

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DE L'INDUSTRIE ET DE L'EMPLOI

MINISTÈRE DE L'ÉCOLOGIE, DE L'ÉNERGIE,  
DU DÉVELOPPEMENT DURABLE ET DE LA MER  
en charge des Technologies vertes et des Négociations sur le climat

---

## DOSSIER DE PRESSE

---

### Installation de la Commission nationale du commerce équitable

22 avril 2010



**Contacts presse :**  
Aurore LONGUET  
Sabine DEROCHE

01 53 18 46 35  
01 40 81 79 55

aurore.longuet@cabinets.finances.gouv.fr  
sabine.deroche@developpement-durable.gouv.fr

# Sommaire

- Pourquoi une Commission nationale du commerce équitable (CNCE)?
- Les actions de la Commission nationale du commerce équitable
- Les actions du ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de la Mer et du ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi
- La structuration du réseau des acteurs du commerce équitable en France

## Annexes

- Des repères pour comprendre les enjeux du commerce équitable
  - ✓ Définition
  - ✓ Objectifs
  - ✓ Dates clés
  - ✓ Chiffres clés
- Les membres de la CNCE
- L'article 6 du décret du 15 mai 2007
- Les garanties du commerce équitable

# Pourquoi une Commission nationale du commerce équitable ?

Le Commerce Équitable, malgré une notoriété grandissante reste encore un marché de niche (par exemple, le café équitable ne représente que 5% du marché du café en France). Par ailleurs, la profusion de nouveaux labels de consommation responsable aux promesses pas toujours clairement identifiées peut rendre la démarche de commerce équitable moins lisible auprès des consommateurs. Conscients de ce phénomène, les associations de consommateurs, comme les organismes de commerce équitable ont sollicité les pouvoirs publics.

C'est pour répondre à leur demande de clarification que le gouvernement a décidé d'agir et de doter la France d'un **dispositif législatif et réglementaire** en faveur du commerce équitable des PME. L'article 60 de la loi du 2 août 2005 en faveur des PME donne une définition du commerce équitable, tout en définissant un cadre et rappelant sa finalité. Il stipule notamment que ce dernier s'inscrit dans la stratégie nationale de développement durable, qu'il organise des échanges de biens et services entre des pays développés et des producteurs désavantagés des pays en développement. Il vise à l'établissement de relations durables ayant pour effet d'assurer le progrès économique et social de ces producteurs.

Cet article a également pour ambition de doter le commerce équitable d'une instance visant à reconnaître officiellement les organismes de commerce équitable, la Commission Nationale du Commerce Equitable (CNCE). Ainsi, le décret d'application n°2007-986 du 15 mai 2007 crée la **CNCE**, définit ses missions, précise les critères de reconnaissance et stipule sa composition. La CNCE<sup>1</sup>, composée des représentants des ministères compétents, des organisations et fédérations spécialisées dans le commerce équitable, des associations de défense des consommateurs ainsi que des organisations de solidarité internationale, est chargée **d'accorder une reconnaissance** aux personnes physiques et morales qui veillent au respect des conditions mentionnées à l'article 60.

Pour être reconnu par la CNCE, les demandeurs devront satisfaire notamment aux exigences d'un **référentiel** dont l'écriture a été confiée en 2009 à un groupe de travail mis en place à la demande conjointe de Chantal Jouanno, secrétaire d'État chargée de l'Écologie, et d'Hervé Novelli, secrétaire d'État chargé du Commerce. Composés de certificateurs, d'acteurs représentatifs du commerce équitable, des pouvoirs publics, les rédacteurs du groupe ont élaboré le référentiel pour qu'il réponde aux exigences des 6 critères du décret.

## En quoi consiste ce référentiel ?

La CNCE a comme outil un référentiel qui s'appuie sur les **6 critères** à satisfaire pour obtenir la reconnaissance, tels que définis par l'article 6 du décret du 15 mai 2007<sup>2</sup> :

- **amélioration des conditions de vie des producteurs défavorisés** des Pays en voie de développement et appui aux organisations des producteurs vis-à-vis des marchés et pouvoirs publics

