

# GUIDE INTERNATIONAL DES LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE

Toutes les clefs pour comprendre les garanties des labels de commerce équitable et leurs différences avec les labels de développement durable



EDITION 2015



# REMERCIEMENTS

## Les auteurs tiennent à remercier leurs interlocuteurs au sein des organisations suivantes pour avoir mis à leur disposition les informations nécessaires à la réalisation de ce guide :

- **Laurent Lefèbvre** pour Ecocert Environnement
- **Andreas Katz, Arisbe Mendoza, Jesus Aguirre Chavez** et **Miyako Takahashi** pour Fairtrade International
- **Sugumar Raman** pour FLO-Cert
- **Christelle Ayglon** pour Max Havelaar France
- **Julia Edmaier, Florentine Meinshausen, Leena Heinzelmann** pour Institute for Marketecology (IMO)
- **Jerónimo Prujin** et **Alejandra Rangel** pour Símbolo de Pequeños Productores (SPP)
- **Natalia Leal** et **Tamara Cobussen** pour World Fair Trade Organization (WFTO)
- **Adam Kabir Dickinson, Deva Vikranta, Kitty Garden** et **Eduardo Aguilar-Espinoza** pour Forest Garden Products (FGP)
- **Petra Heine, Manfred Fuerst** et **Friedrun Sachs** pour Naturland Fair
- **Jill Southard** et **Mike Vincent** pour Fair Trade USA

## Les auteurs sont reconnaissants envers les experts et chercheurs membres du comité scientifique pour leur contribution à la conception de ce guide :

- **Allison Loconto** de l'Institut National de la Recherche Agronomique (INRA)
- **Sylvaine Lemeilleur** du Centre de coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement (CIRAD)
- **Olivier Renard** de l'Institut de Recherches et d'Applications des Méthodes de Développement (IRAM Développement)

## Un grand merci aux personnes ayant contribué à la traduction de ce guide :

Révérénd Dr **Nicholas Moore**, **Francesca Lynn** de l'IUT Bordeaux Montaigne, **Isabelle Vagneron** du CIRAD

## Les auteurs souhaitent remercier les partenaires institutionnels et financiers de la PFCE, qui ont soutenu ce projet de publication :

- **Ministère des Affaires Étrangères et du Développement International**
- **Ministère de l'Écologie, du Développement Durable et de l'Énergie**
- **Agence Française de Développement**

# LES AUTEURS DU GUIDE



La **Plate-Forme pour le Commerce Équitable (PFCE)** est le principal collectif français de concertation et de représentation des acteurs de commerce équitable en France visant à défendre et promouvoir le secteur. Elle regroupe une trentaine d'organisations d'envergure nationale engagées dans le commerce équitable.

> [www.commerceequitable.org](http://www.commerceequitable.org)



**Fair World Project (FWP)** est un mouvement indépendant de l'Association des Consommateurs de produits Biologiques aux États-Unis, qui vise à protéger l'utilisation du terme « commerce équitable » sur le marché, soutenir l'accroissement des marchés pour le commerce équitable, sensibiliser les consommateurs sur les questions clés du commerce et de l'agriculture, défendre les politiques menant à une économie plus juste et à favoriser les collaborations afin de procéder à un véritable changement du système.

> [www.fairworldproject.org](http://www.fairworldproject.org)



**FairNESS** (NESS signifie *Network of Exchanges on Social Sciences*) est un réseau multidisciplinaire constitué de chercheurs travaillant sur les problématiques du commerce équitable. **FairNESS France** s'est constitué à la suite du 2<sup>ème</sup> FTIS (*Fair Trade International Symposium*) qui s'est tenu à Montréal en 2006. Ce réseau rassemble une trentaine de jeunes chercheurs de France, de Belgique, du Canada et de Suisse.

> [www.fairnessfrancophone.wordpress.com](http://www.fairnessfrancophone.wordpress.com)

**FairNESS United Kingdom** représente le réseau qui réunit les universitaires du Royaume-Uni travaillant sur des sujets liés au commerce équitable et au commerce alternatif. À l'origine, FairNESS UK était une plateforme en ligne destinée à la communication et aux échanges d'informations. Les deux branches de FairNESS ont pour projet de favoriser le partage de connaissances entre praticiens, décideurs politiques et donateurs intéressés par le projet porté par le commerce équitable.

> [www.fairnessuk.ning.com](http://www.fairnessuk.ning.com)

**AUTEURS : Emilie DUROCHAT, Julie STOLL, Samuel FROIS, Sivaranjani SELVARADJ, Kerstin LINDGREN, Dana GEFFNER, Aurélie CARIMENTRAND, Jean-Louis PERNIN, Ivan DUFEU, Eugénie MALANDAIN et Alastair SMITH.**

## Avec le soutien des membres du comité scientifique



**Sylvaine LEMEILLEUR,**  
Chargée de recherche,  
Centre de coopération

**Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement (CIRAD)**

Chercheuse en économie du développement agricole au CIRAD depuis 2008 et membre de l'UMR MOISA. Elle s'intéresse dans ses recherches à l'impact social et économique des normes sur les producteurs des pays en développement. Elle mobilise à la fois des méthodes qualitatives et quantitatives (économétrie), pour une meilleure appréhension de l'impact et sa mesure.



**Allison LOCONTO,**  
Chargée de recherche,  
Institut National de la Recherche  
Agronomique (INRA)

Sociologue, chercheur-acteur depuis 15 ans sur les enjeux de développement durable. Spécialisée dans les impacts des systèmes de certification, elle a étudié les incidences des normes privées de durabilité dans la filière thé en Tanzanie ; le développement des référentiels pour les systèmes de certification au niveau international (Alliance ISEAL) ; leurs impacts sur l'accès des petits producteurs aux marchés ; les systèmes participatifs de garantie et autres innovations institutionnelles (Bénin, Bolivie, Colombie, Namibie, Ouganda, Tanzanie et Trinité-et-Tobago).



**Olivier RENARD,**  
Responsable « Filières et  
territoires », Institut de  
Recherches et d'Applications des  
Méthodes de développement (IRAM Développement)

Agro-économiste, intervient depuis 15 ans en appui au développement des filières : bambou, hévéa, nutrition infantile en Asie ; riz, huile de palme et café en Guinée ; gomme arabique au Tchad et au Soudan ; lait local au Niger. Il a étudié l'impact des produits d'origine en zone ACP, les enjeux liés au développement des normes privées de durabilité, appuyé la reconnaissance d'Indications Géographiques en Asie et en Afrique, ainsi que le développement du commerce équitable et de la bio (Guinée, RDC, Laos, Vietnam).

# PRÉFACE

Ce guide est le fruit d'une collaboration entre quatre organisations engagées dans le commerce équitable : **la Plate-Forme pour le Commerce Équitable, Fair World Project, FairNESS France et FairNESS Royaume Uni.**

Sa publication a été motivée par les **nombreux changements apparus au sein du secteur du commerce équitable** au cours des dernières années.

Le premier d'entre eux est **l'évolution des labels et systèmes de garantie de commerce équitable.** De nouveaux labels ont émergé (le label SPP, exclusivement ouvert aux organisations de producteurs ; le label Fair Trade USA auquel sont éligibles les producteurs individuels sous contrat et les plantations) tandis que d'autres ont renforcé leurs liens (EcoCert Équitable et Fair For Life). Dans le même temps, un pionnier du secteur a élargi les conditions d'utilisation de son label en modifiant une de ses exigences historiques (lancement des Fairtrade Sourcing Programs par Fairtrade International) et un autre a renforcé son système de garantie (WFTO).

**Le cadre réglementaire et législatif a également évolué** et intègre désormais des références explicites aux labels de développement durable et de commerce équitable. C'est notamment le cas des

**directives européennes sur les marchés publics de mars 2014**, qui facilitent l'intégration des critères du commerce équitable dans les marchés publics et autorisent les acheteurs à se référer à des labels privés sérieux comme une preuve de conformité avec les exigences énoncées dans les appels d'offres publics.

A cela s'ajoute une **demande croissante de preuves concrètes des impacts du commerce équitable de la part consommateurs et des professionnels**, qui incite les auteurs de ce guide à renforcer l'expertise sur le secteur et ses impacts de développement au Sud.

Enfin, la **prolifération des labels de développement durable et le manque de clarté** concernant les exigences de ces derniers entraînent des confusions de la part des consommateurs et acheteurs et rendent nécessaire une meilleure lisibilité de leurs engagements.

Les objectifs de ce guide sont les suivants :

- **Fournir un aperçu général du rôle des labels** et des enjeux liés à leur développement.
- **Analyser le contenu des référentiels et des modalités de contrôle** de plusieurs labels et systèmes de garantie se revendiquant ouvertement du commerce équitable pour permettre aux professionnels et aux consommateurs d'évaluer

chaque label et de les comparer entre eux.

- **Mettre en évidence les spécificités des labels de commerce équitable** en comparant leurs exigences à celles des labels de développement durable.
- **Mettre à disposition une revue de littérature non exhaustive des travaux académiques portant sur les impacts** identifiés des labels de commerce équitable et des labels de développement durable.

A vocation technique, ce guide est principalement destiné aux professionnels (acheteurs publics et privés, services de l'État, comités d'entreprise) et aux partenaires institutionnels du secteur (associations de consommateurs, collectivités territoriales et pouvoirs publics). Il a pour objectif de rendre lisibles les différents labels et systèmes de garantie afin de faciliter les pratiques d'achats professionnels équitables par les acheteurs publics ou privés.

Les ONG, les acteurs du développement ainsi que les universitaires trouveront également dans ce guide des informations précises pour clarifier leur compréhension des labels de commerce équitable et faciliter leur travail de renforcement des organisations de producteurs au Sud et de sensibilisation.



# SOMMAIRE

REMERCIEMENTS.....	3
LES AUTEURS DU GUIDE .....	4
PRÉFACE .....	5
INDICATIONS MÉTHODOLOGIQUES.....	7

## CHAPITRE 1

### LES LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE : DES OUTILS INDISPENSABLES POUR DÉVELOPPER LES ACHATS RESPONSABLES

1. À QUOI SERVENT LES LABELS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE ?.....	9
2. QUELS CRITÈRES POUR LE COMMERCE ÉQUITABLE ? .....	12
3. COMMENT GARANTIR LE COMMERCE ÉQUITABLE ? .....	13

## CHAPITRE 2

### LES LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE À LA LOUPE

ECOCERT ÉQUITABLE .....	16
BIO PARTENAIRE .....	26
FAIR FOR LIFE.....	28
FAIRTRADE MAX HAVELAAR .....	38
FAIR TRADE USA .....	48
FOREST GARDEN PRODUCTS.....	56
NATURLAND FAIR.....	64
SYMBOLE PRODUCTEURS PAYSANS.....	72
WFTO .....	82
CONCLUSION .....	90

## CHAPITRE 3

### CES LABELS QU'IL NE FAUT PAS CONFONDRE AVEC LES LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE

INTRODUCTION .....	95
4C ASSOCIATION .....	96
BONSUCRO.....	98
PROTERRA FOUNDATION.....	100
RAINFOREST ALLIANCE.....	102
UTZ CERTIFIED .....	104
ANALYSE DES LABELS DE DEVELOPPEMENT DURABLE.....	106
CONCLUSION .....	113

## CHAPITRE 4

### LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE ET DE DÉVELOPPEMENT DURABLE : QUE SAVONS-NOUS DE LEURS IMPACTS ?

1. LES IMPACTS DES LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE .....	115
2. LES IMPACTS DES LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE : QUESTIONS EN SUSPENS .....	119
3. QUID DE L'IMPACT DES AUTRES LABELS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE ? COMPARAISON AVEC LE COMMERCE ÉQUITABLE.....	120

GLOSSAIRE .....	122
ANNEXE.....	125

# INDICATIONS MÉTHODOLOGIQUES

## DÉFINITIONS DU COMMERCE ÉQUITABLE

Le commerce équitable est une **approche globale, alliant des engagements économiques, sociaux, environnementaux et de renforcement des capacités des producteurs et portant des dimensions d'éducation et de plaidoyer**<sup>\*1</sup> pour la mise en œuvre d'échanges commerciaux porteurs de développement. Selon le consensus FINE<sup>2</sup>, approuvé par les principaux réseaux internationaux d'acteurs du commerce équitable :

« *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. Les organisations du commerce équitable (soutenues par les consommateurs) s'engagent activement à soutenir les producteurs dans les règles et pratiques du commerce international conventionnel.* » (FINE)

## QU'EST-CE QU'UN LABEL OU SYSTÈME DE GARANTIE DE COMMERCE ÉQUITABLE ?

Un **label\*** est une marque spéciale, créée par un **syndicat professionnel ou un organisme parapublic**, et dont le logo est apposé sur un produit destiné à la vente, pour en **certifier l'origine, la qualité et les conditions de fabrication** en conformité avec des critères préétablis

dans un cahier des charges\*. L'emploi du terme « label » pour une marque privée collective est donc autorisé.

Deux exigences doivent alors être respectées :

- Les caractéristiques sont déterminées collectivement par une structure de type professionnelle (cahiers des charges).
- Le contrôle de ces caractéristiques est exercé par un organisme certificateur.

Les labels ont un champ d'intervention très large : ils peuvent s'intéresser aux caractéristiques des produits et services, mais également au fonctionnement des organismes (entreprises, associations, administrations) qui les produisent. En somme un label n'est pas réellement une garantie de qualité, mais seulement la **garantie que le produit possède certaines caractéristiques relatives à sa production ou à sa composition.**

Dans le domaine du commerce équitable, **il n'existe pas de label public de commerce équitable** (cas de figure où le cahier des charges appartient aux pouvoirs publics et est contrôlé par des organismes certificateurs accrédités par ces derniers) mais plusieurs labels privés dont ce guide compare les caractéristiques.

## INDICATIONS MÉTHODOLOGIQUES

### a) Analyse des référentiels

Le contenu des différents référentiels est évalué selon une **grille d'analyse** qui reprend les critères définis dans la Charte des principes du commerce équitable\*. Cette

charte est le résultat d'un consensus entre les principales organisations internationales de commerce équitable : Fairtrade International et World Fair Trade Organization. Les travaux élaborés en 2012 par les pouvoirs publics français et les principaux acteurs de commerce équitable dans le cadre de la Commission Nationale du Commerce Équitable\* sont également utilisés comme document de référence.

La grille d'analyse élaborée pour ce chapitre, incorpore **les cinq dimensions du commerce équitable** (les dimensions économique, sociale, environnementale ainsi que les critères de renforcement des organisations de producteurs et de sensibilisation) déclinées comme suit :

- **Critères économiques** : prix équitable\*, prime pour projets collectifs\*, préfinancement\* et traçabilité\*.
- **Critères sociaux** : respect de 11 conventions de l'Organisation Internationale du Travail<sup>\*3</sup>, bénéfices sociaux complémentaires, traitement égalitaire de tous les travailleurs.
- **Critères liés à la gouvernance des organisations de producteurs et à l'autonomie des producteurs** : priorité aux petits producteurs, appui technique et renforcement des capacités\* commerciales des producteurs, gestion démocratique de l'organisation de producteurs, usage transparent et démocratique de la prime pour projets collectifs.
- **Critères environnementaux** : Réduction des impacts environnementaux des activités relatives au commerce équitable, protection de la biodiversité, interdiction des OGM\*.



1. Les termes suivis d'une astérisque sont définis dans le glossaire situé à la fin du guide

2. EFTA, WFTO et Fairtrade International

3. n°001 ; n°29 ; n°105 ; n°87 ; n°98 ; n°100 ; n°111 ; n°131 ; n°138 ; n°182 ; n°155 (voir glossaire)

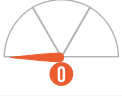
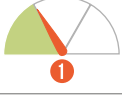
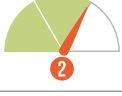

- **Critère de sensibilisation et d'éducation** : activités de sensibilisation et d'éducation des consommateurs et citoyens par le porteur du label.

**La présence de chacun de ces critères dans les référentiels des labels de commerce équitable est vérifiée et signifiée comme suit :**

	<i>Ce critère est absent du référentiel.</i>
	<i>Ce critère est inscrit dans le référentiel.</i>
<b>N/A</b>	<i>Ce critère n'est pas applicable.</i>

### b) Analyse des grilles de contrôle

Les grilles de contrôle sont les documents utilisés et complétés par les auditeurs au moment des audits sur site. Ces documents se composent d'indicateurs qui ont pour objectif de mesurer la conformité des pratiques des organisations contrôlées (organisation de producteurs, acheteurs, etc.) avec les critères inscrits dans les référentiels.





	<i>Aucun indicateur ni aucune instruction des grilles de contrôle ne permet de contrôler le respect de ce critère.</i>
	<i>Le respect de ce critère est contrôlé de manière insatisfaisante.</i>
	<i>Le respect de ce critère est partiellement contrôlé.</i>
	<i>Le respect de ce critère est correctement contrôlé.</i>

### c) Analyse de la pertinence

La pertinence reflète l'avis des auteurs de ce guide en

**qualifiant la cohérence globale** (critères formulés dans les référentiels et qualité du contrôle) du label au regard des principes fondamentaux du commerce équitable.

Pour chacun des critères, une notation indique si les exigences du label sont jugées :

	<i>Insuffisantes.</i>
	<i>Pertinentes sur certains points mais insuffisantes dans leur ensemble.</i>
	<i>Pertinentes dans leur ensemble mais pourraient être renforcées.</i>
	<i>Pertinentes et précises.</i>

Des commentaires explicitent et précisent systématiquement l'avis des auteurs de ce guide.

### d) Analyse des modalités de contrôle

Chaque fiche contient une section dédiée aux modalités de contrôle et aux procédures de suivi inscrites dans les cahiers des charges des labels. Elle répond aux questions suivantes :

- Qui sont les auditeurs engagés pour effectuer les contrôles sur le terrain ?
- Comment sont menés les audits ?
- Quand s'effectue le contrôle des organisations certifiées ? Selon quelle fréquence ?
- Combien coûte la certification ?

## CHAPITRE 1. Les labels de commerce équitable : des outils indispensables pour développer les achats responsables

Ce chapitre est consacré à une revue non exhaustive de la littérature académique et indépendante questionnant le rôle des labels et les enjeux liés à leur développement.

## CHAPITRE 2. Les labels de commerce équitable à la loupe

Huit labels et systèmes de garantie se revendiquant du commerce équitable et présents sur les marchés européen et nord-américain sont analysés dans ce guide : Ecocert Équitable, Fair For Life, Fairtrade Max Havelaar, Fair Trade USA, Forest Garden Products, Naturland Fair, Symbole des Producteurs Paysans (SPP), World Fair Trade Organization (WFTO).

**Le choix de ces labels ne constitue ni une validation ni une reconnaissance de leur caractère équitable de la part des auteurs de ce guide.**

## CHAPITRE 3. Ces labels qu'il ne faut pas confondre avec les labels de commerce équitable

Ce chapitre est consacré à une comparaison des exigences du commerce équitable avec celles de certains labels de développement durable. Ces derniers font parfois l'objet de confusions avec les labels de commerce équitable, dans la mesure où ils interviennent fréquemment sur les mêmes filières qu'eux (café, sucre, cacao, thé) et développent parfois des stratégies de commercialisation associant intentionnellement leurs produits à ceux du commerce équitable. Cinq labels de développement durable sont analysés dans le cadre de ce chapitre : 4C Association, Bonsucro, ProTerra Foundation, Rainforest Alliance, UTZ Certified.

## CHAPITRE 4. Labels de commerce équitable et de développement durable : que savons-nous de leurs impacts ?

Au cours de ce chapitre est abordée la question des impacts concrets des labels de commerce équitable et des labels de développement durable à travers une revue bibliographique non exhaustive des principaux travaux académiques indépendants menés sur le sujet.

# LES LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE : DES OUTILS INDISPENSABLES POUR DÉVELOPPER LES ACHATS RESPONSABLES

*Aurélie Carimentrand, Ivan Dufeu, Jean-Louis Pernin et Eugénie Malandain (FairNESS France)*

Les labels mettent en valeur, au moyen d'un symbole sur les emballages, les **qualités<sup>1</sup> spécifiques** d'un produit. Ils permettent ainsi aux acheteurs (consommateurs individuels, intermédiaires, acheteurs publics, etc.) de mettre en adéquation leur demande avec l'offre disponible sur le marché. Depuis une vingtaine d'années, la création de labels de développement durable, et notamment de labels de commerce équitable, a permis de faire croître les pratiques de **consommation responsable**. Outils du « **buycott<sup>2</sup>** » des consommateurs, ils leur permettent de reconnaître et d'acheter les produits qui correspondent à leurs valeurs.

La publication de ce guide des labels de commerce équitable s'inscrit dans un **contexte de confusion avec d'autres démarches** de développement durable (Rainforest Alliance, UTZ Certified, etc.) et de doutes de la part de certains consommateurs quant à la fiabilité des différentes démarches du commerce équitable et à leurs impacts concrets. La complexité est en effet de mise et différents

labels, correspondants à différentes visions du commerce équitable, et plus largement du développement durable, coexistent. Dans bien des cas, les approximations et les amalgames nuisent à la bonne compréhension des pratiques et effets des différents labels.

Nous proposons dans ce chapitre introductif de revenir sur les différents enjeux liés à ces labels de développement durable, en mettant l'accent sur les labels de commerce équitable. Ce chapitre a pour objectif de permettre aux acheteurs de mieux saisir le rôle joué par ces labels et leurs limites.

Dans une première partie, nous montrons les **différentes fonctions des labels de développement durable, à savoir signaler, définir et garantir la qualité des produits**. Dans une deuxième puis une troisième partie, nous présentons les principales **questions méthodologiques que posent l'élaboration des cahiers des charges** relatifs au commerce équitable et la mise en place de systèmes de contrôle adéquats.

## 1. A QUOI SERVENT LES LABELS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE ?

Nous entendons par label un **symbole associé à un produit ou à une organisation sur la base du respect d'un cahier des charges établi collectivement**. Les labels de durabilité, dont ceux du commerce équitable, constituent des labels associés au respect de cahiers des charges portant sur les modalités de production et d'échanges au sein de la filière. Ces labels ont une **triple fonction** : ils **signalent, définissent et garantissent** des produits en termes de durabilité. En tant que signal, l'existence de labels permet aux consommateurs de s'engager dans des pratiques de consommation responsable. En tant que définition, les labels rendent concrète la qualité à travers l'élaboration de cahiers des charges. En tant que garantie, ils apportent aux consommateurs la preuve de la conformité entre les pratiques mises en œuvre et les engagements mentionnés dans le cahier des charges.

1. Pour l'AFNOR, la qualité c'est « l'ensemble des propriétés et caractéristiques, mesurables ou non, d'un produit ou d'un service, qui lui confère l'aptitude à satisfaire les besoins exprimés ou implicites de son utilisateur ». Pour les produits alimentaires on peut distinguer les qualités intrinsèques des produits (caractéristiques relatives à la sécurité, à la santé, à la saveur et aux services) de leurs qualités symboliques, c'est-à-dire culturelles mais aussi éthiques, qu'elles soient d'ordre social ou environnemental.

2. Le « buycott » est un néologisme (par opposition au « boycott ») forgé par Michèle Micheletti pour désigner une forme positive de consumérisme politique caractérisée par l'achat de produits correspondant aux valeurs portées par les consommateurs.



## « CES LABELS ONT UNE TRIPLE FONCTION : ILS SIGNALENT, DÉFINISSENT ET GARANTISSENT »

### › Signaler la qualité

Divers travaux de recherche<sup>3</sup> montrent que les **labels pallient l'invisibilité des caractéristiques** relevant des modes de production et d'échange des produits. Ce faisant, ils permettent le développement du marché de la consommation responsable, c'est-à-dire « de l'ensemble des actes volontaires, situés dans la sphère de la consommation, réalisés suite à la prise de conscience de conséquences jugées négatives de la consommation sur le monde extérieur à soi, ces conséquences ne relevant donc ni de la fonctionnalité des achats ni de l'intérêt personnel immédiat » (Özçaglar-Toulouse<sup>4</sup>, 2005).

Les produits du commerce équitable se distinguent justement par leurs caractéristiques spécifiques quant aux modes de production et d'échange. Les consommateurs responsables sont généralement dans l'impossibilité de déterminer précisément les caractéristiques qui permettent d'atteindre les objectifs consensuels du commerce équitable, et de vérifier leur respect. La qualité « issue du commerce équitable » représente en cela un **« attribut de croyance »<sup>5</sup>, par opposition aux attributs de recherche** (la couleur d'un T-shirt par exemple) **et aux attributs d'expérience** (le goût d'une pomme par exemple) qui sont facilement mesurables par les acheteurs. Plusieurs options

s'offrent aux consommateurs à la recherche de biens issus du commerce équitable : se rendre dans une boutique appartenant aux réseaux spécialisés de commerce équitable (filiales intégrées) ou bien faire confiance à un label pour lui signaler les produits de cette qualité dans les lieux de consommation conventionnels.

La création du premier label de commerce équitable Max Havelaar aux Pays-Bas en 1988 a ainsi permis un développement rapide des ventes à travers la distribution de produits équitables labellisés dans des magasins non spécialisés et notamment les grandes et moyennes surfaces de distribution (GMS), les catalogues de vente pour les marchés publics ou encore sur internet. D'autres labels de commerce équitable (Ecocert Équitable, Fair for Life, etc.) et de développement durable (Rainforest Alliance, UTZ Certified, ...) apparus ultérieurement, ont permis d'élargir l'offre de produits durables. L'utilisation de ces labels par les différents acteurs représente un service soumis à des **redevances** (droits de licence) généralement proportionnelles au montant des ventes, qui servent à financer l'organisation gestionnaire du label ainsi que la promotion de ce dernier. Au-delà des labels portant sur un produit, il existe également des labels qui distinguent des organisations de commerce équitable, comme celui de la World Fair Trade Organisation (WFTO) présenté dans ce guide. Les consommateurs ont désormais

3. Par exemple Jahn G., Schramm M., Spiller A.: 2005, « The Reliability of Certification: Quality Labels as a Consumer Policy Tool », *Journal of Consumer Policy* 28:53-73.

4. Özçaglar-Toulouse N. (2005), *Apport du concept d'identité à la compréhension du comportement du consommateur responsable : une application à la consommation des produits issus du commerce équitable*, Thèse pour le doctorat en sciences de gestion, Université de Lille 2.

5. Balineau G., Dufeu I. (2010), « Are Fair Trade Goods Credence Goods? A New Proposal, with French Illustrations », *Journal of Business Ethics*, 92, 331-345.

le choix entre des produits issus de différentes visions et pratiques associées au développement durable. La **multiplication des labels** pose toutefois des **problèmes de lisibilité** voire de fatigue des consommateurs vis-à-vis de ces derniers<sup>6</sup>.

Les labels de développement durable proposent différentes interprétations du développement durable et du commerce équitable à travers l'élaboration de cahiers des charges.

