

16_09_2017

Table-ronde : « Commerce équitable made in France, quels leviers pour les territoires ? »

organisée dans le cadre de la campagne Fair Trade Towns et animée par le mouvement FAIR[e] un monde équitable

Introduction

Le commerce équitable made in France s'appuie sur des outils et une expertise de près de 40 ans qui a été acquise au sud de la planète, mais aussi sur une demande de plus en plus croissante des consommateurs pour une agriculture qui soit saine et durable et une consommation qui leur convient. Aujourd'hui, le commerce équitable en France c'est 21% de croissance dans les filières agricoles internationales, mais si on ajoute, en 2016, le commerce équitable français, on atteint une augmentation de 43%. Le commerce équitable français c'est l'occasion de se donner accès à une alimentation de qualité, de terroir et c'est cela que nous allons essayer d'approfondir avec les intervenant-e-s de cette table-ronde.

Objectifs

- **Faire découvrir** le commerce équitable made in France et valoriser l'exemple français : spécificités et réussites, expert-e-s, acteur-ric-e-s et producteur-ric-e-s engagé-e-s, impacts, perspectives, ...
- **Donner des clés de compréhension** aux militant-e-s de pays étrangers, collectivités, mais aussi autres acteurs associatifs pour qu'ils-elles s'engagent à leur niveau et puissent mobiliser les différent-e-s acteur-ric-e-s de leur territoire (commerçant-e-s, producteur-ric-e-s, ...)

M. Dominique Gros, maire de Metz :

« Ici à longueur d'année, dans les quatre villes du **QuattroPole**, Sarrebruck, Trèves, Luxembourg et Metz, nous travaillons sur de très nombreux sujets ensemble. L'un de nos thèmes de travail est celui du commerce équitable. Depuis 2012, ces quatre villes sont des **Territoires de Commerce Équitable**. Aujourd'hui, nos quatre villes à l'unisson se mobilisent autour de la thématique d'un commerce juste, en organisant des **marchés équitables**, des **dîners équitables**, des **tables-rondes**, dont une qui se tient aujourd'hui à Luxembourg sur les marchés publics et les marchés du textile, une autre à Trèves sur les partenariats et la mise en réseau de villes et territoires et une autre ici à Metz sur le commerce équitable made in France. Cette belle collaboration de nos villes permet au QuattroPole d'être le **premier réseau de villes transfrontalier équitable**. Metz est ancré dans ce **mouvement international** et c'est un engagement que nous avons pris dans le cadre de notre **agenda 21**.

En novembre 2016, **la ville a renouvelé son label Territoires de Commerce Équitable** pour deux années, grâce à un jury national, présidé par Mme Bettina Laville, présidente du comité 21 et conseillère d'État. Metz a été récompensée, aux côtés de 16 autres collectivités,

pour ses pratiques exemplaires en la matière. Elle a notamment reçu un **prix du jury pour l'originalité de ses projets en matière de sensibilisation aux enjeux du commerce équitable**. Quelques exemples de ce que nous faisons ici : **achat de produits** issus du commerce équitable ; **achat de vêtements** de travail en coton équitable pour les agent-e-s de la ville et pour celles et ceux qui travaillent dans la restauration scolaire ; **formation** du personnel ; mise en place d'un **guide d'achats responsables** que tou-te-s les agent-e-s de la ville ont à leur disposition pour passer des commandes. Concrètement, **2 500 repas équitables sont servis lors de la Quinzaine du Commerce Équitable**. Cette année, **6 restaurateur-ric-e-s ont proposé une carte comprenant des produits issus du commerce équitable**. Enfin, nous favorisons la **consommation locale**, avec la mise en place de **marchés bio** et d'**animations gourmandes**. Par ailleurs, nous avons une **ferme coopérative de 4 hectares**, au milieu de la ville. Nous avons également **950 jardins familiaux**, une **vingtaine de jardins communautaires participatifs**. Nous sommes très actif-ve-s dans les domaines de **l'agriculture biologique** et de **l'agriculture urbaine**. Voici un aperçu du commerce équitable made in Metz.

Aujourd'hui, cette table-ronde va permettre de confronter nos expériences, de sensibiliser et d'expliquer à nos co-citoyen-ne-s que l'on peut manger, s'habiller et même se régaler en favorisant la préservation de notre environnement et en étant juste et équitable avec les partenaires de toute la Terre. »

1ère partie : État des lieux

Le commerce équitable made in France s'inscrit dans un contexte où le système agricole industriel s'essouffle et ne permet plus aux agriculteur-ric-e-s de vivre de leur production.

M. Dufumier, président de la Plate-Forme pour le Commerce Équitable :

Pouvez-vous nous présenter plus en détail la situation de l'agriculture en France ?