---

<sup>1</sup> Cf. Annexe 2 : Les membres de la CNCE

<sup>22</sup> Cf. Annexe 3 : L'article 6 du décret du 15 mai 2007

- **indépendance** : la personne qui sollicite la reconnaissance respecte les conditions du commerce équitable et n'a pas d'activités de production, de transformation ou de distribution
- **transparence** : toute personne qui le demande doit avoir des informations relatives au mode de fonctionnement de la personne qui sollicite la reconnaissance
- **présence auprès des producteurs défavorisés** : par un système de contrôle au niveau local, portant notamment sur la structure et le caractère démocratique des organisations de producteurs, ainsi que sur la transparence de la gestion des revenus
- **contrôles auprès des importateurs** : notamment sur les conditions minimales relatives au prix d'achat
- **accompagnement et sensibilisation** : accompagnement des producteurs sur leurs compétences, leurs prestations, leur organisation

C'est sur la base de la conformité des systèmes de garantie  
3 des organismes de commerce équitable avec le référentiel que les organismes demandeurs peuvent demander la reconnaissance par la CNCE.

Ce référentiel ayant recueilli l'assentiment de l'ensemble des membres du groupe de travail, la Commission nationale est désormais en capacité de se réunir en présence des ministres qui procèdent à son installation le 22 avril 2010.

---

<sup>33</sup> Cf. Annexe 4 : Les garanties du commerce équitable

# Les actions de la Commission nationale du commerce équitable

L'action de la Commission, au-delà de la mission de reconnaissance mentionnée ci-dessus, sera d'informer et de communiquer.

## 1. Informer

- **Information réciproque des membres de la Commission sur les évolutions de toute nature pouvant affecter le commerce équitable** : mesures des flux du commerce équitable et de l'évolution des structures de production et de commercialisation; attentes des consommateurs; impact des évolutions législatives ou réglementaires; évolutions internationales au niveau des organisations représentatives du commerce «équitable mais aussi des grandes organisations internationales concernées (CNUCED, FAO, OMC, UE, etc); cohérence avec les actions en faveur du développement durable, de la préservation de la biodiversité...etc. Le devoir d'Information, se situe bien entendu également au niveau des consommateurs.
- **Un lieu d'échanges** : la CNCE doit permettre un dialogue impartial entre les OCE et les représentants des commerçants et des consommateurs en présence des représentants de l'État. Elle pourrait également échanger de manière privilégiée avec les organisations internationales et les instances européennes et contribuer à la préparation des positions françaises dans ces instances.
- **Une force de propositions** : la CNCE peut être consultée, pour avis, et si cela est souhaité par les pouvoirs publics (exécutif ou législatif), sur tout sujet intéressant le commerce équitable. Au-delà, elle pourrait formuler des vœux pour que soit mieux pris en compte le développement du commerce équitable dans les textes de toute nature en préparation ou en débat, ainsi que dans les diverses actions publiques impliquant le commerce et la distribution.

## 2. Communiquer

Au-delà de l'établissement d'un rapport annuel qui sera présenté lors d'une conférence annuelle, la CNCE fait l'objet d'une stratégie de communication qui a pour objectifs :

- de faire connaître les travaux de la Commission nationale du commerce équitable, en les diffusant, de manière claire et accessible au plus grand nombre ;
- de fournir des contenus pédagogiques permettant au grand public de mieux connaître le secteur du commerce équitable, les principes qui le guident et les actions qu'il entreprend ;
- de proposer aux consommateurs les informations pratiques nécessaires à des achats éclairés et raisonnés de produits et services auprès du secteur du commerce équitable ;
- de proposer aux consommateurs une information actualisée sur les évolutions de ce secteur, en les invitant à dialoguer et participer aux réflexions et aux initiatives prises pour promouvoir ce secteur d'activité.

**L'Institut National de la consommation est désigné comme opérateur** pour mettre en place cette stratégie de communication en répondant aux objectifs énoncés ci-dessus et qui se décline autour de trois supports : télévision, radio et internet. L'INC devient donc l'outil privilégié de la CNCE pour communiquer sur les réalisations et activités de celle-ci, mais aussi pour promouvoir le commerce équitable.

# **Les actions du ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de la Mer et du ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi**

## **Ministère de l'économie, de l'industrie et de l'emploi**

Dans le cadre des missions du secrétariat d'Etat du commerce, de l'artisanat, des PME, du tourisme, des services et de la consommation, il a en charge entre autres de faciliter dans les relations avec les acteurs du commerce, de l'artisanat et du tourisme la promotion des produits du commerce équitable dont la grande distribution est un acteur majeur en France. Ce levier de distribution pour les producteurs et les organisations professionnelles nationales du commerce équitable doit être aussi accompagné d'une information à destination des consommateurs sur la provenance des produits et la réalité de leur appartenance au label commerce équitable. C'est ainsi que la DGCCRF peut être un garant du respect de ce label dans la commercialisation des biens et des services.

