

PARTIE 4



LES ACHATS PUBLICS ISSUS DU COMMERCE ÉQUITABLE

Le commerce équitable s'est développé sous l'impulsion d'organisations caritatives et humanitaires européennes soucieuses de répondre à l'appel « Trade, not», lancé par des organisations de producteurs du Sud en 1964, en séance à la Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement. Parallèlement, dans les pays du Sud, certains producteurs suffisamment organisés pour faire entendre leur voix ont réclamé des relations commerciales « justes », leur permettant non seulement d'assurer leur quotidien, mais aussi de prendre en charge leur propre développement. En France, le monde associatif s'est structuré dès les années 70. Depuis la loi relative à l'économie sociale et solidaire de 2014, le commerce équitable s'entend à la fois pour les relations commerciales Nord/Sud et Nord/Nord¹²⁷.

Les achats équitables sont ainsi reconnus comme une partie d'une catégorie plus large d'achats dits « éthiques », concourant au respect des droits de l'Homme dans les chaînes d'approvisionnement¹²⁸. Voir la Partie 1 Les considérations sociales dans la commande publique. Au Sud comme au Nord, les principes du commerce équitable sont également un levier pour leur permettre d'investir dans la transition écologique des modes de production (double labellisation bio-équitable à hauteur de 90 % des références de produits équitables pour les filières internationales et 59 % pour les filières françaises selon Commerce Equitable France¹²⁹).

Le commerce équitable connaît une notoriété grandissante et une progression constante depuis son apparition. En 2020, les Français auraient consommé 12 % de plus de produits équitables que l'année précédente, avec des achats qui totaliseraient pour la première fois 1,83 milliard d'euros¹³⁰. Si à l'échelle du commerce général, sur des produits et services de même nature, le commerce équitable apparaît comme un marché modeste, l'effet levier de l'achat public responsable peut contribuer à son développement, à la fois sur le périmètre actuel, limité, mais aussi sur son extension à de nouvelles prestations.

La loi Climat et Résilience du 22 août 2021 a conforté cette dynamique. Le commerce équitable dans la restauration collective et le dispositif de reconnaissance publique des labels de commerce équitable sont revalorisés. Plus globalement le caractère obligatoire du développement durable dans la commande publique est renforcé.

¹²⁷ Voir en annexe, les dates clés du commerce équitable.

¹²⁸ Voir la publication de la direction des Achats de l'Etat (DAE) « Comment veiller au respect des droits de l'Homme au travail dans les chaînes d'approvisionnement ? »

¹²⁹ Les données mentionnées (ici 2020) sont produites annuellement par Commerce Equitable France, association fondée en 1997, regroupant les principaux acteurs français du commerce équitable et soutenu par l'Etat français.

¹³⁰ Source : Commerce Equitable France. Les ventes comptabilisées par l'observatoire compilent exclusivement les données garanties par des labels de commerce équitable (Nord/ Sud ou Nord/ Nord) afin de s'assurer du respect de la législation française en matière d'allégations de commerce équitable. 65% des produits équitables vendus concernaient des filières internationales et 35% concernaient des produits issus de filières françaises. <https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/cef-alaloupe-20211125.pdf>



FICHE 14 : CADRES ET ACTEURS DU COMMERCE ÉQUITABLE

1. Cadres et définitions du commerce équitable
2. Connaître les acteurs du commerce équitable



FICHE 15 : LES SECTEURS LES PLUS CONCERNÉS PAR LES ACHATS ÉQUITABLES

1. L'alimentation
2. Le textile
3. Les jouets et la décoration (artisanat)
4. Les séjours équitables et solidaires



FICHE 16 : INTÉGRER LE COMMERCE ÉQUITABLE DANS SES ACHATS

1. Recommandations préalables
2. Définir son besoin en utilisant les labels équitables
3. Prévoir des produits ou services équitables dans les conditions d'exécution et les critères
4. Les variantes : encourager le commerce équitable dans des secteurs nouveaux ?



FICHE 17 : ANNEXES RELATIVES AU COMMERCE ÉQUITABLE

1. Les dates clés du commerce équitable
2. Les principes du commerce équitable
3. L'impact du commerce équitable pour les producteurs



FICHE 14

CADRES ET ACTEURS DU COMMERCE ÉQUITABLE

1. Cadres et définitions du commerce équitable

1.1 Une définition commune aux acteurs internationaux depuis 2001

Le commerce équitable a été initié par la société civile, au Nord comme au Sud. Le dialogue entre les principales organisations non gouvernementales de commerce équitable, FLO (Fairtrade international organizations), IFAT (International Federation for Alternative Trade) et EFTA (European Fair Trade Association)¹³¹ a abouti en 2001 à **une définition internationale du commerce équitable** :

« Le Commerce Equitable 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 mondial. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions commerciales et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés, tout particulièrement au Sud de la planète. Les organisations du Commerce Equitable (soutenues par les consommateurs) s'engagent activement à soutenir les producteurs, à sensibiliser l'opinion et à mener campagne en faveur de changements dans les règles et pratiques du commerce international conventionnel. »

Sur ce sujet, voir la [Charte internationale du commerce équitable](#) de 2018.

Sur l'historique du commerce équitables, ses principes et ses impacts, voir les annexes (Fiche 17).

1.2 La définition légale du commerce équitable en France

Fortement mobilisée sur le sujet, « la France est l'un des rares pays où le commerce équitable est défini légalement »¹³².

¹³¹ Associations réunies au sein du groupe FINE (devenu FEW)

¹³² Extrait de la fiche de la direction générale de la concurrence et de la répression des fraudes (DGCCRF)

https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/dgccrf/documentation/Lettre_CetC/2021/equitable.pdf



Evolution de la définition

- **Le commerce équitable est actuellement défini à [l'article 60 de la loi n° 2005-882 du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises](#)** modifiée notamment par la loi n° 2014-856 du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire (Loi ESS) puis par la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets (Loi Climat et Résilience).
- **Depuis 2014**, la notion de commerce équitable telle que définie par la loi ESS n'est plus limitée aux « échanges entre des pays développés et des producteurs désavantagés situés dans des pays en développement » (le terme était auparavant réservé aux relations Nord – Sud). Elle s'applique donc à des relations avec tous les producteurs, qu'ils soient dans les pays développés ou en voie de développement.
- Cette loi a aussi fixé les conditions pour que les relations commerciales avec un acheteur soient qualifiées de « commerce équitable ». **Le décret du 17 septembre 2015¹³³**, toujours en vigueur, est venu préciser cette définition.
- **En 2019**, la loi « PACTE »¹³⁴ a modifié l'article 60 de la loi de 2005 précitée pour mieux encadrer l'usage de la mention « équitable » dans les dénominations de vente et la réserver aux seuls produits satisfaisants aux conditions du commerce équitable définies en 2014.
- **En 2021**, l'article 275 de la loi Climat et Résilience a apporté des nouveautés importantes en :
 - intégrant la dimension environnementale dans la définition ;
 - modifiant l'article 60 de la loi de 2005 : est rendu obligatoire le recours à un label ou système de garantie reconnu par la plateforme nationale d'actions globales pour la responsabilité sociétale des entreprises, dite « plateforme RSE »¹³⁵, pour toute entreprise se réclamant du commerce équitable (voir ci-dessous)¹³⁶. Cette modification doit intervenir après prise d'un décret.

Cadre en vigueur (article 60 de la loi n° 2005-882 du 2 août 2005 modifiée)

- **Définition du commerce équitable intégrant la dimension environnementale**

« **Le commerce équitable 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, qui satisfont aux conditions suivantes :**

- **1° Un engagement entre les parties au contrat sur une durée permettant de limiter l'impact des aléas économiques subis par ces travailleurs, qui ne peut être inférieure à trois ans ;**

¹³³ [Décret n° 2015-1157 du 17 septembre 2015 relatif au commerce équitable](#)

¹³⁴ Article 173 de la [loi n° 2019-486 du 22 mai 2019](#) relative à la croissance et la transformation des entreprises

¹³⁵ <https://www.strategie.gouv.fr/reseau-france-strategie/plateforme-rse>. Cette plateforme est pilotée par France Stratégie, rattachée au Premier ministre depuis 2013

¹³⁶ Pour suivre l'actualité de ce dispositif : <https://www.strategie.gouv.fr/reseau-france-strategie/plateforme-rse>
<https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/lessor-des-produits-equitables>



- **2° Le paiement par l'acheteur d'un prix rémunérateur** pour les travailleurs, établi sur la base d'une identification des coûts de production et d'une négociation équilibrée entre les parties au contrat ;
- **3° 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.

Chaque entreprise intervenant dans ces filières valorise des modes de production et d'exploitation **respectueux de l'environnement et de la biodiversité, tels que l'agroécologie lorsqu'il s'agit de filières alimentaires**, et est en mesure de produire des informations relatives à la **traçabilité des produits**.

Les entreprises faisant publiquement état de leur appartenance au commerce équitable participent à des actions de sensibilisation et d'éducation à des modes de production et de consommation socialement et **écologiquement durables** ».

- **A partir de 2023, après publication du décret: renforcement des obligations et du dispositif de reconnaissance des systèmes de garanties et labels équitables**¹³⁷
- le recours à un label ou système de garantie devient obligatoire pour toute entreprise se réclamant du commerce équitable.
- les labels et systèmes de garantie du commerce équitable devront être reconnus par la plateforme nationale d'actions globales pour la responsabilité sociétale des entreprises ([plateforme RSE](#)) pour une durée de trois ans renouvelables.¹³⁸

« Il bis. - Seuls les produits satisfaisant aux conditions définies au II et soumis à des systèmes de garantie ou conformes à des labels reconnus dans les conditions prévues au III peuvent comporter le terme "équitable" dans leur dénomination de vente.

III. - Les systèmes de garantie et les labels de commerce équitable sont reconnus, pour une durée renouvelable de trois ans, par la plateforme nationale d'actions globales pour la responsabilité sociétale des entreprises, qui comprend parmi ses membres un député et un sénateur et dont les missions et la composition sont précisées par décret. »

- **Récapitulatif des conditions pour qualifier des produits d'équitables :**
 - **des travailleurs en « désavantage économique »** : sans accès aux moyens économiques et financiers et à la formation nécessaires pour leur permettre d'investir dans leur outil de production et de commercialisation ; ou en situation de vulnérabilité spécifique du fait de leur environnement physique, économique, social ou politique ; ou dont les productions sont liées aux ressources et spécificités de leur territoire et qui n'ont accès habituellement qu'au marché local pour la distribution de leurs produits.

¹³⁷ [Article 60](#) de la loi n° 2005-882 du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises , modifié par l'article 275 de la loi n° 2021-1104 Climat et Résilience du 22 août 2021.