« Notre agriculture en France, voire jusqu'à l'Europe de l'Ouest, est singulièrement **en crise**. En France, cela se traduit par des **revenus totalement dérisoires**, un **taux de suicide important** chez les agriculteur-ric-e-s, un **lourd endettement** des agriculteur-ric-e-s qui ont répondu au cahier des charges de l'agro-industrie et de la grande distribution et qui n'ont aujourd'hui plus que les semences et les lignes animales issues de la recherche génétique, des **prix peu rémunérateurs** qui ne permettent pas aux agriculteur-ric-e-s de rembourser leurs emprunts et si en plus de tout cela un événement climatique se produit c'est la catastrophe. Le paysage vous le connaissez... et il faut aujourd'hui s'interroger sur les causes qui sont très largement connues : **les agriculteur-ric-e-s et paysan-e-s qui travaillent pour leur propre compte ne parviennent pas à négocier des prix justes face non seulement à l'agro-industrie mais plus encore à la grande distribution**. Aucune des filières issues de l'agriculture industrielle n'a d'avenir : nos blés à 90 quintaux ne peuvent pas être compétitifs avec des blés ukrainiens, notre betterave à sucre pour faire de l'éthanol ne peut pas être compétitive avec la canne à sucre brésilienne, la poudre de lait bretonne ne peut pas être compétitive pour être exportée vers la Chine avec le lait de Nouvelle-Zélande qui est plus proche de la Chine et qui ne connaît pas l'hiver, nos poulets de 40 jours élevés avec du soja ou maïs brésilien ne peuvent pas être compétitifs avec des poulets brésiliens... **Notre paysannerie a été trahie, elle a été engagée dans des filières qui, même d'un point de vue strictement monétaire, n'ont aucun avenir**. Aujourd'hui, on découvre brutalement que malgré les 9 milliards d'euros de subventions que verse la

Politique Agricole Commune (PAC) aux agriculteur-rice-s, ces filières n'ont aucun avenir. Nous sommes dans une **situation dramatique** et les agriculteur-rice-s en sont les premier-ère-s **victimes**.

Aujourd'hui, il devient nécessaire d'**opérer un virage à 90°** et de montrer que ce virage est possible. Il nous faut être honnête : nous avons toutes les raisons de **nous réjouir du fait que la loi sur l'Économie Sociale et Solidaire ouvre la possibilité d'élaborer des filières de commerce équitable en France**, à l'image de ce qui a été un succès dans les pays du Sud. Le commerce équitable Nord-Sud a démontré que le prix minimum garanti et la prime de développement permettaient de développer des filières, où les producteur-rice-s étaient correctement rémunéré-e-s en échange d'un bon produit, de qualité sanitaire, gustative et environnementale. Le fait que le commerce équitable s'ouvre aujourd'hui aux pays du Nord, à l'Europe de l'Ouest, est une **excellente nouvelle**. Il y a urgence aujourd'hui de montrer que d'ores et déjà des producteur-rice-s commencent à se regrouper en association / coopérative démocratique et commercialisent des produits de qualité **pour le bien-être et la santé de tou-te-s et notre environnement**. Ce n'est qu'un début, c'est tout récent, mais nous avons l'espoir de développer des filières qui soient à la fois bio, locales et équitables. **Bio, local, et équitable, c'est l'idéal.** »

*[Vidéo : [Plate-Forme pour le Commerce Équitable](#),
[Commerce équitable made in France – Du côté des producteur-rice-s](#)]*

Mme Maisonhaute, chargée de mission et de structuration des filières équitables à la Plate-Forme pour le Commerce Équitable :

**Comment en est-on arrivé à parler d'un commerce équitable made in France ?
Pouvez-vous nous expliquer comment petit à petit les filières de commerce équitable made in France se structurent ?**

« Les choses ont démarré dans les années 2010. Fortes du constat qu'évoquait Marc Dufumier avec les difficultés du monde agricole et du besoin d'accompagner une **transition vers des pratiques agro-écologiques**, des **initiatives** ont commencé à naître de la part d'acteurs économiques issus soit **d'entreprises** qui vendaient déjà des produits du commerce équitable Nord-Sud (**démarche Paysans d'Ici de la SCOOP Ethiquable**), soit **du monde bio** qui ressentaient la nécessité de travailler avec des prix justes sur la durée (**collectif d'entreprises Bio-Partenaires et réseau de distribution Biocoop**), soit de **partenariats historiques** avec Artisans du Monde pour des initiatives locales de circuits-courts liées à l'agriculture paysanne.

À l'époque, ces démarches ne s'appelaient pas commerce équitable, dans la mesure où **une loi de 2005 restreignait l'usage du terme commerce équitable à des partenariats internationaux**. Chaque démarche a donc dû trouver son vocable en conséquence. Quelques années plus tard, la Plate-Forme pour le Commerce Équitable (PFCE) a proposé de réfléchir à **comment appliquer les principes du commerce équitable Nord-Sud aux filières agricoles et alimentaires françaises**. Pour cela, la PFCE est allée à la rencontre des mouvements paysans et agricoles et des agriculteur-rice-s bio, qui se demandaient comment pérenniser leurs filières. Elle a élaboré une **charte qui décline les principes du commerce équitable et des filières** et prend en compte le contexte de l'agriculture française qui se trouve être particulier : **en France, la prime de développement est appelée fonds de développement**, par exemple. Cette charte a été le préalable d'un

travail plus législatif qui a abouti sur la **loi de l'Économie Sociale et Solidaire de 2014, qui a finalement permis d'utiliser le terme de commerce équitable pour les filières françaises**. Aujourd'hui en France, notre cadre légal nous permet de parler de commerce équitable, de développer des partenariats avec des producteur-riche-s du Sud ou français-es.

Les filières de commerce équitable en France doivent répondre à cette définition, qui se décline en **6 critères : engagement sur un prix rémunérateur pour les producteur-riche-s, contractualisation sur la durée, organisation des producteur-riche-s en coopératives, fonds de développement, transparence et modes de production et de consommation durables**. Depuis cette loi, les démarches déjà en place continuent de se développer et d'autres émergent. Les labels sont également en pleine évolution et s'interrogent sur leur capacité à répondre à cette définition de commerce équitable made in France. Aujourd'hui, il y a un répondant côté consommateur-riche-s : belle croissance des ventes surtout pour le commerce équitable français toutes origines confondues (+43%), **chiffre d'affaires du commerce équitable français de 275 millions d'euros, plus de 1 000 produits** (épicerie, produits frais, ...) sur le marché (magasins bio, grande surface), **4 500 producteur-riche-s concerné-e-s**.

