



**Commissariat Général au Développement Durable
Institut National de la Consommation**

**LE COMMERCE ÉQUITABLE ORIGINE FRANCE :
UN ATOUT POUR LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE LOCAL,
ENVIRONNEMENTAL ET SOLIDAIRE ?**

COLLOQUE lundi 22 octobre 2018

OUVERTURE

1

Stéphane HOCQUET, adjoint à la sous-directrice de la responsabilité environnementale des acteurs économiques, Commissariat Général au Développement Durable (MTES/CGDD/REAE)

Bonjour à toutes et à tous,

J'ai l'honneur de représenter Laurence Monnoyer-Smith, Commissaire Générale au Développement Durable. Retenue par un imprévu, elle vous prie d'excuser son absence.

Tout d'abord, je vous remercie de votre présence. Je voudrais remercier particulièrement toutes les équipes du bureau R3, le bureau de la consommation et de la production responsables qui sont les chevilles ouvrières de ce colloque.

Je suis aussi reconnaissant aux intervenants pour le temps qu'ils nous consacrent pour partager leur savoir et leur expérience. Un merci particulier à notre animatrice Sophie Labbé, experte sur les sujets alimentaires, Directrice associée d'Utopies, cabinet de conseil spécialisé dans le conseil en développement durable aux entreprises créé en 1993 par Élisabeth Laville.

Votre présence à tous est un réel encouragement aux actions que l'Institut National de la Consommation et le Ministère de la Transition Écologique et Solidaire conduisent notamment en matière de consommation et de production durables.

Pour ce colloque, résultat d'un partenariat renouvelé entre l'Institut National de la Consommation, nous avons choisi de nous concentrer sur le commerce équitable « Origine France » ou Nord-Nord selon la terminologie plus acceptable au niveau européen et des « marchés publics ».

En quelques mots, car je pense que ce point sera développé, je rappellerai le contexte.

Tout d'abord, depuis 2005 la France dispose d'un dispositif législatif et réglementaire en faveur du commerce équitable. Ce dernier 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* ».

Le périmètre du sujet étant large, ce colloque exclut les services et l'artisanat, qui sont des sujets à part entière que nous pourrions traiter plus tard. On se concentrera donc cette après-midi sur les filières alimentaires.

L'article 94 de la loi Économie Sociale et Solidaire du 31 juillet 2014 dite loi ESS a précisé cette définition du commerce équitable et étendu son champ géographique d'application, permettant non seulement de parler de commerce équitable pour des échanges Nord-Sud, mais également pour des échanges dits « Nord-Nord ». Ainsi les engagements du commerce équitable sur un prix rémunérateur, un engagement sur la durée, une prime collective de développement, des critères sociaux et environnementaux, une transparence peuvent se matérialiser dans des filières alimentaires françaises.

Récemment la loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine et durable et accessible à tous du 2 octobre dernier adoptée par l'Assemblée Nationale précise que seuls les produits conformes à la définition du commerce équitable inscrite dans la loi ESS pourront comporter le terme « équitable » dans leur dénomination de vente.

La loi éclaire sur l'ambiguïté de l'utilisation du terme « équitable ».

Je précise que cette loi, suite à la saisine de 60 parlementaires, est en cours de contrôle de constitutionnalité (décision du Conseil constitutionnel prévue pour le 25/10).

La structuration du commerce équitable « Origine France » renvoie à différents enjeux, au cœur des sujets d'engagements du Ministère de la Transition écologique et solidaire et de la feuille de route du gouvernement pour répondre aux objectifs de développement durable, l'Agenda 2030.

Le commerce équitable explore des modalités pour construire des filières agricoles équitables durables, respectueuses de l'homme et de l'environnement.

Notons que globalement 80 % des produits équitables portent le label AB. Des liens plus proches entre producteurs et consommateurs, des filières locales productrices d'emploi : tant de sujets plébiscités par les consommateurs !

Je souhaite rappeler le devoir d'exemplarité des pouvoirs publics pour mettre en place les achats publics durables.

Le plan national d'action pour les achats publics durables (PNAAPD) ainsi que la politique d'administration exemplaire cherchent à promouvoir l'intégration de produits issus de l'alimentation durable, le commerce équitable et l'agriculture biologique.

La loi alimentation du 2 octobre précédemment citée réaffirme cette nécessité dans la restauration collective publique.

Tel est déjà le cas des marchés publics de restauration collective passés par le ministère de la transition écologique et solidaire pour ses restaurants administratifs de l'administration centrale.

Enfin en permettant une juste rémunération des producteurs sur la durée, les partenariats de commerce équitable nous semblent un levier intéressant pour accompagner et accélérer la transition écologique de l'agriculture française, en particulier sur le volet social, mais aussi environnemental, à travers des conversions de fermes en Agriculture Biologique notamment.

Enfin, cette ambition d'une alimentation « saine, sûre, durable et accessible à tous » a fait l'objet de nombreux débats lors des États Généraux de l'alimentation. Le commerce équitable fait partie des champs à développer dans la feuille de route pour l'alimentation 2018-2022 issue de ces États généraux, de même que les projets alimentaires territoriaux dans le cadre desquels le commerce équitable peut également se développer.

