



Briefing de Bruxelles sur le Développement n°44

Promouvoir des chaînes de valeur responsables et un approvisionnement durable dans le secteur agricole grâce au commerce équitable

Organisé par le CTA, le Secrétariat ACP, la Commission européenne (DG DEVCO), Concord et le Fair Trade Advocacy Office

22 juin 2016, Secrétariat ACP - 451 Avenue Georges Henri, 1200 Bruxelles, salle C
<http://bruxellesbriefings.net>

1. Contexte : Promouvoir un approvisionnement durable

Selon les estimations, 500 millions de petits exploitants et un milliard de travailleurs agricoles fournissent 70 % de l'alimentation mondiale.

On oublie souvent que les petits exploitants font partie de la chaîne d'approvisionnement¹ alors que ce sont le plus lésés par les pratiques commerciales déloyales. Ils doivent également faire face au changement climatique qui dérègle les saisons de récolte, ce qui rend incertaine la perception d'un salaire à temps pour la réouverture des écoles, par exemple.

De nombreuses études ont montré que la petite agriculture est le mode de production le plus durable et le plus respectueux de l'environnement. Les objectifs mondiaux de développement durable des Nations Unies reconnaissent le rôle primordial de l'agriculture pour l'avenir de notre planète.

En parallèle, les travailleurs dans les exploitations et les usines font également partie des personnes les plus vulnérables sur le marché mondial. Sans accès à la terre ou incapables d'en vivre, ils disposent souvent de peu d'options pour leur assurer des moyens de subsistance durables. Ces travailleurs doivent relever de nombreux défis. En effet, ils sont souvent privés de contrats officiels, de liberté d'association, d'assurances de base pour la santé et la sécurité, et de salaires adéquats. Les droits fondamentaux au travail font fréquemment l'objet de violations dans le domaine de l'agriculture. En 2013², on estimait à 450 millions le nombre de personnes travaillant dans le domaine agricole, souvent de façon saisonnière. Moins de 20 % d'entre eux ont accès à une protection sociale de base. Une grande partie de l'emploi salarié étant dans le secteur informel, la législation nationale du travail ne permet pas de garantir le droit à un salaire minimum ni de protéger les travailleurs, notamment les femmes, contre la discrimination.

Le commerce équitable, qui est un « partenariat commercial, fondé sur le dialogue, la transparence et le respect, dont l'objectif est de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial³ », a mis en place un modèle qui permet d'assurer que les chaînes d'approvisionnement mondiales agissent dans l'intérêt des petits exploitants et contribuent ainsi de façon significative au développement de chaînes d'approvisionnement durables ainsi qu'à la réduction de la pauvreté et au développement dans les zones rurales. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions commerciales et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés, en particulier au sud. Les organisations du commerce équitable, soutenues par les consommateurs, s'engagent activement à soutenir les producteurs, à sensibiliser l'opinion et à faire campagne en faveur de changements dans les règles et les pratiques du commerce international conventionnel.

¹ Marike De Peña, [Big deal in the big apple](#) [article en ligne, en anglais], 25 septembre 2015

² Les droits de l'homme des Nations Unies, *FAQ : la contribution du commerce équitable pour faire respecter les droits de l'homme dans le domaine de l'agriculture*, mai 2013

³ Fairtrade International et World Fair Trade Organisation (Organisation mondiale du commerce équitable), [Charte des principes du commerce équitable](#), janvier 2009

Le commerce équitable est un mouvement visant à proposer une autre manière de faire des affaires dans le monde. Sa vision est décrite dans la [Charte des principes du commerce équitable](#)⁴ qui a été écrite conjointement par l'Organisation mondiale du commerce équitable (OMCE) et Fairtrade International, les deux principaux réseaux internationaux du commerce équitable. Les programmes du commerce équitable visent à donner aux petits producteurs accès aux marchés classiques et à haute valeur ajoutée. Ils cherchent à raccourcir les chaînes commerciales afin que les travailleurs se trouvant au début de la chaîne d'approvisionnement puissent retirer un meilleur profit du prix final du produit. En outre, le commerce équitable permet aux organisations de producteurs de mieux comprendre les conditions et les tendances du marché, mais également leurs propres compétences et ressources afin qu'ils soient capables d'avoir un meilleur contrôle sur leur vie et une plus grande influence sur le cours de leur existence.

