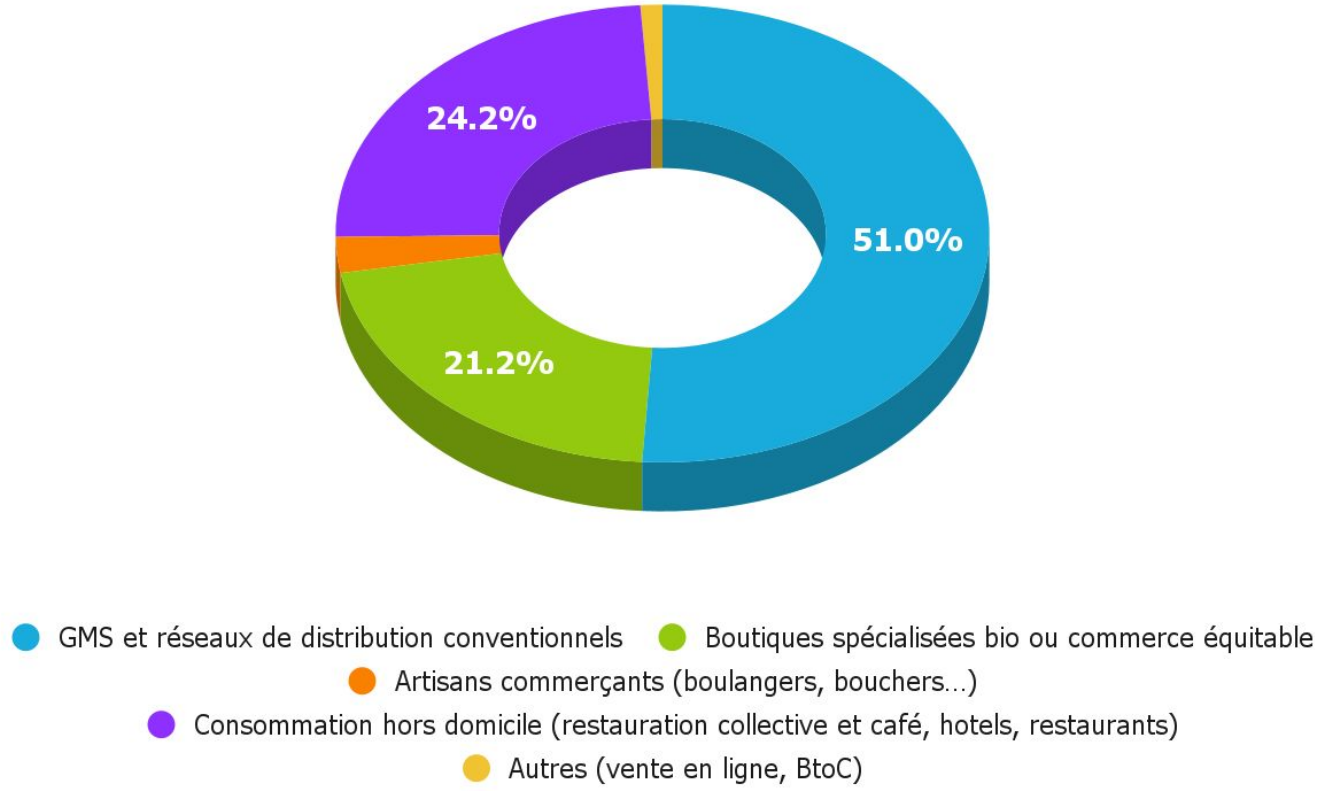
Lieux de ventes

des filières équitables internationales

Pour les produits internationaux, la **Grande et Moyenne Surface (GMS)** représente plus de la moitié des ventes **(51 %)**.