¹³⁸ Pour suivre l'actualité de ce dispositif : <https://www.strategie.gouv.fr/reseau-france-strategie/plateforme-rse>
<https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/lessor-des-produits-equitables>



- **un contrat entre les producteurs gouvernés démocratiquement et les acheteurs** pour une durée minimale de 3 ans avec une période d'essai possible d'une durée d'un an. En l'absence d'intermédiaire, l'acheteur public serait lié par cette obligation mais, en général, il n'est pas en contact direct.
- **Des prix rémunérateurs** (établis sur la base d'une identification des coûts de production et d'une négociation équilibrée au contrat) c'est-à-dire couvrir les coûts de production, permettre de satisfaire les besoins fondamentaux des travailleurs et de leur famille et de dégager une marge pour les investissements nécessaires à l'amélioration de l'activité des groupements de producteurs.
- **Un complément financier** apporté, destiné aux projets collectifs pour renforcer leur autonomie ou au financement de projets au bénéfice de la communauté (dispensaires, écoles, etc.).
- **Un engagement environnemental** pris dans les modes de production et d'exploitation.
- **Une obligation d'information sur la traçabilité des produits.**
- **Des actions de sensibilisations et d'éducation** à des modes de production socialement et écologiquement responsables.
- A partir de **2023** : **recours obligatoire à¹³⁹ un label ou système de garantie reconnu par la plateforme RSE**

Voir les exemples dans la Fiche 16 3. Imposer des produits ou services équitables dans les conditions d'exécution.

1.3 Une impulsion européenne

Reconnaissance et valorisation des achats équitables

Les institutions européennes ont régulièrement pris des positions favorables au commerce équitable, en **reconnaissant son impact et en encourageant la commande publique à y recourir.**

La résolution du Parlement européen sur le commerce équitable et le développement du 6 juillet 2006 indique que : « *le système du Commerce Equitable s'est révélé efficace pour réduire la pauvreté et promouvoir le développement durable* » et « *invite les collectivités locales d'Europe à incorporer des critères relatifs au Commerce Equitable dans leurs politiques de mise en concurrence et de marchés publics et à accorder dans leurs appels d'offres une attention particulière aux articles issus du commerce équitable. (...) invite la Commission à promouvoir cette démarche en établissant, par exemple, des lignes directrices en faveur de marchés publics propices au Commerce équitable* » (alinéa 22).

¹³⁹ Pour suivre l'actualité de ce dispositif : <https://www.strategie.gouv.fr/reseau-france-strategie/plateforme-rse>
<https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/lessor-des-produits-quitables>



Une communication de la Commission européenne de 2009¹⁴⁰ est venue renforcer cette résolution, avant que le Comité des Régions vote à son tour en février 2010 une résolution sur le sujet, soutenant l'adoption d'un plan d'action pour le commerce équitable dans les collectivités territoriales.

La jurisprudence de la CJUE de 2012 dans l'arrêt « Noord-Holland » ([CJUE, 10 mai 2012, Commission c/ Royaume des Pays-Bas, Aff.C-368/10](#)), portant justement sur des produits équitables,¹⁴¹ précise explicitement que les autorités contractantes peuvent choisir un critère d'attribution fondé sur des considérations sociales ou environnementales, tel que le commerce équitable dès lors que :

- il est lié à l'objet du marché ;
- il permet de retenir l'offre économiquement la plus avantageuse.

L'avocat général, reconnaissant l'objectif de responsabilité sociale dans la définition de l'objet, a déclaré (§110 à de ses conclusions) : « Ce type d'aspect peut être pris en considération dans le cadre des conditions d'exécution du marché (article 26 de la directive 2004/18) (50). Le lien avec l'objet du marché (en l'occurrence, la livraison d' « ingrédients » tels que du sucre, du lait en poudre et du cacao) ne saurait donc lui être dénié d'emblée. En effet, pour un pouvoir adjudicateur qui, comme en attestent les documents du marché, attache de l'importance à agir de manière socialement responsable, le point de savoir si les produits à fournir ont été achetés à leurs producteurs à des **conditions équitables, peut tout à fait faire une différence lors de la détermination du rapport qualité/prix**. Certes, strictement parlant, le goût du sucre ne change pas selon qu'il est issu du commerce équitable ou non. Néanmoins, un produit qui a été commercialisé dans des conditions injustes laissera un goût amer dans la bouche d'un client conscient de ses responsabilités sociales ».

Le Conseil d'Etat ([CE 25 mars 2013, Département de l'Isère, n° 364950](#)) a également énoncé qu'un critère d'attribution pouvait porter sur une caractéristique **qui n'est pas intrinsèque** au produit objet du marché ou à ses caractéristiques techniques et fonctionnelles et donc sur des aspects sociaux, dès lors qu'il est :

- lié au caractère du marché ;
- non discriminatoire.

La [directive européenne](#) sur les marchés publics du 26 février 2014 conforte la possibilité de prise en compte des considérations équitables dans les procédures de passation des marchés. Elle explicite ainsi comment les critères d'attribution et les conditions d'exécution des marchés publics peuvent, à condition de présenter un lien avec l'objet du marché, permettre une véritable concurrence reposant sur des éléments précis et concrètement vérifiables¹⁴² :

« conformément à la jurisprudence de la Cour de justice de l'Union européenne, il s'agit également de critères d'attribution ou de conditions d'exécution du marché relatifs à la fourniture ou à l'utilisation de **produits issus du commerce équitable** lors de l'exécution du marché à attribuer. Les critères et conditions concernant la commercialisation et ses conditions peuvent par exemple mentionner que le produit concerné est issu du commerce équitable, y compris l'obligation de payer aux producteurs un prix minimum et une majoration de prix. »¹⁴³

¹⁴⁰ [Communication du 5 mai 2009](#) de la Commission européenne, « Contribuer au développement durable : le rôle du commerce équitable et des systèmes non gouvernementaux d'assurance de la durabilité liés au commerce »

¹⁴¹ Cour de Justice Européenne (CJCE) Voir notamment § 75 et 76, 85 à 91 et les conclusions de Mme l'avocat général J. Kokott.

¹⁴² Articles 67 et 70 de la directive 2014/24/UE.

¹⁴³ Considérant 97 de la directive



2. Connaître les acteurs du commerce équitable

Il existe différents acteurs associatifs, dont la vocation est à la fois de représenter le secteur du commerce équitable auprès des pouvoirs publics, de favoriser la structuration des filières, et de fédérer les acteurs.

L'acheteur public qui souhaite mieux connaître les achats publics équitables pourra se mettre en lien avec les organismes publics proposant des formations sur les achats responsables, les réseaux régionaux d'achats responsables (qui ont œuvré au développement d'une plateforme électronique d'échanges appelée « RAPIDD »¹⁴⁴, dans le cadre du PNAD, pilotée par le ministère de la Transition écologique), ou encore les acteurs associatifs du commerce équitable évoqués ci-dessous.

[Commerce Equitable France](#) :

Fondé en 1997, Commerce Équitable France (CEF) est le **collectif de concertation et de représentation des acteurs français de commerce équitable**.

L'association agit pour développer et valoriser le secteur. Son objectif est de promouvoir le commerce équitable en France et à l'international, pour accompagner les transitions écologiques et sociales des modes de production et de consommation.

CEF réunit une trentaine de [membres](#) et d'organisations d'envergure nationale : entreprises, labels de commerce équitable, organisations de solidarité internationale, associations d'éducation à la citoyenneté, mouvements citoyens, réseaux de distribution et acteurs de la recherche et de l'enseignement.

Le réseau se donne plusieurs missions, dont celle visant à la structuration du secteur. Il se définit comme un lieu d'interconnaissances, de mutualisation et de partage d'expérience.

L'association, comme d'autres membres de CEF¹⁴⁵, proposent à ce titre une **offre de formation**¹⁴⁶ **se déclinant en plusieurs thématiques**, ouvertes à tous les acteurs, sympathisants et partenaires français du commerce équitable : entreprises, associations, collectivités, associations locales, etc. Des formations spécifiques dans le domaine de **l'achat public** sont proposées pour que les collectivités soient motrices dans le développement de démarches de commerce équitable.

Pour les collectivités qui souhaitent aller plus loin, le réseau propose depuis 2009, « [Territoires de Commerce Equitable](#) » (TDCE), **le label des collectivités territoriales qui s'engagent pour le commerce équitable et la consommation responsable**.

Ce label participe à la transformation de la consommation des habitants d'un territoire en mobilisant des actions de sensibilisation du grand public, des entreprises et des commerçants. Le label est co-porté par quatre acteurs majeurs du commerce équitable : la Fédération Artisans du Monde, Commerce Equitable France, Fair[e] un monde équitable et Max Havelaar France.

Il s'intègre dans le **mouvement international « Fair Trade Towns »**, qui compte plus de 2 000 villes labellisées à travers le monde.

¹⁴⁴ <https://rapidd.developpement-durable.gouv.fr/>

¹⁴⁵ La fédération Artisans du Monde propose un catalogue de formations sur le commerce équitable, les filières. Elle est certifiée Qualiopi.

¹⁴⁶ <https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/se-former/cef-catalogue-de-formation-2022-bd.pdf>



On compte actuellement 33 territoires labellisés TDCE (une région, deux départements, cinq métropoles et communautés d'agglomération, 25 communes) correspondant à des populations allant de 800 à 2 millions d'habitants. Des coopérations locales se développent sur ces territoires (impliquant collectivités, associations, coopératives, établissements scolaires, éducation populaire...), qui peuvent chaque année participer aux échanges d'expériences organisés au niveau national et parfois régional – ces échanges suscitant la transposition d'un territoire à l'autre d'actions réussies ici ou là.

A noter également, depuis 2017 : l'existence du label Ecoles de commerce équitable, basé sur les mêmes principes et qui rassemble une trentaine d'établissements lauréats, de la maternelle à l'université.

[Association pour le Tourisme Equitable et Solidaire](#) (ATES) :

L'ATES est un réseau professionnel d'acteurs et de spécialistes du tourisme équitable et solidaire. Créée en 2006, agréée Entreprise solidaire d'utilité sociale (ESUS), l'ATES regroupe plus de 30 producteurs de voyages, des opérateurs de tourisme en France et des membres associés, tous engagés pour faire du tourisme un levier de développement et de solidarité avec les populations et acteurs locaux.

Organisation de référence du tourisme équitable et solidaire, elle définit et porte la voix d'un autre tourisme, fait de respect, de rencontres et d'échanges avec les peuples, les savoir-faire et les cultures d'ici et d'ailleurs. L'ATES définit, anime et délivre le **Label Tourisme Équitable®** qui garantit les pratiques des opérateurs dans le respect de la Charte du Tourisme Equitable et Solidaire.

