



## L'interview du mois Julie Maisonhaute

# Le commerce équitable croît au Nord comme au Sud

Le collectif Commerce Équitable France rassemble depuis plus de vingt ans les principaux acteurs français du commerce équitable. Julie Maisonhaute, déléguée générale adjointe en charge du programme « Origine France », décrypte pour nous ce que recouvre ce marché qui dépasse le milliard d'euros de chiffre d'affaires en France et témoigne de l'intérêt de nombreux opérateurs économiques. **PROPOS RECUEILLIS PAR CÉCILE PRALY**

### Qu'est-ce que le commerce équitable ?

La promesse fondamentale du commerce équitable réside en l'existence d'un engagement commercial pluriannuel entre un collectif de producteurs (quelle que soit sa forme juridique) et son premier acheteur. Cet engagement doit reposer sur des prix rémunérateurs, établis sur la base des coûts de production, et sur l'octroi, en sus, d'un montant financier devant être affecté aux projets de ce collectif. C'est aux producteurs de décider collectivement de l'usage de cet argent, qui peut servir à construire des écoles, par exemple dans les pays du Sud, ou à financer des formations ou la vie d'une coopérative en France. Deux autres aspects sont inclus dans la définition du commerce équitable : la traçabilité des filières et la sensibilisation des consommateurs à des modes de production socialement et écologiquement durables.

### Est-ce la même approche pour le commerce équitable Nord-Nord ?

Tout à fait. Depuis la loi sur l'Économie sociale et solidaire (ESS) de 2014 en France, cette définition est universelle, alors

le commerce équitable dit international et le reste est réalisé par le commerce équitable « Origine France ». À l'international, la banane représente le second produit avec 14 % des ventes, loin derrière le café qui pèse

*“ En banane, on voit des enseignes qui ne proposent plus que de l'équitable. ”*

qu'elle ne s'appliquait auparavant qu'aux relations commerciales avec les producteurs des pays en développement.

### Et, en chiffres, qu'est-ce que cela représente ?

En France, les ventes de produits labellisés « équitable » dépassent 1 Md€ en 2017, affichant une croissance de +10 % par rapport à 2016. Un peu plus des deux

51 %. Viennent ensuite le chocolat, les céréales, le thé. En ce qui concerne le commerce équitable « Origine France », les légumes frais représentent 23 % des ventes, derrière les produits de boulangerie qui atteignent 46 %.

### Quelle dynamique observez-vous ?

On sent un intérêt réel et croissant des acteurs économiques français pour des démarches

### Repères

- **Labels « Nord-Sud » :**  
Fairtrade Max Havelaar,  
World Fair Trade Organization,  
Symbole Producteurs Paysans
- **Labels « Origine France » :**  
Agri Éthique France
- **Labels universels :**  
Bio Partenaire, Fair For Life

de commerce équitable international ou « Origine France ». Cela fait écho aux attentes des consommateurs et des producteurs concernant le partage de la valeur, une meilleure rémunération pour une production plus respectueuse d'un point de vue social et environnemental, des préoccupations qui ont été largement exprimées lors des États généraux de l'alimentation. Or la loi française n'offre pas suffisamment de garantie aujourd'hui. Les acteurs économiques se tournent donc vers les labels de commerce équitable. Pour moi, l'accélération de l'intérêt est très net : il ne se passe pas une semaine sans que je ne sois sollicitée, soit par des opérateurs économiques de l'amont, ou de la distribution, qui se renseignent pour développer une filière ou leur MDD commerce équitable, soit par des professionnels de la certification ou du conseil, qui souhaitent se former sur le cadre réglementaire.

**Cette dynamique concerne-t-elle aussi les fruits et légumes ?**

Indéniablement, même s'il est vrai qu'aujourd'hui le gros du développement en « Origine France » est porté par des filières meunerie, comme le récent label « Agri Éthique France ». Il n'en demeure pas moins que le label commerce équitable intéresse de plus en plus de productions de fruits et légumes. En banane, on voit des enseignes qui ne proposent plus que de l'équitable, comme Monoprix, par exemple, en France. En « Origine France », on recense des filières labellisées « Fair For Life » portées par la coopérative Univert dans le Gard et par la Capic pour

les agrumes de Corse. Je citerai également une filière construite entre la coopérative Nora Bio des Hauts-de-France et Biocoop, qui porte sa propre marque de commerce équitable « Ensemble, solidaires avec les producteurs ». D'autres projets sont en cours de structuration, notamment chez Bio Loire-Océan. Il existe également des filières établies en fruits et légumes transformés, autour de la marque « Paysans d'Ici » portée par Éthiquable, pour la châtaigne, le pruneau d'Agen, ou encore des fruits rouges du Rhône. Enfin, il existe une filière de tomates « Biopartenaire » portée par la Réserve de Champlat.