### > Définir la qualité

Les principales fédérations internationales du commerce équitable se sont entendues sur une **définition commune des objectifs du commerce équitable**. C'est le consensus de FINE<sup>(voir note page 6)</sup>. Toutefois, cette définition ne précise pas la façon de les atteindre, c'est-à-dire les propriétés et caractéristiques qui confèrent aux produits, aux processus ou aux services, l'aptitude à satisfaire ces objectifs (de « plus grande équité dans le commerce mondial », de « développement durable », etc.)<sup>8</sup>. C'est pourquoi les différentes organisations du commerce équitable ont mis au point diverses normes de production et d'échange que les acteurs doivent respecter pour produire cette « qualité équitable ». **Ce sont les cahiers des charges, ou référentiels, à la base de tout label**. Le cahier

des charges traduit la motivation de départ en un certain nombre de caractéristiques qui se prêtent à la **définition d'indicateurs et de seuils**. Il rend opérationnelle la définition, à travers une sélection de critères précisant les engagements concrets des différents acteurs des filières puis d'instruments de mesure associés. Ces cahiers des charges, ou standards de commerce équitable, sont élaborés par des instances ad-hoc, généralement en conformité avec le code des bonnes pratiques pour la mise en place des exigences sociales et environnementales de l'Alliance ISEAL<sup>9</sup>. Ce code précise que les référentiels doivent résulter d'un **processus transparent et participatif**.

La pluralité de visions concernant les principes de fonctionnement à privilégier pour servir les objectifs du commerce équitable, et du développement durable en général, se reflète dans la coexistence de différents labels. Libre à l'acheteur de choisir celui qui correspond le mieux à sa propre conception du commerce équitable. Il est souvent en situation d'incertitude quant à ce choix, et le présent guide doit constituer un outil pour réduire cette incertitude.

### > Garantir la qualité

Les labels de développement durable se doivent d'être crédibles afin d'assurer leur pérennité sur

les marchés. Le mécanisme le plus utilisé pour garantir le respect des cahiers des charges repose sur l'établissement d'un système de contrôle. Lorsque c'est un tiers qui contrôle la conformité des pratiques au référentiel, on parle de « **certification par une tierce partie\*** ». Il s'agit d'une personne physique ou morale, extérieure à la relation duale entre l'acheteur et le vendeur, qui est en charge de la procédure de vérification. La certification par tierce partie paraît la plus à même d'assurer une **garantie crédible pour les acheteurs**. Il existe cependant **d'autres formes de certification** : **par première partie** (auto-déclaration), généralement assimilée à la communication ; **par seconde partie**, lorsque c'est le client qui évalue son fournisseur ; par des pairs et d'autres parties prenantes, comme dans le cas des systèmes de garantie participatifs qui intègrent des représentants de la sphère sociale, associative et citoyenne (à l'instar des systèmes associatifs de l'agriculture biologique pionniers comme Nature et Progrès). Il est possible de combiner plusieurs de ces formes de contrôle, comme c'est le cas dans le système de garantie des organisations de commerce équitable de la WFTO. La grande majorité des labels, dont ceux du commerce équitable, ont choisi de faire contrôler leurs cahiers des charges par tierce partie par le recours à des organismes de certification. Afin de s'assurer de la conformité des pratiques des

6. Dufeu I., Ferrandi, J.M., Legall-Ely, M., Gabriel P. (2014), *Socio-environmental multi-labelling and consumer willingness to pay*, *Recherches et Applications en Marketing (English version)*, 29(3), 35–56.

7. Voir la préface de ce guide (page 5).

8. Le CE fait en effet « l'objet d'un consensus tant qu'il est énoncé comme un objectif unitaire mais suggère des controverses dès que sont envisagées les modalités pratiques de sa réalisation » selon R. Le Velly (2009) « Quel commerce équitable pour quel développement durable ? », *Innovations*, 30, 99-113.

9. Alliance internationale pour l'accréditation et la labellisation sociale et environnementale.



## « QUI PEUT BÉNÉFICIER DE CETTE RELATION PRIVILÉGIÉE QUE PRÔNE LE COMMERCE ÉQUITABLE ? »

acteurs, les organismes de certification accrédités envoient des inspecteurs auprès des producteurs et des acheteurs. Ce service représente un coût financier variable selon les labels. Les rapports des inspecteurs sont transmis aux instances décisionnaires, généralement des comités de certification, dont la représentativité varie là encore en fonction des labels concernés. Ces instances décident de l'octroi des certificats sur la base des informations qui leur sont soumises. Les auditeurs vérifient également que, tout le long de la chaîne de production, ce sont bien des produits certifiés qui sont présents (**traçabilité physique**). Ceci implique une vérification auprès des exportateurs, des importateurs et des transformateurs comprenant généralement un audit programmé et un second inopiné (ou audit surprise).

### 2. QUELS CRITÈRES POUR LE COMMERCE ÉQUITABLE ?

Revenons à présent sur la question de l'élaboration des cahiers des charges des différents labels afin d'en saisir les enjeux. Le processus est d'autant plus délicat que l'activité de production et la chaîne de valeur sont complexes dans leur organisation et étendue géographiquement, ce qui est généralement le cas dans les filières du commerce équitable. Les questions débattues au sein du mouvement du commerce équitable portent sur la

difficile détermination des critères économiques, sociaux, environnementaux et de gouvernance associés au commerce équitable. Elles concernent notamment le **périmètre géographique et social de l'équitable**. Qui peut bénéficier de cette relation privilégiée que prône le commerce équitable ? Tous les producteurs ? Uniquement ceux des pays dits « en développement » ? Uniquement les « petits producteurs » ? Uniquement les producteurs « organisés en coopératives et associations » ? Les débats portent également sur les règles concernant l'usage des labels : à partir de quel pourcentage d'ingrédients équitables un produit peut-il prétendre à arborer un label ?

#### › Quel périmètre géographique pour le commerce équitable ?

Ce guide met en évidence différents champs géographiques d'application des labels : le label s'adresse-t-il seulement aux producteurs des pays dits « du Sud » ou aussi à ceux des pays dits « du Nord » ? Historiquement, le commerce équitable a été créé pour les producteurs des pays en voie de développement mais **depuis quelques années de plus en plus de labels** (Fair For Life, Ecocert Équitable, Naturland, etc.) **s'adressent également à des producteurs situés dans les pays du Nord**, arguant de l'universalité du concept et des pratiques de commerce équitable. Cette évolution

## « DEPUIS PLUSIEURS ANNÉES, LA PLUPART DES LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE SE SONT OUVERTS À D'AUTRES TYPES D'ORGANISATION DE LA PRODUCTION »

est en lien avec le développement du concept de **commerce équitable local** dans les pays du Nord mais également sur les marchés des pays du Sud.

### › Quel périmètre social pour le commerce équitable ?

Historiquement, le commerce équitable s'est adressé à des producteurs et à des artisans organisés collectivement en **organisations de producteurs** (OP). **Depuis plusieurs années**, la plupart des labels de commerce équitable se sont **ouverts à d'autres types d'organisation de la production : main d'œuvre salariée dans les plantations et producteurs individuels sous contrat**<sup>10</sup>. Cet élargissement à des acteurs autres que des organisations de petits producteurs a été l'objet de nombreux débats entre les acteurs concernés<sup>11</sup>. Le mouvement de certification au Sud, illustré par la **création du label SPP** (Symbole Producteurs Paysans) apparaît ainsi comme une réaction à l'évolution des pratiques au sein de Fairtrade International. La spécificité du label SPP est qu'il s'applique uniquement aux petits producteurs organisés collectivement. Sa définition du « petit producteur », source de nombreux débats, est en sus plus restrictive que celle des autres labels de commerce équitable<sup>12</sup>. A l'autre extrême, on trouve le programme « Fairtrade for all » de Fair Trade USA, qui a quitté la Fairtrade International en 2012 et

applique à présent son propre cahier des charges. Ce nouveau label certifie désormais des plantations de café alors que le secteur du café équitable avait été, jusqu'à présent, essentiellement constitué d'exploitations familiales. Ces tensions posent la **question de la légitimité et de la représentativité des différentes parties prenantes**, notamment celles des producteurs et de leurs organisations, **au sein des organes de décision** qui entérinent le contenu des cahiers des charges des labels et leurs actualisations.

### 3. COMMENT GARANTIR LE COMMERCE ÉQUITABLE ?

Une fois les cahiers des charges définis, la deuxième étape consiste à mettre en place un système de vérification de la conformité des pratiques aux principes établis dans le référentiel. Ce système repose généralement sur le recours aux services des professionnels de la garantie que sont les organismes de certification.

#### › Les organismes certificateurs du commerce équitable

Dans le secteur du commerce équitable, l'organisme de certification **FLO-Cert** a été créée en 2003 afin d'assurer de manière indépendante le contrôle des cahiers de charges de Fairtrade

10. Cf « agriculture sous contrat (glossaire page 122) »

11. Carimentrand A., Ballet J., Renard M.-C. (2011), « Gouvernance, signes de qualité et équité dans les filières du commerce équitable », *Revue canadienne d'études du développement*, 32(3).

12. Renard M. C., Loconto. A. (2013), «Competing logics in the further standardization of fair trade: ISEAL and the Símbolo de Pequeños Productores.» *International Journal of Sociology of Agriculture and Food* 20.1, 51-68.

International (ex-Fairtrade Labelling Organizations), jusqu'alors assurée par l'organisation elle-même. FLO-Cert a reçu officiellement **l'agrément ISO65** en 2008 et a ainsi été reconnu comme un organisme certificateur indépendant et impartial pour ce qui relève de la certification des produits labellisés Fairtrade International. Pour la certification des labels alternatifs à celui de Fairtrade International, ce sont généralement des **organismes accrédités** pour la certification de l'agriculture biologique qui proposent leurs services (par exemple SCS Global Services aux Etats-Unis). Ce guide des labels révèle qu'**un nombre croissant d'organismes de certification spécialisés dans le label « agriculture biologique » ont également développé leur propre label de commerce équitable** (par exemple, Ecocert avec le label Ecocert Équitable), confirmant ainsi la **convergence** entre ces deux initiatives.

## › La professionnalisation de la certification en question

La prise en main du contrôle des référentiels équitables par des entités professionnelles peut toutefois produire un déplacement, à travers une logique de compétences, des promoteurs originels de ces cahiers des charges vers ces entités. La

certification ne ferait que **transférer du pouvoir des opérationnels vers les auditeurs** sans assurer plus de transparence pour les acheteurs. Dans ce contexte, consommateurs et producteurs deviennent souvent passifs par rapport au système de labellisation, réduits à des agents économiques faisant face à un choix binaire (j'achète ou pas, je vends ou pas). Ce type d'effet constitue un argument important pour les promoteurs des **systèmes de garantie participatifs**, dans une perspective de réappropriation citoyenne des labels de développement durable<sup>13</sup>. Le coût financier et la complexité de la certification par tierce partie posent également question<sup>14</sup>. Comment permettre à des producteurs marginalisés de bénéficier des conditions du commerce équitable sans que les barrières financières et techniques à l'entrée ne soient trop importantes ?

13. Van der Akker J. 2009, *Convergence entre les Systèmes Participatifs de Garantie et les Systèmes de Contrôle Interne dans un projet pilote européen d'IFOAM. Innovations Agronomiques*, 4 : 441-446.

14. Lemeilleur S. 2012, *To what extent small farmers are affected by their lack of GlobalGAP certification? Evidence from mango export sector in Peru*, International Association of Agricultural Economists (IAAE) Triennial Conference, Foz do Iguaçu, Brazil, 18-24 August.

15. Pernin J.-L., Carimentrand A. (2012), « *Quels critères environnementaux pour le commerce équitable ?* », *Mondes en développement*, 160, 45-58.

## CONCLUSION

Les labels et leurs systèmes de garantie sont indispensables au choix de l'acheteur lorsqu'il n'a ni le temps ni les moyens de s'assurer par lui-même que les promesses faites sont bien respectées. Ces systèmes sont conçus pour tenter de le rassurer sur ce point. Des décalages peuvent toutefois s'opérer entre les croyances projetées par les acheteurs et le contenu réel des cahiers des charges<sup>15</sup>. Par ailleurs, même s'il en connaît les principes, l'acheteur n'est pas toujours à même de se faire un avis sur la capacité de tel ou tel cahier des charges à atteindre les objectifs du commerce équitable. Afin d'améliorer le processus d'apprentissage et d'évaluation des différentes démarches de commerce équitable, il est donc essentiel que les acheteurs s'intéressent au contenu réel des labels. Ils ont la possibilité de se renseigner et de se positionner sur ce contenu. C'est, selon nous, tout l'enjeu de ce guide des labels que de faciliter ce type de démarche, qui révèle tout le potentiel du commerce équitable en tant qu'outil d'éducation à la consommation responsable. C'est en quelque sorte un outil au service des consommateurs.





➤ ECOCERT ÉQUITABLE



➤ BIO ÉQUITABLE & BIO SOLIDAIRE



➤ FAIRTRADE MAX HAVELAAR



➤ FAIR FOR LIFE



➤ FOREST GARDEN PRODUCTS



➤ FAIR TRADE USA



➤ SYMBOLE PRODUCTEURS PAYSANS



➤ NATURLAND FAIR



➤ WFTO



### › PRINCIPALES INFORMATIONS SUR LE LABEL ECOCERT ÉQUITABLE



#### › CONTACT

Ecocert- L'Isle Jourdain, France BP47 F-32600

[www.ecocert.com](http://www.ecocert.com)

Email : fairtrade@ecocert.com

#### › PROPRIÉTAIRE DU RÉFÉRENTIEL

Les référentiels sont la propriété d'Ecocert SA (Société Anonyme).

#### › ORGANISME DE CERTIFICATION

Ecocert Environnement

#### › HISTORIQUE DU LABEL

Créé en France en 1991, Ecocert est un organisme de contrôle et de certification qui s'est spécialisé dans la certification des produits issus de l'agriculture biologique. Ecocert tente de répondre aux défis environnementaux à travers la promotion de l'agriculture biologique au niveau mondial et l'élaboration de plusieurs référentiels et systèmes de garantie. Possédant 23 bureaux et filiales, Ecocert opère actuellement dans 90 pays à travers le monde.

La première version du référentiel ESR (Équitable, Solidaire et Responsable) a été établie en 2007. Il combine l'approche de l'agriculture biologique à celle du commerce équitable et de la responsabilité sociétale des entreprises. Le référentiel ESR ne couvrait à l'origine que le commerce équitable Nord/Sud. En 2013, il a été modifié et élargi au commerce équitable Nord/Nord.

Depuis 2011 Ecocert Environnement (anciennement Ecopass) est en charge de la gestion du référentiel. Cette filiale d'Ecocert délivre trois labels sur la base du référentiel ESR : « Contrôlé Responsable par Ecocert » (Responsabilité sociétale des entreprises), « Contrôlé Équitable par Ecocert » (Responsabilité sociétale des entreprises et commerce équitable Nord/Sud) et « Contrôlé Solidaire par Ecocert » (Responsabilité sociétale des entreprises et commerce équitable en France) .

#### Ecocert et Bio Partenaire

Ecocert collabore depuis plusieurs années avec l'association Bio Partenaire, qui rassemble une trentaine de petites et moyennes entreprises opérant dans les secteurs du commerce équitable et de l'agriculture biologique. Entre 2003 et 2009, Ecocert a été l'organisme de certification en charge du contrôle du système de garantie développé par Bio Partenaire. En 2009, le référentiel de Bio Partenaire dédié au commerce équitable (labels « Bio Équitable » et « Bio Solidaire ») et le référentiel ESR ont fusionné. Les membres de Bio Partenaire sont désormais certifiés selon les exigences du référentiel ESR.

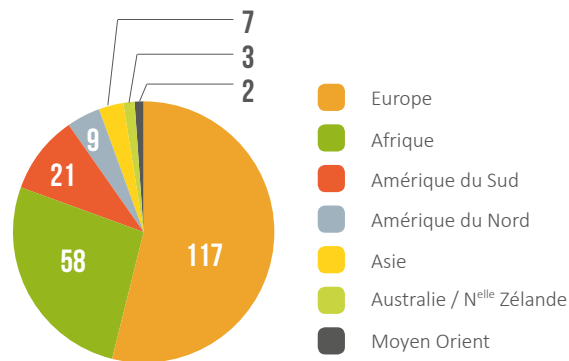
#### Ecocert et IMO

L'organisme de certification\* IMOgroup AG, et ses filiales en Allemagne, Suisse, Turquie, Chili et Ouganda, accrédités pour le contrôle des cahiers des charges l'agriculture biologique, des textiles biologiques et de l'aquaculture, ont récemment rejoint le groupe Ecocert.

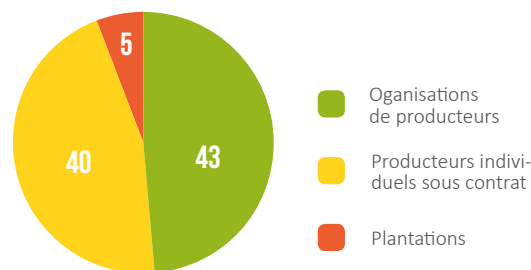
IMOGroup AG est le propriétaire des référentiels du label de commerce équitable Fair for Life.

**BIO PARTENAIRE**  
L'ASSOCIATION DES MARQUES BIO ÉQUITABLE ET BIO SOLIDAIRE

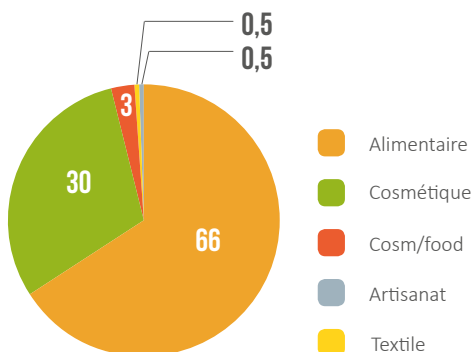
DISTRIBUTION GÉOGRAPHIQUE  
DES ORGANISATIONS CERTIFIÉES (EN %)



TYPLOGIE DES ORGANISATIONS CERTIFIÉES (EN%)



RÉPARTITION DES VENTES PAR SECTEUR (EN %)



## > GOUVERNANCE

Le comité des référentiels est chargé d'élaborer et de modifier le référentiel ESR. Ses membres doivent être représentatifs des différentes parties prenantes du secteur du commerce équitable (organisations certifiées, associations, entreprises, experts). L'approbation finale des modifications apportées au cahier des charges revient au comité exécutif d'Ecocert.

Le comité de supervision du référentiel ESR est un comité composé de personnalités indépendantes. Il est consulté afin de garantir l'indépendance et l'impartialité des décisions prises par Ecocert Environnement.

Ecocert respecte le « Code ISEAL de bonnes pratiques pour l'élaboration des référentiels ».

## > ÉQUIVALENCE / RECONNAISSANCE

Le référentiel ESR a une équivalence avec le référentiel Fair for Life.

## > LOGOS ET RÈGLES D'ÉTIQUETAGE

POURCENTAGE D'INGRÉDIENTS CERTIFIÉS	RÈGLES D'ÉTIQUETAGE ASSOCIÉES
95% d'ingrédients	Le produit est certifié « Équitable par Ecocert ». L'utilisation du label est autorisée sur l'emballage du produit.
> 20% d'ingrédients	Le produit n'est pas certifié « Équitable par Ecocert », seuls les ingrédients le sont. L'utilisation du label est uniquement liée aux ingrédients et doit être associée à la mention suivante « Commerce équitable, filière X »
< 20%	Seuls les ingrédients issus du commerce équitable peuvent être mentionnés en tant que tel. Dans ce cas, l'utilisation du label sur l'emballage est interdite.

## > EXIGENCES SPÉCIALES POUR LES PRODUITS VENDUS SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS



Ecocert a créé un label spécifique pour le marché français : « Contrôlé Solidaire par Ecocert ». Le référentiel associé reste ESR mais certaines exigences sont adaptées à la réalité des petits producteurs français. Elles concernent :

- La prise en compte des mécanismes de soutien existant au niveau local (Politique Agricole Commune, programmes de développement nationaux et régionaux, etc.). Ainsi, la mise en place d'un fonds de développement n'est pas requise.
- La proximité géographique entre les transformateurs et les producteurs afin de réduire l'empreinte carbone des produits et relocaliser les activités agricoles au sein des zones de traitement et de transformation des produits. Les exigences relatives aux pourcentages d'ingrédients issus du commerce équitable restent les mêmes.

## PROMOTION ET SENSIBILISATION AU COMMERCE ÉQUITABLE / PLAIDOYER

Ecocert Environnement attend des marques qu'elles organisent et relayent des campagnes de sensibilisation sur le commerce équitable (critère optionnel). Le gestionnaire du label est néanmoins peu investi dans ces activités.

## CHAPITRE 2

# ECOCERT ÉQUITABLE

### > CONDITIONS D'ÉLIGIBILITÉ<sup>1</sup>

#### CHAMP GÉOGRAPHIQUE

<b>Pays en développement</b>	✓	Ecocert Environnement ne restreint pas l'application du référentiel ESR à une zone géographique particulière. Depuis 2013 il est ouvert aux pays de l'OCDE. Certains critères supplémentaires ont été ajoutés dans le référentiel pour couvrir la situation des producteurs des pays de l'OCDE.
<b>Pays de l'OCDE</b>	✓	Les pays en développement sont identifiés sur la base de la liste établie par le Comité d'Aide au Développement de l'OCDE. Cette liste détermine les pays bénéficiaires de l'aide au développement et inclut les pays définis par la Banque mondiale en tant que « pays à revenu intermédiaire » et « pays à revenu par habitant faible ».

#### PRÉ-REQUIS

<b>Label agriculture biologique</b>	✓	Toute organisation souhaitant obtenir le label « Ecocert Équitable » pour un de ses produits doit au préalable respecter le cahier des charges de l'agriculture biologique. Des exceptions existent pour la récolte de plantes nécessaires à la fabrication de produits cosmétiques et pour l'artisanat.
<b>Responsabilité sociétale de l'entreprise</b>	✓	Pour être certifiée selon le référentiel ESR, l'organisation doit se conformer à la fois aux exigences relatives à la responsabilité sociétale et à la relation commerciale équitable.

#### TYPES D'ORGANISATION DE LA PRODUCTION

<b>Organisations de producteurs*</b>	✓	Le référentiel ESR s'adresse aux trois types d'organisation de la production ici mentionnées. Sont admissibles sans restriction les organisations de producteurs où :
<b>Producteurs individuels sous contrat*</b>	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ au moins 60% des quantités produites sont issues de petits producteurs.</li> <li>■ au moins 60% des surfaces cultivées appartiennent à des petits producteurs.</li> </ul>
<b>Plantations*</b>	✓	<p>En deçà des 60%, les organisations candidates sont éligibles si elles respectent les conditions suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ S'il existe des petits exploitants agricoles organisés ou en voie d'organisation à proximité, alors l'organisation de producteurs qui souhaite se faire certifier doit démontrer que ces derniers sont bien intégrés à son projet de commerce équitable.</li> <li>■ Les organisations de producteurs doivent justifier la raison pour laquelle elles sollicitent le soutien des acheteurs de produits issus du commerce équitable pour l'élaboration et la mise en place de leurs projets de développement (renforcement des capacités, soutien technique, etc.).</li> </ul> <p>Ces exigences s'appliquent également aux plantations.</p>

#### INSPECTION DE LA FILIÈRE

<b>Producteurs</b>	✓	Les groupes de producteurs doivent être audités.	L'intégralité de la filière est contrôlée : les aspects relatifs à la traçabilité et à la responsabilité sociale sont inspectés. Ecocert exige un engagement total de la part des organisations certifiées.
<b>Premiers acheteurs</b>	✓	Dans tous les cas, les premiers acheteurs sont audités.	
<b>Intermédiaires commerciaux</b>	✓	<p>Les intermédiaires commerciaux et les sous-traitants sont uniquement enregistrés et non contrôlés si :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Leur chiffre d'affaires relatif aux activités de commerce équitable équivaut à au moins 10% de leur chiffre d'affaires global et à un montant inférieur à 200 000 €.</li> <li>■ Leur profil représente « des risques faibles en termes de traçabilité, d'impact social et environnemental ».</li> </ul> <p>Dans le cas contraire, les intermédiaires commerciaux sont tenus de suivre le processus de certification classique.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ L'enregistrement n'est pas compatible avec une communication externe sur le référentiel ESR.</li> </ul>	
<b>Marques</b>	✓	Dans tous les cas, les marques sont auditées.	
<b>Revendeurs / détaillants</b>	✓	Le contrôle des détaillants est optionnel.	






#### TRAÇABILITÉ DES PRODUITS

<b>Traçabilité* physique</b>	✓	Le référentiel ESR requiert la traçabilité physique et documentaire des produits certifiés.
<b>Traçabilité documentaire</b>	✓	

1. Le référentiel analysé dans les pages suivantes correspond à la dernière version du référentiel ESR (Juin 2013).




## > ANALYSE DES RÉFÉRENTIELS ET DES GRILLES DE CONTRÔLE

### CRITÈRES ÉCONOMIQUES




RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; PRIX JUSTE</b>			
✓		★★★	<p>Le premier acheteur et l'organisation de producteurs doivent s'accorder sur un prix minimum garanti à travers des négociations transparentes. Le montant du prix minimum doit être argumenté et établi sur la base des coûts de production. Les organisations certifiées doivent régulièrement mettre à jour une étude de leurs coûts de production.</p> <p>Le prix payé aux producteurs est au minimum 10% supérieur aux prix de référence du marché conventionnel. Si ce n'est pas le cas, les partenaires commerciaux doivent fournir une explication à l'auditeur. Ce supplément minimum correspond à la prime versée dans le cadre de l'agriculture biologique.</p>
<b>&gt; PRIME POUR PROJETS COLLECTIFS</b>			
✓		★★★	<p>En plus du prix juste, le premier acheteur doit payer une prime pour projets collectifs aux organisations productrices (producteurs, plantations). Cette exigence ne s'applique que dans le cadre du commerce équitable Nord/Sud.</p> <p>La prime doit au moins correspondre à :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 5 % du prix payé par le premier acheteur aux organisations productrices pour les produits peu transformés.</li> <li>■ 3 % du prix payé pour les produits hautement transformés.</li> </ul>
<b>&gt; ACCÈS FACILITÉ AU FINANCEMENT / PRÉFINANCEMENT</b>			
✓		★★★	<p>Si cela est justifié, les organisations de producteurs peuvent demander au premier acheteur un préfinancement pouvant s'élever jusqu'à 60 % de la valeur du contrat.</p>
<b>&gt; ENGAGEMENT DURABLE DES ACHETEURS</b>			
✓		★★★	<p>L'acheteur doit établir un contrat d'au moins 3 ans avec l'organisation productrice.</p> <p>Chaque contrat doit inclure les procédures à suivre en cas de résiliation et prévoir des mécanismes de médiation pour régler les désaccords entre les partenaires commerciaux. Ecocert Environnement insiste sur la qualité des relations commerciales : les partenaires commerciaux sont tenus de se rencontrer régulièrement, de revoir annuellement le prix juste et le contrat, et de mettre régulièrement à jour un plan d'approvisionnement.</p>
<b>&gt; TRAÇABILITÉ</b>			
✓		★★★	<p>Le référentiel ESR exige l'entière traçabilité des produits certifiés.</p>





RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; RESPECT DES CONVENTIONS DE L'ORGANISATION INTERNATIONALE DU TRAVAIL</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Les organisations certifiées (acheteurs et producteurs) doivent respecter les conventions de l'OIT retenues dans le cadre cette analyse. Le non-respect de celles-ci peut conduire au retrait automatique du label (critère « knock-out »).</p> <p>L'organisation de producteur doit s'assurer que ses membres appliquent les mêmes principes envers leurs propres employés. L'organisation de producteurs doit garantir le respect de ces critères par la mise en place d'un système de contrôle interne que l'auditeur est tenu de vérifier au cours de l'inspection.</p>
<b>&gt; AVANTAGES SOCIAUX ADDITIONNELS : SÉCURITÉ SOCIALE, RETRAITE, CONGÉS MATERNITÉ</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Les pratiques des organisations certifiées doivent être conformes à la législation locale, aux conventions collectives en vigueur dans le secteur ou aux accords passés avec les travailleurs en termes de prestations sociales.</p> <p>Dans une démarche d'amélioration continue, les « grandes unités »<sup>2</sup> de production doivent octroyer à leurs salariés davantage de mesures sociales que celles prévues par la loi (régime de retraite privé, congés de paternité, etc.).</p>
<b>&gt; TRAITEMENT ÉGALITAIRE DE TOUS LES TRAVAILLEURS</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Pour un travail équivalent, il ne doit pas y avoir de différences significatives entre les travailleurs réguliers (travaillant presque toute l'année) et les travailleurs permanents, notamment en termes de salaires, d'avantages sociaux ou encore de congés.</p> <p>L'auditeur doit s'assurer que l'organisation certifiée n'abuse pas de contrats à durée déterminée pour échapper à ses obligations légales concernant la mise en œuvre d'une sécurité sociale pour ses employés.</p> <p>L'entreprise / organisation (producteurs et acheteurs) doit s'efforcer de proposer un emploi régulier et formel à ses travailleurs.</p>

## GOUVERNANCE / AUTONOMIE DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; EXISTENCE D'UNE STRUCTURE COLLECTIVE FORMELLE</b>			
✓		★ ★ ★	<p><i>Organisation de producteurs</i></p> <p>L'organisation doit disposer de statuts légaux qui identifient l'assemblée générale comme l'organe suprême de décision au sein duquel tous les membres disposent du droit de vote.</p>
✓		★ ★ ★	<p><i>Producteurs individuels sous contrat</i></p> <p>L'entreprise acheteuse doit présenter à l'auditeur un document dans lequel elle propose un plan pour développer et renforcer les structures de représentation des producteurs.</p>
✓		★ ★ ★	<p><i>Plantations</i></p> <p>Les travailleurs de la plantation doivent tenir une assemblée générale au cours de laquelle ils élisent un comité de gestion de la prime de développement.</p>

2. Une « grande unité » est une unité de production où plus de 15 travailleurs permanents sont employés OU où plus de 40 travailleurs temporaires sont employés pendant plus de 2 mois dans l'année.

