

Le Commerce Equitable

Journée Territoires Durables, 24 juin 2011

- **Fondements et principes du commerce équitable : contexte, historique, définition, impacts**
- **Commerce équitable et Collectivités locales : cadre, offre, garanties**
- **Quelques chiffres, outils et perspectives**

Contexte

- * Sous-développement / Mal-développement vs OMD
- * Déséquilibre du commerce international (rapport de force défavorable au Sud ; fluctuations des cours ; spéculation)
- * Droits humains (DUDH 1948 / PIDESC 1966)

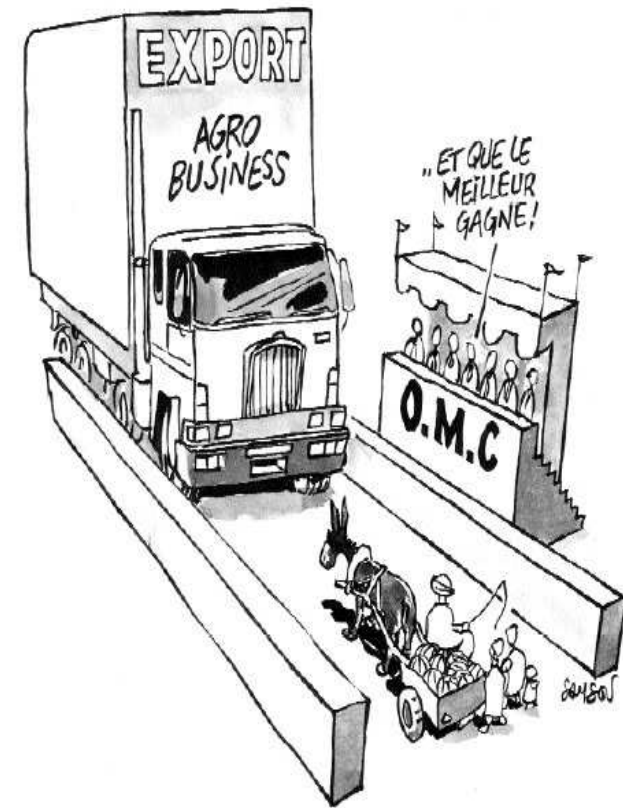


illustration : CCFD

Historique du mouvement

- 1946** Ten Thousand Villages
- Années 60** Premières boutiques spécialisées (Pays-Bas et G-B)
- 1968** Conférence (CNUCED) « **Trade not aid** », création d'Oxfam (commerce alternatif)
- 1974** Création d'Artisans du Monde

- Années 90** Création de **FLO**-International et de l'IFAT (**WFTO** aujourd'hui)
- 1993** Création de Max Havelaar France
- 1997** Création de la **Plate-Forme pour le Commerce Equitable** (PFCE)

- 2004** Création de Flo-cert (entreprise certificatrice indépendante)
- 2005** Processus de normalisation AFNOR; **août** : 1ère référence légale en France
- Juin 2006** Résolution du Parlement Européen
- Mai 2007** Décret annonçant la création de la **Commission Nationale du Commerce Equitable** – CNCE
- Mai 2009** Communication de la Commission Européenne
- Fév. 2010** Position du Comité des Régions (Europe) demandant un plan d'action pour le commerce équitable

Définition



“Le commerce équitable est un **partenariat commercial** basé sur le **dialogue**, la **transparence** et le **respect**, qui recherche une plus grande équité dans le commerce international. Il contribue au **développement durable** en apportant de meilleures **conditions commerciales**, assurant les **droits** des **producteurs et travailleurs marginalisés** des pays du **Sud**.”

