

ÉQUITABLE, DURABLE, RESPONSABLE...

SE REPÉRER DANS LA JUNGLE DES LABELS POUR DES COURSES (VRAIMENT) RESPONSABLES!



FAIR(e)
un monde équitable

act:onaïd
pour des peuples solidaires

LE COMMERCE MONDIAL : TOUJOURS LA LOI DU PLUS FORT, AU DÉTRIMENT DES ÊTRES HUMAINS ET DE LA PLANÈTE !

DANS LE MONDE :

- Les 3/4 des 795 millions de personnes qui souffrent de la faim sont des agriculteurs et agricultrices des pays du Sud.
- Sur les 450 millions de femmes et d'hommes qui travaillent dans les plantations agricoles, on estime que 60 % vivent dans la pauvreté.

Sous-payé-e-s pour le travail qu'ils-elles effectuent, ils-elles n'ont ainsi pas accès aux besoins essentiels (eau, santé, logement, alimentation...). Isolé-e-s et sans pouvoir de négociation face aux acheteurs internationaux, ils-elles subissent des conditions commerciales défavorables* et des pressions du marché international.

** pratiques qui diffèrent nettement de la bonne pratique commerciale, de la bonne foi et de la loyauté et sont imposées unilatéralement par l'un des partenaires commerciaux*

Ils-elles sont contraint-e-s de :

- **Accepter des bas prix** ou de ne pas vendre leurs productions.
- **Abandonner leurs terres** pour chercher d'autres moyens de subsistance, parfois devenir travailleur-euse-s dans des très grandes plantations.
- **Recourir à des pratiques agricoles dangereuses pour l'environnement**, comme la déforestation massive et l'utilisation d'engrais, de pesticides, d'OGM...

➔ **À ce jour, aucune législation n'encadre les pratiques commerciales des acheteurs, qu'ils soient fabricants ou distributeurs: ils fixent eux-mêmes leurs règles et leurs prix.**



POURTANT, À L'AUTRE BOUT DE LA CHAÎNE...

Les consommateur·rice·s français·es se sentent **de plus en plus concernés** par la dimension sociale et environnementale de leur alimentation. Ils·elles veulent en savoir plus :

- « Dans quelles conditions a été cultivé ou fabriqué ce que j'achète ? »
- « Quel est le prix d'achat aux producteur·rice·s par rapport au prix de vente en supermarché ? »

Mais pour les produits nécessitant une transformation, ou venant de plus loin, cela reste difficile d'avoir la traçabilité et l'information transparente souhaitées.

Plus d'1/3 des Français·es se tournent vers des circuits courts et la vente directe. 83 % déclarent manquer d'informations sur l'impact social des produits qu'ils·elles achètent.*

➔ **À ce jour, les supermarchés n'ont pas l'obligation d'informer sur les conditions de production et de travail des producteur·rice·s et des travailleur·euse·s.**

* Sondage Ipsos / Fondation Carasso – les Français et l'alimentation durable. Novembre 2016.



MIEUX CONNAÎTRE LES CONDITIONS DE PRODUCTION ET LES FILIÈRES... GRÂCE AUX LABELS !



En l'absence de législation contraignante sur les modes de production et d'approvisionnement des fabricants et des magasins, régulation pour laquelle nous plaignons depuis de nombreuses années au niveau national, européen et international, des labels cherchent à répondre à ce besoin de traçabilité et de transparence.

Fondés sur le respect des critères d'un cahier des charges et sur la réalisation de contrôles, ces labels sont un outil d'aide au choix pour les consommateur-riche-s. Mais aujourd'hui, il en existe beaucoup et il est parfois difficile de s'y retrouver !

Ce guide a pour objectif d'aider les consommateur-riche-s à mieux comprendre les exigences des différents labels pour faire un choix de consommation avisé.

Car tous les labels n'ont pas les mêmes exigences économique, sociale ou environnementale, voire pas la même transparence.