## GOVERNANCE / AUTONOMIE DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS





RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; ACCESSIBILITÉ AUX PRODUCTEURS ET TRAVAILLEURS MARGINALISÉS</b>			
✓		★ ★ ★	Des programmes appropriés doivent être mis en place pour améliorer la situation sociale et économique des groupes défavorisés et favoriser leur implication au sein des organes de décision. Si l'organisation de producteurs ne peut pas vendre l'intégralité de sa production, elle doit favoriser l'achat de la production de ses membres les plus désavantagés.
<b>&gt; RENFORCEMENT DES CAPACITÉS DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS</b>			
✓		★ ★ ★	<i>Organisation de producteurs</i> L'organisation de producteurs doit procéder à une brève analyse de la situation socio-économique de ses membres afin d'identifier les bénéficiaires potentiels des programmes de renforcement des capacités et mettre en place des activités adaptées. Dans la mesure du possible, Ecocert Équitable est attentif à ce que le commerce équitable international ne contribue pas à créer de la concurrence entre les pays producteurs d'une même matière première.
✓		★ ★ ★	<i>Producteurs individuels sous contrat</i> L'entreprise est tenue de : ■ Inclure au sein de sa politique relative à ses activités de commerce équitable des objectifs spécifiques liés au renforcement des structures collectives des producteurs, ■ Mettre en place les ressources financières, humaines et techniques nécessaires pour l'organisation de ces activités. Les auditeurs doivent porter une attention particulière à la mise en œuvre effective de ces programmes de renforcement des capacités. Ces programmes doivent conduire à une amélioration des pratiques démocratiques.
✓		★ ★ ★	<i>Plantations</i> Dans une démarche d'amélioration continue, les plantations employant plus de 50 travailleurs sont incitées offrir à leurs employés des formations selon un plan établi et mis à jour annuellement.
<b>&gt; DROITS DES PEUPLES AUTOCHTONES</b>			
✓		★ ★ ★	Toute organisation certifiée doit être propriétaire des terrains sur lesquels elle mène ses activités et doit s'y installer sans causer le déplacement forcé des populations déjà présentes. Si l'organisation certifiée valorise dans son activité des ingrédients appartenant initialement aux communautés autochtones, elle est alors tenue de partager équitablement avec eux les bénéfices qu'elle en tire.
<b>&gt; PRISE DE DÉCISION DÉMOCRATIQUE</b>			
✓		★ ★ ★	Au cours de l'assemblée générale annuelle, le rapport annuel, le budget et les comptes doivent être soumis pour approbation. L'organisation de producteurs doit définir un plan de développement pour une période minimale de 3 ans. Ce plan est validé par les gestionnaires de l'organisation de producteurs ainsi que par les instances démocratiques et participatives existantes.
<b>&gt; TRANSPARENCE DE L'INFORMATION</b>			
✓		★ ★ ★	Les membres doivent avoir accès aux comptes annuels ainsi qu'aux documents relatifs à la gestion de l'organisation et aux ventes de produits équitables. L'auditeur doit s'assurer que les règles et la méthode de détermination du prix des produits équitables ainsi que les sommes directement versées aux producteurs sont fixées en toute transparence.



## GOVERNANCE / AUTONOMIE DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; PARTICIPATION DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS</b>			
✓		★ ★ ★	<p><i>Organisation de producteurs</i></p> <p>L'auditeur doit vérifier que les producteurs « se sentent impliqués » au sein de leur organisation et qu'ils sont effectivement tenus informés des décisions prises au niveau central.</p> <p>Les producteurs qui prennent part au conseil d'administration de l'organisation doivent être représentatifs des membres (sexe, emplacement, volume d'activité).</p> <p>Néanmoins le référentiel ESR ne contient aucun critère permettant d'évaluer l'amélioration continue des pratiques de l'organisation de producteurs en terme de participation de ses membres.</p>
✓		★ ★ ★	<p><i>Producteurs individuels sous contrat</i></p> <p>Après 2 ou 3 ans, un organe participatif, qui rassemble les producteurs sous contrat, doit être opérationnel et se réunir régulièrement.</p>
✓		★ ★ ★	<p><i>Plantations</i></p> <p>Ecocert Environnement requiert de l'entreprise qu'elle mette en place des procédures pour recueillir les commentaires des travailleurs au sujet des questions disciplinaires et des plaintes graves.</p> <p>Dans une démarche d'amélioration continue (critère non obligatoire), Ecocert attend de l'entreprise qu'elle organise des discussions régulières avec les travailleurs sur l'ensemble des problèmes rencontrés sur leurs lieux de travail.</p>
<b>&gt; NON DISCRIMINATION</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Les règles d'adhésion à l'organisation ne doivent contenir aucune restriction basée sur l'ethnie, la couleur de peau, les croyances religieuses, l'orientation sexuelle, l'origine sociale ou l'engagement politique. Des entretiens doivent être organisés par l'auditeur pour s'en assurer.</p> <p>Ecocert Environnement vérifie que dans la pratique, il n'y a pas d'obstacles à la participation et à l'adhésion des femmes au sein de l'organisation de producteurs.</p>
<b>&gt; SUIVI DE LA GESTION DÉMOCRATIQUE DE LA PRIME POUR PROJETS COLLECTIFS</b>			
✓		★ ★ ★	<p><i>Organisation de producteurs</i></p> <p>L'organisation doit se doter d'une « politique équitable » définissant le mode de gestion de la prime pour projets collectifs ainsi que l'organe qui sera en charge de celle-ci. Un rapport annuel doit venir confirmer que la prime a été utilisée pour financer des projets collectifs initiés par les bénéficiaires.</p> <p>Si les producteurs choisissent d'utiliser la prime comme une prime individuelle (redistribuée à ses membres), alors Ecocert peut, selon le contexte (année à faibles ventes), accepter cette requête.</p>
✓		★ ★ ★	<p><i>Producteurs individuels sous contrat</i></p> <p>Les décisions relatives à l'utilisation de la prime doivent être prises par un ou plusieurs organes décisionnels (comité établi à cette fin ou organe de participation une fois créé).</p> <p>Les représentants des bénéficiaires de la prime siégeant dans cet organe doivent y être majoritaires. Des représentants de l'entreprise acheteuse peuvent également en être membres : ils n'ont pas de droit de veto, sauf si les décisions prises vont à l'encontre des intérêts de l'entreprise.</p>
✓		★ ★ ★	<p><i>Plantations</i></p> <p>Les décisions relatives à la gestion de la prime pour projets collectifs sont prises par un « comité de plantation » composé des représentants des travailleurs (élu au cours de l'assemblée générale) et des représentants des gestionnaires (dont la part ne peut pas être majoritaire) de la plantation.</p> <p>La prime doit être versée sur un compte distinct de celui affecté aux fonds de l'entreprise qui gère les plantations. Cette prime ne doit à aucun moment servir au financement de nouvelles infrastructures pour la plantation.</p>

## CRITÈRES ENVIRONNEMENTAUX

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; RÉDUCTION DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DES ACTIVITÉS (EAU, ÉNERGIE, DÉCHETS)</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Chaque organisation certifiée- organisation de producteurs et/ou partenaires commerciaux – doit vérifier et minimiser les impacts de son activité liés aux déchets, aux émissions de gaz à effet de serre, aux rejets liquides et aux eaux usées sur l’environnement et la santé. Les auditeurs sont tenus d’inspecter les zones de production et de transformation.</p> <p>Les organisations certifiées sont tenues d’améliorer progressivement leurs pratiques de recyclage.</p> <p>Dans le cas spécifique du commerce équitable Nord/Nord, la mise en place de filières courtes est encouragée.</p>
<b>&gt; RESPECT DE LA BIODIVERSITÉ</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Ecocert Environnement exige le respect des critères fondamentaux suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ La production et les activités de transformation ne doivent pas entraîner la dégradation ou l’altération des écosystèmes présents.</li> <li>■ Les organisations certifiées ne doivent pas être impliquées dans la destruction des forêts primaires ou secondaires au cours des dix années précédant leur certification.</li> </ul> <p>Le non-respect d’un de ces critères conduit au retrait automatique du label.</p>
<b>&gt; INTERDICTION DES SUBSTANCES DANGEREUSES</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Les organisations certifiées doivent avoir des pratiques responsables en termes d’utilisation de produits chimiques de synthèse. Par ailleurs chaque produit portant le label Ecocert Équitable doit être certifié selon un référentiel biologique ou écologique reconnu par Ecocert.</p>
<b>&gt; INTERDICTION DES OGM</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Ecocert Environnement exige des groupes de production et de leurs partenaires commerciaux qu’ils préviennent activement la contamination de la filière par des OGM.</p>



CONTRÔLE ET SUIVI DES ORGANISATIONS CERTIFIÉES	PERTINENCE
<b>AUDITS</b>	
AUDITEURS	★ ★ ★
DÉROULEMENT DE L'AUDIT	★ ★ ★
REVUE DOCUMENTAIRE	★ ★ ★
AUDIT SUR SITE	★ ★ ★
ENTRETIENS AVEC LES PRODUCTEURS / TRAVAILLEURS	★ ★ ★
FRÉQUENCE DES AUDITS	★ ★ ★
AUDIT SURPRISE	★ ★ ★
<b>CONDITIONS D'OBTENTION DU LABEL</b>	
SYSTÈME DE NOTATION	★ ★ ★
MESURES CORRECTIVES	★ ★ ★
SUSPENSION / RETRAIT DU LABEL	★ ★ ★
<b>COÛTS DE CERTIFICATION ET COTISATIONS ANNUELLES</b>	
TRANSPARENCE	★ ★ ★
AIDE À LA CERTIFICATION	★ ★ ★
<b>PLAINTES ET APPEL</b>	
TRAITEMENT DES PLAINTES ET DES APPELS	★ ★ ★

## AUDITS

- **Auditeurs.** Les auditeurs sont nommés par Ecocert Environnement selon des critères pertinents (connaissance de la région, de la langue, etc.)
- **Déroulement de l'audit.** Chaque audit doit commencer par un entretien avec la direction de l'organisation inspectée afin de présenter le déroulement de l'audit. Une réunion de clôture permet à l'auditeur d'exposer ses premières conclusions (notamment critères non-respectés) aux représentants de l'organisation. Toutefois, Ecocert Environnement ne prévoit pas la présence d'un représentant des producteurs/travailleurs au cours de ces rencontres.
- **Revue documentaire.** Tous les documents liés aux activités de commerce équitable (système de contrôle interne, contrats, registres de ventes et d'achats) ou statutaires doivent être mis à disposition de l'auditeur.

### ➤ Audit sur site

- Un audit initial complet est organisé pour toute organisation candidate à la certification.
- L'auditeur doit organiser l'inspection de terrain à un moment de l'année qui lui permette de rencontrer un nombre représentatif de producteurs et de travailleurs.

### ➤ Entretiens avec les producteurs / travailleurs.

- Travailleurs : entretiens individuels. Le nom des travailleurs interrogés ne doit pas être divulgué aux gestionnaires de l'organisation et doit rester confidentiel.
- Producteurs : entretiens individuels ou collectifs (groupe de discussion).

L'auditeur détermine le nombre d'entretiens à effectuer en fonction du nombre de producteurs/travailleurs et selon le niveau de risque de l'organisation.

### ➤ Fréquence des audits

Un audit de surveillance complet est organisé tous les ans. Une attention particulière est accordée au contrôle des critères pour lesquels l'organisation était défailante lors de l'audit précédent et à l'efficacité des mesures correctives déployées.

- **Audit surprise.** Ecocert peut décider d'organiser un audit surprise sur la base d'une évaluation générale du risque de manquement aux exigences du référentiel.

## CONDITIONS D'OBTENTION DU LABEL

### ➤ Système de notation.

Il existe 4 catégories de critères :

- Critères KO (« Knock-Out ») : l'octroi du label est refusé si l'auditeur identifie le non-respect d'un ou plusieurs de ces critères.
- Critères majeurs : en cas de non-respect d'un ou plusieurs de ces critères, des mesures correctives doivent être appliquées au cours des 4 mois suivant l'audit.
- Critères mineurs : ces critères doivent être respectés bien que leur non-respect ne constitue pas une menace pour l'obtention du label.
- Recommandations : ces critères sont basés sur un engagement volontaire.

L'opérateur est certifié si :

- Le « pourcentage de conformité » est supérieur ou égal à 80% (jusqu'à l'année 2).
- Après l'année 3 : le « pourcentage de conformité » doit être de 100%.

### ➤ Mesures correctives

- La grille de contrôle informatisée fait apparaître à la fin de l'audit les mesures correctives devant être mises en œuvre.
- L'opérateur dispose de 4 mois pour appliquer les mesures correctives et envoyer les éléments de preuves associés à Ecocert Environnement.

### ➤ Suspension / retrait du label.

- Si les mesures correctives sont jugées insatisfaisantes, Ecocert Environnement peut prendre la décision de suspendre la certification pour une durée déterminée au cours de laquelle l'opérateur est tenu d'appliquer les mesures correctives appropriées.
- Le non-respect d'un ou plusieurs critères « knock-out » peut entraîner le retrait de la certification. L'opérateur peut demander à passer un nouvel audit initial complet une fois qu'il a mis ses pratiques en conformité avec les exigences du référentiel ESR.



## COÛT DE CERTIFICATION ET COTISATIONS ANNUELLES

- › **Transparence.** Les informations concernant les coûts de certification ne sont pas disponibles en ligne mais disponibles sur demande.
- › **Aide à la certification.** Ecocert Environnement ne met pas de fonds d'aide à la certification à la disposition des organisations candidates.

## PLAINTES ET APPEL

- › **Traitement des plaintes et des appels.** Ecocert Environnement fournit des copies des procédures d'appels ou de plaintes sur demande.

## L'AVIS DES AUTEURS

A l'instar de Naturland Fair et Fair for Life, Ecocert Equitable est un label exigeant associant l'agriculture biologique, la responsabilité sociétale des entreprises et le commerce équitable.

Le référentiel ESR a connu deux changements majeurs au cours des dernières années. Premièrement, sa réorganisation en deux parties distinctes (la première dédiée à la responsabilité sociétale des entreprises et l'autre au commerce équitable) fait du respect des critères RSE un préalable à l'obtention de la certification équitable. Deuxièmement, le référentiel ESR est ouvert depuis 2013 aux producteurs des pays industrialisés.

Ecocert Environnement, filiale du Groupe Ecocert, est l'organisme en charge de la gestion du label et des activités de certification. L'implication des différentes

parties prenantes du label (producteurs, opérateurs commerciaux et experts) dans la gestion du référentiel est moins formalisée que dans le cas d'autres labels, puisqu'elles ne sont associées qu'à titre consultatif dans les comités techniques.

Ecocert a travaillé depuis quelques années à renforcer ses liens avec d'autres acteurs du secteur. L'organisme de certification IMO swiss AG, en charge de la gestion du programme de certification Fair for Life, a ainsi récemment rejoint le groupe Ecocert. Un système d'équivalence entre les deux labels existait déjà avant l'intégration d'IMO dans le groupe Ecocert.

Enfin, si Ecocert maîtrise le développement de son référentiel avec toute la rigueur d'un organisme de certification, l'entreprise est également encouragée à

renforcer ses partenariats avec la société civile pour d'une part être plus présent dans les activités de sensibilisation à la consommation responsable (clef de voute du développement du marché) et d'autre part étendre les services d'appui aux producteurs et entreprises partenaires.



### ➤ BIO PARTENAIRE ET ECOCERT

Entre 2003 et 2009, Ecocert était l'organisme de certification en charge du contrôle des deux labels créés par Bio Partenaire : Bio Solidaire et Bio Équitable.

En 2009, le référentiel du label Bio Équitable et le référentiel Équitable, Solidaire et Responsable (ESR) ont fusionné. Le référentiel ESR, est désormais celui de Bio Équitable. Bio Partenaire participe à la gouvernance du référentiel ESR en siégeant au comité du référentiel d'Ecocert.

**BIO PARTENAIRE**  
L'ASSOCIATION DES MARQUES BIO ÉQUITABLE ET BIO SOLIDAIRE

### ➤ CONTACT

Association Bio Partenaire  
BP 11 114  
26958 Valence cedex 9  
www.biopartenaire.com

# BIO ÉQUITABLE ET BIO SOLIDAIRE PAR BIO PARTENAIRE

### ➤ BIO SOLIDAIRE ET BIO ÉQUITABLE



#### ➤ BIO ÉQUITABLE

Le label Bio Équitable a été créé en 2000. Il s'adresse aux entreprises françaises en partenariat avec des producteurs (regroupés en associations ou coopératives) des pays émergents ou en voie de développement. Il regroupe à ce jour 20 000 producteurs réunis en 18 organisations.

Pré-requis à la labellisation :

- L'organisation doit être membre de Bio Partenaire.
- L'organisation doit être certifiée selon le référentiel ESR.
- L'organisation doit avoir une attestation ESR pour les produits qu'elle souhaite commercialiser avec le label Bio Équitable. Ces produits sont composés majoritairement d'ingrédients « exotiques ».
- Les produits candidats au label doivent être destinés à la vente en réseau spécialisés bio ou assimilés.

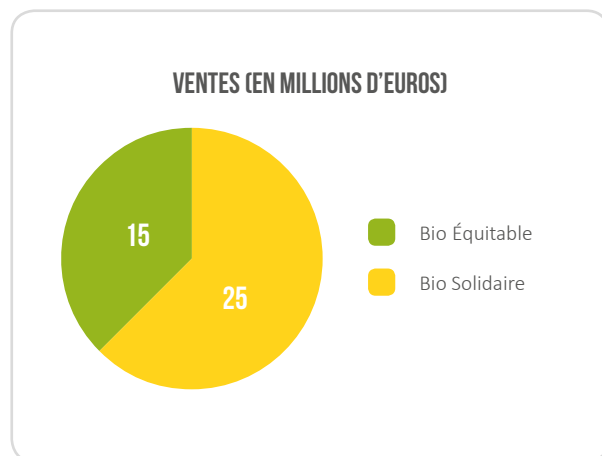


#### ➤ BIO SOLIDAIRE

Les premiers projets pilotes Bio Solidaire sont apparus en 2006. Le label et le référentiel ont officiellement été lancés 2007. Premier label de commerce équitable « Nord-Nord », Bio Solidaire est destiné aux partenariats de proximité entre producteurs et transformateurs. Il regroupe à ce jour 300 producteurs réunis en 17 organisations.

Pré-requis à la labellisation :

- L'organisation doit être membre de Bio Partenaire.
- L'organisation doit être certifiée selon le référentiel Bio Solidaire.
- L'organisation doit avoir une attestation ESR pour les produits qu'elle souhaite commercialiser avec le label Bio Solidaire. Ces produits doivent être composés majoritairement d'ingrédients cultivés en France.
- Les produits candidats au label doivent être destinés à la vente en réseau spécialisés bio ou assimilés.



## > BIO PARTENAIRE

### > HISTORIQUE

Association de loi 1901 créée en 2002, Bio Partenaire réunit des petites et moyennes entreprises des secteurs de l'agriculture biologique et du commerce équitable. Bio Partenaire compte 26 entreprises membres travaillant avec 65 organisations de producteurs (20300 producteurs au total).

### > OBJECTIFS

- 1- Rassembler et soutenir les petits et moyennes entreprises porteuses de projets Bio Équitable et Bio Solidaire.
- 2- Promouvoir les chartes des marques Bio Équitable et Bio Solidaire.
- 3- Participer à la sensibilisation des consommateurs sur les valeurs de l'agriculture biologique et du commerce équitable.

### > SERVICES

- 1- Accompagnement des entreprises engagées dans des processus de certification.
- 2- Mise en relation des opérateurs avec l'amont et l'aval des filières.
- 3- Conseil et intervention auprès des réseaux professionnels.
- 4- Présence en salons professionnels et grand public.

### > TYPES D'ORGANISATIONS ÉLIGIBLES À L'ADHÉSION

- Organisations de producteurs, grossistes, fournisseur de matières premières / ingrédients certifiés biologiques.
- Fabricants et transformateurs certifiés pour la fabrication de produits alimentaires biologiques et de cosmétiques écologiques et biologiques.
- Metteurs en marché et chaîne de distribution commercialisant des produits certifiés bio à leur marque.

### ➤ PRINCIPALES INFORMATIONS SUR LE LABEL FAIR FOR LIFE



#### ➤ CONTACT

IMOGROUP AG  
Weststrasse 51- CH-8570 Weinfelden- Suisse  
Téléphone : +41-(0)71 626 0 626 / e-mail : imo@imo.ch

#### ➤ PROPRIETAIRE DES REFERENTIELS

IMOGROUP AG (société anonyme)

#### ➤ ORGANISME DE CERTIFICATION

IMOSWISS AG (organisation à but non lucratif, filiale de IMOGROUP AG), créé en 1990, est l'organisme de certification en charge du contrôle des référentiels du label Fair For Life.

### ACCREDITE ISO 17065

#### ➤ HISTORIQUE DU LABEL

Lancé en 2006, le label Fair for Life est le fruit de la collaboration entre l'organisme de certification Institute for Marketecology (IMO) et la Bio-Fondation. IMO exerce la majorité de ses activités dans les secteurs de l'agriculture biologique et des systèmes de gestion environnementale. Présent dans 90 pays, IMO intervient comme organisme de certification des labels Forest Stewardship Council (FSC), Programme for the Endorsement of Forest Certification (PEFC) ou encore UTZ Certified (voir chapitre 3). En septembre 2014, la Bio-Fondation a transféré la propriété du label Fair For Life à IMOGROUP AG.

Le label Fair for Life est une extension du label For Life, consacré à la responsabilité sociétale des entreprises. Toute organisation préalablement certifiée selon les exigences du référentiel « For Life » sur la responsabilité sociétale des entreprises peut décider de se conformer à des critères additionnels afin d'obtenir « Fair for Life ».

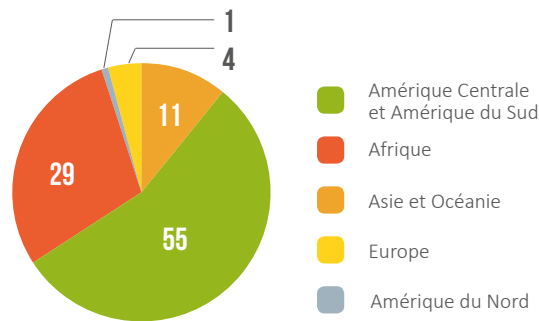
#### ➤ IMO ET ECOCERT

En 2013/2014, IMOSWISS AG, ainsi que les filiales d'IMO en Allemagne, au Chili, en Turquie et en Ouganda, ont intégré le groupe Ecocert. IMOGROUP AG reste néanmoins propriétaire du label Fair For Life.

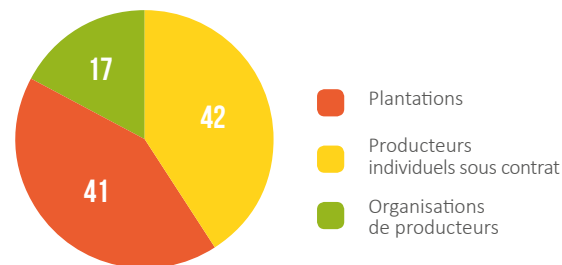
#### ➤ GOUVERNANCE

- IMO et le comité consultatif de Fair For Life sont en charge de la révision des référentiels. L'ensemble des parties prenantes (producteurs, opérateurs commerciaux, entreprises) doit être consulté (2 consultations internationales) pour toute modification des cahiers des charges.
- Par ailleurs, IMO consulte des experts et des acteurs en lien avec le secteur du commerce équitable (producteurs, agences gouvernementales, organismes de certification) et les invite à se prononcer sur les modifications apportées aux référentiels. Le comité des cahiers des charges de Fair For Life (3 à 4 membres dont le responsable des garanties et un auditeur expérimenté) valide en dernière instance l'évolution des référentiels.
- Le label Fair For Life respecte le « Code ISEAL de bonnes pratiques pour l'élaboration des référentiels ».

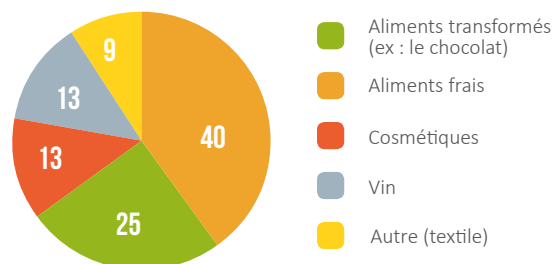
**DISTRIBUTION GÉOGRAPHIQUE  
DES ORGANISATIONS CERTIFIÉES (EN %)**



**TYPLOGIE DES ORGANISATIONS CERTIFIÉES (EN %)**



**RÉPARTITION DES VENTES PAR SECTEUR (EN %)**



## > ÉQUIVALENCE / RECONNAISSANCE

- Des produits provenant d'organisations de producteurs certifiées Fairtrade ou Ecocert Équitable peuvent porter le label Fair For Life s'ils respectent les règles de composition et d'étiquetage fixées par Fair for Life.
- Fair for Life reconnaît comme équivalent le référentiel « Opérateurs commerciaux » de Fair Trade USA.

## > LOGOS ET RÈGLES D'ETIQUETAGE

### > PRODUITS COMPOSITES

Pour porter le label Fair for Life les produits doivent contenir au minimum 80 % (poids sec).