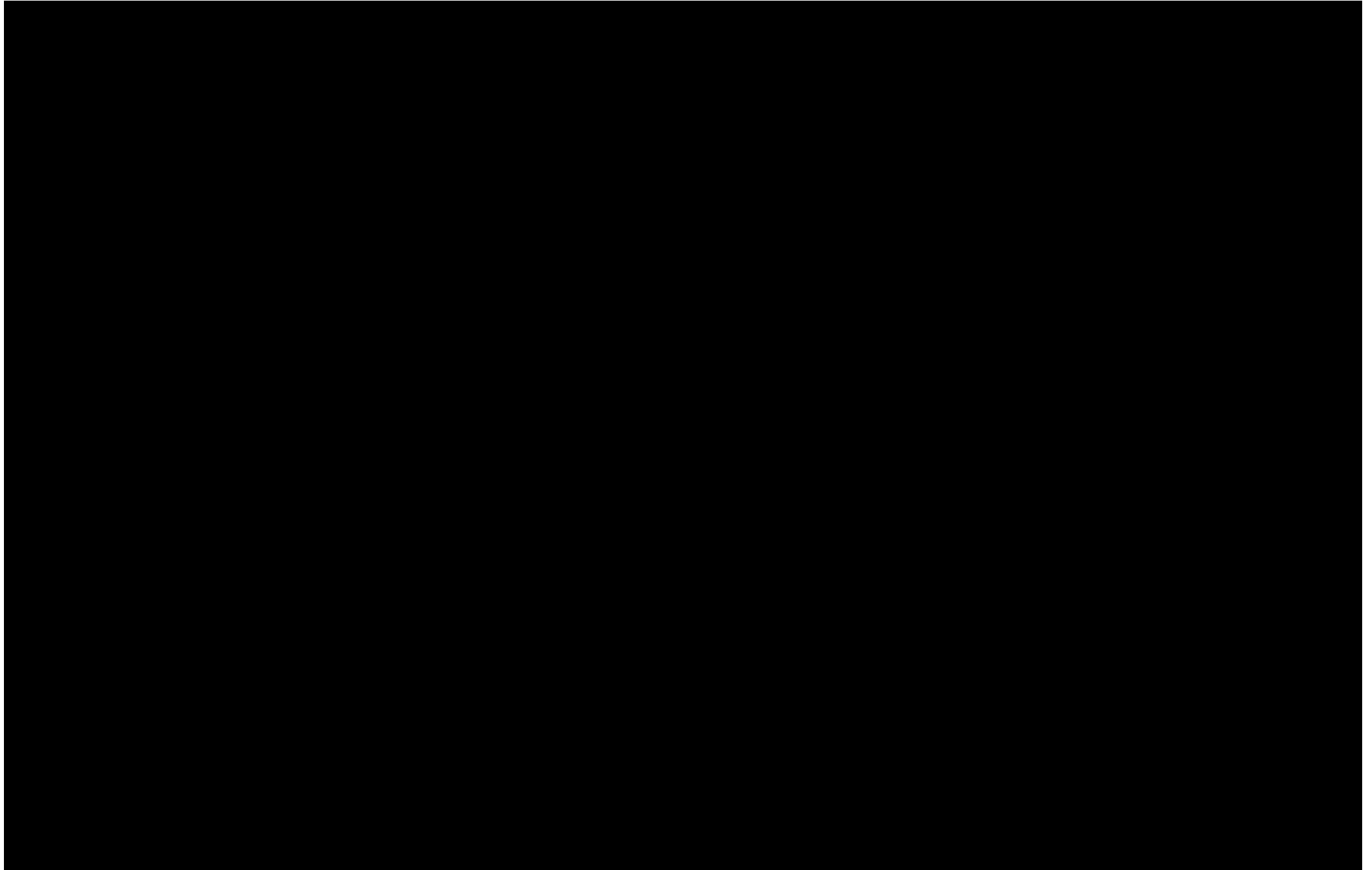
Principes (PFCE)

- juste rémunération et accès au marché pour les producteurs et artisans les plus défavorisés
 - garantie du respect des droits fondamentaux
 - relations durables, partenariat ; transparence des pratiques
 - préservation de l'environnement
 - produits de qualité
 - sensibilisation et plaidoyer
-
- ✓ prix minimum garanti
 - ✓ renforcement des OP
 - ✓ prime de développement, pré-financement
 - ✓ valorisation des savoir-faire locaux
 - ✓ ...