2. Approvisionnement responsable et commerce équitable

Les consommateurs prennent de plus en plus conscience des problèmes liés aux chaînes d'approvisionnement mondiales. C'est pour cette raison qu'ils espèrent que les entreprises réagiront en prenant des mesures. La dernière enquête Eurobaromètre 441 a révélé que la moitié **des consommateurs européens se sont déclarés prêts à dépenser plus d'argent pour soutenir les producteurs**⁵. Il s'agit d'une légère hausse par rapport à l'enquête précédente de 2015. De plus, l'enquête portait essentiellement sur les jeunes âgés de 15 à 24 ans, afin de voir si le résultat était différent parmi les personnes âgées de plus de 25 ans. Elle a révélé que les jeunes se montraient généralement plus disposés que les personnes âgées de plus de 25 ans à dépenser plus d'argent pour leur alimentation afin de soutenir les habitants des pays producteurs. En fait, 56 % des jeunes dépenseraient plus pour des produits équitables, contre 48 % des personnes âgées de plus de 25 ans.

Par conséquent, de plus en plus d'entreprises s'engagent pour un « approvisionnement responsable » et le mouvement du commerce équitable a mis en place un modèle dont les autres devraient s'inspirer. Afin de garantir des chaînes d'approvisionnement durables, l'OMCE et Fairtrade International ont convenu d'un ensemble de principes décrits dans la [Charte des principes du commerce équitable](#). Les deux organisations ont ensuite définis des critères que les producteurs et les entreprises doivent respecter pour être certifiés comme respectant les valeurs du commerce équitable. Bien qu'elles cherchent à rester cohérentes avec leurs principes, elles gardent tout de même une certaine flexibilité au niveau de la mise en œuvre de ces principes puisque les besoins et les capacités varient en fonction du type de biens produits (la chaîne d'approvisionnement du sucre est très différente de celle du cacao, par exemple) mais également en fonction de la situation géographique (les producteurs sud-américains ne rencontreront pas les mêmes difficultés que les producteurs africains, par exemple).

L'OMCE est une organisation mondiale. Les organisations souhaitant devenir membre doivent prouver qu'elles respectent les normes du commerce équitable définies par l'OMCE. Cette organisation fournit des espaces pour que les producteurs, les exportateurs, les importateurs, les négociants et les consommateurs puissent entrer en contact, collaborer, échanger les meilleures pratiques, créer des synergies et défendre le commerce équitable.⁶ **Le système de garantie de l'Organisation mondiale du commerce équitable certifie l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement. Cela signifie que l'Organisation demande à ses membres d'acheter**

⁴ Fairtrade International et l'Organisation mondiale du commerce équitable, [Charte des principes du commerce équitable](#), janvier 2009

⁵ Fair Trade Advocacy Office, [Enquête Eurobaromètre : la moitié des consommateurs européens prêts à dépenser plus d'argent pour soutenir les producteurs](#) [Article du bulletin d'information en ligne], mai 2016

⁶ OMCE, [À propos de l'OMCE](#) [Section du site Web consultée le 9 juin 2016]

tous les produits certifiés équitables disponibles auprès des fournisseurs qui suivent les principes fondamentaux du commerce équitable.⁷

Fairtrade International est une organisation-cadre composée d'organisations Fairtrade nationales (marchés en développement) et de trois réseaux de producteurs (Asie et Pacifique, Amérique latine et Caraïbes, et Afrique). Sa mission est de mettre en contact les producteurs défavorisés et les consommateurs, de promouvoir des conditions commerciales plus équitables et de permettre aux producteurs de lutter contre la pauvreté, de renforcer leurs rôles et de contrôler davantage leurs vies. Le label FAIRTRADE se trouve sur une large gamme de produits (plus de 27 000 dans le monde) comprenant notamment des produits alimentaires, des boissons, du coton et des vêtements.⁸