Les projets alimentaires territoriaux (PAT), volet territorial de la politique de l'alimentation, sont appelés à se développer et ont l'ambition de fédérer les différents acteurs d'un territoire autour de la problématique centrale de l'alimentation. Ils devraient permettre de faire émerger et d'accompagner des filières alimentaires dans leurs dimensions sociales, environnementales, économiques et de santé.

Voilà donc quelques éléments du contexte des politiques publiques. Des initiatives du secteur privé sont aussi bien présentes, elles rencontrent les consommateurs : les ventes de produits de commerce équitable origine

France ont augmenté de 18 % entre 2016 et 2017. Cet après-midi nous permettra de donner quelques exemples de ces initiatives.

Revenons au déroulement de l'après-midi qui s'articulera autour de deux tables rondes :

- Au cours de la première table ronde, entre autres, on dressera un premier bilan du commerce équitable origine France, et on dessinera les enjeux à venir : quelles voies de développement pour cette initiative qui rencontre déjà le succès auprès des consommateurs ? Il semble que se crée une synergie entre commerce équitable, bio et local ; cela va dans le sens souhaité d'une transition écologique et solidaire. Comment la consolider et impulser un modèle « vertueux » qui inciterait encore davantage les producteurs à proposer des modes de production tout à la fois bio et socialement responsables et rémunérateurs pour lui ? Je fais confiance aux intervenants pour creuser cet enjeu majeur.
- Mais n'oublions pas les consommateurs.
C'est sur eux que repose la réussite potentielle de ces initiatives. Et pour qu'ils se mobilisent sur des produits « équitables », locaux, biologiques et aux prix plus justes pour le producteur, encore faut-il que ceux-ci soient clairement identifiés et repérables. Comment repérer, dans une offre pléthorique, un produit « vertueux » ? Quel signe de qualité suivre, auquel faire confiance ? C'est bien l'objet de la seconde table ronde qui abordera cette question des labels. Tout d'abord, en faut-il de ces labels ? Et est-il souhaitable d'en laisser prospérer de nombreux, qui chacun présente une spécificité, mais qui risquent de brouiller les choix des consommateurs ?
Comment, par ailleurs, en assurer la légitimité ? Quel pourrait être le rôle des pouvoirs publics ? Quelles qualités de ces produits mettre en avant ? Autant de questions sensibles, que nos intervenants exploreront, j'en suis sûr, en toute sérénité.

Avant d'en terminer, je voudrais réaffirmer une conviction qui est aussi une réalité académique, voire scientifique, n'en déplaise à certains orthodoxes : le commerce équitable ne relève pas, à mon sens, d'une économie qui serait un modèle dégradé par rapport à une orthodoxie économique libérale de référence. Il ne s'agit pas d'une économie assistée, ni même d'un modèle d'économie à part, réservée à ceux qui ne veulent pas concourir dans la première division que serait l'économie mondialisée traditionnelle et que l'on qualifierait parfois, avec un peu de condescendance, d'économie sociale et solidaire, comme si l'économie réelle n'était pas elle-même régulée.

La conviction que je voulais partager avec vous est que le commerce équitable est du vrai commerce, de la vraie économie, avec un libre jeu de l'offre et de la demande qui justement devient équitable et à juste prix pour le producteur, à juste coût pour le consommateur, à partir du moment où il est justement régulé. Cette régulation dont il fait l'objet ne revient qu'à corriger des distorsions trop flagrantes de marché et de concurrence. Quelle économie n'a pas besoin de régulation ? Il s'agit non seulement de justice économique, mais aussi de justesse économique.

TABLE RONDE 1
LE COMMERCE ÉQUITABLE ORIGINE FRANCE : PRÉSENTATION, CHIFFRES CLES, BILAN, PERSPECTIVES, ENJEUX POUR LES AGRICULTEURS FRANÇAIS ET LES CONSOMMATEURS

Modération des tables rondes : **Sophie Labbé**, Directrice associée d'Utopies

Julie Maisonhaute, Déléguée générale adjointe, Commerce Équitable France

Stéphane Comar, Ethiquable, société coopérative et participative

Claire Touret, Déléguée Générale, Association Biopartenaire

Vanessa Hummel-Fourrat, DGCCRF adjointe du bureau en charge de la politique de protection des consommateurs et de la Loyauté

Julie Maisonhaute, Déléguée générale adjointe, Commerce Équitable France

La plateforme pour le commerce équitable a fêté ses 20 ans en décembre 2017 et a changé de nom, devenant désormais Commerce Équitable France. Il s'agit d'un collectif rassemblant les principaux labels, les entreprises et les distributeurs investis dans le commerce équitable, mais aussi des associations travaillant sur le développement de la consommation responsable et sur l'accompagnement de groupements de producteurs dans les pays en voie de développement.

À partir des années 2010, le collectif a commencé à travailler à une charte visant à réfléchir à la manière dont le commerce équitable pouvait fonctionner en France.

Les producteurs français rencontrent des difficultés équivalentes aux agriculteurs du sud.

Sophie Labbé, Directrice associée d'Utopies

Il y a actuellement un dynamisme autour du commerce équitable, avec une multiplication de démarches privées ou publiques. Pourriez-vous donner des chiffres pour l'illustrer ?