Pour connaître les labels de commerce équitable : voir fiche 16 – 2.3 Connaitre les labels du commerce équitable.



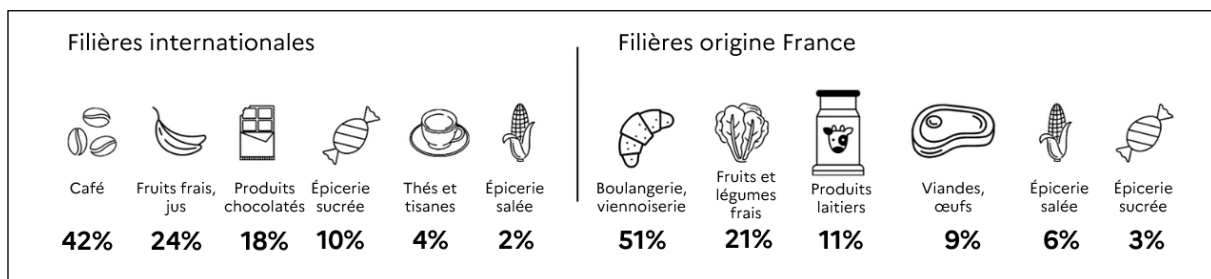
FICHE 15

LES SECTEURS LES PLUS CONCERNÉS PAR LES ACHATS ÉQUITABLES

A mesure que les acteurs se sont structurés, les filières de produits et services issus du commerce équitable se sont diversifiées et évoluent en permanence, constituant autant de segments de la commande publique. Des exemples complémentaires d'achats dans ces secteurs sont apportés dans la fiche 16.

Selon Commerce Equitable France, l'agro-alimentaire représenterait plus de 95% des ventes.¹⁴⁷

Répartition des ventes par famille de produits et par filière :



Source : [Observatoire 2020 du commerce équitable](#)

Il faut noter également que selon les systèmes de garantie (filière intégrée ou « certificateurs »), selon le « label », et selon le type de produits (mono ou multi ingrédients), le contenu en ingrédients du commerce équitable d'un produit varie. Pour les produits bruts, alimentaires, le contenu sera souvent de 100%, tandis que pour les produits davantage transformés, ce taux est variable.

1. L'alimentation

Les produits alimentaires font partie des achats publics équitables les plus répandus, notamment dans le cadre de la restauration collective, mais aussi pour la distribution automatique ou l'évènementiel.

¹⁴⁷ [cef-observatoireduce-2021.pdf \(commerceequitable.org\)](#)



Plus de 3 000 produits issus du commerce équitable sont aujourd’hui disponibles, dans des conditionnements adaptés au secteur (de 1 à 1000 kg) : céréales et légumineuses (riz, lentilles, quinoa, fonio), produits d’épicerie (huile, épices, sucre, miel, produits à tartiner), fruits et légumes frais, produits laitiers, pain, desserts (glaces, compotes, crèmes dessert, barres chocolatées, biscuits, fruits secs et fruits confits), boissons chaudes (café, chocolat, thé, tisanes) et froides (jus de fruits).

1.1 La restauration collective

La restauration collective, quel que soit le mode de contractualisation (régie ou gestion concédée), constitue un levier important pour la commande publique équitable. De nouvelles obligations en matière de restauration collective (pour certains acheteurs) fixent un cadre favorable aux achats équitables, même si l’aspect environnemental (20% minimum de produits issus de l’agriculture biologique, en volume annuel) reste la priorité.

L’offre des produits équitables pour les lieux de restauration collective est très large : riz, épices, quinoa, semoule, desserts, fruits exotiques, sucre, pain, produits laitiers, fruits & légumes (bananes), etc.

Les cafétérias peuvent proposer, par exemple, des boissons chaudes et froides, chocolats et gâteaux répondant aux exigences du commerce équitable.

Modes de contractualisation

- **Gestion en régie (achat direct de produits alimentaires)** : les produits issus du commerce équitable sont susceptibles d’être inclus dans les déjeuners et/ou les goûters des centres de loisirs, des établissements scolaires, pénitentiaires, des restaurants inter-administratifs, hospitaliers ou des EHPAD. Ils peuvent être intégrés dans des marchés complets, comme dans des lots spécifiques.
- **Gestion confiée à un prestataire (marché de restauration, concession, etc.)** : les principaux concessionnaires prévoient de servir régulièrement des menus comportant totalement ou partiellement des produits équitables. Sur demande de l’autorité contractante, les produits équitables seront intégrés par les entreprises de restauration collective dans la réponse aux consultations (appels d’offres...), y compris dans le cadre des contrats de concessions.

Les principales plates-formes d’achats ou de nombreux revendeurs distribuent des produits équitables dans leur offre de base.

Focus : la loi EGAlim¹⁴⁸ renforcée par la loi Climat et Résilience¹⁴⁹

La loi Climat et Résilience a renforcé la loi EGAlim prévoyant un ensemble de mesures s’appliquant à la restauration collective publique et privée et le périmètre des acheteurs concernés s’est élargi (voir les guides cités dans les ressources).

¹⁴⁸ Loi n° 2018-938 du 30 octobre 2018 pour l’équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous.

¹⁴⁹ Loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets.



- **Des objectifs qualitatifs pour les repas servis** : sur l'ensemble des repas, le taux des produits alimentaires durables doit être de 50 % dont au moins 20 % de produits biologiques (boissons et collations comprises)¹⁵⁰ :
 - en restauration collective publique ou à vocation de service public : depuis le 1er janvier 2022 ;
 - dans toute la restauration collective, publique et privée : à partir du 1^{er} janvier 2024.
- **Un levier pour les produits issus du commerce équitable** : les produits issus du commerce équitable entrent désormais dans le décompte des produits permettant de satisfaire à l'obligation de servir 50% de produits durables et de qualité¹⁵¹.
- **Une information des convives renforcée**¹⁵² : les usagers des restaurants collectifs doivent être informés de la part des produits durables et de qualité (dont équitables) entrant dans la composition des repas servis. Depuis le 1^{er} janvier 2022, cette information doit figurer à l'entrée du restaurant, par un affichage permanent et actualisé, ainsi qu'être communiquée par voie électronique au moins une fois par an.

Ressources pour aller plus loin :

- « Restauration collective en gestion directe : guide pratique pour un approvisionnement durable et de qualité » mis à jour à l'automne 2021
- « Restauration collective en prestations de services : guide pratique pour un approvisionnement durable et de qualité », automne 2021¹⁵³
- Le site [Ma cantine](#) du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation
- [Du commerce équitable dans ma cantine !](#), Commerce Equitable France, 2020

1.2 La distribution automatique

La quasi-totalité des entreprises de distribution automatique propose des gammes de produits équitables dans les machines qu'elles déposent chez leurs clients.

A ce jour, les cafés et chocolats équitables sont très largement disponibles. Des produits de « snacking » (barres chocolatées, biscuits, mini-tablettes de chocolat, chips de banane...) peuvent également être référencés dans les distributeurs automatiques de friandises ou de sandwiches.

Avec le développement du commerce équitable Nord/Nord, de nouveaux produits pourraient voir le jour dans ces distributeurs.

¹⁵⁰ [Article L. 230-5-1](#) du code rural et de la pêche maritime (CRPM), modifié par la loi Climat et Résilience précitée

¹⁵¹ 3^o bis du I de l'article L. 230-5-1 du CRPM, modifié par la loi Climat et Résilience précitée.

¹⁵² [Article L230-5-3](#) du CRPM, modifié par la loi Climat et Résilience précitée.

¹⁵³ Accès aux deux guides élaborés dans le cadre du Conseil national de la Restauration collective (CNRC) piloté par le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation : <https://ma-cantine-1.gitbook.io/ma-cantine-egalim/au-moins-50-de-produits-de-qualite-et-durables-dont-20-de-bio/untitled-1>



1.3 L'évènementiel

Les denrées alimentaires proposées lors de réceptions ou d'événements sont un support idéal pour faire connaître l'engagement d'une personne publique. Simples à mettre en œuvre, elles permettent de traduire, en actes, les politiques d'achat responsables lors d'occasions propices à l'échange.

Elles concernent notamment : les jus de fruit, certains alcools et boissons chaudes ; les cacahuètes et noix ; les chips de bananes, de mangue ou de pommes de terre ; les biscuits sucrés ; les fruits secs ; les fleurs. Ces produits sont complémentaires d'autres initiatives de consommation responsables : spécialités régionales, produits agricoles en circuit court, produits issus de l'agriculture biologique.

De même, il est possible de faire appel à un **service traiteur** proposant des prestations équitables et/ou inclusives (voir Partie 2 du guide sur l'insertion des personnes éloignées de l'emploi).

2. Le textile

Après les produits alimentaires, les produits textiles constituent **le second marché pour les produits issus du commerce équitable**. Comme elle l'a été pour la structuration de la filière de commercialisation du coton équitable en France, la commande publique constitue un levier pour l'émergence de filières textiles équitables, laquelle présente **de forts impacts sur plan environnemental et humain**.

Filière coton et filière textile : quelle différence ?

Les certifications équitables sur le coton et le textile comportent des considérations économiques, sociales et environnementales. Deux standards existent¹⁵⁴ :

- la filière coton (standards pour les producteurs) : **la certification équitable porte sur la production de la matière première agricole et sur ses conditions de commercialisation** (modèle « All that can be (ATCB) » : tout ce qui peut être équitable doit l'être) ;
- la filière textile (standards pour les travailleurs de l'industrie textile) : **la certification équitable porte sur l'ensemble de la chaîne de fabrication, de l'égrenage de la matière première agricole, au produit fini transformé**. Le prisme est plus large que pour la filière coton, puisque les exigences intègrent la phase de transformation, en sus de celle de production et de commercialisation.

A noter : Les deux standards ont en commun, dès lors qu'ils trouvent à s'appliquer à l'égard de travailleurs salariés au sein d'une entreprise, d'exiger que la liberté syndicale soit reconnue dans le pays où intervient l'acteur économique porteur de la labellisation. Dès lors qu'elles dépendent d'une main d'œuvre salariée, les organisations situées dans un pays ne satisfaisant pas à cette exigence, ne sont ainsi pas en mesure de prétendre à la labellisation. Pour ces pays, seuls les producteurs sont susceptibles d'être labélisés équitables.

¹⁵⁴ <https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/guide-label-2019-francais-web.pdf>



Vêtements professionnels

Différents fournisseurs proposent aujourd'hui des tenues professionnelles adaptées aux besoins des administrations comme à ceux des différents services publics.

Intégrant du coton issu du commerce équitable, ces tenues présentent les mêmes caractéristiques que leurs équivalents conventionnels. Dans la plupart des cas, sur des marchés d'une certaine envergure, la conception de ces vêtements peut être réalisée selon les spécifications techniques exactes des acheteurs et selon les couleurs des établissements publics.

