



# OBSERVATOIRE DU COMMERCE ÉQUITABLE

2023



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.**



# MÉTHODOLOGIE

**#1 : Évolution des ventes**

**#2 : Focus sur les familles de produits**

**#3 : Commerce équitable et bio**

**#4 : Distribution et lieux de ventes**





# 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**
- est 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



# 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**



# 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.



## 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.





# #1 : Évolution des ventes



# Croissance des ventes de commerce équitable en 2023 en France

2023 a été marqué par une baisse de la **consommation alimentaire de -4,7%** (selon l'INSEE).

Sur la même période, les produits issus du **commerce équitable** poursuivent leur progression avec une **croissance de +1,8%**.

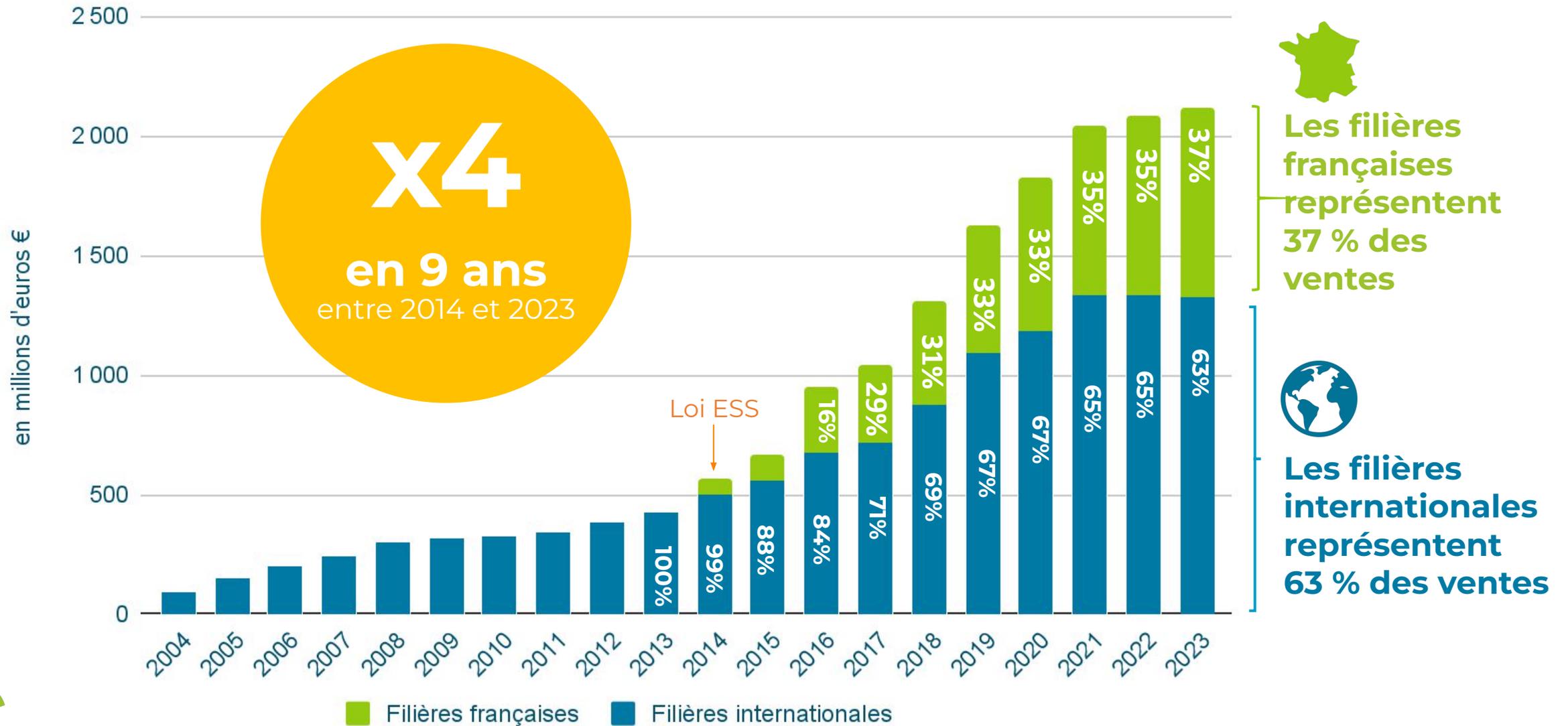


## 2,118 milliards €

de ventes de produits issus du commerce équitable en 2023



# Croissance des ventes en 2023





# Des impacts du commerce équitable partout dans le monde

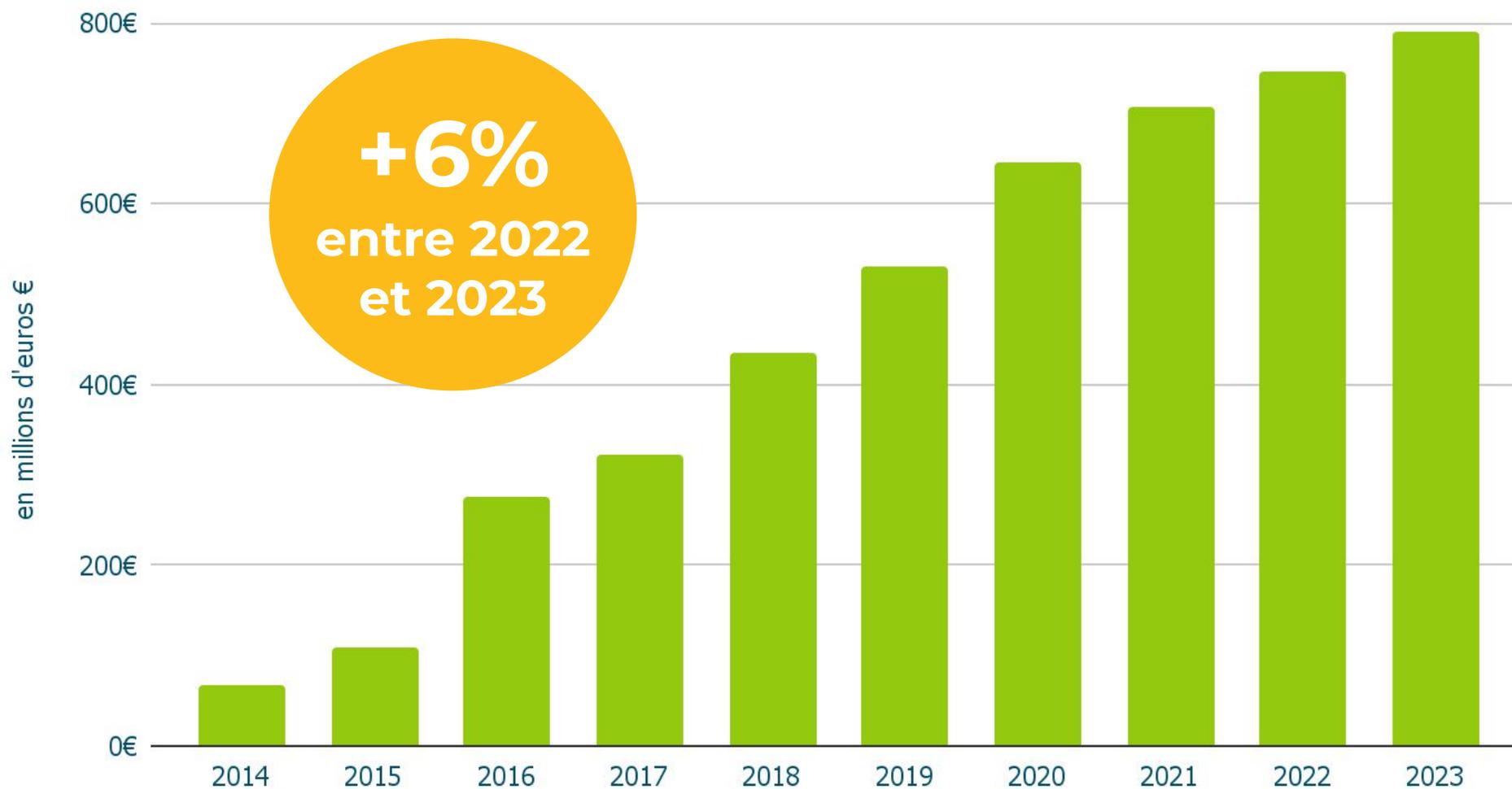
Plus de **2700** organisations de production dans le monde

Plus de **3 millions** de familles et **15 Millions** de personnes bénéficiaires de relations de commerce équitable





