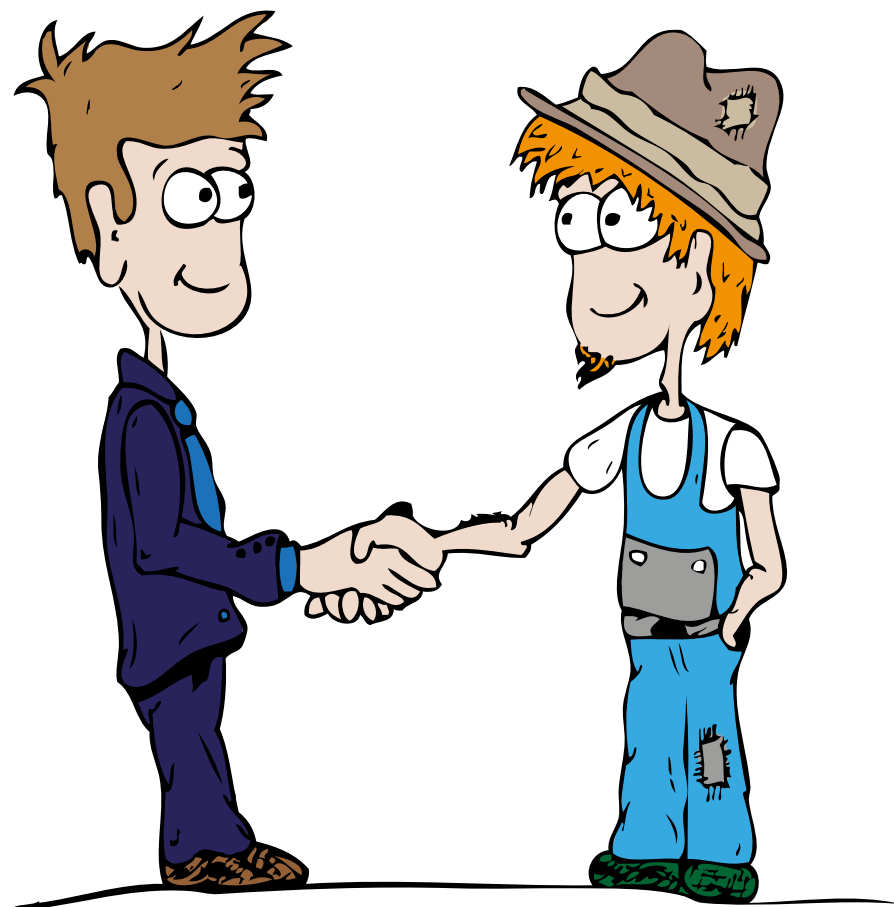




**GUIDE DES LABELS
DE COMMERCE ETHIQUE ET ÉQUITABLE**

Avant-propos

Ce guide a pour vocation de donner plus de clarté dans la multiplicité des labels de commerce éthique et équitable. Il est destiné aux organismes publics, organisations privées ou associatives ainsi qu'à tout citoyen désireux d'orienter ses achats et/ou ses activités vers le commerce équitable.





Présentation de la Fédération belge de commerce équitable



Créée en 2010, la Belgian Fair Trade Federation est la fédération des organisations belges qui ont placé le commerce équitable au coeur de leurs pratiques.

La Fédération est actuellement composée de **25 membres**.

Ses **missions** sont :

- = Soutenir et développer le marché du commerce équitable en Belgique
- = Faire évoluer les modes de consommation
- = Apporter une expertise fiable et impartiale sur le commerce équitable
- = Représenter le secteur et faire du plaidoyer auprès des pouvoirs publics

COORDONNÉES :

BFTF ASBL
9, rue Volière
4000 Liège

Tél. : +32 4 223 43 35
GSM : +32 471 30 30 01
www.facebook.com/BFTFasbl
www.bftf.be

Table des matières

Présentation du guide	P.7
Chapitre 1 : Méthodologie et angle d'approche	P.8
1.1. DÉFINITION DE « LABEL »	P.8
1.2. DÉFINITION DE « COMMERCE ÉQUITABLE »	P.9
Chapitre 2 : Foire Aux Questions	P.10
Chapitre 3 : Les labels de commerce équitable	P.14
3.1. PRÉSENTATION DE CHAQUE CRITÈRE	P.14
3.2. PRÉSENTATION DE CHAQUE LABEL	P.16
3.2.1. LE COMMERCE ÉQUITABLE NORD/SUD	P.16
Fairtrade	P.16
Fairtrade Sourced Ingredient (FSI)	P.21
SPP	P.22
WFTO	P.26
Cas particulier : le label GOTS	P.30
3.2.2. LE COMMERCE ÉQUITABLE NORD/NORD ET NORD/SUD	P.34
Fair for life	P.34
Biopartenaire	P.38
3.2.3. LE COMMERCE ÉQUITABLE NORD/NORD	P.42
Prix juste producteur	P.42
Biogarantie Belgium	P.46
3.3. TABLEAU SYNTHÉTIQUE	P.50
Chapitre 4. Les programmes de durabilité	P.52
Chapitre 5. L'auto-labellisation	P.53
Références	P.54

Présentation du guide

La question des labels est le sujet à propos duquel la Fédération belge de commerce équitable est le plus souvent sollicitée.

L'idée de la rédaction de ce guide était d'autant plus pertinente qu'il n'existait pas encore en Belgique de guide des labels de commerce équitable reprenant l'ensemble des labels présents dans le pays, y compris ceux, plus récents, liés au commerce équitable Nord/Nord à l'instar du Prix Juste Producteur ou du Biogarantie Belgium, récemment apparus sur le marché belge.

Le premier chapitre explique la méthodologie et fixe le cadre du guide en définissant les notions de label et de commerce équitable qui ont été adoptées dans la rédaction de l'ouvrage.

Il nous a paru opportun au chapitre 2 de répondre à 8 questions qui nous sont souvent posées par les citoyens lors de nos différentes actions de sensibilisation. Cela permet de mettre en avant la question souvent très complexe des labels du commerce équitable, leur multiplicité, leur apport, leur limite ainsi que les débats dont ils font parfois l'objet dans le secteur.

Les labels présentés au chapitre 3 « Les labels de commerce équitable » sont ceux qui sont les plus souvent rencontrés sur le marché belge du commerce équitable et qui répondent à un cahier des charges contraignant.

Ce chapitre reprend les données techniques indispensables à la compréhension de chaque label. Dans un but pédagogique, nous sommes restés relativement synthétiques, tout en explicitant certains concepts et certaines nuances.

Pour toute question technique à laquelle ce guide ne répondrait pas, nous conseillons au lecteur de consulter le « Guide international des labels de commerce équitable » téléchargeable sur le site de nos partenaires français de Commerce Équitable France (www.commerceequitable.org) qui présente sous un autre angle 5 des 9 labels présents dans ce guide. Une autre source d'information évidente reste le cahier des charges de chaque label souvent disponible sur leur site internet dont l'adresse est renseignée dans cet ouvrage.

Les chapitres 4 et 5 abordent des labels très répandus dans les rayons de la grande distribution et parfois perçus comme liés au commerce équitable. Nous n'avons pas réalisé d'étude approfondie sur ces derniers, contrairement aux neufs labels du chapitre 3. Nous nous alignons sur la position des fédérations de commerce équitable des autres pays.

Nous espérons que ces informations pourront éclairer les consommateurs et qu'elles auront un impact positif sur leurs actes d'achat en vue de tendre vers une économie et une société plus durable.

=

Chapitre 1 :

MÉTHODOLOGIE ET

ANGLE D'APPROCHE

Les informations contenues dans ce livre sont le résultat de recherches basées sur la lecture et l'analyse de textes traitant de la labellisation, des cahiers des charges des labels et des entretiens que nous avons eus avec de nombreux acteurs du secteur du commerce équitable et organismes labellisateurs.

Chaque label ayant sa propre philosophie et ses propres degrés de priorité pour chaque critère, le but n'est pas de hiérarchiser les différents labels de manière globale, mais de donner des outils au lecteur pour pouvoir développer une vision plus approfondie de chacun d'eux.

1.1 Définition de « label »

Les labels de commerce équitable présentés dans ce guide sont des labels au sens technique du terme. Nous ne parlerons pas de marques de commerce équitable, mais bien de labels qui répondent fondamentalement aux **10 principes généraux définis par l'organisation internationale de normalisation (ISO)** :

- = Les programmes de label doivent être de nature volontaire.
- = La conformité à la législation est une condition préalable à l'obtention et à la conservation d'un label.
- = Les critères utilisés par les labels doivent permettre d'établir des différences significatives entre les produits/services labellisés et non labellisés (distinction notable avec la concurrence).
- = Les informations sous-jacentes aux labels doivent être exactes, vérifiables, pertinentes et ne pas être de nature à induire en erreur.
- = Ces informations doivent être disponibles et pouvoir être fournies sur demande à toutes les parties intéressées (en accord avec les règles de confidentialité).
- = Tout demandeur qui remplit les critères doit pouvoir participer au programme ; en particulier, les exigences administratives doivent se limiter au strict nécessaire et ne pas constituer un obstacle.
- = Les coûts du programme à charge des demandeurs et titulaires des labels doivent être les plus faibles possibles (pour en faciliter l'accès) et être répartis de façon équitable sur l'ensemble de ceux-ci.
- = Des règles claires d'utilisation du label doivent être définies et le label doit faire l'objet d'une protection légale afin d'éviter toute utilisation non autorisée.
- = Le label doit être géré par un organisme indépendant des parties en cause, à savoir les « fournisseurs » et les « acheteurs » du produit/service concerné. En particulier, l'indépendance de l'organisme de certification (vérification de la conformité du produit/service avec les critères définis dans le cahier des charges du label) est essentielle pour garantir le succès d'un label, tant auprès des « fournisseurs » (attractivité) que des « acheteurs » (confiance) du produit/service.
- = Le processus de développement d'un label comprend, dès son origine, une consultation participative et ouverte de toutes les parties intéressées.



1.2. Définition de « Commerce équitable »

La définition de commerce équitable la plus communément admise au niveau international est la suivante :

« Le commerce équitable 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. »

Elle rejoint les 10 principes mis en place par la World Fair Trade Organization (WFTO) dont BFTF est membre :



Les labels de commerce équitable Nord/Sud présentés au chapitre 3 tendent tous vers ces dix principes, chacun avec leur propre approche et leur propre philosophie. À noter que le label GOTS, bien que présent dans ce chapitre, n'est pas considéré comme un label de commerce équitable à part entière car il ne tient pas compte de plusieurs principes majeurs du commerce équitable. Nous avons malgré tout jugé pertinent d'y consacrer une présentation car il s'agit d'un label sérieux, très répandu dans le marché du textile et ayant une dimension sociale et écologique.

Pour ce qui est des labels de commerce équitable Nord/Nord, les valeurs sous-tendues sont fondamentalement les mêmes que celles du commerce équitable Nord/Sud, bien que le contexte social dans lequel vivent les producteurs soit différent, ce qui peut avoir un impact sur la prépondérance de certains critères.

