

Enabel 

Le commerce équitable local
belge et européen



Rédaction : Samuel Poos, coordinateur du Trade for Development Centre d'Enabel, avec des contributions ponctuelles de Peter Cristiaensens (présentation du commerce équitable en Allemagne, en Autriche et en Suisse), Griet Rebry (Voedselteams) et Charline Cauchie (Biogarantie Belgium).

Cette étude n'engage que la responsabilité de leurs auteurs. Elle ne représente ni l'opinion d'Enabel, ni celle de la Coopération belge au Développement.

Deuxième édition : Mars 2023.

Photos de couverture : © Vervicoop

Table des matières

Introduction : irruption des producteurs de lait dans le débat sur le commerce équitable.....	5
I. Le commerce équitable local en Belgique.....	6
Les Initiatives locales d'acteurs spécialisés en commerce équitable Sud-Nord.....	6
<i>Paysans du Nord et Open Food Network chez Oxfam-Magasins du monde.....</i>	6
<i>Miel Maya Honing.....</i>	8
<i>Oxfam Fair Trade.....</i>	9
<i>Ethiquable.....</i>	10
Les acteurs spécifiques du commerce équitable local en Belgique.....	12
L'approche Nord-Nord de BFTF (Belgian Fair Trade Federation).....	12
Des initiatives de producteurs agricoles – de fédérations de producteurs.....	13
<i>Fairebel.....</i>	13
<i>Le Lait de la Baraque.....</i>	15
<i>Prix juste Producteur, un label spécifique aux agriculteurs belges.....</i>	16
Quelques initiatives issues de coopératives de producteurs - consommateurs dans le cadre de circuits courts.....	17
<i>5C, Le Collectif des Coopératives Citoyennes pour le Circuit Court.....</i>	17
<i>CoopESEM.....</i>	19
<i>Li Terroir.....</i>	19
<i>Agricovert.....</i>	19
<i>En Flandre, les Voedselteams.....</i>	20
<i>Kort'om Leuven.....</i>	21
Des transformateurs – L'exemple de brasseries.....	21
<i>La Brasserie de la Lesse.....</i>	21
<i>La Brasserie Coopérative Liégeoise.....</i>	22
Les supermarchés coopératifs et collaboratifs.....	22
Autres.....	23
<i>Altérez-vous.....</i>	23
Le principal label bio belge se met au local.....	24
<i>Label Biogarantie Belgium : allier agriculture biologique, production locale et prix juste.....</i>	24
En Belgique, les ventes de produits équitables locaux gagnent en importance.....	26
II. Du côté des labels internationaux de commerce équitable.....	27
<i>Fair for Life.....</i>	27
<i>Le système de garantie de WFTO.....</i>	27

	<i>Fairtrade</i>	28
III.	Quelques initiatives de commerce équitable local en Europe	29
	France.....	29
	<i>Les précurseurs</i>	29
	<i>La loi sur le commerce équitable</i>	29
	<i>La Charte nationale du commerce équitable origine France</i>	30
	<i>Les ventes explosent</i>	31
	<i>Quelques labels</i>	32
	Italie	35
	<i>Solidale Italiano</i>	35
	<i>Fairtrade Italia</i>	36
	Allemagne	37
	<i>Naturland Fair</i>	37
	<i>FairBio</i>	38
	Autriche et Suisse.....	38
	Grèce.....	38
IV.	Typologie des acteurs	39
V.	Analyse transversale	40
	Définition et critères du commerce équitable	40
	Quelles caractéristiques pour un commerce équitable local belge et européen ?	41
	<i>Des prix et des rémunérations équitables</i>	42
	<i>Des producteurs organisés</i>	42
	<i>Des conditions de travail décentes</i>	42
	<i>Agriculture familiale et producteurs marginalisés</i>	43
	<i>Ancrage local – circuits courts ?</i>	44
	<i>Agriculture biologique, agroécologie, respect de l’environnement... ou pas</i>	44
	<i>Engagement dans la durée et indépendance des producteurs</i>	45
	Traçabilité et transparence	45
	<i>Dynamiques citoyennes au-delà de l’activité commerciale ou de la promotion des marques</i>	46
	<i>Sensibilisation au commerce équitable</i>	46
	Tableau synoptique des critères utilisés pour le commerce équitable local	47
VI.	Quelques points d’attention	48
VII.	Conclusion	50
	NOTES	51

INTRODUCTION : IRRUPTION DES PRODUCTEURS DE LAIT DANS LE DEBAT SUR LE COMMERCE EQUITABLE

Flash-back : 2009, la crise du lait bat son plein en Europe. Des images chocs frappent les esprits. En Belgique, des millions de litres de lait sont déversés sur les prairies par des agriculteurs au bord de la faillite.

La raison ? Des prix proposés aux fermiers en dessous des coûts de production. Rien n'a changé aujourd'hui. Les agriculteurs de nos régions réclament donc eux aussi un prix et un commerce équitable. Et les consommateurs belges y sont favorables. Selon le baromètre 2022¹ du commerce équitable publié par le Trade for Development Centre, 68% des personnes vivant en Belgique considèrent que le commerce équitable devrait également concerner des produits d'agriculteurs belges ou européens.

Voilà donc qu'un type de commerce, bien connu maintenant du public belge, mais cantonné à des échanges commerciaux solidaires Sud-Nord, s'invite chez nous dans le débat sur nos politiques agricoles.

La démarche équitable s'applique dorénavant à différents producteurs belges et européens, pour obtenir un modèle agricole durable, favorisant le tissu social ; des producteurs considérant leur ferme comme un écosystème vivant et qui proposent des produits de qualité

supérieure, sains et nutritifs, respectant les matières premières et les consommateurs.

Nous assistons à un triple mouvement : à la fois l'apparition d'acteurs spécifiques au commerce équitable local, comme Fairebel ou le label Prix Juste Producteur, l'émergence d'initiatives locales par les organisations « historiques » du commerce équitable et l'ouverture de certains labels internationaux au commerce équitable local.

Les pages qui suivent ont pour objectif de rassembler de manière non exhaustive quelques initiatives présentes en Belgique (la plupart membres de BTF, la fédération belge du commerce équitable) et en Europe dont les pratiques pourraient être qualifiées de commerce équitable local. Le document se termine par une typologie des acteurs, une analyse transversale sur les similarités, divergences en matière de processus de production, fixation des prix..., ainsi que par quelques points d'attention, comme une multiplication des labels, une image brouillée, l'éventuelle nécessité d'une législation, celle de la prise en compte du bien-être animal ou encore la cohabitation des produits « Sud » et des produits « Nord ».

Samuel Poos



I. LE COMMERCE EQUITABLE LOCAL EN BELGIQUE

LES INITIATIVES LOCALES D'ACTEURS SPECIALISES EN COMMERCE EQUITABLE SUD-NORD

Paysans du Nord et Open Food Network chez Oxfam-Magasins du monde

Paysans du Nord

Sous l'appellation *Paysans du Nord*², et depuis 2013, Oxfam-Magasins du monde propose aux consommateurs un assortiment de produits de l'agriculture durable provenant de différents fournisseurs belges et européens. Cette gamme comprend des produits importés via OFT (De drie wilgen, Libera Terra, Brasserie des légendes, mais aussi via d'autres fournisseurs belges. Ex. les biscuits de la ferme Nos Pilifs, les bières de la Brasserie de la Lesse et de la Brasserie de la Senne, les jus de FruitCollect ainsi que les gressins et pruneaux de Terra Etica. « *Cela faisait longtemps que l'idée faisait son petit*

bonhomme de chemin au sein du mouvement et plusieurs Magasins du monde fonctionnaient, depuis des années déjà, en tant que dépôts pour des abonnements à des paniers de légumes bios», précise Sophie Tack, responsable des campagnes de sensibilisation et du partenariat.



Charte Paysans du Nord³

La charte Paysans du Nord d'Oxfam-Magasins du monde comporte des critères de base (conditions d'exclusion) et des critères évolutifs.

Par cette initiative, en soutenant des modes de production paysans, Oxfam-Magasins du monde entend participer à un processus de démocratisation de l'économie et de souveraineté alimentaire, dans l'intérêt des paysans et des citoyens consommateurs.

<p>Producteurs et mode de production</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Des exploitations familiales de petite surface qui génèrent de l'emploi essentiellement local • Une démarche agricole qui a pour vocation d'alimenter les populations locales • Une agriculture peu intensive et non industrielle • Un système de production agroécologique • Le respect des conditions de travail décent correspondant à la législation nationale en vigueur ou aux normes minimales établies par l'OIT, selon la norme la plus exigeante
---	--

Organisation de Producteurs	<ul style="list-style-type: none"> • L'organisation collective des producteurs, qui appliquent les valeurs coopératives • Une organisation transparente qui garantit la traçabilité des productions • Une organisation indépendante commercialement • L'implication des producteurs dans une action collective de qualité, qu'ils maîtrisent, pour valoriser leur production
Produits	<p>Produits frais</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uniquement des fruits et légumes dans les paniers frais en magasins • Respect des normes de l'AFSCA pour l'entreposage des produits au sein des magasins du monde • Les équipes locales sont les interlocuteurs directs des producteurs <p>Produits transformés</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les produits transformés sont stockés et distribués de manière centralisée • La vente de produits transformés n'engendre pas de concurrence entre organisations de producteurs <ul style="list-style-type: none"> - Complémentarité entre produits du Nord et produits du Sud - Priorité aux produits de proximité par rapport aux produits européens • Dans les produits transformés mixtes, les ingrédients pouvant être issus du commerce équitable doivent l'être • Les produits sont en priorité transformés par les organisations de producteurs
Relation commerciale / partenariat	<ul style="list-style-type: none"> • Des prix équitables sont garantis pour les producteurs • Un accès au préfinancement est fourni aux producteurs • Un engagement contractuel d'Oxfam-Magasins du monde dans la durée avec les producteurs • Oxfam-Magasins du monde fournit des informations transparentes aux producteurs et aux consommateurs • Critère évolutif : Oxfam-Magasins du monde souhaite que les producteurs initient des projets locaux au service des filières paysannes locales
Chaîne d'approvisionnement	<ul style="list-style-type: none"> • La chaîne de valeur comprend un nombre limité d'opérateurs • La traçabilité des productions est garantie • L'impact environnemental de l'emballage et du transport des produits est limité • Critère évolutif : un système de garantie engageant l'ensemble des parties prenantes pourra être utilisée dans le futur pour crédibiliser la démarche
Critères spécifiques aux fournisseurs indirects	<ul style="list-style-type: none"> • Les fournisseurs indirects s'inscrivent dans l'économie sociale et solidaire • Les fournisseurs indirects sont des organisations respectueuses des droits des travailleurs • Les fournisseurs indirects sont des organisations viables économiquement • Les fournisseurs indirects sont des organisations transparentes • Critère évolutif : les fournisseurs indirects sont des organisations démocratiques
Engagement envers Oxfam-Magasins du monde	<ul style="list-style-type: none"> • Les fournisseurs indirects peuvent fournir des informations sur la chaîne d'approvisionnement • Les fournisseurs indirects autorisent Oxfam-Magasins du monde à prendre contact et à conduire des actions en direct avec les partenaires • Les fournisseurs indirects respectent les conditions contractuelles • Les fournisseurs indirects disposent d'un système de suivi et d'évaluation des producteurs • Critère évolutif : les fournisseurs indirects seront encouragés à utiliser un système de garantie externe et indépendant

Open Food Network Belgium

Depuis 2018, Oxfam-Magasins du monde facilite également l'Open Food Network Belgium, une plateforme coopérative de producteurs & citoyens.

« Les vendeurs (fermes, coopératives, groupes d'achats communs) peuvent constituer un comptoir en ligne pour faciliter la gestion journalière des commandes. La plateforme est intuitive, flexible et la communauté Open Food Network est disposée à les soutenir. Les acheteurs (cuisines de collectivités, détaillants, mangeurs) peuvent acheter les produits en ligne via la liste

des comptoirs ouverts ou via la carte interactive. Cela a l'avantage d'être totalement transparent puisque les acheteurs ont une vue sur l'ensemble des fournisseurs et une description des produits. »⁴ Au 1er janvier 2023, cela représente mensuellement, plus de 600 commandes, pour plus de 350 acheteurs et plus de 100 producteurs, productrices, artisans et artisanes bénéficiaires au travers des comptoirs ouverts.



Miel Maya Honing

Miel Maya Honing (MMH) est une ONG agréée et une association sans but lucratif fondée dans la région liégeoise en 1975. Avec 47 d'expérience, MMH est un des pionniers du commerce équitable en Belgique.

MMH s'est toujours employée à agréger des apiculteurs-trices de différentes origines, en particulier d'Amérique latine, afin de produire et de commercialiser des produits apicoles de qualité (miel, pollen, cire, gelée royale, propolis...) qui soient équitablement rémunérateurs et dont l'action promeut un monde durable et diversifié où végétaux, animaux et humains collaborent dans le meilleur intérêt et respect de tous.

Voulant renouer avec cette vente de produits équitables d'ici et d'ailleurs, Miel Maya Honing ouvrira bientôt un magasin de miel dans ses locaux, rue Sainte Walburge à Liège, où des miels locaux et/ou équitables seront à découvrir.





© Miel Maya Honing

Oxfam Fair Trade

Le combat pour le commerce équitable que mènent Oxfam Fair Trade et Oxfam-Wereldwinkels - tous deux faisant partie d'Oxfam Belgique - ne connaît pas de frontières. Les défis auxquels sont confrontés les producteurs agricoles d'ici et d'ailleurs sont en effet très similaires : changement climatique, volatilité des

prix, insécurité des revenus et même insécurité alimentaire. C'est pourquoi les produits des agriculteurs européens font également partie de la gamme de produits du commerce équitable d'Oxfam Fair Trade, qui a développé un cadre pour des partenariats avec des producteurs du « Nord ».