Julie Maisonhaute, Déléguée générale adjointe, Commerce Équitable France

Pour la première fois en 2017, le commerce équitable a atteint 1 milliard d'euros de vente, dont un tiers pour les produits d'origine française. Les ventes ont augmenté de 18 % entre 2016 et 2017 et le chiffre d'affaires a atteint 373 millions d'euros. La thématique de la rémunération juste des agriculteurs, même si le terme « commerce équitable » n'est pas toujours utilisé, est en plein essor. Nous proposons à ces acteurs d'adopter tous les critères du commerce équitable. Nous avons en effet la conviction que le commerce équitable permet de transformer les rapports de force dans les filières alimentaires dans la durée.

5

Sophie Labbé

Comment le consommateur peut-il faire la différence entre les nombreuses initiatives existantes ?

Julie Maisonhaute

La France est un des seuls pays au monde disposant d'une loi définissant le commerce équitable. Il est interdit de marquer « commerce équitable » sur un produit ne répondant pas à la définition légale. Par ailleurs, le rôle des labels est de définir un cahier des charges précis et de contrôler qu'il est respecté.

Nous souhaitons que les acteurs économiques utilisent de plus en plus ces labels et que se mette en place la reconnaissance publique des labels, tel que le décret d'application de la loi ESS de 2014 le demande.

Stéphane Comar, Ethiquable, société coopérative et participative

Éthiquable est une SCOP créée en 2003. Nous considérons que le commerce équitable est un outil de développement pour le sud et le nord. Nous avons travaillé pendant dix ans exclusivement avec des producteurs du sud. Nous avons collaboré avec différents labels. Nous pensons que les labels sont la meilleure garantie du respect des engagements du commerce équitable. En 2011, nous avons commencé à travailler sur le commerce équitable origine France, essentiellement à la demande de producteurs.

Nous comptabilisons aujourd'hui environ cinquante produits issus d'une trentaine de coopératives françaises ayant le statut « commerce équitable origine France ».

Sophie Labbé

Vous réalisez ce travail grâce à votre charte « Paysans d'ici ».

Stéphane Comar

Nous avons rédigé une charte de 24 critères. Il faut notamment que le producteur ait un projet de développement. La charte comprend également un critère d'évaluation. Nous réalisons chaque année un bilan de notre partenariat avec le producteur afin d'améliorer notre démarche.

Sophie Labbé

Au-delà du prix rémunérateur, la notion de développement est au cœur de votre projet. Pourriez-vous donner des exemples ?

Stéphane Comar

L'association Les Paysans du Rance, dans l'Aveyron, a décidé de reprendre une châtaigneraie abandonnée avec un projet de fabrication de crème de châtaigne. Cette démarche permet de conserver un patrimoine historique ainsi qu'un patrimoine génétique avec la valorisation de certaines variétés anciennes de châtaignes. L'objectif est de produire chaque année 45 000 pots de crème de châtaigne.

Par ailleurs, à Clermont-Ferrand, la coopérative de cueilleurs de plantes aromatiques Sicarappam a mis en place, avec de nombreux partenaires dont Ethiquable et l'Association Française des Cueilleurs, une formation pour que les jeunes cueilleurs respectent un prélèvement durable et veillent à l'environnement et aux terroirs. Sicarappam s'est par ailleurs associée avec Scop-ti pour créer des tisanes commercialisées dans la grande distribution.

Le commerce équitable est un outil de développement pour les agriculteurs du sud comme du nord. Les enjeux sont différents, mais les outils et les menaces sont similaires. L'objectif est de montrer que cette économie peut fonctionner pour le producteur, le distributeur et le consommateur.

Claire Touret, Déléguée Générale, Association Biopartenaire

Biopartenaire est une association créée par des entreprises pionnières de l'agriculture biologique qui regroupe des entreprises et des organisations de producteurs. Biopartenaire est également un label comprenant 80 opérateurs avec 44 filières, dont 11 filières françaises.

Biopartenaire a référencé plus de 800 produits distribués dans des enseignes spécialisées. Le label a été créé en 2002, essentiellement pour des filières internationales. L'objectif était d'aider des organisations d'agriculteurs de pays en voie de développement à se convertir en bio.

Les entreprises créatrices de Biopartenaire ont ensuite souhaité travailler avec des agriculteurs et des partenaires en France.

Biopartenaire souhaite associer la bio et le commerce équitable. Le commerce équitable est un levier de développement de l'agriculture biologique. Il doit permettre la juste rémunération de tous les opérateurs et le développement de pratiques environnementalement et socialement responsables.

Sophie Labbé

Quels ont été les enjeux de l'adaptation du commerce équitable nord-sud au commerce équitable nord-nord ?

Claire Touret

La réflexion a commencé en 2006 et un cahier des charges a été rédigé en 2008. Nous voulions chercher l'équilibre entre la fidélité aux principes du commerce équitable et l'adaptation aux filières françaises. L'organisation des agriculteurs n'est pas la même en France. Il existe des coopératives depuis de nombreuses années. Nous avons voulu prendre en considération la diversité d'organisation des agriculteurs biologique en leur donnant la possibilité d'avoir des collectifs pouvant évoluer vers des associations ou des groupements de producteurs avec des transferts de propriété.