- Ingrédients certifiés Fair For Life. Le pourcentage d'ingrédients certifiés doit être indiqué sur l'emballage du produit.
- Aucun mélange n'est fait entre un ingrédient certifié Fair for Life et ce même ingrédient issu du commerce conventionnel.



### > PRODUITS À INGRÉDIENT UNIQUE

100 % (poids sec) de l'ingrédient composant le produit doivent être certifiés Fair for Life.

### > PRODUITS COMPOSITES CERTIFIÉS NE PORTANT PAS LE LABEL

- Des produits contenant au moins 20% (poids sec) d'ingrédients certifiés peuvent être certifiés.
- Néanmoins, dans ce cas, l'usage du logo sur l'emballage du produit est interdit.
- Le pourcentage d'ingrédients certifiés doit être est indiqué sur l'emballage du produit.

## PROMOTION ET SENSIBILISATION AU COMMERCE ÉQUITABLE / PLAIDOYER

S'ils le souhaitent les opérateurs commerciaux et les marques peuvent mener des actions de sensibilisation et de plaidoyer.

## > CONDITIONS D'ÉLIGIBILITÉ<sup>1</sup>

### CHAMP GÉOGRAPHIQUE

<b>Pays en développement</b>	✓	L'utilisation du label Fair For Life est ouverte aux producteurs des pays en développement et des pays émergents.
<b>Pays de l'OCDE</b>	✓	Les producteurs des pays de l'OCDE sont éligibles sous certaines conditions : être des acteurs engagés et démontrer que leur activité bénéficiera à des travailleurs/groupes marginalisés.

### PRÉ-REQUIS

<b>Label agriculture biologique</b>	✓	Pour être éligible à l'utilisation du label Fair For Life, toute organisation doit : <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Se conformer aux exigences du cahier des charges de l'agriculture biologique ou d'un label de développement durable : FSC, GlobalGAP, Rainforest Alliance (liste ouverte), ou</li> <li>■ Se conformer aux exigences inscrites dans le cahier des charges « Production intégrée » de Fair For Life.</li> </ul>
<b>Responsabilité sociétale de l'entreprise</b>	✓	Pour être éligible à la certification Fair For Life, une organisation (producteurs, opérateurs commerciaux, entreprises) doit au préalable respecter les critères du référentiel « For Life », label de responsabilité sociétale des entreprises/organisations.

### TYPES D'ORGANISATION DE LA PRODUCTION

<b>Organisations de producteurs</b>	✓	Les organisations de producteurs éligibles doivent être majoritairement composées de petits producteurs (exploitations familiales) et de producteurs employant entre 1 et 5 travailleurs permanents. Dans le cas où moins de 50% du volume annuel vendu par l'organisation de producteurs est produit par des petits producteurs, l'organisation doit démontrer son éligibilité, étude(s) socio-économique(s) à l'appui, et prouver que son activité bénéficiera effectivement à des travailleurs/groupes marginalisés.
<b>Producteurs individuels sous contrat</b>	✓	Les producteurs individuels sous contrat sont éligibles au à l'obtention du label. Fair for Life ne restreint pas la certification des producteurs individuels sous contrat à des zones géographiques spécifiques ou à des produits déterminés. Le cahier des charges est le même que celui applicable aux organisations de producteurs. Quelques ajouts viennent néanmoins préciser certaines exigences.
<b>Plantations</b>	✓	Toute plantation / exploitation de plus de 15 travailleurs permanents ou employant plus de 40 travailleurs au moins deux mois par an, doit se conformer au cahier des charges « plantations » de Fair For Life. Les plantations candidates à l'obtention du label doivent au préalable démontrer que leur activité bénéficiera à des travailleurs/groupes marginalisés.

### INSPECTION DE LA FILIÈRE








<b>Producteurs</b>	✓	Les unités de production sont auditées annuellement.	Chaque opérateur de la filière est inspecté sur l'ensemble des critères (traçabilité, responsabilité sociétale et relation équitable) qui sont applicables. Fair for Life requiert des organisations certifiées un engagement global.
<b>Premiers acheteurs</b>	✓	Le premier acheteur doit se conformer aux exigences du cahier des charges destiné aux opérateurs commerciaux. Il doit démontrer qu'il respecte les critères relatifs à la traçabilité, à la qualité de ses relations commerciales et aux conditions de travail au sein de son organisation.	
<b>Intermédiaires commerciaux</b>	✓	Les intermédiaires commerciaux sont enregistrés. Ils doivent démontrer leur respect des critères relatifs à la traçabilité et aux conditions de travail décentes.	
<b>Marques</b>	✓	Les marques doivent se conformer aux exigences du cahier des charges destiné aux opérateurs commerciaux. Elles doivent se conformer aux critères relatifs à la traçabilité des produits et aux conditions de travail décentes au sein de leur organisation. Dans certains cas de figure (petite marque), Fair For Life autorise les marques à être uniquement enregistrées (seul le respect des critères relatifs à la traçabilité est contrôlé). Le logo qu'elles apposent sur leurs produits doit porter la mention « Opérateur commercial enregistré ».	
<b>Détaillants</b>	✓	Les détaillants ne sont pas contrôlés si les produits sont transformés et emballés par une organisation détentrice du label Fair For Life. Si ce n'est pas le cas, les détaillants doivent respecter les critères applicables aux marques.	

### TRAÇABILITÉ DES PRODUITS

<b>Traçabilité* physique</b>	✓	Les traçabilités documentaire et physique sont systématiquement exigées au sein des référentiels Fair For Life.
<b>Traçabilité documentaire</b>	✓	





## > ANALYSE DES RÉFÉRENTIELS ET DES GRILLES DE CONTRÔLE

### CRITÈRES ÉCONOMIQUES




RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; PRIX JUSTE</b>			
✓		☆☆☆	<p>Le label Fair for Life n'exige la mise en place d'un prix minimum qu'à partir de la 2<sup>e</sup> année de certification. Durant la 1<sup>e</sup> année, les opérateurs commerciaux doivent s'assurer que le prix payé aux producteurs correspond a minima au prix de marché majoré de 5 % (10 % pour les produits certifiés selon le cahier des charges de l'agriculture biologique).</p> <p>Le montant du prix minimum doit être négocié entre les organisations certifiées (producteurs et opérateurs commerciaux) et doit a minima être déterminé après une étude des coûts de production et du prix de marché (majoré de 5 % pour les produits conventionnels, et 10 % pour les produits issus de l'agriculture biologique).</p> <p>Le prix minimum doit être renégocié entre les parties tous les 2 ans.</p>
<b>&gt; PRIME POUR PROJETS COLLECTIFS</b>			
✓		☆☆☆	<p><i>Organisations de producteurs &amp; producteurs individuels sous contrat</i></p> <p>La prime doit être comprise entre 5 et 10 % du prix d'achat du produit considéré. Son montant est le fruit d'une négociation entre producteurs et acheteurs. Elle doit être recalculée tous les deux ans.</p> <p>Dans les contrats, le montant de la prime doit être explicitement mentionné séparément du prix juste. Elle doit par ailleurs être versée sur un compte bancaire spécifique.</p>
✓		☆☆☆	<p><i>Plantations</i></p> <p>La prime doit correspondre à 7- 10 % des coûts de production (hors ressources humaines). Elle doit par ailleurs être versée sur un compte bancaire spécifique.</p>
<b>&gt; ACCÈS FACILITÉ AU FINANCEMENT / PRÉFINANCEMENT</b>			
✓		☆☆☆	<p><i>Organisations de producteurs</i></p> <p>Si l'organisation de producteurs en fait la demande, l'acheteur doit s'engager à fournir à ses membres un préfinancement d'un montant s'élevant au maximum à 50 % de la valeur de la commande.</p>
✓		☆☆☆	<p><i>Producteurs individuels sous contrat</i></p> <p>Le préfinancement est encouragé par Fair For Life mais il n'est pas obligatoire. Son octroi dépend des caractéristiques (taille, organisation, etc.) de l'entreprise.</p>
<b>&gt; ENGAGEMENT DURABLE DES ACHETEURS</b>			
✓		☆☆☆	<p>Le cahier des charges de Fair For Life mentionne la nécessité d'un engagement de long terme de la part des acheteurs sans être plus précis sur cet aspect. Néanmoins, Fair For Life est attentif à la qualité de la relation commerciale entre les producteurs et les opérateurs commerciaux. Ces derniers doivent établir et transmettre aux producteurs des plans d'approvisionnement annuels.</p>
<b>&gt; ENGAGEMENT DURABLE DES ACHETEURS</b>			
✓		☆☆☆	<p>La traçabilité documentaire et physique est systématiquement exigée.</p>













RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; RESPECT DES CONVENTIONS DE L'OIT</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Le label Fair For Life requiert des organisations certifiées qu'elles respectent les 11 conventions de l'OIT retenues dans le cadre cette analyse. Le cahier des charges et les grilles de contrôles sont détaillés et précis. L'auditeur doit être particulièrement vigilant au respect de ces exigences lors de l'inspection des plantations.</p> <p>Dans le cas où la liberté d'association est restreinte, les organisations certifiées doivent faciliter la mise en place de solutions parallèles permettant le droit d'association libre et indépendante.</p> <p>Le non-respect des critères relatifs aux conventions de l'OIT entraîne le retrait de la certification.</p>
<b>&gt; AVANTAGES SOCIAUX ADDITIONNELS : SÉCURITÉ SOCIALE, RETRAITE, CONGÉS MATERNITÉ</b>			
✓		★ ★ ★	<p><i>Organisations de producteurs &amp; producteurs individuels sous contrat</i></p> <p>L'organisation certifiée doit a minima se conformer aux exigences légales en matière de retraite.</p> <p>Les cahiers des charges Fair For Life contiennent principalement des critères relatifs à l'amélioration continue des pratiques des organisations certifiées. L'auditeur juge, selon le contexte, des possibilités de progression.</p>
✓		★ ★ ★	<p><i>Plantations</i></p> <p>Les entreprises certifiées doivent au minimum respecter le cadre légal national.</p> <p>Si ce dernier s'avère peu exigeant, les entreprises certifiées doivent mettre en place une sécurité sociale pour tous les travailleurs (assurance maladie de base et offre de congés maternité).</p>
<b>&gt; TRAITEMENT ÉGALITAIRE DE TOUS LES TRAVAILLEURS</b>			
✓		★ ★ ★	<p>A partir de la 3<sup>e</sup> année de certification, toute organisation doit proposer les mêmes avantages sociaux de base aux travailleurs permanents et aux travailleurs saisonniers.</p> <p>Fair For Life encourage par ailleurs les organisations certifiées à promouvoir des emplois stables.</p> <p>Les cahiers des charges de Fair For Life contiennent une section spécifique dédiée à l'égalité des sexes et à la protection des femmes contre le harcèlement au travail.</p>

## GOVERNANCE / AUTONOMIE DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; EXISTENCE D'UNE STRUCTURE COLLECTIVE FORMELLE</b>			
✓		★ ★ ★	<p><i>Organisation de producteurs</i></p> <p>Fair For Life exige la mise en place d'une structure regroupant les producteurs, dès la 1<sup>e</sup> année de certification. Cette structure (même basique), dispose de 2 ans pour constituer une organisation de producteurs formelle.</p> <p>Pendant la période de transition, un comité composé de producteurs est chargé de gérer la prime pour projets collectifs.</p>
✓		★ ★ ★	<p><i>Producteurs individuels sous contrat</i></p> <p>A partir de la 2<sup>e</sup> année de certification, les producteurs doivent se réunir régulièrement au sein d'un comité à la prise de décision démocratique.</p> <p>Ce comité est en charge à la fois des relations avec l'entreprise contractante et de la gestion de la prime pour projets collectifs.</p>
✓		★ ★ ★	<p><i>Plantations</i></p> <p>A partir de la 2<sup>e</sup> année de certification, les travailleurs doivent se réunir en assemblée générale.</p>





## GOVERNANCE / AUTONOMIE DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; ACCESSIBILITÉ AUX PRODUCTEURS ET TRAVAILLEURS MARGINALISÉS</b>			
✓		★ ★ ★	Les référentiels Fair For Life identifient les petits producteurs et les travailleurs marginalisés comme cibles prioritaires. Par ailleurs, les organisations de producteurs doivent, dans une démarche de progrès, favoriser l'intégration des groupes marginalisés et plus spécialement celle des femmes. Dans les faits, les bénéficiaires du label Fair for Life sont davantage des travailleurs des plantations que des producteurs organisés.
<b>&gt; RENFORCEMENT DES CAPACITÉS</b>			
✓		★ ★ ★	<i>Organisation de producteurs</i> Toute organisation de producteurs doit mettre en œuvre des mesures de renforcement des capacités de ses membres. Ces mesures doivent être élaborées à partir d'une analyse socio-économique identifiant les besoins et les requêtes formulées par les membres de l'organisation de producteurs.
✓		★ ★ ★	<i>Producteurs individuels sous contrat</i> L'entreprise contractante doit mettre en œuvre des mesures de renforcement des capacités des producteurs individuels. Le label Fair For Life n'exige pas la constitution à moyen/long terme d'une organisation de producteurs indépendante. Néanmoins, si les producteurs le désirent, l'entreprise doit permettre à ces derniers de se constituer en organisation indépendante acquérant des responsabilités de manière progressive. Dans ce cas, Fair for Life requiert de l'entreprise qu'elle prenne en charge les coûts de fonctionnement de l'organisation jusqu'à ce que cette dernière soit définitivement constituée.
✓		★ ★ ★	<i>Plantations</i> Sur la base d'une analyse socio-économique, les dirigeants de la plantation doivent élaborer une politique dite de « commerce équitable » prévoyant des activités au bénéfice des travailleurs. L'auditeur doit s'assurer que les travailleurs en ont connaissance.
<b>&gt; DROITS DES PEUPLES AUTOCHTONES</b>			
✓		★ ★ ★	Toute organisation certifiée doit être propriétaire des terrains sur lesquels elle mène ses activités. Elle doit également démontrer qu'elle n'accapare pas des ressources naturelles nécessaires à la vie des peuples autochtones ou des savoirs traditionnels sans l'accord de ces derniers. Le label Fair for Life encourage les organisations certifiées à offrir des opportunités d'emplois aux populations autochtones.
<b>&gt; PRISE DE DÉCISION DÉMOCRATIQUE</b>			
✓		★ ★ ★	<i>Organisation de producteurs</i> L'organisation de producteurs doit organiser une assemblée générale annuelle regroupant l'ensemble de ses membres. L'auditeur doit être s'assurer que l'annonce de la tenue de l'assemblée générale est faite suffisamment à l'avance pour permettre à l'ensemble des membres de l'organisation d'y assister.
✓		★ ★ ★	<i>Producteurs individuels sous contrat</i> A partir de la 2 <sup>e</sup> année de certification, le comité de producteurs doit se réunir régulièrement. Toute décision doit être prise selon des règles démocratiques. L'entreprise contractante et le comité de producteurs doivent se rencontrer régulièrement (2 fois par an).
✓		★ ★ ★	<i>Plantations</i> L'assemblée générale regroupant les travailleurs doit se réunir annuellement. Elle doit, entre autres, élire le comité de gestion de la prime pour projets collectifs.

## GOVERNANCE / AUTONOMIE DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; TRANSPARENCE DE L'INFORMATION</b>			
✓		★ ★ ★	Toute organisation certifiée doit communiquer les résultats des audits aux producteurs / travailleurs. L'auditeur doit vérifier par le biais d'entretiens que les producteurs et les travailleurs sont effectivement informés des activités menées par l'organisation certifiée et ont la possibilité d'émettre un avis sur les décisions prises par les dirigeants de cette dernière.
<b>&gt; PARTICIPATION DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS</b>			
✓		★ ★ ★	Des entretiens doivent être effectués par l'auditeur afin de s'assurer que les producteurs et les travailleurs participent effectivement à la vie de leur organisation et qu'ils s'y sentent impliqués.
<b>&gt; NON-DISCRIMINATION</b>			
✓		★ ★ ★	Les règles d'adhésion à l'organisation ne doivent contenir aucune restriction basée sur l'origine ethnique, la couleur de peau, les croyances religieuses, l'orientation sexuelle, l'origine sociale ou l'engagement politique. Des entretiens doivent être organisés par l'auditeur pour s'en assurer.
<b>&gt; SUIVI DE LA GESTION DÉMOCRATIQUE DE LA PRIME DE DÉVELOPPEMENT POUR PROJETS COLLECTIFS</b>			
✓		★ ★ ★	<i>Organisation de producteurs</i> La prime de développement doit être gérée par un comité élu et composé en majorité de producteurs et de travailleurs. Des représentants des acheteurs ou des experts externes sont également autorisés à rejoindre ce comité. Chaque année, un rapport portant sur l'utilisation de la prime doit être transmis aux producteurs.
✓		★ ★ ★	<i>Producteurs individuels sous contrat</i> Fair for Life exige que la prime pour projets collectifs soit versée sur un compte distinct de celui de l'entreprise contractante. La prime doit être gérée par un comité élu et composé en majorité de producteurs et de travailleurs. Des représentants de l'entreprise, des acheteurs ou des experts externes sont également autorisés à rejoindre ce comité.
✓		★ ★ ★	<i>Plantations</i> Fair for Life exige que la prime pour projets collectifs soit versée sur un compte distinct de celui de l'entreprise contractante. La prime doit être gérée par un comité élu et composé en majorité de travailleurs. Des représentants de l'entreprise, des acheteurs ou des experts externes sont également autorisés à rejoindre le groupe. Si l'auditeur constate lors du 1 <sup>e</sup> audit que ce comité n'existe pas, l'entreprise certifiée dispose de 6 mois pour le créer.

## CRITÈRES ENVIRONNEMENTAUX

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; RÉDUCTION DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DES ACTIVITÉS (EAU, ÉNERGIE, DÉCHETS)</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Les référentiels Fair for Life abordent de manière complète la question de la réduction des impacts environnementaux, tout en insistant sur la gestion durable de l'eau et de l'énergie.</p> <p>Toute organisation certifiée doit mettre en œuvre un dispositif de gestion durable des déchets dès la 3<sup>e</sup> année de certification.</p> <p>Si l'organisation certifiée dispose d'unités de transformation, elle doit se conformer à des exigences supplémentaires (référentiel sur la « production intégrée »).</p>
<b>&gt; RESPECT DE LA BIODIVERSITÉ</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Les activités des organisations certifiées ne doivent en aucun cas mettre en danger des forêts primaires ou secondaires, des systèmes aquatiques ou des espèces menacées.</p>
<b>&gt; INTERDICTION DES SUBSTANCES DANGEREUSES</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Le label Fair for Life a établi une liste de substances interdites, basée sur celles élaborées par l'Union européenne, la FAO et l'Agence américaine de Protection de l'Environnement.</p> <p>Chaque organisation certifiée doit nommer un responsable en charge de la gestion et du stockage des pesticides autorisés et organiser des formations sur l'utilisation des pesticides.</p>
<b>&gt; INTERDICTION DES OGM</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Fair For Life interdit le recours aux OGM.</p> <p>Néanmoins, les cahiers des charges autorisent une période de transition d'un an.</p>



CONTRÔLE ET SUIVI DES ORGANISATIONS CERTIFIÉES	PERTINENCE
<b>AUDITS</b>	
AUDITEURS	★★★
DÉROULEMENT DE L'AUDIT	★★★
REVUE DOCUMENTAIRE	★★★
AUDIT SUR SITE	★★★
ENTRETIENS AVEC LES PRODUCTEURS / TRAVAILLEURS	★★★
FRÉQUENCE DES AUDITS	★★★
AUDIT SURPRISE	★★★
<b>CONDITIONS D'OBTENTION DU LABEL</b>	
SYSTÈME DE NOTATION	★★★
MESURES CORRECTIVES	★★★
SUSPENSION / RETRAIT DU LABEL	★★★
<b>COÛTS DE CERTIFICATION ET COTISATIONS ANNUELLES</b>	
TRANSPARENCE	★★★
AIDE À LA CERTIFICATION	☆☆☆
<b>PLAINTES ET APPEL</b>	
TRAITEMENT DES PLAINTS ET DES APPELS	★★★

## AUDITS

### › Auditeurs

- Les auditeurs sont sélectionnés selon leur connaissance de la langue et du pays.
- Un auditeur ne peut pas inspecter une même organisation 4 années de suite.

### › Déroulement de l'audit

- Des réunions d'ouverture et de clôture sont organisées. Elles permettent à l'auditeur d'exposer aux dirigeants de l'organisation certifiée le déroulement de l'audit et la liste des exigences du référentiel auxquelles l'organisation ne se conforme pas. A partir du 2<sup>e</sup> audit, les membres de l'organisation ainsi

que les travailleurs doivent pouvoir, s'ils le souhaitent, participer à ces réunions.

- Si l'auditeur a recueilli des informations sensibles auprès des travailleurs il peut choisir de ne pas les communiquer à la direction de l'organisation.

› **Revue documentaire.** Tous les documents liés aux activités de commerce équitable (système de contrôle interne, contrats, registres de ventes et d'achats) ou statutaires doivent être mis à disposition de l'auditeur.

› **Audit sur site.** L'auditeur doit inspecter l'ensemble des locaux de l'organisation candidate afin d'en vérifier la sécurité, la salubrité et de s'assurer de la décence des conditions de travail.

› **Entretiens avec les producteurs / travailleurs.** Fair for Life exige de l'auditeur qu'il organise des entretiens individuels et collectifs avec les producteurs et les travailleurs en l'absence des représentants de la direction de l'organisation certifiée.

› **Fréquence des audits.** Un audit sur le terrain est organisé chaque année. L'auditeur doit s'assurer que la période de l'audit lui permettra d'organiser un nombre suffisant d'entretiens avec les producteurs.

› **Audit surprise.** Des audits surprise peuvent avoir lieu sur décision d'IMOsuisse AG.

## CONDITIONS D'OBTENTION DU LABEL

### › Système de notation

- Tous les critères identifiés comme « minima » doivent être respectés dès leur année d'entrée en vigueur.
- Au-delà des critères « minima » Fair for Life exige des organisations certifiées qu'elles démontrent une amélioration continue de leurs pratiques : 90 % des critères doivent être respectés la première année, 95 % la deuxième année et 100 % la troisième année.

› **Mesures correctives.** Si le rapport de l'auditeur mentionne que certaines exigences du référentiel ne sont pas respectées par l'organisation, cette dernière doit mettre en œuvre des actions correctives qui feront l'objet d'un suivi par IMOsuisse AG.

### › Suspension / retrait du label

- L'organisation est suspendue temporairement si certains critères « minima » ne sont pas respectés. Elle a 6 mois pour mettre en œuvre des mesures correctives. Les cas de suspension temporaire ne sont pas rendus publics par Fair for Life.
- Si l'organisation ne se conforme pas aux exigences « majeures » elle est suspendue et doit immédiatement mettre en œuvre des mesures correctives. L'annonce de la suspension est rendue publique sur le site internet de Fair for Life. L'organisation suspendue n'est plus autorisée à communiquer sur le label Fair for Life.

## COÛT DE CERTIFICATION ET COTISATIONS ANNUELLES

› **Transparence.** Les coûts de certification sont accessibles en ligne. Ces coûts dépendent de la taille de l'organisation de producteurs, de sa localisation et de celle de l'auditeur.

### › Aide à la certification.

- IMOgroup AG ne dispose pas d'un fonds d'aide à la certification à destination des organisations candidates.
- L'acheteur peut néanmoins payer les coûts de certification de l'organisation de producteurs avec laquelle il travaille. Il est alors propriétaire du label.

## PLAINTE ET APPEL

› **Traitement des plaintes et des appels.** Une organisation auditée peut faire appel de la décision prise par l'organisme de certification en lui faisant parvenir un courrier dans lequel elle fournit des éléments ou des preuves supplémentaires. IMOgroup AG réévalue son verdict en examinant ces nouveaux éléments.

## L'AVIS DES AUTEURS

A l'instar des labels Ecocert Equitable et Naturland Fair, le label Fair for Life associe les exigences de l'agriculture biologique, de la responsabilité sociétale des entreprises et du commerce équitable. Il est ouvert aux producteurs des pays en voie de développement aussi qu'aux producteurs des pays industrialisés. Dans l'ensemble les exigences du label couvrent les principes fondamentaux du commerce équitable. Il gagnerait néanmoins à renforcer son implication sur les volets politiques du commerce équitable en participant à des campagnes de plaidoyer et de sensibilisation.

Il convient de mentionner que les organisations de producteurs (bénéficiaires historiques du commerce

équitable) ne représentent que 17% des organisations labellisées Fair for Life, alors que la part des plantations atteint 41%. Néanmoins, les critères exigeants qui encadrent les pratiques des plantations viennent nuancer ces analyses dans la mesure où le label Fair for Life requiert de toutes les organisations certifiées qu'elles respectent les trois piliers du référentiel (agriculture biologique, RSE et commerce équitable).

En matière de gouvernance, Fair for Life a connu d'importants changements au cours des dernières années. La Bio-Fondation, une des deux organisations à l'origine du label, en a transféré la propriété au groupe IMO, un de ses fondateurs. Dans le même temps, la société IMO

group AG, gestionnaire du label, fait désormais partie du groupe Ecocert. A l'heure où ce guide est publié, un système d'équivalence avec le label Ecocert Equitable existe déjà et la coopération d'IMO avec la filiale Ecocert Environnement pourrait déboucher prochainement sur une fusion entre les deux labels : « Ecocert Equitable » et « Fair for Life ».



### > PRINCIPALES INFORMATIONS SUR FAIRTRADE - CHIFFRES CLÉS



### > CONTACT

Fairtrade International (FI)  
Bonner Talweg 177- 53129 Bonn, Allemagne  
Email: info@ fairtrade.net  
Telephone: +49 228 949230

### > PROPRIETAIRE DU LABEL

Les référentiels\* et le label\* Fairtrade sont la propriété de l'association Fairtrade International

### > ORGANISME DE CERTIFICATION

FLOCERT, créé en 2004.

### ACCREDITÉ ISO 17065

### > HISTORIQUE DU LABEL

- En 1988, à l'initiative de l'agence néerlandaise de développement Solidaridad, le premier label de commerce équitable, Max Havelaar, est lancé.
- A la fin des années 80/début des années 90, des initiatives nationales sont créées dans plusieurs pays d'Europe et en Amérique du Nord.
- En 2001, Fairtrade Labelling Organizations lance un référentiel pour la certification des «organisations dépendant d'une main d'oeuvre salariée». Ce référentiel couvre, entre autres, la certification des plantations\* de banane, de leurs, thé et fruits & légumes.
- En 2004 Fairtrade Labelling Organizations se sépare en deux entités indépendantes : Fairtrade International, en charge de l'élaboration des référentiels Fairtrade et du soutien aux producteurs ; et FLOCERT, organisme de certification.
- Depuis 2005, un cahier des charges spécifique à l'agriculture sous contrat\* permet à des producteurs individuels (non organisés en coopérative) de bénéficier du label Fairtrade. L'application de ce référentiel est restreint à trois pays et quatre produits.
- En 2014, Fairtrade International lance les Programmes d'Approvisionnement Fairtrade (FSP) pour le coton, le cacao et le sucre. Un label spécifique peut être apposé sur les produits FSP (dans le cas du coton, l'utilisation du label n'est pas systématique). Ces nouveaux programmes permettent aux entreprises d'élaborer des produits composites\* contenant uniquement un ingrédient (sucre ou cacao) labellisé Fairtrade (à 100 %). De plus, il permet d'acheter un poids donné de coton certifié Fairtrade puis de le mélanger à du coton non certifié au cours de la confection de produits textiles. L'utilisation du label sur les produits est soumise à condition et doit respecter la règle suivante : peut être labellisée Fairtrade une quantité de produits textiles dont le poids est égal à celui du coton certifié qui avait été acheté.

