

Plate-Forme pour le Commerce Equitable



Kit d'Orientation

Porteur de projet en commerce équitable

Ce dossier contient des fiches-repères sur les thématiques suivantes :

- Lancer un projet de commerce équitable
- Créer une filière d'importation en commerce équitable
- Ouvrir un point de vente spécialisé commerce équitable
- Les systèmes de garantie du commerce équitable
- Les réseaux de commerce équitable



LANCER UN PROJET DE COMMERCE ÉQUITABLE

Le commerce équitable connaît depuis quelques années un essor régulier. De nombreux porteurs de projets s'y engagent, désireux de concilier une activité professionnelle et une démarche solidaire et éthique. Cependant, les premiers pas peuvent s'avérer difficiles sans un accompagnement spécifique et une vision claire de ce que suppose le lancement d'un projet de commerce équitable.

CHOISIR SON ACTIVITE

Pour vous investir dans une activité de commerce équitable, il faut d'abord prendre connaissance de toutes les spécificités de la démarche du commerce équitable auprès des réseaux spécialisés (cf. fiche sur « Les réseaux du commerce équitable »). Dans le cas d'une activité d'importation, l'activité commerciale doit permettre aux fournisseurs (les producteurs du Sud) de vivre dignement de leur travail. Le prix d'achat doit donc couvrir les coûts de production et permettre aux producteurs d'assurer leurs besoins élémentaires. Par ailleurs, le partenariat commercial doit être stable (assurer des débouchés dans la durée) et l'importateur doit préfinancer les commandes. Plusieurs familles de produits de commerce équitable sont aujourd'hui commercialisées dans les secteurs de l'alimentaire, de l'artisanat, du textile, ou encore des cosmétiques.

Différentes options s'offrent alors aux entrepreneurs de commerce équitable :

- **Ouvrir un point de vente : une boutique spécialisée ou un site de vente en ligne**

Pour la PFCE, une boutique est dite « spécialisée » lorsqu'au moins les 2/3 de son chiffre d'affaires sont générés par la vente de produits issus du commerce équitable. Les boutiques peuvent être indépendantes ou affiliées à un réseau qui fournit un accompagnement et un accès privilégié à une centrale d'achat dédiée (comme la Fédération Artisans du Monde ou plus récemment le réseau de franchise d'Alter Mundi).

- **Créer une structure d'importation**

La filière d'importation prend en compte l'ensemble du processus d'acheminement des produits équitables, depuis les pays du Sud jusqu'à leur distribution au Nord. Les structures d'importation se répartissent en deux familles : les importateurs-détaillants qui vendent leurs produits directement au consommateur final, et les importateurs-grossistes qui vendent leurs produits importés à des distributeurs (boutiques spécialisées, grande distribution, cafés et restaurants)

- **Introduire des produits du commerce équitable dans son activité**

Le lancement d'un projet de commerce équitable peut aussi être l'introduction de produits ou pratiques équitables dans une activité déjà existante. Ces démarches revêtent souvent un aspect novateur. Exemples : salon de massage utilisant des produits équitables, bar équitable, etc.

- **Développer une activité autre en lien avec le commerce équitable**

Transformateur, torrificateur, tourisme, prestation de services pour des opérateurs spécialisés équitables, etc.

IDENTIFIER DES FINANCEMENTS

La création d'une filière, l'identification des producteurs ou artisans, les démarches de certification (des produits ou des organisations) sont des démarches qui peuvent s'avérer longues et coûteuses. Les besoins de trésorerie dus, entre autres, à la nécessité de préfinancer les commandes est à prendre en compte dans le modèle économique de votre activité.

En dehors des collectivités territoriales qui peuvent développer leur appui propre, les institutions les plus à même de collaborer avec les porteurs de projets sont les banques et institutions financières de l'économie sociale et les finances solidaires :

- **Les institutions de crédit :**
 - le Crédit Coopératif : www.credit-cooperatif.fr
 - la Nef (Société Financière de la Nouvelle Economie Fraternelle) : www.lanef.com
- **Les organisations de prêts participatifs :**
 - la SOCODEN, finance des SCOP en création : www.scop.coop
 - l'Institut de Développement de l'Economie Sociale ESFIN-IDES : www.esfin-ides.com
- **Les fonds de garanties :**
 - Le fonds de garantie France Active : www.franceactive.org



- **Les organisations de capital risque :**
 - les Cigales : www.cigales.asso.fr
 - la société de capital risque solidaire GARRIGUE : www.garrigue.net
 - les France Angels : www.franceangels.org
 - la fédération Love Money pour l'emploi : www.love-money.org
- **Les bourses :**
 - le concours [Ekilibre](#) récompense chaque année un projet à hauteur de 5000€.