PROGRAMMES DES MARQUES, LABELS ÉQUITABLES, DURABLES OU BIO : QUE SE CACHE-T-IL DERRIÈRE LES LOGOS ?

Les sachets de thé, tablettes de chocolat ou bananes comportent de plus en plus de labels ou logos de « programmes filières ».

En effet, face aux enjeux de responsabilité sociétale des entreprises (RSE), les marques, contraintes d'améliorer leurs pratiques sociales et environnementales ou leur image, ont trouvé différentes réponses, plus ou moins exigeantes.

1

LES PROGRAMMES DES MULTINATIONALES, AUX LOGOS SPÉCIFIQUES



Certaines grandes entreprises ont créé leurs propres programmes d'approvisionnement, qu'elles gèrent elles-mêmes. C'est le cas de la majeure partie des fabricants de chocolats, comme Mondelez (Côte d'Or, Milka) avec *Cocoa life*, Nestlé avec *Cocoa Plan*, ou Lindt avec *Farming Program*. Tels qu'ils sont présentés au public, ces programmes semblent avoir pour priorité d'améliorer les conditions de vie des producteur-riche-s locaux-ales.

Les producteur-trice-s bénéficient en effet de formations agricoles et de création d'infrastructures comme des puits d'eau potable et des écoles. En réalité, ces programmes visent surtout à augmenter la productivité, à améliorer la

qualité du produit et à préserver l'avenir de la production. Ils ne proposent pas de prix minimum garanti, ce qui permettrait de meilleurs revenus et une augmentation du niveau de vie. D'après l'étude *La Face cachée du cacao* (Le Basic - 2016), les producteur-riche-s de cacao de Côte d'Ivoire travaillant avec ces marques vivent toujours en dessous du seuil de pauvreté.

➔ **Transparence et contrôle:**
ces programmes n'ont pas de
certificateurs externes

LES LABELS DITS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



En pleine expansion, les labels **Rainforest Alliance** et **UTZ** sont les deux plus répandus et viennent d'annoncer leur fusion ¹. Ils allient dimensions sociale et environnementale, tout en étant résolument tournés vers la réponse aux besoins d'un marché agro-alimentaire mondialisé. Très appréciés des multinationales et des supermarchés dans le cadre de leur politique RSE, comme Lidl, Lavazza, Nescafé, Danone, McDonald's, Unilever, Mars... ces labels ont jusque-là peu démontré leur influence positive sur les conditions de vie des producteur-riche-s et travailleur-euse-s et même sur l'environnement ².

Ils ont le mérite de rassembler des critères sociaux et environnementaux et de les rendre obligatoires pour la délivrance de la certification mais ceux-ci sont souvent déjà contenus dans les législations internationale et nationale.

Les critères plus innovants sont non obligatoires jusqu'à présent. Quant au système de contrôle, **ces modalités sont suffisamment flexibles pour permettre à des plantations de bananes et d'ananas, par exemple, d'obtenir la certification alors même que de graves violations des droits y sont dénoncées par les syndicats.**

(voir l'exemple de la banane p. 10)

Enfin, ces labels n'ont pas pour but de modifier les pratiques des entreprises quant aux pratiques commerciales déloyales, ni de remettre en cause le rapport de force entre fournisseur et acheteur dans les filières. Ils s'adaptent aux conséquences des dérives du commerce mondial et n'agissent pas sur ses causes, tout en proposant des aliments et des boissons bon marché. Cette logique de bas prix contredit totalement l'effort d'amélioration de vie des producteur-riche-s!

D'où les études, dans le cadre des campagnes *Le Juste Fruit!* et *Caddi[E]thique*, qui pointent du doigt le fait que les supermarchés et les marques y ont recours comme outil de marketing ou *socialwashing*, pour surfer sur l'envie de durabilité des consommateur-riche-s ³.

➔ **Transparence et contrôle :** des contrôles externes sont obligatoires, mais avec une efficacité limitée.