# Evolution des ventes de produits issus du commerce équitable “origine France”



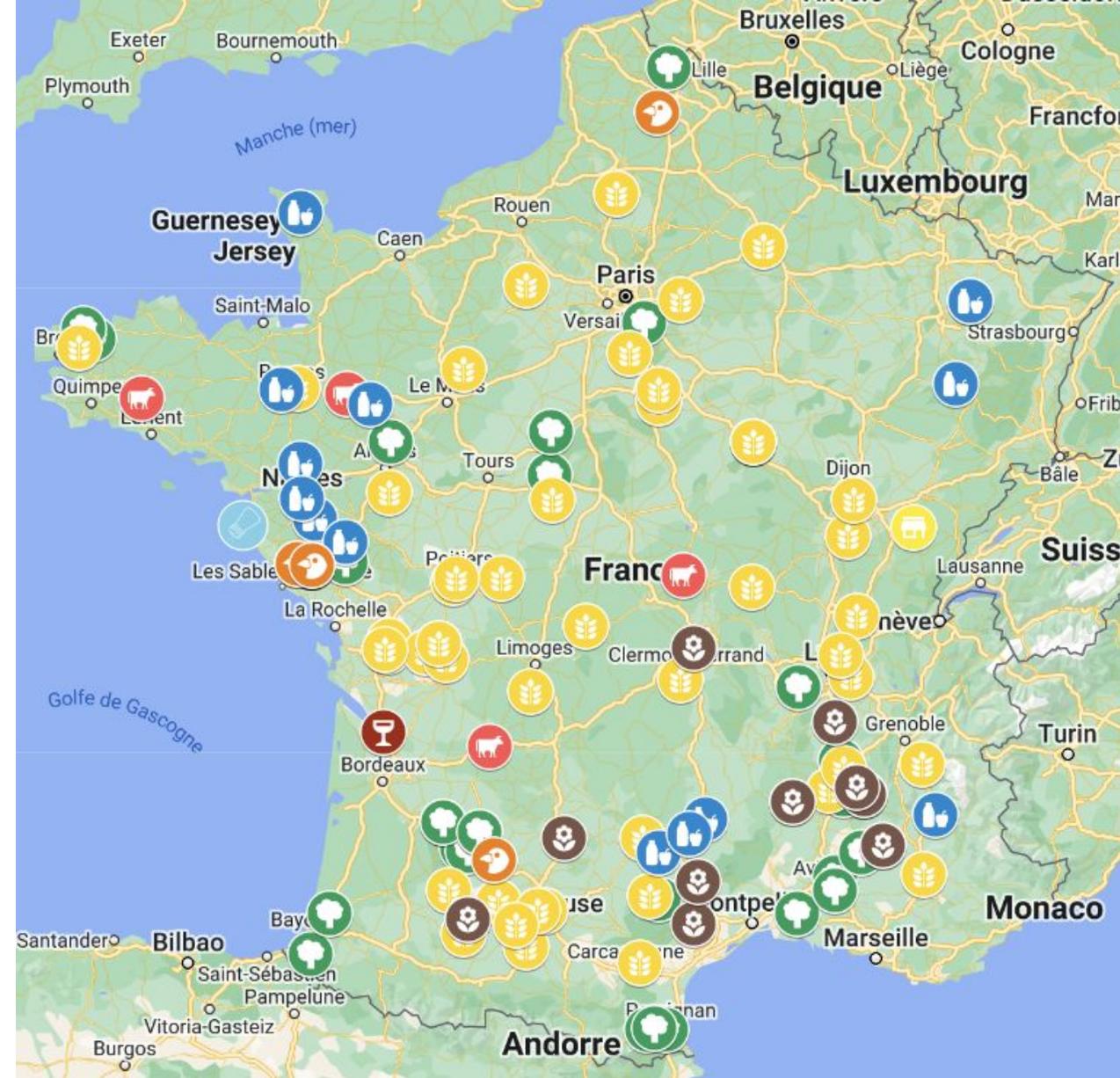


## De l'impact pour des collectifs de production sur tout le territoire français

**127** groupements agricoles françaises bénéficient de relations commerciales équitables labellisées.

**9 600** fermes

**12 000** producteur·ices et travailleur·euses agricoles



# 10 ans de la loi ESS : un effet structurant majeur pour le déploiement du commerce équitable

Bilan : 10 ans  
de la Loi ESS

Le commerce équitable, un modèle de renforcement d'une économie

- + **solidaire**
- + **écologique**
- + **performante**

**x4**

**en 9 ans**  
entre 2014 et 2023

pour les ventes de  
produits issus du  
commerce  
équitable (toutes  
filières cofondues)

**x3**

entre 2014 et  
2023

pour les ventes de produits issus des **filiales  
internationales** de commerce équitable

**x12**

entre 2014 et  
2023

pour les ventes de produits issus des **filiales  
françaises** de commerce équitable



# Un commerce équitable, des entreprises engagées

Bilan : 10 ans  
de la Loi ESS

## 8 labels

de commerce équitable



## Plus de 580 entreprises

implantées en France et détentrices de marques labellisées commerce équitable

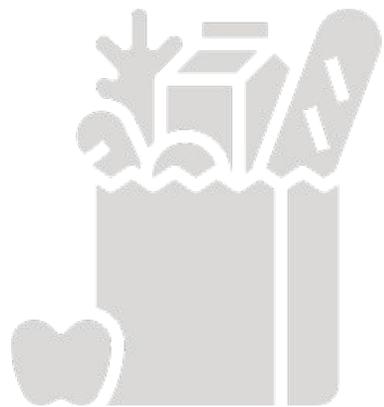
## Près de 11 000 références produits

alimentaires labellisés de commerce équitable



**#2 :**

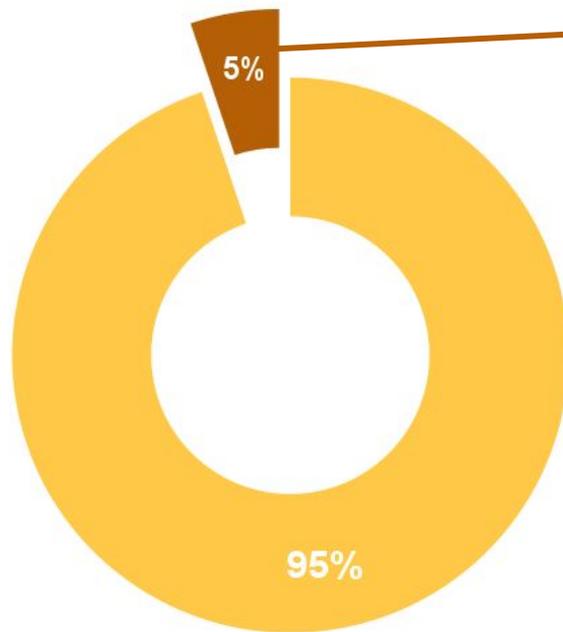
# **Focus sur les familles de produits**