Le plus important est de renforcer la dynamique collective pour que les producteurs s'inscrivent dans un développement territorial et de filière.

Sophie Labbé

Vous avez également adapté la notion de prime de développement.

Claire Touret

Nous avons renommé cette prime « fonds de développement ». « Prime » est parfois perçu négativement par les agriculteurs. Ce fonds peut servir pour des projets liés à une filière ou plus larges, par exemple des projets soutenus par le fonds avenir bio.

7

Sophie Labbé

Comment accompagnez-vous les acteurs de la chaîne de valeur dans la transition économique actuelle ?

Claire Touret

Dans les critères que nous avons établis, nous avons inclus la nécessité de réfléchir aux coûts de production, mais également aux enjeux sociaux et environnementaux. Nous accompagnons les acteurs avec pédagogie. Nous leur apportons des outils. Notre référentiel et notre label sont des outils de structuration de filière pour la transition écologique et sociale.

Il n'est possible en France de parler de commerce équitable nord-nord que depuis 2014. Lorsque Biopartenaire a développé son initiative en 2006, nous parlions de filières équilibrées. Il faut donc intégrer et adapter des notions spécifiques du commerce équitable. Les agriculteurs doivent pouvoir se les approprier. La mise en place du commerce équitable doit donc se faire progressivement.

Julie Maisonhaute

Nous incitons chacun de nos adhérents à effectuer ce travail pédagogique auprès des acteurs économiques et auprès des consommateurs. Ce travail de sensibilisation fait partie des critères du commerce équitable définis dans la loi de 2014. Par ailleurs, notre collectif commande souvent des études. Ces outils nous permettent de dialoguer avec les consommateurs sur des éléments concrets.

Nous effectuons en outre tous les trois ans un travail de recensement et d'analyse des labels nationaux et internationaux.

Vanessa Hummel-Fourrat, DGCCRF adjointe du bureau en charge de la politique de protection des consommateurs et de la Loyauté

La loi de 2005 a défini le commerce équitable nord-sud et la manière dont les entreprises peuvent se réclamer de cette appellation. La loi ESS a élargi en 2014 le commerce équitable à l'aspect nord-nord. La DGCCRF contrôle l'application de la terminologie commerce équitable. Il n'existe pas de sanction spécifique. La DGCCRF utilise l'article l121-1 du code de la consommation sur les pratiques commerciales déloyales pour les consommateurs.

Il existe trois types d'entreprises :

- Les entreprises contrôlées par des organismes certificateurs. Nous contrôlons essentiellement ces organismes ainsi que les entreprises certifiées;
- Les entreprises qui ont des chartes, mais réalisent uniquement des contrôles internes. Nous les contrôlons directement ;
- De toutes petites entreprises qui n'ont ni charte ni cahier des charges. La DGCCRF vérifie alors que leurs achats correspondent à la loi sur le commerce équitable.

Sophie Labbé

Effectuez-vous de nombreux contrôles ? Existe-t-il un danger d'entraver les dynamiques créées ?

8

Vanessa Hummel-Fourrat

La DGCCRF a pour objectif de laisser les initiatives se développer tant qu'elles n'entravent pas la libre concurrence, que le commerce est sain et que le consommateur n'est pas trompé.

Sophie Labbé

Comment Éthiquable se prépare-t-elle aux contrôles ?

Stéphane Comar

Tous les produits nord-sud sont labellisés. Le cahier des charges est contrôlé au minimum une fois par an. En France, le travail d'évaluation nous permet de voir notre niveau d'accomplissement par rapport à nos critères et nos objectifs.

Sophie Labbé

Comment les différents acteurs peuvent-ils faire de la pédagogie auprès des consommateurs ?

Stéphane Comar

Nous insistons auprès des consommateurs sur notre objectif de développement. Chaque produit porte sur le paquet le nom de la coopérative, sa localisation et le descriptif du projet de développement mené. Ces

projets sont détaillés sur notre site, où il est également possible de télécharger notre Charte. Nous mettons en avant cette transparence et cette traçabilité que nous devons aux consommateurs et aux producteurs.

Julie Maisonhaute

Les cahiers des charges de tous les labels de commerce équitable sont téléchargeables en ligne.

Le consommateur comprend la notion de commerce équitable nord-nord comme nord-sud, mais souhaite savoir exactement d'où vient le produit qu'il achète.

Sophie Labbé

Des études montrent-elles dans quelle mesure les consommateurs sont attachés à la consommation locale ?

Julie Maisonhaute

Les producteurs sont proches des consommateurs dans les circuits courts. Ils arrivent à s'entendre en direct, par exemple par le biais d'AMAP. Ils n'ont donc pas besoin de labels.

Construire une démarche de commerce équitable est plus adaptée aux filières plus longues et plus utile car c'est là que des risques de prix non rémunérateurs pour les producteurs sont les plus élevés.

Claire Touret

De nombreuses entreprises réfléchissent à relocaliser au plus près leur approvisionnement. Nous pouvons leur donner un outil pour qu'ils le fassent de façon équitable.