### Fairtrade International / Fair Trade USA

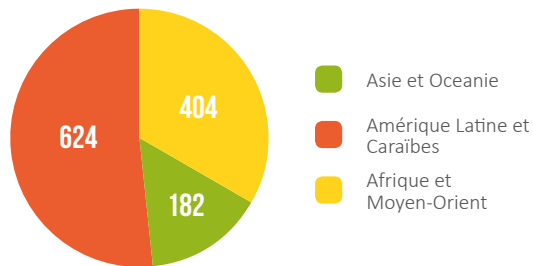
En 2011, Fair Trade USA, l'initiative américaine membre de Fairtrade International, renonce à son adhésion. Cette rupture est motivée par la volonté de Fair Trade USA de généraliser l'accès au commerce équitable à des producteurs individuels (non organisés en coopérative) et aux plantations. Un référentiel « Petits producteurs indépendants » a été élaboré dans cette perspective. En réaction, Fairtrade International a créé une nouvelle initiative sur le territoire américain : Fairtrade America.

### Fairtrade International / SPP

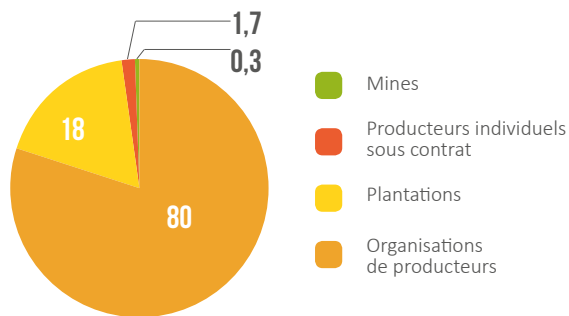
En novembre 2010, la CLAC (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de pequeños productores de Comercio Justo), réseau continental des producteurs labellisés Fairtrade, décide de créer son propre label, le Symbole des Producteurs Paysans (SPP). La CLAC étant opposée à l'ouverture du label Fairtrade aux plantations et aux producteurs individuels sous contrat, SPP est un label exclusivement consacré à la certification d'organisations de petits producteurs. La CLAC reste néanmoins membre de Fairtrade International et a voté une nouvelle constitution pour représenter également les travailleurs. Elle a par ailleurs transféré la propriété et la gestion du label SPP à une organisation extérieure : FUNDEPPO (voir fiche SPP pour plus de précisions).



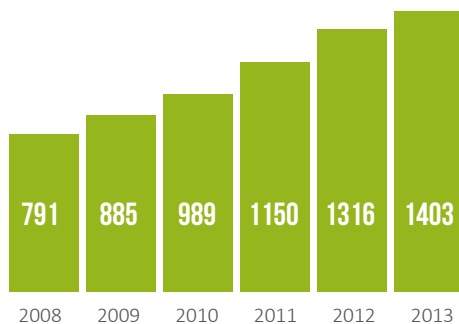
### NOMBRE D'ORGANISATIONS CERTIFIÉES PAR RÉGION (2013)



### TYPOLOGIE DES ORGANISATIONS CERTIFIÉES (EN %)



### NOMBRE DE PRODUITS CERTIFIÉS PAR ANNÉES



## > GOUVERNANCE

Fairtrade International est une organisation à but non lucratif. Elle comprend :

- Le siège de Fairtrade International qui coordonne l'élaboration des référentiels, le soutien aux producteurs, la gestion des filières et les consultations (qui rassemblent producteurs et opérateurs commerciaux).
- Les réseaux continentaux : CLAC, FTA (Fairtrade Africa) et NAP (Network of Asian and Pacific Producers). Ces réseaux représentent les producteurs et les travailleurs dans les instances de gouvernance de Fairtrade International. Ils apportent également leur soutien aux programmes de renforcement des capacités des organisations de producteurs du Sud.
- Les 20 initiatives nationales (dont Max Havelaar France). Leurs principales missions consistent à développer les marchés et à promouvoir le commerce équitable.
- Les réseaux continentaux de producteurs représentent les petits producteurs et les travailleurs dans les instances décisionnelles de Fairtrade International.

Elaboration des cahiers de charges :

- Les règles de gouvernance de Fairtrade International prévoient la participation de toutes les parties prenantes du système Fairtrade International. Les producteurs détiennent 50% des voix à l'Assemblée Générale de Fairtrade International et sont représentés dans les instances décisionnelles (Conseil d'Administration de Fairtrade International et de FLOCERT, Comité des Standards).
- Fairtrade International respecte le « Code ISEAL de bonnes pratiques pour l'élaboration des référentiels, les études d'impact et l'application des standards sociaux et environnementaux ».

## > ÉQUIVALENCE / RECONNAISSANCE

Fairtrade International ne reconnaît pas d'autres d'autres systèmes de garantie comme équivalents.

## PROMOTION ET SENSIBILISATION AU COMMERCE ÉQUITABLE / PLAIDOYER

Fairtrade International mène des actions de plaidoyer en faveur de l'amélioration des conditions de vie des producteurs au Sud et pour changer les règles du commerce mondial. Il est présent dans les grandes conférences internationales sur les questions de développement et de réchauffement climatique.

Les référentiels analysés sont : Version 01.05.2011\_v1.2 du référentiel « Production contractuelle », Version 10 Jul 2014 des critères de conformité « Production contractuelle » ; Version du 15.01.2014\_v1.0 du référentiel « Organisations dépendant d'une main d'œuvre salariée », Version du 10 Jul 2014 des critères de conformité « Organisations dépendant d'une main d'œuvre salariée » ; Version du 01.05.2011\_v1.2 du référentiel « Organisation des petits producteurs », Version du 10 Jul 2014 des critères de conformité « Organisations de petits producteurs » ; Version du 01.05.2011\_v1.3 du référentiel « Générique Commercial », Version du 17avril 2014 des critères de conformité « Certification commerciale »

## CHAPITRE 2

# FAIRTRADE MAX HAVELAAR

### > CONDITIONS D'ÉLIGIBILITÉ

#### CHAMP GÉOGRAPHIQUE

Pays en développement	✓	Fairtrade définit les pays éligibles au label sur la base de la liste établie par le Comité d'Aide au Développement de l'OCDE. Cette liste définit les pays bénéficiaires de l'aide au développement et inclut les pays définis par la Banque mondiale en tant que « pays à revenu intermédiaire » et pays « à revenu faible par habitant » <sup>1</sup> .
Pays de l'OCDE	✗	

#### PRÉ-REQUIS

Label agriculture biologique	✗	Le label agriculture biologique n'est pas un pré-requis à l'obtention du label Fairtrade. Néanmoins, Fairtrade demande aux acheteurs de payer une prime spécifique à l'organisation certifiée en cas de conversion de celle-ci à l'agriculture biologique.
------------------------------	---	--

#### TYPES D'ORGANISATION DE LA PRODUCTION

Organisations de producteurs	✓	■ Le label Fairtrade a élaboré 3 référentiels correspondant chacun à une des trois formes d'organisation de la production mentionnées ici.
Producteurs individuels sous contrat	✓	■ La certification des plantations est restreinte à quelques produits pour lesquels le recours aux plantations est répandu : banane, fleurs, thé, fruits et légumes.
Plantations	✓	■ L'agriculture sous contrat est restreinte à la production : de riz basmati et de coton en Inde, de fruits secs et de coton au Pakistan, de cacao en Océanie.

#### INSPECTION DE LA FILIÈRE

Producteurs	✓	Tous les lieux de production (champs, entrepôts, etc.) sont systématiquement inspectés.
Premiers acheteurs	✓	
Intermédiaires commerciaux	✓	Chaque organisation qui achète ou qui revend des produits certifiés (exportateur, transformateur ou intermédiaire), jusqu'au stade où ceux-ci sont dans leur emballage final, doit respecter les exigences des référentiels pour les opérateurs commerciaux (traçabilité et engagements commerciaux).
Marques	✓	
Revendeurs / détaillants	✓	

#### TRAÇABILITÉ DES PRODUITS

Traçabilité* physique	Règle générale	✓	La traçabilité documentaire ainsi que la traçabilité physique des produits certifiés sont obligatoires.
	Exception pour le cacao, le thé, le sucre de canne, les jus de fruits ainsi que pour le coton FSP	✗	Lorsque l'organisation certifiée vend sa production à des acheteurs qui ne respectent pas la traçabilité physique, l'absence de traçabilité physique des produits tout au long de la filière est tolérée pour le sucre de canne, le thé, le cacao, les jus de fruits et le coton FSP.
Traçabilité documentaire		✓	La traçabilité documentaire est systématiquement exigée.

### > LOGOS ET RÈGLES D'ÉTIQUETAGE

#### > PRODUITS COMPOSITES

- Les produits composites doivent contenir au minimum 20 % (en poids sec) d'ingrédients certifiés Fairtrade.
- Tout ce qui peut être équitable doit l'être\*.

#### > PRODUITS À INGRÉDIENT UNIQUE

- 100 % (poids sec) du produit doit être certifié Fairtrade.
- Tout ce qui peut être équitable doit l'être\*.



#### > FAIRTRADE SOURCING PROGRAM (FSP) / PROGRAMME D'APPROVISIONNEMENT FAIRTRADE

##### ■ CACAO ET SUCRE

Les produits portant le label « Programme d'Approvisionnement Fairtrade » (FSP) sont des produits composites dont 100 % de l'ingrédient (cacao ou sucre) est certifié Fairtrade.



##### ■ COTON

L'utilisation du logo sur les produits est soumise à condition. Le détenteur de licence peut utiliser le logo « Programme d'Approvisionnement Fairtrade pour le coton » (FSP) sur une quantité de produits textiles dont le poids est égal à celui du coton labellisé qui avait été acheté.







1. A l'heure où ce guide est publié, ces règles sont sur le point d'évoluer

## > ANALYSE DES RÉFÉRENTIELS ET DES GRILLES DE CONTRÔLE

### CRITÈRES ÉCONOMIQUES

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; PRIX JUSTE</b>			
✓		☆☆☆	<p>Pour chaque produit couvert par le label Fairtrade, un prix minimum est fixé par Fairtrade International. Il est régulièrement mis à jour (après consultation des parties prenantes) et disponible en ligne. Ces prix minima sont le point de départ des négociations entre les producteurs et les acheteurs.</p> <p>Néanmoins, aucun prix minimum n'existe pour le sucre de canne.</p> <p>Si le prix du marché d'un produit est supérieur au prix minimum, alors l'acheteur doit payer le prix du marché.</p>
<b>&gt; PRIME POUR PROJETS COLLECTIFS</b>			
✓		☆☆☆	<p>Pour chaque produit, le montant de la prime est fixé par Fairtrade International (même processus que pour le prix juste) et disponible en ligne.</p> <p>L'acheteur doit s'assurer qu'aucune déduction n'est ponctionnée par l'équipe dirigeante de l'organisation certifiée et que la prime est bien payée à l'organe collectif en charge de sa gestion, et non aux membres séparément.</p>
<b>&gt; ACCÈS FACILITÉ AU FINANCEMENT / PRÉFINANCEMENT</b>			
✓		☆☆☆	<p>Si l'organisation de producteurs en fait la demande, un préfinancement doit lui être accordé par l'acheteur. Le cas échéant, le pourcentage minimum de préfinancement doit être défini par les producteurs. Le maximum est fixé à 60 % de la valeur du contrat.</p> <p>Le taux d'intérêt applicable au remboursement du préfinancement par le producteur ne doit pas dépasser celui fixé à l'acheteur si ce dernier emprunte.</p>
<b>&gt; ENGAGEMENT DURABLE DES ACHETEURS</b>			
✓		☆☆☆	<p>Les référentiels Fairtrade n'exigent pas des acheteurs qu'ils s'engagent pour une durée minimum auprès des producteurs. Les acheteurs sont néanmoins obligés d'élaborer des plans d'approvisionnement qu'ils transmettent aux producteurs.</p> <p>La durée minimum de ces plans d'approvisionnement est variable selon les produits (12 mois pour le sucre, 3 mois pour le thé par exemple).</p>
<b>&gt; TRAÇABILITÉ</b>			
✓		☆☆☆	<p><i>Règle générale</i></p> <p>La séparation physique des ingrédients certifiés Fairtrade est obligatoire tout au long de la filière.</p>
⊘		☆☆☆	<p><i>Cacao, thé, sucre de canne, jus de fruits et coton FSP</i></p> <p>Dans le cas où une organisation certifiée vend sa production à des acheteurs qui ne respectent pas la traçabilité physique, elle n'est pas obligée de l'appliquer non plus. Fairtrade International tolère alors le recours au « bilan de masse »*. Seule la traçabilité documentaire est exigée.</p>











RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; RESPECT DES CONVENTIONS DE L'ORGANISATION INTERNATIONALE DU TRAVAIL</b>			
✓		★ ★ ★	<p><i>Organisation de producteurs</i></p> <p>Les référentiel Fairtrade exige le respect des 11 conventions de l'OIT retenues dans le cadre de cette analyse.</p> <p>Les organisations certifiées employant / dont les producteurs emploient plus de 20 salariés doivent se conformer à des exigences supplémentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Le salaire versé est au moins égal au revenu minimum défini par la loi nationale ou régionale (selon le plus élevé).</li> <li>■ Toute rupture / non-renouvellement de contrat fait l'objet d'une enquête par l'auditeur afin d'en inspecter la raison. Fairtrade International demande à l'auditeur d'être particulièrement vigilant dans le cas où le salarié est membre d'un syndicat.</li> <li>■ Une fiche de paie doit être remise à chaque travailleur.</li> </ul> <p>Des exigences supplémentaires relatives aux conditions de travail (sécurité, salubrité) sont incluses dans le référentiel et dans les formulaires de contrôle remplis par les auditeurs.</p>
✓		★ ★ ★	<p><i>Producteurs individuels sous contrat</i></p> <p>Seules 9 des 11 conventions mentionnées sont intégrées.</p> <p>Les références à la liberté syndicale et d'association, à la sécurité et la salubrité sur le lieu de travail sont absentes du cahier des charges.</p>
✓		★ ★ ★	<p><i>Plantations</i></p> <p>Les cahiers des charges Fairtrade exigent le respect des 11 conventions de l'OIT. Les critères sont précis et les indicateurs élaborés pour le contrôle pertinents.</p>
<b>&gt; AVANTAGES SOCIAUX ADDITIONNELS : SÉCURITÉ SOCIALE, RETRAITE, CONGÉS MATERNITÉ</b>			
✓		★ ★ ★	<p><i>Organisation de producteurs</i></p> <p>A partir de la 3<sup>e</sup> année de certification, l'organisation certifiée doit prévoir qu'au moins une activité de son plan de développement bénéficie directement aux travailleurs salariés.</p> <p>A partir de la 6<sup>e</sup> année de certification, les organisations qui emploient / dont les membres emploient plus de 20 salariés sont dans l'obligation de se conformer à la loi pour la mise en place de congés maternité et d'une sécurité sociale à destination des salariés.</p>
⊘	N/A	★ ★ ★	<p><i>Producteurs individuels sous contrat</i></p> <p>Les cahiers des charges ne prévoient pas de telles mesures. Néanmoins :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ A partir de la 6<sup>e</sup> année de certification, l'entreprise contractante et les producteurs qui lui sont affiliés doivent mettre en œuvre des mesures améliorant les conditions de travail des salariés,</li> <li>■ Les travailleurs salariés doivent être les bénéficiaires directs d'au moins une activité élaborée dans le cadre du plan de développement de l'entreprise.</li> </ul>
✓		★ ★ ★	<p><i>Plantations</i></p> <p>L'entreprise certifiée doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Accorder à ses travailleurs au moins 8 semaines de congés maternité et une indemnité conforme aux lois nationales.</li> <li>■ Assurer une sécurité sociale à tous les travailleurs.</li> <li>■ Fournir à partir de la 3<sup>e</sup> année de certification un plan de pensions de retraites.</li> </ul>
<b>&gt; TRAITEMENT ÉGALITAIRE DE TOUTS LES TRAVAILLEURS</b>			
✓		★ ★ ★	Aucune discrimination n'est tolérée. Toute entorse à cette règle est susceptible d'entraîner le retrait de la certification.




## GOVERNANCE / AUTONOMIE DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; EXISTENCE D'UNE STRUCTURE COLLECTIVE FORMELLE</b>			
✓		★★★	<i>Organisation de producteurs</i> Les cahiers des charges Fairtrade identifient l'assemblée générale comme l'organe suprême de décision de l'organisation de producteurs. L'auditeur vérifie que des règles explicites écrites fixent les conditions d'adhésion des producteurs à l'organisation de producteurs. Les organisations de deuxième et troisième niveaux sont dans l'obligation de mettre en place un système de contrôle interne leur permettant de s'assurer du respect par leurs membres des exigences du commerce équitable.
✓		★★★☆☆	<i>Producteurs individuels sous contrat</i> L'entreprise contractante doit garantir que les producteurs mettent en place une structure appelée conseil exécutif de producteurs en charge à la fois des relations avec l'entreprise et de la gestion de la prime de développement.
✓		★★★	<i>Plantations</i> Un comité de gestion de la prime de développement doit être créé.
<b>&gt; ACCESSIBILITÉ AUX PRODUCTEURS ET TRAVAILLEURS MARGINALISÉS</b>			
✓		★★★	Pour être certifiée Fairtrade, l'organisation de producteurs doit s'assurer qu'au moins la moitié : ■ Des membres de l'organisation sont des petits producteurs, ■ Du volume annuel de chaque produit certifié Fairtrade vendu est produit par des petits producteurs. A partir de la 6 <sup>e</sup> année de certification, l'organisation de producteurs doit disposer de programmes spécifiques à l'attention de groupes défavorisés préalablement identifiés.
<b>&gt; RENFORCEMENT DES CAPACITÉS DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS</b>			
✓		★★★	<i>Organisation de producteurs</i> Dès la 1 <sup>re</sup> année de certification, l'organisation de producteurs doit mettre en œuvre au moins une activité dont l'intention est de renforcer les capacités de ses membres. A partir de la 6 <sup>e</sup> année de certification, l'organisation de producteurs doit développer un outil de diagnostic des besoins de ses membres lui permettant d'élaborer les futures activités de renforcement des capacités.
✓		★★★☆☆	<i>Producteurs individuels sous contrat</i> L'entreprise contractante et les producteurs individuels doivent développer un « plan de développement organisationnel » (devant comprendre liste des activités et calendrier) de façon démocratique et transparente. Les cahiers des charges indiquent que l'objectif du plan est de permettre aux producteurs de créer une organisation de producteurs indépendante à moyen terme (à partir de la 3 <sup>e</sup> année de certification).
✓		★★★	<i>Plantations</i> L'entreprise doit organiser des sessions de formation des membres du comité de gestion de la prime de développement. Ces sessions doivent se dérouler durant les heures de travail et doivent être proposées à chaque nouveau membre élu. Dans une démarche de progrès, l'entreprise doit porter une attention spéciale à l'autonomisation et au renforcement des capacités des femmes.
<b>&gt; DROITS DES PEUPLES AUTOCHTONES</b>			
⊘	N/A	★★★	<i>Organisation de producteurs et Producteurs individuels sous contrat de production</i> Les référentiels ne contiennent pas d'exigence relative à ce critère.
✓		★★★	<i>Plantations</i> L'entreprise doit avoir le droit légitime d'utilisation des sols. Elle doit respecter les droits fonciers des populations locales. Tout différend foncier doit avoir été résolu pour l'obtention de la certification. L'auditeur vérifie que les dirigeants de l'entreprise adoptent une posture collaborative dans leur relation avec les communautés locales.





## GOVERNANCE / AUTONOMIE DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; PRISE DE DÉCISION DÉMOCRATIQUE</b>			
✓		★ ★ ★	<p><i>Organisation de producteurs</i></p> <p>Une assemblée générale annuelle doit être organisée au cours de laquelle les décisions sont prises de manière transparente et démocratique. Lors des audits :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Les comptes-rendus et relevés de décision de l'assemblée doivent être mis à disposition de l'auditeur pour vérification.</li> <li>■ Des entretiens sont réalisés avec les producteurs pour s'assurer du fonctionnement démocratique de l'organisation.</li> </ul>
✓		★ ★ ★	<p><i>Producteurs individuels sous contrat</i></p> <p>L'entreprise contractante doit s'assurer du fonctionnement démocratique du comité exécutif de producteurs et doit aider les producteurs à construire un système de contrôle interne pour la future organisation de producteurs.</p>
✓		★ ★ ★	<p><i>Plantations</i></p> <p>Le cahier des charges exige que tous les membres du comité de gestion de la prime de développement soient élus démocratiquement par les travailleurs..</p>
<b>&gt; TRANSPARENCE DE L'INFORMATION</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Les trois cahiers des charges exigent que tous les documents (comptes, comptes-rendus) soient mis à disposition des producteurs et travailleurs souhaitant les consulter. Les partenaires commerciaux y ont accès sur demande.</p> <p>Les résultats des audits doivent être partagés avec les travailleurs (à partir de la 1<sup>e</sup> année de certification) et les producteurs (à partir de 3<sup>e</sup> année de certification).</p>
<b>&gt; PARTICIPATION DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS</b>			
✓		★ ★ ★	<p><i>Organisation de producteurs</i></p> <p>Les producteurs doivent prendre part à toutes les décisions relatives à la gestion de l'organisation de producteurs.</p> <p>Dans une démarche de progrès, le label Fairtrade incite les organisations de producteurs à impliquer davantage leurs membres dans les prises de décisions. Des mesures doivent être mises en place en ce sens.</p>
✓		★ ★ ★	<p><i>Producteurs individuels sous contrat</i></p> <p>Les producteurs doivent prendre part à toutes les instances en lien avec les activités de commerce équitable.</p> <p>Dans une démarche de progrès, l'entreprise ou le comité exécutif de l'organisation de producteurs doit concevoir des mesures promouvant la participation des producteurs (ex. formations).</p>
✓		★ ★ ★	<p><i>Plantations</i></p> <p>L'entreprise doit organiser des rencontres avec les représentants des travailleurs au moins une fois tous les trois mois. Les comptes-rendus de ces réunions doivent être transmis aux travailleurs.</p>
<b>&gt; NON DISCRIMINATION</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Toute règle et/ou pratique discriminante visant à empêcher des producteurs de rejoindre l'organisation certifiée est prohibée. Le non-respect de cette exigence est susceptible d'entraîner le retrait de la certification.</p>

Suite page suivante

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; SUIVI DE LA GESTION DÉMOCRATIQUE DE LA PRIME POUR PROJETS COLLECTIFS</b>			
✓		★ ★ ★	<p><i>Organisation de producteurs</i></p> <p>Toute activité mise en œuvre grâce à la prime de développement doit être incluse dans un plan de développement soumis au vote de l'assemblée générale. Chaque année un rapport portant sur l'utilisation de la prime doit être présenté à l'assemblée.</p> <p>L'organisation doit se munir d'un système comptable qui permet le suivi budgétaire des dépenses du plan de développement.</p>
✓		★ ★ ★	<p><i>Producteurs individuels sous contrat</i></p> <p>Tout travailleur / producteur doit être en mesure de suggérer des activités pouvant être financées par la prime de développement. L'utilisation de la prime de développement doit être conforme au « plan de développement organisationnel ».</p> <p>Néanmoins, le cahier des charges autorise des représentants de l'entreprise contractante à participer (sans droit de vote) aux réunions dédiées à la gestion de la prime de développement.</p>
✓		★ ★ ★	<p><i>Plantations</i></p> <p>Le comité de gestion de la prime de développement doit rencontrer régulièrement les travailleurs afin de comprendre leurs besoins et de discuter de leurs idées de projets. Cela doit être fait durant le temps de travail et dans l'optique de mettre en place le plan d'utilisation de la prime de développement.</p> <p>Néanmoins, le cahier des charges indique que des représentants mandatés par l'entreprise doivent participer activement, à titre consultatif, au comité de gestion de la prime de développement. Ils disposent néanmoins d'un droit de veto leur permettant de bloquer les dépenses qui enfreindraient les règles d'utilisation de la prime.</p> <p>La prime de développement est versée sur un compte distinct de celui de l'entreprise. Le représentant des travailleurs et la direction de l'entreprise doivent en être cosignataires.</p>

## CRITÈRES ENVIRONNEMENTAUX

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; RÉDUCTION DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DES ACTIVITÉS (EAU, ÉNERGIE, DÉCHETS)</b>			
✓		★ ★ ★	Les exigences requises a minima par le label Fairtrade portent principalement sur le respect des législations nationales / locales.
<b>&gt; RESPECT DE LA BIODIVERSITÉ</b>			
✓		★ ★ ★	<p>L'activité des organisations certifiées ne doit pas mettre en danger des aires naturelles protégées.</p> <p>Les exigences de Fairtrade International portent davantage sur la prévention, la sensibilisation et l'amélioration continue des pratiques que sur des critères contraignants.</p>
<b>&gt; INTERDICTION DES SUBSTANCES DANGEREUSES</b>			
✓		★ ★ ★	<p>L'utilisation de pesticides est autorisée mais néanmoins encadrée. Plusieurs documents répertorient les substances interdites par le label Fairtrade sont disponibles en ligne.</p> <p>Les exigences du label Fairtrade portent davantage sur la prévention et la sensibilisation à l'utilisation raisonnée de substances chimiques que sur leur interdiction.</p>
<b>&gt; INTERDICTION DES OGM</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Aucun produit / ingrédient certifié Fairtrade ne peut provenir de variétés OGM.</p> <p>Néanmoins, les organisations certifiées sont autorisées à cultiver des semences OGM (ne pouvant donc pas être certifiées) si et seulement si des mesures sont mises en place pour assurer l'absence de contact avec les cultures certifiées.</p>





CONTRÔLE ET SUIVI DES ORGANISATIONS CERTIFIÉES	PERTINENCE
<b>AUDITS</b>	
AUDITEURS	★★★
DÉROULEMENT DE L'AUDIT	★★★
REVUE DOCUMENTAIRE	★★★
AUDIT SUR SITE	★★★
ENTRETIENS AVEC LES PRODUCTEURS / TRAVAILLEURS	★★★
FRÉQUENCE DES AUDITS	★★★
AUDIT SURPRISE	★★★
<b>CONDITIONS D'OBTENTION DU LABEL</b>	
SYSTÈME DE NOTATION	★★★
MESURES CORRECTIVES	★★★
SUSPENSION / RETRAIT DU LABEL	★★★
<b>COÛTS DE CERTIFICATION ET COTISATIONS ANNUELLES</b>	
TRANSPARENCE	★★★
AIDE À LA CERTIFICATION	★★★
<b>PLAINTES ET APPEL</b>	
TRAITEMENT DES PLAINTES ET DES APPELS.	★★★

## AUDITS

- › **Auditeurs.** Les auditeurs sont des salariés de FLOCERT ou des consultants extérieurs auxquels FLOCERT fait appel. Dans la mesure du possible, au moins un des auditeurs doit être originaire de l'aire géographique où se situe l'organisation inspectée.
- › **Déroulement de l'audit**
  - Chaque audit doit débuter par une réunion d'ouverture et se clore par une session au cours de laquelle l'auditeur expose aux dirigeants de l'organisation inspectée la liste des critères qu'elle ne respecte pas.
  - Le protocole d'audit n'exige pas la présence des représentants des travailleurs et/ou des producteurs lors de ces réunions.