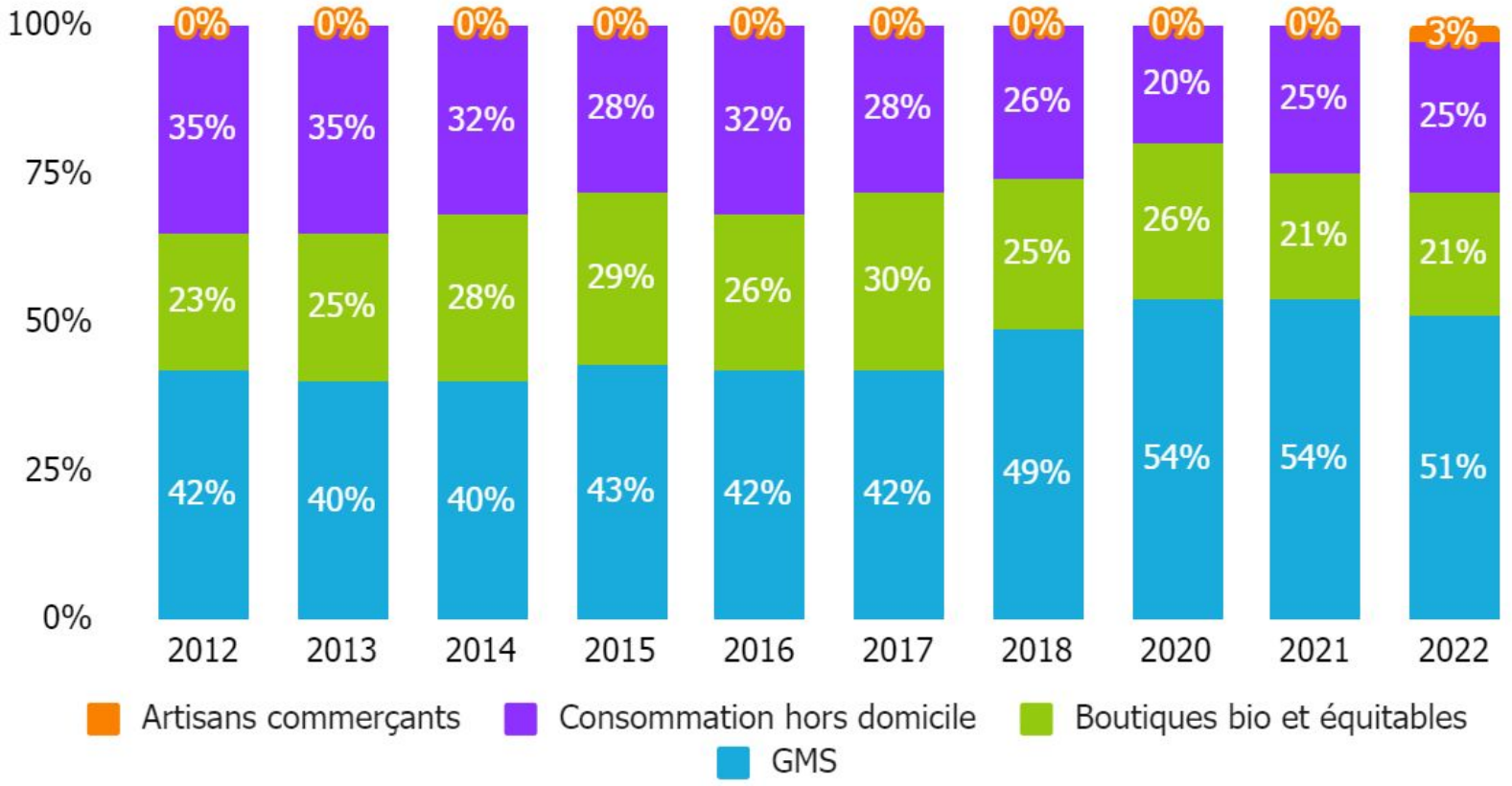
La consommation hors domicile est le deuxième vecteur de distribution des produits internationaux (restauration, restauration collective, etc.) avec **24,2 %** des ventes.

21,2 % des ventes s'effectuent dans les **magasins spécialisés bio et équitables**.