9

Stéphane Comar

Nous attendons la reconnaissance par les pouvoirs publics du cahier des charges du commerce équitable. Nous espérons que le travail en cours aboutira rapidement.

TABLE RONDE 2 CONTEXTES ET ÉVOLUTION DES LABELS

Modération des tables rondes : **Sophie Labbé**, Directrice associée d'Utopies

Claude Gruffat, Président de l'association, Biocoop, réseau de distribution

Florent Guhl, Directeur de l'Agence Bio (Agence française pour le développement et la promotion de l'agriculture biologique)

Blaise Desbordes, Directeur Général de l'association Max Havelaar

Sandrine Dupin, Responsable Développements pour la Section Certifications du COFRAC

Jean-Pierre Loisel, Chef du service Communication Éducation Développement à l'INC

Claude Gruffat, Président de l'association, Biocoop, réseau de distribution

Le commerce équitable fait partie du projet de Biocoop depuis les origines. L'association Biocoop est née dans les années 1980 d'un mouvement d'idée commencé dans les années 1960. Biocoop a ensuite connu une phase entrepreneuriale après les années 2000.

Lors du développement de l'agriculture conventionnelle dans les années 1960, certains agriculteurs ont posé les bases de la filière bio tandis que des consommateurs se sont opposés au consumérisme et au gaspillage. Les consommateurs et les producteurs se sont liés dans une interdépendance très forte. La proximité et les notions de juste prix et de juste rémunération ont été très importantes.

Le cahier des charges de Biocoop prévoyait dès sa création de plafonner les marges des magasins et les prix. Dans les années 1990, nous avons commencé à vouloir travailler avec des producteurs français selon le principe du commerce équitable que nous pratiquions déjà avec des producteurs étrangers. La marque Ensemble Solidarité Producteurs est née.

Biocoop est une coopérative qui compte 560 magasins en France, 20 groupements de producteurs associés et des associations de consommateurs. Les 20 groupements de producteurs gèrent le cahier des charges du commerce équitable nord-nord.

Sophie Labbé, Directrice associée d'Utopies

Quel pourcentage de l'activité de Biocoop la marque Ensemble représente-t-elle ?

Claude Gruffat

Le commerce équitable représente 22 % de l'activité, soit environ 300 000 euros de chiffre d'affaires contre 1 % au maximum pour les autres distributeurs. Nous choisissons des produits à la fois bios et équitables dès que nous le pouvons. C'est un engagement important. Il est difficile pour un commerçant de décider de vendre des produits plus chers.

Sophie Labbé

Comment valorisez-vous ce choix auprès des consommateurs ?

Claude Gruffat

Nous envisageons la filière bio sous un angle social, avec le commerce équitable, et environnemental, avec les produits de proximité. Les consommateurs se demandent souvent comment un produit peut-être bio alors qu'il vient de loin. Nous cherchons à être cohérents dans notre démarche et notre engagement d'enseigne.

Sophie Labbé

Quels ont été les enjeux principaux à surmonter pour arriver à 22 % de CA en commerce équitable ?

Claude Gruffat

Pour le commerce équitable nord-sud, le principal enjeu est de trouver des produits de manière régulière. Nous devons nous approvisionner dans différentes régions du monde pour pouvoir faire face, par exemple, à des difficultés climatiques. Dans le commerce équitable nord-nord comme nord-sud, nous devons

également construire avec les producteurs une démarche sur le long terme pour leur permettre de se projeter et d'investir.

Sophie Labbé

Ensemble est une marque et un label. Quelles sont vos revendications auprès des pouvoirs publics afin de favoriser l'essor du commerce équitable et éviter la confusion des consommateurs ?

Claude Gruffat

La convention tripartite entre le producteur, le transformateur et le distributeur permet l'existence du commerce équitable. Or, la loi ne permet pas à trois acteurs de s'entendre. Il faut que la loi évolue à ce sujet.

La loi-cadre définit le commerce équitable. Cependant, la DGCCRF n'a pas les outils nécessaires pour contrôler partout le respect de la loi. Ce sont donc les acteurs gérant les cahiers des charges qui peuvent vérifier les pratiques. Il faudrait une reconnaissance publique de ces cahiers des charges.

Par ailleurs, il faudrait une loi du commerce équitable légiférant sur un label national. La filière bio s'est développée grâce à la création d'une réglementation nationale, puis européenne. L'Europe semble avoir décidé de ne pas légiférer sur le commerce équitable. Il serait intéressant de le faire en France.

Florent Guhl, Directeur de l'Agence Bio (Agence française pour le développement et la promotion de l'agriculture biologique)

Depuis 2009 et la création du logo européen (Eurofeuille), le logo français n'apporte aucune information supplémentaire. Cependant, ce logo est connu de 98 % des Français contre 60 à 65 % pour le logo européen. De plus, la notoriété du logo français est sans doute plus positive que celle du logo européen.

La question se pose donc de ce qui peut être fait avec ce logo AB. En France, le CESE a évoqué au printemps 2018 la possibilité de créer un nouveau sigle bio, local et équitable. Ce sujet donne lieu à de nombreux débats.