Aujourd'hui, **2 labels privés** intègrent les produits équitables français dans leur démarche : **Bio-Partenaires**, issu de PME de fabricant-e-s de produits bio français, et **fair for life** développé par Écocert, entreprise de certification issue du monde du bio. Ces labels définissent des règles, expliquent comment les contrôler et proposent un logo qui permette aux consommateur-riche-s de se repérer. Un système de reconnaissance publique des labels privés est en cours d'élaboration. À côté de ces labels, se sont développées des **démarches d'entreprises** qui ont défini une charte qui s'applique à leurs propres filières : **Ensemble solidaires avec les producteurs** du réseau de distribution Biocoop, qui regroupe 17 organisations de producteur-riche-s, et **Paysans d'Ici** d'Ethiquable. Aujourd'hui, se développe également une myriade de démarches émergentes, de **circuits-courts**, qui cherchent à **rapprocher producteur-riche-s et consommateur-riche-s et à replacer l'équité au cœur de leur relation**.

Ces labels et démarches **encouragent les consommateur-riche-s à se réapproprier leur consommation** tout en permettant aux producteur-riche-s de vivre décemment et en favorisant une transition vers des modes de production plus respectueux de l'environnement. Avoir une définition légale du commerce équitable français signifie que **les autorités sont habilitées à vérifier** qu'un produit qui se dit du commerce équitable répond bien à cette définition. »

Questions du public

1) Ne craignez-vous pas que le commerce équitable Nord-Nord n'éclipse à terme le commerce équitable Nord-Sud ?

M. Dufumier : « Il faut reconnaître que l'intérêt que portent un grand nombre de citoyen-ne-s en Europe de l'Ouest, et en France en particulier, à l'égard des pays du Sud est assimilable à un sentiment de peur, notamment vis-à-vis des personnes migrantes. Néanmoins, il ne faut pas exagérer cette idée. Au contraire, éveiller un commerce équitable Nord-Nord, en partant des conditions de notre paysannerie, qui est aux abois, va permettre de **compléter la part d'équitable de certains produits** : le cacao d'une tablette de chocolat peut provenir d'une coopérative au Sud et le lait d'une coopérative au Nord. D'un certain côté, **le commerce équitable Nord-Nord va favoriser le**

développement du commerce équitable en général. Par ailleurs, le commerce équitable Nord-Nord permet de **montrer que le changement est possible pour toutes les paysanneries du monde.** Faire en sorte que le public qui achète commerce équitable entende parler du commerce équitable Nord-Nord permet de **faire émerger des interrogations quant à la constitution inéquitable du commerce mondial.** **Nos démarches Nord-Nord et les démarches Nord-Sud doivent** s'unifier pour mettre fin à ce que certain-e-s appellent libre-échange, qui est en réalité un échange inique. »

2) La forêt des labels ne nuit-elle pas au développement du commerce équitable en général ?

Mme Maisonhaute : « La question des labels ne s'applique pas qu'au commerce équitable. En France, nous avons des Labels Rouge, des Appellations d'Origine Contrôlée (AOC), ... donc il est vrai que pour les consommateur-rice-s il n'est pas toujours évident de s'y retrouver dans cette jungle des labels. Après, on pourrait avoir une autre vision et **opter pour un label unique, privé ou public** ; c'est peut-être ce vers quoi tendra le commerce équitable d'ici quelques années. Mais en ce qui me concerne, j'aime assez l'idée de **biodiversité des labels**, qui est aussi une **biodiversité des démarches et des façons d'aborder les choses.** C'est ce qu'on retrouve notamment dans le commerce équitable local : **les différentes démarches n'ont pas la même histoire**, certaines naissent à l'issue d'une expérience au Sud qui pourrait être exportée au Nord et d'autres viennent plutôt d'une agriculture qui essaie de se réinventer sur d'autres modèles que ceux dits industriels, qui favorisent une consommation de masse et aboutissent à des crises et difficultés. Aujourd'hui, nous faisons face à cette diversité de parcours qui peut aboutir à la création de différents labels. Alors même si cela n'est pas évident pour les consommateur-rice-s, je pense que nous avons **besoin de cette phase de co-construction.** »

2ème partie : Témoignages des producteur-rice-s

Le commerce équitable made in France c'est des filières en voie de structuration avec une définition légale, un engagement de l'acheteur sur la durée avec un partenariat formalisé, un prix juste qui lutte contre la volatilité des prix et un fonds de développement pour des projets collaboratifs. C'est également une vraie volonté de replacer l'agriculture dans le territoire et de redonner du pouvoir aux acteur-rice-s premier-ère-s que sont les producteur-rice-s. Au final, au Nord comme au Sud, les producteur-rice-s peuvent entrevoir l'idée d'un commerce équitable local qui leur permet de vivre décemment de leur travail.

M. Choux, directeur de Probiolor, coopérative lorraine, filière grande culture (graines) formalisée commerce équitable avec Biocoop :

Quel est le potentiel de transformation pour les producteur-rice-s membres de votre coopérative, lorsqu'un distributeur s'engage à acheter à un prix juste leurs matières premières et propose un partenariat de longue durée formalisé ?