De plus, la Direction générale du Trésor cherche à promouvoir dans les échanges européens, accords bilatéraux de libre-échange ou dans les relations commerciales européennes avec les pays tiers, le respect par les partenaires de l'Union européenne de normes sociales et environnementales de base. Elle soutient les initiatives privées en la matière. Elle veille à ce que les mesures nationales élaborées en matière environnementale ou sociale qui touchent aux échanges internationaux tels que l'étiquetage soient compatibles avec les règles de l'OMC.

L'ensemble de ces actions de concert avec le MEEDDM et dans le cadre de la CNCE devrait conduire à une meilleure sensibilisation de tous les acteurs pour la promotion du commerce équitable.

La volonté affichée des deux ministres (Commerce et Ecologie) a conduit avant d'installer la CNCE à ce qu'un travail sur un référentiel soit élaboré par un groupe de travail constitué des organisations professionnelles nationales du commerce équitable et des organismes certificateurs.

Enfin, le ministère participera financièrement à la création d'un site internet dédié au commerce équitable et à une campagne de communication de concert avec le MEEDDM. Il accompagnerait la quinzaine du commerce équitable qui se tiendra cette année à Lille par le versement d'une subvention.

## **Ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de la Mer (MEEDDM)**

Dans le cadre de ses missions de promotion du développement durable, le ministère du Développement durable a identifié notamment la stimulation de la consommation de produits équitables comme un levier important pour favoriser une production et une consommation plus durables, solidaires, dans le cadre d'échanges « Nord-Sud » rééquilibrés.

C'est pourquoi le MEEDDM a participé aux différents travaux conduits par l'administration en faveur du commerce équitable (Accord Afnor, contributions au décret du 15 mai 2007, participation au groupe de travail installé en amont de la mise en place de la CNCE, ...).

Le ministère intervient également lors de colloques ou de manifestations diverses, par exemple dernièrement au salon européen du commerce équitable qui s'est tenu en octobre 2009 à Lyon. Dans le cadre d'objectifs partagés, le ministère accompagne les organismes de commerce équitable pour qu'ils renforcent toujours plus leurs exigences en matière de protection de l'environnement et des ressources naturelles envers les producteurs du Sud. A cet égard, il subventionne des projets portés par des associations de commerce équitable visant à renforcer et à mutualiser les bonnes pratiques environnementales.



# La structuration du réseau des acteurs du commerce équitable en France

Les organisations actuelles de commerce équitable et leur structuration sont le fruit d'une évolution longue de plusieurs décennies au cours desquelles différentes initiatives, dans plusieurs pays, se sont peu à peu rapprochées, ont tissé des liens et ont progressivement constitué des organisations et des réseaux à plus grande échelle, à l'instar de la fédération Internationale pour un commerce équitable, plus connue sous le nom de World Fair Trade Organization (WFTO).

Dans le domaine du commerce équitable labellisé (qui fonctionne sur la base d'une labellisation des produits de commerce équitable, et non des organisations), les initiatives nationales de différents pays se sont regroupées pour former la Fairtrade Labelling Organisation (FLO), dont le représentant français est le label Max Havelaar.

En France justement, depuis le début des années 2000, grâce aux efforts des pionniers du mouvement (Fédération Artisans du Monde, Andines, Max Havelaar France notamment) et à la volonté des pouvoirs publics (déclaration de Johannesburg, 2002), le mouvement du commerce équitable se professionnalise et s'accompagne de l'arrivée de nouveaux acteurs.

Différents types d'acteurs se dégagent du panorama français des acteurs du commerce équitable.

## 1. Les organisations professionnelles

### La Plate-Forme pour le Commerce Equitable

La Plate-Forme pour le Commerce Equitable (PFCE) est une association de loi 1901 à but non lucratif, collectif national de concertation visant à défendre et à promouvoir le commerce équitable en France.

Créée en 1997, elle regroupe une quarantaine d'organisations nationale engagées dans le commerce équitable dont les différentes implantations en régions représentent plus de 600 structures en France. L'organisation travaille principalement sur 4 axes : **faire reconnaître et rendre visible le commerce équitable en France, consolider la crédibilité des pratiques de ses membres, valoriser les activités et produits de ses membres notamment et enfin, favoriser le dialogue et la collaboration entre ses membres.**

Parmi ses objectifs stratégiques, la PFCE souhaite particulièrement s'attacher à deux points :

- **Faire reconnaître et rendre visible le commerce équitable en France, en obtenant un soutien de la démarche par les pouvoirs publics**

En tant que représentant de ses membres, acteurs du commerce équitable, la PFCE est un interlocuteur privilégié - pour les pouvoirs publics. L'organisation poursuit actuellement son dialogue, entamé depuis plus de 3 ans, avec le gouvernement pour la finalisation de la mise en place de la Commission Nationale du Commerce Équitable. La PFCE entretient également des discussions engagées avec l'Agence Française de Développement et le Ministère des Affaires Étrangères et Européennes afin de faire reconnaître le commerce équitable comme un instrument de l'aide publique au développement.