DETERMINER UNE STATUT JURIDIQUE

Plusieurs formes juridiques sont possibles. Elles présentent chacune des avantages et des contraintes au niveau fiscal, en termes d'accès à certaines subventions, en termes de type d'activité commerciale autorisée, etc. Il convient de bien se renseigner avant de faire son choix. L'inscription de l'entreprise dans un statut de l'économie sociale (association, SCOP ou SCIC) renforce son positionnement éthique et correspond à un projet et un mode de gouvernance collectifs. Elles permettent également des avantages fiscaux et des accès à certains financements réservés à ces statuts.

SE FAIRE ACCOMPAGNER

De nombreuses structures accompagnent et conseillent les créateurs d'entreprises. L'expérience montre que les entreprises des porteurs de projets qui se sont fait accompagnés par des professionnels tendent à être plus pérennes. C'est pourquoi nous vous conseillons de vous faire accompagner dans votre démarche par un des principaux réseaux d'accompagnement à la création d'activité :

- les **Boutiques de Gestion** offrent accompagnement et conseils : www.boutiques-de-gestion.com
- l'**ADIE** (Association pour le Droit à l'Initiative Economique) aide les personnes exclues du système bancaire traditionnel à créer leur propre entreprise, grâce au microcrédit : www.adie.org
- **France Active** apporte un accès au crédit, une expertise et un soutien financier : www.franceactive.org
- **France Initiative** accompagne et finance les créateurs : www.france-initiative.fr
- **Entreprendre** oriente et accompagne avec des méthodes d'entreprise : www.reseau-entreprendre.org
- la **Scop KEJAL** conseille et accompagne et est spécialiste de l'économie solidaire : www.kejal.fr
- les **CCI - Chambres de Commerce et d'Industrie** : www.cci.fr
- l'**ANPE** fournit des conseils pour la mise en place d'un projet personnel et des outils pour bénéficier d'accompagnement ou de formations : www.anpe.fr
- les **CRESS - Chambres Régionales de l'Economie Sociale et Solidaire**
- les **Agences de Développement Economique** : se renseigner auprès des collectivités locales

Dans plusieurs régions, des associations de commerce équitable ou de l'économie solidaire pourront vous orienter plus particulièrement sur les spécificités du commerce équitable : elles connaissent le marché local et vous mettent en réseau avec les acteurs déjà en place. Parmi lesquelles :

Alsace : Colecosol	Auvergne : CREDIS
Basse-Normandie : ARDES	Bourgogne : Equi'Max
Bretagne : Ingalañ	Ile-de-France : Pôle local d'économie solidaire Chevillais
Midi-Pyrénées : ADEPES	Provence Alpes Côte d'Azur : APEAS
Pays de la Loire : NAPCE	Rhône-Alpes : Equisol

Il existe une seule formation spécifique au commerce équitable, dispensée par Quatre-Mâts Développement (agence de développement spécialisée dans les initiatives économiques alternatives : www.quatre-mats.org). Mais nombre de formations supérieures y consacrent une partie de leur programme. Une formation en gestion ou en commerce peut s'avérer très utile pour faire face aux spécificités du secteur et en apprécier les risques.

POUR EN SAVOIR PLUS...

- ⇒ Consultez les autres Fiches Repère de la PFCE : www.commerceequitable.org et les contacts cités ci-dessus.
- ⇒ « Le Commerce Equitable en France en 2004 », édition 2007 bientôt disponible sur le site de la PFCE.
- ⇒ APCE : « Fiche professionnelle sur la création d'activité en commerce équitable », www.apce.com
- ⇒ AVISE : « Guide de l'entrepreneur social », www.avise.org/es



CRÉER UNE FILIÈRE D'IMPORTATION EN COMMERCE ÉQUITABLE

Quelques conseils pratiques

LES DIFFÉRENTES OPTIONS

o Quel type d'activité ?

1. Créer une activité d'importateur détaillant

Les structures appelées importateurs détaillants importent des produits issus du commerce équitable pour les vendre directement au consommateur final par l'intermédiaire de leur propre point de vente. La création de ce type d'activité nécessite donc de développer en parallèle une activité de distribution. Il est assez contraignant de combiner ces deux métiers. L'entrepreneur est par exemple souvent amené à voyager pour rencontrer ses fournisseurs et doit trouver une solution pour faire fonctionner son point de vente.