« Une coopérative ça devrait être un **groupement de producteur-rice-s au pouvoir**, ce qui est de moins en moins le cas dans les grosses coopératives. À Probiolor, nous revendiquons comme postulat de départ que **les producteur-rice-s doivent être aux commandes de l'outil.** Même si les outils leur ont été confisqués, ou s'ils-elles n'ont pas

voulu prendre le pouvoir, les producteur-rice-s doivent se réapproprier les commandes. Les producteur-rice-s membres de Probiolor viennent essentiellement du conventionnel et se sont converti-e-s au **bio**. Nous nous inscrivons dans le **circuit long**, ce qui peut être problématique pour les consommateur-rice-s qui ne peuvent pas se référer à une vitrine, comme c'est le cas avec le circuit-court. Nous produisons des grains de blé, des lentilles, des pois, mais **nous ne rencontrons pas les consommateur-rice-s**. Donc, notre souci est de savoir **comment faire comprendre aux consommateur-rice-s** le choix que nous avons fait, c'est-à-dire **cette volonté de faire des produits respectueux de l'environnement qui puissent nous rémunérer décentement**.

Un jour, j'ai été invité complètement par hasard par Biocoop au niveau national et j'ai rencontré des personnes qui m'ont expliqué qu'elles allaient définir les prix des produits en magasin et que pour cette raison elles aimeraient **connaître mes coûts de production**. Cela m'a totalement déboussolé : **d'habitude je suis avec des personnes qui me parlent du marché**, chacun-e prend sa marge de la distribution et à la fin le-a producteur-rice prend ce qu'il lui reste... Je me suis alors dit que certaines personnes s'intéressaient vraiment à mes coûts de production et qu'il valait la peine de **construire ensemble**. C'est donc comme ça qu'est né le **partenariat avec Biocoop**, qui se trouve être **notre vitrine** à l'heure actuelle. **Biocoop va donc demander aux transformateurs de porter les valeurs et convictions de Probiolor**. Ces derniers soutiennent des valeurs de **fermes à taille humaine**, de **prix rémunérateurs**, ... Le mot **transparence** est fondamental : nous travaillons avec Biocoop sur trois ans avec une fourchette de prix raisonnables et réalistes, **en fonction des coûts de production de la ferme**. Cette fourchette est extrêmement rassurante pour nous, elle nous permet d'avoir une **vision à long terme**, sur plusieurs années. Cela est d'autant plus important dans un contexte qui peut vite devenir ingérable avec la volatilité des prix et le dérèglement climatique.

Nous avons également un **partenariat avec Biocoop pour les œufs** : notre coopérative, qui n'était pensée initialement que pour collecter des graines, a été identifiée par Biocoop comme son interlocuteur à l'Est pour le marché de l'œuf. Ainsi, Biocoop a émis le souhait de **trouver des débouchés locaux pour les producteur-rice-s qu'elle soutient**. Cette opportunité a été un **réel défi** pour nous : nous avons changé les statuts de notre coopérative, sommes devenus collecteurs d'œufs et travaillons en collaboration avec Biocoop pour **proposer des prix décents qui ne soient pas dans des schémas d'intégration**. Si nous n'avions pas rencontré Biocoop, objectivement dans le système, nos années seraient comptées, parce **qu'aujourd'hui nous sommes dans un schéma de grande confiscation du bio**, où les **grands groupes** rachètent les transformateurs les uns derrière les autres, entendent faire du **marketing**, du **business** et exercent une **réelle pression sur les producteur-rice-s** pour qu'ils-elles s'alignent sur leurs prix. »

Comment ce partenariat avec Biocoop vous permet-il d'entraîner d'autres personnes, ou du moins de transformer la façon de faire de l'agriculture en France et/ou de trouver de nouveaux marchés ?

« Nous n'avons pas pour ambition de changer le modèle agricole, nous partons du principe qu'**en faisant différemment nous sommes regardé-e-s**. De toute façon, le modèle agricole est mort aujourd'hui... il est **en quête de quelque chose de nouveau** et les personnes qui sont passées au bio ont bien compris qu'**il faut que les choses changent**. Le bio ce n'est pas seulement la question des pesticides, ça c'est la partie émergée de l'iceberg, **nous avons complètement oublié le côté social, le côté équitable**. Nous avons du retard à ce niveau-là ! Le bio a surfé sur le côté facile et a oublié le côté équitable. »

En France, il y a 50% des paysan-e-s qui vivent avec moins de 350€ par mois, ce qui fait largement réfléchir, et nous pouvons comprendre que les producteur-rice-s français-es puissent s'orienter vers des modèles de commercialisation différents.

M. Hottier, circuit-court, magasin de producteur-rice-s L'Ayotte :

Au vu du contexte agricole actuel en France, vous avez choisi de vous orienter vers un autre système de commercialisation, en circuit-court, comme de nombreux-euses producteur-rice-s français-es. C'est une solution trouvée pour aller au contact direct des consommateur-rice-s. Vous avez développé avec 50 autres producteur-rice-s un magasin, un lieu physique, où les consommateur-rice-s peuvent venir acheter leurs produits directement auprès des producteur-rice-s. Dans ce cadre, en quoi votre démarche se rapproche-t-elle du commerce équitable et en quoi permet-elle d'assurer une certaine équité pour les producteur-rice-s ?

« Au départ, je me suis demandé si j'avais ma place à cette table-ronde. Pour moi, le commerce équitable c'était le chocolat, le café et au final, depuis le début de cette table-ronde je me dis que j'y ai bien ma place ! Je suis paysan depuis 20 ans et à l'origine j'ai repris une ferme uniquement céréalière... mais rapidement je me suis dit que pour moi être paysan ce n'était pas ça. Pour moi, **un paysan vit de son terroir et de son territoire**. En 20 ans, **ma ferme a évolué à 200%** : nous sommes passé-e-s des céréales à un troupeau de moutons, des poules pondeuses plein air, de la volaille plein air, des pommes de terre, ... Au départ, la ferme faisait vivre 1 personne et **aujourd'hui elle en fait vivre 7** (moi-même, mon épouse et 5 salarié-e-s). Nous allons même peut-être bientôt produire du fromage de brebis et ainsi poursuivre la **diversification** de nos activités. En plus, **nous préservons l'environnement**, en entretenant 200 hectares de terrain protégés.

