

Autrefois réservé aux échanges commerciaux Sud-Nord, le commerce équitable est devenu une réalité au sein de nos frontières. Un segment émergent porté par les circuits spécialisés bio.

Le « made in France », nouveau visage du commerce équitable

UN CADRE RÉGLEMENTAIRE FRANÇAIS RÉCENT

Selon la loi relative à l'économie sociale et solidaire du 31 juillet 2014, les entreprises mettant sur le marché de produits issus du commerce équitable Sud-Nord mais aussi Nord-Nord doivent

pouvoir apporter la preuve du respect des principes suivants :

■ **Un contrat** sur trois ans a minima.

■ **Le paiement par l'acheteur** d'un prix rémunérateur pour les travailleurs, établi

sur la base des coûts de production et d'une négociation équilibrée entre les parties au contrat.

■ **Un montant** supplémentaire obligatoire destiné aux projets collectifs.

Les crises des céréales ou du lait ont remis au cœur du débat la nécessité d'un commerce équitable. La réalité des producteurs ou des éleveurs s'invite dans les journaux, entre manifestations et faillites. « Nous avons tous un cousin qui n'arrive plus à vivre de ses cultures », lance Stéphane Comar, cofondateur de la société Éthiquable. Les consommateurs se demandent ce qu'ils mangeront dans vingt ans. Au Nord, on a vu disparaître des variétés anciennes au profit d'une agro-industrie intensive et vorace. Le commerce équitable Nord-Nord est un élément de la solution. Il y a un engouement pour les circuits courts, l'achat à la ferme, le commerce équitable évolue et s'adapte à la société. Certains, comme Alter Eco, sont arrivés trop tôt. « Une démarche Nord-Nord avait été initiée en 2009 et arrêtée en 2011. » Les performances ne seront pas au rendez-vous et la société sera rachetée en 2013.

En juillet 2014, la loi Hamon sur l'économie sociale et solidaire (ESS) a garanti les fondements du

commerce équitable et a permis de rendre visible ce qui existait en élargissant le périmètre défini par la loi de 2005. Désormais, les acteurs économiques sont autorisés à utiliser la mention « équitable » sur des produits français à condition que les principes fondateurs de la démarche soient respectés (lire ci-contre).

Garantir volume, qualité et traçabilité

Dans la filière blé, la démarche agri-éthique est née en juin 2013 pour trouver une parade à la volatilité des matières premières, à travers un pacte qui permet de garantir le revenu des agriculteurs grâce à un prix fixe sur une durée de trois ans. « Cela assure à l'agriculteur une meilleure visibilité, la confiance pour investir, et permet ainsi de préserver l'emploi local et d'assurer la pérennité de la filière française », indique Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-Ethique. Pour les autres acteurs de la filière (stockeurs, meuniers, boulangers), c'est l'assurance d'avoir un volume de blé garanti, un contrôle sur la qualité et la traçabilité

« Le modèle Sud-Nord est inspirant pour les agriculteurs du Nord. L'émergence d'un modèle Nord-Nord amène les consommateurs à se poser des questions. Ils redécouvrent qu'il y a un producteur derrière le produit et s'interrogent sur les moyens de subsistance des agriculteurs où qu'ils soient dans le monde. »

Virginie Perrin, directrice des partenariats et de la communication chez Max Havelaar





UN SECTEUR ÉMERGENT EN CROISSANCE

+ 25 %

L'évolution du commerce équitable « made in France », à **134 M€** en 2016

40 millions

de produits vendus en 2016

1 150 références

disponibles dont **1 050** en alimentaire et **100** en cosmétique

Plus de 4 500

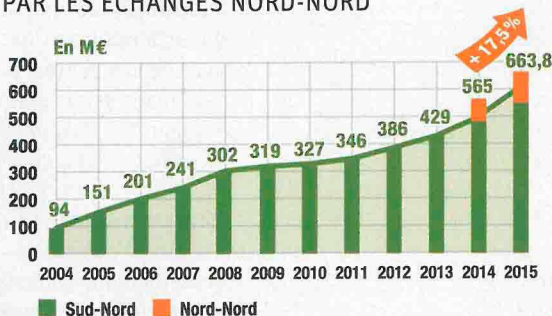
producteurs impliqués

SOURCE : PFCE

L'ÉQUITABLE DYNAMISÉ PAR LES ÉCHANGES NORD-NORD

Évolution des ventes de produits issus du commerce équitable entre 2004 et 2015
Source : PFCE