2. Créer une activité d'importateur grossiste

Les importateurs grossistes importent des produits issus de commerce équitable pour les vendre à des distributeurs. La stratégie de la structure détermine le ou les réseaux de distribution appropriés :

- les boutiques spécialisées en commerce équitable,
- les grandes et moyennes surfaces : ce type de distribution nécessite la mise en œuvre de moyens importants (gros volumes de marchandises, procédures de labellisation...),
- les circuits non spécialisés en commerce équitable : commerces de détail classique, magasins biologiques, associations de solidarité, etc.
- les circuits de vente par correspondance et vente en ligne, spécialisés ou pas en commerce équitable,
- le hors domicile : collectivités locales, administrations, cafés, hôtels, restaurants, distributeurs automatiques, entreprises, etc.

Enfin, certaines structures d'importation peuvent cumuler les deux métiers. C'est-à-dire que les produits importés peuvent être vendus directement au consommateur par exemple par l'intermédiaire d'un site de vente en ligne, mais également vendus dans d'autres réseaux de distribution.

o Quelle garantie ?

1. Importer des produits garantis dans le cadre de réseaux de commerce équitable

Pour se lancer dans cette activité, il est recommandé de commencer par identifier les organisations de producteurs, d'exportateurs et de transformateurs. Il est préférable que ces partenaires soient membres d'un réseau international de commerce équitable (FLO, IFAT, EFTA...) pour que leurs démarches répondent à des critères de qualité environnementale et sociale reconnus. Par exemple, l'importation de produits labellisés Max Havelaar implique le paiement d'un « droit de marque » par l'importateur, qui est également soumis à des contrôles réguliers au Sud comme au Nord pour assurer le respect du cahier des charges. De plus, le cahier des charges est particulier à chaque filière d'importation, donc à chaque produit.

2. Importer des produits qui ne sont pas garantis par des réseaux existants

Il s'agit de mettre en place des filières auprès d'organisations de producteurs non affiliées à un réseau de commerce équitable. Cela suppose un travail préliminaire conséquent afin d'organiser ou de convertir cette filière en rédigeant une charte commune avec les producteurs et intermédiaires, et en contractualisant des engagements réciproques. On peut s'inspirer des critères des organisations de commerce équitable fixés au niveau national par la PFCE ou au niveau international par l'IFAT ou par FLO.

LES ÉTAPES INCONTOURNABLES DANS LA MISE EN PLACE DU PROJET

1. Se faire accompagner, conseiller

Différentes structures peuvent vous accompagner tout au long de votre démarche, ainsi que des associations de commerce équitable que vous trouverez dans la Fiche Repère « Lancer un projet de commerce équitable ».



2. Développer son idée avec précision

Cette étape est très importante car il s'agit de se poser les bonnes questions, qui détermineront les caractéristiques du projet de création. Voici quelques interrogations possibles : Quel(s) produit(s) importer ? Quel serait le mode de distribution du produit ? Quel est le caractère novateur des produits et du projet ?

3. Confronter l'idée avec son projet personnel

Cette étape permet de vérifier l'adéquation homme/projet.

4. Réaliser une étude de marché

Outre les études commerciale et financière inhérentes à toute création d'activité, d'autres éléments importants sont à prendre en compte lors de l'étude de marché. Tout d'abord, si le créateur n'est pas déjà en relation avec des producteurs ou artisans du Sud, il est conseillé de prendre contact avec les réseaux et organismes comme l'IFAT, l'EFTA ou Max Havelaar France pour connaître et identifier les organisations de producteurs, d'exportateurs et de transformateurs.

Il faut ensuite procéder à l'état des lieux exhaustif des difficultés rencontrées par les producteurs et les divers acteurs intervenant dans le processus de transformation ou de fabrication (enquête sur place en lien avec des ONG - consulter www.coordinationsud.org). L'objectif de cette étape est de déterminer la pertinence et la faisabilité de la création d'une filière équitable.

Le créateur vérifie également s'il existe des standards internationaux (FLO) pour une production et une commercialisation équitables concernant le(s) produit(s) sélectionnés. Sinon, il peut opter pour la garantie IFAT, qui atteste que l'organisation fait bien du commerce équitable dans ses pratiques, selon le respect du cahier des charges.