- › **Revue documentaire.** Tous les documents statutaires sont inspectés ainsi que l'ensemble des documents liés aux activités de commerce équitable.
- › **Audit sur site.** L'audit initial et les audits de renouvellement de la certification ont toujours lieu dans les locaux de l'organisation candidate ou à proximité de celle-ci.
- › **Entretiens avec les producteurs / travailleurs.** L'auditeur doit organiser des entretiens avec les producteurs et les travailleurs.
- › **Fréquence des audits.** La certification est décernée pour 3 ans. Suite à l'audit initial, l'organisation certifiée entame un cycle de contrôle de 3 ans au cours duquel un audit sur site, dit de surveillance, est organisé. Lors de cet audit, seule la conformité aux critères « majeurs et centraux » est contrôlée.
- › **Audit surprise.** Le label Fairtrade prévoit l'organisation d'audits surprises.

## CONDITIONS D'OBTENTION DU LABEL

- › **Système de notation.** A chaque critère est associé un rang, une date d'entrée en vigueur (année 1, 2, 3, etc.) et un panel de notes (entre 1 et 5, 3 étant la note minimum pour valider le critère) :
  - Un nombre limité de critères sont classés en tant que « critères majeurs » : le non-respect de ce type de critère est susceptible d'entraîner le retrait de la certification.
  - Les critères dits centraux doivent être respectés à leur date d'entrée en vigueur.
  - Les critères de développement sont rattachés à différents blocs de critères. L'organisation certifiée doit obtenir une moyenne de 3 aux critères de développement associés à chaque bloc pour que ce dernier soit validé.
  - Le référentiel applicable aux acheteurs et partenaires commerciaux des organisations certifiées n'inclut pas de critères de développement.
- › **Mesures correctives.** Dans les cas où FLOCERT identifie le non-respect de certains critères lors des audits, des mesures correctives doivent être élaborées et soumises à FLOCERT par l'organisation inspectée. Elle a ensuite 4 mois pour apporter la preuve que ces mesures ont été appliquées.
- › **Suspension / retrait du label.** La certification de l'organisation est suspendue entre 2 et 4 mois dans les cas suivants :
  - Le non-respect de « critères majeurs » des cahiers des charges est identifié lors des audits ou porté à la connaissance de FLOCERT.
  - L'organisation ne met pas en place pas les mesures correctives appropriées dans le délai imparti. Dans ce cas, 5 mois sont laissés à l'organisation pour démontrer que les irrégularités ont été corrigées.
 L'organisation perd le label si :
  - Des mesures correctives ne sont pas présentées à FLOCERT dans les 5 mois suivant la suspension.
  - FLOCERT identifie le non-respect d'un même « critère majeur » lors de 3 audits consécutifs.

## COÛT DE CERTIFICATION ET COTISATIONS ANNUELLES

- › **Transparence.** Les coûts de certification :
  - Sont disponibles en ligne.
  - Dépendent : de la nature de l'organisation, de sa taille (nombre de membres) du nombre de produits certifiés, du nombre de sous-traitants, etc.
  - Sont payés en amont de chaque audit.
 Le détenteur de licence paie des droits de licence indexés sur le chiffre d'affaires issu de la vente des produits labellisés Fairtrade.

› **Aide à la certification.** Un fonds d'aide à la certification est mis à disposition des organisations qui en font la demande. Le fonds ne peut être obtenu plus de deux fois par une même organisation de producteurs.

## PLAINTES ET APPEL

› **Traitement des plaintes et des appels.** Toute organisation auditée a la possibilité de faire appel de la décision de FLOCERT dans les 30 jours suivant la réception du verdict. Les procédures sont disponibles en ligne.

## L'AVIS DES AUTEURS

Fairtrade Max Havelaar est le label de consommation responsable le plus connu des consommateurs dans le monde. Sa part de marché, représente environ 80% des ventes mondiales de produits issus du commerce équitable. Et malgré la multiplication des labels, il reste une référence incontournable dans le secteur : de nombreux labels se réfèrent à ses prix minimums comme base de leur propre politique de prix.

C'est aussi, avec WFTO, l'un des rares labels de commerce équitable, qui s'appuie sur un réseau de bénévoles pour mener des campagnes de sensibilisation des citoyens à la consommation responsable et qui développe des activités de plaidoyer spécifiques pour rendre les règles du commerce mondial plus juste.

Le cadre stratégique 2013-2015 de l'organisation Fairtrade Max Havelaar (« Libérez le pouvoir de tous ») définit les principaux axes de développement du label. Il prévoit d'une part de consolider ses services d'appui aux petits producteurs afin de poursuivre le renforcement de leurs organisations- véritable clef de voute du développement des communautés rurales des pays du Sud.

D'autre part, Fairtrade international prévoit de poursuivre l'ouverture du label à de nouvelles formes d'organisations ou le développement de nouveaux modèles commerciaux. C'est ainsi que 2014 a vu le lancement des Programmes d'approvisionnement Fairtrade (Fairtrade Sourcing Programs - FSP) pour le coton, le sucre et le cacao. Ce nouveau programme permet en effet aux entreprises d'élaborer des produits composites\* contenant un seul ingrédient labellisé Fairtrade (à 100 %) et de s'affranchir ainsi du respect de la règle historique dite du « All that can be »\* (tout ce qui peut être équitable dans un produit doit l'être). Le FSP, qui facilite la certification de multinationales de l'agroalimentaire ou du textile, a donné lieu à de nombreux débats au sein du secteur et a alimenté les critiques de certains observateurs. Pour Fairtrade International, ces développements ont pour ambition d'étendre les bénéfices du commerce équitable à de nouveaux acteurs. Pour d'autres, cela permet de rendre la labélisation accessible à de nouveaux acteurs à moindre coût et avec un impact moindre en terme de développement des communautés.

Cette évolution majeure, accompagnée par ailleurs de changements non moins importants (scission entre Fairtrade International et Fair Trade USA, création du label SPP), n'a pas empêché le label Fairtrade de renforcer sa gouvernance, qui compte, depuis 2010, 50% de producteurs dans toutes ses instances représentatives et décisionnaires.

Ce geste symboliquement fort ne doit néanmoins pas masquer des processus de consultations internes et de prises de décisions souvent relativement longs et lourds. Ainsi, les mises à jour des prix minimum garantis restent trop peu fréquentes par rapport aux évolutions des coûts de production.

Quel modèle agricole privilégier et comment concilier des logiques souvent contradictoires, c'est l'enjeu central auquel le système Fairtrade doit aujourd'hui prouver qu'il est capable de répondre. Fairtrade International reconnaît pour sa part que les petits producteurs subissent parfois de la concurrence au sein même du système et promet de développer des stratégies pour minimiser ce risque.

### ➤ PRINCIPALES INFORMATIONS SUR LE LABEL FAIR TRADE USA



#### ➤ CONTACT

Fair Trade USA, 1500 Broadway, Suite 400, Oakland,  
California 94612 USA  
Téléphone : 1-510-663-5260  
Site internet : <http://fairtradeusa.org>

#### ➤ PROPRIETAIRE DES REFERENTIELS\*

Fair Trade USA (FTUSA) possède ses propres référentiels pour la certification des plantations\*, des producteurs individuels sous contrat\* et du textile. Ce label utilise toutefois le référentiel du label Fairtrade Max Havelaar - élaboré à l'époque où FTUSA était encore une initiative membre de Fairtrade International- pour la certification des organisations de producteurs. Néanmoins, FTUSA ne paye ni cotisations ni coûts de certification à Fairtrade International.

#### ➤ HISTORIQUE DU LABEL

FTUSA - initialement Transfair USA - est une organisation créée par Fairtrade International en 1998 aux États-Unis (elle faisait partie des 20 initiatives nationales de Fairtrade International, à l'instar de Max Havelaar France sur le territoire français). Le 1<sup>er</sup> janvier 2012, FTUSA a décidé de quitter Fairtrade International pour s'établir en tant qu'organisation indépendante. Cette rupture était motivée par la volonté de FTUSA de généraliser l'accès au commerce équitable pour les producteurs individuels sous contrat et les plantations. Ces deux formes d'organisation de la production sont couvertes par le label Fairtrade, mais sont cantonnées à certains produits et à certaines zones géographiques. Au contraire, FTUSA a annoncé son intention d'ouvrir sans restriction l'utilisation de son label aux organisations développant ces pratiques (programme « Fair Trade for All »).

En réaction, Fairtrade International a créé une nouvelle initiative sur le territoire américain : Fairtrade America. FTUSA a alors élaboré ses propres référentiels pour la certification des plantations, des producteurs individuels sous contrat, des opérateurs commerciaux, du textile et des articles de maison. Le contenu des référentiels relatifs à la certification des producteurs individuels sous contrat et des plantations sont similaires à ceux du label Fairtrade. Ils sont toutefois ouverts à de nouvelles cultures comme le café, ce qui n'est pas le cas dans le système Fairtrade Max Havelaar, où la production de café n'est autorisée que dans le cadre d'organisations de producteurs.

De nombreuses controverses sont nées suite changement de dénomination de Transfair USA, devenue FTUSA depuis son départ de Fairtrade International, et de l'application du programme « Fair Trade For All ».

#### ➤ ORGANISME DE CERTIFICATION

FTUSA collabore avec SCS Global Services pour la conduite des audits. SCS est un organisme de certification basé en Californie (Etats-Unis). Il est actif dans la certification des produits agro-alimentaires et biologiques, de la foresterie durable et de la compensation carbone. SCS gère également le processus de vérification par tierce-partie pour les fournisseurs qui utilisent le référentiel C.A.F.É de Starbucks pour justifier l'éthique de leur approvisionnement en café.

### PROMOTION ET SENSIBILISATION AU COMMERCE ÉQUITABLE / PLAIDOYER

FTUSA considère la sensibilisation des consommateurs comme partie intégrante de sa mission. Aux États-Unis, octobre correspond au mois du commerce équitable au cours duquel des activités de promotion sont menées (en collaboration avec des partenaires). On estime à 150 millions le nombre de personnes sensibilisés en 2014.

## › GOUVERNANCE

La gouvernance de FTUSA est totalement indépendante de celle de Fairtrade International. Les différents organes en charge de l'administration du label sont les suivants :

- Le comité de direction, chargé d'approuver les propositions et les versions finales des nouveaux cahiers des charges de FTUSA.
- Le conseil d'administration (dont les règles de constitution ne sont pas établies).
- Le comité consultatif qui examine les commentaires formulés par les différentes parties prenantes, intervient sur des questions stratégiques et formule des recommandations- relatives au contenu des propositions et des versions finales des référentiels de FTUSA- à l'équipe en charge de l'élaboration des référentiels et au comité de direction. Ce comité est essentiellement composé de spécialistes du commerce.

Toute modification des référentiels doit faire l'objet d'un « Project Plan » consultable par tous. Ce document doit contenir les éléments suivants : motivations justifiant la modification des référentiels, résumé des étapes à suivre pour la modification, échéancier, organes compétent pour l'approbation des modifications. Les référentiels de FTUSA sont révisés tous les 5 ans.

## › ÉQUIVALENCE / RECONNAISSANCE

FTUSA reconnaît comme équivalent le référentiel de Fairtrade International pour les organisations de producteurs.

*Fair Trade USA n'a pas été en mesure de fournir aux auteurs de ce guide les statistiques nécessaires à l'élaboration des graphiques.*

## › LOGOS ET RÈGLES D'ÉTIQUETAGE

### › PRODUITS COMPOSITES\*

- Les produits composites doivent contenir au minimum 20 % d'ingrédients certifiés.
- Si le produit contient du café, du cacao, du thé ou de la quinoa, ces ingrédients doivent être certifiés.
- Si la totalité des ingrédients n'est pas certifiée, une étiquette spécifiant le/ les ingrédient(s) certifié(s) doit être ajoutée.
- Le pourcentage d'ingrédients certifiés doit figurer au dos de l'emballage.

### › PRODUITS COMPOSITES NE PORTANT PAS LE LABEL

Si le produit contient moins de 20 % d'ingrédients certifiés, le logo ne peut être utilisé sur l'emballage. Seule la mention « (ingrédient) certifié Commerce Équitable » peut apparaître.

### › TEXTILE ET ARTICLES DE MAISON

Trois options possibles :

1. Si seul le coton est certifié alors cette information doit figurer sur le label.
2. Si seule l'usine de confection est certifiée alors le label « Fair Trade Factory » ou « Fair Trade Sewing » doit être appliqué.
3. Si le coton et l'usine de confection sont tous les deux certifiés alors le label complet peut être utilisé (même si les étapes intermédiaires de fabrication ne sont pas certifiées).

## > CONDITIONS D'ÉLIGIBILITÉ<sup>1</sup>

### CHAMP GÉOGRAPHIQUE

<b>Pays en développement</b>	✓	FTUSA était historiquement tourné vers les pays en développement (70 pays). En 2009 FTUSA a entamé une réflexion sur la place du commerce équitable dans les pays de l'OCDE, qui a abouti en 2014 à la certification d'une exploitation canadienne de poivrons employant plus de 100 travailleurs et à l'ouverture officielle du label à ces pays. FTUSA ne donne pas de définition de ce qu'il considère être un pays en développement.
<b>Pays de l'OCDE</b>	✓	

### PRÉ-REQUIS

<b>Label agriculture biologique</b>	✓	Le label Bio n'est pas un pré-requis. Néanmoins FTUSA fixe pour la majorité des produits, mais pas pour tous, des prix minima supérieurs à ceux élaborés pour les produits conventionnels devant être payés à l'organisation certifiée en cas de conversion de celle-ci à l'agriculture biologique.
-------------------------------------	---	---

### TYPES D'ORGANISATION DE LA PRODUCTION

<b>Organisations de producteurs</b>	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ FTUSA ne possède pas son propre référentiel pour la certification des organisations de producteurs mais considère celui de Fairtrade International comme étant équivalent.</li> <li>■ Une organisation de producteurs n'est éligible que si au moins 50 % des producteurs qui la composent répondent à la définition d'un petit producteur donnée par FTUSA. Il existe deux définitions d'un petit producteur : une pour les exploitations agricoles nécessitant une main d'œuvre intensive et une seconde pour les exploitations moins intensives en main d'œuvre.</li> </ul>
<b>Producteurs individuels sous contrat</b>	✓	FTUSA a élaboré son propre référentiel pour les producteurs individuels sous contrat. Ces derniers doivent collaborer avec un « market access partner », qui est le seul détenteur du label <sup>2</sup> . A partir de la 6 <sup>e</sup> année de certification les producteurs sont tenus de se constituer en une organisation indépendante. Cette dernière devient alors l'unique détentrice du label et est éligible au référentiel « organisations de producteurs ». Dans certains cas de figure néanmoins, Fair Trade USA tolère que l'organisation nouvellement constituée continue de déléguer au « market access partner » plusieurs prérogatives importantes (dont la commercialisation de la production de ses membres). L'organisation n'est alors pas éligible au référentiel destiné aux organisations de producteurs.
<b>Plantations</b>	✓	FTUSA possède son propre référentiel pour les plantations. L'éligibilité à ce référentiel n'est soumise à aucune restriction.

### INSPECTION DE LA FILIÈRE

<b>Producteurs</b>	✓	Toutes les organisations impliquées dans la production, la transformation, la fabrication et le traitement de produits certifiés doivent être enregistrés auprès de FTUSA. Le contrôle porte uniquement sur la traçabilité.
<b>Premiers acheteurs</b>	✓	
<b>Intermédiaires commerciaux</b>	✓	
<b>Marques</b>	✓	
<b>Revendeurs / détaillants</b>	✓	

### TRAÇABILITÉ DES PRODUITS

<b>Traçabilité* physique</b>	<b>Règle générale</b>	✓	La traçabilité physique est obligatoire
	<b>Exceptions</b>	⊘	La traçabilité physique pour le cacao, le sucre, le thé et les jus de fruit n'est pas obligatoire
<b>Traçabilité documentaire</b>		✓	FTUSA requiert la traçabilité documentaire des produits certifiés.





1. Les référentiels analysés sont : version 1.0 2013 du référentiel pour les « Opérateurs commerciaux » ; version 1.0 Janvier 2014 des grilles de contrôle « Opérateurs commerciaux » ; version 1.1 du référentiel et des grilles de contrôle « Producteurs individuels sous contrat » ; version 1.1 2014 du référentiel et des grilles de contrôle « Plantations » ; version 1.1 Octobre 2013 du référentiel et grilles de contrôle « Textile et articles de maison. » ; V1-0 et V2 du « Manuel de certification ».

2. Le Market Access Partner est une organisation tierce représentant les intérêts des producteurs et possédant des fonctions semblables à celles d'une coopérative.


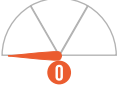
## CRITÈRES ÉCONOMIQUES

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; PRIX JUSTE</b>			
✓		★★★	<p><i>Organisations de producteurs</i></p> <p>La grille de contrôle relative au partenariat équitable entre les producteurs et l'acheteur contient plusieurs critères précisant la méthodologie à utiliser pour la détermination du prix juste. Cette grille précise également les documents dans lesquels doivent figurer ces informations (ex : contrats, factures, etc.).</p> <p>FTUSA fixe des prix minima garantis pour la plupart des produits. Le prix de marché doit être utilisé si aucun prix n'a été déterminé ou s'il est supérieur au prix minimum garanti dans le cadre du commerce équitable.</p>
✓		★★★	<p><i>Producteurs individuels sous contrat</i></p> <p>L'organisation doit aligner le salaire des producteurs avec le salaire minimum légal. Le salaire moyen régional peut être utilisé comme référence à condition qu'il soit supérieur au salaire minimum légal. Les organisations employant un grand nombre de producteurs sont tenues d'établir des bulletins de paie. Les grilles de contrôle stipulent qu'après l'année 3 de certification, des réunions doivent être tenues pour discuter d'éventuelles hausses de salaire. L'organisme de certification doit vérifier ces informations à travers des entretiens avec les producteurs, des observations, des comptes rendus de réunion ou du matériel de formation.</p> <p>Il existe une exigence relative au salaire décent mais aucune quant à son paiement.</p> <p>Les structures employant peu de producteurs sont exemptées de certaines exigences. Cette décision revient à l'auditeur qui doit estimer les besoins des producteurs sans pour autant induire des charges administratives inutiles.</p>
✓		★★★	<p><i>Plantations</i></p> <p>Les grilles de contrôles consacrées à l'audit des plantations précisent que le salaire payé aux travailleurs de la plantation doit être au minimum égal au salaire minimum national. Par ailleurs l'entreprise doit élaborer des documents expliquant comment sont fixés les salaires. Le versement d'un salaire décent n'est pas obligatoire.</p>
<b>&gt; PRIME POUR PROJETS COLLECTIFS</b>			
✓		★★★	<p>La grille de contrôle consacrée au partenariat commercial entre producteurs et acheteur contient plusieurs critères précisant la méthodologie à utiliser pour la détermination de la prime pour projets collectifs. Cette grille précise également les documents dans lesquels doivent figurer ces informations (ex : contrats, factures, etc.).</p> <p>Pour chaque produit, le montant de la prime est fixé par FTUSA et disponible en ligne.</p> <p>La prime pour projets collectifs versée pour le textile varie. Son montant est lié au fait que les travailleurs perçoivent ou non un salaire vital.</p>
<b>&gt; ACCÈS FACILITÉ AU FINANCEMENT / PRÉFINANCEMENT</b>			
✓		★★★	<p>Les acheteurs sont tenus d'accorder un préfinancement au maximum égal à 60% de la valeur du contrat dès lors qu'un producteur en fait la demande et à condition que ce dernier soit solvable (risqué de non-remboursement faible).</p> <p>Cette exigence est vérifiée par revue documentaire.</p>
<b>&gt; ENGAGEMENT DURABLE DES ACHETEURS</b>			
✓		★★★	<p>Ce critère n'est pas suffisamment couvert par les référentiels de FTUSA et n'est pas identifié comme une exigence. Seules des exigences indirectes relatives au contrat sont inscrites dans les référentiels.</p>
<b>&gt; TRAÇABILITÉ</b>			
✓		★★★	<p><i>Règle générale</i></p> <p>La traçabilité physique pour le cacao, le sucre, le thé et les jus de fruit n'est pas obligatoire (voir ci-dessous).</p> <p>Pour tous les autres ingrédients, la traçabilité physique et documentaire est obligatoire. Le contrôle de ce critère doit s'appuyer sur les documents d'achat et de ventes ainsi que sur l'inspection des lieux de production et de transformation.</p>
✓		★★★	<p><i>Cacao, le sucre, le thé, les jus de fruits, les vêtements et les articles de maison</i></p> <p>La traçabilité physique de ces produits est facultative. FTUSA autorise le « mass balance* ».</p> <p>Les usines de confection de textile et d'articles de maison ne sont pas tenues de se conformer à ce critère, seule l'usine finale est tenue d'y répondre.</p>



RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; RESPECT DES CONVENTIONS DE L'ORGANISATION INTERNATIONALE DU TRAVAIL</b>			
✓		☆☆☆	Les conventions de l'OIT sont quasiment toutes mentionnées explicitement et font l'objet d'un contrôle. Toutefois, leur respect n'est systématiquement obligatoire dès la 1 <sup>e</sup> année de certification. Pour certaines des conventions, les grilles de contrôles mentionnent les documents (rapports, politique sociale de l'organisation) que l'auditeur doit consulter mais pas pour toutes. Par ailleurs très peu d'indications sont données à l'auditeur quant à la marche à suivre lors de l'inspection de terrain.
<b>&gt; AVANTAGES SOCIAUX ADDITIONNELS : SÉCURITÉ SOCIALE, RETRAITE, CONGÉS MATERNITÉ</b>			
✓		☆☆☆	Les référentiels FTUSA incluent des bénéfices sociaux complémentaires tels que des congés maternité. Pour la plupart, ils ne sont pas identifiés comme étant des critères majeurs et/ou ne sont pas obligatoires au cours de la 1 <sup>e</sup> année de certification.
<b>&gt; TRAITEMENT ÉGALITAIRE DE TOUS LES TRAVAILLEURS</b>			
✓		☆☆☆	<i>Producteurs individuels sous contrat</i> Au-delà d'un critère général sur l'absence de discrimination, le référentiel et les grilles de contrôles sont peu précis sur la question.
✓		☆☆☆	<i>Plantations</i> L'auditeur doit s'assurer que les travailleurs saisonniers reçoivent une rémunération similaire à celle perçue par les travailleurs permanents pour un travail équivalent. Fair Trade USA insiste par ailleurs sur le respect du congé maternité.

## GOVERNANCE / AUTONOMIE DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; EXISTENCE D'UNE STRUCTURE COLLECTIVE FORMELLE</b>			
✓		☆☆☆	Le référentiel FTUSA pour les producteurs individuels sous contrat ne requiert pas de ces derniers qu'ils s'organisent au sein d'une structure démocratique formelle. Une structure extérieure (« market access partner ») est alors en charge de la gestion des activités de commerce équitable jusqu'à la 6 <sup>e</sup> année de certification.
<b>&gt; ACCESSIBILITÉ AUX PRODUCTEURS ET TRAVAILLEURS MARGINALISÉS</b>			
✓		☆☆☆	Les différents référentiels mentionnent la nécessité de rendre les bénéfices du commerce équitable accessibles à certaines populations marginalisées mais la caractérisation de ces dernières est imprécise.









## GOVERNANCE / AUTONOMIE DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; RENFORCEMENT DES CAPACITÉS DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS</b>			
✓		★ ★ ★	Des programmes de renforcement des capacités doivent être mis en place et intégrés dans un « plan de développement ». Le référentiel FTUSA pour les producteurs individuels sous contrat exige qu'à partir de l'année 3, le « market access partner » propose un programme pour améliorer la situation des producteurs issus des groupes marginalisés ou défavorisés.
<b>&gt; DROITS DES PEUPLES AUTOCHTONES</b>			
✓		★ ★ ★	Les conventions relatives au respect des droits des peuples autochtones sont mentionnées dans les référentiels mais ne sont pas déclinées en critères.
<b>&gt; PRISE DE DÉCISION DÉMOCRATIQUE</b>			
✓		★ ★ ★	Dans la mesure où FTUSA n'exige pas des producteurs qu'ils se réunissent au sein d'une organisation formelle avant la 6 <sup>e</sup> année de certification, les critères relatifs à la prise de décision démocratique sont peu développés. Seule des exigences relatives à la gestion de la prime pour projet collectif sont listées. A partir de l'année 6, l'organisation de petits producteurs nouvellement constituée est tenue d'élire un conseil de manière démocratique.
<b>&gt; TRANSPARENCE DE L'INFORMATION</b>			
✓		★ ★ ★	Les aspects relatifs à la transparence de l'information au sein des organisations de producteurs sont peu développés. Seul le fonctionnement du comité de gestion de la prime pour projet collectif fait l'objet d'un contrôle approfondi. Toutefois les éléments liés à la gestion financière de l'organisation ainsi qu'à son activité de commerce équitable doivent être consignés par écrit.
<b>&gt; PARTICIPATION DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS</b>			
✓		★ ★ ★	Les producteurs doivent élire les membres du comité de gestion de la prime pour projets collectifs et, le cas échéant, le conseil d'administration de l'organisation de producteurs. Toutefois avant la 6 <sup>e</sup> année de certification, le référentiel ne contient pas d'exigences relatives à la participation des producteurs dans la gestion globale des activités de commerce équitable.
<b>&gt; NON DISCRIMINATION</b>			
✓		★ ★ ★	L'absence de discrimination est mentionnée dans les grilles de contrôle mais aucune orientation n'est donnée à l'auditeur pour vérifier le respect de ce critère, excepté dans le référentiel relatif à la certification du textile.
<b>&gt; SUIVI DE LA GESTION DÉMOCRATIQUE DE LA PRIME POUR PROJETS COLLECTIFS</b>			
✓		★ ★ ★	Ce critère est développé de manière approfondie. Les producteurs doivent élire un comité en charge de la gestion de la prime pour projets collectifs. Ce comité doit élaborer une politique où il expose le projet qu'il compte mettre en place. La prime doit être gérée de manière démocratique. L'auditeur doit s'en assurer en organisant des entretiens avec les producteurs et en examinant la documentation écrite.



## CHAPITRE 2

## CRITÈRES ENVIRONNEMENTAUX

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE		COMMENTAIRES
<b>&gt; RÉDUCTION DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DES ACTIVITÉS (EAU, ÉNERGIE, DÉCHETS)</b>				
✓		★ ★ ★	<i>Producteurs individuels sous contrat</i>	Au cours de la première année de certification, les producteurs n'ont pas à se conformer à des exigences en lien avec la réduction des impacts environnementaux de leur activité.
✓		★ ★ ★	<i>Plantations</i>	Le référentiel pour la certification des plantations est précis et pertinent. L'ensemble des aspects relatifs à la réduction des impacts environnementaux doit figurer au sein du « projet équitable » de la plantation. Le référentiel pour la certification des usines de confection de vêtements ne mentionne pas de critères environnementaux spécifiques.
<b>&gt; RESPECT DE LA BIODIVERSITÉ</b>				
✓		★ ★ ★	<i>Producteurs individuels sous contrat</i>	Ce critère est développé mais les exigences associées ne sont applicables qu'à partir de l'année 3 ou l'année 6.
✓		★ ★ ★	<i>Plantations</i>	Ce critère est inclus dans le référentiel pour la certification des plantations. Les orientations fournies pour le contrôle restent toutefois limitées.
<b>&gt; INTERDICTION DES SUBSTANCES DANGEREUSES</b>				
✓		★ ★ ★		Les exigences inscrites au sein des référentiels FTUSA portent davantage sur la protection des travailleurs plutôt que sur l'interdiction d'utiliser ce type de produit.
<b>&gt; INTERDICTION DES OGM</b>				
✓		★ ★ ★		Les exploitations agricoles sont tenues de ne pas utiliser d'OGM pour les produits certifiés FTUSA. Une entreprise certifiée peut utiliser des OGM à condition que ces champs de culture ne soient pas adjacents aux exploitations agricoles certifiées.