Le collectif s'implique en outre dans le dialogue avec ses homologues dans d'autres pays européens afin de faire émerger des cadres légaux ou normatifs de reconnaissance du commerce équitable au niveau européen et international.

- **Mutualiser les bonnes pratiques et renforcer les systèmes de garanties afin de consolider la crédibilité du commerce équitable**

La PFCE poursuit le travail de veille, d'expertise et de diffusion d'information sur les systèmes de garantie au niveau français et international, en lien avec les pouvoirs publics et développe des outils sur les liens entre garanties équitables et environnementales. Le collectif souhaite aussi s'impliquer dans le renforcement de systèmes de garantie existants. En parallèle, pour accompagner ses membres dans la recherche de pratiques toujours plus responsables, la PFCE développe des chantiers sur des problématiques communes d'amélioration. En 2008, la PFCE avait aussi lancé un dispositif dont l'objectif est de développer les études d'impact des filières de commerce équitable au Sud, comme l'étude sur la filière du quinoa conduite par l'association agronomes et vétérinaires sans frontières. En 2008-2010, la PFCE développe un projet ambitieux sur l'environnement, avec l'appui d'organismes utilisés par des structures commerciales membres (exemple de Forest Garden Programm et de Guayapi).

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

### **ATES – L'association de Tourisme Equitable et Solidaire**

L'ATES a été créé en 2001 afin de donner plus de visibilité au secteur du tourisme équitable et solidaire. L'association regroupe au sein d'une même structure les acteurs engagés dans le tourisme équitable et leurs partenaires, afin de mettre en place une action et une communication collectives plus fortes et plus structurées.

L'une des plus importantes missions que s'est fixée l'ATES est l'élaboration des critères définissant les pratiques du tourisme équitable.

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

### **Bio Partenaire (ex- Bio Equitable)**

Collectif de 24 entreprises mettant en place une stratégie de filière équitable qui conjugue les valeurs de l'agriculture biologique et du commerce équitable.

[www.bioequitable.com](http://www.bioequitable.com)

## **2. Les réseaux de distribution**

Les réseaux de distribution spécialisés sont des acteurs majeurs pour le renforcement de la visibilité du commerce équitable en France.

- La Fédération Artisans du Monde coordonne un réseau de plus de 140 associations et 20 membres relais spécialisés dans la commercialisation, l'éducation au développement et mène des actions de plaidoyer sur le commerce international et les politiques agricoles.

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

- Alter Mundi développe un réseau de franchise de plus de 10 boutiques entièrement dédiées aux produits du commerce équitable. Alter Mundi propose notamment des produits équitables « design ».

[www.altermundi.com](http://www.altermundi.com)

D'autres réseaux de distribution tels que Biocoop (300 points de vente en France) commercialisent à la fois des produits de l'agriculture biologique et du commerce équitable, et viennent ainsi s'inscrire dans la promotion du commerce équitable en complémentarité des réseaux spécialisés.

[www.biocoop.fr](http://www.biocoop.fr)

### 3. Les ONG d'appui

De nombreuses organisations non-gouvernementales œuvrant dans l'aide au développement, tels que le CCFD, Handicap International, la Ligue de l'Enseignement ou Oxfam, agissent pour la promotion du commerce équitable en France et dans le monde, à travers différentes actions de sensibilisation et campagnes de soutien.

[www.ccfid.asso.fr](http://www.ccfid.asso.fr)

[www.handicap-international.fr](http://www.handicap-international.fr)

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

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

### 4. Les importateurs

Les importateurs de commerce équitable développent des partenariats avec des organisations de petits producteurs en Amérique latine, Afrique et Asie. En achetant leurs produits transformés et semi-transformés selon les conditions du commerce équitable, les importateurs permettent de garantir une répartition équitable de la valeur ajoutée entre les acteurs de la filière.