Enfin, la phase de détermination des prix des produits est primordiale lors d'une création de filière. C'est le dialogue avec le producteur qui va déterminer le prix du produit, même dans le cas de certains produits agricoles pour lesquels il existe un cours mondial. Le référentiel de certification de FLO impose notamment le respect « du prix minimum garanti » payé aux producteurs. Dans la plupart des cas, en plus du prix du produit lui-même, l'acheteur verse une « prime de solidarité » destinée à la coopérative de producteurs. Le montant de la prime de solidarité (ou prime de développement) représente un pourcentage du prix d'achat et est variable selon les structures d'importation. Le prix équitable inclut donc le coût environnemental et social, et assure au producteur un niveau de vie décent mais aussi une possibilité d'investissement.

Il est également important de prévoir le coût du préfinancement, l'importateur s'engageant à payer une part des commandes avant livraison, d'où une gestion particulière de la trésorerie.

Vous trouverez un certain nombre de distributeurs de produits du commerce équitable dans la liste des membres de la PFCE.

5. Rechercher des financements

6. Choisir un statut juridique

7. Lancer l'activité

LES MOYENS NECESSAIRES POUR DEMARRER L'ACTIVITE

Des frais particuliers sont à prévoir dans une activité de création de filière : le préfinancement des commandes, les frais de déplacement (voyages chez les producteurs), les primes de développement destinées aux producteurs, les frais d'expédition et de douanes, les frais éventuels de transformation, les frais de stockage et de conditionnement, et les frais de distribution.

EN SAVOIR PLUS...

⇒ Consulter aussi les autres Fiches Repère de la PFCE : www.commerceequitable.org



OUVRIR UN POINT DE VENTE SPECIALISE COMMERCE EQUITABLE

Quelques conseils pratiques

LES DIFFERENTES OPTIONS

1. Ouvrir une boutique spécialisée indépendante

Selon la PFCE, pour être considéré comme un point de vente spécialisé en distribution de produits issus du commerce équitable, il faut que les 2/3 au minimum de votre chiffre d'affaires proviennent directement de la vente de produits et/ou de services issus d'une démarche de CE reconnue.

2. Ouvrir une boutique spécialisée dans le cadre d'un réseau

Pour ouvrir une boutique spécialisée dans le cadre d'un réseau, nous vous invitons à prendre contact avec la structure « mère », par exemple une structure comme la Fédération Artisans du Monde. Chaque réseau possède son propre mode de fonctionnement et d'accompagnement.

3. Ouvrir une boutique spécialisée dans le cadre d'une franchise

La pratique de la franchise dans le domaine du commerce équitable se développe depuis peu mais reste encore embryonnaire. Précurseur, le magasin Alter Mundi développe un réseau de franchisés sur tout le territoire depuis 2006. Ainsi, l'enseigne propose à des entrepreneurs d'ouvrir des boutiques dédiées au commerce équitable en leur permettant de bénéficier de son nom et d'un concept clé en main.

4. Ouvrir une boutique en ligne

Il n'existe pas encore de dispositif d'accompagnement pour l'e-commerce mais c'est un mode de distribution à part entière qui gagne en puissance. De nombreuses entreprises de commerce équitable, dont plusieurs membres de la PFCE, ont déjà mis en place des systèmes de vente en ligne. Nous vous invitons à les contacter pour mieux appréhender ce mode de vente et ses spécificités.

LES ETAPES INCONTOURNABLES DANS LA MISE EN PLACE DU PROJET

1. Se faire accompagner, conseiller

Il est important de savoir que des structures d'accompagnement des porteurs de projets peuvent vous aider à tout moment dans le processus de mise en place du projet. Les informations sur ces structures sont disponibles sur la fiche repère « Lancer un projet de commerce équitable ».

2. Développer son idée avec précision

Cette étape est très importante car il s'agit de se poser les bonnes questions, qui détermineront les caractéristiques du projet de création. Voici quelques interrogations possibles : Quel(s) produit(s) vendre ? Quel est le caractère novateur de la boutique ? Quels sont ses points forts, ses points faibles ? Quels sont les systèmes de garantie ?...

3. Confronter l'idée avec son projet personnel

Cette étape permet de vérifier l'adéquation homme/projet.

4. Réaliser une étude de marché

Cette étape se décompose de la manière suivante :

- L'étude commerciale : bien connaître et comprendre le marché, définir une stratégie commerciale et choisir ses futures actions commerciales. On s'attachera en particulier à connaître la sensibilité de la clientèle locale au commerce équitable, ses goûts, l'existence d'autres boutiques de commerce équitable.

- L'étude financière : construire un plan de financement initial, réaliser un compte de résultat prévisionnel et un plan de trésorerie, calculer le seuil de rentabilité de l'entreprise.