Cadre pour les partenariats avec des producteurs du Nord

 <p>Lignes directrices pour les partenaires</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le partenaire est de préférence une organisation d'économie sociale dont l'action est collective. • Le partenaire partage l'analyse politique et la mission d'Oxfam Belgique. • Le partenaire pratique une agriculture durable et à petite échelle, ou achète auprès de fournisseurs qui respectent ces principes. • Le partenaire est indépendant sur le marché. L'organisation ne conclut pas de contrats exclusifs, crée autant de valeur ajoutée que possible au sein de l'organisation et évite si possible la sous-traitance.
 <p>Lignes directrices concernant le processus de production</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La traçabilité est à la base d'une chaîne durable. Les partenaires tracent donc leur chaîne autant que possible. • Le partenaire n'utilise pas d'organismes génétiquement modifiés (OGM). • Le partenaire minimise l'impact environnemental. Cela signifie qu'il fait le choix de l'agriculture biologique et de l'agroécologie, d'une politique d'emballages verts, des énergies renouvelables et de la réduction des émissions de gaz à effet de serre. • Le partenaire respecte les droits des animaux. • Le partenaire opte pour une chaîne courte (emploi local, apport de production de sources locales) et respecte l'équilibre existant sur les marchés locaux. • Le partenaire respecte les conditions de travail prescrites par la législation belge, les règlements européens pertinents et les conventions de l'OIT. • Le partenaire applique le principe de non-discrimination dans toutes ses activités.

Depuis 2018, Oxfam Fair Trade travaille avec De Drie Wilgen pour un **jus de pomme** belge 100 % frais, durable et équitable provenant de vergers en conversion à l'agriculture biologique. Le prix qu'Oxfam paie pour ce jus de pomme est un prix équitable, concerté avec les fruiticulteurs. Un prix minimum correct est garanti à tout moment.

En 2019, Oxfam Fair Trade a lancé les **bières** équitables JUSTE. Ces bières sont brassées par la Brasserie des Légendes à Ath avec de l'orge et du houblon biologiques. Une grande partie de l'orge est cultivée à proximité de la brasserie. Le maître brasseur Pierre Delcoigne et son père sélectionnent des variétés anciennes qui ne nécessitent pas de pesticides. Le houblon est également cultivé en Belgique. Les bières portent donc le label "houblon belge". Les bières portent également le label "Fairtrade", car les ingrédients belges sont combinés à des ingrédients certifiés commerce équitable : riz au jasmin de Thaïlande, fèves de cacao du Pérou et quinoa de Bolivie.



Le maître brasseur Pierre Delcoigne (à droite) et son père (à gauche) (Brasserie des Légendes)

Ethiquable

En 2011, sous l'impulsion de la Confédération Paysanne, un syndicat agricole, Ethiquable s'engageait à soutenir les paysans français dans le cadre de la charte « *Paysans d'ici* » basée sur le modèle du commerce équitable Sud-Nord. Même si cette charte est aujourd'hui intégrée au label « bio-équitable en France » (voir plus loin), elle est toujours utilisée comme référence par Ethiquable Benelux pour les produits « Nord », hors France, vendus sous sa marque terra etica : des pâtes de variétés anciennes de blé sicilien, des tapenades, de l'huile d'olive, des pruneaux et aussi des produits belges comme le sirop de Liège, etc. « *Les consommateurs manifestent un intérêt croissant pour les produits locaux. Il faut favoriser les contacts avec l'agriculture paysanne de chez nous pour que les produits bio et équitables prennent la place des produits conventionnels dans leur assiette* », indique Vincent De Grelle, co-directeur d'Ethiquable Benelux.⁵



Pâtes et confiture à maquereau de la marque terra etica

La Charte Paysans d'ici / terra etica d'Ethiquable

La Charte Paysans d'ici d'Ethiquable, reprise ci-dessous en version résumée⁶, comprend toute une série de critères relatifs à la pratique agricole (agroécologie et agriculture bio), à l'organisation (modèles coopératifs – agriculture paysanne) et aux produits de terroir. En outre, les agriculteurs

doivent pouvoir présenter un projet de développement local qui dépasse la simple commercialisation de leurs produits. Ethiquable s'engage à son tour à garantir des prix équitables, un préfinancement, l'allocation d'une prime au projet et une totale transparence.

Agriculture paysanne

Producteurs et mode de production	<ul style="list-style-type: none"> • des exploitations familiales de petites surfaces qui génèrent de l'emploi familial et/ou local. • des fermes certifiées en agriculture biologique. • des pratiques agro-écologiques • une activité agricole valorisant le territoire et les échanges locaux
Organisation de Producteurs	<ul style="list-style-type: none"> • partage des valeurs coopératives • garantie de la transparence de l'information et de la traçabilité de la production • indépendance commerciale • existence d'un projet de développement local et collectif qui va au-delà de l'activité de commercialisation
Produits et transformation	<ul style="list-style-type: none"> • priorité aux produits de terroir, savoir-faire spécifiques et typicités de saveurs • matières premières biologiques, locales, naturelles et équitables • techniques naturelles préservant les saveurs • transformation locale, réalisée de préférence par l'organisation de producteur elle-même

Commerce équitable

Conditions commerciales justes et transparentes	<ul style="list-style-type: none"> • relations commerciales directes • engagement d'au moins 3 ans via un contrat de partenariat • prix équitable établi en concertation • la part la plus importante (au moins 40%) du prix payé par le consommateur revient aux producteurs • circulation de l'information transparente sur la structure des prix • versement d'une prime de développement • préfinancement envisageable si nécessaire
Projet de développement local	<ul style="list-style-type: none"> • projet local à long terme qui dépasse l'acte commercial • implication active des producteurs et d'Ethiquable à ce projet • il sert les intérêts des producteurs et d'un territoire
Evaluation	<ul style="list-style-type: none"> • une réunion annuelle a lieu pour réaliser une auto-évaluation des engagements réciproques des partenaires

LES ACTEURS SPÉCIFIQUES DU COMMERCE ÉQUITABLE LOCAL EN BELGIQUE

L'approche Nord-Nord de BFTF (Belgian Fair Trade Federation)



Partant du constat que « le commerce équitable Nord-Sud et le commerce équitable Nord-Nord, se complètent plus qu'ils ne s'opposent », La BFTF, la Fédération belge du commerce équitable, s'est donnée « pour mission de fédérer et de soutenir les organisations belges de commerce équitable dont la philosophie est en

phase avec les standards de la Word Fair Trade Organisation pour le commerce équitable Nord/Sud et avec les critères du label « Prix Juste Producteur » pour le commerce équitable Nord/Nord. »⁷ Elle accueille parmi ses membres Fairebel, la marque bien connue maintenant de lait équitable, les supermarchés coopératifs et collaboratifs Coopéco et Vervîcoop, ainsi que plusieurs producteurs, distributeurs belges de produits agricoles privilégiant les circuits courts.

Résumé des critères d'adhésion à la BFTF pour les membres effectifs de commerce équitable « Nord-Nord »

Nature des organisations	<ul style="list-style-type: none"> • Finalité de service aux membres de l'organisation concernée et à la collectivité plutôt que de profit. • Autonomie de gestion. • Modes de décision participatifs • Répartition équitable de la plus-value aux différents maillons de la chaîne.
Pratiques économiques des organisations : la relation commerciale	<ul style="list-style-type: none"> • Prix juste permettant une rémunération stable et négociée équitablement, permettant aux producteurs de vivre décemment de leur activité. • Circuit direct. • Relation dans la durée. • Préfinancement (paiement anticipé aux producteurs d'une partie de leur commande, sauf si ceux-ci ne le souhaitent pas). • Traçabilité et transparence (jusqu'aux matières premières et à leurs producteurs).
Pratiques économiques des organisations : pratiques par métier	Organisations des producteurs <ul style="list-style-type: none"> • Les producteurs individuels appartiennent de manière formelle ou informelle à une ou plusieurs organisations de producteurs • Ancrage local au niveau de la production et de l'approvisionnement • Participation à une dynamique de développement local • Empowerment des producteurs et de leurs familles • Mutualisation des ressources et des compétences • Caractère familial de la production • Conditions de travail épanouissantes et rémunération décente des travailleurs (outre respect des normes de l'OIT s'il y a lieu) • Respect de l'environnement

	<p>Importateurs, grossistes et transformateurs (BtoB)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Approvisionnement principalement auprès d'organisations de producteurs répondant aux critères du commerce équitable Nord-Sud et/ou Nord-Nord (dans un premier temps : 75% minimum de la valeur totale du chiffre d'affaires (Objectif d'attendre les 100% une fois membre). <p>Distributeurs-détaillants (BtoC)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Approvisionnement majoritaire en produits répondant aux critères du commerce équitable : 60% de la valeur de vente (objectif d'atteindre les 100% une fois membre, pour les détaillants proposant exclusivement des produits non-alimentaires). <p>Les organisations d'éducation, de sensibilisation ou de plaidoyer en faveur du commerce équitable, d'une part, ou d'appui technique et de financement des producteurs de l'agriculture familiale impliqués dans une démarche de commerce équitable, d'autre part, peuvent être membres de la BFTF.</p>
--	---

Des initiatives de producteurs agricoles – de fédérations de producteurs

Fairebel

Fairebel la marque solidaire qui réunit plus 500 agriculteurs belges - et au total plus de 1900 coopérateurs citoyens - propose entre autres du lait demi-écrémé, du lait chocolaté, du beurre et différentes crèmes glacées. « *Notre mission vise à*

garantir un prix du lait couvrant les coûts de production incluant un salaire décent et à sauvegarder les exploitations familiales »⁸, précise Erwin Schöpges, président de la Faircoop, la coopérative propriétaire de la marque.



Cette coopérative, lancée il y a dix ans en Belgique, entend soutenir une agriculture durable et familiale, en vendant des produits laitiers (lait, beurre, fromage, glaces) plus chers, mais en garantissant un revenu de 45 cents par litre aux producteurs.

Depuis octobre 2019, le cacao dans le lait chocolaté Fairebel est certifié Fairtrade, garantissant un meilleur prix aux cacaoculteurs. Pour chaque produit vendu, 1 cent participe à la prime Fairtrade dont bénéficient les coopératives certifiées. L'autre cent est versé au projet de développement « Women School of Leadership » en Côte d'Ivoire. Cette école des femmes-leaders mise sur pied par Fairtrade Africa en Côte d'Ivoire a pour objectif de renforcer l'autonomisation économique des femmes, de les encourager et les outiller pour participer à la gestion des organisations de producteurs.

Le concept de Fairebel se décline également ailleurs en Europe. « *La même initiative existe en France, sous le nom FaireFrance, au Luxembourg, en Allemagne... En tout, elle est présente dans six pays européens* », détaille encore Erwin Schöpges. « *L'idée est née en Autriche et l'European Milk Board en a repris le concept pour le mettre à la disposition de ses membres.* »

Et depuis 2018, il ne se limite plus au seul continent européen. FaireFaso est une marque similaire développé au Burkina Faso, à l'initiative

de producteurs burkinabés et belges, et soutenu par Oxfam-Solidarité et l'Opération 11.11.11. La galaxie « Faire... » s'apprête désormais à se développer dans d'autres pays d'Afrique de l'Ouest : FaireSen au Sénégal et FaireMali. Au Niger aussi des producteurs veulent lancer un projet similaire.

Septembre 2020 a également vu Fairebel s'attaquer à une autre filière, celle des fruits. Une quinzaine de coopérateurs de Flandre et de Wallonie (notamment du pays d'Aubel et des Fourons) ont rejoint l'initiative. Le prix minimum pour leurs pommes et leurs poires est d'1 euro le kilo, au lieu des 0,70 cents généralement perçus.

Comment le système Fairebel fonctionne-t-il ? Voyons l'exemple des pommes et des poires. La coopérative FAIRCOOP a développé un cahier des charges très précis, avec lequel elle achète des pommes et des poires sur le marché. Elle les emballe ensuite aux couleurs de Fairebel, avec la mention « équitable », pour les vendre en grandes surfaces à un prix plus cher que les produits en vrac ou les produits de marques distributeurs. Elle fait donc un bénéfice supplémentaire lié à la vente via avec un marketing éthique. Les bénéfices sont alors redistribués aux coopérateurs, mais comme pour le lait et les autres produits, ce n'est pas forcément la pomme ou la poire du producteur Fairebel que l'on achète.⁹

Le Lait de la Baraque

Ils sont huit producteurs de lait, fondateurs et membres de la coopérative Pur Ardenne, à la base du Lait de la Baraque, un lait équitable et écologique. Le nom « Baraque » fait référence à la Baraque Fraiture, un des points les plus élevés de la Belgique situé dans la commune de Vielsalm, une région riche en pâturages.

Lassés du prix du lait qui n'évolue pas, alors que celui des charges augmente bel et bien, huit producteurs décident de s'unir pour reprendre la main sur leur marché. Nous sommes alors en 2017. Après de nombreuses réunions et la rédaction d'un cahier des charges exigeant, la recherche d'un partenaire pour la pasteurisation et le conditionnement en briques de carton prend du temps. Les « huit » finissent toutefois par trouver une mini-laiterie qui accepte de travailler avec eux. Neutre en carbone, elle est

gérée par un agriculteur au sud d'Anvers, à Kruibeke.

Le Lait de la Baraque est vendu depuis mars 2022 dans de nombreux supermarchés coopératifs et collaboratifs (voir plus loin) et via plusieurs coopératives de producteurs et de consommateurs. « *Notre choix a été d'être présent dans les circuits courts pour ne pas être présent dans la grande distribution, car dans la grande distribution, nous n'avons pas la main mise sur nos volumes, sur nos prix surtout, tandis qu'ici on reste maître de tout.* »¹⁰ précise Thierry Duffey membre de Pure Ardenne.

L'alimentation des vaches (environ 70 par ferme) se fait sans OGM et sans soja, essentiellement avec du fourrage des exploitations et des compléments régionaux. Les bêtes bénéficient au minimum de 180 jours de pâturage par an.



Prix juste Producteur, un label spécifique aux agriculteurs belges



Le label Prix Juste Producteur est une démarche de commerce équitable pour les producteurs agricoles belges, qui vise à leur permettre de prendre en compte leur coût de production (en ce compris leur temps de travail).

Ce label a été créé par le Collège des producteurs, mis en place dans le cadre du Code wallon de l'Agriculture, et qui représente 12 000 producteurs. Le Collège des producteurs rassemble une grande diversité d'acteurs tout en veillant à placer les producteurs au centre. Il compte 64 représentants : 44 représentants des

agriculteurs et 22 représentants de diverses associations parties prenantes des filières. Ces dernières sont des associations environnementales, des syndicats agricoles, des associations de consommateurs, l'association de l'industrie alimentaire belge (Fevia) ou encore l'association de la distribution (Comeos). Toute la chaîne est ainsi réunie pour s'investir dans les aspects informationnels (vers le grand public), économiques et institutionnels.