En tant que paysan, je voulais vivre de mon terroir et de mon territoire et je ne concevais pas de travailler en filière longue. **Pour moi, il fallait à tout prix travailler en filière courte**. Aujourd'hui, ce dont nous avons besoin, à la filière courte, c'est de temps. Or, les consommateur-rice-s n'en ont pas, donc pour nous producteur-rice-s, **le meilleur moyen de commercialiser nos produits c'était d'ouvrir un magasin**. À L'Ayotte, nous nous sommes réuni-e-s à 50 paysan-e-s sous le même toit et nous vendons les **produits de 50 fermes**. Par ailleurs, nous avons réussi à **embaucher 7 personnes**, dont 3 boucher-ère-s et 4 vendeur-euse-s. **Les paysan-e-s sont présent-e-s en permanence au magasin pour parler de leurs produits** aux client-e-s qui veulent connaître les conditions de fabrication et de production de leurs produits. **Les client-e-s sont prêt-e-s à payer un certain prix, mais ont besoin d'être rassuré-e-s**. Aujourd'hui, **il faut que nous, paysan-e-s, nous réappropriions la commercialisation**.

Le principe du magasin de producteur-rice-s c'est que **c'est le-a producteur-rice qui fixe son prix, de manière cohérente**, et ça on le respecte. Des frais de mise en marché sont retenus, pour payer le loyer du bâtiment et les salaires des employé-e-s. **Le magasin n'a aucune vocation à faire du bénéfice, tout doit revenir aux producteur-rice-s.** »

Comment voyez-vous l'agriculture de demain ? Quels en sont les principaux défis ? Comment faire prendre conscience aux consommateur-rice-s de l'impact de leur consommation sur les producteur-rice-s ?

M. Hottier : « Le moindre couac à l'autre bout du monde peut avoir des conséquences chez nous. Il n'y a donc **rien de tel que le local pour rassurer les consommateur-riche-s**, qui doivent faire l'effort de **ne plus aller systématiquement en grandes surfaces. Il faut remettre son panier, sa nourriture, au cœur de nos priorités. Il nous faut manger moins mais manger mieux, local et faire vivre l'emploi autour de nous.** »

M. Choux : « À mon niveau, les défis de l'agriculture j'en vois deux : premièrement, **les agriculteur-riche-s doivent être parties prenantes dans la fixation du prix**, c'est fondamental ! Deuxièmement, je m'interroge sur la pluralité des labels, effectivement c'est créatif, mais il ne faut pas être naïf-ve-s par rapport à ce qu'il se passe vraiment au niveau des transformateurs : nous sommes en train de **noyer les gens avec une multitude de labels**, il y a une constellation de labels et les consommateur-riche-s sont **complètement perdu-e-s**, ce qui fait qu'ils-elles n'arrivent plus vraiment à distinguer le bon du mauvais. C'est une vraie crainte que j'ai et j'attends une chose, c'est que nous ayons un **label unique de commerce équitable extrêmement contraignant sur la transparence**, les coûts de production et les marges, avec des **garanties** et une **juste répartition du prix** entre les différent-e-s acteur-riche-s. »

Mme Pérez, coopérative hondurienne COMSA (café, miel, sucre) :

Le témoignage des autres producteur-riche-s a permis de comprendre comment le commerce équitable en France transforme concrètement la vie des producteur-riche-s. Pouvez-vous nous expliquer pourquoi votre coopérative de commerce équitable Nord-Sud a décidé de se lancer dans du commerce équitable local ?

« Depuis 1990, mon organisation au Honduras, COMSA, a décidé de se lancer dans le commerce équitable, avec du café issu de l'agriculture biologique. Notre motivation, dans notre zone de production à la Marcala, c'était de **consommer des produits sains**. Nous avons vu qu'en faisant le choix de l'agriculture biologique, nous pouvions avoir du café bio, du maraîchage local, des arbres fruitiers et avoir une **meilleure alimentation pour nous et nos enfants**. »

Historiquement, le Honduras se destinait à produire, transformer et exporter du café pour le marché international conventionnel. Mais progressivement, nous nous sommes rendu compte que **le café de bonne qualité était réservé à l'exportation** et qu'il ne nous restait plus que le café de mauvaise qualité. Nous avons donc **développé notre propre café local et ouvert une boutique**, qui s'appelle 'Le Panier bio'. Nous avons **uni nos efforts avec d'autres producteur-riche-s** engagé-e-s dans le bio. Nous avons élargi notre gamme, nous faisons également des œufs, des pois, du maïs, des légumes. **Nous consommons sainement** dans notre ville de Marcala et avons le **désir de produire localement ce que nous mangeons.** »

Comment faites-vous le lien entre le commerce équitable Nord-Sud, pour lequel vous êtes certifié-e-s, et le commerce équitable local ? Sur quels critères vous appuyez-vous pour dire qu'il s'agit bien d'une démarche de commerce équitable ?