Vestes de cuisines ; blouses ; combinaisons ; tenues haute visibilité ; tenues hautes protections.

L'Union des groupements d'achats publics (UGAP) achète en tant que centrale d'achats des vêtements professionnels et des T-shirts (ex : blousons pour la manutention constitués de 65% de coton équitable et bio (ugap.fr)).

Vêtements d'image (costumes pour accueil, événements et réceptions, ...)

Vecteurs symboliques importants, les vêtements d'image permettent de présenter les valeurs de l'acheteur à travers sa politique d'achat : débardeurs, T-shirts, sweatshirts, polos, chemises, jeans...

Les potentialités sont nombreuses, notamment dans le cadre d'activités liées à l'accueil du public. Ils sont des supports intéressants pour la sensibilisation des agents qui les portent, comme pour les usagers.

Linge et accessoires en tissu

Moins connu mais également très accessible, le linge peut faire l'objet de marchés complets ou de lots spécifiques intégrant les critères du commerce équitable.

Utilisés majoritairement pour équiper les établissements d'hébergement, d'accueil ou encore ceux dédiés à l'enfance, certains de ces produits peuvent également être associés à l'organisation d'événements éco-responsables.

Parmi les produits disponibles :

- couettes et oreillers, linge éponge, linge de table, linge plat, écharpes, doudous (pour les crèches), tours de lit,
- mais aussi, de façon plus générale, les accessoires d'images : sacs et cabas, tabliers...

3. Les jouets et la décoration (artisanat)

Jouets et jeux de société

Les structures d'accueil de la petite enfance, les écoles primaires, les collèges et lycées, mais aussi les structures de soin (EHPAD, hôpitaux) et les ludothèques sont amenés à acquérir des jouets (en bois ou en tissu) et des jeux de société, susceptibles d'être équitables.



Aménagement intérieur

Les bureaux, les lieux de réception ou les lieux ouverts au public peuvent être aménagés avec des produits d'artisanat issus du commerce équitable : articles de bureau, papeterie, tapis, objets d'artisanat, vannerie, bagagerie, jouets, instruments de musique...

Cadeaux de fin d'année

Dans le cadre de cadeaux à la population, aux agents ou lors d'échanges, les produits artisanaux peuvent être durables et équitables. Une offre variée et en évolution régulière permet d'y recourir, il convient simplement de prévoir un temps de commande suffisant et en rapport avec les quantités demandées, certains produits n'étant pas fabriqués de façon industrielle.

Dans le cadre d'actions sociales, ils complètent par exemple un colis de fin d'année comportant des produits alimentaires (chocolat, confitures, épices...).

Dans le cadre de cadeaux aux agents, ils portent les valeurs de l'acheteur et peuvent s'articuler autour de coffrets de découverte, de dégustation, de beauté et de bien-être comme autour de la décoration. Le tourisme équitable peut aussi dans ce cadre être un choix judicieux et porteur de sens.

4. Les séjours équitables et solidaires

Les services sociaux de certaines collectivités s'intéressent au tourisme équitable et solidaire au titre de leurs activités familiales et sociales de vacances.

Le tourisme équitable et solidaire est un ensemble d'activités de services, proposées par des opérateurs touristiques à des voyageurs responsables et élaborées avec les populations locales. C'est ainsi un outil d'aide au développement local des territoires d'accueil du voyageur. Les séjours sont conçus afin de limiter les impacts sur les communautés et les milieux.

L'ensemble du projet (activité touristique et programmes de développement) est élaboré et géré en partenariat étroit et équilibré avec les communautés locales et leurs représentants. Le voyageur a donc la garantie que les sommes qu'il paie sont reversées en grande partie au bénéfice des populations locales, qui gèrent l'activité et accroissent en conséquence leur autonomie.

Il existe un label spécifique au secteur qui garantit les pratiques des opérateurs dans le respect de la Charte du Tourisme Équitable et Solidaire. A noter que depuis 2019, le label Tourisme équitable est également ouvert aux opérateurs et séjours en France.



FICHE 16

INTÉGRER LE COMMERCE ÉQUITABLE DANS SES ACHATS

Les achats équitables peuvent permettre de répondre à l'obligation¹⁵⁵ de prise en compte des objectifs de développement durable dans la définition du besoin si le lien avec l'objet du marché et les principes de la commande publique sont respectés.

Consacrées dans les directives de 2014 relative aux marchés publics (article 67 et considérant 97) et citée comme un exemple de critère dans le code de la commande publique (« *la garantie de la rémunération équitable des producteurs* » art. 2152-7), le lien avec l'objet du marché peut être apprécié largement sur l'ensemble du cycle de vie du produit ou des prestations, sans être forcément intrinsèque au produit. (voir la fiche 14 - 1.3 Une impulsion européenne continue et la partie 1 « Mobiliser les considérations sociales dans la commande publique »).

Aujourd'hui, la prise en compte du caractère équitable est facilitée par le développement des labels utilisables aussi bien dans le cadre des conditions d'exécution que dans les critères d'analyse des offres. Certaines recommandations préalables permettent de renforcer l'intégration effective du commerce équitable dans ses achats.

1. Recommandations préalables

1.1 S'appuyer sur une approche stratégique globale

Comme pour tout achat responsable, l'intégration des achats équitables dans une démarche globale a de nombreux avantages.

Le soutien et le succès de la démarche sont renforcés en cas d'impulsion globale :

- **à destination des décideurs et des personnels de l'entité (portage politique) :**

Les décideurs (élus, hiérarchie) des services impactés par un engagement politique (délibération/charte...) seront davantage sensibilisés, ou formés sur le commerce équitable (acheteurs et agents). Des partenariats peuvent se développer avec les réseaux locaux et nationaux du commerce équitable.

¹⁵⁵ Article [L.2111-1](#) et [L.3111-1](#) du code de la commande publique.



- **par l'intégration du commerce équitable dans les plans d'actions / SPASER / agendas 21 / documents qualité, supports des organisations et portant les objectifs de politique publique** (mobilisation des personnes ressources et organisation du pilotage transverse) :

Exemple : le SPASER qui intègre une fiche commerce équitable et son suivi est présenté aux élus annuellement, ainsi qu'au comité consultatif de l'ESS (dont des acteurs du commerce équitable sont membres).

- **par une anticipation lors de la programmation achats (revue annuelle des marchés, cartographie par famille d'achats) :**

Exemples d'achats identifiables en amont :

- Restauration, réceptions et événements : café, thé, chocolat, jus de fruits, biscuits salés/sucrés et sucre, bananes, chocolat, riz légumineuses, lait....
- Distributeurs automatiques : café, biscuits...
- Vêtements professionnels : vestes, T-shirt en coton équitable....
- Objets promotionnels et voyages : chocolats équitables, bons d'achats à utiliser chez les commerçants

1.2. Sourcer pour chaque achat

Même en l'absence de programmation achat ou stratégie globale, il est recommandé, pour affiner son besoin, d'étudier l'offre de commerce équitable à chaque achat bien en amont.

La phase de **sourcing** apparaît à cet égard particulièrement importante : développer l'achat de produits équitables implique d'avoir une visibilité claire sur ses propres besoins, mais aussi une bonne connaissance des filières porteuses de produits issus du commerce équitable (voir Fiche 15 : Les secteurs les plus concernés).

1.3 Pratiquer un allotissement fin

L'allotissement est une obligation du droit de la commande publique (article L. [2113-10](#) CCP) permettant de rendre les marchés accessibles aux opérateurs économiques qui ne proposent pas l'ensemble des produits ou prestations.

Ainsi, dans une consultation comportant plusieurs lots, le fait de diviser la fourniture avec un lot dédié à des produits exclusivement issus du commerce équitable laisse la possibilité à tous les fournisseurs de répondre à cette consultation.

Cet allotissement peut être pratiqué très finement quel que soit le marché, en tenant compte des possibilités des fournisseurs potentiels (en cas d'infructuosité il est rappelé qu'on ne peut pas modifier le cahier des charges sur un élément substantiel comme les quantités).

Illustrations d'allotissement fin, s'agissant d'un marché de fourniture de boissons, un lot spécifique peut être rédigé ainsi : « *Lot 2 : Fourniture de boissons rafraîchissantes non alcoolisées et faiblement alcoolisées issues du commerce équitable et de l'agriculture biologique* ».



Dans de nombreux cas, les produits « équitables » ne constituent pas l'objet exclusif de la prestation. Cette caractéristique est parfois combinée avec d'autres exigences de l'acheteur qui peut demander également des produits biologiques afin d'ouvrir au maximum le marché tout en permettant via des critères de sélection, à ceux proposant à la fois du commerce équitable et de l'agriculture biologique d'être davantage valorisés.

1.4 Prendre en compte les nouvelles obligations sectorielles

La [loi EGAlim de 2018](#) et l'[article 58](#) de la loi du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (dite loi AGECE) ont fixé de nouvelles obligations sectorielles renforçant la prise en compte du développement durable qui concernent certains produits équitables.

- En matière de denrées alimentaires, l'article 24 de la loi EGAlim a intégré depuis la loi Climat et Résilience (article [L. 230-5-1](#) du code rural et de la pêche maritime) les produits équitables dans les 50 % des produits de qualité (dont 20% de bio). Cela constitue un levier important pour redynamiser les achats équitables tant dans la dimension Nord/Sud que Nord/Nord. Applicable depuis le 1er janvier 2022, cela va impulser de nouvelles pratiques.

- Pour certains produits textiles, jeux et jouets et pour certains acheteurs (services de l'Etat, collectivités territoriales et leurs groupements), l'article 58 de la loi AGECE et son décret d'application¹⁵⁶ (décret n° 2021-254 du 9 mars 2021) prévoient depuis le 10 mars 2021 l'obligation d'acquisition par la commande publique de biens issus du réemploi ou de la réutilisation ou intégrant des matières recyclées selon des proportions fixées par type de produits (entre 20 % et 40 %)¹⁵⁷.

Voici quelques exemples adaptés au regard de ces nouveaux dispositifs :

- sur une **concession de restaurants collectifs** : « *La Ville s'est engagée aux côtés d'autres collectivités publiques sur des actions de commerce équitable. Aussi, elle demande au prestataire, en conformité avec la loi EGAlim que 50 % des achats de denrées alimentaires soient des produits de qualité et durables, issues du commerce équitable, dont 20 % également issus de l'agriculture biologique* ». Voir les guides sur la restauration collective¹⁵⁸.
- sur un marché de **fourniture d'objets publicitaires personnalisés destinés à promouvoir l'image de la ville** : « *La prise en compte de la notion de développement durable est un élément important de ce marché, les candidats devront proposer des objets issus du commerce équitable* ».