De manière générale, l'activité d'une boutique seule peut générer au bout de deux ans, un revenu pour une personne à temps plein, plus une personne à mi-temps éventuellement mais pas vraiment plus. Les boutiques du réseau Artisans du Monde, par exemple, ne peuvent souvent pas se permettre d'embaucher de salariés. D'un autre côté, la période est plus courte chez Alter Mundi, qui estime par exemple qu'un gérant peut atteindre, après un an d'exercice, un revenu net mensuel compris entre 1500 et 2000 euros.

Vous trouverez des fournisseurs, importateurs en produits du commerce équitable dans la liste des membres de la PFCE. Des études sectorielles sont également disponibles sur le site de la PFCE : « Flux du commerce équitable en France – 2004 et 2007 ».

Vous pouvez également prendre contact avec les boutiques spécialisées dans le commerce équitable de votre région. Leur expérience pourrait vous être utile dans la réalisation de votre projet.

5. Rechercher des financements

Il existe plusieurs sources de financements. On distingue entre autre l'épargne personnelle (créateur, associés, proches), les prêts bancaires personnels, les prêts d'honneur et crédits solidaires, les participations au capital (capital risque, investisseurs individuels) et les aides ou subventions. Vous trouverez les principaux contacts sur la Fiche Repère « Lancer un projet de commerce équitable »

6. Choisir un statut juridique

Le choix du statut juridique repose sur plusieurs critères : la nature de l'activité, la volonté de s'associer, l'organisation patrimoniale, les besoins financiers et le fonctionnement général de l'entreprise, etc.... Il convient ensuite de déposer un dossier de demande d'immatriculation auprès du Centre des Formalités des Entreprises.

7. Lancer l'activité

La meilleure période pour ouvrir une boutique de commerce équitable est l'automne, car l'essentiel des ventes se fait durant la période des fêtes de fin d'année. Participer à des manifestations locales de promotion du commerce équitable ou vendre sur des marchés permet de se faire connaître et de développer son chiffre d'affaires.

LES MOYENS NECESSAIRES POUR DEMARRER L'ACTIVITE

Pour ouvrir une boutique d'une surface de vente comprise entre 40 et 50 m², il faut prévoir des investissements importants. Il existe plusieurs postes de dépenses :

- Les frais d'établissement comprenant : les honoraires de conseil éventuels, les frais d'immatriculation, les frais de communication pour se faire connaître
- Les investissements initiaux concernant : le loyer du local plus 3 mois de loyer d'avance, 3 mois de caution, le droit au bail et frais de pas de portes éventuels, les frais d'agence, les agencements et travaux, l'équipement informatique et les fournitures.
- Le fonds de roulement, constitué du premier stock et qui dépend de la taille du magasin et de la période d'ouverture.

A titre d'exemple, le financement initial à prévoir dans le cadre d'un projet de franchise Alter Mundi se situe entre 1000 et 2000 euros/m². L'apport personnel doit représenter 20% à 25% du financement initial.

EN SAVOIR PLUS...

⇒ Consultez les autres Fiches Repère de la PFCE : www.commerceequitable.org



LES SYSTEMES DE GARANTIE DU COMMERCE ÉQUITABLE

Comment s'y retrouver?

Le commerce équitable est une démarche économique en plein essor. Les logos, les offres, les lieux de distribution, et les rayonnages en grandes surfaces comme en magasins spécialisés dans le commerce équitable se multiplient. Pour les consommateurs, l'absence de label public peut rendre plus complexe l'achat de produits issus du commerce équitable. Comment les reconnaître ? Comment distinguer les produits qui répondent à des pratiques effectives de commerce équitable de ceux qui n'en reprennent que le nom ?

QU'EST-CE QU'UN SYSTEME DE GARANTIE?

On appelle garantie un système qui a pour objectif d'assurer que des faits et des pratiques sont conformes à des valeurs et principes, quels que soient les moyens et les initiateurs d'une telle démarche. Ces principes sont généralement inscrits dans un cahier des charges ou un référentiel. La vérification de la conformité peut être réalisée par un organisme extérieur (certification externe) mais également être intégrée au sein même d'une organisation (audit interne). Les deux approches sont généralement cumulées car complémentaires.

D'un point de vue strictement juridique, l'emploi du mot « label » en France désigne un cahier des charges qui appartient aux pouvoirs publics (une norme publique) et qui est contrôlé par des organismes certificateurs accrédités par le COFRAC, le comité français d'accréditation. C'est le cas par exemple du label AB (Agriculture biologique) ou du label Rouge.