Chapitre 2 :

FOIRE AUX QUESTIONS

1/ Pourquoi existe-t-il autant de labels de commerce équitable sur le marché ?

Au contraire du label bio pour lequel il existe une définition et une législation s'appliquant à tous les pays de l'Union Européenne, il n'existe pas à l'heure actuelle de label officiel de commerce équitable à l'échelle continentale. N'importe quel acteur privé ou public a donc le droit de créer un label de commerce équitable.

De plus, comme évoqué tout au long de ce guide, les organismes labellisateurs ont des philosophies et priorités différentes.

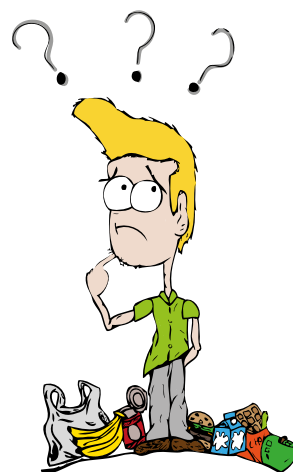
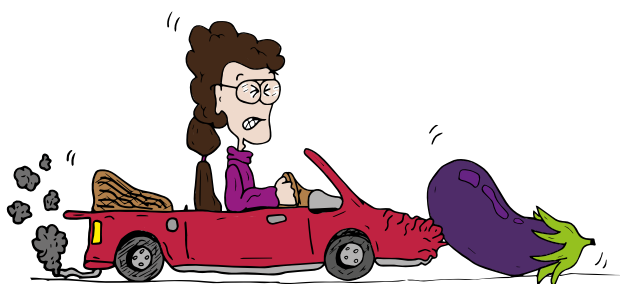
Certains considèrent la multiplicité des labels comme une richesse, comme autant d'outils à disposition de tous, d'autres comme un phénomène problématique qui a tendance à embrouiller le consommateur.

D'où l'existence de ce guide des labels.

2/ Un produit labellisé est-il forcément respectueux du cahier des charges du label ?

En théorie, si un produit est labellisé, il a été contrôlé selon un cahier des charges bien précis et sera contrôlé régulièrement dans le futur. Dans la pratique, il est toujours possible d'enfreindre les règles malgré tout, mais cela représente un risque pour l'organisation labellisée.

On peut faire une analogie avec le code de la route : De manière générale, la plupart des conducteurs le respectent. Il arrive cependant que certains fassent des entorses aux règles, ils prennent alors le risque d'être sanctionnés.



3/ Parmi les labels reconnus, certains sont-ils plus robustes que d'autres ?

La réponse à cette question est complexe. Les labels présentés dans la prochaine section de ce guide sont des labels sérieux avec leur propre philosophie et leur propre cahier des charges. Il est souvent difficile de comparer les labels entre eux car chacun met l'accent sur certains critères plutôt que sur d'autres. Vaut-il mieux être exigeant sur l'aspect bio ? la prime de développement ? la traçabilité ? ou l'engagement sur le long terme ? etc. Cela dépend des sensibilités de chacun.

Il existe également des débats sur des aspects techniques : faut-il privilégier une approche où le prix juste est fixé pour chaque catégorie de produits et est revu périodiquement ? ou faut-il déterminer le prix juste en fonction d'un pourcentage que l'on additionne au prix du marché ?

Cela amène une autre question sous-jacente : pourquoi ne pas créer un label qui serait exigeant sur tous les critères ?

Ce serait l'idéal, en effet. Le souci est que plus un label est contraignant, moins il pourra labelliser de produits. Or, il faut nécessairement labelliser un certain nombre de produits, d'une part pour que le label ait un minimum de visibilité et un minimum d'impact, d'autre part par la nécessité d'une durabilité économique permettant de couvrir les coûts engendrés par le fonctionnement de la structure labellisatrice et de ses auditeurs, bien que les pouvoirs publics soutiennent financièrement certains organismes labellisateurs.

4/ Un produit non-labellisé respecte-t-il forcément moins les principes du commerce équitable ?

Non par forcément. Certains acteurs fiables du commerce équitable ont choisi de ne pas labelliser leurs produits.

Les raisons sont diverses :

= Il n'existe pas de label pour la catégorie de leur produit. Ce cas de figure étant observé principalement dans le non-alimentaire.

= Les organisations n'y voient pas de plus-value marketing, certaines préférant adopter une stratégie marketing basée sur leurs marques, si celles-ci jouissent déjà d'une certaine notoriété.

= Le coût de certification est jugé trop élevé.

= La charge administrative est jugée trop lourde.

= La philosophie des différents labels n'est pas assez en phase avec leur propre philosophie.

Le label est surtout utile quand on a affaire à une filière avec plusieurs intermédiaires et/ou avec des grands volumes de vente.

Quand il s'agit d'une filière plus directe et à taille humaine, le label n'est plus forcément une nécessité, d'autant plus que, comme évoqué ci-dessus, les petites structures ne sont pas toujours à même de payer les redevances d'un label ni de consacrer du temps à la charge administrative liée à celui-ci.

Comme l'a souligné Jean-Pierre LOISEL, de l'Institut National de la Consommation (INC) de France, lors de l'Université d'été du commerce équitable 2019 à Paris, « Le label permet aux consommateurs d'avoir confiance dans un produit. Il est particulièrement utile en grande distribution, alors que dans des circuits courts avec des relations directes entre producteurs et consommateurs, d'autres modes de confiance s'opèrent. »

À noter l'existence des **Systèmes Participatifs de Garantie (SDG)**, concept reconnu par la Fédération Internationale des Mouvements de l'Agriculture Biologique (IFOAM) et consistant en « des systèmes d'assurance qualité ancrés localement. Ils certifient les producteurs sur la base d'une participation active des acteurs concernés et sont construits sur une base de confiance, de réseaux et d'échanges de connaissances ».

Bien qu'étant, à la base, orientés vers l'agriculture biologique, les principes des SDG sont appliqués par plusieurs coopératives de producteurs, notamment en Belgique, dans un esprit lié au commerce équitable.

5/ Existe-t-il des produits, des filières, des acteurs du commerce équitable qui vont plus loin que le cahier des charges des labels ?

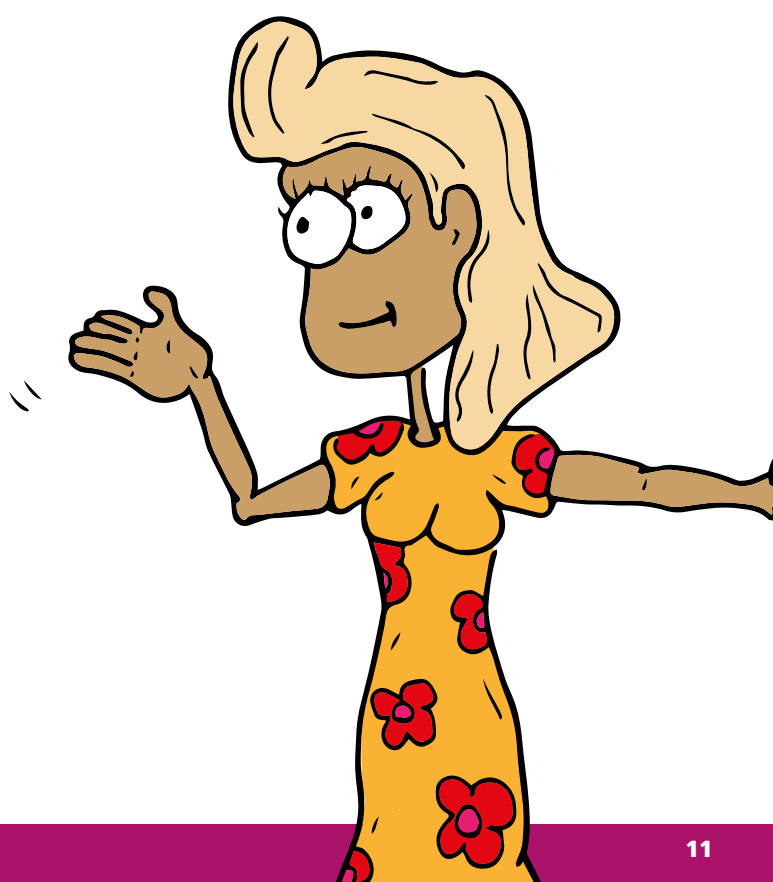
La réponse est oui.

Certains organismes labellisateurs le soulignent eux-mêmes : il peut y avoir une différence assez importante entre l'entreprise qui fait le strict minimum pour obtenir la labellisation et une autre dont le commerce équitable est au centre de son activité et de sa philosophie.

Au niveau du prix payé au producteur, par exemple, certains acteurs du commerce équitable consentent à payer au producteur local un prix qui s'élève parfois à plus de 130% du prix minimum exigé par le label.

Quand on veut présenter les différents degrés d'investissement des différentes organisations proposant des produits équitables, la métaphore de la chenille est souvent utilisée :

Il y a les organisations leaders qui montrent la voie à suivre en proposant un commerce équitable exigeant et qui constituent la tête de la chenille. Viennent ensuite les organisations pratiquant un commerce équitable moins contraignant qui suivent le mouvement d'ondulation de manière plus passive.



6/ Outre la présence d'un label, comment peut-on juger de l'aspect équitable d'un produit ?

Le label est l'outil le plus pratique pour pouvoir juger de la qualité éthique d'un produit, car il permet en un coup d'œil de savoir qu'un produit est issu d'une filière répondant à un cahier des charges et qu'un contrôle est effectué régulièrement.

Toutefois, d'autres indications peuvent être données aux consommateurs qui désirent d'autres garanties, soit parce qu'ils sont devant des produits non labellisés, soit parce qu'ils veulent en savoir davantage.

Quand il y a un label sur le produit, un bon réflexe à avoir est d'observer la liste des ingrédients. En principe, la liste des ingrédients concernés par la labellisation y est mentionnée. Il arrive par exemple que certains ingrédients soient remplacés par des arômes ce qui diminue immanquablement la qualité éthique du produit.

En l'absence de label, ce qui n'est pas très rare surtout pour les produits du Nord, il est possible de recueillir certaines informations de plusieurs manières :

= **Si vous achetez à un « petit commerçant »** (sur le marché ou dans un magasin indépendant, par exemple), n'hésitez pas à questionner le vendeur sur l'origine des produits. Il n'y a évidemment aucune valeur scientifique à cette démarche, mais elle est pourtant souvent riche d'enseignements. Moins il y aura d'intermédiaires entre le producteur et le vendeur (qui ne forment parfois qu'un), plus on sera dans une démarche de circuit court qui sera souvent plus propice à l'esprit du commerce équitable avec notamment plus de transparence.

= **Si vous avez le temps**, allez visiter le site internet qui devrait figurer sur l'emballage du produit pour vous faire une idée. À noter que certains grands groupes sont passés maîtres dans l'art du « fairwashing marketing » et vont présenter leur démarche de manière angélique. Si le nom du (des) coopérative(s) de producteurs locaux est mentionné, ce sera un bon signe.