A noter : si les cadeaux sont des jeux et jouets ou du textile, les acheteurs de l'Etat, des collectivités, et de leurs groupements, sont soumis à l'article 58 de la loi AGECE et à son décret d'application. C'est le cas d'une commune ou d'un centre intercommunal d'action sociale, qui est un groupement de collectivité. Un CCAS par exemple, qui n'est ni une collectivité, ni un groupement, n'y est pas soumis mais peut s'y soumettre dans une logique de cohérence avec sa commune de rattachement.

¹⁵⁶ [Décret n° 2021-254 du 9 mars 2021](#) relatif à l'obligation d'acquisition par la commande publique de biens issus du réemploi ou de la réutilisation ou intégrant des matières recyclées.

¹⁵⁷ <https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/Notice%20explicative%20DCE%202021-254%20art%2058.pdf?v=1647363904>

¹⁵⁸ <https://ma-cantine-1.gitbook.io/ma-cantine-egalim/au-moins-50-de-produits-de-qualite-et-durables-dont-20-de-bio/untitled-1>



- sur un marché de fourniture d'un centre d'action sociale (CCAS) ou d'un établissement public :
 - **cadeaux** : « *les cadeaux doivent être issus du commerce équitable* »
 - **tenues vestimentaires destinées à ses agents** : « *Tous les articles majoritaires coton (sauf jeans et surcoiffes) sont composés de coton issu du commerce équitable. Le soumissionnaire fournit tous les éléments permettant de s'en assurer* ».
- sur un marché de fournitures d'une collectivité, d'un groupement de collectivités (EPCI, centre intercommunal d'action sociale (CCAS), de l'Etat : l'acheteur est tenu, conformément à la loi, de prévoir que 20 % de jeux et jouets acquis (sur une année, pour l'ensemble de ses achats de jeux et jouets) soit issus de la réutilisation ou du réemploi ou recyclés (dont au moins 5% de produits réemployés ou réutilisés). Pour d'autres produits correspondant en grande partie aux textiles, 20 % des produits (en grande partie textiles) doivent être issus du réemploi ou de la réutilisation.

L'acheteur pourrait demander au titre des conditions d'exécution, des critères d'analyse des offres, de la variante ou dans un lot spécifique (voir les points dédiés) des jeux et jouets ou textiles qu'ils soient issus du commerce équitable.

Pour tenir compte de ces changements, il est donc nécessaire d'intégrer au stade du sourcing la capacité des entreprises à répondre à ces exigences cumulées. Ainsi certains produits se développent (ex : jeux composés de bois recyclés et de cotons issus du commerce équitable ou jeux recyclés portant sur le commerce équitable et le développement durable au sens large).

Ces nouveaux défis sont également l'occasion d'encourager le développement de solutions innovantes alliant économie circulaire, sociale et solidaire, par exemple avec la possibilité d'acheter des produits innovants sans mise en concurrence, en dessous de 100 000 euros HT (inscrit à présent dans le code de la commande publique au nouvel article R. 2122-9-1).

2. Définir son besoin en utilisant les labels équitables

2.1 S'appuyer sur les principes des labels dans un achat public

Définition : Selon l'article [R. 2111-12](#) du code de la commande publique, **les labels** s'entendent comme **tout document, certificat ou attestation** confirmant que les ouvrages, les produits, les services, les procédés ou les procédures concernées par la délivrance de ce label remplissent certaines exigences.

Rôle : Ces labels peuvent donc servir à l'acheteur pour préciser ses exigences et contrôler la conformité des offres par rapport à son besoin quel que soit l'outil juridique utilisé (spécifications techniques, critères d'attribution, conditions d'exécution). L'acheteur peut même imposer à l'opérateur économique qu'il détienne un label particulier ([article R. 2111-13](#)) ou équivalent.

Conditions : pour éviter toute discrimination, l'acheteur qui exige ou contrôle un label particulier doit **respecter plusieurs conditions**¹⁵⁹ et s'assurer de :

¹⁵⁹ [Fiche technique relative à la définition du besoin](#), direction des Affaires juridiques, 2019



1. **l'indépendance du label**, qui doit (art. [R. 2111-14](#) du CCP) :
 - avoir été établi par une procédure ouverte et transparente ;
 - reposer sur des critères objectivement vérifiables et non-discriminatoires ;
 - présenter des conditions d'obtention :
 - o fixées par un tiers : l'opérateur économique qui demande son obtention ne peut exercer d'influence décisive,
 - o et accessibles à toute personne intéressée.
2. **la réalité du lien du label avec l'objet du marché**, et permettant de définir les prestations (art. [R. 2111-15](#) du CCP) ;
3. **la possibilité pour l'opérateur économique de proposer** ([art. R. 2111-16/ R. 2111-17](#)) :
 - tout label **équivalent** au label exigé. Un label équivalent doit confirmer que les caractéristiques exigées dans le cadre du marché sont remplies.
 - tout autre moyen de preuve approprié lorsque l'opérateur économique n'a pas la possibilité d'obtenir le label spécifié ou son équivalent dans les délais fixés.

2.2 Recourir à des labels indépendants

L'organisation des labels et de la labélisation

Depuis les années 1990, les logos, les labels et les pictogrammes se multiplient, et l'acheteur, comme le consommateur se trouve confronté à **de nombreuses informations graphiques dont il ne connaît pas la signification exacte**, la portée ou la fiabilité. Les chercheurs¹⁶⁰ s'accordent sur le fait qu'un label est un dispositif constitué de trois éléments fondamentaux :

- un **référentiel** : il s'agit du cahier des charges, des exigences à respecter ;
- un **mécanisme de garantie** : il s'agit du système permettant de contrôler le respect du référentiel ;
- un **logo** avec sa dénomination : il s'agit de l'élément visuel d'identification.

Trois types d'acteurs doivent intervenir et rester indépendants :

1. **les producteurs/fabricants/coopératives** qui demandent la labellisation ;
2. **l'organisme qui gère et attribue le label**, public ou collectif type association, secteur professionnel... (voir ci-dessous le tableau sur des exemples de labels du commerce équitable) ;
3. **l'organisme qui contrôle** la bonne utilisation du label (Exemples : FLOCERT, Ecocert...).

Les labels peuvent porter sur des produits (ex : matières premières agricoles), sur des organisations (ex : artisanat, tourisme), voire sur des filières (industrie textile).

¹⁶⁰ Consulter l'étude de [Sylvaine Lemeilleur](#) (CIRAD) et de [Gilles Allaire](#) (INRA) portant sur les systèmes participatifs de garantie : <https://journals.openedition.org/economierurale/5813#article-5813>



D'après les travaux de la Plateforme RSE¹⁶¹, il est attendu que les labels ou systèmes de garantie, tant publics que privés, répondent à des exigences d'indépendance, d'accessibilité, de représentativité et consultation des parties prenantes, de transparence et de séparation des pouvoirs dans les dispositifs de contrôle.

Les labels publics (inexistants pour le commerce équitable)

Il s'agit de systèmes de reconnaissance des produits, gérés par les autorités publiques (notamment les signes officiels de qualité et d'origine comme l'agriculture biologique). Les contrôles sont effectués par des organismes externes, indépendants et accrédités. L'accréditation¹⁶² garantit la fiabilité et la qualité des contrôles. Il s'agit de systèmes volontaires : seuls les producteurs qui le souhaitent soumettent des produits à la labellisation.

Il n'existe pas de label public en matière de commerce équitable, mais le dispositif prévu pour 2023 vise à apporter une reconnaissance publique de labels privés.

Les labels privés collectifs

La [loi Climat et Résilience d'août 2021](#) a introduit une **définition de labels privés** pour la partie alimentaire dans l'article 276 :

« Les produits agricoles, forestiers ou alimentaires et les produits de la mer, bruts ou transformés peuvent, dans le respect de la réglementation de l'Union européenne et sans préjudice de l'application de l'article L. 640-2, bénéficier de labels privés. Ces labels privés, issus d'une démarche collective, sont encadrés par un cahier des charges précis, qui garantit notamment une qualité particulière, des conditions de production respectueuses de l'environnement ou la juste rémunération du producteur agricole, distinguant ces produits des produits similaires habituellement commercialisés.

La mise en œuvre de ce cahier des charges et la conformité des produits qui bénéficient du label à ce même cahier des charges font l'objet d'un contrôle régulier. »

Même si cette définition ne concerne que le champ alimentaire, elle est transposable pour les autres domaines.

Ces labels privés sont considérés comme « collectifs », car ils sont initiés par un secteur industriel, un organisme professionnel, une association, considérés comme **indépendants du fabricant**.

Les contrôles sont effectués par des organismes externes, indépendants et généralement accrédités. L'accréditation garantit la fiabilité et la qualité des contrôles.

Il s'agit de systèmes volontaires : seuls les producteurs qui le souhaitent soumettent des produits à la labellisation. Les principaux labels du commerce équitable correspondent à cette catégorie de labels (voir le tableau ci-après).

¹⁶¹ <https://www.strategie.gouv.fr/publications/labels-rse-propositions-labels-rse-sectoriels-destines-aux-tpe-pme-eti>

¹⁶² « Agréé » signifie que l'organisme s'est vu confier le contrôle par le gestionnaire du label.



A compter du 1^{er} janvier 2023, la loi Climat et Résilience¹⁶³ a prévu de renforcer le contrôle des labels par un mécanisme de reconnaissance publique des labels privés de commerce équitable par la plateforme nationale d'actions globales pour la responsabilité sociétale des entreprises, dite « plateforme RSE » pour une durée de trois ans renouvelables. Cette reconnaissance par les pouvoirs publics confèrera une garantie de la fiabilité des labels.¹⁶⁴

Les écueils à éviter

- **Les démarches individuelles d'entreprises non contrôlés par des entités externes et indépendantes**

Un fabricant ou un distributeur peut élaborer un cahier des charges d'engagement pour ses produits ou prestations, assorti ou non d'un dispositif de contrôle. Il ne s'agit pas d'une démarche collective : ces démarches (appelées parfois « labels ») sont créées par un fabricant ou un distributeur et relèvent de sa seule responsabilité.

Au regard des conditions de la commande publique sur les labels, le cahier des charges n'étant pas défini par un tiers, l'absence de contrôle externe et indépendant, rend **leur utilisation risquée**.