Évolution des lieux de ventes

des filières équitables internationales (de 2012 à 2022)

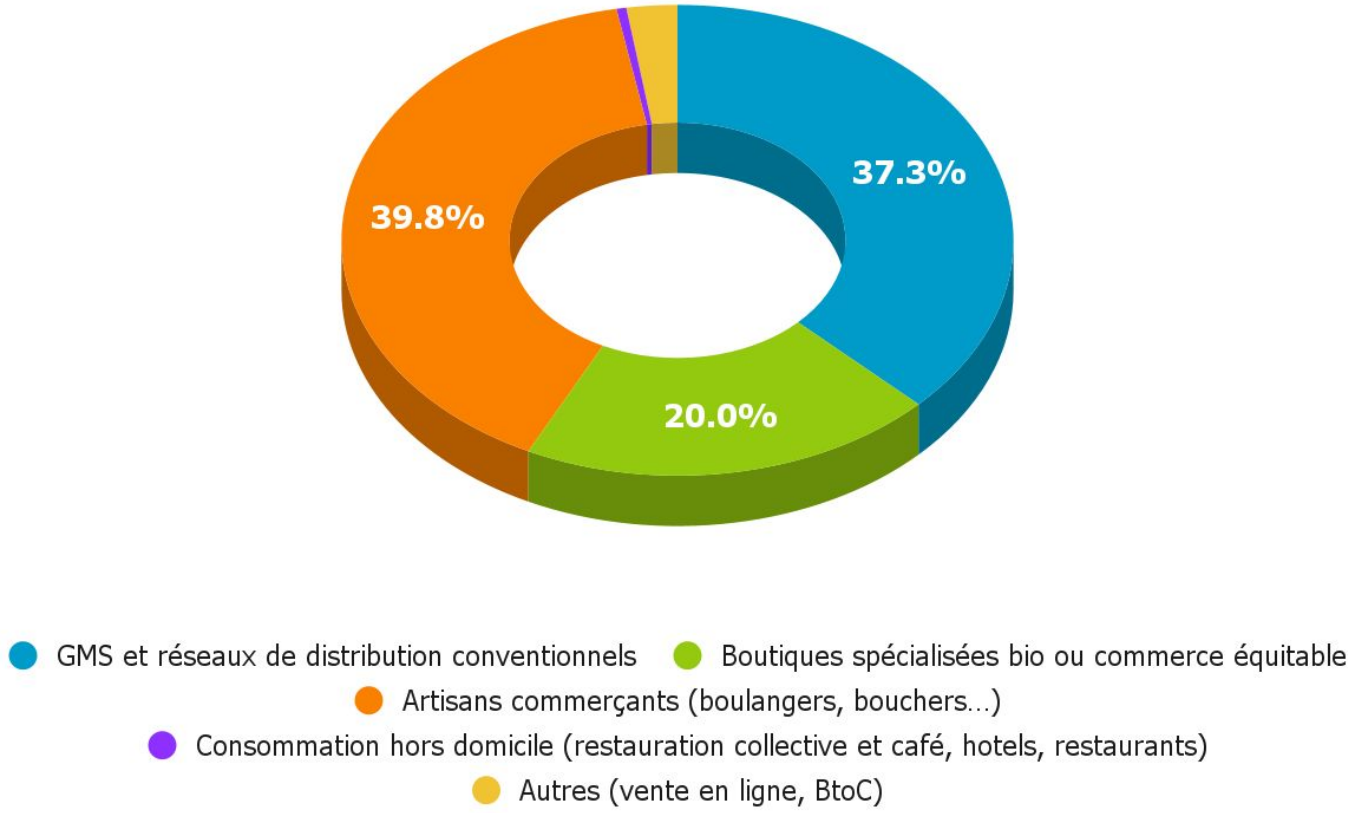


Lieux de ventes

des filières équitables françaises

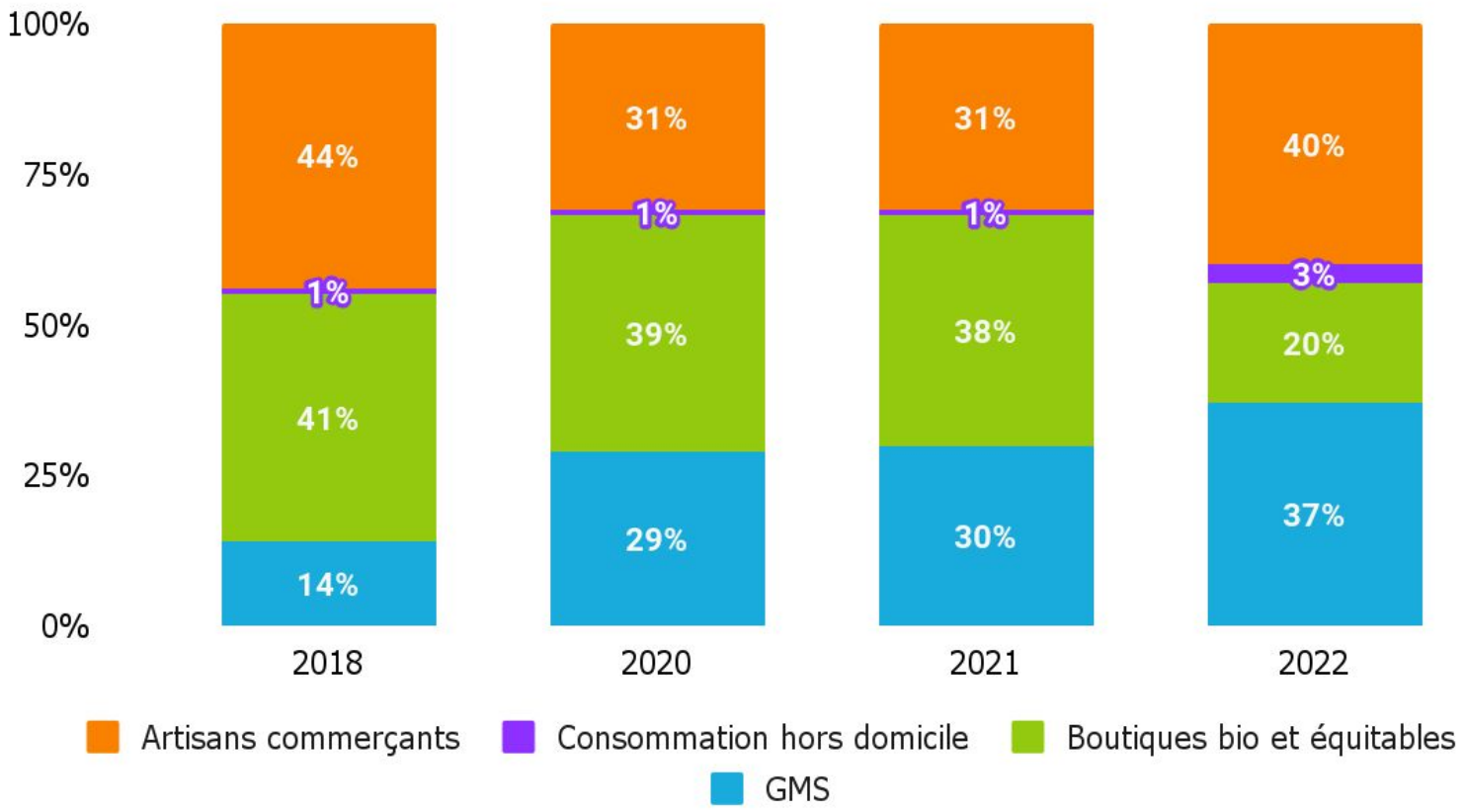
Les filières françaises essentiellement alimentaires trouvent leurs débouchés dans toute sorte de distribution alimentaire.

Les lieux de ventes dominants pour les produits issus des filières françaises sont les **artisans commerçants** avec **39,8 %** des ventes, la **GMS** (**37,3 %**) et les **boutiques spécialisées bio et équitables** (**20 %**).