Les importateurs sont en général spécialisés par filière, en voici quelques exemples :

- **L'alimentaire**

- Alter Eco [www.altereco.com](http://www.altereco.com)
- Ethiquable [www.ethiquable.com](http://www.ethiquable.com)
- Guayapi [www.guayapi.com](http://www.guayapi.com)

- **L'artisanat**

- Artisanat Sel [www.artisanatsel.com](http://www.artisanatsel.com)
- La Compagnie du Commerce Equitable [www.ccequitable.com](http://www.ccequitable.com)

- **Le textile**

- Ethos [www.ethosparis.com](http://www.ethosparis.com)
- Ideo [www.ideocollection.com](http://www.ideocollection.com)
- Tudo Bom [www.tudobom.fr](http://www.tudobom.fr)

## 5. Les systèmes de garanties

Fairtrade / Max Havelaar est une ONG internationale qui gère un label de commerce équitable. Son conseil d'administration intègre des ONG des pays du Nord et des représentants de producteurs du Sud. Ses membres sont répartis dans 80 pays, sur 5 continents. Bien plus qu'une simple certification, le label implique une démarche complète.

*Standards* : la rédaction des cahiers des charges est faite en concertation avec les producteurs et les autres parties prenantes, puis validée par un comité multipartite.

*Certification* : Au sein du système, FLO-Cert est un certificateur spécialiste du commerce équitable et agréé selon ISO 65, la norme officielle des certificateurs.

*Appui* : Fairtrade / Max Havelaar assure un suivi sur le terrain et travaille à leur créer des débouchés commerciaux.

*Sensibilisation* : Pour développer les marchés, Fairtrade / Max Havelaar cherche à faire progresser l'idée du commerce équitable chez les consommateurs.

*Impact* : sur le terrain, au bout de plusieurs années, nous évaluons comment le développement local s'est produit avec la contribution du label.

Au niveau international, la garantie organisation de commerce équitable est portée par WFTO (World Fair Trade Organization) qui regroupe des organisations de commerce équitable (OCE) sur l'ensemble des filières, de la production jusqu'à la distribution. Le respect du cahier des charges de WFTO donne droit à l'utilisation du logo FTO (Fair Trade Organization) qui sera apposé sur les outils de communication de la structure. En termes de mise en œuvre, la garantie WFTO se base sur trois modèles de vérification complémentaires : l'autoévaluation, l'évaluation par les autres membres de WFTO et la vérification externe réalisée par des auditeurs accrédités par WFTO.

En France Artisans du monde est membre de WFO, comme la PFCE, Alter Eco, etc...

Au-delà de ces garants historiques des engagements du commerce équitable, de nouveaux acteurs et labels sont apparus, parmi lesquels on peut citer la Garantie ESR (Echanges Equitables et Solidaires) d'Ecocert. C'est un organisme de contrôle et de certification, agréé par l'Institut National de l'Origine et de la Qualité et accrédité par le Comité Français d'Accréditation (COFRAC). L'organisme de certification a élaboré en 2007 un référentiel technique ESR (échanges Equitables, Solidaires, Responsables) dont le respect garantit des filières équitables. La garantie ESR s'applique aux produits agroalimentaires, cosmétiques et textiles.

# Annexes

# Des repères pour comprendre les enjeux du commerce équitable

## 1. Définition

*« Le commerce équitable est un partenariat commercial fondé sur le dialogue, la transparence et le respect dans le but de parvenir à une plus grande équité du commerce international. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions d'échanges et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs salariés, en particulier ceux du Sud. Les organisations de commerce équitable (soutenues par les consommateurs) s'engagent à sensibiliser l'opinion publique et à mener campagne pour des changements dans les règles et les pratiques du commerce international conventionnel. » \**

\*Définition du commerce équitable de 2001 par le consensus FINE, forum informel qui regroupe les quatre organisations internationales du commerce équitable : FLO, WFTO, NEWS !, EFTA

## 2. Objectifs

Dans une dynamique de développement durable :

- assurer une juste rémunération du travail des producteurs, artisans, les plus défavorisés, et de leurs familles, leur permettant de satisfaire leurs besoins élémentaires,
- garantir le respect des droits fondamentaux des personnes,
- instaurer des relations durables entre partenaires économiques,
- favoriser la préservation de l'environnement,
- proposer aux consommateurs des produits de qualité.

Depuis plus de quarante ans<sup>4</sup>, la démarche du commerce équitable propose une alternative efficace pour réduire les inégalités engendrées par le commerce conventionnel et redonner à l'homme sa place centrale dans les échanges commerciaux, dans le cadre de modes de production respectueux de l'environnement. A travers le monde, les organisations de commerce équitable construisent les fondations d'un commerce plus juste par des partenariats commerciaux équitables -en faveur du Sud et conduisent des actions de sensibilisation, de promotion et de plaidoyer.