Certains acteurs de la bio française souhaitent utiliser le logo français pour aller plus loin que la réglementation européenne de mai 2018, qu'ils jugent insuffisante. Néanmoins, opposer le label français au label européen serait une mauvaise idée. Le plus important est de se positionner sur des critères sociaux. L'harmonisation des conditions sociales dans l'Europe et en dehors de l'Europe est complexe. Demander à des pays ou à des régions de tenir des engagements sociaux liés au commerce équitable est peut-être la meilleure entrée pour réformer le logo AB.

Durant l'été 2018, les viticulteurs bios d'Occitanie ont lancé une démarche de valorisations de produits en conversion. Ils utiliseront le logo CAB, Conversion en Agriculture Biologique. La conversion au bio, comme la conversion au commerce équitable, peut prendre du temps. Il s'agit d'une démarche collective qui concerne les producteurs et qui pourrait concerner les consommateurs. Les consommateurs doivent se demander s'ils peuvent payer un produit de plus en plus cher au fur et à mesure de sa conversion. Le logo CAB pourrait les accompagner. Cette position n'est pas unanime parmi les acteurs de la filière bio, qui craignent de perturber les consommateurs avec un logo supplémentaire. Cependant, ce sujet intéresse les citoyens.

Sophie Labbé

Vous avez la conviction que la capacité à payer plus du consommateur sera dépendante de la valeur perçue du produit.

Florent Guhl

Pour répartir une valeur, il faut d'abord la créer. La meilleure façon de le faire est d'accompagner le consommateur vers de nouveaux modes de production et vers la juste rémunération du producteur. Il faut également proposer de bonnes conditions sociales pour les salariés dans la distribution. L'uberisation aboutit à des conditions sociales catastrophiques et provoque une grande précarité. Il est logique que le commerce équitable se préoccupe des conditions sociales de tous les salariés de la chaîne de valeurs.

D'ici quelques années, plus de la moitié des foyers français seront constitués de personnes seules. Les livraisons de repas et de course à domicile s'intensifieront. Il faut que les acteurs de l'économie sociale et solidaire investissent ce domaine.

Le commerce équitable ne se limite pas à la question de la juste rémunération des producteurs.

Blaise Desbordes, Directeur Général de l'association Max Havelaar

Le mouvement Fairtrade célèbre cette année ses 25 ans. Max Havelaar France est la branche française de ce mouvement. Lors de la création du mouvement dans les montagnes du Mexique, il y avait une agriculture française et rémunératrice et des pays plus pauvres dont l'agriculture n'était pas rémunératrice. Le fait que le commerce équitable nord-nord se développe est une bonne nouvelle, mais un peu amère car montrant une paupérisation des agriculteurs français. Il faut que les commerces équitables nord-sud et nord-nord s'articulent autour du local et des questions des conditions sociales et environnementales.

Fairtrade Max Havelaar a l'ambition d'opérer un changement d'échelle grâce à un label. Le marché du Fairtrade représente aujourd'hui 8 milliards dans le monde. Ce résultat est à la fois modeste et formidable. Il montre le fonctionnement d'une autre démarche commerciale.

Nous tirons quelques enseignements de notre expérience. D'abord qu'il est important qu'un tiers atteste que notre promesse est tenue.

Deuxièmement que la loi est stricte, nous ne pouvons pas fixer le prix final. Les négociations sont donc compliquées. Nous pouvons fixer un prix d'achat minimum au producteur au Sud, mais pas le prix de vente en France.

Ensuite rappeler que Max Havelaar est une libre association de parties qui s'engagent. Chacun peut y entrer ou en sortir. 1400 entreprises se sont engagées envers 1200 organisations de paysans du sud. Nous n'attendons pas que tout soit encadré par la loi pour agir.

Max Havelaar a un bon taux de notoriété et de confiance. Les consommateurs ont compris qu'il s'agissait d'un organisme tiers. Nous faisons face aujourd'hui à des entreprises se décernant elles-mêmes des labels de commerce équitable. Nous souhaitons travailler à ce sujet avec les pouvoirs publics.

L'une de nos forces est d'être une association sans but lucratif. Nous ne versons pas de dividendes. Les producteurs ont la moitié du pouvoir. Un label de tierce partie sans but lucratif est primordial pour obtenir la confiance des consommateurs.

Plusieurs acteurs ont la capacité d'attester une production agricole équitable, par exemple de coton. Cependant, les étapes suivant la production peuvent ne pas être équitables. Les consommateurs peuvent donc se tromper. 90 % de nos produits sont composés de denrées alimentaires simples (café, bananes etc.). Cependant, lorsque les produits sont composés et suivent un long itinéraire, les consommateurs peuvent croire que toute la chaîne de production est équitable parce qu'ils voient notre logo.

Par exemple : nous avons investi des milliers d'euros pour créer un standard « textiles équitables », avec un cahier des charges pour toutes les étapes de la fabrication du vêtement. Néanmoins, les magasins de prêt-à-porter ne veulent pas entrer actuellement dans la démarche : nous ne trouvons donc pas d'industriels pour les fabriquer en équitable.

Les pouvoirs publics ont regardé nos labels sociétaux et associatifs avec sympathie, mais ne les ont pas soutenus à proprement parler comme véritable outils de politiques publiques. Ils sont pourtant d'intérêt général. Les pouvoirs publics doivent utiliser ces mouvements pour mener leurs politiques.