Evolution des lieux de ventes

des filières équitables françaises (depuis 2018)



PÉRIMÈTRE : CATÉGORIE “INGRÉDIENTS” DE COMMERCE ÉQUITABLE

Catégorie “ingrédients” de commerce équitable

La catégorie " ingrédient" compile les ventes de produits composés dont seulement l'un des ingrédients est issu du commerce équitable. Elle se différencie de la catégorie “produit de commerce équitable” où tous les ingrédients qui peuvent être issus d’un commerce équitable le sont.

Cette catégorie permet à des entreprises de valoriser leurs premiers engagements en matière d’approvisionnements équitables et d’accroître les débouchés équitables pour les producteurs et les productrices.

Pour l’ingrédient labélisé, les engagements de commerce équitable sont contrôlés de la même manière que dans le cadre des “produits de commerce équitable”.

Dans cette catégorie, l’ingrédient équitable représente entre 20% et 50% de la recette.

Ventes en 2022 de la catégorie “ingrédient” : **122 798 680 €**

En 2022, cette catégorie concerne exclusivement des ingrédients labellisés par Fairtrade/Max Havelaar. Il s’agit en quasi totalité de produits chocolatés dont l’ingrédient “cacao” est garanti issu d’un commerce équitable.

+12 %
entre 2021 et 2022

MÉTHODOLOGIE

Définition légale

Depuis la **loi sur l'Economie Sociale et Solidaire de 2014**, le commerce équitable bénéficie d'une définition légale qui s'applique quelle que soit l'origine géographique des produits, internationale comme française.

Les grands principes du commerce équitable :

1. **Des prix justes et rémunérateurs** pour les producteurs
2. **Un partenariat commercial sur la durée**
3. **Le renforcement des organisations de producteurs** avec une gouvernance démocratique
4. **Le versement d'un montant supplémentaire** pour financer des projets et des dynamiques collectives
5. **La transparence et traçabilité** des filières
6. **La sensibilisation des consommateurs** à des modes de production socialement et écologiquement durables

\+

7. **La valorisation des modes de production respectueux de l'environnement et de la biodiversité**, tels que l'agroécologie

Depuis la loi Climat & Résilience 2021

Périmètre : labels de commerce équitable

Pour s'assurer que les ventes comptabilisées dans l'observatoire répondent bien à l'intégralité du cadre légal, notre observatoire compile exclusivement les données garanties par des labels de commerce équitable.

Pourquoi ?

Parce qu'un label de commerce équitable :

- s'appuie sur un **référentiel**
- met en oeuvre des **audits indépendants de contrôle de la conformité**
- est repérable par un **logo**
- Ouvert sans discrimination à une **diversité d'entreprises**.

Catégorie “produits de commerce équitable”

La catégorie “produits de commerce équitable” compile les **ventes de produits issus du commerce équitable engagés avec un “label produits” de commerce équitable**. Un “label produit” signifie que **tous les ingrédients qui peuvent être en commerce équitable le sont** ou au moins 50% des ingrédients de la recette.

Sont pris en compte dans cet Observatoire les labels significatifs, soit représentant au minimum 0.5 % du marché alimentaire

***Label ingrédient Fairtrade Max Havelaar, dans les cas ou au moins 50 % des ingrédients du produit sont issus du commerce équitable.

Catégorie “ingrédient de commerce équitable”

La catégorie “ ingrédient” compile les ventes de produits composés comprenant un seul ingrédient issu du commerce équitable. L’ingrédient équitable est précisé sur le logo.

Dans cette catégorie, l’ingrédient équitable représente entre 20 % et 50 % de la recette.

Les catégories “produits de commerce équitable” et “ingrédients de commerce équitable” ne sont pas additionnées

Commerce Équitable France

Observatoire du commerce équitable
juin 2023

Contact presse :
Claire Listre
Responsable Communication
c.listre@commercequitable.org

En savoir plus :
www.commercequitable.org
Twitter : @EquitableFrance - Linkedin - Facebook