- **Les pictogrammes**

Les labels sont identifiés visuellement par leurs logos. Ils ne doivent pas être confondus avec les pictogrammes sans signification écologique ou sociale, qui désignent une information donnée sous forme graphique (ex : point vert ou triangle du recyclage), et sont intégrés par certaines marques sur leurs emballages afin de valoriser leur image.¹⁶⁵

2.3 Connaître les labels du commerce équitable

Un contrôle renforcé des produits et labels équitables

Les différents labels de commerce équitable correspondent à autant de référentiels, mais tous ont un tronc commun : l'exigence de respecter les principes du commerce équitable tels que définis et reconnus sur le plan international¹⁶⁶ et dans la loi française visant à des relations économiques durables et à un respect des normes sociales et environnementales (Voir fiche 14 - 1. Les principes du commerce équitable).

¹⁶³ [Loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets, modifiant l'article 60 de la loi n° 2005-882 du 2 août 2005.](#)

¹⁶⁴ Pour suivre l'actualité de ce dispositif : <https://www.strategie.gouv.fr/reseau-france-strategie/plateforme-rse>
<https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/lessor-des-produits-equitables>

¹⁶⁵ <https://www.ademe.fr/expertises/consommer-autrement/passer-a-l'action/reconnaitre-produit-plus-respectueux-environnement/dossier/autres-declarations-environnementales/pictogrammes-signification-ecologique>

¹⁶⁶ Sur le sujet, se reporter à la Charte internationale du commerce équitable : <https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/charte-internationale-du-ce-2018.pdf>



Grâce à l'introduction en 2015 dans la loi française des conditions requises pour utiliser la mention « commerce équitable » et de l'interdiction en 2019 d'utiliser le terme « équitable », pour les produits qui ne respecteraient pas ces conditions, **la DGCCRF assure des contrôles relatifs à la loyauté des allégations** utilisées par les professionnels pour les produits du commerce équitable, dans les domaines alimentaire et non alimentaire (voir [les résultats de l'enquête menée en 2019/2020](#) qui donne des exemples d'utilisation abusive du terme équitable ayant conduit à 77 avertissements, souvent en l'absence de labels).

L'obligation de faire reconnaître les labels comme réellement équitables par la **plateforme RSE¹⁶⁷ à compter de 2023** représente donc une véritable aide pour l'acheteur qui pourra concentrer ses tâches de contrôle sur le suivi de l'exécution.


Afin **d'acquérir une connaissance précise des labels de commerce équitable**, de ce qu'ils garantissent, tant au niveau de leurs cahiers des charges que des modes de contrôle et de leur crédibilité, il peut être utile de consulter le [Guide international des labels de commerce équitable](#), fruit d'une collaboration internationale entre quatre partenaires, Commerce Equitable France, Fair World Project, FairNESS France et le Forum Fairer Handel.

A noter également l'édition 2021 d'un [guide centré sur les labels de commerce équitable origine France](#).

Exemples de labels

A titre d'exemple, voici des labels connus, étant précisé que leur mention dans ce guide n'a en aucun cas valeur de recommandation et que la reconnaissance ou non de ces labels par la plateforme RSE devra être prise en compte à compter de 2023 : l'acheteur reste tenu de vérifier et de respecter les conditions d'utilisation des labels, explicitées dans les paragraphes précédents.

Tableau : Quelques labels du commerce équitable

| | |
|---|--|
|  | <p>Fairtrade Max Havelaar</p> <p>Label de commerce équitable le plus ancien. Créé en 1988, il est à l'origine du commerce équitable labellisé. Il est aussi le plus répandu, avec plus de 3 400 produits labellisés distribués en France dont 70% des produits également labellisés agriculture biologique. Le mouvement travaille avec 1 707 organisations, soit 1,71 millions de producteurs et travailleurs agricoles répartis dans 73 pays et il est représenté par 28 associations nationales dans les pays consommateurs, dont Max Havelaar France.</p> |
|---|--|

¹⁶⁷ Pour suivre l'actualité de ce dispositif : <https://www.strategie.gouv.fr/reseau-france-strategie/plateforme-rse>
<https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/lessor-des-produits-equitables>



| | |
|---|---|
|  | <p>WFTO (World Fair Trade Organization)</p> <p>Créé en 1989 à l'origine sous le nom de « International Fair Trade Association », pour le commerce de l'artisanat. Aujourd'hui le label concerne aussi les vêtements, les produits cosmétiques et l'alimentation. Il s'agit d'un label intégré sur toute la filière, de la production à la vente. Les membres sont répartis dans 76 pays. La WFTO organise ses membres en une grande communauté qui regroupe plus de 1 000 entreprises sociales et 1 500 magasins. Près d'un million de producteurs bénéficient ainsi du label dans le monde.</p> |
|  | <p>Fair For life</p> <p>Mis en place en 2006 avant de coexister aux côtés du référentiel ESR (standard de commerce équitable et de responsabilité sociale d'ECOCERT) au sein du groupe ECOCERT. En 2017, la révision du programme Fair for Life a permis d'intégrer le meilleur des deux référentiels au sein d'un seul label qui compte plus de 500 produits attestés.</p> |
|  | <p>Biopartenaire</p> <p>Créée en 2002, l'association Biopartenaire garantit des Biopartenariats France-France et France-Monde et réunit aujourd'hui plus de 70 adhérents. Plus de 1 000 produits certifiés en agriculture biologique distribués en magasins bio spécialisés sont aujourd'hui labellisés et contiennent au moins 50 % d'ingrédients issus de Biopartenariats. BIOPARTENAIRE® est un label avec une gouvernance démocratique au sein d'une association non-lucrative.</p> |
|  | <p>ATES (Association pour le Tourisme Équitable et solidaire)</p> <p>L'association regroupe plus de 30 producteurs de voyages, des opérateurs de tourisme en France et des membres associés, tous engagés pour faire du tourisme un levier de développement et de solidarité avec les populations et acteurs locaux.</p> |
|  | <p>AgriEthique</p> <p>Créé en 2013, en réaction à la période d'instabilité économique que traverse l'agriculture française. La démarche s'est d'abord concentrée sur la filière blé avant de développer d'autres filières : légumineuses (lentille verte, pois-chiche, quinoa), lait, œufs et viande. En 2019, 1 300 producteurs étaient engagés auprès d'Agriéthique.</p> |
|  | <p>Bio équitable en France</p> <p>Lancé en 2020, il s'appuie sur 27 groupements agricoles qui représentent 4 000 producteurs, 26 entreprises de l'agriculture biologique, la SCOP Ethiquable et la coopérative Biocoop qui représente 637 magasins. Ce label permet notamment de labelliser les produits des marques Paysans d'ici (Ethiquable) et Ensemble ! (Biocoop) qui proposent des produits équitables depuis de nombreuses années, avant même que la définition du commerce équitable ne s'applique aux produits agricoles français. Bien que le label ait été porté par la SCOP Ethiquable et l'entreprise Biocoop, il s'agit d'un label ouvert qui peut accueillir d'autres utilisateurs que ses fondateurs. Il garantit des ingrédients issus de l'agriculture biologique, du commerce équitable et de filières françaises.</p> |
| <p>Label origine France uniquement</p> | |



A retenir : l'utilisation des labels de Commerce Équitable

→ L'acheteur qui utilise un label de commerce équitable s'assure :

- de la **fiabilité du label** auquel il fait référence (à terme, les labels reconnus par la plateforme RSE seront considérés comme fiables¹⁶⁸). Il **accepte tout label équivalent**.
- qu'il présente un **lien suffisant avec l'objet** du marché

→ Les labels de commerce équitable ont en commun l'exigence de respecter les 5 principes du commerce équitable précités (repris dans les référentiels des labels).

Certains aspects de ces labels se rapportent directement à l'objet du marché (qualité environnementale du produit, juste rémunération des producteurs, etc.), et d'autres excèdent le cadre des marchés publics (ex : les exigences relatives à l'utilisation de prime de développement à destination de projets collectifs, celles en matière de gestion démocratique, etc.).

Ce constat ne fait pas obstacle à la mobilisation des labels de commerce équitable en matière de commande publique.

Il invite simplement à préconiser à l'acheteur, **dans sa rédaction, à ne pas valoriser les spécifications du label non susceptibles d'être prises en compte, faute de lien** avec l'objet du marché public ou ses conditions d'exécution (ex : la mise à disposition d'écoles pour les enfants des salariés).

3. Prévoir des produits ou services équitables dans les conditions d'exécution et les critères

L'article [L. 2112-2](#) du CCP relatif aux conditions d'exécution, constitue le meilleur moyen d'exiger la prise en compte des principes du commerce équitable. Mais il est recommandé de prévoir également un critère ou sous-critère pour départager les candidats.

3.1 Clause d'exécution permettant de définir les exigences de commerce équitable

L'acheteur peut exiger que les produits fournis ont été obtenus conformément aux règles du commerce équitable définies par la loi de 2005 actualisée dans la loi Climat et Résilience (voir [Fiche 14 1.2](#) La définition légale du commerce équitable en France).

S'assurer de la bonne compréhension de l'exigence

Si cela n'apparaît pas dans l'objet du marché de façon explicite, il est nécessaire **d'annoncer explicitement** dans la rubrique « conditions particulières d'exécution » de l'avis de marché et dans les documents de consultation **que le ou les marchés concernés comportent une condition d'exécution relative au commerce équitable**, cette information étant importante pour que l'opérateur économique puisse déterminer s'il est intéressé et peut répondre à cette exigence.

¹⁶⁸ Pour suivre l'actualité de ce dispositif : <https://www.strategie.gouv.fr/reseau-france-strategie/plateforme-rse>
<https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/lessor-des-produits-equitables>



Même si un opérateur économique qui répond à un marché public s'engage à respecter les conditions d'exécution définies dans le cahier des clauses particulières, il est préférable de s'assurer qu'il reprend cet engagement dans son offre ou tout document qu'il remettrait ayant valeur contractuelle, de manière à prévenir des difficultés d'exécution.

Tenir compte des évolutions à partir de 2023

Si avant le 1^{er} janvier 2023, date d'entrée en vigueur des nouvelles règles pour les labels équitables prévus par la loi Climat et Résilience, il n'est pas nécessaire de citer un label ou système de garantie particulier, l'acheteur devra être plus exigeant tout en prévoyant toujours la possibilité d'équivalences.

Par équivalence, il faut entendre les produits ou services conformes avec les principes du commerce équitable et garantis par une organisation indépendante.

- **Marchés lancés avant 2023 :**

L'acheteur ne peut pas contraindre l'opérateur économique à faire reconnaître son produit par la plateforme RSE.