Le cahier des charges du label Prix Juste Producteur est basé sur quinze critères élaborés autour de 4 axes : le respect des coûts de production, l'indépendance des producteurs, les groupes de producteurs, la transparence et la durée des engagements.

Les 15 critères

1. Existence, description et identification du produit.	9. Le prix se définit au travers de la qualité
2. Existence, description et identification de la marque	10. Délai de paiement court Durée maximale de 30 jours fin de mois concernant les paiements aux producteurs.
3. Existence, description et identification des opérateurs	11. Un contrat formalisant les accords entre le producteur et son premier acheteur
4. Identification du groupe des producteurs Les fournisseurs de matière première doivent faire partie d'un groupe d'agriculteurs rassemblés dans une organisation formelle ou non.	12. Traçabilité des produits
5. Gouvernance démocratique du groupe de producteurs	13. Origine des produits Les produits faisant l'objet du label doivent prioritairement provenir des Producteurs bénéficiant de la certification.
6. Organisation de la production au sein du groupe de producteurs Définition d'un plan de production afin de faciliter la négociation de clauses de répartition de valeurs entre agriculteur et premier acheteur.	14. Durée de l'engagement Un engagement formel de minimum un an. Cette durée de un an peut être reconduite pendant les 3 premières années des relations commerciales ; ensuite la durée de l'engagement doit être augmentée à une durée de minimum 3 ans.
7. Politique tarifaire concertée au sein du groupe de producteurs	15. Indépendance des producteurs En dehors des accords liés à la qualité des produits, le producteur conserve toutes décisions relatives aux moyens de productions. Le producteur est propriétaire de ses productions.
8. Le prix se définit au travers des coûts de production, en ce compris la notion de rémunération du travail	

Le prix juste est basé, d'une part, sur la prise en compte des coûts de production et, d'autre part, sur une rémunération calculée sur base du minimum établi par la commission paritaire 144 (ouvrier agricole) équivalant à une rémunération minimale de 12 euros par heure.

Le label caractérise la qualité des relations commerciales entre le producteur et son premier acheteur (en cas de commerce en vente directe, il s'agit alors d'un consommateur final, mais sinon, le premier acheteur visé n'est autre qu'une laiterie, un abattoir...). « L'Europe a reconnu que compte tenu de la situation difficile du secteur, ce type d'entente sur les prix, entre producteur et premier acheteur, n'était pas en contradiction avec les règles de concurrence », précise Emmanuel Grosjean, coordinateur du Collège des

producteurs. Sur les autres segments, interviennent donc d'autres négociations entre distributeurs pour ajuster le prix, mais il reste la garantie d'un achat juste au producteur.

Autre élément important : « Nous voulions que ce soit les producteurs qui affirment, confirment cette juste rémunération. Et pour cela, il fallait que le label ne coûte pas trop cher en certification. Matérialiser une confiance plutôt qu'un système d'audits coûteux. Le Collège des producteurs est légitime pour contrôler. C'est de l'auto-contrôle et c'est bien le producteur qui reste maître de la notion de prix juste. »¹¹

Plus de 700 producteurs (individuels, en coopératives, ou en groupement) ont obtenu l'agrément pour utiliser l'image du label.

Quelques initiatives issues de coopératives de producteurs - consommateurs dans le cadre de circuits courts

5C, Le Collectif des Coopératives Citoyennes pour le Circuit Court



Collectif des Coopératives Citoyennes pour le Circuit Court

Certains membres de la BFTF comme CoopESEM, Li Terroir, sont des coopératives de producteurs-consommateurs actives dans les circuits courts et membres d'un réseau, le Collectif 5C, qui rassemble à ce jour une quarantaine de coopératives citoyennes à travers toute la Wallonie.

Les sites de ventes en ligne de ces coopératives ou les magasins à la ferme de leurs membres proposent également des produits équitables «Sud-Nord » quand ces derniers ne viennent pas concurrencer les produits locaux.

Valeurs et stratégies du Collectif 5C¹²

<p>Dynamique citoyenne et économique</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le collectif 5C rassemble des coopératives citoyennes qui elles-mêmes regroupent des consommateurs, des producteurs, des distributeurs indépendants ou coopératifs, tous citoyens engagés pour un autre modèle agricole et de consommation. • Ambition économique : montrer qu'une alternative est possible, en professionnalisant les acteurs du circuit court et en augmentant la part de marché du secteur, ainsi que les synergies et solidarités entre acteurs. • Ambition politique : faire bouger les mentalités, dessiner un projet collectif,
---	--

	adoption de modalités de gouvernance collective et démocratique
Développement territorial	<ul style="list-style-type: none"> • Chaque coopérative inscrit son action dans une stratégie de développement territorial, de bassin de vie, en stimulant les coopérations entre acteurs et en favorisant l'émergence de nouveaux producteurs • Stimulation des échanges et des solidarités entre territoires, entre coopératives de Wallonie et d'ailleurs.
Agroécologie	<ul style="list-style-type: none"> • Pérenniser le modèle agroécologique face au modèle productiviste piloté par l'industrie agro-alimentaire et la grande distribution. • Unités de production de petite taille, aux savoir-faire diversifiés. • Limitation du recours aux intrants chimiques, renforcement du lien au sol de l'agriculture et des systèmes d'autonomie fourragère des élevages. • Souveraineté alimentaire des régions
Une consommation maîtrisée	<ul style="list-style-type: none"> • Objectif de maîtrise de la consommation (résister aux stratégies de vente basée sur l'émotionnel et la segmentation sociale). • Le juste prix n'est pas le prix le plus bas, mais le prix permettant une rémunération suffisante à un producteur raisonnablement efficace à l'intérieur du paradigme agro-écologique. • L'autoproduction (jardinage, cuisine) est également un complément logique de l'approvisionnement en circuit-court.
Circuit court	<ul style="list-style-type: none"> • Pour permettre la création de nouvelles relations de confiance entre producteurs et consommateurs
Mouvement social	<ul style="list-style-type: none"> • Développement de la vente en ligne • Coopération entre producteurs : en passant par l'échange de produits, l'optimisation des moyens de production et la création de groupements d'employeurs ou de halls-relais. • Echange de bonnes pratiques • Communication commune des coopératives à une échelle régionale

Un exemple : Paysans-Artisans

Née en 2013, Paysans-Artisans est une coopérative à finalité sociale implantée dans 9 communes de la Province de Namur et comptant près de 800 coopérateurs. Elle commercialise les produits locaux et artisanaux de plus de 100 producteurs via la vente en ligne, 18 points de dépôt (les R'Aliments) où les clients viennent retirer leurs commandes, une présence ciblée sur certains marchés, des magasins à la ferme et cinq magasins propres implantés à Namur, Jambes, Salzinne, Lustin et Saint-Gérard.

Son ambition : développer et professionnaliser la commercialisation en circuit court pour lui donner une réelle assise économique et soutenir la petite paysannerie et l'artisanat.



Le magasin Paysans-Artisans de Saint-Gérard.



La coopérative emploie directement 22 personnes, ainsi qu'une dizaine d'autres via un système de partage de main-d'œuvre dans le cadre d'un groupement d'employeurs.

Paysans-Artisans voit grand. Une Fabrique de Circuit court s'est installée dans le zoning de Suarlée. 5 partenaires y cohabitent sur une surface de 2760 m² : un petit abattoir de volailles et de lapins, un atelier de découpe de viande, une légumerie, une bocalerie, ainsi que le siège et les entrepôts d'Ethiquable Benelux.

Pour développer une communauté de producteurs et de consommateurs, les activités d'éducation permanente ne sont pas oubliées. L'asbl « Les ateliers de Paysans-Artisans » organisent des échanges de savoir-faire, ainsi qu'une université populaire pour développer une vision partagée des questions liées à l'agriculture et à l'alimentation.

Paysans-Artisans veut peser sur les débats et participe à un projet éditorial. Lancée avec une vingtaine d'autres organisations, Tchak, la revue paysanne et citoyenne qui tranche, traite des enjeux de l'agriculture paysanne, de l'agroécologie et des nouveaux modèles de production, de distribution et de consommation. Elle s'adresse « à tous ceux qui veulent couper le cordon avec l'agro-industrie et la grande distribution ». Paysans-Artisan est très impliquée dans l'asbl 5C.

CoopESEM

CoopESEM est une coopérative citoyenne regroupant des consommateurs et plus de 50 producteurs afin de développer une filière de distribution de produits locaux en circuit-court dans l'Entre-Sambre-et-Meuse. La coopérative

exerce principalement ses activités dans les communes de Couvin, Florennes, Gerpinnes, Gourdinne, Philippeville, Matagne-la-Petite, Mettet, ou Villers-deux-Eglises. CoopESEM fait partie du Collectif 5C.

Li Terroir

Li Terroir est une coopérative à finalité sociale qui regroupe des producteurs et des consommateurs de 8 communes autour de Durbuy. Avec Li Terroir, il est possible de faire ses courses en ligne, avec livraison en points relais ou à

domicile, et sur un marché couvert de producteurs deux fois par mois. Tout comme CoopESEM, Li Terroir fait partie de l'asbl 5C présentée plus loin.

Agricovert

Agricovert est une coopérative agricole écologique à finalité sociale située à Gembloux. Elle regroupe une trentaine de producteurs locaux (maraîchers, éleveurs, artisans) certifiés bio ou en conversion et plus de 1300

coopérateurs consom'acteurs. La vente se fait via 30 points de dépôt de panier, une boucherie, une boulangerie et deux comptoirs de vente. Agricovert, c'est aussi un traiteur collectif et un projet d'insertion socioprofessionnelle.

En Flandre, les Voedselteams

Le mouvement des Voedselteams existe depuis 26 ans et regroupe, dans toute la Flandre, 120 équipes de citoyens désireux de mieux contrôler la manière dont leurs aliments sont produits.

« Chaque Voedselteam est formée d'un petit groupe de consommateurs qui achètent des denrées alimentaires aux producteurs locaux. Ces derniers fixent leur propre prix équitable, en tenant compte de leurs charges et du coût environnemental des produits » explique la coordinatrice Sofie Vanthournout. « La structure du prix d'un produit est communiquée en toute transparence à notre clientèle dans la boutique en ligne : la part revenant au producteur, la part consacrée au transport et à l'administration, etc. ». L'organisation contrôle chaque producteur au moyen du système de garantie participatif (SGP) qu'elle a développé. Il s'agit d'une combinaison entre un questionnaire très complet et des visites régulières chez le producteur. « Nous ne recourons pas à une liste de critères stricts, mais nous analysons également leurs plans et leurs engagements afin d'adapter certaines choses. Nous tenons compte de la

marge d'évolution du producteur. Nous pourrions malgré tout affilier un producteur présentant certains manquements, à condition toutefois qu'il nous soumette un plan concret de corrections. » précise Sofie Vanthournout.

Les questions posées à un candidat-producteur portent sur la démarche écologique, les relations avec les collaborateurs et collaboratrices, la consommation d'eau et d'énergie, la transparence, la traçabilité, la gestion de l'exploitation... « Quant aux producteurs qui vendent des produits transformés, nous examinons également leurs emballages, la provenance des ingrédients achetés, etc. », ajoute la coordinatrice de l'organisation.

Le questionnaire est suivi d'une visite d'entreprise. Une équipe Voedselteams, composée de producteurs déjà membres et de bénévoles spécialement formés, procède à une analyse du candidat-producteur tout en lui apportant conseils et soutien. Ces personnes suivent un processus d'apprentissage permanent, jalonné de moments de formation réguliers.



Kort'om Leuven

Créée en 2020, Kort'om Leuven est une coopérative dont l'objectif est de parvenir à un système agricole et alimentaire régional durable.

Via une boutique en ligne, elle met en relation l'offre des agriculteurs et producteurs de la région de Louvain avec la demande des clients locaux (supermarchés, restaurants, traiteurs, cantines scolaires...). La coopérative offre aussi des services de transport, de conditionnement, de réfrigération des produits et de suivi

administratif des ventes. Elle appuie aussi ses membres en matière d'amélioration des produits, de tarification, de marketing et de durabilité.

Pour parvenir à un système alimentaire régional, Kort'om Leuven s'efforce de créer des liens solides entre les producteurs, les clients B2B et les citoyens, notamment via l'organisation de visites de magasins, de fermes et de marchés du goût.

Des transformateurs – L'exemple de brasseries

La Brasserie de la Lesse

Située au coeur du village d'Éprave, dans la commune de Rochefort, la Brasserie de la Lesse a été lancée en 2011 sous forme de coopérative à finalité sociale. Elle compte 450 coopérateurs pour un capital de 300.000 euros.

Elle produit La Marie Blanche (bière blanche), la Chinette (bière blonde dorée), la Cambrée (bière ambrée), la Rouge Croix (bière brune moelleuse), l'Hiveresse (bière d'hiver), l'Esprit Triple's (triple blonde) et la Top Lesse (Pils). Toutes sont certifiées bio et produites avec de l'orge et du houblon local. La coopérative a produit 2.000 hectolitres de bière en 2021 et sa production croît en moyenne de 10% par an depuis le début de sa création. L'équipe compte 6 personnes : 4 associés et 2 salariés.

Julien Collard est directeur de la 'propagande' de la Brasserie : *« Outre la fabrication de la bière, notre objectif est de démontrer que l'on peut créer une entreprise moderne, ancrée dans le XXIe siècle, qui prend tous les enjeux environnementaux, sociétaux, sociaux et économiques en compte. Nous sommes une entreprise équitable, durable dont le but n'est pas*



© Julien Collard, directeur de la propagande de la Brasserie de la Lesse

de capitaliser, d'enrichir des actionnaires. L'aspect écologique est important pour nous. Depuis le début, on travaille en 100% bio, en ne demandant pas de dérogation (une bière bio peut intégrer jusqu'à 5% de la masse en conventionnel). Nous sommes également attentifs à la relocalisation de l'économie. Il y a parfois peu d'ingrédients belges dans les bières belges. 95 et 97% de nos matières premières sont locales. Notre houblon vient de Poperinge et le malt de Hannut, d'un agriculteur qui cultive 10 ha d'orge brassicole que l'on fait malter à façon. On travaille également en local au sortir de la brasserie. Nous n'exportons pas, ne travaillons avec aucune centrale d'achat de la grande distribution. On peut retrouver nos bières en grandes surfaces, mais on ne travaille alors qu'avec des indépendants locaux, des franchisés. 60% de notre énergie provient de bois buche et 40% de gaz. On se rend compte que les choix qui ont été faits il y a 5 ans, quand nous avons déménagé pour des raisons écologiques, sont payants maintenant économiquement et ont du sens dans les crises que nous traversons et que nous allons continuer à traverser. »¹³

La Brasserie Coopérative Liégeoise

La Brasserie Coopérative Liégeoise est située à la « Ferme à l'Arbre » à Lantin. Cette microbrasserie est la première brasserie bio de la région liégeoise. Elle produit des bières à partir de matières premières (orge et houblon) cultivées sur le site en agriculture biologique.