### AUDITS

- Auditeurs.** Les auditeurs sont désignés par l'organisme de certification SCS en fonction de leur expérience. FTUSA n'exige que les auditeurs soient originaires du pays où se trouve l'organisation à inspecter.
- Déroulement de l'audit.** L'auditeur doit nécessairement ouvrir l'inspection de terrain avec un entretien avec la direction de l'organisation, les représentants des travailleurs et l'ensemble des personnes compétentes. Cet entretien a pour but de discuter du déroulement de l'audit.
- Revue documentaire.** Les documents liés à l'activité de commerce équitable (contrats, documents relatifs aux employés, documents de politique interne, etc.) doivent être mis à la disposition de l'auditeur.

- Audit sur site.** L'inspection sur le terrain doit comprendre : une réunion, la revue des documents, des entretiens avec les travailleurs et une phase d'observation.
- Entretiens avec les producteurs / travailleurs.** Des entretiens doivent être menés auprès d'un « échantillon représentatif » de producteurs/travailleurs.
- Fréquence des audits.** La certification est décernée pour 3 ans. Suite à l'audit initial (année 1), l'organisation certifiée entame un cycle de contrôle de 3 ans au cours duquel deux audits sur site (années 2 et 3), dits de surveillance, sont organisés. Lors de ces audits, sont contrôlés la conformité des pratiques de l'organisation aux critères de progrès et l'application des mesures correctives identifiées lors de l'audit précédent. La 3<sup>e</sup> année, un audit complet doit avoir lieu.
- Audit surprise.** Fair Trade USA mène régulièrement des audits surprises auprès des organisations dite « à risques ».

CONTRÔLE ET SUIVI DES ORGANISATIONS CERTIFIÉES	PERTINENCE
<b>AUDITS</b>	
AUDITEURS	★★★
DÉROULEMENT DE L'AUDIT	★★★
REVUE DOCUMENTAIRE	★★★
AUDIT SUR SITE	★★★
ENTRETIENS AVEC LES PRODUCTEURS / TRAVAILLEURS	★★★
FRÉQUENCE DES AUDITS	★★★
AUDIT SURPRISE	★★★
<b>CONDITIONS D'OBTENTION DU LABEL</b>	
SYSTÈME DE NOTATION	★★★
MESURES CORRECTIVES	★★★
SUSPENSION / RETRAIT DU LABEL	★★★
<b>COÛTS DE CERTIFICATION ET COTISATIONS ANNUELLES</b>	
TRANSPARENCE	★★★
AIDE À LA CERTIFICATION	★★★
<b>PLAINTES ET APPEL</b>	
TRAITEMENT DES PLAINTES ET DES APPELS	★★★

## CONDITIONS D'OBTENTION DU LABEL

- **Système de notation.** Les référentiels sont hiérarchisés en trois types de critères :

  - Les critères dits « majeurs » : leur non-respect entraîne le retrait du label.
  - Les critères mineurs : des mesures correctives sont attendues si l'organisation ne s'y conforme pas.
  - Les critères relatifs à l'amélioration continue des pratiques (jusqu'à l'année 6).
- **Mesures correctives.** L'organisation dispose de 30 jours pour les mettre en place des mesures correctives si elle ne respecte pas les critères mineurs.
- **Suspension / retrait du label.**

  - Le label peut être suspendu pour une période de 6 mois si :
    - L'organisation ne respecte certains critères « majeurs ».
    - Les mesures correctives mises en place suite à l'identification d'irrégularités relatives au respect de certains critères « mineurs » sont jugées insatisfaisantes par l'organisme de certification.

Durant la période de suspension l'organisation ne peut pas signer de

nouveaux contrats et ses ventes sont restreintes.

- Si au cours de l'audit réalisé en année 3 et 6, l'auditeur identifie un nombre significatifs d'irrégularités dans le respect des critères, l'organisation peut se voir retirer le label. Elle doit alors présenter une nouvelle candidature à FTUSA si elle souhaite être certifiée.

## COÛT DE CERTIFICATION ET COTISATIONS ANNUELLES

- **Transparence.** Les coûts de certification sont disponibles en ligne. Ils dépendent du nombre de jours nécessaires à la réalisation de l'audit. 50% des coûts sont payés avant l'audit et 50% après, mais avant que la décision soit communiquée à l'organisation.
- **Aide à la certification.** Fair Trade USA ne met pas à disposition des organisations candidates un fond d'aide à la certification.

## PLAINTE ET APPEL

- **Traitement des plaintes et des appels.** FTUSA dispose d'un système de plainte et d'appel consultable sur son site internet.

## L'AVIS DES AUTEURS

La création du label Fair Trade USA, en 2012 a fait suite à la rupture entre FTUSA et Fairtrade International et fut motivée par la volonté de FTUSA de généraliser l'accès au commerce équitable aux producteurs non organisés en coopératives et aux plantations, à travers son programme « Fair Trade for All » (dont la mise en œuvre doit doubler les impacts du commerce équitable).

En matière de critères économiques, FTUSA couvre les principes fondamentaux du commerce équitable, à savoir le prix juste, la prime pour projets collectifs et le préfinancement. Les référentiels se révèlent moins pertinents sur les aspects sociaux, organisationnels et environnementaux. Ainsi, l'établissement d'une organisation de producteurs démocratique ne fait pas partie des exigences pour obtenir le label et ne devient obligatoire qu'après plusieurs années de certification. Une logique similaire s'applique à la question de la réduction de l'impact environnemental nocif des activités de production. Soulignons néanmoins que le label FTUSA s'est doté de solides critères pour s'assurer de la gestion démocratique de la prime pour projets collectifs.

Les règles d'étiquetage et d'utilisation du logo sur les emballages des produits sont peu exigeantes, puisque tout produit contenant 20% d'ingrédients issus du commerce équitable peut porter le label. Cette règle s'inspire d'une des options d'étiquetage autorisée par Fairtrade International pour les produits composites, mais elle ne la respecte que partiellement dans la mesure où la contrainte du « all that can be \* » n'est pas mentionnée.

L'absence d'une gouvernance claire au sein de laquelle les parties prenantes doivent rendre des comptes constitue l'une des plus grandes faiblesses du label FTUSA et a conduit ce dernier à étendre son activité à des secteurs controversés, tels que les plantations de café et le textile.

### ➤ PRINCIPALES INFORMATIONS SUR LE LABEL FOREST GARDEN PRODUCTS (FGP)



#### ➤ CONTACT

International Analog Forestry Network (IAFN)  
Apdo. 512-2050, San José, Costa Rica  
Tel: +506 2248 4500  
info@analogforestry.org / www.analogforestry.org

#### ➤ PROPRIETAIRE DU RÉFÉRENTIEL

International Analog Forestry Network (IAFN)

### ACCREDITÉ ISO 17065

#### PROMOTION ET SENSIBILISATION AU COMMERCE ÉQUITABLE / PLAIDOYER

Le référentiel n'encourage pas les entreprises certifiées à mener des activités de plaidoyer, certaines le font néanmoins dans la pratique. C'est le cas de Guayapi Torpical.

#### ➤ HISTORIQUE DU LABEL

Suite à une prise de conscience des impacts de la déforestation et de la dégradation des sols, le docteur Ranil Senanayake, écologiste originaire du Sri Lanka, a établi un nouveau système de culture appelé « forêt analogue ». Ce modèle particulier d'agroforesterie permet la restauration des espaces déforestés et dégradés tout en offrant aux populations de nouvelles sources de revenus, d'alimentation et d'autres besoins essentiels. Ce mode de culture permet de conserver l'eau et les sols, de contrôler les nuisibles, de sauvegarder la biodiversité et de restaurer le cycle de nutriments.

Initialement conçu par le Docteur Ranil Senanayake, fondateur de Forest Garden Products IC (Inspection et Certification), le référentiel est géré par l'IAFN, réseau rassemblant une trentaine d'organisations investies dans la sauvegarde de la biodiversité et l'application du principe de la forêt analogue. Créé en 1996, le réseau favorise le partage de connaissances et d'expériences entre ses membres, parmi lesquels on compte Forest Garden Products.

#### ➤ ORGANISME DE CERTIFICATION

Depuis le 22 décembre 2010, Forest Garden Products Inspection and Certification (Pvt) Ltd (1987) est accrédité ISO 65 par le SLAB (Sri Lankan Accreditation Board) pour la certification Forest Garden Products.

#### ➤ GOUVERNANCE

Une commission d'experts, partie intégrante du conseil d'administration de l'IAFN, suit l'évolution du référentiel Forest Garden Products. Les experts qui la compose sont nommés sur la base du mérite.

#### ➤ ÉQUIVALENCE / RECONNAISSANCE

Le label Forest Garden Products ne reconnaît aucun autre label de commerce équitable comme équivalent.

#### ➤ LOGOS ET RÈGLES D'ÉTIQUETAGE

##### ➤ POIDS SEC

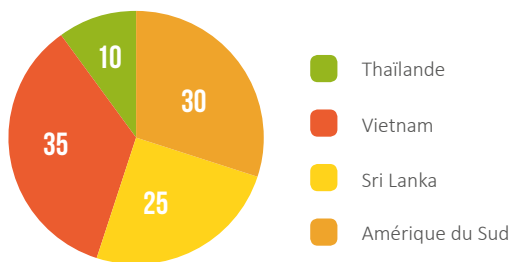
100 % du poids brut du produit doit être issu du commerce équitable et de l'agriculture biologique.

##### ➤ PRODUITS COMPOSITES

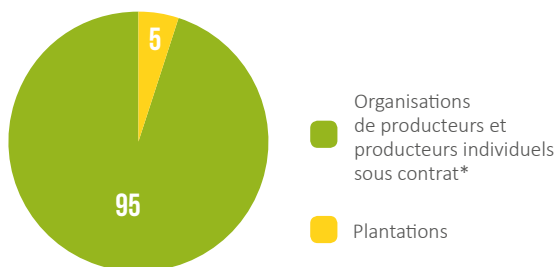
Aucune règle de composition (pourcentage minimum d'ingrédients équitables dans le produit fini) n'encadre l'utilisation du logo Forest Garden Products dans le cas des produits composites. Les ingrédients issus du commerce équitable et de l'agriculture biologique doivent néanmoins être clairement mentionnés sur l'emballage du produit.



**DISTRIBUTION GÉOGRAPHIQUE  
DES ORGANISATIONS CERTIFIÉES (EN %)**



**TYPLOGIE DES ORGANISATIONS CERTIFIÉES EN %**



\* Les données fournies ne font pas la distinction entre ces deux types d'organisation de la production




## > CONDITIONS D'ÉLIGIBILITÉ<sup>1</sup>

CHAMP GÉOGRAPHIQUE		
<b>Pays en développement</b>	✓	Dans la pratique, Forest Garden Products travaille essentiellement avec des producteurs marginalisés localisés dans les pays en développement. Toutefois, aucune règle du référentiel ne définit ce que Forest Garden Products entend par « pays en développement ».
<b>Pays de l'OCDE</b>	∅	
PRÉ-REQUIS		
<b>Label agriculture biologique</b>	✓	Pour être éligible au label Forest Garden Products, toute organisation doit être détentrice du label bio européen (Réglementation 834/2008 et 889/2009).
TYPES D'ORGANISATION DE LA PRODUCTION		
<b>Organisations de producteurs</b>	✓	Le label Forest Garden Products est ouvert aux organisations de producteurs, aux producteurs individuels sous contrat et aux plantations.
<b>Producteurs individuels sous contrat</b>	✓	Toute exploitation de moins de 20 hectares doit respecter les critères du référentiel relatifs aux petits producteurs (agriculture familiale). Au-delà de cette superficie, l'exploitation doit se conformer à des exigences supplémentaires. Ces paramètres sont similaires à ceux établis dans le cadre du label bio européen.
<b>Plantations</b>	✓	Contrairement à d'autres labels, FGP ne restreint pas la certification des plantations et des producteurs individuels sous contrat à certains produits ou à certaines zones géographiques en particulier.
INSPECTION DE LA FILIÈRE		
<b>Producteurs</b>	✓	Toute organisation achetant ou revendant des produits certifiés (exportateur, transformateur) doit respecter les exigences relatives à la traçabilité.
<b>Premiers acheteurs</b>	✓	
<b>Intermédiaires commerciaux</b>	✓	
<b>Marques</b>	✓	
<b>Revendeurs / détaillants</b>	✓	
TRAÇABILITÉ DES PRODUITS		
<b>Traçabilité physique</b>	✓	La traçabilité documentaire et la traçabilité physique des produits certifiés sont obligatoires.
<b>Traçabilité documentaire</b>	✓	




1. Les documents analysés dans le cadre de cette analyse sont les suivants : version d'avril 2014 du référentiel FGP ; version du 1<sup>er</sup> janvier 2011 des grilles de contrôle FGP IC.

## > ANALYSE DES RÉFÉRENTIELS ET DES GRILLES DE CONTRÔLE

### CRITÈRES ÉCONOMIQUES

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; PRIX JUSTE</b>			
✓		☆☆☆	<p>Selon le référentiel Forest Garden Products, le prix juste doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Couvrir les coûts de production et les besoins fondamentaux des producteurs.</li> <li>■ Inclure une prime permettant aux producteurs de réaliser des investissements futurs.</li> <li>■ Être négocié par les producteurs et leurs partenaires commerciaux.</li> <li>■ Être supérieur de 5% au prix du produit sur le marché conventionnel.</li> </ul> <p>Les grilles de contrôle élaborées pour les audits ne contiennent ni critères ni indicateurs qui puissent permettre à l'auditeur d'appréhender et d'évaluer la méthodologie utilisée par les parties prenantes lors du processus de fixation du prix juste. L'auditeur doit néanmoins faire part de ses observations sur les « bénéfices économiques » issus des activités menées dans le cadre du label FGP.</p>
<b>&gt; PRIME POUR PROJETS COLLECTIFS</b>			
✓		☆☆☆	La prime pour projets collectifs est directement intégrée au calcul du prix juste.
<b>&gt; ACCÈS FACILITÉ AU FINANCEMENT / PRÉFINANCEMENT</b>			
∅	N/A	☆☆☆	Le référentiel Forest Garden Products ne mentionne pas la possibilité pour les producteurs d'obtenir un préfinancement de la part de l'acheteur.
<b>&gt; ENGAGEMENT DURABLE DES ACHETEURS</b>			
∅	N/A	☆☆☆	Ni les critères présents dans le référentiel Forest Garden Products ni les indicateurs inscrits dans les grilles de contrôle ne font mention d'un engagement durable des acheteurs.
<b>&gt; TRAÇABILITÉ</b>			
✓		☆☆☆	<p>Les produits certifiés Forest Garden Products doivent être traçables tout au long de la filière.</p> <p>Les produits certifiés Forest Garden Products doivent être systématiquement séparés des produits non certifiés.</p>

## CRITÈRES SOCIAUX







RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; RESPECT DES CONVENTIONS DE L'ORGANISATION INTERNATIONALE DU TRAVAIL</b>			
✓		☆☆☆	Le label Forest Garden Products exige des organisations certifiées qu'elles respectent les 11 conventions de l'OIT retenues dans le cadre de cette analyse. Par ailleurs les grilles de contrôle utilisées lors des audits sont précises et complètes.
<b>&gt; AVANTAGES SOCIAUX ADDITIONNELS : SÉCURITÉ SOCIALE, RETRAITE, CONGÉS MATERNITÉ</b>			
✓		☆☆☆	Le label Forest Garden Products exige des organisations certifiées qu'elles respectent les lois nationales en vigueur en matière d'avantages sociaux. Néanmoins, si ces dernières ne font pas référence aux congés maternités, l'organisation certifiée doit au minimum accorder un congé maternité de 16 semaines aux employées concernées, avec maintien à 100% du salaire. Les organisations de plus de 50 salariés doivent élaborer conjointement avec les syndicats une convention collective du travail précisant l'ensemble des avantages sociaux dont les employés peuvent bénéficier.
<b>&gt; TRAITEMENT ÉGALITAIRE DE TOUS LES TRAVAILLEURS</b>			
✓		☆☆☆	Le référentiel Forest Garden Products met l'accent sur l'égalité femme/homme en exigeant des organisations certifiées qu'elles : <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Élaborent une politique de promotion des travailleuses et des groupes susceptibles d'être discriminés.</li> <li>■ Mettent en œuvre des mesures permettant de prévenir le harcèlement au travail et, le cas échéant, de lutter contre.</li> </ul> Néanmoins, si précises que soient ces exigences dans les référentiels, elles ne font pas l'objet de points de contrôle particulier, mis à part une unique question relative à la discrimination.

## GOVERNANCE / AUTONOMIE DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; EXISTENCE D'UNE STRUCTURE COLLECTIVE FORMELLE</b>			
✓		☆☆☆	<i>Organisation de producteurs</i> Les organisations de producteurs certifiées doivent disposer d'un système de contrôle interne dans lequel sont répertoriés leurs éléments statutaires.
⊘	N/A	☆☆☆	<i>Producteurs individuels sous contrat et plantations</i> Contrairement aux autres labels étudiés dans ce guide, Forest Garden Products n'exige ni des producteurs sous contrat, ni des travailleurs qu'ils élisent démocratiquement un comité en charge de la gestion de la prime pour projets collectifs.
<b>&gt; ACCESSIBILITÉ AUX PRODUCTEURS ET TRAVAILLEURS MARGINALISÉS</b>			
✓		☆☆☆	La majorité des membres des organisations de producteurs certifiées doit être des petits producteurs (exploitation dont la superficie est inférieure à 20 hectares).



## GOVERNANCE / AUTONOMIE DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; RENFORCEMENT DES CAPACITÉS DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS</b>			
✓		★ ★ ★	<i>Organisation de producteurs</i> Afin de renforcer les capacités des producteurs, des formations techniques doivent être dispensées sur des thèmes diversifiés tels que l'optimisation de la forêt analogue, l'agriculture biologique ou encore l'élevage.
✓		★ ★ ★	<i>Producteurs individuels sous contrat</i> L'entreprise contractante doit mettre en œuvre des mesures similaires à celles mentionnées dans le cas de figure des organisations de producteurs. Néanmoins le label Forest Garden Products n'exige pas que les producteurs sous contrat se regroupent au sein d'une organisation de producteurs indépendante à moyen terme.
✓		★ ★ ★	<i>Plantations</i> Les organisations employant plus de 50 travailleurs doivent mettre en place des formations et des programmes éducatifs.
<b>&gt; DROITS DES PEUPLES AUTOCHTONES</b>			
✓		★ ★ ★	Le label FGP dispose de mesures spécifiques facilitant la certification des organisations gérées par les peuples autochtones. Ces derniers peuvent bénéficier d'un appui renforcé pour l'élaboration de leur plan d'action. Par ailleurs une clause dérogatoire leur octroie un délai supplémentaire pour se conformer à l'ensemble des exigences du référentiel afin de rendre la certification moins onéreuse dans un premier temps.
<b>&gt; PRISE DE DÉCISION DÉMOCRATIQUE</b>			
⊘	N/A	★ ★ ★	Aucune exigence ne fait référence à la vie démocratique au sein de l'organisation de producteurs. Seuls les aspects liés à la gestion de la prime pour projets collectifs sont traités dans le référentiel Forest Garden Products.
<b>&gt; TRANSPARENCE DE L'INFORMATION</b>			
✓		★ ★ ★	Le système de contrôle interne doit être accessible à l'ensemble des membres de l'organisation de producteurs ainsi qu'aux travailleurs. La méthodologie employée lors de la fixation du prix juste doit être transparente.
<b>&gt; PARTICIPATION DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS</b>			
✓		★ ★ ★	Au cours de l'audit, l'organisation de producteurs doit présenter à l'inspecteur un document répertoriant l'ensemble des droits et des devoirs de chacun de ses membres. Ce document doit être rédigé dans une langue connue de tous les producteurs. Néanmoins, le référentiel Forest Garden Products ne contient aucun critère qui puisse permettre d'évaluer les démarches d'amélioration continue de l'organisation en termes de participation de ses membres. Les organisations de plus de 50 salariés doivent élaborer conjointement avec les travailleurs ou leurs représentants l'ensemble des mesures relatives à la sécurité et à la salubrité sur leur lieu de travail.



RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; NON-DISCRIMINATION</b>			
✓		★★★	L'auditeur doit organiser des entretiens avec les producteurs et les travailleurs afin de s'assurer qu'il n'existe pas de discrimination au sein de l'organisation certifiée.
<b>&gt; SUIVI DE LA GESTION DÉMOCRATIQUE DE LA PRIME POUR PROJETS COLLECTIFS</b>			
✓		★★★	<i>Organisation de producteurs</i> La prime projets collectifs doit être gérée démocratiquement et investie dans des projets dédiés à des thématiques d'intérêt général (santé, nutrition, éducation, etc.). L'auditeur doit s'assurer que la gestion de la prime par les producteurs se fasse sans intervention des partenaires commerciaux. Néanmoins ces exigences ne sont pas traduites en point de contrôle précis dans les documents mobilisés lors des audits.
✓		★★★	<i>Producteurs individuels sous contrat &amp; plantations</i> La prime pour projets collectifs doit être gérée démocratiquement et investie dans des projets dédiés à des thématiques d'intérêt général (santé, nutrition, éducation, etc.). Néanmoins, le référentiel Forest Garden Products ne formule aucune exigence spécifique venant préciser les modalités de gestion de la prime pour projets collectifs (instance en charge de la gestion, composition de cette instance) dans les cas de figure suivants : producteurs individuels sous contrat et plantations.

## CRITÈRES ENVIRONNEMENTAUX

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; RÉDUCTION DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DES ACTIVITÉS (EAU, ÉNERGIE, DÉCHETS)</b>			
✓		★★★	Le label Forest Garden Products encourage les organisations certifiées à réduire leur empreinte carbone à travers la culture de plantes pour la séquestration du carbone. Les organisations certifiées doivent minimiser leur consommation d'eau. Les protocoles d'audits précisent que l'auditeur doit réaliser de nombreuses analyses de sols et de la biodiversité animale et végétale permettant de mesurer l'évolution de l'ensemble de ces critères.
<b>&gt; RESPECT DE LA BIODIVERSITÉ</b>			
✓		★★★	Au-delà des exigences relatives à l'agriculture biologique, le référentiel Forest Garden Products exige de l'organisation certifiée qu'elle applique un ensemble de mesures visant à favoriser la gestion durable des forêts et la restauration de l'écosystème d'origine. Afin de maintenir / accroître la fertilité et l'activité biologique des sols, les organisations certifiées doivent favoriser la culture de légumes et de plantes à enracinement profond. La lutte contre les maladies et les nuisibles doit se faire en priorité à travers la rotation des cultures et le maintien d'une végétation protectrice (haies ,nids).
<b>&gt; INTERDICTION DES SUBSTANCES DANGEREUSES</b>			
✓		★★★	L'usage de substances non organiques pour combattre les maladies ou stimuler la croissance des cultures est restreinte à certains produits identifiés par Forest Garden Products et n'est possible que si les cultures sont directement menacées. L'organisation doit alors demander une autorisation préalable à l'organisme de certification. Le référentiel Forest Garden Products hiérarchise les pratiques auxquelles les producteurs sont autorisés à avoir recours pour lutter contre les maladies et les nuisibles. Les producteurs doivent favoriser la prévention et l'utilisation de méthodes physiques, mécaniques ou biologiques.
<b>&gt; INTERDICTION DES OGM</b>			
✓		★★★	L'utilisation d'OGM est interdite.



CONTRÔLE ET SUIVI DES ORGANISATIONS CERTIFIÉES	PERTINENCE
<b>AUDITS</b>	
AUDITEURS	★ ★ ★
DÉROULEMENT DE L'AUDIT	★ ★ ★
REVUE DOCUMENTAIRE	★ ★ ★
AUDIT SUR SITE	★ ★ ★
ENTRETIENS AVEC LES PRODUCTEURS / TRAVAILLEURS	★ ★ ★
FRÉQUENCE DES AUDITS	★ ★ ★
AUDIT SURPRISE	★ ★ ★
<b>CONDITIONS D'OBTENTION DU LABEL</b>	
SYSTÈME DE NOTATION	★ ★ ★
MESURES CORRECTIVES	★ ★ ★
SUSPENSION / RETRAIT DU LABEL	★ ★ ★
<b>COÛTS DE CERTIFICATION ET COTISATIONS ANNUELLES</b>	
TRANSPARENCE	★ ★ ★
AIDE À LA CERTIFICATION	★ ★ ★
<b>PLAINTES ET APPEL</b>	
TRAITEMENT DES PLAINTES ET DES APPELS	★ ★ ★

## AUDITS

- › **Auditeurs.** L'organisme de certification est établi au Sri Lanka et dispose d'auditeurs en Inde, aux Philippines et en Amérique du Sud.
- › **Déroulement de l'audit.** L'auditeur doit organiser une réunion d'ouverture de l'audit, au cours de laquelle il en présente les différentes étapes, et une réunion de clôture pour exposer ses observations. S'ils le souhaitent les représentants des producteurs / travailleurs peuvent assister à ces rencontres.
- › **Revue documentaire.** Tous les documents liés aux activités de commerce équitable (système de contrôle interne, contrats, registres de ventes et d'achats) ainsi que les éléments statutaires doivent être mis à disposition de l'auditeur.
- › **Audit sur site.** L'auditeur doit inspecter l'ensemble des locaux de l'organisation candidate afin d'en vérifier la sécurité, la salubrité et de s'assurer de la décence des conditions de travail.
- › **Entretiens avec les producteurs / travailleurs.** L'auditeur doit organiser des entretiens avec les producteurs. Néanmoins le protocole d'audit ne contient pas d'instructions précisant le déroulement et les modalités de ces entretiens.
- › **Fréquence des audits.** Un audit sur le terrain est organisé tous les ans.
- › **Audit surprise.** Le protocole de contrôle inclut l'organisation d'audits surprises si l'organisme de certification en identifie la nécessité.

## CONDITIONS D'OBTENTION DU LABEL

- › **Système de notation.**
  - Le label Forest Garden Products utilise une notation binaire (« oui/non ») complétée par des commentaires et observations de l'auditeur.
  - Le référentiel Forest Garden Products ne contient aucun critère relatif à l'amélioration continue des pratiques.
  - Les critères du cahier des charges Forest Garden Products sont classés en 2 catégories :
    - Critères de rang 1: ils sont obligatoires pour l'obtention du label. Leur non-respect met en péril la certification.
    - Critères de rang 2: ils sont obligatoires.
- › **Mesures correctives.** Si l'auditeur identifie que l'organisation ne respecte pas certains critères, des mesures correctives doivent être mises en œuvre. Néanmoins le référentiel ne mentionne pas le délai de mise en œuvre de ces mesures.
- › **Suspension / retrait du label.** A ce jour, FGP ne dispose de règles indiquant sous quelles conditions le label est susceptible d'être suspendu ou retiré.