# Typologie des produits

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

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



● Alimentaire ● Non alimentaire

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



Hygiène, soins, cosmétiques  
**30 %**



Textile  
**27 %**



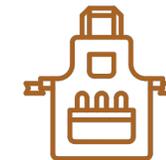
Fleurs  
**18 %**



Huiles essentielles, compléments alimentaires et autres dérivés de plantes  
**13 %**



Tourisme  
**9 %**



Artisanat  
**2 %**



Autres  
**1 %**

# Le tourisme équitable retrouve sa vitesse de croisière d'avant covid !

Le chiffre d'affaires du tourisme équitable a **doublé** entre 2022 et 2023.



**+101%**

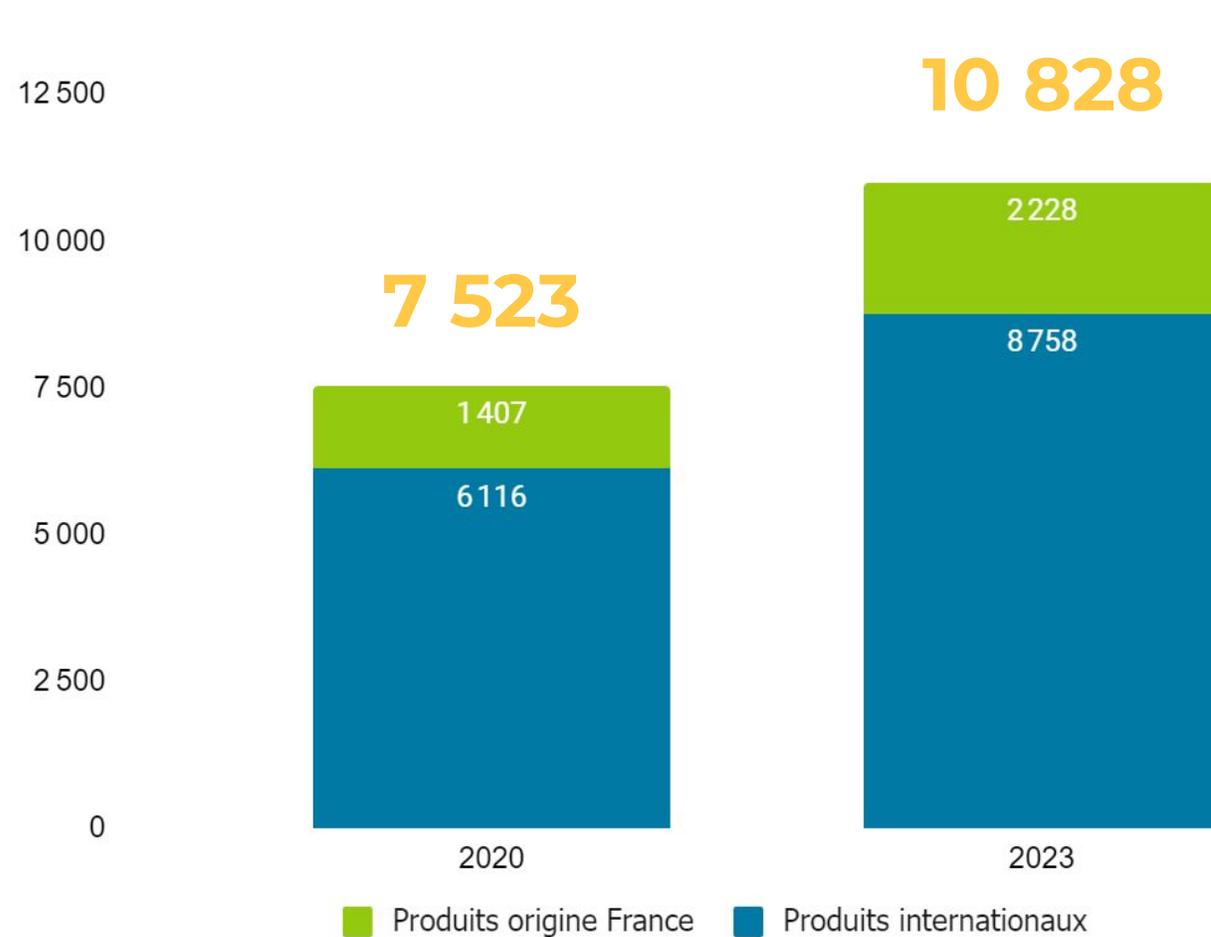
entre 2022 et 2023



**Le tourisme  
équitable près de  