= **Autre astuce** : vérifiez si l'organisation commerciale fait partie d'une fédération ou d'une plateforme de commerce équitable. L'adhésion nécessite la réussite d'un audit sur les activités de l'organisation. Il existe des fédérations dans la plupart des pays européens.

En voici quelques-unes :

= **Belgique** :
<http://www.bftf.be/fr/les-acteurs-belges-21/>

= **France** :
<https://www.commerceequitable.org/notre-collectif/nos-membres/>

= **Espagne** :
<http://comerciojusto.org/>

= **Italie** :
<https://www.equogarantito.org/>

= **Suisse** :
<https://www.swissfairtrade.ch/fr/membres-2/>

= **Allemagne** :
<http://www.forum-fairer-handel.de/fairer-handel/akteure/>

Il existe aussi,

= **au niveau mondial**,
la World Fair Trade Organisation (dont BFTF est membre) : <https://wfto-europe.org/our-members/>

= **au niveau wallon**,
le collectif 5C (www.collectif5c.be) qui regroupe une bonne partie des coopératives de producteurs wallons locaux.

À noter qu'il existe des organisations de commerce équitable fiables qui ne font partie d'aucune fédération pour une question de choix ou de priorité.

7/ Un produit labellisé équitable est-il forcément bio ?

Non, pas forcément. L'aspect bio et écologique est très variable d'un label à l'autre.

Chaque label a sa propre philosophie à cet égard.

Certains imposent le label bio européen, d'autres y ajoutent même des critères supplémentaires. Le plus souvent, le respect du label bio européen n'est pas exigé, mais il existe quasiment tout le temps des exigences telles que l'interdiction d'OGM ou le respect de la biodiversité.

Par ailleurs, on observe que plus de la moitié des produits ayant un label de commerce équitable sont également labellisés bio. Ce chiffre va en augmentant.

8/ Comment se fait-il que certains produits équitables n'ont pas 100% d'ingrédients équitables ?

Dans la philosophie du commerce équitable, il est communément admis qu'un produit qui ne contient qu'un seul ingrédient doit être 100% équitable. Dans le cas de produits composés de différents ingrédients, comme le chocolat ou les biscuits, il arrive souvent que seule une partie des ingrédients soit équitable.

La raison principale est que certains ingrédients ne sont pas disponibles sur le marché du commerce équitable, chaque label se basant sur un nombre limité de catégories de produits. Dans un chocolat aux baies de Goji, par exemple, on trouvera du cacao et du sucre équitables ainsi que des baies de Goji n'ayant pas l'étiquette « équitable » car il n'existe pas de filières équitables reconnues pour cet ingrédient.

De manière générale, chaque label établit un pourcentage minimum d'ingrédients équitables qui varie d'un label à l'autre.



Chapitre 3 :

LES LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE

3.1. Présentation de chaque critère

POURCENTAGE MINIMUM D'INGRÉDIENTS ÉQUITABLES

Il s'agit du pourcentage en termes de poids minimum requis pour que le produit puisse être labellisé.

Il y a une distinction entre les produits composés d'un seul ingrédient (où il faudra toujours 100% d'ingrédient équitable) et les produits composés de plusieurs ingrédients.



TOUS LES INGRÉDIENTS QUI PEUVENT ÊTRE ÉQUITABLES DOIVENT-ILS ÊTRE ÉQUITABLES ?

Il s'agit de la règle « All that can be Fair Trade, must be Fair Trade ».

Est-il autorisé d'intégrer des ingrédients non issus du commerce équitable dans un produit labellisé alors que ceux-ci sont disponibles sur le marché du commerce équitable ?



TRAÇABILITÉ PHYSIQUE OBLIGATOIRE ?

Est-il possible de tracer le parcours physique de chaque produit et ingrédient de la production jusqu'à la vente au consommateur final ?



CALCUL DU PRIX JUSTE

Le calcul d'un prix considéré comme équitable peut être réalisé de plusieurs manières.

Historiquement, une des premières méthodes consiste à établir une grille des prix minimum par produit et par zone géographique.

Certains cahiers des charges préfèrent une approche plutôt orientée sur le salaire minimum ou sur une négociation équitable bilatérale entre le producteur et l'acheteur.



PRIME DE DÉVELOPPEMENT OBLIGATOIRE ?

Le calcul du prix d'achat reprend-il l'existence d'une prime liée à des projets sociaux (voire environnementaux) au sein de la coopérative de producteurs ? Ce critère est essentiellement présent dans le commerce équitable Nord/Sud.



TYPES D'ORGANISATION DE PRODUCTEURS ADMIS ?

Certains labels imposent que les producteurs soient constitués en coopératives ou en une autre forme de groupement de producteurs.



ENGAGEMENT À LONG TERME DES ACHETEURS ?

Un accord commercial de longue durée est-il prévu par le cahier des charges du label ? Si oui, de quelle durée ?

==

ORGANISME(S) AUDITEUR(S)

Quel(s) organisme(s) effectue(nt) les audits ?

==

FRÉQUENCE DES AUDITS

Annuel ? Bisannuel ? Trisannuel ?

==

MAILLONS DE LA CHAÎNE LOGISTIQUE CONTRÔLÉS ?

Dans la chaîne logistique, sur quel(s) niveau(x) portent les audits ? Relation « Producteur/Premier acheteur » ? Relation entre intermédiaires ?

==

OBLIGATION DU LABEL BIO ?

Parmi les exigences environnementales du cahier des charges, l'obtention du label bio est-elle obligatoire ?

==

PRÉFINANCEMENT OBLIGATOIRE ?

Dans quelle mesure le premier acheteur est-il tenu de payer anticipativement une partie (souvent 50%) du montant de la commande au producteur, pour une question de liquidité ?

==



3.2. Présentation de chaque label

3.2.1. Le commerce équitable Nord/Sud



Fairtrade

Présentation

Le label Fairtrade est sans conteste le label le plus connu et le plus répandu sur le marché mondial. Une étude du Trade for Development Centre a démontré qu'en 2018, 71% des belges connaissaient le label, parmi lesquels 89% lui faisaient confiance.

Il s'agit d'un label pionnier du commerce équitable. Il est apparu pour la première fois en 1988 sous le nom « Max Havelaar ».

Il existe actuellement des organisations Fairtrade dans une trentaine de pays. Certaines ont gardé l'appellation « Max Havelaar », comme en France, d'autres ont opté pour l'appellation Fairtrade, comme en Belgique.

En Belgique, Fairtrade Belgium est une ONG active aussi bien dans la sensibilisation que dans le développement du marché. Le label connaît une croissance continue depuis plus de 10 ans sur le marché national. Entre 2008 et 2018, la somme des primes générées par la vente des produits Fairtrade a plus que triplé, passant de 854.000 € à 2.707.000 €.

Les produits labellisés Fairtrade sont présents aussi bien dans la grande distribution que dans les magasins spécialisés.

On peut considérer que les produits phares du label sont le café, les bananes et le cacao. Ils représentent ensemble près de 80% des primes Fairtrade générées en Belgique et possèdent chacun une part de marché considérable sur le marché belge : 3,9% pour le café, 18,3% pour les bananes et 4,6% pour le chocolat.

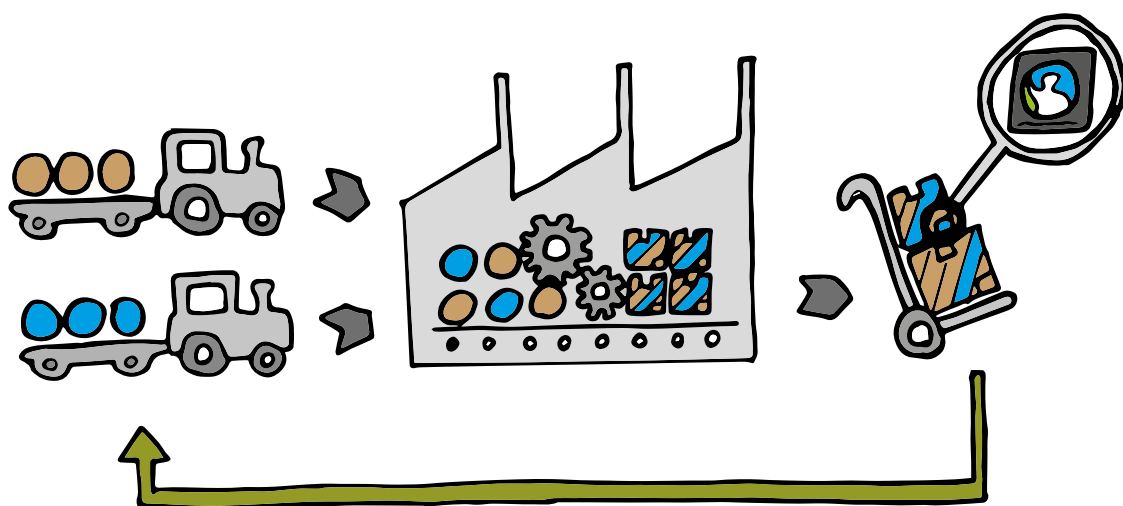
La certification est assurée par FLO-CERT, organisme lié à Fairtrade international et dont l'indépendance est assurée par le respect des normes ISO 17065.

En outre, les producteurs et travailleurs sont co-propriétaires du système. Ils détiennent 50% des voix lors de l'Assemblée générale, et sont également consultés lors de la définition de nouveaux standards, prix et stratégies. Les trois réseaux régionaux de producteurs Fairtrade jouent un rôle important au sein du conseil d'administration de Fairtrade International.

En vue d'augmenter son impact, le Mass balance est autorisé par Fairtrade pour le cacao, le thé, le sucre et les jus de fruits. (Voir encadré suivant)

Par ailleurs, en 2014, toujours dans le but d'élargir l'accès aux marchés mondiaux pour les producteurs et de maximiser l'impact sur le revenu des producteurs, Fairtrade a lancé un nouveau label moins contraignant (Voir label suivant, Fairtrade Sourced Ingredient).

=



-  Matières premières non-Fairtrade
-  Matières premières Fairtrade
-  Prime Fairtrade et, le cas échéant, prix minimum

LE MASS BALANCE

Le suivi des ingrédients à chaque étape de la chaîne d'approvisionnement peut être difficile. Chez Fairtrade, il existe quatre produits - le cacao, le thé, le sucre et les jus de fruits - où cela risque de limiter les ventes et donc aussi les bénéfices pour les agriculteurs. Ces produits sont régulièrement mélangés ou passent par des processus de fabrication complexes, ce qui rend la traçabilité physique coûteuse.

Pour garantir aux agriculteurs et aux travailleurs les meilleures opportunités de vendre leurs produits certifiés, Fairtrade applique alors un type de programme de traçabilité connu sous le nom de « mass balance ». Selon cette approche, les entreprises peuvent mélanger des produits Fairtrade et non-Fairtrade pendant le processus de fabrication, tant que les volumes réels des ventes selon les conditions Fairtrade sont suivis et audités tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

Ce processus garantit donc que la quantité d'ingrédients labellisés Fairtrade correspond à la quantité vendue par les agriculteurs.