Les supermarchés coopératifs et collaboratifs

Les supermarchés coopératifs et collaboratifs sont des supermarchés créés et gérés par leurs clients, qui doivent acheter une part (de 25 euros à 100 euros en fonction des magasins) pour faire partie de la coopérative, et qui donnent chacun environ trois heures de leur temps par mois pour la faire tourner : à la caisse, au réassortiment, au choix des produits, à la gestion des stocks, etc.

L'objectif est de créer une coopérative de consommateurs qui donne accès à une nourriture de qualité à un prix abordable, dans une démarche respectueuse de l'environnement et de l'humain.

Ces magasins qui offrent une alternative aux grandes surfaces classiques se multiplient ces derniers temps à Bruxelles et en Wallonie : Bees Coop, le premier, à Bruxelles, le Pédalo à Ixelles,

Wandercoop à Anderlecht, Vervîcoop à Verviers, Coopéco dans la région de Charleroi, et bien d'autres. Tous ces magasins se sont inspirés des exemples développés à New York (Park Slope Food Coop) et à Paris (La Louve).

Le magasin carolo affiche une idée et un défi relativement simples : pourquoi les gens de Charleroi ne pourraient-ils pas manger des produits sains, des produits qui respectent les producteurs ? Pourquoi ces produits seraient-ils réservés à une élite ou à des gens qui ont de l'argent ?

Quelques-uns, dont Marie-Françoise Lecomte, avocate au barreau de Charleroi, se lancent alors dans l'aventure. Ils trouvent des petits producteurs, font des paniers que les gens viennent chercher dans le garage d'un des membres.

L'organisation a ensuite pris l'ampleur et, d'association de fait, s'est transformée en coopérative à finalité sociale. Après avoir fonctionné en groupement d'achats, le premier Super-Marché a ouvert ses portes au 12, rue de l'Abattoir au cœur de Marchienne-au-Pont, dans les anciens abattoirs, juste derrière la mosquée, dans un quartier considéré comme pas facile.

En 2018, la coopérative Coopéco a reçu le prix « Prix Hainaut horizons », Le jury a été séduit par le projet de Coopéco « qui développe harmonieusement les 4 piliers du développement durable – l'économie, l'environnement, le social et la participation citoyenne et s'inscrit dans une démarche de transition où le citoyen se réapproprie sa consommation. »¹⁴



© Le supermarché coopératif et collaboratif Coopéco à Marchienne-au-Pont

Autres

Altérez-vous

Altérez-vous est un café citoyen basé à Louvain-la-Neuve qui incite à une consommation responsable en proposant des produits de qualité issus du commerce équitable, de l'agriculture biologique et de la production de proximité. Cette société coopérative à finalité sociale (SCRL FS) organise également des animations spécifiques comme des débats, des conférences sur des enjeux de société, des soirées culturelles, des spectacles et des ateliers créatifs.

LE PRINCIPAL LABEL BIO BELGE SE MET AU LOCAL

Label Biogarantie Belgium : allier agriculture biologique, production locale et prix juste



Créé en 1987, avant la législation européenne sur l'agriculture bio qui date de 1991, le label Biogarantie se décline aujourd'hui en une variante « Made in Belgium » qui inclut les critères non seulement bio mais aussi sociaux, « *respectueux des hommes et de leur environnement* » pour reprendre les mots du site web¹⁵ : c'est le label Biogarantie Belgium.

Tout comme Biogarantie, il est géré conjointement par BioForum Vlaanderen qui représente tous les opérateurs (producteurs, transformateurs et distributeurs) de Flandre et de Bruxelles, Probila-Unitrab qui représente les transformateurs et distributeurs de Wallonie et de Bruxelles ainsi que l'Union Nationale des Agrobiologistes Belges (UNAB, les producteurs bio en Wallonie).

Juste prix

Au-delà de la provenance, le label met l'accent sur la rémunération à un prix juste des travailleuses et travailleurs du secteur. Le prix que le producteur reçoit pour son produit doit « *permettre de couvrir les coûts de production et implique un salaire correct ainsi que des possibilités d'investissement. Ceci est une responsabilité partagée de toute la chaîne. Le producteur s'engage à calculer ses coûts de production afin qu'il soit en connaissance du prix minimum qu'il doit recevoir de ses acheteurs. Biogarantie s'engage à développer un modèle de calcul de prix pour chaque secteur de production.* ». « *On essaie d'avoir une analyse de l'ensemble de la chaîne. On veut mettre en avant des agriculteurs qui travaillent de manière familiale. Par exemple, les petits maraîchers vendent de petites quantités de produits par rapport à celles et ceux qui travaillent en grande culture. Si on fait des oignons bio sur 10 hectares, on pourra les vendre moins cher que ceux récoltés sur de petites surfaces. Il faut prendre cela en considération pour déterminer un prix correct* », exemplifie Dominique Jacques.

La référence à un prix rémunérateur, qui se trouve bien dans le cahier des charges, ne fait pour l'instant pas l'objet de contrôle. Le prix d'un produit bio est déjà plus élevé que celui d'un produit conventionnel, mais il ne constitue toutefois pas une garantie de rémunération équitable.

La certification est assurée par Certysis, Quality Partner et Tuv-Nord.

Le label Biogarantie Belgium va donc dans les années à venir remplacer partiellement le label Biogarantie, « *même si l'ancien sera toujours actif pour l'export tandis que le nouveau sert à sensibiliser les consommateurs à la production et transformation belges* ». précise Dominique Jacques, président de l'UNAB.¹⁶

Le label Biogarantie Belgium concerne les produits qui ont été élaborés en Belgique et dont l'ingrédient primaire (constituant plus de 50% de celui-ci ou qui est généralement associé au nom du produit alimentaire par le consommateur) a été cultivé en Belgique.

Lorsque plusieurs pays sont impliqués dans la production d'un produit, la dernière transformation substantielle du produit doit avoir eu lieu en Belgique.

Pour inscrire les relations commerciales dans la durée, au moins un entretien par an doit se tenir entre les producteurs et leurs clients en ce qui concerne les volumes, la politique de prix et les conditions de qualité, dans l'objectif d'établir un accord pour une durée d'un an. Le paiement au producteur doit, lui, être effectué dans les 30 jours après la livraison.

Élément commun au label Biogarantie et Biogarantie Belgium concernant le commerce durable : Les aliments préparés et transformés qui contiennent plus de 5% de sucre de canne, de cacao, de café, de banane ou de thé, qui proviennent d'un pays où la durabilité sociale n'est pas d'application, ne peuvent porter le label Biogarantie que si l'ingrédient en question est certifié selon un cahier des charges sur la responsabilité sociale par un organisme reconnu par l'ASBL Biogarantie.¹⁷ L'annexe 2 du cahier des charges reprend la liste des démarches sociales reconnues par Biogarantie (on y retrouve Fairtrade, Fair for Life (IMO), Naturland Fair, Rainforest Alliance...), ainsi que les pays où ces démarches sont d'application.

Les premiers produits labellisés

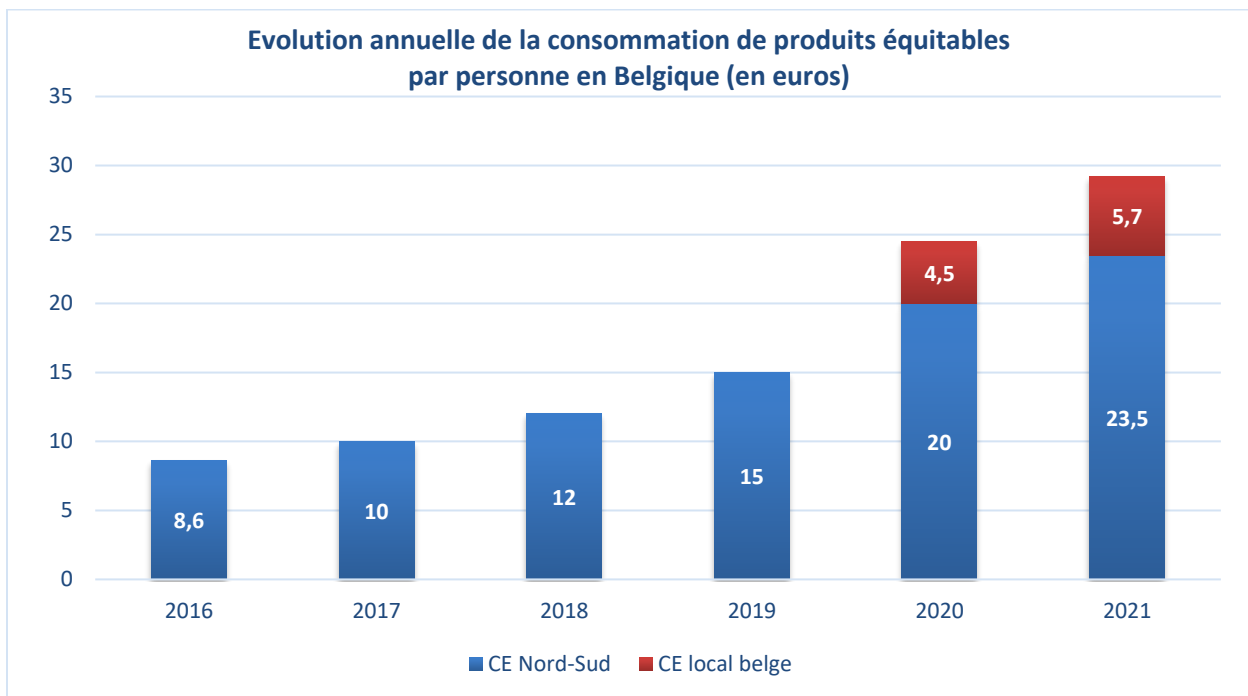
Les produits vendus par Biofresh ont été parmi les premiers labellisés Biogarantie Belgium qui compte maintenant une vingtaine de labellisés en Flandre et huit en Wallonie. Précisons que ce sont bien les produits des agriculteurs belges qui sont labellisés. *“Ou dans le cas d'un producteur laitier, c'est sa ferme qui sera labellisée. Les magasins, non, mais ils auront la possibilité de valoriser le label Biogarantie Belgium.”*



© Label Biogarantie Belgium

EN BELGIQUE, LES VENTES DE PRODUITS ÉQUITABLES LOCAUX GAGNENT EN IMPORTANCE

Chaque année, le Trade for Development Centre d'Enabel (l'Agence belge de développement) calcule une estimation des ventes de produits équitables. L'évolution est largement positive. Sur les 29,28 euros dépensés par personne en 2021, 23,55 euros sont allés aux produits du commerce équitable Sud-Nord (café, cacao, bananes, fleurs...) et 5,72 euros aux produits du commerce équitable local belge, en croissance de pratiquement 27%.



II. DU CÔTÉ DES LABELS INTERNATIONAUX DE COMMERCE ÉQUITABLE

Fair for Life



De nombreux produits du commerce équitable *Origine France* sont certifiés par Fair for Life. Par exemple, en août 2020, les Vignobles Gabriel & Co sont devenus le premier opérateur viticole français reconnu commerce équitable.

Le programme de certification Fair for Life a été créé en Suisse, en 2006, par la Bio-Foundation et par l'IMO (Institute for Marketecology).

L'objectif consistait à permettre à tous les producteurs et acteurs du commerce équitable – y compris ceux qui ne parviennent pas à entrer dans le système de Fairtrade International - de bénéficier d'une certification indépendante attestant le respect de critères tels qu'une rémunération équitable, le refus du travail forcé et du travail des enfants, la liberté d'association, des conditions de travail sûres et décentes, etc. Fair for Life est un label destiné à tous le

produits, à tous les pays et à toutes les chaînes de production.

Le label encourage un modèle économique de chaîne d'approvisionnement qui vise la résilience de chaque maillon. La certification Fair for Life est un outil qui permet la valorisation et la protection de filières exemplaires, où les acteurs ont choisi d'agir de manière responsable, en mettant en œuvre de bonnes pratiques économiques, sociales et environnementales. En suivant le cadre défini par la certification Fair for Life, les producteurs, les transformateurs et les détenteurs de marques peuvent sécuriser leurs ventes et leurs approvisionnements, grâce à des outils tels que les contrats à long terme qui incluent des prix et des volumes fixes, et en établissant une véritable relation entre les uns et les autres. Depuis 2017, les standards Fair for Life et Ecocert Equitable ont fusionné pour aboutir à la nouvelle certification Fair for Life, gérée par Ecocert SA.

Le système de garantie de WFTO



En 2013, l'Organisation mondiale du commerce équitable (WFTO) a lancé un système de garantie du commerce équitable¹⁸ adapté à ses membres. Il compte 5 éléments : une procédure d'admission des membres, une procédure

d'auto-évaluation, un audit de surveillance, une évaluation entre pairs et le Fair Trade Accountability Watch (FTAW), un mécanisme de suivi participatif permettant à tout un chacun de dénoncer les non-respects des critères.

Les membres qui passent les différentes étapes du système de garantie accèdent au statut d'Organisation certifiée de commerce équitable

(Guaranteed Fair Trade Organisation). Ils peuvent dès lors utiliser le label WFTO sur leurs produits, label qui atteste du respect des critères de commerce équitable établis par WFTO.

Lors de l'assemblée générale de 2017 à Dehli, WFTO a décidé d'ouvrir ses normes aux producteurs du Nord, qui doivent se conformer aux exigences de base de WFTO et aux dix principes du commerce équitable.