¹ Communiqué de presse du 7 juin 2017

² Source : *La face cachée du cacao - Le Basic* 2016

³ Consultez la brochure *RainForest* : www.peuples-solidaires.org/sites/files/actionaid/rainforestalliance_le_label_qui_cache_la_foret.pdf et le rapport «*Des fruits au goût amer*» : www.peuples-solidaires.org/sites/files/actionaid/des_fruits_au_gout_amer_version_def.pdf

3

LES LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE



Existant depuis 40 ans, le projet du commerce équitable part du principe que la relation avec les partenaires commerciaux doit être modifiée: **elle doit tendre vers plus d'équité, c'est-à-dire un rééquilibrage du pouvoir, en remettant en cause la concentration du pouvoir économique entre les mains d'un petit nombre d'acteur-riche-s.**

Les critères du commerce équitable impliquent donc des droits et des obligations pour les deux parties: les producteur-riche-s et les acheteur-euse-s.

Les labels de commerce équitable apportent des garanties en priorité aux petite-s producteur-riche-s, tout en s'intéressant aussi aux travailleur-euse-s de certaines filières historiquement organisées en plantations (thé, fleurs, banane). Le commerce équitable constitue un filet de sécurité non négligeable

pour les petite-s producteur-riche-s, en proposant un prix minimum garanti, qui ne dépend plus du cours de la Bourse ou des marchés internationaux.

Assurant une vraie autonomie face aux acheteur-euse-s, le commerce équitable, tel qu'il est garanti jusque-là par les 5 labels présents en France, permet d'entrevoir une solution aux problèmes de pauvreté des petite-s producteur-riche-s et travailleur-euse-s.

➔ **Transparence et contrôle:** les certificateurs sont pour tous externes et indépendants. Flocert, certificateur notamment du label Fairtrade / Max Havelaar, est lui-même certifié ISO 17065, garantie transparence pour les labels.

4

ET LE LABEL BIO ?



Le label bio ne garantit pas le respect des droits des producteur-riche-s: ses critères n'intègrent ni prix minimum, ni dimension sociale. Toutefois, ses garanties environnementales ajoutent une forte complémentarité aux garanties de justice économique et sociale des labels de commerce équitable.

Les labellisations équitables ne garantissent pas que les produits sont issus de l'agriculture biologique... mais les produits équitables sont souvent bio.

➔ **En 2016, 76% des produits issus du commerce équitable étaient également labellisés bio.**

LES PRINCIPAUX CRITÈRES DES LABELS ÉQUITABLES ET DURABLES PRÉSENTS EN FRANCE

Pour obtenir un label et avoir le droit d'apposer un logo sur un produit, il faut remplir des critères exigés par le cahier des charges, qui diffèrent selon les labels. Ce tableau permet de comparer les différents critères devant être respectés.*

GARANTIES ÉCONOMIQUES

Prix juste pour les producteurs et productrices, à travers un prix minimum

Partenariats économiques durables entre producteur-riche-s et acheteur-euse-s

Prime pour des projets collectifs de développement local

GARANTIES SOCIALES

Respect des conventions de l'organisation internationale du travail (droits sociaux, pas de travail des enfants...)

Avantages sociaux complémentaires : sécurité sociale, retraite, congé maternité...

GARANTIES DE GOUVERNANCE ET D'AUTONOMIE DES PRODUCTEUR-RICHE-S

Fonctionnement démocratique et gestion participative (attribution de la prime, prises de décisions...)

Non-discrimination au sein des organisations

GARANTIES ENVIRONNEMENTALES

Réduction des impacts environnementaux des activités

Protection de la biodiversité

Interdiction des OGM

Promotion des pratiques d'agriculture biologique auprès des coopératives

PLAIDOYER

Promotion et sensibilisation des citoyen-ne-s

Source : Guide international des labels de commerce équitable, sur www.commerceequitable.org - fruit d'une collaboration entre quatre organisations d'acteur-riche-s engagé-e-s et chercheur-euse-s : la Plate-Forme pour le Commerce Équitable, Fair World Project (USA), FairNESS France et FairNESS Royaume-Uni. Son objectif : rendre lisible les principaux labels de commerce équitable et de développement durable à travers le monde.