Exemple : un importateur achète 1 tonne d'oranges certifiées Fairtrade et 9 tonnes d'oranges non certifiées. Il mélange le tout, produit 10 tonnes de jus d'orange. Sur ces 10 tonnes, 1 tonne sera étiquetée Fairtrade, 9 tonnes ne seront pas étiquetées Fairtrade. L'avantage est que le prix de vente final du jus d'orange Fairtrade sera plus bas grâce à une diminution des coûts fixes de production et d'emballage par un système d'économie d'échelle.

Informations générales



INFORMATIONS

REMARQUES

Coordonnées

Fairtrade International (FLO)
Bonner Talweg 177- 53129 Bonn, Germany
Email : info@fairtrade.net
Tél : +49 228 949230

Fairtrade Belgium
Rue d'Edimbourg 26, 1050 Bruxelles
info@fairtradebelgium.be
Tél : 02 894 46 20

Site internet

<https://www.fairtrade.net/>

<https://www.fairtradebelgium.be/>

Aire géographique des produits et producteurs

Pays en développement ou émergents

Catégories de produits

Alimentaire + Coton + Fleurs + Cosmétique + Or (et métaux précieux) + Ballons de football

Historiquement Fairtrade s'est concentré sur les produits issus de l'agriculture. Au fil des années d'autres catégories se sont ajoutées, comme l'or, les ballons de foot, etc.

Points de vente des produits

Théoriquement partout

Actif dans le commerce équitable Nord/Sud ?

oui

Actif dans le commerce équitable Nord/Nord ?

Non

Critères



Pourcentage minimum d'ingrédients équitables

Pour les produits à ingrédient unique :
100%
Pour les produits composés :
20% minimum

REMARQUES

Tous les ingrédients qui peuvent être équitables doivent-ils être équitables?



Traçabilité physique obligatoire ?



sauf pour 4 produits

Pour le thé, le cacao, le jus de fruits et le sucre, la traçabilité physique n'est pas exigée. La technique du Mass Balance peut être appliquée (Voir encadré ci-avant)

Calcul du prix juste

Une liste de prix minimum visible sur le site (<https://www.fairtrade.net/standard/minimum-price-info>) reprend les prix par catégorie, par qualité et par zone géographique qui ont été fixés au terme de tractations avec les producteurs. Étant donné la complexité du processus, les prix sont revus tous les 2-3 ans en moyenne.

Il existe une exception pour le sucre de canne, où il n'y a pas de prix minimum

Prime de développement obligatoire?



Elle est renseignée dans la liste des prix minimum (voir ci-dessus) à la colonne « Fairtrade premium »

Types d'organisation de producteurs admis ?

Tous

= L'agriculture contractuelle n'est permise que pour certains secteurs et pays. Des normes de fonctionnement démocratique sont exigées.
= Dans les faits, 81% sont des organisations de petits producteurs.

Engagement à long terme des acheteurs ?

Un engagement de minimum 2 ans est encouragé mais pas obligatoire

Critères



INFORMATIONS

REMARQUES

Organisme(s)
auditeur(s)

FLO-CERT

Fréquence
des audits

Il y a un audit d'entrée, pour obtenir la certification. Ensuite, par cycle de trois ans, il y a au moins deux audits : un audit de surveillance, et un audit de renouvellement de certification. Ces audits incluent des révisions de documents administratifs et financiers, mais aussi des visites de terrain, des interviews avec des employés et producteurs.

En plus de ce cycle de minimum 2 audits tous les trois ans, des audits 'surprise' peuvent avoir lieu, de manière aléatoire ou en cas de suspicion ou de haut risque.

Maillons de la chaîne
logistique contrôlés ?

Essentiellement la relation
producteur – premier acheteur

Les maillons en aval sont contrôlés en vue de s'assurer qu'un intermédiaire ne vende pas plus de produits Fairtrade qu'il n'en achète.

Obligation du
label bio ?

Non

Il existe néanmoins des normes environnementales (Prévention de la déforestation, protection de la biodiversité, interdiction des OGM et de certains pesticides, gestion des déchets, de l'eau etc.)

Préfinancement
obligatoire ?

Oui
si demandé par le producteur

Le producteur peut demander que le contrat stipule une obligation de préfinancement de 50%.



Fairtrade Sourced Ingredient (FSI)

Présentation

Le label Fairtrade sur fond blanc a été lancé en 2014 par Fairtrade International, d'abord sous le nom de Fairtrade Sourcing Program, et, depuis 2018, sous le nom Fairtrade Sourced Ingredient. Il est applicable sur tous les produits à l'exception des produits à ingrédient unique.

Entre le label Fairtrade (à fond noir) présenté ci-avant et le label FSI, il n'y a que deux différences :

= Le label FSI ne suit pas le principe « Tous les ingrédients qui peuvent être équitables doivent être équitables ».

Le label blanc est toujours accompagné du nom des ingrédients qui sont issus de filières équitables. Dans le cas d'un biscuit au chocolat avec le label « Fairtrade – Cocoa » par exemple, le cacao est issu d'une filière équitable avec le même cahier des charges que le label Fairtrade à fond noir, mais le sucre n'est a priori pas issu de filières reconnues comme équitables.

= Il n'y a pas de pourcentage minimum d'ingrédients Fairtrade.

La règle des 20% minimum d'ingrédients équitables n'est donc plus d'application.

Les raisons avancées par Fairtrade Belgium sur la création de ce nouveau label sont les suivantes :

« Le modèle "Fairtrade Sourced Ingredient" offre aux agriculteurs et aux travailleurs plus d'opportunités d'augmenter la part de leur récolte vendue aux conditions du commerce équitable et donc, d'augmenter leurs revenus ainsi que le montant de la prime du commerce équitable qui sera réinvestie au profit de la communauté et de techniques de production durables. Le label « FSI » donne également aux entreprises une plus grande flexibilité et leur permet d'incorporer plus aisément des ingrédients Fairtrade dans leurs produits ou même dans l'ensemble de leur entreprise. Quand l'offre augmente, c'est aussi bénéfique pour les consommateurs qui ont plus d'options pour acheter de manière durable.

L'ingrédient certifié dans un produit composé qui porte le label FSI est tout autant équitable que ceux qui sont compris dans des produits labellisés «all that can be» (label noir), où tous les ingrédients sont Fairtrade.

En effet, les ingrédients provenant de ce modèle « FSI » sont certifiés selon les mêmes normes et standards Fairtrade, et les producteurs bénéficient toujours des mêmes avantages. »

=



SPP

Présentation

Le label Symbole Paysan Producteur a été créé en 2004 au Mexique par la CLAC (Coordination Latino-Américaine et des Caraïbes de Petits Producteurs).

Il s'agit d'un label exigeant dont une des particularités est qu'il ne certifie que des coopératives de petits producteurs. La définition de « petits producteurs » est que

- = 85% des membres possèdent moins de
 - 5 ha. de terres en production
 - 1 ha. sous serre
 - 500 ruches
- = Les 15% restant peuvent posséder au maximum 2 fois ces superficies

La mission principale est de soutenir les acteurs issus de l'agriculture paysanne et familiale, de valoriser leurs produits ainsi que le système coopératif.

L'agriculture gérée par les grands propriétaires terriens, l'agriculture sous contrat et les plantations industrielles sont exclues par le cahier des charges du label.

Autre particularité : les premiers acheteurs sont tenus, à terme et pour chaque catégorie de produits, d'acheter pour au moins 25% de produits certifiés SPP.

En outre, il a été décidé en 2019 que tous les produits SPP devaient être labellisés bio, moyennant une période de transition pour les filières non bios déjà labellisées SPP.

Le réseau des produits SPP est relativement restreint par rapport à d'autres labels. En Belgique, on retrouve le label SPP essentiellement sur les produits de la marque Éthiquable.

Au niveau de la gouvernance, le pouvoir est majoritairement donné aux organisations de producteurs. Celles-ci détiennent 100% des droits de vote à l'assemblée générale et 2/3 des sièges au conseil d'administration. Les postes clés comme la présidence et la vice-présidence sont aussi réservés aux organisations de producteurs.

Le label assure son indépendance par le fait que ce sont des organismes de certification indépendants et accrédités qui se chargent d'auditer tous les acteurs de la filière.

=

Informations générales



INFORMATIONS

REMARQUES

Coordonnées

SPP GLOBAL
 Calzada de Tlalpan 3267, Santa Úrsula Coapa,
 Coyoacán
 Ciudad de México. C.P. 04650
 Tél : +52 (01) 55-52-64-72-05
 Email : info@spp.coop

SPP France
 contact@spp-france.fr

Site internet

www.spp.coop

<http://spp-france.fr>

Aire géographique des produits et producteurs

Amérique, Afrique, Asie

Catégories de produits

Produits alimentaires essentiellement

Exception : Il existe une coopérative bolivienne qui vend de l'artisanat localement

Points de vente des produits

Théoriquement, partout

Actif dans le commerce équitable Nord/Sud ?

oui

Actif dans le commerce équitable Nord/Nord ?

Non

SPP n'exclut pas l'idée mais n'avait pas encore franchi le pas fin 2019

Critères



INFORMATIONS

REMARQUES

Pourcentage minimum d'ingrédients équitables

Pour les produits à ingrédient unique :
100%
Pour les produits composés :
50% minimum

Pour les produits composés dont les ingrédients principaux représentent moins de la moitié du poids total du produit fini, l'ingrédient principal peut ne représenter que 25 % les 2 premières années.

Tous les ingrédients qui peuvent être équitables doivent-ils être équitables?

oui

Traçabilité physique obligatoire ?

oui

Calcul du prix juste

Une liste de prix minimum visible sur le site : https://spp.coop/wp-content/uploads/2019/09/2.5-FR_List_Prix_SPP_V10_E1_2019-09-06.pdf reprend les prix par catégorie, par qualité et par zone géographique qui ont été fixés au terme de tractations avec les producteurs. Les prix sont revus sur demande des producteurs.

Prime de développement obligatoire ?

oui

La prime de développement est reprise à la colonne « incitatif SPP » de la liste des prix (lien ci-dessus).

Types d'organisation de producteurs admis ?

Uniquement les organisations de producteurs ne dépassant pas une certaine taille

Cf. le texte de présentation du label



INFORMATIONS

REMARQUES

Engagement à long terme des acheteurs ?



À partir de la 2ème année, il existe une obligation par catégorie de produit pour le 1er acheteur d'acheter 5% de produits SPP. Ce quota augmente de 5 % chaque année jusqu'à ce qu'il atteigne au moins 25 %.

Organisme(s) auditeur(s)

Certimez, Biolatina, Mayacert, BCS-Öko, Imocert, Biotrópico Control Union Peru, Ceres, QCS et TERO

10 organismes indépendants

Fréquence des audits

Annuelle

Maillons de la chaîne logistique contrôlés ?