Par ailleurs, pour devenir membres de WFTO les acteurs du Nord doivent être des petits producteurs, artisans ou agriculteurs économiquement marginalisés, ou travailler

avec un groupe (c'est-à-dire une association ou une coopérative) de petits producteurs, d'artisans ou d'agriculteurs marginalisés.

Les petits producteurs (artisans ou agriculteurs) sont définis comme étant des organisations opérant à petite échelle et n'ayant pas les moyens de fournir de gros volumes en tant que producteurs industrialisés.

S'il s'agit d'agriculteurs, ces derniers doivent être certifiés bio ou être en conversion ou encore être impliqués dans un système de garantie participative (SGP).¹⁹

Fairtrade



® Suite aux différentes crises que connaît le monde agricole en Europe, le plus connu des labels de commerce équitable, le label Fairtrade, a été incité « à mettre à jour sa stratégie internationale, en intégrant les chaînes d'approvisionnement agricoles européennes dans le panorama des bénéficiaires potentiels de son modèle. »²⁰ Différents projets pilotes sont développés, comme en France dans des filières blé et lait, et en Italie dans la tomate (voir plus loin les paragraphes consacrés à ces deux pays).

III. QUELQUES INITIATIVES DE COMMERCE ÉQUITABLE LOCAL EN EUROPE

FRANCE

En France, le développement du commerce équitable local a été le fait à la fois des initiatives de commerce Sud-Nord, comme Ethiquable ou Alter Eco, mais aussi du mouvement paysans français. La loi nationale sur le commerce équitable encadre la démarche, tout comme la charte sur le commerce équitable « Origine France ». Et pas moins de huit labels permettent d'en certifier les produits ou services. Le résultat est une explosion des ventes pour le secteur du commerce équitable, y compris pour les filières internationales (café, cacao, etc.). Petit tour d'horizon.

Les précurseurs

Deux entreprises connues de commerce équitable, Alter Eco et Ethiquable, ont offert dès 2011 une nouvelle démarche équitable, bio et locale aux petits agriculteurs français. Ethiquable défend depuis toujours les petits paysans. Pas question pour elle de commercialiser des produits « équitables » en provenance de grandes plantations. Fidèle à cette logique, la gamme Paysans d'ici repose sur une charte pour maintenir en France une agriculture paysanne. Alter Eco, quant à elle, lançait une gamme de

produits issus de l'agriculture hexagonale avec la Corab, coopérative biologique spécialisée dans les légumineuses, céréales et oléagineuses.²¹ Ces deux entreprises du commerce équitable « classique » avait été précédée par le réseau de détaillants Biocoop engagé depuis longtemps dans la distribution de produits de commerce équitable Nord Sud et qui a initié, dans les années 2000, des partenariats avec des organisations de producteurs français.

La loi sur le commerce équitable

La législation française applicable aux petites entreprises, qui décrit et reconnaît la notion de « commerce équitable » depuis 2005, l'a élargie en mai 2014 aux relations Nord-Nord. Elle inscrit le commerce équitable dans la stratégie nationale du développement durable et précise qu'il a pour « *objet d'assurer le progrès économique et social des travailleurs en situation de désavantage économique du fait de leur précarité, de leur rémunération et de leur qualification, organisés au sein de structures à la gouvernance démocratique, au moyen de relations commerciales avec un acheteur* ».

Ces relations doivent répondre à trois conditions :

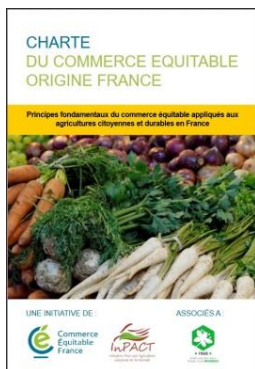
- Un engagement dans la durée.
- Le paiement d'un prix rémunérateur « *établi sur la base d'une identification des coûts de production et d'une négociation équilibrée entre les parties au contrat.* »
- « *L'octroi par l'acheteur d'un montant supplémentaire obligatoire destiné aux projets collectifs, en complément du prix d'achat ou intégré dans le prix, visant à renforcer les capacités et l'autonomisation des travailleurs et de leur organisation.* »

Par ailleurs, les entreprises qui se proclament de cette démarche doivent « *produire des informations relatives à la traçabilité des produits* » et participer « *à des actions de sensibilisation et d'éducation à des modes de production et de consommation socialement et écologiquement durables* ».

Seuls les produits satisfaisant à ces différents éléments peuvent comporter le terme "équitable" dans leur dénomination de vente²²

La loi française sur le climat, adoptée le 4 mai 2021 à l'Assemblée nationale complète le cadre réglementaire. Elle reconnaît officiellement le commerce équitable comme un accélérateur de la transition écologique et solidaire. Elle stipule que le commerce équitable valorise des modes de production plus respectueux de l'environnement comme l'agroécologie, en les rendant plus durable. Une entreprise se réclamant du commerce équitable a dorénavant l'obligation d'avoir recours à un label.

La Charte nationale du commerce équitable origine France



Créée en 2014 sous l'appellation « Charte nationale du commerce équitable local », la Charte nationale du commerce équitable origine France a changé de nom en 2018. Elle a été lancée à l'initiative de la Plate-forme du

commerce équitable (PFCE) et du réseau d'Initiatives pour une agriculture citoyenne et territoriale (Inpact National), en partenariat avec la Fédération nationale de l'agriculture biologique (Fnab).

Elle structure treize principes fondamentaux autour de trois engagements : dans une relation

commerciale équitable et responsable, pour une agriculture citoyenne et durable, et pour le changement des pratiques commerciales.

*« Cette charte a vocation à rassembler et à donner de la visibilité et de la cohérence aux multiples démarches économiques ou labels, qui émergent depuis quelques années. En cela, elle répond à une forte demande citoyenne en faveur de relations économiques plus équitables également en France. Elle doit permettre de consolider les expérimentations en cours, en leur fournissant aussi un cadre de capitalisation et d'échanges de bonnes pratiques. »*²³

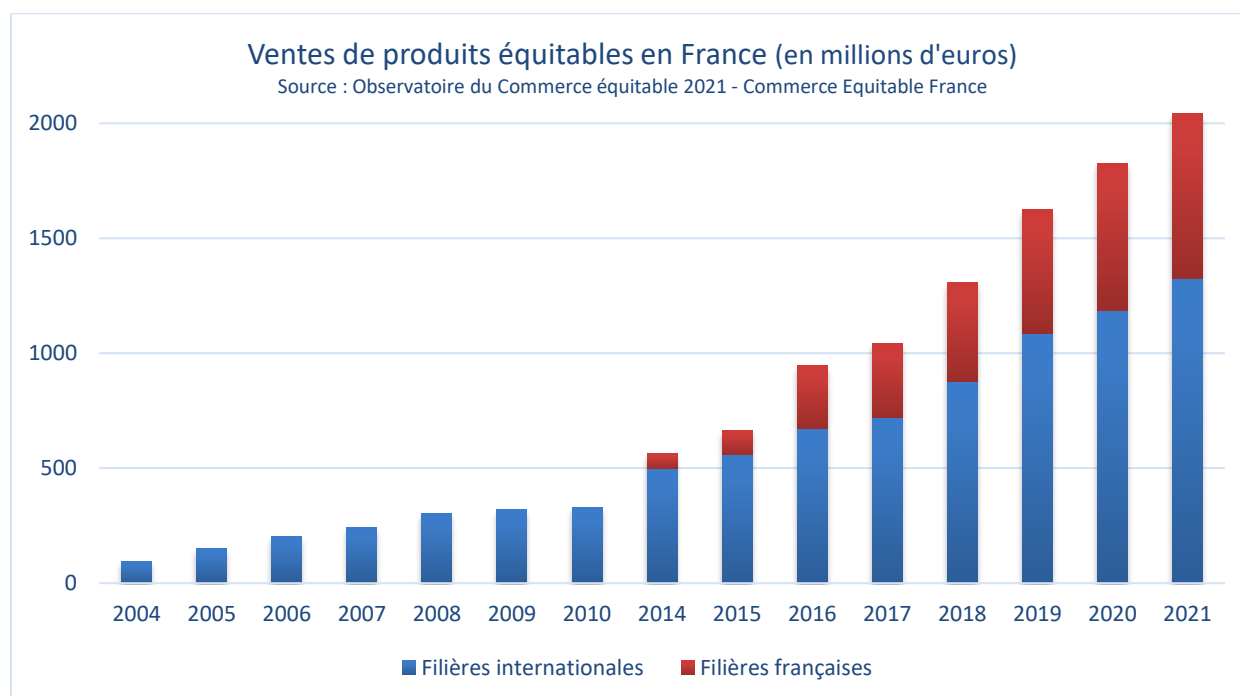
Cette charte n'est pas un système de garantie servant de base à une certification, mais bien un cadre de référence.

Les principes fondateurs de la charte

<p>I. L'ENGAGEMENT DANS UNE RELATION COMMERCIALE ÉQUITABLE ET RESPONSABLE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Un prix transparent et rémunérateur • Un partenariat commercial sur du long terme • Une relation non exclusive qui préserve l'autonomie des producteurs • Un projet de développement partagé • Une filière éco-responsable • Des conditions de travail dans le respect de la dignité humaine
<p>II. L'ENGAGEMENT POUR UNE AGRICULTURE CITOYENNE ET DURABLE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Une agriculture citoyenne et territoriale • Des pratiques agricoles durables, autonomes et transparentes, qui s'appuient sur des modes de production biologique et/ou agro écologique paysans • Une organisation de producteurs à taille humaine et démocratique • Une production basée sur les ressources et spécificités locales
<p>III. L'ENGAGEMENT POUR LE CHANGEMENT DES PRATIQUES COMMERCIALES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Transparence et communication vis-à-vis des consommateurs • Sensibilisation et éducation des consommateurs • Plaidoyer à destination des décideurs économiques et politiques

Les ventes explosent

Depuis que le commerce équitable concerne également les produits « Origine France », en 2014, les ventes du secteur ont explosé. Elles ont été multipliées par 4 en sept ans. Et ce n'est pas au détriment des produits issus des pays du Sud, comme on peut le voir dans le tableau ci-dessous. Entre 2018 et 2021, les produits du Sud ont représenté en moyenne 66% des ventes et les produits français 34%.



Quelques labels

Biopartenaire



Biopartenaire est un label, créé en 2002, qui fait la synthèse entre l'agriculture biologique et le commerce équitable ; le bio ne garantissant en effet pas une juste rémunération des producteurs et le commerce équitable n'étant pas forcément synonyme de respect de l'environnement.

Le label permet d'encadrer les relations entre producteurs, fournisseurs d'intrants, grossistes, et transformateurs en assurant des débouchés à un prix minimum garanti aux producteurs sur une période de 3 ans minimum. Les transformateurs

s'y retrouvent car ils ont des produits de qualité à leur disposition. Des contrôles sont réalisés à toutes les étapes des filières par des organismes tiers selon les cahiers des charges de deux standards : Fair for Life et FiABLE.

Biopartenaire a fait le choix de ne labelliser que des produits distribués dans des magasins d'alimentation biologique ou assimilés. Fin 2021, le cap des 1000 références a été franchi, issues de plus de 90 opérateurs et de 60 filières dans le monde, dont 15 en France. Elles vont des céréales aux noix de cajou, en passant par le thé, le riz, l'élevage ou les plantes aromatiques et médicinales.

Le Label Tourisme équitable



L'Association pour le Tourisme Équitable et Solidaire est un réseau français d'acteurs et de spécialistes du tourisme équitable et solidaire. Créée en 2006, elle regroupe des voyageurs, des opérateurs relais et des membres associés, tous engagés pour faire du voyage un levier de développement et de solidarité internationale.

Historiquement réservé aux voyageurs, et ouvert début 2020 aux acteurs du tourisme en France, le label Tourisme Équitable est désormais accessible sans condition d'adhésion préalable à l'ATES aux professionnels engagés dans une démarche éthique, responsable et solidaire qui

souhaitent valoriser leur offre de séjours, d'activité ou d'accueil. Il s'adresse aux voyageurs spécialisés et généralistes qui souhaitent faire labelliser tout ou une partie de leur offre et aux structures d'accueil touristique en France (hébergements, sites de loisirs, sites culturels, prestataires d'activité, événements, restaurants, agences réceptives en France...).

A travers près de 50 critères, le label garantit une gestion équitable des achats et des partenariats, une activité qui préserve l'environnement et les ressources naturelles, une gestion démocratique et juste de l'organisation, une activité ancrée dans son territoire et bénéfique aux habitants.

Bio Equitable En France



Le label BIO ÉQUITABLE EN FRANCE a été lancé le 12 mai 2020 par Ethiquable et Biocoop, un réseau de 637 magasins bio. Il regroupe près de 5000 fermes paysannes (fédérées dans 34 groupements agricoles) et 46 entreprises de produits biologiques afin de défendre une agriculture d'origine France, équitable et 100% bio. Les groupements ont décidé d'associer les entreprises de transformation (laiterie, charcuterie, meunier...) dans la labellisation et la gouvernance afin de créer des filières cohérentes.

Le label cible les fermes familiales organisées en groupement autonome. Des critères encadrent précisément la taille des exploitations pour soutenir des fermes nombreuses sur le territoire, génératrices d'emplois et de revenus. Le référentiel mise sur des groupements indépendants de producteurs, metteurs en marché de leurs produits qui portent les valeurs coopératives et démocratiques. Les fermes doivent être certifiées bio. La mise en oeuvre de pratiques agroécologiques fait partie intégrante des changements de mode de production encouragés par le référentiel.

Le label garantit des prix définis par les producteurs et un contrôle régulier. Chaque groupement de producteurs établit son prix selon :

- Les coûts de production agricoles (intégrant le risque agricole) ;
- Une rémunération suffisante pour satisfaire les besoins fondamentaux et améliorer le niveau de vie des producteurs, ainsi que celui de leurs familles ;
- Une marge permettant aux groupements de producteurs de couvrir leur fonctionnement et de réaliser les investissements nécessaires à l'amélioration de l'efficacité de leur outil de production et de la commercialisation de leurs produits.

Depuis la rentrée 2020, tous les produits Paysans d'ici sont labellisés BIO ÉQUITABLE EN FRANCE. Le label est présent dans les magasins spécialisés comme dans les supermarchés.