« Au niveau de la garantie de commerce équitable local que nous proposons, nous avons mis en place un **système interne de contrôle**, avec des **audits**, et allons **à la rencontre des producteur-riche-s** de la boutique, pour leur proposer une **assistance technique**. Les critères sont les **mêmes que ceux du commerce équitable Nord-Sud**. Pour nous, le commerce équitable est essentiel : la prime de développement nous a permis de **financer des projets**, notamment autour de la question de l'enfance. »

Nous avons une philosophie autour de 5 M : matières organiques, molécules vivantes, minéraux, micro-organismes et matière grise. La matière grise nous permet d'**inventer un nouveau système**, de **promouvoir l'humanité** qui se trouve en chacun-e de nous et de **penser aux générations futures**. Pour conclure, j'aimerais dire que nous sommes contre la consommation des produits de grandes marques et multinationales, comme Coca-Cola et Monsanto, parce que ce sont ces acteurs qui ont appauvri les pays du Sud. »

Questions du public :

1) Quid du fonds de développement au Nord ? Comment l'intégrez-vous dans le cahier des charges commerce équitable de vos produits ?

M. Choux : « Nous n'avons **pas de prime directe**, qui vienne en compensation d'un prix, dans la mesure où le prix est calculé pour être équitable. Par contre, avec Biocoop, nous avons des sommes qui sont allouées au développement des coopératives et calculées pour des **aides en interne, pour changer nos outils**, de triage notamment. »

2) La grande distribution est-elle un élément de promotion du commerce équitable made in France ? A-t-elle l'envie et le pouvoir de promouvoir ces filières-là ?

M. Choux : « Je n'y crois absolument pas. Pour moi, la grande distribution se rapproche du bio, parce qu'il y a du **business à faire**. Elle surfe là-dessus et revient vers les producteurs-rice-s en exerçant une **très forte pression** sur eux-elles... À mes yeux, **l'association des notions de grande surface et de commerce équitable est un véritable paradoxe**. »

M. Hottier : « Les grandes surfaces vont bien entendu s'approprier le marché du bio et les circuits-courts, parce qu'aujourd'hui leur marché est en baisse. Mais bien souvent, il ne s'agit que des **produits d'appel**, notamment lorsque vous voyez que **la photo d'un-e producteur-rice est plus grande que le rayon qui lui est dédié**. »

3) Quelles passerelles peut-on créer entre les démarches de commerce équitable au Sud et au Nord ? Y a-t-il des coopérations possibles entre ces démarches (ex : jumelages) ?

Mme Pérez : « Ce serait une très bonne idée de **créer des synergies directes** entre des producteurs-rice-s des pays du Nord, comme en France, et des pays du Sud. Cela permettrait d'**échanger les bonnes pratiques**, notamment sur l'agriculture biologique. »

3ème partie : Place des consommateur-riche-s et des collectivités dans le commerce équitable local

En France, le commerce équitable local est vécu comme une tendance en pleine expansion et redonne aux agriculteur-riche-s une visibilité sur leur avenir et favorise une perspective d'agroécologie. Il propose également de nouvelles relations entre les producteur-riche-s, les acheteurs, les transformateurs, les distributeurs, les commerçant-e-s, les collectivités et les consommateur-riche-s. Ces dernier-ère-s sont des acteur-riche-s clés du commerce équitable. Aujourd'hui, ils-sont invité-e-s, via de nombreuses campagnes et aux actions d'éducation et de sensibilisation, à modifier leur comportement d'achat et de consommation et à réfléchir à l'impact de leur consommation sur les producteur-riche-s. Ils-elles répondent assez favorablement : en France, il y a 3 ans, le panier moyen d'achat équitable était d'environ 6€ par an par consommateur-riche et en 2016, ce panier s'élève à 14€. Par ailleurs, 68% des consommateur-riche-s français-es se disent prêt-e-s à payer plus cher à conditions que les produits qu'ils-elles achètent aient été produits dans de bonnes conditions. Comment faire percevoir aux consommateur-riche-s les subtilités du commerce équitable, au travers des différents labels et démarches, et les faire devenir des consomm'acteur-riche-s ?

M. Godreuil, directeur de la Fédération Artisans du Monde :

Comment utilisez-vous le levier de l'éducation pour entraîner les consommateur-riche-s et les encourager à modifier leurs comportements d'achat et de consommation ?

« Je vais surtout parler du-de la citoyen-ne, parce que **derrière chaque consommateur-riche se cache avant tout un-e citoyenne**. Il est important de se rappeler que le commerce équitable a pour objectif de construire des filières alternatives, qui permettent aux producteur-riche-s, au Sud comme au Nord, de vivre de leur travail. Mais il y a également une **volonté de changer les pratiques et règles du commerce international**. Cela est possible grâce à un **travail de sensibilisation, d'information, d'éducation** des citoyen-ne-s pour qu'ils-elles arrivent à mieux comprendre comment **agir chacun-e à leur niveau**, mais également grâce à un **travail de plaidoyer, pour faire pression sur les décideurs politiques et économiques, avec le soutien des consommateur-riche-s**. Habituellement, lorsqu'on parle de changement d'échelle du commerce équitable, nous avons toujours en tête l'augmentation des volumes et donc le nombre de lieux de distribution, le chiffre d'affaires, le référence de produits, ... **mais le changement d'échelle passe aussi par des évolutions bien plus larges des modes de production et des pratiques des consommateur-riche-s**.

Le premier niveau est celui de l'information de la sensibilisation, c'est-à-dire l'organisation d'événements et d'animations en vue de créer un dialogue, un échange, avec les consommateur-riche-s et citoyen-ne-s. Cela se traduit notamment par de grands temps forts, comme la Quinzaine du Commerce Équitable, ou la Fête des Possibles (ancienne Journée de la Transition), mais aussi d'animations en magasins. Artisans du Monde organise également des **actions d'éducation** et chaque année, **nous intervenons en milieu scolaire**, de l'école primaire aux universités.