Essentiellement la relation producteur – premier acheteur

Les maillons en aval sont contrôlés en vue de s'assurer qu'un intermédiaire ne vende pas plus de produits SPP qu'il n'en achète.

Obligation du label bio ?

Il y a une volonté d'imposer la certification biologique à tous les produits SPP à moyen terme.

Actuellement, 90% sont labellisées bio. Les 10% restant sont en transition.

SPP encourage les organisations déjà labellisées SPP à se convertir au bio.
Les produits des nouvelles organisations labellisées SPP doivent être certifiés bio.

Préfinancement obligatoire ?



si demandé par le producteur

Le producteur peut demander que le contrat stipule une obligation de préfinancement de 60%.



WFTO

Présentation

Le label WFTO se distingue des autres labels de commerce équitable de par son approche qui n'est pas orientée vers le produit sur lequel se trouve le label, mais sur le fait que le produit est issu d'une organisation reconnue par l'Organisation mondiale du commerce équitable (WFTO).

Le label ne donne donc pas la garantie que chaque filière de chaque produit est contrôlée sur base d'un cahier des charges unique et précis. Par contre, il garantit que le produit est issu d'une organisation dont l'activité principale est le commerce équitable et dont la philosophie générale répond aux standards du commerce équitable mis en place par WFTO. Ce système ne permet donc pas à une entreprise ayant comme objectif la maximisation du profit et ayant des activités critiquables sur les plans social et écologique, de profiter du système en proposant dans leur assortiment un nombre très restreint de produits labellisés qui n'auraient pour autre but que d'embellir l'image de l'entreprise.

= Historique

À la base, la certification WFTO s'appliquait uniquement aux organisations membres de WFTO qui étaient autorisées à utiliser le logo « WFTO Fair Trade Organization » uniquement dans leur image de marque et marketing.

Ce n'est qu'en 2013 que la décision a été prise de donner l'autorisation d'apposer le logo sur les produits.

= Les audits

Il existe trois sortes d'audits (qui sont donc basés essentiellement sur l'activité générale d'une organisation) :

- 1) Une **autoévaluation** : le membre s'évalue lui-même. Dans certaines organisations, l'audit est réalisé par une commission éthique interne
- 2) Une **visite d'un autre membre de WFTO**
- 3) Un **audit de contrôle** réalisé par WFTO ou un sous-traitant

= Qui peut utiliser le label ?

Les membres de WFTO peuvent utiliser les labels sur les produits

- = qui proviennent d'un autre membre de WFTO **ou**
- = qui proviennent d'un fournisseur ayant été audité **ou**
- = qui sont labellisés par un des quatre labels reconnus par WFTO : Fairtrade, SPP, Fair for Life ou Naturland Fair Trade

Une organisation non-membre de WFTO peut apposer le label WFTO sur les produits qui ont été achetés directement à des membres de WFTO et ce, sous certaines conditions :

- = L'organisation non-membre doit être le premier acheteur, ce qui veut dire que les éventuels intermédiaires en aval qui rachèteraient le produit en vue de le revendre ne peuvent pas ré-embalquer le produit avec leur propre marque ou logo en ré-utilisant le label WFTO.
- = Le produit doit être composé d'au moins 95% d'ingrédients issus du membre de WFTO. Il s'agit donc en général de produits à ingrédient unique.
- = Le contrat entre le membre de WFTO et le premier acheteur doit être considéré comme équitable.
- = Le premier acheteur doit respecter dans ses autres activités des principes sociaux et écologiques de base ainsi que les normes de l'Organisation Internationale du Travail.

=

Informations générales



INFORMATIONS

REMARQUES

Coordonnées

Siège central WFTO
 Godfried Bomansstraat 8-3
 4103 WR Culemborg, The Netherlands
 Tél : +31(0) 345 53 6487
 Email : info@wfto.com

Siège WFTO Europe
 Rue Washington, 40
 1050 Brussels (Belgium)
 Tél : (+32) 2 640 63 86
 info@wfto-europe.org

Site internet

www.wfto.com

www.wfto-europe.org

Aire géographique des produits et producteurs

Théoriquement, partout

Dans les faits, les produits proviennent pour une très grande majorité des pays en développement, l'ouverture aux producteurs défavorisés du Nord ne datant que de 2017.

Catégories de produits

Théoriquement, toutes les catégories de produits

Les organisations de tourisme équitable peuvent également être labellisées.

Points de vente des produits

Théoriquement, partout

Actif dans le commerce équitable Nord/Sud ?

oui

Actif dans le commerce équitable Nord/Nord ?

oui

Début 2020, il existait très peu de produits issus de filières Nord/Nord

Critères

REMARQUE IMPORTANTE :

Comme expliqué précédemment, ces critères sont liés à des audits basés sur l'activité générale des organisations membres de WFTO. Au contraire des autres labels, il n'y a donc pas d'audits systématiques sur chaque ingrédient de chaque produit portant le label WFTO.



INFORMATIONS

REMARQUES

Pourcentage minimum d'ingrédients équitables

Pour les produits à ingrédient unique :
100%
Pour les produits composés :
50% minimum

Tous les ingrédients qui peuvent être équitables doivent-ils être équitables?

OUI

Traçabilité physique obligatoire ?

OUI

Calcul du prix juste

Le prix doit être négocié librement et de manière transparente entre le producteur et l'acheteur. Il doit permettre aux travailleurs d'avoir un niveau de vie décent pour maximum 48h de travail par semaine.

Prime de développement obligatoire ?

NON

Types d'organisation de producteurs admis ?

Théoriquement tous

Tant qu'elles sont reconnues par WFTO

Engagement à long terme des acheteurs ?

OUI

Il n'y a pas de durée minimale mais le contrat ne peut pas se terminer sans raison appropriée ni sans préavis

Organisme(s) auditeur(s)

1) Autoévaluation
2) Visite d'un autre membre de WFTO
3) Audit de contrôle réalisé par WFTO ou un sous-traitant



INFORMATIONS

REMARQUES

Fréquence des audits

	Low risk	Medium risk	High risk
Autoévaluation	3 ans	2 ans	2 ans
Visite d'un pair	6 ans	4 ans	2 ans
Audit WFTO	6 ans	4 ans	2 ans

Les membres de WFTO sont catégorisés en 3 catégories de risque : low, medium et high risk, selon plusieurs paramètres déterminant la fréquence des audits à effectuer

En outre, il existe sur le site de WFTO un système de plainte qui peut être utilisé, de manière anonyme ou non, pour dénoncer certains comportements d'organisations membres de WFTO. Les plaintes seront en général suivies d'une vérification

Maillons de la chaîne logistique contrôlés ?

Essentiellement la relation
« Producteur – Premier acheteur »

Obligation du label bio ?

NON

La dimension écologique est encouragée mais pas obligatoire

Préfinancement obligatoire ?

OUI

si demandé par le producteur

Le producteur peut demander que le contrat stipule une obligation de préfinancement de 50%.



Cas particulier : le label GOTS

Présentation

= Un cas particulier

Comme souligné au point 1.2., le label GOTS n'est pas assez en lien avec les principes fondamentaux du commerce équitable que pour être considéré comme un label de commerce équitable à part entière.

Cela étant, il s'agit d'un label sérieux et crédible garantissant dans le secteur du textile biologique un mode de production écologique et socialement responsable ainsi que des exigences de qualité.

Sa démarche est donc intéressante et nous avons jugé pertinent de l'inclure dans ce guide, d'autant plus que c'est une certification que l'on rencontre de plus en plus dans le domaine du textile.

= Historique

Le label GOTS est un label international créé en 2002.

Il est géré par GOTS (Global Organic Textile Standard), organisation internationale composée de quatre membres qui avaient autrefois chacun un label distinct pour le textile biologique :

- = Organic Trade Association, Japan
- = Organic Cotton Association, NL
- = International Association of Natural Textile Industry (UK) et
- = JOCA (Japon).

Des labels nationaux tels qu'IVN Naturtextil (Allemagne) et Soil Association (Royaume-Uni) ont également adhéré au label GOTS.

= Le référentiel

Le label tient essentiellement compte des maillons en aval de la chaîne de production du textile (transformation, fabrication, emballage, étiquetage, commerce et distribution).

Le référentiel est subdivisé en trois volets :

1) Gestion environnementale :

- = Respect des normes environnementales locales
- = Mise en place d'une politique visant le suivi et l'amélioration des performances environnementales
- = Le stockage, le conditionnement et le transport doivent répondre à certaines normes de durabilité

2) Paramètres techniques de qualité :

- = Résistance aux frottements, à la lumière, à la transpiration, au lavage

3) Critères sociaux :

L'aspect social du label GOTS est relativement limité. Il ne représente d'ailleurs que 5 pages sur les 45 du cahier des charges.

Il est interdit d'utiliser des fibres issues de projets de production pour lesquels il est prouvé des violations flagrantes et systématiques des conventions de l'OIT et/ou du principe de bien-être animal.

Cette préoccupation vise tous les maillons de la chaîne à partir de la transformation. L'étape de récolte de la matière première (coton, chanvre...) est censée respecter les mêmes critères, mais le label reconnaît dans son référentiel les « possibilités limitées d'un suivi direct et de conformité avec les normes sociales dans cette première étape ».

Le contrôle s'effectue par des organismes indépendants.

= Le logo

Il existe deux catégories d'étiquetage :

= Les produits vendus, étiquetés ou présentés comme « biologiques » qui doivent contenir au moins 95% de la teneur en fibres des produits d'origine biologique certifiée.

= Les produits vendus, étiquetés ou présentés comme « fabriqués à partir de X% de matières biologiques » qui doivent contenir au moins 70% de la teneur en fibres des produits d'origine biologique certifiée.

Using 95 – 100 % organic fibres:



Using 70 – 94 % organic fibres:



Informations générales



INFORMATIONS

REMARQUES

Coordonnées

Global Standard gemeinnützige GmbH
Augustenstraße 84A,
70178 Stuttgart, Allemagne

Site internet

<https://www.global-standard.org/fr/>

Aire géographique des produits et producteurs

Théoriquement, partout

Catégories de produits

Tous les produits en textile

Vêtements, accessoires de vêtement, linges, jouets, matelas, literie, produits d'hygiène en textile

Points de vente des produits

Théoriquement, partout

Actif dans le commerce équitable Nord/Sud ?

NA

Le label GOTS n'est pas considéré comme un label de commerce équitable

Actif dans le commerce équitable Nord/Nord ?

NA

Le label GOTS n'est pas considéré comme un label de commerce équitable

Critères



INFORMATIONS

REMARQUES

Pourcentage minimum d'ingrédients équitables

NON

Tous les ingrédients qui peuvent être équitables doivent-ils être équitables?

NON

Calcul du prix juste

NON

Prime de développement obligatoire?

NON

Types d'organisation de producteurs admis ?

Tous

Engagement à long terme des acheteurs ?

NON



INFORMATIONS

REMARQUES

Organisme(s)
auditeur(s)

Organismes indépendants divers

Fréquence
des audits

Annuelle

Maillons de la chaîne
logistique contrôlés ?