Le label FNAB



La Fédération Nationale d'Agriculture Biologique (FNAB) a lancé en 2020 son propre label. « *La FNAB labellise des fermes qui respectent les critères biodiversité et sociaux du cahier des charges. Les marques (transformateurs ; distributeurs) qui se fournissent en produits agricoles auprès de fermes labellisées FNAB ne pourront labelliser leurs produits que si elles respectent les critères du commerce équitable. (...) Le label FNAB peut se trouver dans tous les canaux de distribution, dans les circuits longs, comme dans les circuits courts : vente directe, magasin spécialisé, GMS...* »²⁴ Les courgettes, maïs, haricots verts et carottes ont été les premiers produits concernés.

Agri-Éthique



Créé en 2013 par le groupe coopératif Cavac en Vendée, Agri-Éthique est aujourd'hui le premier label de commerce équitable français. Tout a commencé avec la filière blé, en réponse à la volatilité des prix, mais Agri-Éthique concerne aujourd'hui également d'autres céréales comme le seigle, l'épeautre et l'orge, ou encore les filières des produits laitiers, de la viande, des fruits, du miel, du sel, des légumes et des légumineuses. Le label travaille avec 22 collectifs de producteurs et plus de 1700 exploitations agricoles. Résultat : plus de 500 produits sont labellisés.

La démarche d'Agri-Éthique repose sur des accords multipartites entre agriculteurs, stockeurs, transformateurs et distributeurs sur 3 ans minimum pour assurer aux premiers une sécurité économique et une juste rémunération. Les coûts de production de la région concernée et les caractéristiques des exploitations agricoles du secteur servent de base à la fixation des prix garantis.

En 2021, le label représentait 394 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit 56% du chiffre d'affaires des produits labellisés commerce équitable origine France. Outre les volumes générés, le label est également important pour la mobilisation des filières agricoles conventionnelles et pour les accompagner dans la transition agroécologique.

Max Havelaar France



Max Havelaar expérimente depuis le 5 mai 2021 un élargissement de sa mission au commerce équitable de produits locaux en travaillant plus particulièrement sur les filières blé du Gers et lait des Charentes et du Poitou.

Max Havelaar utilise une méthode de fixation du prix garanti en fonction des coûts de production, des spécificités du territoire et d'un objectif chiffré de revenu. « *Nous avons utilisé les leçons de nos filières historiques pour créer ce nouveau cahier des charges adapté à la France, en dialoguant avec les producteurs.* » affirme Blaise Desbordes, DG de Max Havelaar France. Le lait peut en outre être associé à des ingrédients comme le cacao, la vanille ou le café produits par des agriculteurs d'Afrique d'Asie ou d'Amérique latine.

La traditionnelle prime collective propre au commerce équitable, l'éligibilité automatique en cas de conversion vers le bio et un cahier des charges compatible Haute Valeur Environnementale-HVE, sont des outils d'accompagnement vers une agriculture durable. L'approche territoriale et l'éligibilité des jeunes en installation contribueront au maintien de l'activité agricole dans les territoires en déprise. Le Logo Fairtrade pourra être apposé sur les produits avec une mention distinctive Nord.

En mai 2022, la labellisation équitable Max Havelaar France pour les filières françaises de blé et lait s'est concrétisée avec la sortie des premiers produits mêlant ingrédients de pays en développement (vanille de Madagascar et sucre de canne) et de France (lait du Cotentin).

Les principales garanties du standard Fairtrade/Max Havelaar pour les filières blé et lait en France

<p>Pour les producteurs et productrices</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Un prix minimum payé aux agriculteurs et défini sur la base des prix de revient • Une prime financée par l'ensemble des maillons en aval de l'organisation de producteurs, gérée collectivement par les producteurs et dédiée aux projets sociaux et à la transition écologique • Engagement de l'ensemble de la filière sur des contrats pluriannuels
<p>Pour améliorer l'impact de l'engagement des acteurs de la filière équitable</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Certification destinée aux agriculteurs vulnérables des territoires vulnérables • Certification destinée aux agriculteurs jeunes installés • Certification conçue pour soutenir la transition écologique • Certification adressée aux agriculteurs organisés collectivement
<p>Support de l'organisation collective aux producteurs</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Accompagnement pour atteindre les exigences de la certification • Formation à des pratiques plus durables
<p>Pour l'environnement et la santé humaine</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contrôle du respect du cadre réglementaire environnemental • Critères articulés avec la certification Haute Valeur Environnementale – HVE • Encadrement de l'utilisation des produits phytosanitaires • Exigence évolutive sur les marqueurs transition écologique (utilisation des produits phytosanitaires, fertilisation, stockage des effluents d'élevage, utilisation de l'eau, couverture des sols, entretien des espaces de biodiversité, alimentation animale, bien-être animale...).

ITALIE

Solidale Italiano

L'Italie est un véritable pionnier du commerce équitable Nord-Nord. En 2010, Altromercato, la plus importante organisation de commerce équitable du pays, à laquelle sont également affiliés 300 magasins du monde, lance sa ligne Solidale Italiano, après des années de préparation. L'objectif est de proposer des produits issus de coopératives sociales, en première instance, ceux de Libera Terra. Depuis 1995, ce mouvement lutte dans tout le sud de l'Italie contre la mafia à travers, notamment, des projets agricoles démarrés sur les terres confisquées aux mafiosi.

L'offre dans les magasins du monde italiens est ainsi étoffée grâce à des produits locaux comme le vin et l'huile d'olive, le *limoncello*, la *passata* et les *pommodori*. Elle s'est aussi enrichie de produits de coopératives travaillant avec des détenus ou des jeunes à la dérive, mais aussi de jus et de confitures de myrtilles en provenance de Bosnie, via un projet avec des organisations pour la paix. Un très grand nombre de magasins du monde italiens s'engagent en outre en faveur de la diffusion de produits bios locaux, indiquant de la sorte clairement qu'ils luttent en faveur d'un autre modèle agricole, tant au Sud qu'au Nord.

Fairtrade Italia

Symbole de l'agriculture italienne, la filière de la tomate a été choisie par Fairtrade Italia pour développer un projet pilote de commerce équitable local. C'est un euphémisme, les conditions de travail des agriculteurs et ouvriers à la fois au niveau de la production et de la transformation ne sont pas toujours idéales dans cette chaîne de valeur. « *Dans le sud de l'Italie, la vie des travailleurs agricoles étrangers est si bon marché que de nombreuses ONG ont décrit leurs conditions comme une forme moderne d'esclavage.* »²⁵

Dans sa nouvelle approche l'organisation a maintenu deux des principaux piliers de la certification Fairtrade « traditionnelle » : le prix minimum et la prime Fairtrade destinée à améliorer les conditions sociales. La traçabilité physique n'est pour l'instant pas exigée et les charges administratives sont maintenue au strict minimum.

Pour pouvoir lancer son projet, Fairtrade Italia a bénéficié de la contribution de deux projets SIPLA (Système intégré de protection des travailleurs agricoles), financés conjointement par le ministère du Travail et des Politiques sociales (dans le cadre du Plan national sur l'inclusion) et par le Fonds européen pour l'asile, la migration et l'intégration, géré par le ministère de l'Intérieur.

La première phase du projet s'est déroulée de 2020 à 2022, avec entre autres des audits de terrain et des sessions d'échange et de formation avec des opérateurs internationaux de premier plan dans le secteur.

Un test commercial est prévu dans un deuxième temps, ainsi que l'extension du modèle à d'autres produits agricoles d'origine italienne. Une stratégie de communication pour le commerce équitable local est également en cours d'élaboration.²⁶



Un travailleur migrant sénégalais montre des tomates récoltées dans une exploitation agricole italienne. © [REUTERS/Alessandro Bianchi](#).

ALLEMAGNE

Naturland Fair

Pionnière en matière d'agriculture et de certification depuis 1982, l'organisation allemande Naturland a, en 2009, complété son système de certification par un volet équitable.



Celui-ci s'adresse prioritairement aux producteurs, coopératives, transformateurs alimentaires et commerciaux d'ores et déjà certifiés Naturland bio et qui veulent renforcer leur engagement par une meilleure prise en compte des dimensions sociales et économiques.

Déjà reconnue pour la qualité et la rigueur de ses cahiers des charges en matière de production biologique, l'association internationale basée en Allemagne a, en effet, développé ce nouveau label pour disposer d'une structure de certification intégrée autour des 3 piliers du développement durable : agriculture biologique (environnement), responsabilité et justice (social) et commerce équitable (économie).

La primeur en est revenue justement à un groupe de producteurs originaire des Alpes bavaroises dont le lait bio équitable est transformé en une large gamme de produits comme le lait chocolaté vendu par Gepa, la principale organisation allemande de commerce équitable. D'autres partenaires et producteurs leur ont emboîté le pas, comme les agriculteurs italiens de la région des Marches qui fournissent

du blé dur comme ingrédient de base des spaghettis quinoa.

Si le référentiel Naturland Fair est en théorie applicable à tout type de produits, on le retrouve plutôt dans l'agroalimentaire, dans les pays du Sud (pour les producteurs de café, d'huile d'olive, de thé, de fruits, etc.) mais aussi dans les pays du Nord (produits laitiers, produits céréaliers et autres fruits et légumes).

Fondé sur une expérience de bientôt 40 ans dans le domaine de la certification biologique et sur



Agriculteurs bavarois promouvant "leur" chocolat équitable © Gepa

des échanges de savoir-faire avec des organisations équitables reconnues, ce label paraît aussi exigeant que son grand frère biologique. Par exemple, les produits affichant le logo "Naturland Fair" logo doivent être composés autant que possible de 100 % d'ingrédients équitables et "cela vaut pour le lait ou le blé d'Allemagne ainsi que pour des produits tels que le café ou les fruits tropicaux".

FairBio



Le label FairBio a été créé en 2017 afin de sensibiliser les producteurs, les commerçants, les transformateurs et les consommateurs à la question de l'équité au niveau des produits biologiques nationaux. Outre des prix équitables pour les produits, l'organisation prévoit des écarts salariaux maximums en fonction de la taille des exploitations, des entreprises.

AUTRICHE ET SUISSE

Depuis 1986, l'EZA, une organisation autrichienne, présente un groupe d'agriculteurs autrichiens du Mühlviertel en tant que partenaire pour des thés aromatiques bios. On y retrouve par ailleurs ci et là quelques producteurs Est-européens, même si leur nombre est extrêmement limité pour l'instant.

Claro, l'organisation suisse de commerce équitable, a conclu en 2004 un partenariat avec des agriculteurs originaires des villages de montagne autour de Tirana. Les consommateurs suisses ont ainsi le choix entre une huile d'olive équitable produite en Albanie ou en Palestine.

GRÈCE

La coopérative d'économie solidaire Syn Allois (qui signifie "ensemble avec les autres" en grec) a été fondée à Athènes à l'automne 2011. Membre de l'organisation mondiale du commerce équitable (WFTO), Syn Allois vend des produits équitables et de solidarité en provenance des pays du Sud, comme du café du Chiapas au Mexique. Au siège social dans la capitale grecque - qui est aussi un magasin, un centre de distribution et un espace d'accueil pour événements - Syn Allois propose également des produits issus de projets collectifs locaux et de petits agriculteurs et fabricants avec lesquels elle entretient des relations directes et à long terme.²⁷ Syn Allois distribue ces produits dans toute la Grèce, par l'intermédiaire d'un réseau alternatif composé principalement de détaillants et de cafés de l'économie sociale et solidaire.

IV. TYPOLOGIE DES ACTEURS

Dans cette publication, le choix a été fait de regrouper des initiatives de commerce équitable local en Belgique - en rassemblant d'abord les initiatives émanant d'acteurs du commerce équitable « classique » Sud-Nord, ensuite celles d'acteurs spécifiques au commerce équitable local ou du mouvement de l'agriculture biologique - avant de présenter certains labels internationaux certifiant le commerce équitable local et quelques initiatives dans d'autres pays européens.

D'autres classifications auraient pu être effectuées en ne tenant pas compte des origines des initiatives. Les labels auraient par exemple pu être regroupés quelle que soit leur portée (nationale ou universelle), ou encore les initiatives émanant des mouvements de l'agriculture biologique. Le tableau ci-dessous a pour objectif de proposer une classification des différentes initiatives présentées dans cette publication.

	Marques/Gammes	Labels		Circuits-courts
		Universels	A portée nationale	
Issus du commerce équitable « classique » Sud-Nord	<ul style="list-style-type: none"> • Paysans d'Ici (Ethiquable) • Paysans du Nord (Oxfam-MDM) • Coffret miel du monde (MMH) • Solidale Italiano (Italie) • Oxfam Fair Trade • EZA (Autriche), Claro (Suisse) et Syn Allois (Grèce) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fair for Life • WFTO • Fairtrade (projets pilotes) 	<ul style="list-style-type: none"> • Bio Equitable En France • ATEs (label Tourisme équitable) 	
Issus de mouvements d'agriculture biologique		<ul style="list-style-type: none"> • Naturland Fair (Allemagne) 	<ul style="list-style-type: none"> • Biogarantie Belgium • Bio Français Equitable • FairBio (Allemagne) 	
Issus de producteurs agricoles	<ul style="list-style-type: none"> • Fairebel • Faireswiss 		<ul style="list-style-type: none"> • Prix Juste Producteur • Agri-Ethique (France) 	
Issus de coopératives de producteurs /consommateurs (circuits courts)				<ul style="list-style-type: none"> • Li Terroir • Agricovert • 5C, Coopesem et Paysans-Artisans • Open Food Network
Issus de transformateurs	<ul style="list-style-type: none"> • La Brasserie Coopérative Liégeoise • La Brasserie de la Lesse 			

V. ANALYSE TRANSVERSALE

Cette analyse transversale de différents acteurs de commerce équitable local a pour objectif de mettre en lumière les similitudes ainsi que les divergences au niveau des approches, en vue éventuellement d'identifier les principales caractéristiques de ce que l'on pourrait appeler un commerce équitable local pour la Belgique.

Quelles sont les facteurs de différenciation par rapport aux filières conventionnelles, que ce soit au niveau des profils d'acteurs et de la gouvernance, des modes de production, des pratiques commerciales, des méthodes de fixation des prix ou des projets sociaux collectifs ?