Sandrine Dupin, Responsable Développements pour la Section Certifications du COFRAC

Le COFRAC accrédite les organismes certificateurs, mais contrôle également des laboratoires d'analyses médicales ou de résidus de pesticides. Notre accréditation concerne une multitude d'acteurs de contrôle.

Chacun peut créer un label. Cependant, pour que ce label inspire confiance, il est fait appel à un organisme tiers qui contrôle le label. L'accréditeur a pour rôle de contrôler le contrôleur. Nous nous basons sur des normes internationales. Le COFRAC n'écrit aucune règle.

Le COFRAC est un organisme indépendant du rédacteur du cahier des charges. Il accrédite de nombreux labels, comme le label Agriculture Biologique. L'accréditation est un outil au service de l'État, mais aussi des organismes qui demandent eux-mêmes à être accrédités.

L'accréditation permet d'attester d'une compétence. Elle est valable au niveau international. Il existe un organisme d'accréditation par État membre de l'Union Européenne.

Il existe un cadre européen fixé par une association, EA, qui contrôle elle-même tous les organismes d'accréditation tous les quatre ans. Il s'agit donc d'un métier très encadré.

Sophie Labbé

Combien de labels avez-vous accrédités en France ?

Sandrine Dupin

Nous délivrons environ 3 000 accréditations. De nombreux contrôles officiels sont délégués aux organismes d'inspection, par exemple pour les contrôles de machines à vapeur ou électriques. Il n'existe qu'une centaine d'organismes de certification accrédités, mais ces organismes ont tous une renommée internationale et certifient pour plusieurs labels.

Le COFRAC est une association de Loi 1901, indépendante de l'État.

Jean-Pierre Loisel, Chef du service Communication Éducation Développement à l'INC

L'INC a environ 50 ans. Son rôle est d'informer les consommateurs et de les aider à bien consommer. Les consommateurs sont devenus de plus en plus experts et aptes à comprendre la complexité de l'offre. Notre

rôle est de les accompagner vers des modes de consommation plus vertueux. Nous faisons de la pédagogie quant au développement durable et aux responsabilités sociétales des entreprises. Nous travaillons avec Commerce Équitable France depuis les années 2000. En 2009, la CNCE a été créée. Nous avons alors lancé un site intitulé « Je consomme équitable », aujourd'hui devenu « je consomme responsable » afin d'appuyer cette commission.

Nous avons également lancé un partenariat avec le Commissariat Général au Développement Durable. Nous réalisons des vidéos avec le CGDD, nous organisons des colloques et nous menons des enquêtes. Nous réalisons également des essais comparatifs entre les produits. Nous avons par exemple comparé des produits cosmétiques bios ou non. Nous avons comparé des produits du commerce conventionnel et du commerce équitable afin de voir ce qui les distingue.

La sensibilité des consommateurs à l'environnement ou aux problématiques de justice sociale augmente. Les consommateurs pensent que la planète va mal et souhaitent agir. Depuis quelques années, cela se traduit dans des actes de consommation, avec notamment l'augmentation des achats de produits bios. Les consommateurs ont surtout peur du danger de certains produits sur leur santé. Ils cherchent donc des produits identifiés comme sains. Les consommateurs ont besoin des labels pour les guider dans leur consommation.

N'importe qui peut créer un label. Le label le plus reconnu est le label AB. La notion de commerce équitable a également une notoriété importante. Le rapport du CESE proposait d'expérimenter un label unique pour le bio et le commerce équitable. Il serait pourtant dommage de créer de nouveaux labels et de ne pas capitaliser sur ces labels existants.

Florent Guhl

15

Je voudrais dresser un petit point d'alerte. Dans les valeurs piliers du commerce équitable, nous identifions la qualité environnementale, sociale et le local. La question du local doit être correctement posée. Nous faisons face en Europe à une montée des frontières. Nous observons des résultats électoraux dramatiques dans beaucoup de pays. Nous devons faire attention à ne pas opposer les produits locaux aux produits étrangers. Nous avons un attachement à des produits de terroirs lointains. L'alimentation est un symbole fort de mixité et d'échanges internationaux. Il s'agit d'une réaction légitime à une mondialisation qui a eu des conséquences néfastes, mais nous ne devons pas tourner le dos aux produits étrangers. Les commerces équitables nord-sud et nord-nord doivent être complémentaires.

Laurent Lefebvre

Je travaille pour Écocert, un organisme de contrôle et de certification de l'agriculture biologique accrédité par le COFRAC, mais également expert du commerce équitable. Nous pouvons donc auditer des cahiers des charges privés ou porter des programmes de labélisation.

Je vois un parallèle entre la filière bio et le commerce équitable. En 1985, lorsque les cahiers des charges privés ont été homologués et que le label AB est apparu, le marché s'est développé. Le commerce équitable regroupe aujourd'hui de nombreux acteurs et labels réunis dans le collectif Commerce Équitable France. Ce collectif joue son rôle institutionnel en protégeant et promouvant le commerce équitable.