## 3. Dates clés

**1968 - Le slogan « Trade, not aid ! »** prononcé par des organisations de producteurs en séance de la CNUCED (Commission des Nations Unies pour le Commerce et le Développement) est le symbole de la reconnaissance de l'inéquité des échanges.

**1969 - 1<sup>ers</sup> « Magasins du Monde »** en Angleterre et aux Pays-Bas ouverts par l'association OXFAM.

---

<sup>4</sup> Cf. Annexe 1 : Des repères pour comprendre les enjeux du commerce équitable

**1979 - 1ère boutique Artisans du Monde à Paris**

**1988 - Création de Max Havelaar** aux Pays-Bas et d'un logo apposé sur des cafés « équitables ».

**1989 - Création de l'IFAT** (International Federation for Alternative Trade) qui regroupe aujourd'hui plus de 600 organisations du commerce équitable du Nord et du Sud.

**1990 - Création de l'EFTA** (European Fair Trade Association), le réseau des centrales d'achat européennes.

**1994 - Création de NEWS!** (Network of World Shops), le réseau européen des Magasins du Monde.

**1997 - Création de la Plate-Forme pour le Commerce Equitable** (PFCE) en France.

**2001 - 1ère édition de la Quinzaine du Commerce Equitable** initiée par la PFCE

**2003 - Intégration du Tourisme Equitable** au sein de la PFCE. La PFCE devient membre de WFTO (ex-IFAT).

**2004 - Lancement de la marque FTO** (Fair Trade Organisation) de WFTO.

**2005 - Vote de la loi du 2 août en faveur des en faveur des PME** dont l'article 60 traite du commerce équitable et finalisation de l'Accord AFNOR.

**2007 - Vote du décret du 15 mai qui crée la commission nationale du commerce équitable et traite notamment de la reconnaissance des personnes veillant au respect des conditions du commerce équitable.**

**2010 - Mise en place par les pouvoirs publics de la CNCE**

## **4. Chiffres clés du commerce équitable**

### **Les chiffres clés du secteur**

En France, le secteur du commerce équitable est dynamique avec la création de nouvelles structures, de nouvelles filières. Avec les filières labellisées Fairtrade/Max Havelaar, et les filières artisanales on estime son chiffre d'affaires à plus de 300 millions d'euros en 2009.

Un marché mondial du commerce équitable labellisé estimé à 2,4 milliards d'euros, en croissance de 48 % en 2008

- En 2007, 63% des ventes en France ont lieu dans les Grandes et Moyennes Surfaces (GMS). Le reste des ventes est effectué dans les boutiques spécialisées, les réseaux de distributions de produits biologiques, les cafés, hôtels et restaurants. L'achat public équitable est également un secteur en forte croissance.
- La notoriété du commerce équitable atteint actuellement 95% (*IPSOS juin 2009*). Ce taux de notoriété a connu une forte croissance ces dernières années, puisqu'il n'était que de 9% en 2000, 51% en 2004 et 74% en 2005.
- 2/3 des français se disent proches des valeurs portées par le commerce équitable (*baromètre Ipsos/ PFCE, avril 2008*).

L'achat équitable en milieu professionnel est en constante progression ces dernières années. Il apparaît aujourd'hui comme un levier d'achats important et prometteur. De plus, 78% des salariés sont fiers de leur entreprise lorsque celle-ci propose des produits équitables.

## **Les chiffres 2008-2009 du label FairTrade / Max Havelaar**

- *Combien de producteurs sont concernés par le commerce équitable labellisé ?*

Plus d'1,5 million de producteurs et travailleurs bénéficient du commerce équitable labellisé Fairtrade / Max Havelaar. En comptant leurs familles, cela représente environ 8 millions de personnes dans 59 pays d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine.

La certification pour le label représente plus de 2 000 audits par an, effectués par FLOCert, organisme certificateur agréé ISO 65.

- *A quel volume s'élève le marché du commerce équitable labellisé ?*

Dans le monde, les produits équitables labellisés Fairtrade/Max Havelaar ont totalisé 2,9 milliards d'euros en 2008, soit près de 40% de plus qu'en 2007. Ils sont consommés dans 40 pays (Europe, États-Unis, Canada, Australie, Japon, Afrique du Sud...).