chez vous !**

Depuis 2019 il existe  
une offre de voyages  
équitables en France

# L'offre de produits alimentaires labellisés commerce équitable poursuit sa progression : +44% depuis 2020



près de  
**11 000**  
références

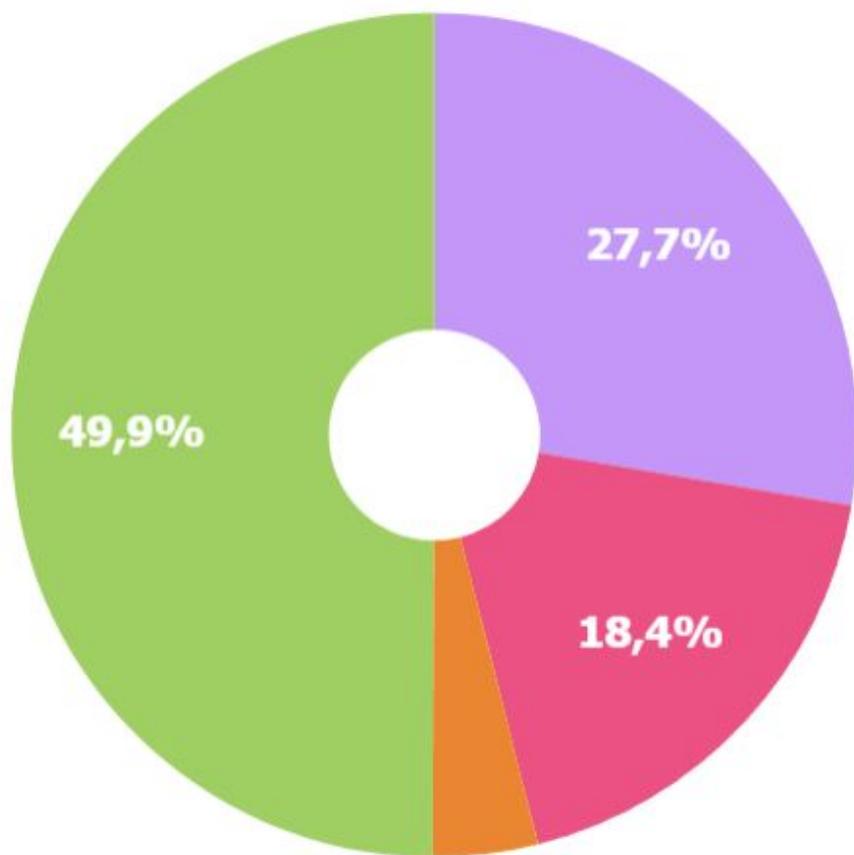
**+44 %**  
entre 2020 et 2023





# Catégories de produits de commerce équitable

4 grandes familles de produits (toutes filières confondues)



**49,9 %**

**Produits frais** : boulangerie, fruits et légumes, oeufs, viandes, fromages



**27,7 %**

**Boissons** : café, thé, jus, lait, alcool



**18,4 %**

**Épicerie sucrée** : chocolat, sucre, gâteaux, farine



**4 %**

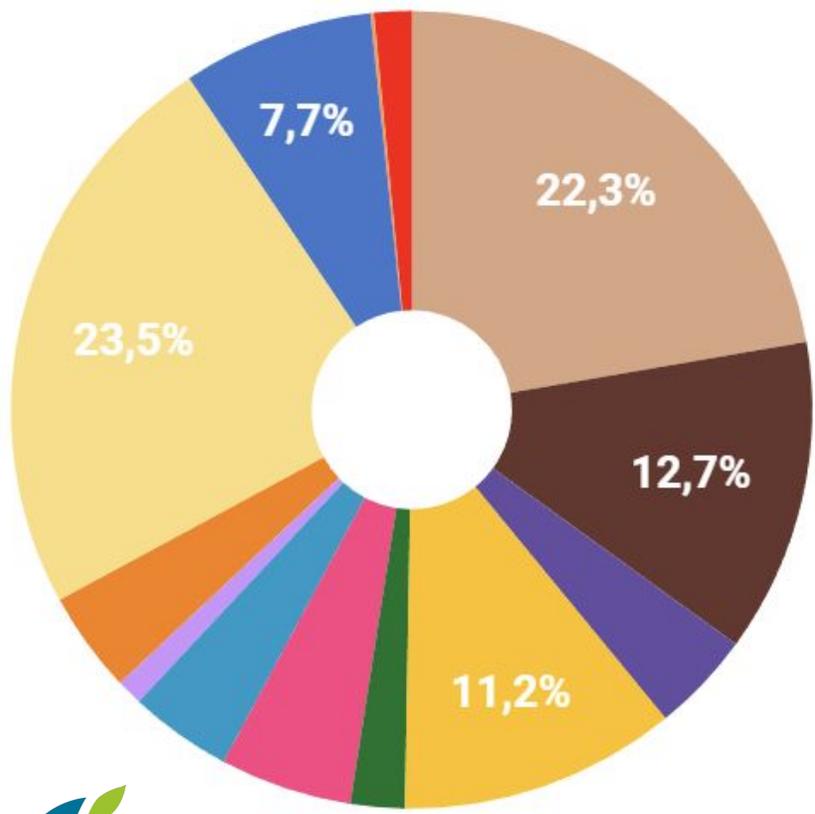
**Épicerie salée** : féculents, légumineuses, conserves