Exemple pour un lot, dans le CCAP : « ...ces produits bénéficieront d'un label "équitable" ou d'un label équivalent, c'est à dire qu'ils auront été produits en conformité avec les règles du commerce équitable telles que celles- définies par l'article 60 de la loi n° 2005-882 du 2 août 2005 ou les organisations non gouvernementales concernées (ex : FLO - Fairtrade Labelling Organizations). La conformité à ces règles devra être garantie par une organisation indépendante. »

- **Marchés lancés à partir de 2023 :**

Les acheteurs qui souhaiteront des produits ou services équitables :

- devront exiger qu'ils soient soumis à un système de garantie ou portant un label reconnu par la plateforme nationale RSE¹⁶⁹
- mais ils devront continuer à accepter tout label / système de garantie équivalent

Exemple : « les produits équitables doivent être labélisés ou conformes à un système de garantie reconnus par la plateforme nationale d'actions (plateforme RSE) ou équivalent. Les produits équivalents sont conformes aux principes du commerce équitable et garantis par une organisation indépendante. »

Par ailleurs les CCAG donnent une valeur contractuelle aux **huit recommandations fondamentales de l'organisation internationale du travail (OIT)** (cf. les articles 6 des CCAG). Il ne faut évidemment pas hésiter à y faire référence.

3.2 Vérifier la prise en compte effective du commerce équitable

Il convient de définir avec précision leurs modalités de justification et de préciser la périodicité du contrôle en se référant notamment aux labels, selon les conditions décrites dans le point précédent (voir Fiche 16 - 2.3 Connaître les labels du commerce équitable).

¹⁶⁹ Pour suivre l'actualité de ce dispositif : <https://www.strategie.gouv.fr/reseau-france-strategie/plateforme-rse>
<https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/lessor-des-produits-equitables>



Quels moyens de preuve au stade de l'attribution du marché ?

Dès lors qu'il est demandé dans le règlement de consultation ou l'avis de publicité que l'opérateur économique s'engage dans son offre à proposer des produits équitables, l'opérateur économique est tenu d'apporter des éléments dans son offre garantissant qu'ils le sont.

L'acheteur peut et devra à partir de 2023, conformément aux nouvelles règles pour les labels équitables prévues par la loi Climat et Résilience, exiger un label ou système de garantie équitable. Il peut aussi exiger un label particulier et dans ce cas il doit accepter tous les labels équivalents confirmant que les caractéristiques exigées sont remplies ([art. R 2111-16](#) du CCP). Aussi l'opérateur économique doit fournir ce label se présentant sous la forme d'un document, certificat ou attestation, se rapportant à l'objet du marché.

Si l'entreprise n'est pas en mesure de produire ce label ou un label équivalent, qu'elle n'a pas pu obtenir dans les délais, « *pour des raisons qui ne lui sont pas imputables* », elle doit pouvoir prouver par tout autre moyen que les caractéristiques exigées sont remplies ([art. R 2111-16](#) du CCP).

Quelles vérifications pendant l'exécution du marché ?

L'acheteur doit veiller au respect des exigences qu'il formule, qu'il est recommandé d'assortir de clauses relatives au contrôle des allégations pendant l'exécution du marché.

Même si, à partir de 2023, ce contrôle pourra être fait en vérifiant que le label ou système de garantie est toujours reconnu par la plateforme RSE (durée de 3 ans), il est nécessaire de prévoir les modalités de contrôle pour les labels ou éléments de preuve équivalents.

Ainsi, des documents peuvent être demandés en cours d'exécution, tel le certificat d'audit annuel attestant le caractère équitable de la production. L'absence de ces documents devrait entraîner l'application des sanctions contractuelles prévues par le CCAP (pénalités, résiliation, etc.). Il est donc nécessaire de prévoir des clauses.

Exemple : « *A défaut de label ou système de garantie reconnu par la plateforme RSE, le titulaire doit communiquer chaque année à l'administration le **certificat d'audit annuel attestant du caractère équitable** de la production, délivré par un organisme agréé. Ce certificat sera communiqué à la demande de l'administration. Il devra être envoyé dans les 15 jours ouvrables qui suivent la demande formulée par l'administration.*

Les produits certifiés par exemple par FLOCERT ou Ecocert sont considérés comme conformes. Le titulaire pourra prouver sa conformité par tout autre moyen approprié ».

3.3 Prévoir des critères d'analyse des offres

Le code de la commande publique¹⁷⁰ cite la « **garantie de la rémunération équitable des producteurs** » dans la liste non exhaustive des critères possibles pour déterminer l'offre économiquement la plus avantageuse.

¹⁷⁰ [Article R. 2152-7 2° a\)](#) du code de la commande publique.



La pondération, qui affecte chacun des critères d'un coefficient chiffré, permet de faciliter et d'affiner l'analyse des offres¹⁷¹. Pour les marchés passés selon une procédure formalisée, la pondération est le principe et pour les marchés passés selon une procédure adaptée, elle est fortement recommandée.

Critère seul ou critère associé à des conditions d'exécution ?

Comme pour toutes les considérations sociales, il est recommandé d'associer un critère à des conditions d'exécution formulées sous forme d'exigence minimale, afin de garantir l'efficacité du critère. Mais l'intégration d'un critère seul reste possible.

Dans l'hypothèse où le **commerce équitable figure parmi les critères d'analyse des offres**, il convient alors d'indiquer dans le règlement de la consultation la pondération de ce critère. Il dépendra de la part plus ou moins importante de produits équitables souhaités et de la maturité des opérateurs économiques. Il est également recommandé de donner un mode d'emploi de la grille de pondération.

Pour les achats de l'Etat dont les orientations en matière d'achats responsables sont pilotées par la DAE, un critère équitable doit correspondre à au moins 10 % de la note d'attribution du marché pour être efficace.

Exemples :

Cas 1 : Condition d'exécution + critère : si le caractère équitable des produits est une exigence (condition d'exécution) ne portant pas sur l'ensemble des produits (ex : 10% en volume), le critère complémentaire (ex : entre 5 et 10 %) peut servir à départager les candidats pour les inciter à proposer plus de 10 %.

- Offre de l'entreprise inférieure à 10 % de produits équitables ou ne présentant pas la garantie d'être équitables : son offre ne pourra pas être analysée et sera déclarée irrégulière (art.R2152-1 du CCP).
- Offre de l'entreprise égale ou supérieure à 10 % : plus la pondération du critère sera élevée, plus l'entreprise qui aura fait un effort particulier dans son offre sera bien notée.

Cas 2 : critère seul (aucune exigence/condition d'exécution n'a été prévue sur ce point)

Quelle que soit la pondération retenue pour ce critère « équitable » par rapport aux autres critères (prix ou coût global, qualité, délais...), on pourrait noter pour ce seul critère, par exemple noté sur 10 :

- une réponse sans produits équitables : 0/10
- une réponse avec 20 % d'équitable : 2/10
- avec 50 % d'équitable : 5/10
- avec 100 % d'équitable : 10/10

¹⁷¹ Voir la fiche DAJ « L'examen des offres » :

https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/daj/marches_publics/conseil_acheteurs/fiches-techniques/mise-en-oeuvre-procedure/examen-des-offres-2019.pdf



4. Les variantes : encourager le commerce équitable dans des secteurs nouveaux ?

Les variantes, prévues aux articles [R. 2151-8 à R2151-11](#) du CCP, sont souvent méconnues ou redoutées des acheteurs¹⁷².

Orienter les entreprises vers des offres innovantes

Une variante permet à l'entreprise de proposer une offre alternative qui apporte des modifications par rapport aux prescriptions formalisées dans les pièces du marché. Il s'agit **d'un levier d'encouragement qui peut favoriser la proposition de produits équitables et/ou innovants**.

Ainsi, par rapport à une solution classique conforme aux exigences du cahier des charges, le candidat peut proposer une solution voire plusieurs solutions qui seront autant de variantes) comportant une plus ou moins grande proportion de produits issus du commerce équitable, qui permettront par exemple de répondre aux obligations de la loi EGAlim pour les acheteurs concernés.

Autoriser les variantes dans le règlement de la consultation

Plutôt que d'exiger une variante, il est plutôt recommandé de laisser ouvert la possibilité d'une variante, quelle que soit la procédure.

- **Dans les procédures formalisées**, l'acheteur doit autoriser de façon explicite les variantes sinon elles sont interdites (art. R2151-8).

→ Il est recommandé d'autoriser la présentation de variantes et nécessaire dans ce cas de préciser les exigences minimales à respecter (art. 2151-10 du CCP).

- **Pour les procédures adaptées**, la liberté laissée aux candidats est plus importante, car à défaut d'indication par l'acheteur d'une opposition à la production de variantes, celles-ci peuvent toujours être proposées.

→ Il est recommandé de ne pas refuser les variantes, de rappeler qu'elles sont autorisées et de préciser les exigences minimales à respecter.

Préciser les exigences minimales et suggérer des propositions

Il reste néanmoins préférable, même si la variante est autorisée explicitement, d'orienter les entreprises pour qu'elles sachent sur quels aspects elles peuvent proposer une offre variante.

Exemple : sur un marché de fourniture de denrées alimentaires, fixer comme exigence minimale qu'ils soient issus de l'agriculture biologique et indiquer que la variante pourrait porter par exemple sur du commerce équitable (en partie, en totalité...). Quelle que soit la procédure, le jugement de la recevabilité de la variante se fait alors sur la base des exigences minimales et les critères de classement des offres pour l'attribution du marché ne peuvent être différents pour la variante. En prévoyant les variantes dans une trame de mémoire technique, leur visibilité sera renforcée auprès des entreprises.

¹⁷² Sur l'utilisation des variantes, l'acheteur public pourra utilement consulter [le Guide pratique « achat public innovant »](#), DAJ 2019.

**Réfléchir à la nécessité d'exiger une offre de base**

Dans toutes les procédures, la remise d'une offre de base répondant strictement au cahier des charges, n'est pas obligatoire, la variante seule pouvant être admise (sauf exigence explicite de l'acheteur).

Illustration : pour un achat de produits laitiers, l'acheteur peut :

- **Cas 1 (offre de base non exigée mais variante possible)** : suggérer à l'entreprise de proposer une variante (facultative) en faisant référence à des labels de commerce équitable nord/nord ou équivalent, sans l'exiger dans l'offre de base : l'entreprise est libre de faire cette proposition et/ou de remettre une offre de base ;
- **Cas 2 (offre de base exigée mais variante possible)** : si le sourcing a montré que ce type de produits laitiers est davantage répandu, mais qu'il souhaite comparer les produits laitiers non équitables et les produits équitables, il peut exiger en offre de base des produits laitiers bio et encourager une variante (produits laitiers équitables et bio) : l'entreprise sera tenue a minima de répondre à l'offre de base.
- **Cas 3 (offre de base exigée mais variante obligatoire)**. Ce cas, peu recommandé, aura pour conséquence de contraindre l'entreprise à faire 2 propositions, l'offre de base (bio) et l'offre variante bio et équitable. L'acheteur effectuera l'analyse comparée et choisira de retenir l'offre de base ou la variante. Une seule offre de l'entreprise au lieu de deux rendrait donc son offre irrégulière.