Toutes les étapes de la transformation, de la fabrication et de la commercialisation qui emploient des travailleurs

Obligation du
label bio ?

Oui

Préfinancement
obligatoire ?

Non

3.2.2. Le commerce équitable

Nord/Nord et Nord/Sud



Fair for life

Présentation

= Historique

Le label Fair for Life a été créé en 2006 par les organismes de certification IMG et Bio-Foundation. En 2013-2014, la propriété de Fair for Life a été rachetée par IMO Group AG. En 2016-2017, les standards Fair for Life et Ecocert ont fusionné pour ne devenir qu'un seul label. Ce nouveau label a gardé le nom Fair for Life et est géré par Ecocert.

= Cahier des charges

Le cahier des charges est révisé régulièrement de manière très participative. Aussi bien les producteurs que les consommateurs, les intermédiaires et les ONG sont impliqués dans le processus de révision.

Les différents critères sont organisés en trois types tout au long de la chaîne d'approvisionnement :

- = responsabilité environnementale
- = responsabilité sociale
- = commerce équitable

En outre, les critères sont également classifiés par rapport à leur degré d'importance dans l'obtention de la certification :

- 1) Catégorie « **KO** » : S'ils ne sont pas respectés, ces critères entraînent le retrait immédiat de l'attestation.
- 2) Catégorie « **MUST** » (de loin la plus représentée) : Si ces critères ne sont pas respectés, des actions correctives rapides sont exigées.
- 3) Catégorie « **BONUS** » : Ces critères sont optionnels, mais permettent à l'opérateur d'atteindre une meilleure performance. Un bon score de performance peut entraîner une procédure de vérification plus réduite.

Le label insiste beaucoup sur l'aspect sensibilisation. Les marques doivent entreprendre des activités de sensibilisation et de partage d'information véridique sur les impacts du commerce équitable et les activités des groupes de production impliqués dans la chaîne d'approvisionnement.

=

Informations générales



INFORMATIONS

REMARQUES

Coordonnées

Ecocert S.A.

Lieu dit Lamothe Ouest - BP47
32600 L'ISLE JOURDAIN (France)
Tél : +33 (0)5 62 07 34 24

Site internet

www.fairforlife.org

Aire géographique des produits et producteurs

Théoriquement partout

Catégories de produits

Alimentaire
Artisanat
Textile
Cosmétique

Points de vente des produits

Théoriquement partout

Actif dans le commerce équitable Nord/Sud ?

oui

Actif dans le commerce équitable Nord/Nord ?

oui

Critères



INFORMATIONS

REMARQUES

Pourcentage minimum d'ingrédients équitables

Pour les produits à ingrédient unique :
100%

Pour les produits composés :
Il existe deux cas de figure :

- = Soit le produit contient le %age suivant en termes d'ingrédients équitables :
 - entre 20 et 80% pour l'alimentaire
 - entre 20 et 70% pour l'artisanat et le textile
 - entre 10 et 70% pour le cosmétique

Dans ce cas, il y a des restrictions de communication. On peut parler d'ingrédients équitables, mais il n'est pas permis de parler de produits équitables.

= Soit le produit contient au moins 80% d'ingrédients équitables (70% pour le non alimentaire).

Dans ce cas, Il n'y a pas de restrictions de communication

Tous les ingrédients qui peuvent être équitables doivent-ils être équitables?

OUI

Selon une liste d'ingrédients téléchargeable sur leur site

Traçabilité physique obligatoire ?

OUI

Calcul du prix juste

Le prix est calculé dans le cadre d'une négociation transparente entre le producteur et le premier acheteur sur base des coûts de production.
Il doit être de 5 à 10% supérieur au prix du marché.

Prime de développement obligatoire?

OUI

Elle est égale à au moins 5% du prix de vente



INFORMATIONS

REMARQUES

Types d'organisation de producteurs admis ?

Théoriquement tous

Il existe néanmoins des critères supplémentaires pour les grandes structures et l'agriculture sous contrat

Engagement à long terme des acheteurs ?

OUI

Au moins 3 ans, ou durée indéterminée avec des objectifs clairs de développer une relation sur le long-terme

Organisme(s) auditeur(s)

Auditeurs agréés par Fair for Life

Fréquence des audits

Annuelle, sur base d'un cycle de 3 ans

Année 1 : audit complet
Année 2 : audit de contrôle
Année 3 : audit de contrôle

Les audits de contrôle se basent sur les non-conformités et les plans d'amélioration depuis le dernier audit

Maillons de la chaîne logistique contrôlés ?

Tous les maillons sont contrôlés jusqu'au propriétaire de marque

Obligation du label bio ?

NON

La certification bio est encouragée, mais pas obligatoire.
En outre, il existe des critères environnementaux tels que la protection des espèces menacées et l'interdiction d'OGM et de certaines substances

Préfinancement obligatoire ?

OUI

si demandé par le producteur



Biopartenaire

Présentation

= Historique

Le label BIOPARTENAIRE® a été créé en 2002 suite à la volonté d'entreprises françaises pionnières dans l'agriculture biologique et ayant accompagné des organisations de producteurs du Sud à mettre en place des filières bio de parler d'une seule voix et de mettre en avant l'importance d'allier le bio et l'équitable.

Quatre années plus tard, ces entreprises ont décidé de créer un référentiel pour la filière française vu qu'elles travaillaient aussi avec des producteurs français.

Le label BIOPARTENAIRE® couvre donc des échanges équitables pour des filières françaises et internationales.

= Cahiers des charges et particularités

En 2018, le label BIOPARTENAIRE® se basait sur deux cahiers de charges :

= Pour la filière française : le référentiel FiABLE (Filière Attestée Biologique Loyale et Equitable), spécifique aux filières françaises

et

= Pour les filières hors France : le référentiel Fair for Life auquel s'ajoutent certaines obligations spécifiques, comme le bio et l'engagement à long terme sur toute la filière

Une particularité du label est que tous les opérateurs sont tenus de s'investir de manière formalisée dans une démarche RSE (Responsabilité Sociale et Environnementale) sur base d'indicateurs précis qui sont contrôlés par des audits. Les exigences et critères sont adaptées à la taille de l'entreprise.

En outre, les marques qui ont des produits labellisés BIOPARTENAIRE® ne peuvent pas se retrouver dans la grande distribution, mais doivent être commercialisées uniquement dans les magasins biologiques et assimilés.

=

Informations générales



INFORMATIONS

REMARQUES

Coordonnées

Biopartenaire
1, Rue Marc Seguin
BP 11 114
26958 Valence cedex 9
FRANCE

Site internet

www.biopartenaire.com

Aire géographique des produits et producteurs

Théoriquement, partout

Dans les faits, les produits sont issus soit de filières françaises soit des pays du sud. Mais, fin 2019, il y avait des projets de labelliser des filières émanant d'autres pays européens.

Catégories de produits

Alimentaire + Cosmétique + Bien-être

Points de vente des produits

Les produits labellisés Biopartenaire sont réservés aux magasins bio ou assimilés (magasins d'épicerie fine, boutiques solidaires...)

Cette exclusivité n'est contrôlée que pour la France

Actif dans le commerce équitable Nord/Sud ?

oui

Selon le référentiel Fair for Life auquel s'ajoutent d'autres critères spécifiques à Biopartenaire (Bio + engagement sur 3 ans entre tous les acteurs de la filière)

Actif dans le commerce équitable Nord/Nord ?

oui

Selon le référentiel FiABLE

Critères



INFORMATIONS

REMARQUES

Pourcentage minimum d'ingrédients équitables

Pour les produits à ingrédient unique :
100%

Pour les produits composés :
Il existe deux cas de figure :

- = **Soit** le produit contient entre 20 et 80% d'ingrédients équitables. Dans ce cas,
 - Il doit être écrit en-dessous du label, le nom des ingrédients équitables (3 maximum).
 - Il y a des restrictions de communication. On peut parler d'ingrédients équitables, mais il n'est pas permis de parler de produits équitables.
- = **Soit** le produit contient au moins 80% d'ingrédients équitables. Dans ce cas,
 - Il n'est pas obligatoire d'écrire en-dessous du label le nom des ingrédients équitables (même si c'est préconisé)
 - On peut parler de produits équitables ou commerce équitable en facing

Tous les ingrédients qui peuvent être équitables doivent-ils être équitables?

oui

il existe une liste reprenant les ingrédients qui doivent être équitables.

Cette liste est la même que celle de Fair for life.

Pour l'alimentaire, elle reprend : les bananes, le cacao, le café, le sucre de canne, les mangues, les ananas et le thé

Traçabilité physique obligatoire ?

oui

Il peut y avoir des dérogations pour des nouvelles filières pour une période limitée.

Calcul du prix juste

Il n'existe pas de liste des prix minimum.

Les prix sont négociés entre le producteur et le premier acheteur sur base des coûts de production et d'une marge raisonnable.

Pour la filière Nord, il faut fournir des indicateurs de discussion annuelle du prix pour prouver que l'on se base sur des éléments objectifs.

Prime de développement obligatoire ?

oui

Pour les filières Sud :
la prime est égale à 5% du prix facturé.

Pour les filières Nord :
la prime est égale à 1% du prix facturé.

La différence entre les deux filières s'explique par le fait que les besoins et les conditions sur place ne sont pas comparables.
Le cadrage politique est donc différent.

Exemples d'utilisation de la prime pour la filière Nord :
Acquisition de compétences, aide à la structuration des producteurs, caisses de péréquation pour, par exemple, indemniser un producteur en cas de contamination d'une culture bio.

Exemples d'utilisation de la prime pour la filière Sud :
Investissement dans des outils de production, accès à l'eau, aux soins, formations, amélioration des conditions d'hygiène,...



	INFORMATIONS	REMARQUES
Types d'organisation de producteurs admis ?	Pour les filières Sud : Identique à Fair For Life Pour les filières Nord : Il faut nécessairement que les producteurs soient regroupés au moins en association. Il faut une convention de partenariat entre le premier acheteur et l'association. Les contrats d'achat du premier acheteur au producteur doivent y faire référence.	
Engagement à long terme des acheteurs ?	 un engagement trisannuel est obligatoire	
Organisme(s) auditeur(s)	Pour les filières Sud : Ecocert Pour les filières Nord : Biopartenaire pour les audits d'habilitation et pour les audits documentaires. Un organisme certificateur tiers pour les audits de contrôle.	
Fréquence des audits	Pour les filières Sud : Audits annuels Pour les filières Nord : Audits annuels sur une logique de cycle de 3 ans	Pour les filières Nord : Année 1 : audit d'habilitation Année 2 : audit de contrôle Année 3 : audit documentaire
Maillons de la chaîne logistique contrôlés ?	La relation « Producteur-1er acheteur » est celle pour laquelle il existe le plus de critères à respecter. Pour les maillons plus en aval, il faut qu'il y ait des relations commerciales d'au moins trois ans entre partenaires et ce, jusqu'au porteur de marque qui va apposer le label sur l'emballage du produit. Comme expliqué, ci-dessus, les produits doivent rester dans le réseau des magasins bios, épiceries fines et boutiques solidaires. Des contrôles portent sur le respect de ce critère.	
Obligation du label bio ?		
Préfinancement obligatoire ?	 pour les filières Nord	Le préfinancement est encouragé si demandé, mais pas obligatoire.