# Catégories de produits

Répartition des produits alimentaires (toutes filières confondues)



**23,5%**  
Boulangerie et viennoiserie



**22,3 %**  
Café



**12,7 %**  
Chocolat



**11,2 %**  
Bananes



**7,7 %**  
Produits laitiers



**5,3 %**  
Sucre, desserts, épicerie sucrée



**4,1 %**  
Surgelés



**4,1 %**  
Épicerie salée, autres



**4,1 %**  
Thés et tisanes



**2,2 %**  
Fruits et légumes frais



**1,5 %**  
Viande et oeufs



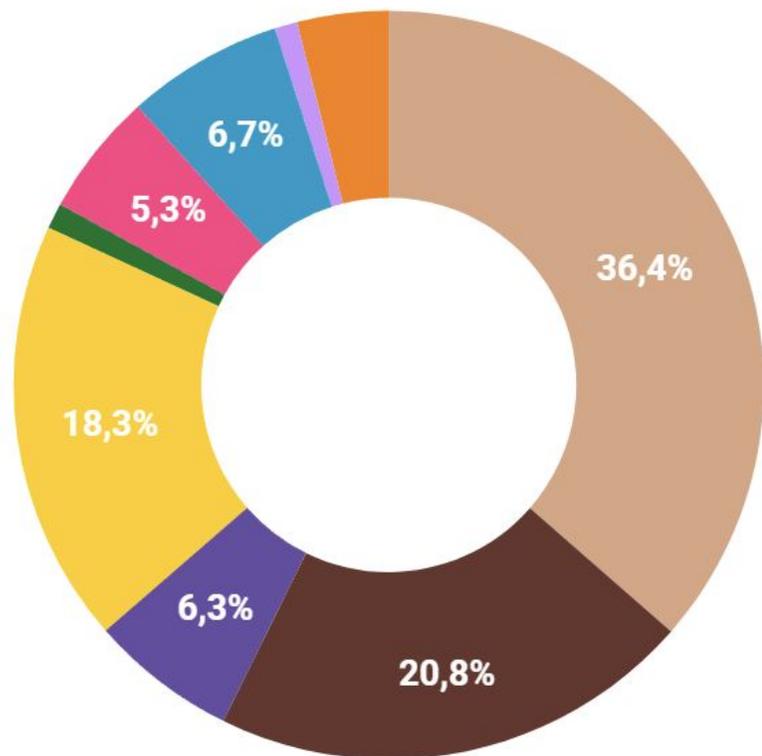
**1,1 %**  
Boissons (jus, alcools)





# Catégories de produits

Répartition des produits alimentaires dans les filières internationales



**36,4 %**  
Café



**20,8 %**  
Chocolat



**18,3 %**  
Bananes



**6,7 %**  
Produits surgelés



**6,3 %**  
Thés et tisanes



**5,3 %**  
Sucre, desserts, épicerie sucrée



**3,9 %**  
Épicerie salée, autres



**1,1 %**  
Fruits et légumes frais



**1 %**  
Boissons (jus, alcools)



ZOOM

# Le chocolat à la loupe

**Le commerce équitable, un levier d'accélération de la transition écologique de la production de cacao et de la lutte contre la déforestation !**

88 % des chocolats de commerce équitable sont également labellisés Bio, contre seulement 4.4 % du chocolat classique vendu en Grandes Surfaces (*Données 2022 du Syndicat du Chocolat*)



Les ventes de chocolat issu du commerce équitable ont augmenté de

**+6%**

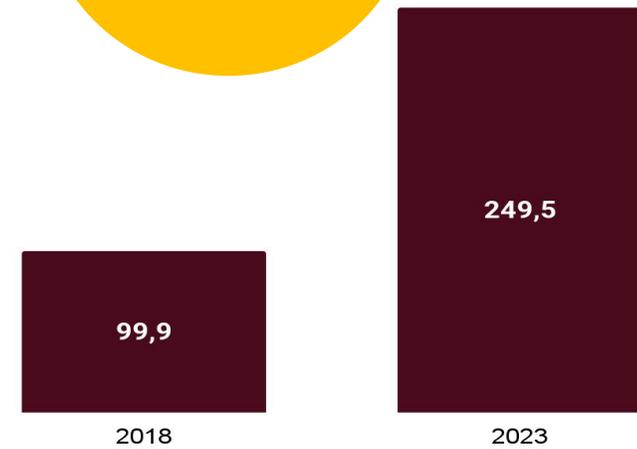
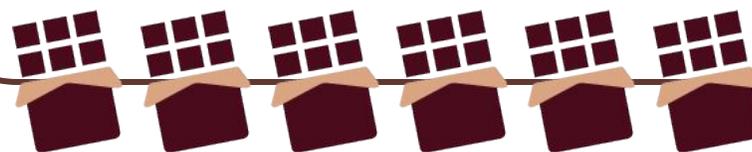
**250 millions €**