Le fait pour une entreprise de proposer dans son offre des produits issus du commerce équitable ne constitue pas en soi une variante. Il s'agit a priori d'une offre de base, un acheteur ne pouvant pas interdire de proposer des produits au seul motif qu'ils sont issus du commerce équitable. Mais s'il veut l'encourager sans l'exiger, un critère équitable, et l'ouverture aux variantes sont à privilégier.

Tableau récapitulatif des outils juridiques

| TECHNIQUE | OBSERVATIONS | AVANTAGE / INCONVENIENT |
|---|--|---|
| Combiner une condition d'exécution et un critère d'attribution | - indiquer la condition d'exécution minimale - prévoir le critère d'attribution et sa pondération | Technique recommandée. La comparaison se fait sur une base identique |
| Ou condition d'exécution seule | La condition doit être définie de manière précise, et proportionnée | Efficace Ne permet pas aux entreprises de se démarquer |
| Ou critère d'attribution seul Et encourager les variantes | L'acheteur peut utiliser un critère de notation seul, en alternative à une condition d'exécution. Il peut aussi prévoir la possibilité ou ne pas interdire les variantes, en veillant à | Pour les filières émergentes : permet de ne pas s'enfermer dans une solution unique (pour les filières équitables |



| | | |
|--|---|--|
| | <p>définir les spécifications minimales à respecter. Une variante équitable sera mieux notée si un critère équitable est prévu. Ex : la fourniture de produits laitiers, bio et/ou équitables</p> | <p>émergentes Nord/Nord par exemple).</p> <p>L'acheteur notera les propositions selon l'alternative prévue.</p> <p>Comparaison plus élaborée</p> |
|--|---|--|



FICHE 17

ANNEXES RELATIVES AU COMMERCE ÉQUITABLE

1. Les dates clés du commerce équitable

- **1964** : Le slogan « Trade, not aid ! » prononcé par des organisations de producteurs en séance de la CNUCED (Commission des Nations Unies pour le Commerce et le Développement) est le symbole de la reconnaissance de l'iniquité des échanges.
- **Dans les années 1960 à 1980**, ouverture des 1^{ers} « Magasin du Monde » en Angleterre et aux Pays-Bas (association OXFAM 1969), de la 1^{ère} boutique Artisans du Monde à Paris (1974), création de la Fédération Artisans du Monde (1981), création de Max Havelaar aux Pays-Bas et d'un logo apposé sur des cafés « équitables » (1988).
- **1989** : Création de l'IFAT (International Federation for Alternative Trade) qui regroupe aujourd'hui plus de 600 organisations du commerce équitable du Nord et du Sud.
- **1990** : Création de l'EFTA (European Fair Trade Association), le réseau des centrales d'achat européennes.
- **1992** : Création de Max Havelaar France à l'initiative des associations Ingénieurs sans frontières, Peuples solidaires et le Centre international de coopération pour le développement agricole, devenu Agronomes et Vétérinaires sans frontières.
- **1994** : Création de NEWS! (Network of World Shops), le réseau européen des Magasins du Monde.
- **1997** : Création de la Plate-Forme pour le Commerce Equitable (PFCE) en France.
- **2001** : 1^{ère} édition de la Quinzaine du Commerce Equitable initiée par la PFCE.
- **2003** : La PFCE devient membre de WFTO (ex-IFAT).
- **2004** : Lancement de la marque FTO (Fair Trade Organization) de WFTO.
- **2004-2008** : programme d'appui au développement du commerce équitable sur financement (5,6 M€) du ministère des Affaires étrangères et européennes et piloté par la PFCE.
- **2005** : Vote d'une loi sur les PME du 2 août 2005, dont l'article 60 donne notamment une 1^{ère} définition du commerce équitable.
- **2006** : Parution de l'Accord AFNOR AC X50-340 : « Les trois principes du commerce équitable ».
- **2007** : Publication du décret instituant la CNCE (Commission Nationale du Commerce Equitable).



- **2008** : Mise en place d'un fonds d'études d'impact du commerce équitable au sein de la PFCE, sur financement du ministère des Affaires étrangères.
- **2010** : Mise en place le 22 avril de la Commission Nationale du Commerce Equitable (CNCE) par les pouvoirs publics.
- **2014** : La loi précise la définition de 2005 (article 94 loi ESS de 2014), applicable de façon universelle (possibilité pour des filières françaises de communiquer sur la notion de commerce équitable)
- **2015** : décret précisant la loi (critères du désavantage économique et modalités contractuelles)
- **2017** : La PFCE change de nom et devient « Commerce Équitable France »
- **2018** : Incitation au commerce équitable dans les marchés publics de restauration collective (article 24 de la loi EGAlim)
- **2019** : L'article 173 de la loi relative à la croissance et la transformation des entreprises, dite loi Pacte encadre strictement les usages du terme « équitable » (utilisation commerciale conditionnée au respect de la définition légale du commerce équitable).
- **2021** : Loi Climat et Résilience : le mécanisme de reconnaissance publique des labels est renforcé à l'horizon du 1^{er} janvier 2023. Le recours aux produits issus du commerce équitable est désormais comptabilisé au titre de l'obligation d'atteindre 50% de produits de qualité et durables. Dans la loi restauration collective (EGAlim 2), les obligations sont étendues à l'ensemble de la restauration collective privée à échéance 2024, et l'information des usagers des restaurants est renforcée.

2. Les principes du commerce équitable

Le commerce équitable est une alternative visant à rééquilibrer les relations commerciales entre producteurs d'une part, transformateurs et distributeurs d'autre part. Cela se traduit par le soutien au développement des producteurs et de leur communauté, grâce à l'amélioration des revenus (prix minimum stable garanti) et la mise en place d'un partenariat commercial et technique à long terme, favorable à l'autonomie et à la gestion durable des ressources.

Il repose sur les principes suivants :

Des relations économiques durables

- les bases économiques des transactions en commerce équitable tiennent compte de tous les coûts de production, directs et indirects. Elles incluent la sauvegarde des ressources naturelles et les besoins d'investissements pour le futur, gérés de manière collective et démocratique par les organisations de producteurs ;
- les termes de paiement proposés par les acheteurs des produits du commerce équitable permettent aux travailleurs et aux producteurs de maintenir un niveau de vie décent (alimentation, logement, éducation, santé, transport) ;
- les acteurs commerciaux s'engagent sur la durée pour permettre aux organisations de producteurs de mieux intégrer les exigences et tendances du marché.



Un respect des normes sociales et environnementales

- le respect des droits fondamentaux des personnes est garanti, tel qu'il est indiqué par les conventions de l'OIT¹⁷³ ;
- des exigences environnementales : les conditions de production visent à la gestion durable des ressources naturelles et à la préservation de l'environnement, à commencer par l'usage limité d'engrais chimiques, de pesticides et l'interdiction des OGM.

L'ensemble de ces engagements ont pour finalité de permettre aux producteurs de développer leurs savoirs et compétences, de construire leurs organisations et d'obtenir les ressources nécessaires pour mener leurs propres stratégies de développement durable, sur le long terme.

La sensibilisation et l'éducation à des modes de production et de consommation responsable et durable

- L'information et la sensibilisation pour comprendre les enjeux et impacts sociétaux des modes de production, de consommation, des échanges, afin d'engager les acteurs économiques, politiques, et les citoyennes en faveur d'un commerce plus équitable.
- La mobilisation citoyenne pour faire évoluer les règles et les pratiques du commerce international conventionnel dans le respect des droits humains et la préservation de l'environnement.

3. L'impact du commerce équitable pour les producteurs

En 2010, une analyse de **77 études sur les impacts du commerce équitable**, élaborées par des universitaires ou des bureaux d'études indépendants, a été réalisée par le CIRAD à la demande de la Plate-Forme pour le Commerce Equitable¹⁷⁴, dans le cadre de son fonds d'études d'impacts **soutenu par le ministère des Affaires étrangères et européennes**. Ces recherches démontrent la capacité du commerce équitable à traduire ses engagements en impacts positifs pour améliorer les revenus des producteurs/travailleurs, « favoriser le développement de projets socio-environnementaux communautaires » dans les pays du Sud et contribuer « à dynamiser l'emploi local ». Cette étude a cependant mis en avant la nécessité de mieux évaluer l'impact du commerce équitable sur l'environnement et les inégalités locales (entre producteurs affiliés/non affiliés, entre membres et dirigeants, entre hommes et femmes). Le commerce équitable est en effet un levier permettant d'entrer dans un cycle vertueux de développement durable comme les évolutions de la loi Climat et Résilience de 2021 l'illustre.

¹⁷³ OIT : Organisation Internationale du Travail

¹⁷⁴ Note de synthèse réalisée à la demande de la Plate-Forme pour le Commerce Equitable (PFCE, devenu Commerce Equitable France) par le CIRAD (est l'organisme français de recherche agronomique et de coopération internationale pour le développement durable des régions tropicales et méditerranéennes).

Référence de l'étude : Cartographie et analyse des études d'impact du commerce équitable, CIRAD / Plateforme Commerce Equitable (PFCE, devenu Commerce Equitable France) août 2010.



Au niveau économique, les **mécanismes de régulation** proposés (prix minimum garantis couvrant à minima les coûts de production, prime pour projet collectif¹⁷⁵, partenariat commercial sur la durée, préfinancement des commandes), permettent en effet aux producteurs de **retrouver une visibilité économique**, de sécuriser leurs revenus, d'accéder à de nouveaux marchés rémunérateurs, d'investir sur le moyen terme et de renforcer leurs compétences.

Au plan social, en particulier pour les relations Nord/Sud, le commerce équitable permet de développer des ressources pour **financer des actions qui bénéficient à l'ensemble des communautés** : accès à l'éducation, à la santé, infrastructures collectives, etc.

Enfin, **d'un point de vue environnemental**, il défend et renforce l'agriculture familiale paysanne, un mode de production faible en intrants chimiques et intensif en main d'œuvre. Sur le terrain, on observe par ailleurs que le commerce équitable agit comme **un accélérateur de conversion vers l'agriculture biologique**. En effet, en redonnant de la visibilité économique aux producteurs, ils ont la possibilité d'investir dans la transition de leurs modes de production. Il est observé une véritable convergence des démarches depuis quelques années : les produits alimentaires équitables également labellisés bio pour les filières internationales sont estimés à plus de 90 %¹⁷⁶.

¹⁷⁵ Versée en complément du prix d'achat minimum ou directement intégrée dans l'élaboration du prix, la prime pour projet collectif doit permettre le renforcement des capacités et l'émancipation des producteurs, de leurs organisations et de leurs communautés.

¹⁷⁶ Source chiffres 2020 publiés par Commerce Equitable France