** Ce tableau n'évoque pas la manière dont le respect des critères est contrôlé, qui peut également différer.*

LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE



LABELS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE (en cours de fusion)



	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗
	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗
	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗

	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓

	✓	✓	✓	✓	✓	✗	non applicable
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	✓	✓	✓	✓	✓	✗	en partie
	✓ ¹	✓	✓ ²	✓ ³	✓	✗	✗

	✓	✓	✗	✓	✗	✗	✗
--	---	---	---	---	---	---	---

1 Prime d'incitation

2 filières BIO

3 Coopératives de petit-e-s producteur-ric-e-s, certifiées BIO

NB: Et les programmes des multinationales ? Ne fonctionnant pas comme des labels indépendants et transparents, ils ne peuvent être analysés sur le même plan. Il est toutefois possible d'affirmer que les notions de prix juste, d'autonomie des producteur-ric-e-s, ou la promotion d'une agriculture biologique, ne font pas faire partie du processus à ce jour. Ces programmes pourraient avoir eu des évolutions positives sur l'interdiction du travail des enfants dans les plantations de cacao.

L'EXEMPLE DE LA BANANE : DEMANDONS À RAINFOREST DE REVOIR SES EXIGENCES À LA HAUSSE !

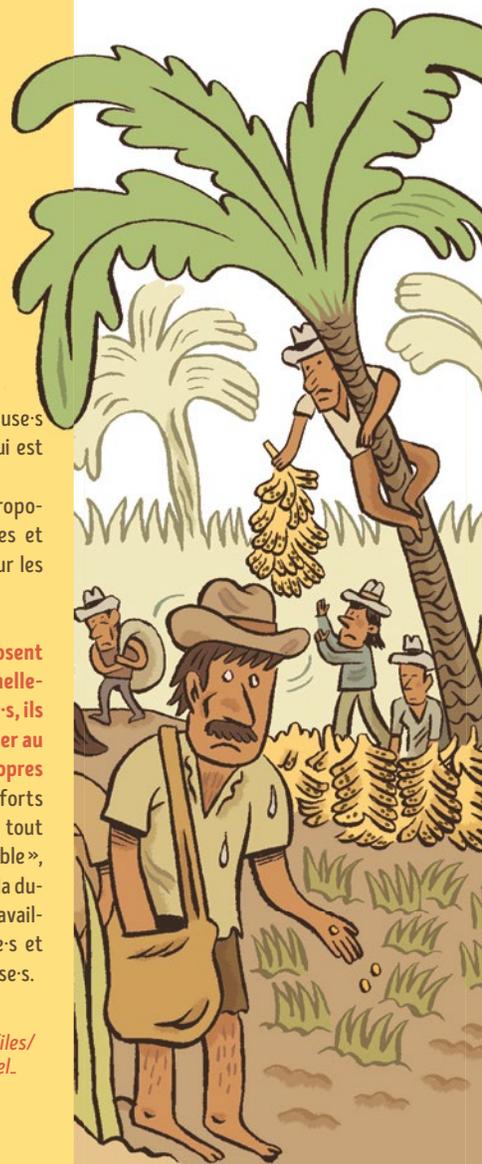
En 2014, 5,5% des exportations mondiales de bananes (plus de 6 millions de tonnes) ont été certifiées Rainforest Alliance et affichent le logo de la grenouille.