3. Portée et croissance du commerce équitable

Le mouvement du commerce équitable représente un réseau international de 2,5 millions de producteurs et de travailleurs équitables provenant de 70 pays, de plus de 500 importateurs spécialisés en commerce équitable, de 4 000 magasins dans le monde et de plus de 100 000 bénévoles.⁹

Selon les dernières données disponibles, un des pionniers du mouvement du commerce équitable, l'Organisation mondiale du commerce équitable, comptait 359 membres et 46 associés dans 79 pays à la fin de l'année 2014.¹⁰Le nombre de membres de sa branche européenne a augmenté de 10 % en 2015¹¹. Parmi ses membres figurent les organisations Fair Trade, le réseau Fair Trade et l'organisation Fair Trade Support.

En ce qui concerne Fairtrade International, le nombre d'exploitants et de travailleurs agricoles participant à son système de commerce équitable a atteint 1,5 millions à la fin de l'année 2013. Cela représente 104 000 travailleurs de plus qu'en 2012. Les bananes, le sucre, le cacao, le café, les fleurs, le coton graine et le thé sont les sept principaux produits du commerce équitable et représentent 93 % des produits exploités par tous les exploitants et travailleurs agricoles dans le système Fairtrade International.

Le mouvement ne cesse donc de croître. Cependant, les producteurs ainsi que les consommateurs européens manquent encore d'informations sur les ventes réalisées dans le cadre des différents programmes de commerce équitable. Pour remédier à cela, dans sa nouvelle stratégie européenne « Le commerce pour tous », lancée en octobre 2015, la Commission européenne s'est engagée à « intensifier son soutien aux efforts consentis dans les enceintes internationales, comme le Centre du commerce international, pour collecter des données sur les marchés de commerce équitable et éthique, qui pourraient servir de base au suivi de l'évolution des marchés »¹².

4. Du côté de l'UE : Promouvoir les programmes de commerce équitable et éthique¹³

La promotion des programmes de commerce équitable et éthique reflète la demande des consommateurs européens et contribue à développer des opportunités commerciales plus durables pour les petits producteurs dans les pays tiers. La Commission a un rôle à jouer dans le rapprochement et la sensibilisation des acteurs intervenant tant du côté de l'offre que de la demande. Du côté des décideurs politiques européens, certains progrès ont été notés.

⁷ Organisation mondiale du commerce équitable, [Manuel du système de garantie de l'OMCE](#), février 2014

⁸ Fairtrade International, [Ce que nous faisons](#) [Section du site Web consultée le 9 juin 2016]

⁹ Fair Trade Advocacy Office, [Rapport annuel 2014-2015](#), mars 2015

¹⁰ OMCE, [Rapport annuel 2014](#), 2014

¹¹ OMCE-Europe, [Rapport annuel 2015-2016](#), mai 2016

¹² Commission européenne, [Le commerce pour tous](#), p.29, 2015

¹³ Commission européenne, [Le commerce pour tous](#) [Communication CE] section 4.2.4, octobre 2015

En 2009, la Commission européenne a reconnu la définition du commerce équitable telle qu'elle est énoncée dans la Charte des principes du commerce équitable. Elle a également établi une distinction entre le commerce équitable en tant que stratégie économique et de développement et le label « Commerce équitable » en tant que système de garantie commerciale apportée au consommateur par la société civile. En outre, en janvier 2011, dans la communication « Commerce, Croissance et Développement » de la Commission européenne, l'UE reconnaissait le commerce équitable comme un « moyen efficace de favoriser une croissance durable et inclusive » et encourageait les États membres à promouvoir un commerce équitable et éthique, notamment grâce aux marchés publics.¹⁴