DEFINITION ET CRITERES DU COMMERCE EQUITABLE

En amont de l'analyse, il est nécessaire de rappeler la définition du commerce équitable et ses principales caractéristiques.

Le commerce équitable est en effet né du constat que les écarts de richesse entre les populations riches et pauvres ne cessent de se creuser, et de la volonté de pratiquer un commerce plus juste. Le commerce équitable se propose en effet de changer la manière dont est pratiqué le commerce grâce à des prix plus rémunérateurs, des conditions de travail décentes pour les agriculteurs, les artisans et les travailleurs.

En 2001, les principaux réseaux mondiaux du mouvement du commerce équitable ont approuvé la définition suivante : « Le commerce

équitable est un partenariat commercial fondé sur le dialogue, la transparence et le respect visant à garantir une plus grande équité dans le commerce international. Il contribue au développement durable en proposant de meilleures conditions commerciales aux producteurs et aux travailleurs marginalisés, particulièrement dans les pays en développement, tout en sécurisant leurs droits. Les Organisations du commerce équitable, appuyées par les consommateurs, s'emploient à soutenir activement les producteurs, à sensibiliser et à faire campagne pour obtenir un changement des règles et pratiques du commerce international conventionnel. »

En complément, l'Organisation mondiale du commerce équitable (WFTO) a énoncé 10 principes du commerce équitable :

1. Créer des opportunités pour les producteurs économiquement désavantagés.
2. Favoriser la transparence et la responsabilité.
3. Garantir des relations commerciales fondées sur la confiance et le respect mutuel.
4. Garantir une rémunération équitable
5. Proscrire le travail des enfants et le travail forcé.

Des prix et des rémunérations équitables

C'est la principale caractéristique qui unit les initiatives de commerce équitable local belge et européen : partir des coûts de production et non pas du marché pour déterminer un prix, une rémunération équitable, en concertation avec les producteurs.

Plus spécifiquement, pour le label Prix Juste Producteur, le prix « se définit au travers des coûts de production, en ce compris la notion de rémunération du travail » et « se définit au travers de la qualité ».

Pour le collectif 5C : « *Le juste prix n'est pas le prix le plus bas, mais le prix permettant une rémunération suffisante à un producteur raisonnablement efficace à l'intérieur du paradigme agroécologique.* »

Oxfam Fair Trade et Fairebel semblent être les seuls pour l'instant à fixer des prix minimums : 45

cents/l pour le lait Fairbel (après que l'European Milk Board ait réalisé une étude européenne des coûts de production) et 1 euro/kg pour les fruits de cette même marque (pommes et poires).

BFTF prévoit en outre une répartition équitable de la plus-value aux différents maillons de la chaîne. Paysans d'ici (Ethiquable) fixe cette répartition en réservant la part la plus importante (au moins 40%) du prix payé par le consommateur aux producteurs.

Quant au préfinancement des commandes, il est prévu par BFTF, Paysans d'ici, Fair for Life et Paysans du Nord (Oxfam-Magasins du monde).

Le paiement des producteurs dans un délai raisonnable devrait être constitutif d'une rémunération équitable : ce délai est de 30 jours maximum pour Prix Juste Producteur et Biogarantie Belgium.

Des producteurs organisés

C'est la deuxième principale caractéristique des différentes initiatives de commerce équitable local en Belgique présentées dans cette étude. A l'exception du label Biogarantie Belgium et de Miel Maya Honing (au vu des faibles volumes en jeu pour ce dernier), les producteurs du

commerce équitable local doivent faire partie d'un groupement de producteurs disposant d'un mode de gouvernance démocratique, que celui-ci soit informel ou formalisé par exemple sous la forme d'une coopérative de producteurs ou de coopératives de producteurs/consommateurs.

Des conditions de travail décentes

De bonnes conditions de travail et plus généralement le respect des conventions de base de l'Organisation internationale du travail (OIT), comme la liberté syndicale, l'absence de travail forcé... font partie des critères de base du commerce équitable. Ceci est rappelé par Oxfam-Magasins du monde dans le cadre de sa charte « Paysans du Nord », par BFTF et Oxfam

Fair Trade, ainsi que par les labels Fair for Life et de WFTO, tous spécialistes du commerce équitable Sud-Nord.

Ces notions sont peut-être moins mises en avant par d'autres initiatives de commerce équitable local car les législations en Europe les ont déjà intégrées.

Agriculture familiale et producteurs marginalisés

Le commerce équitable affirme travailler avec des producteurs marginalisés. Que pourrait recouvrir cette notion pour les producteurs belges et européens ? Donne-t-elle la priorité à une agriculture familiale à petite échelle ?

Dans son document *Nothern producers within WFTO*, l'Organisation mondiale du commerce équitable définit les personnes ou communautés marginalisées comme étant « confinées à la partie inférieure ou en marge de l'économie, et qui sont empêchées de participer à l'activité économique principale par des facteurs indépendants de leur volonté ». Les facteurs qui font qu'une personne est « économiquement marginalisée » varient considérablement d'un endroit à l'autre mais, selon WFTO, comprennent au minimum un des éléments suivants :

- vivre dans une région ou un pays où les possibilités d'emploi sont insuffisantes, en d'autres termes, dans un endroit où le chômage est élevé et persistant ;
- avoir un manque ou un accès insuffisant (notamment pour des raisons financières) à l'éducation ou à une formation professionnelle ;
- être mentalement ou physiquement handicapé au point d'entraver l'emploi conventionnel ;
- souffrir d'une discrimination qui l'empêche de profiter des possibilités d'emploi ou d'éducation/de formation existantes (dignes) ;
- être incapable de s'engager sur le marché en tant que partenaire commercial égal en raison de règles commerciales injustes, de monopoles dominants ou de restrictions politiques.

Et de donner entre autres comme exemple « *les agriculteurs organisés en coopératives qui ne sont pas en mesure d'assurer une vie digne à leur famille et risquent donc d'être contraints d'abandonner l'agriculture* ». On peut ici rappeler qu'entre 1980 et 2019, la Belgique a perdu 68% de ses exploitations agricoles. Ce phénomène a été de pair avec une augmentation importante de la taille moyenne des exploitations : de 8,4 ha en 1980 à 26,7 ha en 2019.²⁹

Le travail avec des exploitations familiales de petites tailles sont donc au cœur des actions des initiatives comme Paysans du Nord, Paysans d'ici, Oxfam Fair Trade et BFTF. C'est justifié par le fait que l'agriculture familiale et paysanne doit faire face à la concurrence des grandes entreprises agroalimentaires. Leurs salaires sont trop bas, leurs revenus incertains.

Pour obtenir les labels Fair for Life ou WFTO, les organisations doivent être ou travailler avec des groupes de producteurs (artisans ou agriculteurs) économiquement marginalisés.

WFTO et Fair for Life donnent la priorité aux petits producteurs (définis par WFTO comme étant des organisations opérant à petite échelle et qui n'ont pas les moyens de fournir de gros volumes en tant que producteurs industrialisés) tout en laissant la porte ouverte à la certification de très grandes exploitations et à l'agriculture sous-contrat. BFTF prévoit l'empowerment des producteurs et de leur famille, ainsi que la mutualisation des ressources et des compétences.

Ancrage local – circuits courts ?

BFTF, Paysans du Nord, Paysans d'ici, Oxfam Fair Trade et le Collectif 5c font clairement référence à des circuits-courts s'inscrivant dans une dynamique valorisant le territoire, l'emploi et les échanges locaux, voire la souveraineté alimentaire.

« L'utilisateur du Logo³⁰ Biogarantie « made in Belgium » doit pouvoir prouver que le produit a été produit en Belgique et que l'ingrédient primaire de ce produit a été cultivé en Belgique. »
Pour le Collectif 5C : « Chaque coopérative inscrit

son action dans une stratégie de développement territorial, de bassin de vie, en stimulant les coopérations entre acteurs et en favorisant l'émergence de nouveaux producteurs ». L'union de coopératives de producteurs et de consommateurs en Wallonie va toutefois plus loin et ambitionne à terme la souveraineté alimentaire des régions.

Paysans d'ici met en avant une autre spécificité : la priorité aux produits du terroir, aux savoir-faire spécifiques et à aux typicités des saveurs.

Agriculture biologique, agroécologie, respect de l'environnement... ou pas

Par rapport au commerce équitable Sud-Nord, un engagement supplémentaire est demandé aux producteurs impliqués dans le commerce équitable local français. En effet, la charte nationale du commerce équitable origine France prévoit explicitement : « des pratiques agricoles durables, autonomes et transparentes, qui s'appuient sur des modes de production biologique et/ou agroécologique paysans ». Pour 92% des participants aux assises du commerce équitable France « le commerce équitable doit avoir pour double objectif la juste rémunération des producteurs ET la transition agroécologique. »³¹

Cette volonté s'appuie sur le rapport du GIEC d'août 2019. « Pour le GIEC, si dans les pays du Sud, l'urgence est à l'intensification en vue d'accroître les rendements à l'hectare, les pays de l'OCDE doivent miser en priorité sur la promotion de systèmes de production agricole capables tout à la fois de protéger les potentialités productives des écosystèmes et d'atténuer le réchauffement climatique global en séquestrant du carbone dans la biomasse et les sols. »³²

Les initiatives de commerce équitable local présentes en Belgique sont partagées, certaines ne posant pas ce choix. La charte Paysans d'ici d'Ethiquable, Oxfam Fair Trade ainsi que les labels Biogarantie Belgium et WFTO travaillent dans le cadre de l'agriculture biologique et Fair for Life l'encourage fortement. Pour leur part, Paysans d'ici, le collectif 5C, Paysans du Nord (Oxfam-Magasins du monde) et Oxfam Fair Trade font clairement le choix d'une production agroécologique.

Fair for Life et Oxfam Fair Trade mentionnent explicitement l'interdiction de produits OGM. Pour Fair for Life, les semences ou les plants utilisés dans les exploitations ne doivent pas être génétiquement modifiés (en comptant ceux utilisés pour l'alimentation animale)³³. Cette interdiction fait par ailleurs explicitement partie des cahiers des charges des standards d'agriculture biologique³⁴ et implicitement

des pratiques agroécologiques. Elle fait partie du principe 9 de la charte du commerce équitable origine France.

BFTF s'en tient à mentionner un générique « respect de l'environnement » au niveau des exigences liées au mode de production. Par contre Fairebel ou Prix Juste Producteur ne mentionnent pas la protection de l'environnement dans leurs exigences.

Autre divergence de vue : agriculture industrielle et non industrielle cohabitent au niveau des produits équitables belges et européens. Le collectif 5C oppose l'agroécologie « *au modèle productiviste piloté par l'industrie agro-alimentaire et la grande distribution* ». De même, Paysans du Nord fait référence à une agriculture paysanne peu intensive et non industrielle, ce qui n'est pas forcément le cas d'une coopérative comme Faircoop, à l'initiative de la marque de lait industriel Fairebel.

Engagement dans la durée et indépendance des producteurs

Les initiatives de commerce équitable local présentes en Belgique prévoient une autonomie de gestion, une indépendance commerciale des producteurs. Pour Prix Juste Producteur : « *en dehors des accords liés à la qualité des produits le producteur conserve toutes décisions relatives aux moyens de productions. Le producteur est propriétaire de ses productions.* »

Un engagement formel dans la durée avec les producteurs est généralement prévu : 3 ans minimum pour Prix Juste Producteur (durée réduite à un an durant les 3 premières années), Paysans d'ici et Fair for Life. 1 an pour Biogarantie Belgium. WFTO mentionne un engagement à long terme sans en préciser la durée.

Traçabilité et transparence

La traçabilité des productions est garantie par Paysans du Nord, Paysans d'ici, Biogarantie Belgium et Prix Juste Producteur. Pour Fair for Life, la traçabilité physique et documentaire est requise à toutes les étapes de la chaîne d'approvisionnement. La circulation de l'information transparente sur la structure des prix est une exigence supplémentaire de Paysans d'ici.

BFTF prévoit de son côté une « *traçabilité et une transparence jusqu'aux matières premières et à leurs producteurs* ». Pourtant Fairebel, qui ne contrôle pas la traçabilité physique de sa filière lait, en est membre. C'est d'ailleurs cette non-possibilité de traçabilité jusqu'au producteur qui empêche FaireFrance d'être reconnu par la loi française comme acteur de commerce équitable et de faire partie de Commerce équitable France, le collectif de concertation et de représentation des acteurs français du commerce équitable. Depuis janvier 2020, Fairecoop organise toutefois la collecte de lait auprès d'une partie de ses membres.

Précisons que dans le commerce équitable « classique », la traçabilité n'est pas non plus toujours assurée jusqu'aux groupements de producteurs. Notamment chez Fairtrade, pour des produits comme le cacao, le sucre, le thé, les jus de fruits ou encore le coton dont il est difficile de séparer les versions

équitable et non équitable lors de leur transformation dans de grandes usines, un système dit de « mass balance » ou bilan massique a été introduit. La traçabilité documentaire se substitue à la traçabilité physique du produit. Pour un industriel, les volumes de chocolat vendus portant le label doivent correspondre aux quantités achetées de cacao certifié, mais sans pour autant que les tablettes de chocolat au logo Fairtrade contiennent forcément du cacao certifié. On retrouve à la fois du cacao non certifié dans des tablettes chocolatées portant le label et, inversement, du cacao certifié dans des barres non labellisées.

Dynamiques citoyennes au-delà de l'activité commerciale ou de la promotion des marques

Les producteurs associés à la démarche Paysans d'ici mettent en œuvre un « projet de développement local et collectif qui va au-delà de l'activité de commercialisation », qui « sert les intérêts des producteurs et d'un territoire ». Ils perçoivent à cet effet une prime de développement, tout comme les producteurs de produits certifiés Fair for Life.

Le collectif 5C rassemble des coopératives citoyennes qui ont une ambition économique (montrer qu'une alternative est

possible, en professionnalisant les acteurs du circuit court et en augmentant la part de marché du secteur, ainsi que les synergies et solidarités entre acteurs.) et politique (faire bouger les mentalités, dessiner un projet collectif, adoption de modalités de gouvernance collective et démocratique).

De son côté, Oxfam-Magasins du monde « souhaite que les producteurs initient des projets locaux au service des filières paysannes locales » (critère évolutif).