En France des produits équitables labellisés Fairtrade/Max Havelaar s'élèvent à 287 millions d'euros en 2009, contre 256 millions en 2008. Ce chiffre d'affaire a été multiplié par 24 en moins de 10 ans (12 millions d'euros de CA en 2001).

En 2009, il existait en France plus de 3015 produits labellisés, commercialisés par plus de 205 entreprises.

Les produits les plus vendus sont le café (33% du total), le coton (16%), la banane (11%), le cacao (10%), le thé (9%).

- *Qui sont les consommateurs ?*

Plus de 80 millions de familles dans le monde consomment des produits équitables.

En France, plus d'1 foyer sur 3 a acheté au moins un produit labellisé Fairtrade / Max Havelaar (*Estimations MHF*). Sur les produits d'épicerie, 26,5% des foyers français ont acheté au moins une fois un produit. En moyenne, ils font 4 achats de produits équitables par an et dépensent 16,4 € dans l'année (TNS Worldpanel Janvier 2009).

Les consommateurs les plus nombreux sont des citoyens aisés, assez âgés et sans enfants, et sensibles aux problèmes éthiques et environnementaux. Cependant, le commerce équitable touche de plus en plus toutes les catégories de la population, en particulier les revenus modestes (*TNS Worldpanel Janvier 2009*).

Les 2/3 des ventes se font en grandes surfaces. Le reste a lieu dans des circuits spécialisés, des cafés, hôtels, restaurants, vente à emporter, consommation d'entreprises.

Ce secteur « hors-domicile », le plus dynamique, a bondi de +57% cette année.



# Les membres de la commission nationale du commerce équitable

La commission nationale du commerce équitable est présidée par M. Pierre-François COUTURE, Contrôleur général économique et financier.

Sont membres de la Commission nationale du commerce équitable :

## **I - Au titre des représentants de l'administration :**

1<sup>o</sup> au titre du ministre chargé du commerce :

Le directeur général de la compétitivité, de l'industrie et des services ou son représentant ;

2<sup>o</sup> au titre du ministre chargé de l'écologie :

Le commissaire général au développement durable ou son représentant ;

3<sup>o</sup> au titre du ministre chargé de la coopération :

Le directeur général de la mondialisation, du développement et des partenariats, ou son représentant ;

4<sup>o</sup> au titre du ministre chargé du tourisme:

Le directeur général de la compétitivité, de l'industrie et des services ou son représentant ;

5<sup>o</sup> au titre du ministre chargé de l'industrie:

Le directeur général de la compétitivité, de l'industrie et des services ou son représentant ;

6<sup>o</sup> au titre du ministre chargé du commerce extérieur:

Le directeur général du Trésor et de la politique économique ou son représentant ;

7<sup>o</sup> au titre du délégué interministériel au développement durable :

Le commissaire général au développement durable ou son représentant ;

8<sup>o</sup> Le délégué interministériel à l'innovation, à l'expérimentation et à l'économie sociale ou son représentant.

## **II – Au titre des représentants des organisations et des fédérations spécialisées dans le commerce équitable :**

1<sup>o</sup> M. Georges d'ANDLAU, Plate-forme pour le commerce équitable; Mme Julie STOLL, suppléante;

2<sup>o</sup> M. Joaquin MUNOZ, Max Havelaar France; M. Serge FRAICHARD, suppléant;

3<sup>o</sup> M. Stéphane LE BORGNE, Fédération Artisans du Monde; M. Gérard GODREUIL, suppléant;

4<sup>o</sup> M. Bernard SCHEOU, Association pour le Tourisme Equitable et Solidaire; M. Julien BUOT, suppléant.

## **III– Au titre des représentants des organisations et fédérations professionnelles impliquées dans le commerce équitable :**

1<sup>o</sup> Mme Agathe GROSSMITH, Fédération du Commerce et de la distribution ; M. Lionel DESENCE, suppléant.

2<sup>o</sup> M. Bertrand PAILLAT, CONSEIL DU COMMERCE DE FRANCE; MME FANNY FAVOREL PIGE, SUPPLEANTE.