De récents développements positifs au niveau de l'UE ont révélé un intérêt croissant pour le commerce équitable :

- Avis du Comité des régions « Soutien régional et local du commerce équitable en Europe » appelant la CE à mettre en place une stratégie européenne pour le commerce équitable¹⁵
- La CE a systématiquement intégré les chapitres liés au développement durable dans les récents accords commerciaux qu'elle a signés avec des pays tiers. Dans ces chapitres, une mention spéciale est accordée à la promotion du « commerce équitable et éthique » dans ces accords¹⁶
- Un partenariat stratégique entre la délégation de l'UE en Colombie et la plateforme de producteurs de commerce équitable en Colombie, qui a mené jusqu'à présent à divers événements organisés par la Délégation, comme des tables rondes et une foire du commerce équitable.
- Le rétablissement du groupe de travail sur le commerce équitable du Parlement européen, un regroupement multipartite de députés européens déterminés à obtenir de l'UE la mise en place d'un contexte politique favorable au commerce équitable

La communication « Le commerce pour tous » de la CE¹⁷ indique que la Commission a l'intention de :

- utiliser la structure existante pour la mise en œuvre d'ALE en vue de promouvoir le commerce équitable et d'autres systèmes d'assurance de la durabilité, comme le programme d'agriculture biologique de l'UE ;
- aborder le thème du commerce équitable et éthique de façon plus systématique dans le prochain examen de la stratégie d' « aide pour le commerce » de l'UE et établir un rapport sur les projets liés au commerce équitable dans le cadre de son rapport annuel sur l'« aide pour le commerce » ;
- promouvoir, grâce aux délégations européennes et en coopération avec le Haut-Représentant, les systèmes de commerce équitable et éthique auprès des petits producteurs dans les pays tiers, en se basant sur les initiatives existantes relatives aux meilleures pratiques ;
- renforcer son soutien envers les travaux entrepris dans les enceintes internationales, tels que le Centre du commerce international, afin de récolter des données économiques liées au commerce équitable et éthique, qui pourraient ensuite servir de base pour suivre l'évolution des marchés ; et
- développer des activités de sensibilisation au sein de l'UE, notamment en travaillant avec les autorités locales dans l'UE sur l'éventuel lancement d'une subvention accordée à la « Ville européenne du commerce équitable et éthique ».

¹⁴ Fair Trade Advocacy Office, [Une approche innovante de l'UE en soutien aux pratiques du commerce équitable dans la nouvelle stratégie de l'UE sur le commerce et l'investissement](#) [Document de synthèse en ligne], 18 juillet 2015

¹⁵ <http://cor.europa.eu/en/activities/opinions/pages/opinion-factsheet.aspx?OpinionNumber=CDR%205704/2014>

¹⁶ Par exemple, l'article 324 de l'Accord commercial entre l'Union européenne et la Colombie et le Pérou, et l'article 288 de l'Accord d'association UE-Amérique centrale. L'article 195 de l'Accord de partenariat économique CE-Cariforum intègre une disposition similaire.

¹⁷ Commission européenne, [Le commerce pour tous](#) [Communication CE] section 4.2.4, 14 octobre 2015

5. Objectifs du Briefing

Afin d'améliorer l'échange d'informations et promouvoir le réseautage, le CTA, la direction générale de la Coopération internationale et du développement (DG DEVCO) de la Commission européenne, le Secrétariat ACP et Concord organisent des briefings bimestriels sur des problématiques et défis clés liés au développement rural dans le cadre de la coopération UE/ACP. Le briefing du 22 juin 2016, organisé en collaboration avec le Fair Trade Advocacy Office, tentera de promouvoir des chaînes de valeur responsables et un approvisionnement durable grâce au commerce équitable.