de ventes de produits chocolatés en 2023

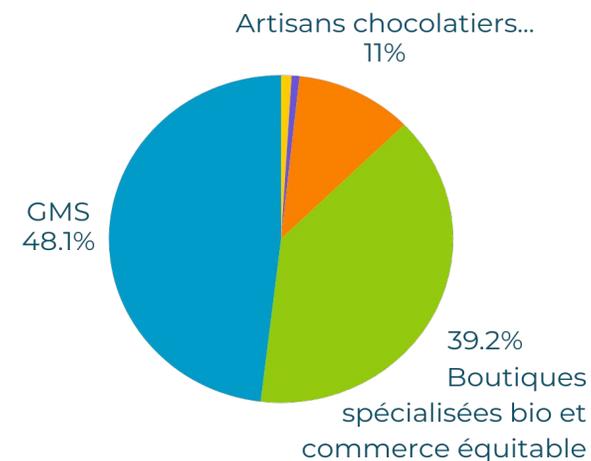
Ce qui équivaut environ à

**90 millions**

de tablettes de chocolat



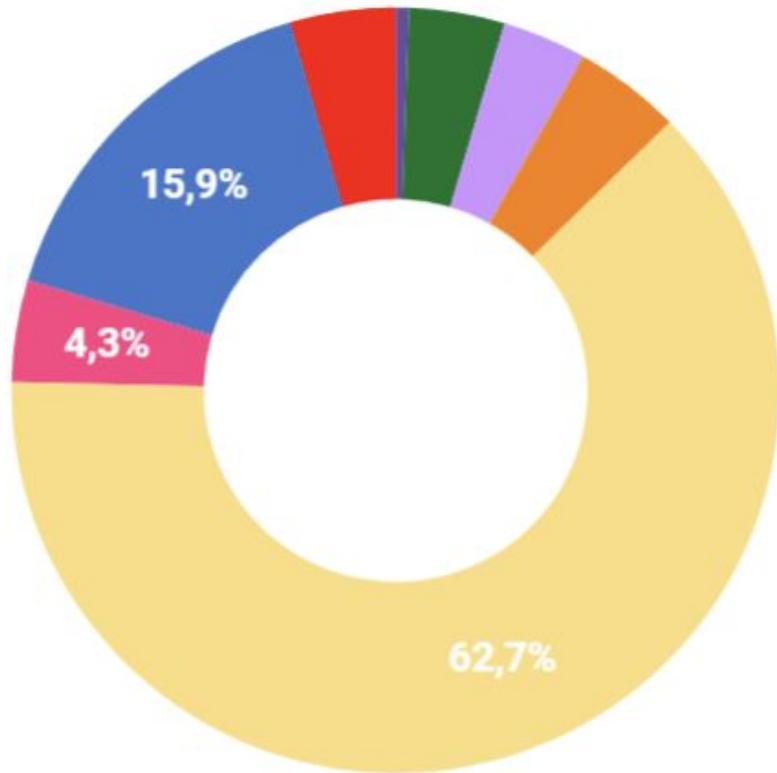
**Les lieux de vente du chocolat issu du commerce équitable**





# Catégories de produits

Répartition des produits alimentaires dans les filières françaises



**62,7 %**

Boulangerie et viennoiseries



**15,9 %**

Produits laitiers



**4,5 %**

Épicerie salée



**4,4 %**

Viande et oeufs



**4,3 %**

Épicerie sucrée



**4 %**

Fruits et légumes frais



**3,6 %**

Boissons (jus, alcools)



**0,6 %**

Thés et tisanes



ZOOM

# Le lait et les produits laitiers à la loupe

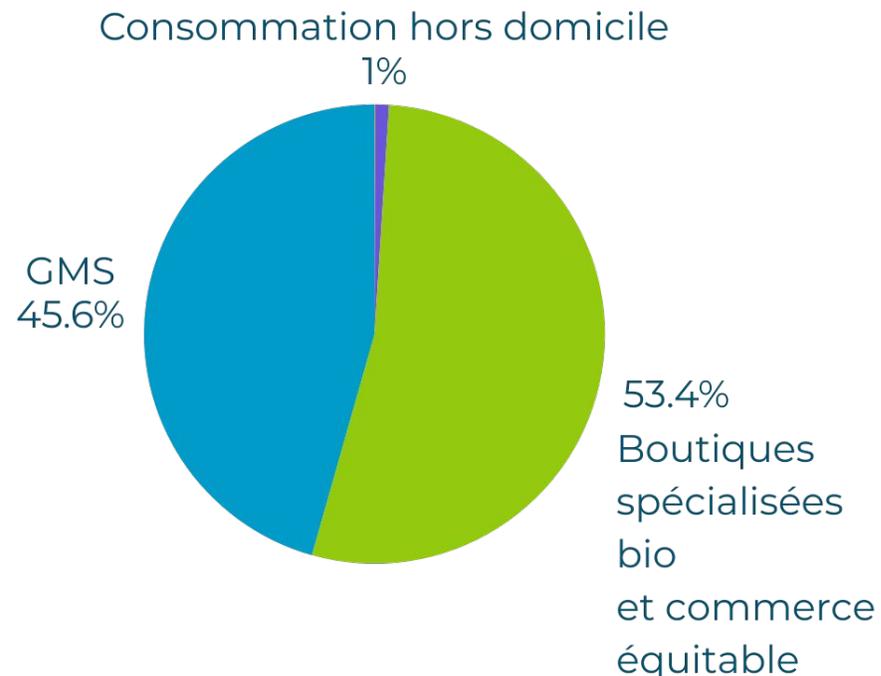


Les ventes de lait et produits laitiers issu du commerce équitable ont augmenté de