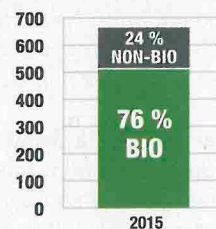
Les ventes issues du commerce équitable ont enregistré une croissance de 72 % entre 2012 et 2015. Entre 2014 et 2015, les ventes ont progressé de 17,5 % tirées par le Nord-Nord, qui a bondi de 60 %.



LE BIO MOTEUR

Part du bio et du non-bio dans le commerce équitable (Sud-Nord et Nord-Nord)
Source : PFCE

Le bio a pris le pas dans le chiffre d'affaires des produits issus du commerce équitable puisqu'il pèse plus des deux tiers des ventes.



des produits. 100 % des volumes à marque La Boulangère dans le conventionnel sont passés sous agri-éthique. Chez Crêperie Jarnoux, 35 % du blé noir utilisé en conventionnel sont achetés sous la démarche: « *Le blé noir est une culture très technique, en déclin en France, souligne Béatrice Jarnoux, la directrice générale. L'engagement sur le long terme via agri-éthique nous permet de sécuriser le sourcing sans aller chercher le blé à l'étranger.* »

Bio-équitable, un tandem qui plaît

La convergence entre le bio et l'équitable a également redonné du tonus à la catégorie alors même que la grande distribution s'en était éloignée à la fin des années 2000. La croissance à deux

chiffres du marché de l'équitable enregistrée depuis 2013 est portée par les circuits spécialisés bio, la GMS n'étant contributrice qu'à hauteur de 4 % par an. Le tandem bio-équitable trouve un écho favorable auprès des consommateurs. « *La croissance du bio conjuguée celle de l'équitable est plus forte que celle du bio* », précise Julie Stoll. Avec des initiatives qui se développent; à l'instar de celle d'Éthiquable, qui a créé en 2011 sa marque Paysans d'ici. « *Nous avons travaillé pendant un an avec des organisations comme la Fnab (Fédération nationale des agriculteurs bio) ou le groupe Impact à définir une charte de 27 critères dont Benoit Hamon s'est inspiré pour créer sa loi* », explique Rémi Roux, l'un des trois cofon-

Trois exemples de démarche équitable Nord-Nord



Agri-éthique garantit le prix du blé

Née en juin 2013 pour trouver une parade à la volatilité des matières premières, la démarche agri-éthique s'est d'abord portée sur le blé tendre, un marché hautement spéculatif, à travers un pacte qui permet de garantir le revenu des agriculteurs grâce à un prix fixe sur une durée de trois ans. Elle rassemble 11 coopératives, soit 700 agriculteurs, 15 moulins, 600 boulangeries et 5 industriels, pour une production annuelle de blé commercialisée de manière équitable de 40 000 tonnes en 2015.



PHOTOS DR

dateurs. Destinée à la GMS, Paysans d'ici concerne 26 produits (confiture, légumes secs, farine, céréales...). « Nous travaillons beaucoup par réseaux, avec des groupements de producteurs, reprend Rémi Roux. Ainsi, nous avons identifié en Ardèche un groupe qui va nous faire des herbes aromatiques. Nous collaborons aussi avec une coopérative de cueilleurs de plantes à Clermont Ferrand qui seront mis en infusette par la Scop-Ti. »