3.2.3. Le commerce équitable Nord/Nord



Prix juste producteur

Présentation

Le label Prix Juste Producteur a été lancé officiellement en janvier 2018, il est la propriété du Collège des Producteurs, organisme jouant le rôle d'interface entre les producteurs, les pouvoirs publics et les acteurs des filières.

Le label est soutenu par la Région wallonne. Il a été mis en place suite aux résultats d'un sondage réalisé en 2016. Les conclusions de ce sondage démontrent une réelle préoccupation du citoyen par rapport à la sous-rémunération des agriculteurs et au déclin du nombre de fermes en Wallonie (passé de 29.083 en 1990 à 12.870 en 2016). Un autre constat révélé par cette étude réside dans le fait que la majorité des citoyens étaient prêts à payer leurs produits 7% plus cher pour rémunérer correctement les producteurs. Par ailleurs, la création d'un label « Prix Juste » était considérée comme une bonne idée par 91% des consommateurs belges francophones.

Les 15 critères principaux ont été définis dans le cadre d'un groupe de travail regroupant de nombreux représentants des différents sous-secteurs agricoles wallons ainsi que des experts du commerce équitable.

Le label attache une importance particulière à la qualité du contrat qui lie le producteur wallon à son premier acheteur. Outre le fait de valoriser les filières équitables, les standards du label constituent un repère et un outil de négociation utile et reconnu pour les producteurs belges dans leurs pourparlers avec les différents acheteurs.

Il est élaboré autour de quatre axes :

- = Le respect des coûts de production
- = L'indépendance des producteurs
- = La transparence et la durée des engagements
- = Les groupes de producteurs

En décembre 2019, 45 produits étaient labellisés « Prix Juste Producteur ». Il s'agit d'un jeune label en pleine phase de développement.

Le Collège des producteurs réalise lui-même une partie des audits. L'autre partie est assurée par différents OCI (Organismes de Contrôle Indépendant). En outre, l'OCI Vinçotte contrôle annuellement l'impartialité de la manière de travailler du Collège des Producteurs.

=

Informations générales



INFORMATIONS

REMARQUES

Coordonnées

Collège des producteurs

Prix Juste Producteur
Avenue Comte de Smet de Nayer 14,
5000 Namur
info@prixjuste.be
+32 (0) 81 24 04 30

Site internet

www.prixjuste.be

Aire géographique des produits et producteurs

Belgique

Catégories de produits

Produits issus de l'agriculture et de l'horticulture

Produits alimentaires + arbustes, fleurs...

Points de vente des produits

Théoriquement, partout

Actif dans le commerce équitable Nord/Sud ?

Indirectement

Les ingrédients du Sud doivent être équitables quand il existe des filières équitables pour ce produit, mais en janvier 2020, le Prix Juste Producteur n'avait pas encore développé officiellement de système de reconnaissance pour les produits du Sud.

Actif dans le commerce équitable Nord/Nord ?

oui

Critères



INFORMATIONS

REMARQUES

Pourcentage minimum d'ingrédients équitables

Pour les produits composés :
80%
Pour les produits à ingrédient unique :
100%

Tous les ingrédients qui peuvent être équitables doivent-ils être équitables?

OUI

Traçabilité physique obligatoire ?

OUI

Calcul du prix juste

Il n'existe pas de liste de prix minimum par catégorie de produits.

Les prix sont fixés entre le groupement de producteurs et le premier acheteur sur base d'une négociation transparente qui tient compte des coûts de production et d'un salaire d'au moins 10 € brut de l'heure.

Prime de développement obligatoire?

NON

Types d'organisation de producteurs admis ?

Pour le B2B :
Les producteurs doivent nécessairement former un groupe de minimum deux acteurs.

Pour le B2C :
Pas d'obligation de se constituer en groupe.

Il existe deux sortes de groupement :

- = Les groupements avec volonté économique qui prévoient l'existence d'une structure commune ayant son entité juridique propre et qui achète les produits aux producteurs
- = Les groupements sans volonté économique qui prévoient uniquement une mutualisation d'outils logistiques et de communication



INFORMATIONS

REMARQUES

Engagement à long terme des acheteurs ?

OUI

relation de 3 ans minimum

Une période initiale de « deux fois un an » avant de s'engager pour trois ans est prévue

Organisme(s) auditeur(s)

SOCOPRO

Service Opérationnel du Collège des Producteurs

Fréquence des audits

Pour les transformateurs : 1 an
Pour les producteurs : 2 ans

Maillons de la chaîne logistique contrôlés ?

Relation Producteur – 1er acheteur

Les maillons en aval sont contrôlés en vue de s'assurer que les intermédiaires ne vendent pas plus de produits labellisés qu'ils n'en achètent.

Obligation du label bio ?

NON

Il n'y a pas de critères liés à l'écologie

Préfinancement obligatoire ?

OUI

si demandé par le producteur

Le producteur peut demander que le contrat stipule une obligation de préfinancement de 50%.



*Biogarantie
Belgium*

Présentation

Le label Biogarantie Belgium a été lancé le 5 juin 2019. Il a été mis en place par trois organismes qui couvrent l'agriculture biologique des trois régions du pays : Bioforum VL, UNAB et Probila-Unitrab. En janvier 2020, une trentaine d'organisations utilisaient le label.

Biogarantie Belgium répond aux mêmes critères que son grand frère le label Biogarantie créé dans les années 80, assez répandu en Belgique et qui, en plus de répondre aux exigences du label bio européen, impose d'autres exigences telles que l'absence de sel nitrité et de gélatine non bio.

La plus-value du label Biogarantie Belgium par rapport au label Biogarantie est que d'une part, plus de 50% de ses ingrédients doivent être produits en Belgique et, d'autre part, que tous les producteurs doivent recevoir une rémunération juste.

Il est à noter que, au 1er janvier 2020, il n'y avait toujours pas de définition précise et chiffrée de la notion de rémunération juste, Biogarantie Belgium encourageant ses distributeurs à proposer un prix juste pour le producteur ainsi qu'un salaire honnête pour toute la chaîne de production des produits biologiques certifiés. Bien qu'il y ait une volonté, dans le futur, de développer un cahier des charges strict et chiffré en termes de prix juste et de rémunération juste, il s'agit actuellement (Janvier 2020) et pour une bonne partie des secteurs d'une approche au cas par cas non formalisée.

Le label est avant tout un label de commerce équitable Nord/Nord. Cela étant, il y a également une sensibilité au commerce équitable Nord/Sud dans la mesure où, comme le stipule le cahier des charges : « Les aliments préparés et transformés qui contiennent plus de 5% de sucre de canne, de cacao, de café, de banane ou de thé, qui proviennent d'un pays où la durabilité sociale n'est pas d'application, ne peuvent porter le label Biogarantie que si l'ingrédient en question est certifié issu du « Commerce Équitable » par un organisme reconnu par l'ASBL Biogarantie. ».

Le label garantit son indépendance en faisant appel à trois organismes de certification indépendants qui assurent les audits.

=

Informations générales



INFORMATIONS

REMARQUES

Coordonnées

Bioforum VL VZW
Regine Beerplein, 1 – bus E305
2018 Antwerpen
+32 3 286 92 78 info@bioforumvl.be

UNAB
Rue Nanon, 98 - 5000 Namur
+32 81 39 06 99
info@unab-bio.be

Probila-Unitrab
Kapellestraat, 40 - 8720 Wakken
+32 492 09 19 32
info@probila-unitrab.be

L'usage de la marque est géré de manière coordonnée par Probila-Unitrab, UNAB et BioForum Flandre qui sont tous les trois propriétaires du label.

Site internet

<https://biogarantie.be/belgium/>

Aire géographique des produits et producteurs

Belgique

Pour plus de 50% des ingrédients

Catégories de produits

Produits alimentaires uniquement

Points de vente des produits

Théoriquement, partout

Actif dans le commerce équitable Nord/Sud ?

Partiellement et indirectement
(Cf. avant-dernier paragraphe du texte de présentation)

Reconnaissance d'une (large) palette de labels auxquels doivent répondre le sucre de canne, le cacao, la banane, le café ou le thé s'ils représentent plus de 5% du poids total.

Actif dans le commerce équitable Nord/Nord ?

oui

Critères



INFORMATIONS

REMARQUES

Pourcentage minimum d'ingrédients équitables

Pour les produits à ingrédient unique :
100%
Pour les produits composés :
Plus de 50%

Tous les ingrédients qui peuvent être équitables doivent-ils être équitables ?

NON

Pour les produits « Nord », c'est la règle des « plus de 50% d'ingrédients minimum » qui est d'application.

Pour les produits « Sud », si un ingrédient constitue au moins 5%, il doit être labellisé. (voir plus haut)

Traçabilité physique obligatoire ?

OUI

Calcul du prix juste

Au 01/01/2020, le cahier de charges ne mentionnait encore rien de précis à ce sujet. Le label, bien que déjà sur le marché, est encore en développement sur ce critère.

Prime de développement obligatoire ?

NON

Types d'organisation de producteurs admis ?

Tous

Engagement à long terme des acheteurs ?

Encouragé

Au moins un entretien par an doit se tenir entre les producteurs et leurs clients en ce qui concerne les volumes, la politique de prix et les conditions de qualité. Cela a pour but d'établir un accord pour une durée d'un an.



INFORMATIONS

REMARQUES

**Organisme(s)
auditeur(s)**

Certisys, TUV Nord, Quality Partner

**Fréquence
des audits**

Annuelle

**Maillons de la chaîne
logistique contrôlés ?**

Seule la relation producteur (ou dernier transforma-
teur) - 1er acheteur est concernée par le critère de
prix juste.