Le briefing vise à mettre en évidence les problèmes qui rendent actuellement les chaînes de valeur non durables, notamment dans la phase d'approvisionnement. Il présente également quelques exemples concrets de la façon dont le commerce équitable encourage un approvisionnement durable. Le briefing se terminera par une réflexion sur la façon dont l'approvisionnement durable pourrait être favorisé, notamment grâce au commerce équitable.

6. Groupe cible

Environ 120 décideurs ACP-UE, groupes issus de la société civile, réseaux de recherche, acteurs de terrain dans le domaine du développement et organisations internationales basées à Bruxelles.

7. Réalisations

Les informations et les commentaires apportés avant, pendant et après les réunions seront publiés sur le site des briefings : <http://brusselsbriefings.net>

Un rapport succinct et un recueil seront publiés peu après la réunion en format imprimé et électronique.

Partagez vos idées et questions sur Twitter (avant, pendant et après l'évènement), en utilisant le hashtag #BBFairTrade. Vous pouvez aussi suivre [@brubriefings](https://twitter.com/brubriefings).



Briefing de Bruxelles sur le Développement n°44

Promouvoir un approvisionnement responsable et durable grâce au commerce équitable

Organisé par le CTA, le Secrétariat ACP, la Commission européenne (DG DEVCO), Concord et le Fair Trade Advocacy Office

22 juin 2016, Secrétariat ACP - 451 Avenue Georges Henri, 1200 Bruxelles, salle C

<http://bruxellesbriefings.net>

Programme

8h15-9h00 Inscription

9h00-9h15 Introduction au Briefing : *Isolina Boto, Manager du Bureau du CTA à Bruxelles*

Remarques introductives : *Patrick Gomes, Secrétaire Général, Secrétariat ACP ; Jean- Pierre Halkin, Chef d'unité, Développement rural, Sécurité alimentaire & Nutrition, Commission européenne/DG EuropeAid; Sergi Corbalán, Directeur Exécutif, Fair Trade Advocacy Office ; Michael Hailu, Directeur du CTA*

9h15-11h00 Panel 1 : Chaînes de valeur responsables, approvisionnement durable et commerce équitable. Ce panel présentera un aperçu général de l'approvisionnement durable du point de vue du développement et du commerce équitable.

Président : *Viwanou Gnassounou, Sous-Secrétaire général, Secrétariat ACP*

Intervenants :

- Durabilité des chaînes d'approvisionnement et systèmes équitables pour les producteurs
Aynur Mammadova, Associé, IISD
- L'approvisionnement non durable : faits et chiffres
Adrian de Groot Ruiz, Directeur exécutif, True Price
- Le marché du commerce équitable et l'importance du choix des consommateurs pour un approvisionnement durable
Lily Deforce, Directrice, Fairtrade Belgique
- Les produits équitables dans les supermarchés
Rosita Zilli, Secrétaire générale adjointe, Eurocoop

11h00-11h15 Pause-café

11h15-13h00 Panel 2 : Développer les réussites en termes d'approvisionnement durable et de commerce équitable

Ce panel se penchera sur des exemples spécifiques d'entreprises florissantes et de PPP en faveur d'un approvisionnement durable.

Présidence : *Bernd Lange, Président du Comité du commerce international, Parlement européen*

Intervenants :

- Commerce équitable : un mouvement mené par les agriculteurs
Marike De Peña, Présidente de Fairtrade International et du Réseau latino-américain et caribéen des organisations de petits producteurs (CLAC)
- Étude de cas : le commerce équitable sur le terrain
Abel Fernández, Directeur commercial de CONACADO, République dominicaine
- Exemple d'approvisionnement B2B en produits issus du commerce équitable
Frank Okyere, Responsable de l'environnement et de la vulgarisation, Programme Fairtrade Kaupa Kokoo, Ghana
Charlotte Berger, Chef de Communication, Divine Chocolate, Royaume Uni
- Promouvoir un approvisionnement durable grâce au commerce équitable
Fredrick Masinde, Directeur du développement commercial, Undugu Fair Trade, Kenya

Conclusion

13h00 Déjeuner