**+6%**

Le **lait équitable** continue de séduire dans ses versions bio comme conventionnelles

## Les lieux de vente du lait et des produits laitiers issu du commerce équitable





# #3 : Commerce équitable et bio



# Double labellisation équitable + bio

80 %



des produits issus du commerce équitable sont également bio

**(en % des références produits)**

10 %

des ventes de produits bio en France sont labellisés commerce équitable (Source Observatoire Agence Bio)



**Tout savoir sur les Lauréats des Trophées de la transition “commerce équitable et agroécologie” !**

 [Découvrir en images les lauréats des Trophées de la transition “commerce équitable et agroécologie”](#)

# Double labellisation équitable + bio



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

**(en % de la valeur de vente)**



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

**(en % de la valeur de vente)**



# #4 : Distribution et lieux de ventes





# Lieux de ventes

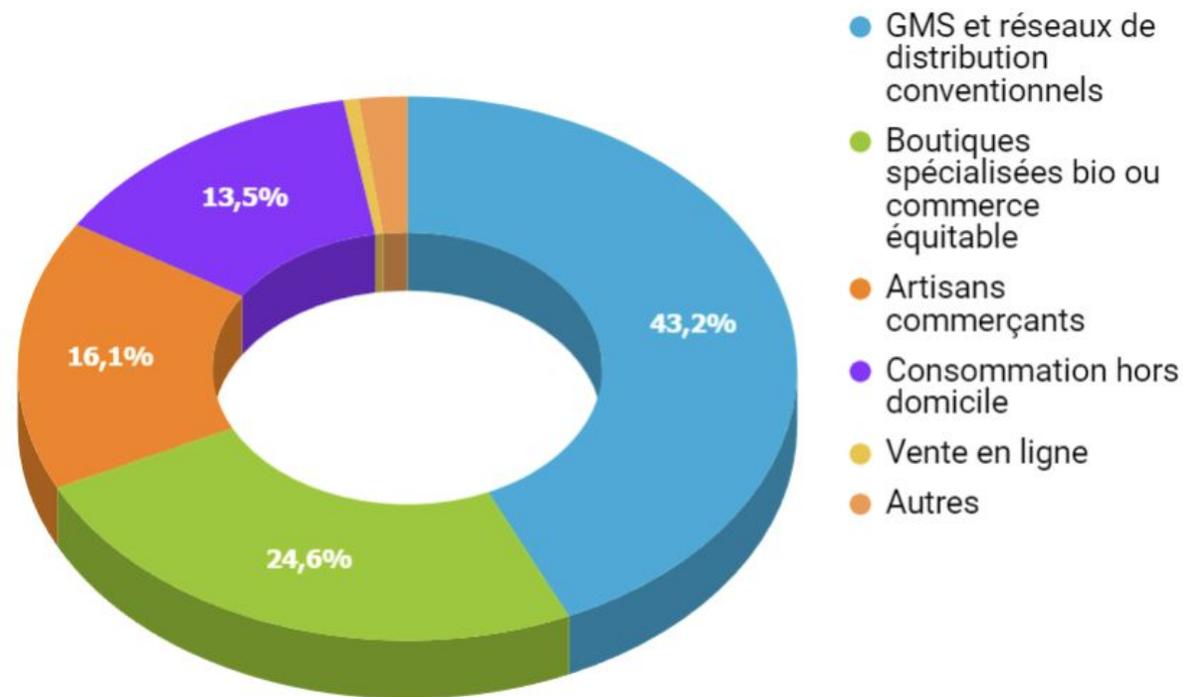
toutes filières confondues

**La Grande et Moyenne Surface (GMS)** reste le lieu de distribution principal : **43,2%**.

Les autres principaux circuits de distribution sont les **magasins spécialisés bio et équitables** : **24,6 %**. Leur rôle dans le développement du marché est particulièrement important.

**16,1 %** des ventes de produits équitables se font chez les **artisans commerçants**.

**La consommation hors domicile** (restauration, achats internes des entreprises et collectivités etc.) pèse pour **13,5 %** des ventes.



# **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 2023 de la catégorie “ingrédient” :  
**133 471 572 €**

En 2023, 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.

**+9 %**  
entre 2022 et 2023





Observatoire du commerce équitable  
juin 2024

**Contact :**

Claire Listre

Responsable Communication

[c.listre@commerceequitable.org](mailto:c.listre@commerceequitable.org)

**En savoir plus :**

[www.commerceequitable.org](http://www.commerceequitable.org)

Twitter : @EquitableFrance - LinkedIn - Facebook