**Obligation du
label bio ?**

OUI

Le cahier des charges va plus loin que le label bio
européen
(voir texte de présentation)

**Préfinancement
obligatoire ?**

NON



3.3. Tableau synthétique

CRITÈRES	PRODUITS DU SUD	PRODUITS DU NORD	PRODUITS ALIMENTAIRES	PRODUITS NON ALIMENTAIRES	POURCENTAGE MINIMUM D'INGRÉDIENTS ÉQUITABLES	TOUS LES INGRÉDIENTS QUI PEUVENT ÊTRE ÉQUITABLES, DOIVENT-ILS ÊTRE ÉQUITABLES ?	TRAÇABILITÉ PHYSIQUE OBLIGATOIRE POUR TOUS LES INGRÉDIENTS ÉQUITABLES ?	PRIME DE DÉVELOPPEMENT OBLIGATOIRE ?	PRODUCTEURS OBLIGATOIREMENT REGROUPÉS EN COOPÉRATIVE OU GROUPEMENT ?	ENGAGEMENT À LONG TERME DES ACHETEURS OBLIGATOIRE ?	OBLIGATION DU LABEL BIO ?	PRÉFINANCEMENT OBLIGATOIRE SI LE PRODUCTEUR EN FAIT LA DEMANDE?
FAIRTRADE	OUI	Non	OUI	OUI	20%	OUI	Non ⁽¹⁾	OUI	Non ⁽⁵⁾	Non	Non	OUI
FAIRTRADE SOURCED INGREDIENT	OUI	Non	OUI	OUI	/ ⁽²⁾	Non	Non ⁽¹⁾	OUI	Non ⁽⁵⁾	Non	Non	OUI
SPP	OUI	Non	OUI	OUI	50%	OUI	OUI	OUI	OUI	OUI	OUI	OUI
WFTO	OUI	OUI	OUI	OUI	50% ⁽³⁾	OUI ⁽³⁾	OUI ⁽³⁾	Non ⁽³⁾	Non ⁽³⁾	OUI ⁽³⁾	Non ⁽³⁾	OUI ⁽³⁾
FAIR FOR LIFE	OUI	OUI	OUI	OUI	20% 80% ⁽⁴⁾	OUI	OUI	OUI	Non ⁽⁵⁾	OUI	Non	OUI
BIOPARTENAIRE	OUI	OUI	OUI	OUI	20% 80% ⁽⁴⁾	OUI	OUI	OUI	OUI	OUI	OUI	OUI ⁽⁶⁾
PRIX JUSTE PRODUCTEUR	Non	OUI	OUI	OUI ⁽⁷⁾	80%	OUI	OUI	Non	OUI	OUI	Non	OUI
BIOGARANTIE BELGIUM	Non	OUI	OUI	Non	>50%	Non	OUI	Non	Non	Non	OUI	Non

OÙ TROUVER LES PRODUITS DE CHAQUE LABEL ?

Cette question est on ne peut plus pertinente, mais il n'est hélas pas possible de donner une liste exhaustive des principaux points de vente de chaque produit labellisé.

L'information est souvent (au moins partiellement) renseignée sur le site internet de chaque label.

Théoriquement, tous les produits labellisés peuvent se retrouver dans tout type de magasins. Il n'y a que le label Biopartenaire qui n'autorise pas que ses produits labellisés se retrouvent autre part que dans des magasins d'alimentation biologique... mais cette règle n'est contrôlée que pour la France.



(1) Pour le thé, les jus de fruits, le cacao et le sucre de canne, le Mass Balance est permis (Cf. page19).

(2) Aucun pourcentage minimum requis

(3) Les audits WFTO se basent sur la philosophie et l'activité générale de l'organisation qui commercialise le produit. Au contraire des autres labels, il n'y a pas d'audits systématiques sur les filières de chaque produit.

(4) De 20% à 79,99% d'ingrédients : il y a une limitation au niveau de la communication, on ne peut pas parler de produit équitable, mais d'ingrédient équitable. À partir de 80%, il n'y a pas de limitation de communication.

(5) Pour les plantations et l'agriculture sous contrat, il y a des critères additionnels.

(6) Pas d'obligation de préfinancement pour les filières Nord.

(7) Les seuls produits non alimentaires qui peuvent être labellisés sont des produits horticoles (fleurs, arbustes...).

Chapitre 4 :

LES PROGRAMMES DE DURABILITE



UTZ et Rainforest Alliance

Les labels UTZ et Rainforest Alliance sont très répandus dans les rayons de supermarchés.

Les deux labels sont dans une phase de fusion entre eux. En décembre 2019, le processus de fusion était encore en cours.

Les informations sur les cahiers des charges sont difficilement disponibles, surtout dans ce contexte.

D'après certains observateurs, ces labels s'inscriraient dans une démarche moins contraignante que les labels ordinaires de commerce équitable

D'après le guide international des labels de commerce équitable 2020, les points faibles de ces labels sont qu'il n'y aurait pas

- = de calcul du prix minimum, ni de compensation équitable de la main d'œuvre
- = de primes de développement,
- = d'engagement à long terme,
- = d'interdiction de substances dangereuses ou d'OGM

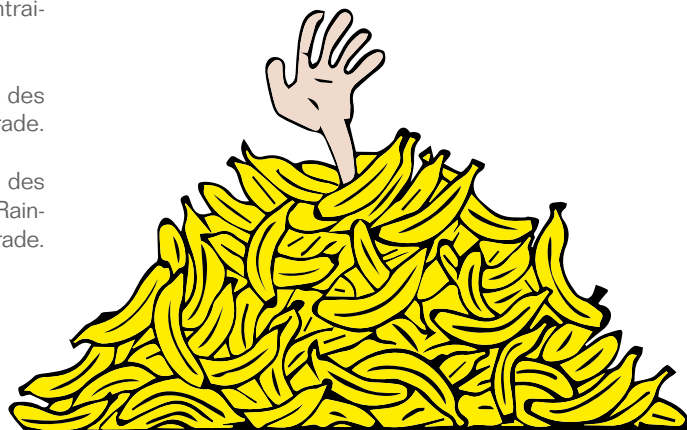
Il semblerait toutefois qu'il y ait

- = une certaine traçabilité (avec parfois l'utilisation du mass balance)
- = le développement des compétences des producteurs
- = une réduction des impacts écologiques
- = une protection de la biodiversité

Sur le marché belge, une anecdote qui tend à montrer l'aspect moins contraignant de ce label mérite d'être soulignée :

En avril 2019, une enseigne de grande distribution annonçait que la totalité des bananes proposées dans ses rayons allaient être labellisées par le label Fairtrade.

Moins de six mois plus tard, l'enseigne a fait marche arrière, suite à la baisse des ventes constatée, et a introduit dans son assortiment des bananes labellisées Rainforest Alliance qui coûtaient 1,05 €/kg contre 1,25 €/kg pour les bananes Fairtrade.



Chapitre 5 :

L'AUTO-LABELLISATION



Beaucoup de multinationales ont créé leur propre label de durabilité.

Prenons l'exemple du marché du cacao, secteur symbolique qui brasse des milliards d'euros chaque année.

On estime qu'en Côte d'Ivoire, un producteur sur trois est un enfant, parmi lesquels, des immigrants coupés de leur famille et gagnant moins d'un euro par jour. Par ailleurs, la culture intensive des cacaoyers qui consiste à utiliser des produits chimiques très agressifs pour la végétation, comme le glyphosate, rendent les terres infertiles, poussant les industriels à pratiquer la déforestation pour pouvoir vendre aux grands groupes. En conséquence, 90% des forêts de Côte d'Ivoire ont été décimées entre 1960 et 2010, mettant en péril l'existence même du cacao !

Conscientes de ce problème, certaines multinationales ont mis en place un plan de durabilité. On peut citer « Cocoa Life » lié à Mondelez (Côte d'Or, Milka) ou encore Cocoa Plan créé par Nestlé.

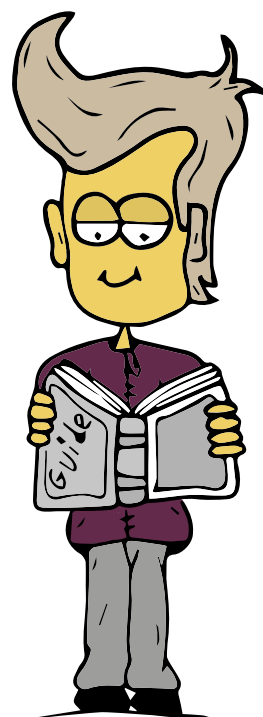
Il est difficile de donner des informations précises sur ces programmes tant il existe une forte opacité sur leurs normes précises et leurs impacts.

Il n'existe en effet pas d'organismes indépendants qui vérifient le respect de critères importants et qui permettraient de donner de la crédibilité et de l'impartialité à ces démarches.

Bien qu'il se pourrait que ces démarches aient un minimum d'impacts sociaux et environnementaux positifs, certains observateurs remettent fortement en question la prise en compte de plusieurs critères fondamentaux du commerce équitable, parmi lesquels un engagement à long terme de l'acheteur ou un prix juste couvrant les coûts de production et permettant aux producteurs de se placer au-dessus du seuil de pauvreté.

Références

- = Les cahiers des charges de chaque label
- = Le Soir – 28/07/19 - « Biogarantie made in belgium un label pour garantir des produits bios belges »
- = « Commerce équitable, pourquoi avons-nous encore besoin des labels » - Compte-rendu des Universités d'été du commerce équitable 2019 de Paris
- = « Le guide international des labels de commerce équitable » - Commerce Équitable France - Novembre 2019
- = « Se repérer dans la jungle des labels. Pour des courses (vraiment) responsables. – Fairlel un monde équitable - 18 octobre 2018
- = Reportage « La face cachée de cacao » - 2019 - Paul Moreira – Premières Lignes
- = La Libre – 28/07/19 - « Un nouveau label belge et bio voit le jour »
- = « Mon mini-guide pour des courses équitables ! » – Fairlel un monde équitable
- = <https://www.semaineducommerceequitable.be/fr/article/les-certifications-du-commerce-%C3%A9quitable>
- = <https://www.commonobjective.co/article/5-Signs-A-Business-Is-Serious-About-Sustainability>
- = https://www.territoires-ce.fr/wp-content/uploads/2014/09/GuideTDCE2018_version_interactive-1-ilovepdf-compressed-1.pdf
- = <http://www.uccle.be/administration/environnement/pics/brochure-labels-ce-definitif.pdf>
- = <https://www.commerceequitable.org/le-commerce-equitable/les-labels/>
- = <https://www.iddri.org/fr/publications-et-evenements/decryptage/pour-un-cacao-sans-deforestation-performance-des-labels-et>
- = https://www.oxfammagasinsdumonde.be/blog/2016/12/12/les-systemes-participatifs-de-garantie-une-alternative-citoyenne-au-label-bio/#.XiM_JMhKhPY
- = <https://utz.org/language-landingpage/french/>
- = https://www.rtb.be/info/economie/detail_bananes-fairtrade-lidl-fait-marche-arriere-et-introduit-des-bananes-certifiees-rainforest-alliance-moins-cheres?id=10319230
- = www.labelinfo.be



Avec le soutien de
la



Wallonie

Qu'est-ce qu'un label de commerce équitable ? À quoi sert-il ?
Quels sont les labels de commerce équitable les plus courants sur le marché belge ?
Pourquoi en existe-t-il autant ? Qu'est-ce qui les différencie ?
Quid des produits non-labellisés présentés comme issus du commerce équitable ?
Un produit équitable est-il forcément bio ?
Comment se fait-il que certains produits équitables n'ont pas 100% d'ingrédients équitables ?

Ce guide se propose de répondre à ces différentes questions
tout en passant à la loupe neuf labels liés au commerce équitable Nord/Sud et/ou Nord/Nord.

Le but de cet ouvrage est de donner au lecteur des outils pour pouvoir orienter
ses achats vers une consommation plus équitable et plus durable.



Belgian **Fair Trade**
Federation