En matière de commerce équitable, aucun référentiel n'est la propriété des pouvoirs publics. Il existe en revanche une pluralité de référentiels privés avec différents logos et marques faisant référence au commerce équitable. C'est dans ce contexte que la loi du 2 août 2005 annonce la création d'une Commission Nationale du Commerce Équitable (CNCE) qui viendra reconnaître différents systèmes de garantie de commerce équitable. Il ne s'agira donc pas de mettre en place un label d'état de commerce équitable mais une reconnaissance publique de référentiels privés de commerce équitable. Comment les distinguer ?

DIFFERENTES APPROCHES EN MATIERE DE GARANTIE

On distingue généralement trois types de garantie dans le commerce équitable : la garantie qui porte sur un produit, la garantie qui porte sur une organisation et la garantie qui porte sur l'ensemble d'une filière. Ces trois approches évoluent sans cesse et sont souvent confondues. Toutefois, plusieurs éléments permettent de les distinguer.

○ La garantie produit

Cette garantie est généralement la plus connue car elle est directement visible sur le produit par le consommateur à travers l'apposition d'un logo (FLO, Ecocert, Bioéquitable). Elle concerne essentiellement le secteur des produits agricoles (café, chocolat, sucre, banane, thé, riz, miel, jus de fruits, épices et coton) et les cahiers des charges sont définis par produit.

Le processus de contrôle de conformité se réalise en plusieurs étapes :

- Après des organisations de producteurs, l'organisme de contrôle vérifie régulièrement la bonne application du cahier des charges (juste prix, préfinancement, respect des conventions de l'OIT, etc.) ce qui donne lieu ou non au droit de figurer sur les listes de producteurs certifiés équitables.
- Au niveau des entreprises d'importation, de transformation et de distribution, l'organisme vérifie que les entreprises achètent et revendent bien les matières certifiées équitables, ce qui leur donne le droit d'utiliser le logo ou la marque du système de garantie sur le produit. Ce droit d'usage du logo est généralement octroyé en contrepartie d'une redevance.

○ La garantie organisation

La garantie des organisations est plutôt liée à la construction historique du commerce équitable et à l'échange de produits artisanaux. Elle s'applique à des structures dont l'activité principale est le commerce équitable. Dans ce cas, le référentiel contient les engagements de l'organisation et la vérification portent sur ses pratiques effectives.

Au niveau international, la garantie organisation est portée par l'IFAT (International Federation for Alternative Trade) qui regroupe des organisations de commerce équitable (OCE) sur l'ensemble des filières, de la production jusqu'à la distribution. Le respect du cahier des charges de l'IFAT donne droit à l'utilisation du logo FTO (Fair Trade Organization) qui sera apposé sur les outils de communication de la structure. En terme de mise en œuvre, la garantie IFAT se base sur trois modèles de vérification complémentaires : l'autoévaluation, l'évaluation par les autres membres de l'IFAT et la vérification externe réalisée par des auditeurs accrédités par l'IFAT.

o La garantie filière

La garantie filière garantit que l'ensemble des étapes de production d'un produit sont conformes aux conditions équitables. Il s'agit d'une démarche de progrès et à ce jour, le label « STEP » en Suisse garantit le caractère équitable de l'ensemble du processus de production de tapis.

En France, l'association Minga met en place un Système de Garantie Participatif (SGP) qui vise à garantir que l'ensemble des acteurs d'une filière respectent bien le cahier des charges de l'association.

LE TRAVAIL ACTUEL SUR LES SYSTEMES DE GARANTIE

La diversité des garanties qui existent aujourd'hui peut induire des confusions mais elle permet aussi de prendre en compte la diversité des acteurs et démarches du commerce équitable. La certification des produits peut être considérée comme plus rigoureuse, mais elle coûte cher pour les petites structures et surtout, elle est difficilement applicable aux produits artisanaux dont les standards de référence sont multiples et impossibles à définir génériquement. La garantie organisation et la garantie produit sont donc complémentaires et doivent être renforcées.

En France, l'adoption d'un décret en Conseil d'Etat viendra clarifier la loi du 2 août 2005 qui a posé la première référence légale en matière de commerce équitable. L'accord AFNor, publié en janvier 2006, même s'il n'a qu'un caractère informatif, donne une définition et un cadre pour les structures qui souhaitent développer des démarches de commerce équitable.

Afin de faciliter l'information sur les systèmes de garantie, la PFCE a publié en 2006 et 2008 deux *Mémentos Garantie* qui sont des outils pour comparer les systèmes de garantie dans le domaine du commerce équitable, du commerce éthique, de la responsabilité sociale des entreprises et de l'environnement.

QUELQUES LOGOS REPERABLES...