Participer à la stabilité des prix

Coté distribution, Biocoop est sans conteste le plus actif et l'un des pionniers avec sa gamme Ensemble. « En 2006, Biocoop a changé ses statuts et s'est ouvert à des groupements de producteurs. Ils sont devenus sociétaires et ont instauré leurs règles – celles du commerce équitable – avec un engagement sur la durée et un prix au producteur fondé sur le prix de revient », raconte Serge Le Heurte, animateur section agricole chez Biocoop. Une prime de codéveloppement a été mise en place en 2015. Aujourd'hui, les 600 produits équitables regroupés sous la marque Ensemble pèsent 14 % de l'activité de Biocoop, qui réunit 12 groupements de producteurs. « Notre enjeu est d'augmenter la part des produits issus du commerce équitable pour jouer un rôle sur la stabilité des prix et le modèle agricole, indique Serge Le Heurte. En 2017, nous allons progresser dans les produits d'épicerie. » Les consommateurs ne sont pas en reste et prennent leur destin en main, à l'instar

de C'est qui le patron ! Une initiative qui ne fait pas l'unanimité : « Ce n'est pas au consommateur de gérer, estime Serge Le Heurte. Il faut de la pérennité pour que cela fonctionne. »

Et de la lisibilité. Charles Kloboukoff, PDG fondateur de Léa Nature, a ainsi fait le choix de ne pas labelliser, pour le moment, ses produits bio en équitable. « Quand ce sera plus lisible et compréhensible, nous reverrons le sujet », lâche-t-il.

Une notoriété longue à construire

La jungle des labels – équitables, durables, bio – reste un frein et entretient une forme de confusion. « Les consommateurs redécouvrent qu'il y a un producteur derrière le produit, souligne Virginie Perrin, directrice des partenariats et de la communication chez Max Havelaar. Il ne faut pas rater ce mouvement de fond. D'où l'importance d'une bonne information et de l'accompagnement de ces engagements. Le besoin de transmission est clé dans l'alimentaire. »

Pour Biopartenaire – un label bio et équitable créé

« Le commerce équitable Nord-Nord correspond à un moment où l'on est sorti de l'idéologie avec des éléments tangibles sur l'efficacité de la démarche pour les producteurs. »

Julie Stoll, déléguée générale de la Plate-forme pour le commerce équitable



Biocoop solidaire du consommateur au producteur

Le réseau Biocoop (431 boutiques) commercialise depuis 2000 une gamme de produits sous sa marque « Ensemble solidaires avec les producteurs ». Cette gamme concerne 15 groupements de producteurs 100 % bio représentant 2 300 fermes et 600 produits alimentaires. Le cahier des charges « Ensemble » est contrôlé par un organisme certificateur depuis 2016.



Paysans d'ici soutient les produits du terroir

La Scop Éthiquable a développé depuis 2011 une gamme de 26 produits bio et équitables des terroirs français avec 12 organisations de producteurs en France à travers son cahier des charges interne « Paysans d'ici ». Elle comprend 24 critères articulés autour de l'agriculture paysanne et du commerce équitable et permet de soutenir les petits producteurs et leurs initiatives en France en payant le prix juste, en s'engageant sur la durée (trois ans), en favorisant les produits de terroir et les variétés anciennes.

en 2002 par des entreprises du bio pour garantir des partenariats équitables nord-sud et nord-nord depuis 2007 –, le chemin reste long à parcourir en termes de notoriété. « Notre feuille de route pour 2017 est de montrer que nous existons, explique Patricia de La Fouchardière, responsable marketing communication label Biopartenaire. Nous avons une trentaine d'entreprises bio labellisées, et plus de 50 filières, dont la moitié est française. » Pour se faire connaître, le label travaille avec les magasins bio et un site permettant de relier un produit à sa filière. Au-delà de la notoriété, c'est surtout la caution qui intéresse les adhérents. « Le label Biopartenaire a formalisé notre discours vis-à-vis de nos clients distributeurs et de nos consommateurs à travers l'apposition du logo sur nos emballages depuis 2011 », explique Frédéric Terrisson, directeur réseau spécialisé France Nutrition & Nature, l'un de ses adhérents.

Autre frein, la guerre des prix. « Elle est catastrophique pour les producteurs, l'environnement et la société », déplore Julie Stoll. Pour la PFCE, l'objectif en 2017 sera d'accompagner la mise en place de garanties solides et visibles sur le commerce équitable en France et d'animer la réflexion collective. « Il faudrait aussi réfléchir à une TVA différenciée pour accompagner le développement de la consommation responsable », reprend Julie Stoll. Des enjeux qui seront au cœur des débats de la prochaine quinzaine du commerce équitable en avril 2017. ■■

SYLVIE LAVABRE