Sensibilisation au commerce équitable

C'est l'un des piliers du commerce équitable, repris dans la définition internationale de 2001 : « *Les Organisations du commerce équitable, appuyées par les consommateurs, s'emploient à soutenir activement les producteurs, à sensibiliser et à faire campagne pour obtenir un changement des règles et pratiques du commerce international conventionnel.* »

BFTF prévoit que « *Les organisations d'éducation, de sensibilisation ou de plaidoyer en faveur du commerce équitable, d'une part, ou d'appui technique et de financement des producteurs de l'agriculture familiale impliqués dans une démarche de commerce équitable, d'autre part, peuvent être membres de la BFTF.* »

Les membres de WFTO doivent sensibiliser et/ou faire la promotion du commerce équitable et de ces principes en interne, auprès des acteurs de la chaîne d'approvisionnement et auprès de la communauté externe/du grand public.³⁵

TABLEAU SYNOPTIQUE DES CRITERES UTILISES POUR LE COMMERCE EQUITABLE LOCAL

	Paysans d'ici / terra etica (Ethiquable)	Paysans du Nord (OMDM)	BFTF	Oxfam Fair Trade	Prix Juste Producteur	Fairebel	Biogarantie Belgium	WFTO	Fair for Life	5C
Producteurs et organisations de producteurs										
Producteurs organisés	X	X	X	X	X	X		X	X	X
Exploitations familiales à petite échelle ou producteurs marginalisés	X	X	X	X	X			X	X	X
Indépendance commerciale	X	X	X	X	X	X	X	X		X
Projet de développement local et collectif	X	X	X	X		X		X	X	X
Modes de production										
Agriculture biologique	X			X			X	X	X	
Agroécologie	X	X		X			X		X	X
Circuits courts	X	X	X	X			X			X
Traçabilité physique	X	X	X	X	X		X	X	X	X
Travail décent		X	X	X				X	X	
Conditions commerciales										
Prix, rémunération équitable	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Prix minimum				X		X				
Engagement dans la durée	X	X	X		X	X		X	X	X
Préfinancement	X	X	X					X	X	
Prime de développement	X								X	
Sensibilisation										
Sensibilisation à un commerce plus équitable	X	X	X	X				X	X	X

VI. QUELQUES POINTS D'ATTENTION

Multiplication des labels et image brouillée

C'est indubitable, l'émergence du commerce équitable local fait apparaître de nouveaux labels comme Prix Juste Producteur en Belgique, Bio Equitable ou Agri-Ethique en France, et amène certains labels comme Biogarantie à se positionner sur ce créneau. Le tout dans un contexte où le commerce équitable « classique » Sud-Nord en compte déjà plusieurs (Fairtrade, Fair for Life, Symbole des petits producteurs, WFTO, etc.) et où les consommateurs affirment qu'il y a trop de labels, qu'il est difficile de s'y retrouver.

Cette multiplicité des labels a pour corollaire une plus grande variabilité, une plus grande diversité des critères. En devenant universelle, l'image du commerce équitable va donc aussi se brouiller, devenir moins lisible. Par contre, et ce n'est pas à négliger lorsque l'on envisage le futur du commerce équitable, quand dans sa communication ce dernier se lie avec ou se considère comme complémentaire de la démarche d'achat de produits locaux, on remarque un regain d'intérêt de la presse et des consommateurs pour ce type de commerce.



LEGISLATION



La nécessité d'une législation ?

La France est le seul pays européen à avoir adopté une législation décrivant et reconnaissant la notion de commerce équitable, et à l'avoir élargie en mai 2014 aux relations Nord-Nord. Une telle législation au sein de l'Union européenne permettrait de clarifier les choses, de sortir du flou autour de « *qui fait réellement du commerce équitable et qui n'en*

fait pas ? » et ainsi se doter d'un cadre permettant à de nouveaux acteurs de se lancer de manière un peu plus sécurisée dans ce type de commerce. Cela permettrait aussi au consommateur de distinguer les produits issus ou non du commerce équitable et de servir de référence aux pouvoirs publics désireux de les favoriser dans le cadre d'appels au marché.

La prise en compte du bien-être animal ?

Le lait et la viande équitable proposés par Fairebel ont fait rentrer un produit issu du monde animal dans le champ de ce commerce solidaire, ce qui à terme obligera les organisations de commerce équitable à détailler des critères relatifs au bien-être animal. Oxfam

Fair Trade prévoit déjà dans son cadre pour les partenariats avec des producteurs du Nord que : « *Le partenaire respecte les droits des animaux.* » Quel sera alors la nature du débat entre les tenants du commerce équitable, du végétarisme ou du véganisme ?

La cohabitation des produits « Sud » et des produits « Nord »

Les produits équitables locaux viendront-ils concurrencer les produits équitables provenant habituellement des pays du Sud. C'est entre autres ce risque qui avait jusqu'il y a peu poussé les réseaux de producteurs Fairtrade à ne pas ouvrir la plus connue des labellisations du commerce équitable aux produits du Nord.

Pour des produits comme le café, le cacao, la question ne se pose pas puisque ces produits ne peuvent être cultivés qu'en zones tropicales. Mais pour les fleurs, le vin, le miel ou certains jus de fruits ? Pour le miel, l'offre européenne est inférieure à la demande. Donc tant qu'à faire venir le miel d'ailleurs, autant qu'il soit équitable. Pour le vin et les jus de fruits, typicités organoleptiques et goûts liés aux terroirs mis à part, les bilans carbone et l'empreinte écologique des produits provenant de différents zones géographiques sont à considérer. Il s'agit là d'un débat bien trop vaste pour être développé ici, d'autant que les modes de

productions sont aussi à prendre en considération. Un produit bio issu de l'agroécologie provenant du Sud et transporté par bateau (voire par voilier cargo) pourrait avoir une empreinte écologique moindre qu'un produit venant d'Espagne issu de l'agriculture industrielle et transporté en camion.

Concrètement, la « cohabitation » ne semble pour l'instant pas poser trop de problèmes. A part le remplacement d'un jus de pomme chilien par un jus de pommes belge, Oxfam-Magasins du monde, par exemple, distribue des produits « Nord » complémentaires à sa gamme originelle.

Et rêvons un peu, à long terme, le développement parallèle du commerce équitable local dans les pays du Sud pourrait absorber une partie des produits qui ne pourraient plus être commercialisés via la grande exportation.

VII. CONCLUSION

Covid-19, changements climatiques, crise énergétique, explosion des inégalités, destruction de la biodiversité... les crises qui se multiplient nous rappellent que la manière dont nous avons organisé la globalisation marchande, avec des chaînes de valeur internationales à flux tendus nous rend extrêmement fragiles, vulnérables et exerce une grande pression sur les écosystèmes. Sans parler des impacts sociaux externes, tel que les inégalités croissantes.

Nos échanges doivent donc être repensés. Il est urgent de relocaliser une partie de l'activité économique dans des secteurs essentiels comme la santé et l'alimentation pour augmenter notre autonomie et notre résilience. Il est nécessaire de déspecialiser les territoires et de redéfinir une nouvelle souveraineté alimentaire, en décidant collectivement de la façon dont on veut produire nos aliments et les commercialiser. Le commerce équitable peut y contribuer.

Le commerce équitable se relocalise

Le commerce équitable est un mouvement constamment en recherche de cohérence, aux dynamiques multiples. L'une d'elles est majeure. Longtemps cantonné à des échanges commerciaux solidaires Sud-Nord, le commerce équitable s'est ouvert aux échanges locaux. Dans les pays du Sud tout d'abord comme au Mexique, en Inde, en Afrique du Sud, au Kenya, ou en Equateur, le Brésil allant jusqu'à promulguer une loi dans ce sens. Dans les pays européens ensuite, pour obtenir un modèle agricole durable, favorisant le tissu social. Plusieurs initiatives se sont développées en Belgique : le label Prix Juste Producteur, le lait Fairebel ou le label Biogarantie

Belgium qui intègre certains critères de commerce équitable. Des acteurs plus historiques de commerce équitable comme Miel Maya, Oxfam, Ethiquable... ont eux aussi intégrés certains produits locaux pour donner une dimension réellement universelle au concept et aux pratiques du commerce équitable.

Une diversité des approches

Le commerce équitable « classique » Sud-Nord avait déjà montré sa multiplicité, avec par exemple des organisations ne travaillant qu'avec des producteurs marginalisés organisés en coopératives et d'autres autorisant l'agriculture de contrat ou certifiant de grandes plantations. Il en va de même dans le commerce équitable local belge et européen. Si toutes les organisations s'emploient à rémunérer équitablement les producteurs, si pratiquement toutes travaillent avec des producteurs organisés, les divergences se font jour au niveau du modèle agricole (agroécologie ou pas forcément), de l'attention portée à la traçabilité physique des produits, de la taille des exploitations, etc.

Depuis sa création il y a plus de septante ans, le commerce équitable a connu une évolution constante, toujours en quête de plus de pertinence. Il atteint aujourd'hui une dimension universelle, avec des pratiques adaptées aux différents contextes locaux. S'il fait systématiquement le lien avec l'agriculture biologique et des pratiques agroécologiques, il pourra devenir un important levier pour accompagner les paysans et paysannes, au Sud comme au Nord, dans une transition vers une agriculture soutenable.

NOTES

- ¹ Baromètre 2022 du commerce équitable, Incidence et Trade for Development Centre d'Enabel,
- ² <https://www.oxfammagasinsdumonde.be/blog/2013/09/16/les-apports-de-la-demarche-paysans-du-nord-au-commerce-equitable-doxfam-magasins-du-monde/#.X3B0F-exVPY>
- ³ Charte Paysans du Nord, Démarche d'Oxfam-Magasins du monde pour promouvoir une Agriculture Paysanne.
- ⁴ Magasins du monde-Oxfam, présentation de l'Open Food Network, <https://www.oxfammagasinsdumonde.be/acheter-equitable/open-food-network-belgium/#.Xui5a3uxVPY>
- ⁵ Interview de Vincent De Grelle par le Trade for Development Centre : <https://www.tdc-enabel.be/fr/2019/09/01/ethiquable-2/>
- ⁶ Extrait de la charte Paysans d'ici d'Ethiquable, disponible en version complète sur : https://www.ethiquable.coop/sites/www.ethiquable.coop/files/la_charte_paysans_dici_ethiquable_0.pdf
- ⁷ BTFB, brochure « Un prix juste pour une vie décente ».
- ⁸ Trade for Development Centre, *Le lait européen coule à flots, mais les éleveurs trinquent*, mai 2020.
- ⁹ Les humeurs gourmandes de Carlo, Mangeons des poires belges !, dans l'émission « Bientôt à table » diffusée le 10 décembre sur la Première.
- ¹⁰ RTBF, Quel Temps!, numéro 205, 22 octobre 2022.
- ¹¹ Trade for Development Centre, *Le nouveau label qui veille au "Prix Juste" pour les producteurs belges*, 29 avril 2020.
- ¹² <https://collectif5c.be/vision/>
- ¹³ Interview réalisée le 7 octobre 2022 lors du « marché festif autour du commerce équitable » organisé à la Halle de Han.
- ¹⁴ Le 5e Prix Hainaut horizons consacre la coopérative COOPECO, <https://www.hainauthorizons.be/5eme-edition-a/>
- ¹⁵ <https://www.probila-unitrab.be/>
- ¹⁶ Trade for Development Centre, Label Biogarantie Belgium : allier agriculture biologique, production locale et commerce équitable, mai 2020.
- ¹⁷ Biogarantie, Cahier des charges, 1^{er} janvier 2022.
- ¹⁸ WFTO standards and guarantee system: <https://wfto.com/what-we-do#our-fair-trade-standard>
- ¹⁹ WFTO-Europe, *Nothern Producers Within WFTO, Factsheet*, avril 2018.
- ²⁰ Fairtrade Italia, *Rapport annuel 2021*.
- ²¹ Alter Eco fait aujourd'hui partie de l'entreprise Bjorg, Bonneterre et Compagnie et a abandonné le commerce équitable de produits français.
- ²² Loi n°2005-882 du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises (Article 60) amendée par la loi n°2014-856 du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire – Article 94 et par la loi n° 2019-486 du 22 mai 2019 relative à la croissance et la transformation des entreprises – Article 173.
- ²³ Charte du commerce équitable origine France, *Principes fondamentaux du commerce équitable appliqués aux agricultures citoyennes et durables en France*, 2018.
- ²⁴ Le label FNAB, *une opportunité pour valoriser votre engagement environnemental et sociétal*, <https://www.fnab.org/wp-content/uploads/2023/01/LABEL-FNAB-BIO-FRANCE-EQUITABLE-2023.pdf>
- ²⁵ Tobias Jones and Ayo Awokoya, *Are your tinned tomatoes picked by slave labour?, How the Italian mafia makes millions by exploiting migrants*, The Guardian, 20 juin 2019.
- ²⁶ Fairtrade Italia, Op., Cit.
- ²⁷ Source : WFTO, registre de présentation des membres : <https://wfto-europe.org/our-members-syn-allois/>
- ²⁸ World Fair Trade Organization et Fair-trade International, *Charte Internationale du Commerce Équitable, Comment le mouvement mondial du commerce équitable œuvre à transformer le commerce afin d'établir justice, équité et durabilité pour l'homme et la Terre*. 25 septembre 2018.
- ²⁹ Source : Statbel.
- ³⁰ Constituant plus de 50% du produit ou généralement associé au nom du produit alimentaire par le consommateur.
- ³¹ Commerce Équitable France, *Commerce équitable Origine France, 3 leviers, 8 recommandations pour changer d'échelle*, 2019.
- ³² Commerce Équitable France, Op., Cit.
- ³³ Commerce Équitable France, Fair World Project, FairNess, Forum Fairer Handel, *Guide international des labels de commerce équitable*, 2020.
- ³⁴ Le seuil de 0,9% de présence fortuite et techniquement inévitable, fixé par la réglementation européenne n'est pas synonyme de tolérance.
- ³⁵ Commerce Équitable France, Fair World Project, FairNess, Forum Fairer Handel, Op., Cit. .



Agence belge de développement
Rue Haute 147 - 1000 Bruxelles
T +32 2 505 37 00
info@enabel.be
enabel.be



Avec le soutien de



Belgique

partenaire du développement