**Parcours****Ingénieur agro-économiste**

- **2000-2003** : expérimentation du « bilan sociétal », démarche d'évaluation de la responsabilité sociale au sein de Coop de France.
- **2004-2006** : appui aux politiques publiques pour l'émergence des organisations paysannes au Cambodge.
- **2010-2017** : accompagnement du développement des filières biologiques en Rhône-Alpes au sein de Bioconvergence.
- **2006-2009 et depuis 2017** : développement au sein de la Plateforme pour le Commerce Équitable devenue Commerce Équitable France.

**Vous citez souvent des labels bio et équitable à la fois. Quels liens y a-t-il entre le commerce équitable et la bio ?**

Ce sont en effet deux secteurs très proches, qui se superposent souvent, ceci pour trois raisons. La première est que la définition du commerce équitable contient des critères environnementaux. C'est inscrit dans la loi et c'est dans la philosophie des acteurs de ce mouvement international, l'idée générale étant qu'une juste rémunération des producteurs permet la transition vers l'agro-écologie. La seconde explication est liée à l'identité des acteurs porteurs des labels de commerce équitable : ce sont souvent des acteurs historiques de la bio et ils ont développé des labels naturellement bio et équitable. C'est le cas de Biocoop, qui s'est d'ailleurs engagé à réaliser 25 % de son chiffre d'affaires en produits labellisés commerce équitable. C'est aussi l'exemple du label Biopartenaire, créé par des PME bio historiques comme Ekibio ou Pain de Belledonne. Enfin, le positionnement marketing constitue le troisième facteur de convergence entre bio et équitable : ce sont souvent les mêmes consommateurs visés et le duo bio-équitable affirme un segment haut de gamme à valeur ajoutée.

**Peut-on voir dans le bio-équitable une réponse à la pression croissante sur les prix du bio ?**

La sécurisation du prix des produits bio constitue en effet un enjeu important à l'heure actuelle, avec la pression qui s'accroît sur les prix de la part de la distribution. Nous travaillons en partenariat avec la Fnab depuis longtemps, mais le sujet s'intensifie en ce moment, oui.

**Vous avez cité différents labels « équitable ». Comment s'y retrouver ? Pourquoi n'existe-t-il pas un label public, à l'instar du label AB ou des AOP/IGP ?**

Il existe aujourd'hui six labels présents sur le marché français : trois labels « Nord-Sud », un « Origine France » et deux toutes origines. À cela s'ajoutent les marques privées répondant aux critères du commerce équitable, comme celle de Biocoop ou la démarche « Paysans d'Ici » d'Éthiquable. Et les nouvelles marques en préparation par les enseignes et collectifs de producteurs vont arriver ! Cette pluralité est le fruit de l'histoire, mais il faut reconnaître qu'aujourd'hui elle est facteur de confusion et de perte de confiance pour le consommateur. C'est pourquoi Commerce Équitable France demande la mise en œuvre d'un système de reconnaissance des labels et marques se revendiquant du commerce équitable par les pouvoirs publics. Un système robuste et contrôlé, bâti sur la définition légale du commerce équitable, serait un levier pour gagner en confiance et en visibilité auprès du consommateur. Le texte de loi existe, mais, pour l'heure, le gouvernement ne s'est pas donné les moyens de sa mise en œuvre. Rappelons tout de même que la France est aujourd'hui le seul état à s'être doté d'une définition légale du commerce équitable, via la Loi ESS de 2014. Nous sommes observés avec curiosité, parfois incompréhension, par nos voisins européens... Mais c'était aussi le cas avec nos lois sur les appellations d'origine contrôlées et sur l'AB, avant leur transposition dans le droit européen via la réglementation des AOP/IGP et du label AB !