Une loi en 2005 a donné lieu à une Commission du commerce équitable qui avait proposé un référentiel de certification du commerce équitable en France. Il n'avait pas abouti. La nouvelle loi de 2014 a donné lieu à des travaux importants. Un dispositif, qui prévoit des règles techniques et mesurables, des règles portant

sur la crédibilité des vérifications par le label et un mécanisme de supervision et de surveillance des labels, avait été proposé.

La DGCCRF ne peut pas intervenir au-delà des frontières françaises.

Ce texte a été présenté à l'A3C, mais a été refusé par les acteurs. Que pouvons-nous faire ?

Claude Gruffat

Les acteurs se sont mis d'accord sur une démarche globale. Il aurait fallu que quelqu'un prenne en charge le dossier afin de créer une circulaire précisant le décret. Malheureusement, le changement de gouvernement a stoppé le travail de la 3C. Nous regrettons fortement ce fait. Nous avons tous les éléments entre les mains, mais personne ne s'en saisit.

Anisa Larcher

Le COFRAC développe les conditions d'octroi du label, mais qui contrôle le COFRAC ? Est-il possible de contester les labels que vous attribuez ? Par ailleurs, travaillez-vous avec la Direction Générale des Fraudes ?

Sandrine Dupin

Le COFRAC est indépendant de l'État et réalise ses contrôles indépendamment des contrôles des organismes de l'État. Cependant, il est contrôlé tous les quatre ans par ses pairs européens. Toute décision du COFRAC peut être contestée. Il existe des procédures d'appel, de contestation et de plainte qui sont disponibles sur notre site.

Nous ne surveillons pas les produits sur le marché, mais les laboratoires et les organismes certificateurs. Nos missions sont donc différentes de celles de la répression des fraudes. L'accréditation que nous donnons est matérialisée par une attestation publiée en ligne et dont la liste est actualisée chaque jour. Nous pouvons suspendre ou supprimer l'accréditation d'un organisme.

PS : Le cofrac ne développe pas les conditions d'octroi du label. Il n'écrit aucune règle. Il est juste un outil de contrôle.

Un intervenant

Je travaille au service de la recherche du CGDD. Ma question porte sur le local, mais j'adhère au point de vigilance de M. GUHL.

Serait-il concevable qu'il y ait une convergence entre la marque des parcs culturels régionaux et les objectifs du commerce équitable ?

Florent Guhl

J'ai participé récemment à un débat de convergence entre les démarches à haute valeur environnementale et les produits bios. Les consommateurs comme les producteurs souhaitent que l'agriculture biologique soit complétée par d'autres mesures environnementales. La question est de savoir s'il faut un cahier des charges unique ou des cahiers des charges complémentaires. Le risque est de perdre les consommateurs en différents labels. Je pense que ces démarches doivent rester complémentaires afin d'obtenir des produits ayant plusieurs labels. Si nous attendons la fusion de plusieurs labels avant d'agir, nous n'avancerons pas. Il faut donc agir et attendre de voir si ces sujets peuvent converger.

CONCLUSION

Sophie Labbé, Directrice associée d'Utopies

Je remercie le Ministère de la Transition Économique et Solidaire et l'INC, qui ont été à l'initiative de ce colloque, mais aussi les services techniques et notamment le bureau de la formation.

Il est ressorti de ces tables rondes que les attentes des consommateurs ont évolué. Les consommateurs sont prêts. L'offre doit rattraper son retard. Les consommateurs ont pris conscience du vrai coût des prix bas et sont désormais prêts à payer plus cher pour des produits de qualité. La notion de qualité englobe désormais la qualité sociétale et environnementale.

Selon une étude de Max Havelaar et Opinion Way, 80 % des consommateurs aimeraient trouver plus facilement des produits plus responsables et notamment issus du commerce équitable. Ils le demandent à la grande distribution, mais aussi aux écoles, aux entreprises ou encore aux hôpitaux.

Il existe aujourd'hui de nombreuses initiatives, portées notamment par des *pures players* comme Éthiquable et Biocoop qui ont influencé la demande des consommateurs. Des acteurs plus conventionnels se lancent désormais dans des démarches proches du commerce équitable, mais ne remplissant pas toujours tous les critères. Il est donc important de bien cadrer la notion de commerce équitable.

La reconnaissance par les pouvoirs publics des labels des commerces équitables est donc cruciale. Le commerce équitable ne s'arrête pas au prix rémunérateur, mais porte une logique de développement concernant l'ensemble de la chaîne de valeur. Il faut créer de la valeur et s'assurer de sa bonne répartition. Nous devons donc passer d'une logique de négociation de prix à une logique de partenariat. Il s'agit d'un bouleversement culturel.

Le commerce équitable est un levier de la transition agroécologique, du développement économique des territoires et de la préservation des savoir-faire.

Le commerce équitable est un sujet majeur qui concerne tout le monde. Il est urgent d'agir pour la pérennisation des exploitations agricoles françaises. L'autonomie alimentaire de la France et l'accès à tous à une alimentation de qualité est en jeu. Il faut sortir de la course délétère aux prix les plus bas.

La responsabilité est celle des distributeurs, des consommateurs et des pouvoirs publics. Les pouvoirs publics doivent accélérer la transition vers un système plus durable et éthique.