FLO International, représenté par l'association **Max Havelaar** en France, appose ce logo sur des produits contrôlés comme issus du commerce équitable par FLO Cert.



L'IFAT délivre ce logo à des structures contrôlées et qu'elle reconnaît comme des « organisations de commerce équitable ».



MINGA permet aux structures contrôlées d'utiliser ce logo qui garantit l'équité sur l'ensemble de la filière.



ECOCERT délivre ce logo pour les produits agro-alimentaires, cosmétiques et textiles garantis commerce équitable.



BIO ÉQUITABLE appose ce logo sur des produits issus de l'agriculture biologique et selon son référentiel BE.



STEP garantit des tapis entièrement fabriqués selon les principes du commerce équitable

POUR EN SAVOIR PLUS...

- ⇒ Le mémento étude comparée de différents systèmes de garantie-qualité (éditions 2006 http://www.commerceequitable.org/fileadmin/user_upload/gene/Garanties2006.pdf et 2008 bientôt disponible)
- ⇒ Le Kit pédagogique, « Comprendre le commerce équitable » du CCFD, Fiche 6 *Les mécanismes de garantie*
- ⇒ Les sites des réseaux de commerce équitable énoncés dans la fiche : www.ifat.org / www.step-foundation.ch / www.maxhavelaarfrance.org / www.commerceequitable.org



LES RESEAUX DE COMMERCE ÉQUITABLE

Les réseaux du commerce équitable sont des espaces formels ou informels qui répondent à un besoin de concertation entre les acteurs, que ce soit au niveau local, national ou international.

LE RÔLE DES RESEAUX

Parmi les acteurs du commerce équitable (CE), on distingue des organisations de producteurs, des organisations d'appui au Sud, des importateurs, des détaillants, des organismes de labellisation et des organisations de promotion.

Réunis au sein de réseaux, formalisés ou non, de différentes dimensions, ces acteurs travaillent à la mutualisation de leurs connaissances et de leurs moyens pour améliorer leurs pratiques ou acquérir un poids plus important lors d'actions de communication ou de plaidoyer. Les réseaux de commerce équitable s'articulent principalement autour des 4 thématiques suivantes :

- **Coordination et échanges** : ils sont des relais d'information, des lieux d'échanges d'idées et de pratiques et des points de coordination des activités des acteurs du CE. Les différents réseaux permettent la création de cadres de collaboration entre organisations du commerce équitable.
- **Promotion et sensibilisation** : ils coordonnent des campagnes de sensibilisation et de promotion du commerce équitable au niveau local, national et international. L'existence de réseaux facilite la communication (entre organisations et auprès du public), la promotion du commerce équitable et renforce l'impact des actions entreprises collectivement.
- **Plaidoyer et lobbying** : ils assurent la reconnaissance des acteurs du CE auprès des instances publiques et sont force de proposition pour l'évolution des règles du commerce international. La fédération des acteurs permet de peser à plus grande échelle lors des négociations auprès des pouvoirs publics et lors des rencontres internationales (OMC, CNUCED, Forums Sociaux, etc.) ;
- **Mise en place de systèmes de garantie** : ils étudient les critères du CE et travaillent à l'amélioration des systèmes de contrôle et de garantie pour une meilleure reconnaissance par les consommateurs.

LES RESEAUX NATIONAUX

- **La Plate-Forme pour le Commerce Équitable** rassemble 37 organisations de commerce équitable en France et travaille principalement sur 4 axes : la promotion du CE, l'appui à la mise en place de systèmes de garantie, la recherche/conseil et le soutien au développement de ses membres - www.commerceequitable.org
- **La Fédération Artisans du Monde** coordonne un réseau de plus de 140 associations et 20 membres relais spécialisés dans la commercialisation, l'éducation au développement et mène des actions de plaidoyer sur le commerce international et les politiques agricoles - www.artisansdumonde.org
- **Max Havelaar France** s'appuie sur un réseau de 42 groupes locaux dont les actions sont la promotion du commerce équitable auprès du grand public et des entreprises et la sensibilisation en milieu scolaire et universitaire. Il anime aussi des rencontres entre détenteurs de licence - www.maxhavelaarfrance.org
- **Alter Mundi** développe un réseau de franchise de 8 boutiques entièrement dédiées aux produits du commerce équitable - www.altermundi.com
- **Minga** est une association qui regroupe des citoyens, des entreprises et des associations engagées dans le développement économique du commerce équitable – www.minga.net
- **Ingénieurs sans Frontières** est une fédération de groupes locaux répartis à travers toute la France et dont les membres sont des ingénieurs ou élèves ingénieurs issus d'une soixantaine d'écoles d'ingénieurs et universités technologiques. Plusieurs de ces groupes travaillent sur le CE - www.isf-france.org
- **EquiTerre** est une association d'étudiants et de jeunes professionnels mobilisés pour le commerce équitable et organisés en groupes sur plusieurs campus à travers la France- www.equiterre.com
- **Biocoop** réunit plus de 300 points de vente qui commercialisent des produits de l'agriculture biologique et du commerce équitable et qui s'engagent sur la promotion du commerce équitable - www.biocoop.fr
- **Le CCFD** est une ONG de solidarité internationale qui s'appuie sur un réseau de 1500 groupes. Ses 15 000 bénévoles sont engagés dans des actions de sensibilisation au commerce équitable - www.ccfid.asso.fr