## **IV – Au titre des représentants des associations de défense des consommateurs :**

En qualité de titulaires :

1<sup>o</sup> Mme Marie IGOT, Association Familles Rurales-UF CS;

2<sup>o</sup> M. Yves HUGUET, Association Léo Lagrange pour la défense des consommateurs;

En qualité de suppléants :

Mme Elsa COHEN, Confédération Syndicale des Familles;

M. Patrice BOUILLON, représentant INDECOSA CGT.

**V – Au titre des représentants des organisations de solidarité internationale :**

1<sup>o</sup>) M. Jean-Jacques BOUTROU, Agronomes et vétérinaires sans frontières ; M. Pierril LACROIX, suppléant;

2<sup>o</sup>) M. Jean-Louis VIELAJUS, Coordination Sud; M. Renaud COLOMBIER, suppléant;

3<sup>o</sup>) M. Martial LESAY, Comité Catholique contre la Faim et pour le Développement;

M. Guy AURENCHE, suppléant;

4<sup>o</sup>) Mme Martine FRANCOIS, Groupe de recherches et d'échanges technologiques;

M. Damien LAGANDRE, suppléant.

**VI– Au titre des personnalités qualifiées :**

1<sup>o</sup>) M. Jean-Pierre BLANC, Directeur général de Malongo; Mme Isabelle VAGNERON, suppléante;

2<sup>o</sup>) M. Philippe DULBECCO, Centre d'Etudes et de Recherches sur le Développement International; Mme Catherine ARAUJO-BONJEAN, suppléante.

## Article 6 du décret du 15 mai 2007

Pour reconnaître les personnes physiques ou morales qui veillent au respect des conditions du commerce équitable, la commission se fonde sur les critères suivants :

- **Objectif :**

La personne physique ou morale a pour objectif, dans le respect des principes du développement durable, de permettre aux producteurs défavorisés des pays en développement d'améliorer leurs conditions de vie, et aux organisations de producteurs de renforcer leur capacité d'action et de négociation vis-à-vis des marchés et des pouvoirs publics.

- **Indépendance :**

La personne physique ou morale qui sollicite la reconnaissance veille au respect des conditions du commerce équitable, à l'exclusion de toute activité de production, de transformation ou de distribution de produits ou de services marchands relevant du commerce équitable. L'activité de la personne physique ou morale qui sollicite la reconnaissance comporte des actions d'information et de sensibilisation du public aux enjeux du commerce équitable.

- **Transparence :**

La personne physique ou morale qui sollicite la reconnaissance met à la disposition de toute personne qui en fait la demande l'ensemble des informations relatives à son mode de fonctionnement, concernant notamment les modalités de contrôle et de prise de décision suite aux contrôles du respect des conditions du commerce équitable.

- **Présence auprès des producteurs dans les pays en développement :**

La personne physique ou morale veille à l'existence d'un système de contrôle effectif du respect des conditions du commerce équitable, y compris dans les pays où sont situés les producteurs. Ce contrôle porte sur la structure de l'organisation des producteurs, sur son caractère démocratique, et sur la transparence de la gestion des revenus générés par le commerce équitable, en vue d'atteindre les objectifs de développement économique, social et environnemental.

- **Contrôles effectués auprès des importateurs :**

La personne physique ou morale veille au respect par les importateurs de conditions minimales relatives au prix d'achat, à la continuité des commandes et à leur préfinancement.

- **Accompagnement et sensibilisation :**

La personne physique ou morale veille à l'existence de prestations d'accompagnement des producteurs, visant à les renforcer dans leurs compétences techniques et économiques, dans leur organisation et dans leur capacité d'action et de négociation vis-à-vis des marchés et des pouvoirs publics, et de prestations de sensibilisation du public aux enjeux du commerce équitable.

# Les garanties du commerce équitable

- **Qu'est-ce qu'un système de garantie ?**

On appelle garantie un système qui a pour objectif d'assurer que des faits et des pratiques sont conformes à des valeurs et principes, quels que soient les moyens et les initiateurs d'une telle démarche. Ces principes sont également inscrits dans un cahier des charges ou un référentiel. La vérification de la conformité peut être réalisée par un organisme extérieur (certification externe) mais également être intégrée au sein même d'une organisation (audit interne). Les deux approches sont généralement cumulées car complémentaires.

- **Et à l'international ?**

Au niveau international, la garantie organisation est portée par WFTO (World Fair Trade Organization) qui regroupe des organisations de commerce équitable (OCE) sur l'ensemble des filières, de la production jusqu'à la distribution. Le respect du cahier des charges de WFTO donne droit à l'utilisation du logo FTO (Fair Trade Organization) qui sera apposé sur les outils de communication de la structure. En termes de mise en œuvre, la garantie WFTO se base sur trois modèles de vérification complémentaires : l'autoévaluation, l'évaluation par les autres membres de WFTO et la vérification externe réalisée par des auditeurs accrédités par WFTO.