Le deuxième levier est celui du **plaidoyer** : l'un des enjeux du commerce équitable c'est de contribuer à **promouvoir une agriculture plus responsable** et de **faire changer les pratiques des acteurs économiques et politiques**. Le commerce équitable est aussi un

outil de régulation publique du commerce international, qui permet de défendre les droits de l'Homme et de protéger l'environnement.

Enfin, depuis plus de 10 ans, Artisans du Monde développe des **partenariats avec des producteur-rice-s et paysan-e-s locaux-ales**. Le commerce équitable Nord-Sud et le commerce équitable Nord-Nord ne s'opposent pas, ce sont des **démarches très complémentaires**. Ces démarches combinées permettent de **promouvoir une juste rémunération, une traçabilité, une relation durable avec les producteur-rice-s**. Pour l'instant, nos magasins ont plutôt distribué des produits locaux et solidaires, qui existent en filière équitable au Sud, et aujourd'hui il nous reste à voir si un jour nous aurons des produits de la marque Artisans du Monde issus de filières françaises. »

M. Cabrera, président de FAIR[e] un monde équitable :

Vous avez lancé une campagne de mobilisation des citoyen-ne-s, afin de transformer l'offre de commerce équitable au plus près de chez eux-elles. Susciter l'envie et la demande de produits équitables est-ce bien le but des FAIRzones ?

« Oui, c'est un des buts de cette campagne mais ce n'est pas le seul. Nous pouvons chercher à informer un maximum les consommateur-rice-s, à leur donner le plus de détails, d'assurances et de garanties possible. Mais pour moi, le combat n'est pas là. Le combat est aujourd'hui de **faire partager à tou-te-s la question du choix**. « Quelle agriculture et quelle alimentation je veux ? Comment je fais pour affirmer mes choix ? ». C'est dans ce cadre qu'intervient la FAIRzone : cet événement est là pour dire « J'ai réfléchi à la façon dont je souhaite acheter et je suis prêt-e à **partager mon choix avec d'autres personnes** ». Il faut être honnête : **s'il n'y a que les militant-e-s et bénévoles qui parlent du commerce équitable, le combat est perdu**.

Il faut aujourd'hui que nous parvenions à **donner le pouvoir de choisir aux consommateur-rice-s** et de diffuser ce message. Nous avons besoin de l'affirmation de ce choix pour qu'une idée de l'agriculture, de l'alimentation, puisse se développer. Le pari des FAIRzones c'est ça, c'est d'arriver à **faire dire à des consommateur-rice-s « Oui, je consomme équitable, j'en suis fier-ère et je veux le faire savoir, le partager »**. Le pari d'une FAIRzone c'est donc de faire de la consommation un **moment de fête** et non plus un moment technique, où on va parler du nombre de critères, de garanties. Nous allons plutôt parler du **plaisir** qu'on a à changer le monde et à **faire en sorte que les choses évoluent à grande échelle**. J'ai aussi l'espoir que dans ces FAIRzones, qui sont des **lieux d'échanges informels**, nous puissions également **affirmer des choix pour les collectivités**, à l'échelle des territoires, en répondant à la question « À quoi voulons-nous utiliser notre argent ? ». Cette question du débat, du choix, il faut que nous arrivions à la poser de façon plus large. Pour cela, **nous avons besoin des consommateur-rice-s éclairé-e-s, pas tout à fait comme les autres, pour qu'ils-elles appellent à la vigilance et soient les gardien-ne-s de l'agriculture de demain**.

Cette frontière entre le Nord et le Sud est en train de tomber à la même vitesse que les consommateur-rice-s ont compris que les difficultés de vie étaient partagées par les pays du Sud et du Nord. L'affirmation du commerce équitable est aussi une **affirmation politique** : c'est ce qu'on veut porter dans les FAIRzones, c'est un débat, un échange informel, autour d'un café, d'un carré de chocolat, d'un verre de lait, qui a un **goût de dignité, de droits de l'Homme**. »

M. Darbois, élu en charge de la transition énergétique et solidaire de la Ville de Metz :

Les collectivités, au Nord comme au Sud, sont un réel soutien pour une alimentation durable et responsable, non seulement via leurs décisions sur leurs prérogatives et leur capacité à inciter les acteur-rice-s d'un territoire à s'engager. Comment la Ville de Metz intègre-t-elle le commerce équitable dans sa politique de transition alimentaire ?

« Quand je vous entends, je regarde ce que j'ai sur le dos : ma veste, mon pantalon, mes chaussures... et me demande d'où mes vêtements viennent. Des fois je me rassure, mais rassurez-vous aussi, **je ne suis pas parfait, j'essaie.**

Ma mission à la Ville de Metz est celle de la **transition énergétique et solidaire**, j'ai en charge l'énergie et l'eau, l'atténuation du et l'adaptation au changement climatique. Les mots ont un sens : « atténuation », « adaptation », parce qu'on y est. Les collectivités ont de nombreux outils à leur disposition et à Metz, nous tenons tout particulièrement à l'**Agenda 21**, parce que dans cet agenda il y a de la **transversalité** et cela n'est pas innocent, chaque délégation dans sa responsabilité doit prendre sa part. Nous avons entendu lors de cette table-ronde, commerce équitable, commerce équitable local, commerce équitable made in France... tout cela me semble être une **culture de l'équitable**, qui est peut-être en marche.