Ce développement rapide pourrait être dû à la faible exigence du cahier des charges et au laxisme du système de contrôle. Un rapport publié fin 2016 par ActionAid France-Peuples Solidaires et Oxfam illustre les conditions de travail déplorables dans des plantations de bananes au Costa Rica et d'ananas en Équateur, pourtant certifiées Rainforest Alliance et fournisseuses d'enseignes comme Lidl en France. Il semblerait que la certification n'apporte pas la garantie que les droits fondamentaux du travail ou le paiement d'un salaire minimum, pourtant « critères obligatoires », soient respectés. L'usage des pesticides n'est pas interdit et leur épandage a parfois lieu

alors même que les travailleur-euse-s se trouvent dans les champs, ce qui est très nocif pour leur santé. Rainforest Alliance aspire à proposer des fruits tropicaux durables et ce, sans coût supplémentaire pour les consommateur-ri-ce-s.

Lorsque les supermarchés proposent des fruits à des prix exceptionnellement bas aux consommateur-ri-ce-s, ils doivent par conséquent les acheter au prix le plus bas possible à leurs propres fournisseurs. De nombreux efforts restent à faire pour que ce label, tout comme UTZ, soit vraiment « durable », c'est-à-dire, pour qu'il inclut dans la durabilité les conditions de vie des travailleur-euse-s et les producteur-ri-ce-s et leur autonomie face aux acheteur-se-s.

** Pour en savoir plus :
www.peuples-solidaires.org/sites/files/actionaid/rainforestalliance_le_label_qui_cache_la_foret.pdf*



LE SAVIEZ-VOUS ? DES GARANTIES AUSSI POUR LES PRODUITS FRANÇAIS !

Depuis la loi sur l'économie sociale et solidaire de 2014, les critères du commerce équitable peuvent dorénavant s'appliquer sur des productions françaises (céréales, lait, blé, lentilles, confitures, farine...).



Je les reconnais grâce aux labels Fair For Life et Bio Partenaire.



Mais aussi grâce à des démarches d'entreprises engagées et fiables comme Paysans d'ici d'Éthiquable, ou Ensemble de Biocoop ou encore des systèmes de garantie comme Agri-Éthique.

➔ **En France aussi, nous pouvons tou-te-s privilégier des filières durables et équitables !**

EN SAVOIR PLUS :

La campagne **Caddi[E]thique**, rassemble 45 organisations dans 25 pays d'Europe, d'Amérique latine, d'Afrique et d'Océanie pour rendre les filières d'approvisionnement des supermarchés plus responsables et durables.

www.supplychainge.org

La campagne **Le Juste Fruit!** rassemble 33 organisations dans 19 pays d'Europe, d'Afrique et d'Amérique latine pour promouvoir des chaînes d'approvisionnement en fruits tropicaux justes et durables.

www.makefruitfair.org/fr

FAIR[e] un monde équitable rassemble les associations locales et les citoyen-ne-s qui veulent agir pour un commerce équitable et une consommation juste et durable.

www.faire-equitable.org

Association de solidarité internationale, ActionAid France-Peuples Solidaires agit pour faire respecter les droits et vaincre la pauvreté dans le monde.

www.actionaid.org/fr

FAIR(e)
un monde équitable

act:onaïd
pour des peuples solidaires



Document réalisé par FAIR(e) un monde équitable,
avec le soutien de ActionAid France-Peuples Solidaires
et de l'Union européenne dans le cadre de la campagne Caddi[E]thique.

Rédaction et coordination : Estelle Dubreuil, Silvia Valentini
Relecture : Alice Bordaçarre, Jean-Paul Arpi,
Charlotte Fiche et Élisabeth Shriqui
Illustrations : Le Cil Vert / Graphisme : Tiens Donc !

Engagez-vous avec nous
pour plus d'équité dans les filières !
www.faire-equitable.org
www.actionaid.org/fr



Le présent document a été élaboré
avec l'aide financière de l'Union européenne.

*Le contenu de ce document relève de la seule responsabilité
des organisations émettrices et ne peut aucunement être
considéré comme reflétant le point de vue de l'Union européenne.*