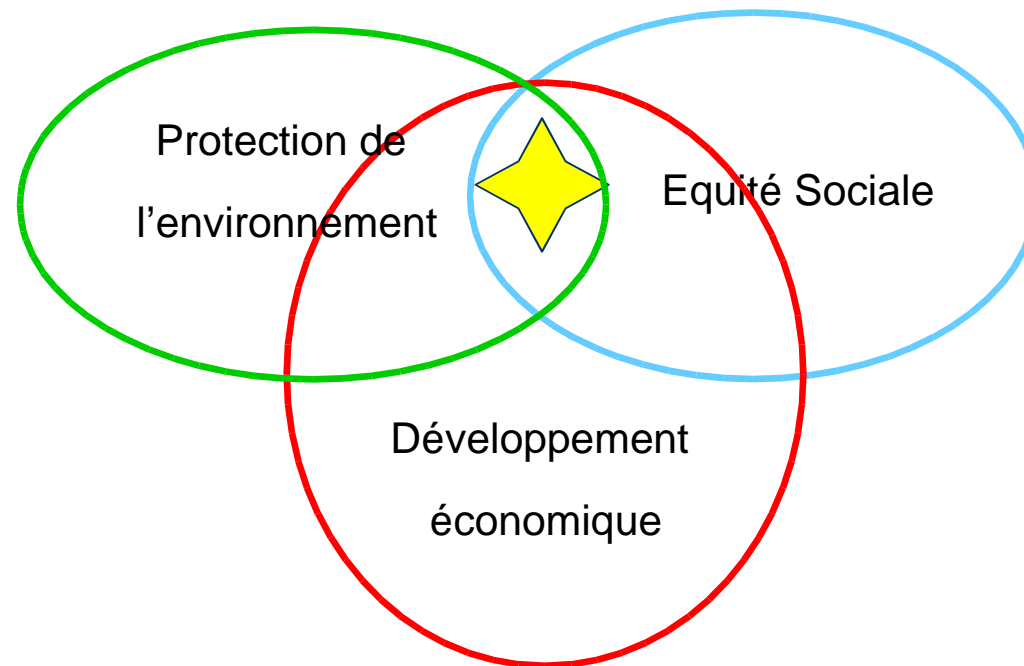


Illustration : AVSF

Le cours des matières premières : le café



Le Commerce équitable au croisement des trois piliers du Dév. Durable



L'impact du commerce équitable

Impact social

Accès aux soins
Accès à l'éducation
Création d'infrastructures

Impact économique

Hausse du revenu et du niveau de vie
Accès au crédit, à l'investissement
Pouvoir de négociation accru
Amélioration technique, qualifications, valeur ajoutée

Impact politique

Participation aux décisions au sein des structures
Influences sur les politiques locales
Expérience citoyenne

Impact environnemental

Diminution des intrants chimiques
Recyclage des déchets
Convergence avec les modes de production bio

Pourquoi engager sa collectivité ?

- ✓ Démarche de développement durable concrète, fiable, efficace
 - ✓ Agendas21, délibérations, déclaration de Johannesburg
 - ✓ Notion d'exemplarité

 - ✓ Structuration du secteur

 - ✓ Actions de coopération décentralisée

 - ✓ Sensibilisation et information du public
- => Une démarche complémentaire d'autres initiatives de commande publique durable / responsable (bio, local, insertion...)
- => Une action levier

Un cadre favorable

- ✓ Le Code des Marchés Publics de 2006 (article 5)
 - ✓ La Charte de l'Environnement (2005), la Stratégie Nationale de Développement Durable, les Grenelle de l'Environnement, le Plan National d'Action pour les Achats Publics Durables
- => Favoriser la consommation responsable publique

Quelques points essentiels

- ◆ Au préalable :
 - Définir soigneusement le besoin (=> objet du marché)
 - Veille de l'offre (adéquation avec la demande)
- ◆ Choix de la procédure (gré à gré, MAPA, Appel d'Offre, bons...)
Allotissement ? Variante ?
- ◆ Les critères de sélection / pondération
- ◆ La rédaction du cahier des charges :
 - ◆ Clauses d'exécution ; spécifications techniques
 - ◆ Lien à l'objet du marché
 - ✓ La mention "... ou équivalent"
- ◆ Le suivi du marché