Actuellement, le monde agricole est en crise, à cause du changement climatique et de certaines **pratiques qui doivent être renouvelées**. Alors, j'ai saisi cette opportunité pour aller rencontrer les producteur-rice-s et leur proposer de **travailler ensemble**. Cette volonté traduit l'idée d'une certaine **solidarité entre les mondes rural et urbain**. Ce travail commun permet notamment de **créer des échanges**, de **conforter nos commerces de proximité** et de **changer nos pratiques agricoles**. Ce sont les **interactions entre les différents acteurs** (monde agricole, monde industriel, collectivités, associations, consommateur-rice-s) qui permettent de **faire avancer les choses**. »

Mme Ribeiro, Conseil départemental de Meurthe-et-Moselle :

Pouvez-vous nous présenter les actions entreprises par le Conseil départemental de Meurthe-et-Moselle pour mobiliser les différents acteur-rice-s du territoire ?

« Depuis plusieurs années, le département de Meurthe-et-Moselle se soucie de pratiquer des échanges équitables et de **les faire rayonner**. En 2011, le département a été le **premier de France à être labellisé Territoires de Commerce Équitable**. Ce label a été renouvelé, régulièrement, ce qui prouve la **constance de l'engagement du département** dans le développement des échanges équitables. Le département a créé un **Conseil départemental du commerce équitable**, qui a progressivement évolué en **comité de pilotage multi-acteurs** et permet à chacun-e d'**échanger**, de **proposer des initiatives** à développer sur notre territoire et avec nos partenaires.

Depuis le 1^{er} janvier 2016, nous avons notamment réorienté notre charte agricole départementale vers un **partenariat avec 10 organismes du monde agricole**, à savoir dans les domaines de la **protection de l'environnement**, de la **solidarité** et de l'**insertion**. Le département maintient également un **laboratoire public d'analyses**

vétérinaires et alimentaires ; ce sont au total 19 salarié-e-s qui travaillent au quotidien avec les agriculteur-riche-s et qui garantissent une **veille sanitaire de qualité** au profit des animaux d'élevage et des populations. Nous développons également une **politique de développement de l'approvisionnement local dans les cuisines des collèges** et notre objectif est d'atteindre d'ici à 2020 20% de produits locaux. Pour finir sur cette thématique, le département pilote **deux projets dédiés aux circuits de proximité** : le **projet alimentaire du Sud 54** et un **projet transfrontalier** entre les territoires de Longwy, Briey et ceux limitrophes en Belgique et au Luxembourg.

Au Conseil départemental, nous réalisons des **achats équitables** et **mobilisons nos agent-e-s. 100% de la consommation de cafés** proposés dans tous les distributeurs est issue du commerce équitable, y compris lors des réceptions protocolaires. Lorsque nous avons des actions avec des collégien-ne-s, notamment sportives, nous privilégions des **commandes de tee-shirts en coton équitable**. Nous avons également quelques **produits pour les restaurants administratifs**, destinés aux agent-e-s, un **groupement d'achats équitables** adossé à l'AMAP des salarié-e-s du Conseil départemental et en partenariat avec Artisans du Monde Nancy. Pour la sensibilisation, en 2017 nous avons réalisé une **campagne d'affichage** dans tous les sites du Conseil départemental. Dans le courant de l'automne, nous organisons un **marché solidaire**, qui cette année sera **baptisé le marché des solidarités**. Nous avons élaboré le **gâteau EquiChoc**, dans le cadre d'une démarche Territoires de Commerce Équitable, avec la Fédération des boulangers et pâtisseries de Meurthe-et-Moselle, qui est depuis plusieurs années disponible chez de nombreux-euses pâtissier-ère-s. Mobiliser les acteur-riche-s locaux-ales, les commerçant-e-s notamment, reste **délicat** pour un département, dans la mesure où il est **difficile d'avoir un contact régulier avec ces dernier-ère-s, puisque cela suppose de fédérer les volontés**. Nous mobilisons les acteurs scolaires, avec le **label Collège écoresponsable**, décerné aux établissements qui développent des pratiques vertueuses et intervenons auprès des collégien-ne-s pour des actions de sensibilisation. Un travail est en cours pour intégrer à ce label un **module Commerce équitable**. Voilà un tableau des différentes actions du Conseil départemental dans le domaine du commerce équitable, qui témoigne de la **volonté des élu-e-s et des agent-e-s du département de s'engager dans la durée pour que l'économie soit profitable à tou-te-s et garantir un avenir désirable à chacun-e**. »

4^e partie : Remise du premier label français Établissement Équitable

La campagne Territoires de Commerce Équitable a la particularité d'être co-portée par la Plate-Forme pour le Commerce Équitable, FAIR[e] un monde équitable, Artisans du Monde et Max Havelaar France. L'ensemble de ces acteurs, mais également Ingénieurs sans Frontières et Fairness, ont lancé la **labellisation d'établissements d'enseignement** (des écoles primaires aux universités) **exemplaires par leurs comportements et leur soutien au commerce équitable**.

Pour la première fois, aujourd'hui nous allons **remettre ce label**, décerné par un jury indépendant, **à l'ENSAIA** (École Nationale Supérieure d'Agriculture et d'Industrie Agroalimentaire), rattachée à l'Université de Lorraine. Cette école a notamment mené des **actions de sensibilisation**, pendant la Quinzaine du Commerce Équitable, à travers des **expo-dégustations**, créé un **flyer numérique avec une carte interactive** qui recense tous les lieux à Nancy où l'on peut consommer ou acheter équitable, instauré un **système de paniers équitables**, sur le même principe que celui des paniers d'AMAP, en partenariat avec Artisans du Monde, livrés directement aux étudiant-e-s.