LES ASSOCIATIONS ET RESEAUX LOCAUX

Depuis plusieurs années se sont constitués en France des collectifs locaux autour d'une région ou d'une ville regroupant des organisations de CE, membres des réseaux nationaux ou indépendantes, mais aussi des organisations de solidarité internationale et du secteur de l'Economie Sociale et Solidaire. Parmi lesquels :

- **Alsace** : Colecosol - pagesperso-orange.fr/colecosol
- **Bretagne** : Bretagne CE Nord-Sud et Ingalan - www.ingalan.org
- **Grenoble** : Grenoble Equitable
- **Lyon** : CLACE Collectif Lyonnais des Acteurs du Commerce Equitable - www.clace.info
- **Var** : Covaceq - www.covaceq.org

Il existe aussi des associations et initiatives qui se donnent pour objectif le développement du commerce équitable sur un territoire en impliquant les acteurs du CE qui y sont présents. Parmi lesquels :

- **Bourgogne** : Equimax
- **Pays de la Loire** : NAPCE Nord Sud Agir pour le Commerce Equitable - www.napce.fr
- **Rhône-Alpes** : Equisol - www.equisol.org
- **Ile-de-France** : le PICRI Commerce Equitable est une recherche-action qui a pour objectif de favoriser le travail en réseau des acteurs franciliens – www.picri-commerce-equitable.fr

LES RESEAUX INTERNATIONAUX

Plusieurs acteurs français du CE participent aux 4 réseaux internationaux principaux du mouvement réunis au sein du forum informel **FINE** : FLO, IFAT, NEWS, EFTA. Ces réseaux permettent l'échange d'information et la défense de positions communes pour consolider le mouvement du CE et favoriser son expansion.

- **FLO - Fair Trade Labelling Organization** : il rassemble 22 initiatives nationales de labellisation dont Max Havelaar France regroupées pour harmoniser et développer leurs standards de production. Les producteurs labellisés par FLO se réunissent dans des réseaux continentaux comme par exemple la CLAC pour les producteurs d'Amérique Latine - www.fairtrade.net
- **IFAT - International Fair Trade Association** : ce réseau réunit plus de 600 organisations spécialisées en CE, du Nord comme du Sud, dont une dizaine en France, qui se concertent pour mener des actions de plaidoyer au niveau international. IFAT travaille aussi à la mise en place d'un label de structures de commerce équitable : Fair Trade Organization (FTO). Ce réseau a une déclinaison dans chaque continent : AFTF - IFAT Asia, COFTA - IFAT Afrique, IFAT Amérique Latine et IFAT Europe - www.ifat.org
- **NEWS ! - Network of European World Shops** : il regroupe 15 fédérations européennes de magasins du monde, soit environ 2700 points de vente, rassemblés pour participer à des campagnes d'information, mener des actions de plaidoyer, et soutenir le développement de chacun des membres - www.worldshops.org
- **EFTA - European Fair Trade Association** : 11 importateurs européens forment ce réseau qui facilite les échanges d'information et la mutualisation de leurs moyens - www.european-fair-trade-association.org

LES RESEAUX VOISINS

Les acteurs de commerce équitable français sont aussi actifs dans des réseaux voisins du commerce équitable :

- **dans la Solidarité Internationale** : par exemple Coordination Sud - www.coordinationsud.org,
- **dans l'Economie Sociale et Solidaire** : par exemple le réseau SOL - www.sol-reseau.org ou le réseau européen IRIS - www.iris-network.eu,
- **dans le Développement Durable** : par exemple Paris Développement Durable.

POUR EN SAVOIR PLUS...

⇒ Consultez les sites Internet des différents réseaux locaux, nationaux et internationaux.