L'offre disponible

Alimentaire	Cacao	Tablettes, napolitains, poudre, boisson, DA
	Café	En grain, moulu, soluble, doses, DA
	Céréales et légumineuses	Riz (blanc, thai, rouge...) Quinoa
	Fruits et jus	Frais, secs, confits, compotes, jus, confitures, DA
	Sucre	Blanc, roux, brun ; poudre, morceaux, confiseries
	Thé	Vrac, sachets, infusions
	Produits composés	Biscuits, glaces
	Traiteurs	Pauses café, cocktails, buffets, protocole
Artisanat	Cadeaux, objets promotionnels	Papeterie, accessoires de bureau, décoration, jouets
	Mobilier	Bureaux, tables, chaises, fauteuils
Textile	Coton	Vêtement de travail, vêtements promotionnels, sacs, mallettes, coton hydrophile
Services	Tourisme	Voyages organisés pour CAS et CE

Produits alimentaires

pour les consommateurs individuels
et pour la consommation hors domicile (cantines, restaurants, distributeurs
automatiques...)

Céréales, sucre, épices, huile, biscuits



Crédit photo : Alter Eco



Boissons



Crédit photo : Max Havelaar

Produits textiles

Vêtements promotionnels,
Vêtements de travail



Crédit photo : Max Havelaar



Autres produits

Meubles
Cadeaux de fin d'année
Jouets
Articles de sport
...



Crédit photo : Artisans
du Monde



Crédit photo : Boutic Ethic



Les garanties

Des initiatives privées



Des produits certifiés :



Des acteurs garants des principes :



+ des réseaux
locaux

Les fournisseurs

- ♦ Spécialisés / non spécialisés
- ♦ Une gamme d'activités variée :
 - Importation
 - Accompagnement des OP
 - Transformation
 - Distribution
 - Sensibilisation, information, plaidoyer
- ♦ Une structuration : membres de la Plate-Forme pour le Commerce Equitable (PFCE) / membres de collectifs régionaux ou locaux

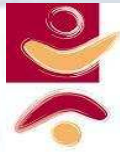
Quelques chiffres (France)

- ✓ **Un chiffre d'affaires de + de 300 millions d'euros en 2010**
- ✓ **Une croissance moyenne à deux chiffres ces 5 dernières années (5% en 2010)**
- ✓ **Une notoriété de 95 %**
- ✓ **1 foyer sur 3 ; env. 15€ d'achat**
- ✓ **Env. 3500 produits labellisés, + articles des boutiques ADM et indépendants**

Des consommateurs en quête de sens: Perspective de doublement des ventes entre 2010 et 2015 en France (Cabinet Xerfi)

Perspectives

- ◆ La CNCE : pour clarifier le paysage en France
- ◆ Un Parlement Européen très en faveur, une jurisprudence en Europe qui reconnaît le commerce équitable au sein de la commande publique
- ◆ Un fort potentiel : la commande publique représente 16 % du PIB de l'UE
- ◆ De nombreux cas de succès et de bonnes pratiques



équi'sol
équitable et solidaire

Quelques outils

- ◆ La campagne “Territoires de Commerce Equitable”
www.territoires-ce.fr
- ◆ Des guides
p.ex. Les Cahiers Weka ; le Guide des Labels de la PFCE (2011)
- ◆ Des sites d'information
www.achatspublicsequitables.com, http://vitrine.commerceequitable.org, www.ofretic.com
- ◆ Des structures d'appui et d'accompagnement
p.ex. PFCE, MHF, Equi'Sol, NAPCE
- ◆ Des événements
p.ex. Journées de la Commande Publique Responsable
- ◆ Des réseaux de CLT
RAEE, RGO, Territoires Durables

Merci pour votre attention !

Equi'Sol
Association de promotion du commerce équitable
www.equisol.org

michaela.magerl@equisol.org