## COÛT DE CERTIFICATION ET COTISATIONS ANNUELLES

### > **Transparence**

- Les coûts de certification et d'inspection sont communiqués sur demande. Ils sont calculés sur la base des coûts d'inspection journaliers.
- Forest Garden Products ne prélève pas de cotisations annuelles à ses membres.

### > **Aide à la certification.** Aucune assistance financière à la certification n'est proposée par Forest Garden Products.

## PLAINTES ET APPEL

### > **Traitement des plaintes et des appels**

- En première instance les plaintes doivent être adressées à l'organisme de certification FGP-IC (formulaire disponible sur demande).
- Dans le cas de plaintes graves, l'organisation peut directement contacter le propriétaire du label, l'IAFN. Néanmoins ce dernier ne dispose pas encore d'un protocole formalisé pour le traitement des plaintes.

## L'AVIS DES AUTEURS

Le label Forest Garden Product (FGP) est un label issu d'un pays du Sud (le Sri Lanka) axé sur la l'agriculture biologique et la régénération de la biodiversité.

Label environnemental d'excellence, FGP intègre depuis plusieurs années progressivement de nouvelles exigences concernant les modes de production (respects des normes de l'OIT) ou les engagements commerciaux des acheteurs (références à un prix équitable et à une prime pour projets collectifs). Mais ces évolutions positives ne

suffisent pas à véritablement lever l'ambiguïté sur les ambitions du label vis à vis du commerce équitable. En effet, certaines exigences du référentiel ne sont pas ou mal contrôlées et d'autres points centraux et caractéristiques d'une relation commerciale équitable (le préfinancement ou l'engagement durable des acheteurs) sont absents du référentiel. D'autre part, la présentation de la démarche FGP sur son site internet ne fait nullement référence au commerce équitable.

En termes d'affichage, on peut regretter que le label puisse être apposé sur un produit quelque soit le pourcentage d'ingrédients certifiés.

Le label FGP ne constitue pas encore une garantie de commerce équitable telle que définie par le mouvement. Son partenariat avec l'entreprise française de commerce équitable Guayapi pourrait favoriser le renforcement des critères économiques du label - si telle est sa véritable ambition.

### › PRINCIPALES INFORMATIONS SUR LE LABEL NATURLAND FAIR



#### › CONTACT

Naturland Association for Organic Agriculture  
-Kleinhaderner Weg 1- 82166 Gräfelfing, Allemagne  
Tel: +49 (0) 89-89 80 82-0  
naturland@naturland.de- www.naturland.de

#### › PROPRIETAIRE DU LABEL

Naturland Association for Organic Agriculture

#### › ORGANISME DE CERTIFICATION

Naturland est l'organisme de certification en charge du contrôle du référentiel.

### ACCREDITÉ ISO 17065

#### › HISTORIQUE DU LABEL

Organisation pionnière du secteur de l'agriculture biologique en Allemagne dans les années 1980, Naturland est aujourd'hui une association d'envergure internationale active dans les domaines suivants : gestion durable des forêts, pêche durable, cosmétiques, textiles. Naturland compte parmi ses membres 43 000 agriculteurs et 100 coopératives engagées dans l'agriculture biologique en Allemagne et dans le monde. L'association est en charge de l'élaboration des référentiels, de la certification et du travail de plaidoyer et de sensibilisation.

Lancé en 2010, le label « Naturland Fair » s'inspire des trois piliers du développement durable (social, économique et environnemental). Il constitue un module volontaire pour les organisations déjà détentrices du label « Naturland » (agriculture biologique et responsabilité sociétale des entreprises).

#### › GOUVERNANCE

- Tous les membres de Naturland participent à la prise de décisions. Seuls les producteurs peuvent être membres de Naturland. Les acheteurs et les transformateurs participent aux instances à titre consultatif.
- L'assemblée générale constituée de l'ensemble des membres de l'association contrôle indirectement l'évolution des référentiels Naturland en désignant deux comités. Le premier propose les modifications pouvant être apportées aux cahiers des charges, le deuxième les valide.
- Le comité de certification, indépendant, décide de l'attribution du label Naturland Fair. Il doit être composé

d'un maximum de 20 personnes (experts, scientifiques, chercheurs, producteurs, industriels et consommateurs) représentatives de l'ensemble des acteurs impliqués dans les activités de Naturland.

- Naturland n'est pas membre de l'Alliance ISEAL .

#### › ÉQUIVALENCE / RECONNAISSANCE

Il n'existe pas de système d'équivalence ou de reconnaissance d'autres labels.

### › LOGOS ET RÈGLES D'ETIQUETAGE

#### › PRODUIT CERTIFIÉ

Le logo du label produit « Naturland Fair » peut être apposé sur les produits si :

- Le produit contient au minimum 50 % (poids sec) d'ingrédients certifiés « Naturland Fair »,
- Tout ce qui peut être équitable l'est.

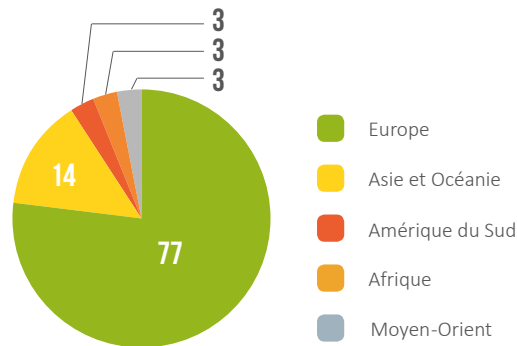


### PROMOTION ET SENSIBILISATION AU COMMERCE ÉQUITABLE / PLAIDOYER

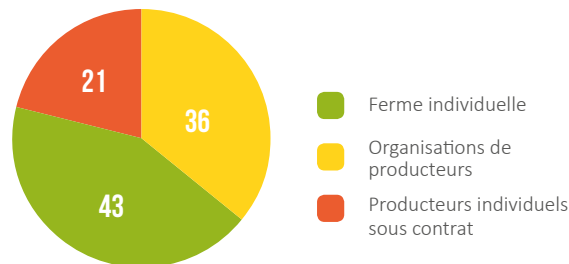
L'association Naturland est active dans les domaines de la protection des consommateurs et de la sensibilisation à l'environnement. Elle exige par ailleurs de ses membres qu'ils démontrent un réel engagement social (financement de programmes éducatifs, de santé, etc.).

## > CONDITIONS D'ÉLIGIBILITÉ<sup>1</sup>

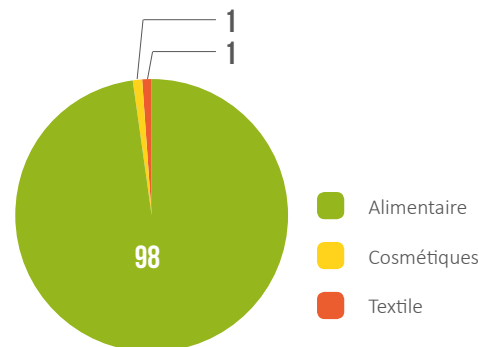
RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES ORGANISATIONS CERTIFIÉES (EN %)



TYPLOGIE DES ORGANISATIONS CERTIFIÉES (%)



RÉPARTITION DES VENTES PAR SECTEUR (%)



### CHAMP GÉOGRAPHIQUE

<b>Pays en développement</b>	✓	L'utilisation du label Naturland Fair est ouverte aux producteurs des pays en développement et des pays de l'OCDE. Naturland a élaboré un référentiel différent pour chacun de ces cas de figure.
<b>Pays de l'OCDE</b>	✓	Le label Naturland définit la notion de « pays en développement » sur la base de la liste du Comité d'aide au développement de l'OCDE. Cette liste définit les pays bénéficiaires de l'aide au développement et inclut les pays identifiés par la Banque mondiale en tant que « pays à revenu intermédiaire » et pays « à revenu faible par habitant ».

### PRÉ-REQUIS

<b>Label agriculture biologique</b>	✓	Pour être éligible au label Naturland Fair, toute organisation doit au préalable être certifiée selon le cahier des charges du label Naturland dont les exigences incluent : <ul style="list-style-type: none"> <li>■ le respect des pratiques de l'agriculture biologique (cahiers des charges relatifs à la production et à la transformation),</li> <li>■ la conformité avec les principes de responsabilité sociétale des entreprises tels que définis dans le cahier des charges « Responsabilité sociétale » de Naturland.</li> </ul> Le label Naturland interdit la conversion partielle à l'agriculture biologique alors qu'elle est autorisée par la Directive Européenne sur l'Agriculture Biologique.
<b>Responsabilité sociétale de l'entreprise</b>	✓	

### TYPES D'ORGANISATION DE LA PRODUCTION

<b>Organisations de producteurs</b>	✓	L'utilisation du label Naturland Fair est ouverte aux organisations de producteurs, aux producteurs individuels sous contrat et aux plantations.
<b>Producteurs individuels sous contrat</b>	✓	Un seul cahier des charges réunit les critères s'appliquant aux trois formes d'organisation de la production ici mentionnées.
<b>Plantations</b>	✓	Naturland ne fixe pas de paramètres chiffrés déterminant les conditions (taille des exploitations, montant du chiffre d'affaires, nombres d'employés) que doivent remplir les producteurs pour être éligibles. Le cahier des charges mentionne néanmoins que le label est exclusivement ouvert aux exploitations familiales ayant un recours occasionnel à la main d'œuvre salariée. Par ailleurs, Naturland ne restreint pas la certification de plantations et de producteurs individuels à des zones géographiques ou à des produits déterminés.

### INSPECTION DE LA FILIÈRE

<b>Producteurs</b>	✓	Les organisations de producteurs, les producteurs individuels sous contrat et les plantations sont systématiquement inspectés.	Chaque opérateur de la filière est inspecté sur l'ensemble des critères (traçabilité, responsabilité sociétale et relation équitable) pertinents. Naturland requiert des organisations certifiées un engagement global.
<b>Premiers acheteurs</b>	✓	Naturland ne se limite pas au contrôle de la relation commerciale et au suivi des produits le long d'une filière, elle inspecte également les opérateurs commerciaux au regard de l'ensemble des aspects relatifs à la responsabilité sociétale.	
<b>Intermédiaires commerciaux</b>	✓		
<b>Marques</b>	✓		
<b>Revendeurs / détaillants</b>	✓	Les détaillants sont inspectés s'ils vendent sous leur propre marque des produits portant le label Naturland.	

### TRAÇABILITÉ DES PRODUITS






<b>Traçabilité* physique et documentaire</b>	✓	Les traçabilités documentaire et physique sont systématiquement exigées.
--	---	--

Les référentiels analysés ici sont les versions suivantes de: Naturland Processing Standards (05/2013), Naturland Production Standards (05/2013) and Naturland Fair Trade Standards (05/2012) et les grilles de contrôles qui leur sont associées.



## > ANALYSE DES RÉFÉRENTIELS ET DES GRILLES DE CONTRÔLE



### CRITÈRES ÉCONOMIQUES

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; PRIX JUSTE</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Les cahiers des charges Naturland Fair envisagent 3 cas de figure. Pour chaque produit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Si un prix minimum existe (en particulier celui fixé par Fairtrade International), le premier acheteur est dans l'obligation de s'y conformer a minima.</li> <li>■ S'il n'existe pas de prix minimum, les producteurs et le premier acheteur entament des négociations en prenant comme base le montant des coûts de production qu'ils majorent ensuite de 10 %.</li> <li>■ Si le montant des coûts de production n'est pas connu, l'acheteur doit a minima rémunérer les producteurs 10 % au-dessus du prix de marché.</li> </ul>
<b>&gt; PRIME POUR PROJETS COLLECTIFS</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Si une prime existe (en particulier celle fixée par Fairtrade International), le premier acheteur est dans l'obligation de s'y conformer a minima.</p> <p>Si ce n'est pas le cas, le premier acheteur doit fixer la prime à un montant équivalent à 10 % du prix minimum.</p> <p>A titre transitoire, Naturland autorise l'acheteur à intégrer directement la prime pour projets collectifs dans le prix juste. Dans ce cas, le prix juste doit être a minima supérieur de 10 % au prix de marché.</p>
<b>&gt; ACCÈS FACILITÉ AU FINANCEMENT / PRÉFINANCEMENT</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Si l'organisation de producteurs en fait la demande, un préfinancement doit lui être accordé par l'acheteur.</p> <p>Le cas échéant, le pourcentage minimum de préfinancement doit être défini par les producteurs. Le maximum est fixé à 60 % de la valeur du contrat.</p>
<b>&gt; ENGAGEMENT DURABLE DES ACHETEURS</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Le cahier des charges mentionne la nécessité d'un engagement de long terme de la part des acheteurs sans être plus précis sur cet aspect.</p> <p>L'auditeur doit néanmoins être attentif à la dimension qualitative de la relation commerciale (rencontres et échanges, planification conjointe des commandes au début de chaque année).</p>
<b>&gt; TRAÇABILITÉ</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Les traçabilités documentaire et physique sont systématiquement exigées.</p> <p>Naturland a élaboré des instructions spécifiques pour chaque produit couverts par son label.</p>

## CRITÈRES SOCIAUX

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; RESPECT DES CONVENTIONS DE L'ORGANISATION INTERNATIONALE DU TRAVAIL</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Le label Naturland Fair exige le respect des 11 conventions de l'OIT retenues dans le cadre de cette analyse.</p> <p>Le label Naturland Fair a formulé des critères spécifiques s'appliquant aux contextes dans lesquels la liberté d'association est restreinte. Les organisations certifiées doivent alors faciliter la mise en place de solutions parallèles permettant aux travailleurs de jouir du droit d'association de manière libre et indépendante.</p> <p>Toute organisation employant plus de 10 travailleurs doit élaborer un dispositif lui permettant de veiller à la sécurité dans ses locaux.</p>
<b>&gt; AVANTAGES SOCIAUX ADDITIONNELS : SÉCURITÉ SOCIALE, RETRAITE, CONGÉS MATERNITÉ</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Toute organisation certifiée doit fournir une sécurité sociale, incluant congés maladies, congés maternité et retraite, à tous les travailleurs permanents.</p>
<b>&gt; TRAITEMENT ÉGALITAIRE DE TOUS LES TRAVAILLEURS</b>			
✓		★ ★ ★	<p>L'auditeur doit s'assurer que l'organisation certifiée n'abuse pas de contrats à durée déterminée pour échapper à ses obligations légales concernant la mise en œuvre d'une sécurité sociale pour ses employés.</p> <p>Les cahiers des charges Naturland Fair contiennent une section spécifique dédiée à l'égalité des sexes et à la protection des femmes contre le harcèlement au travail.</p>

## GOVERNANCE / AUTONOMIE DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; EXISTENCE D'UNE STRUCTURE COLLECTIVE FORMELLE</b>			
✓		★ ★ ★	<p><i>Organisation de producteurs</i></p> <p>Toute organisation de producteurs doit disposer d'un statut légal.</p> <p>L'auditeur doit porter une attention particulière aux éléments liés à la comptabilité de l'organisation.</p>
✓		★ ★ ★	<p><i>Producteurs individuels sous contrat et plantations</i></p> <p>Selon les référentiels Naturland Fair, les producteurs / travailleurs (plantations) doivent tenir régulièrement des réunions de groupes. Néanmoins aucun détail n'est donné sur le statut de ces groupes ni sur leurs prérogatives. Sur cet aspect le label Par ailleurs, les producteurs / travailleurs doivent élire un comité en charge de la gestion de la prime pour projets collectifs.</p>
<b>&gt; ACCESSIBILITÉ AUX PRODUCTEURS ET TRAVAILLEURS MARGINALISÉS</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Naturland donne la préséance aux organisations regroupant des producteurs / travailleurs issus de régions économiquement désavantagées. La majorité des membres de l'organisation de producteurs doivent être des exploitations familiales ayant un recours occasionnel à la main d'œuvre salariée.</p>



## GOVERNANCE / AUTONOMIE DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; RENFORCEMENT DES CAPACITÉS DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS</b>			
✓		★ ★ ★	<i>Organisation de producteurs</i> Avec l'appui de ses partenaires commerciaux, l'organisation de producteurs doit mettre en œuvre des mesures de renforcement des capacités des producteurs. Une liste contenant des exemples d'activités est proposée par Naturland.
✓		★ ★ ★	<i>Producteurs individuels sous contrat</i> Les exigences sont les mêmes que celles requises pour les organisations de producteurs. Par ailleurs l'auditeur doit s'assurer que si les producteurs ont émis le souhait de s'établir en une organisation autonome, l'entreprise a respecté leur volonté. Néanmoins, Naturland Fair n'exige pas la constitution à moyen/long terme d'une organisation de producteurs indépendante
✓		★ ★ ★	<i>Plantations</i> Dans une démarche de progrès, des formations des travailleurs doivent être organisées à intervalles réguliers.
<b>&gt; DROITS DES PEUPLES AUTOCHTONES</b>			
✓		★ ★ ★	Toute organisation certifiée doit respecter les exigences de la Déclaration des Nations Unies sur les Droits des Peuples Autochtones. Toute entorse à cette règle est susceptible d'entraîner le retrait du label.
<b>&gt; PRISE DE DÉCISION DÉMOCRATIQUE</b>			
✓		★ ★ ★	L'auditeur doit s'assurer qu'au moins une assemblée générale regroupant les producteurs (organisations de producteurs et les producteurs individuels sous contrat) / travailleurs (plantations) se tient chaque année, dans le respect des règles démocratiques Néanmoins, au-delà de ce critère, l'aspect prise de décision démocratique au sein des organisations de producteurs est peu développé. Les exigences formulées couvrent principalement la gestion de la prime pour projets collectifs.
<b>&gt; TRANSPARENCE DE L'INFORMATION</b>			
✓		★ ★ ★	La méthode de fixation du prix juste doit être transparente et accessible aux producteurs. L'organisation certifiée doit se doter d'une politique d'amélioration continue de ses pratiques environnementales et équitables. Le contenu de cette politique doit être accessible à l'ensemble des membres de l'organisation et aux travailleurs.
<b>&gt; PARTICIPATION DES PRODUCTEURS</b>			
✓		★ ★ ★	Le label Naturland Fair requiert des organisations certifiées qu'elles organisent des rencontres régulières avec leurs membres / salariés pour échanger avec eux, récolter les doléances et les demandes.
<b>&gt; NON-DISCRIMINATION</b>			
✓		★ ★ ★	Naturland demande aux auditeurs d'être particulièrement attentifs aux aspects culturels et religieux afin d'assurer qu'aucun cas de discrimination n'est toléré au sein de l'organisation certifiée.



## GOUVERNANCE / AUTONOMIE DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; SUIVI DE LA GESTION DÉMOCRATIQUE DE LA PRIME POUR PROJETS COLLECTIFS</b>			
✓		★ ★ ★	<i>Organisation de producteurs</i> La gestion de la prime doit être assurée par un organe élu démocratiquement lors de l'assemblée générale de l'organisation certifiée. L'auditeur est tenu de vérifier que son utilisation est conforme aux objectifs définis par l'assemblée générale (projets éducatifs, sanitaires, sociaux). Un rapport annuel sur l'utilisation de la prime doit être présenté aux producteurs.
✓		★ ★ ★	<i>Producteurs individuels sous contrat &amp; plantations</i> Comme pour les organisations de producteurs, la gestion de la prime pour projets collectifs doit être assurée par un organe élu démocratiquement. L'auditeur est tenu de vérifier que son utilisation est conforme aux objectifs définis par l'assemblée générale (projets éducatifs, sanitaires, sociaux). Néanmoins, les référentiels Naturland Fair manquent de clarté et prennent peu en compte les spécificités liées à ces deux types d'organisation de la production (plantations et producteurs individuels sous contrat de production).

## CRITÈRES ENVIRONNEMENTAUX

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; RÉDUCTION DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DES ACTIVITÉS (EAU, ÉNERGIE, DÉCHETS)</b>			
✓		★ ★ ★	Le référentiel Naturland Fair est précis et très complet sur ces questions. Les organisations certifiées doivent : <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Faire un usage raisonné de l'énergie et de l'eau et privilégier autant que possible les sources d'énergie renouvelable,</li> <li>■ stocker les déchets issus de leur activité de manière à minimiser la dégradation de l'environnement, favoriser leur recyclage, et composter les déchets organiques,</li> <li>■ gérer leurs approvisionnements en intrants et matières premières en mobilisant en priorité les ressources locales.</li> </ul>
<b>&gt; RESPECT DE LA BIODIVERSITÉ</b>			
✓		★ ★ ★	L'organisation certifiée doit tout mettre en œuvre pour minimiser les impacts de son activité sur l'écosystème. Pour chaque produit couvert, Naturland Fair a développé des consignes spécifiques. Le label Naturland Fair encourage la rotation des cultures, la gestion raisonnée de l'humus et la sélection de variétés résistantes.
<b>&gt; INTERDICTION DES SUBSTANCES DANGEREUSES</b>			
✓		★ ★ ★	L'utilisation de toute substance chimique et de régulateurs de croissance des végétaux est interdite.
<b>&gt; INTERDICTION DES OGM</b>			
✓		★ ★ ★	L'utilisation d'OGM est interdite. La contamination, même involontaire, de produits certifiés Naturland Fair par des semences OGM est susceptible d'entraîner le retrait du label.

CONTRÔLE ET SUIVI DES ORGANISATIONS CERTIFIÉES	PERTINENCE
<b>AUDITS</b>	
AUDITEURS	★ ★ ★
DÉROULEMENT DE L'AUDIT	★ ★ ★
REVUE DOCUMENTAIRE	★ ★ ★
AUDIT SUR SITE	★ ★ ★
ENTRETIENS AVEC LES PRODUCTEURS / TRAVAILLEURS	★ ★ ★
FRÉQUENCE DES AUDITS	★ ★ ★
AUDIT SURPRISE	★ ★ ★
<b>CONDITIONS D'OBTENTION DU LABEL</b>	
SYSTÈME DE NOTATION	★ ★ ★
MESURES CORRECTIVES	★ ★ ★
SUSPENSION / RETRAIT DU LABEL	★ ★ ☆
<b>COÛTS DE CERTIFICATION ET COTISATIONS ANNUELLES</b>	
TRANSPARENCE	★ ★ ★
AIDE À LA CERTIFICATION	★ ★ ☆
<b>PLAINTES ET APPEL</b>	
TRAITEMENT DES PLAINTES ET DES APPELS	★ ★ ★

## AUDITS

- › **Auditeurs.** Les auditeurs sont choisis selon leur expérience et leur connaissance de la langue et du contexte local. Lors de la composition de la délégation d'auditeurs, Naturland doit être vigilant au respect de la parité.
- › **Déroulement de l'audit**
  - Les consignes liées au déroulement de l'audit suivent les « Recommandations for Inspection of Social Standards » de l'IFOAM.
  - Des réunions d'ouverture et de clôture sont organisées. Elles permettent à l'auditeur d'exposer aux dirigeants de l'organisation certifiée le déroulement de l'audit et la liste des exigences du référentiel auxquelles l'organisation ne se conforme pas.

- › **Revue documentaire.** Tous les documents liés aux activités de commerce équitable (système de contrôle interne, contrats, registres de ventes et d'achats) ou statutaires doivent être mis à disposition de l'auditeur. L'auditeur doit porter une attention particulière à l'évaluation de la qualité du système de contrôle interne de l'organisation certifiée.
- › **Audit sur site.** L'auditeur doit inspecter l'ensemble des locaux de l'organisation candidate afin d'en vérifier la sécurité, la salubrité et de s'assurer de la décence des conditions de travail.
- › **Entretiens avec les producteurs / travailleurs.** L'auditeur doit organiser des entretiens avec les producteurs et les travailleurs (méthodologie précise fournie par Naturland Fair).
- › **Fréquence des audits.** Un audit sur site est organisé annuellement.
- › **Audit surprise.** Le protocole de contrôle inclut l'organisation d'audits surprise si l'organisme de certification en identifie la nécessité.

## CONDITIONS D'OBTENTION DU LABEL

- › **Système de notation.** Pour chaque critère, l'auditeur attribue à l'organisation inspectée une note comprise entre 0 et 4. Cette dernière doit obtenir au moins 2 pour valider le critère. Le respect des critères « minima » est obligatoire.
- › **Mesures correctives**
  - Si l'auditeur identifie le non-respect de certains critères, l'organisation inspectée doit mettre en œuvre des mesures correctives et les intégrer à son système de contrôle interne.
  - Les référentiels Naturland Fair ne précisent pas de délai de mise en œuvre de ces mesures. Néanmoins, d'une année sur l'autre l'auditeur doit s'assurer que l'organisation a mis en place les mesures correctives demandées à l'issue de l'audit précédent.
- › **Suspension / retrait du label.** Naturland peut décider de suspendre ou de retirer le label si certains critères ne sont pas respectés. Néanmoins les modalités de retrait / suspension du label ne sont pas précisées.

## COÛT DE CERTIFICATION ET COTISATIONS ANNUELLES

- › **Transparence**
  - Le montant des coûts d'inspection journaliers varie entre 150 \$ et 300 \$. A ce montant doivent être ajoutées les frais de déplacement ainsi que ceux liés à la période d'écriture du rapport d'audit.
  - Le montant des cotisations annuelles n'est pas accessible en ligne.
- › **Aide à la certification.**
  - Aucune assistance financière à la certification n'est proposée par Naturland Fair.
  - L'acheteur peut néanmoins payer les coûts de certification de l'organisation de producteurs avec laquelle il travaille. Il est alors propriétaire du label.

## PLAINTES ET APPEL

- › **Traitement des plaintes et des appels**
  - Toute organisation auditée a la possibilité de faire appel de la décision de Naturland (procédure disponible sur demande).
  - Toute personne (consommateurs, producteurs, travailleurs) peut interpeler Naturland sur les mauvaises pratiques des organisations certifiées.

## L'AVIS DES AUTEURS

Organisation pionnière du secteur de l'agriculture biologique en Allemagne, Naturland est aujourd'hui une association d'envergure internationale active dans les domaines suivants : gestion durable des forêts, pêche durable, cosmétiques, textiles. Naturland a élaboré divers référentiels pour des filières non couvertes par le label « Agriculture Biologique ».

Né d'un partenariat historique avec GEPA et lancé en 2010, le label « Naturland Fair » s'inspire des trois piliers du développement durable (social, économique et environnemental). Il constitue un module volontaire pour les organisations déjà détentrices du label « Naturland »

(agriculture biologique et la responsabilité sociétale des entreprises).

Ce label a été un des premiers, avec Bio Solidaire et Fair for Life, à être éligible aux producteurs des pays industrialisés et, à ce titre, a très vite labellisé des produits innovants composés à la fois de produits équitables des pays du Nord et des pays du Sud (lancement du premier chocolat équitable avec du lait équitable en 2011).

L'association Naturland valorise par ailleurs la démarche des entreprises particulièrement engagées via un logo spécifique « Naturland partner ».

Une attention particulière est portée aux questions de modèles agricoles et aux enjeux de sécurité alimentaire : la démarche favorise le soutien aux petites exploitations et exige que 80% des ingrédients d'un produit proviennent de ressources locales.

A l'instar des labels pionniers du secteur, l'association Naturland mène des activités de plaidoyer et de sensibilisation en vue de changer les règles internationales en matière de production agricole et de relations commerciales.

### › PRINCIPALES INFORMATIONS SUR LE LABEL SPP



#### › CONTACT

FUNDACION DE PEQUEÑOS PRODUCTORES ORGANIZADOS A.C. (FUNDEPPO)  
Guanajuato 131 int. 302, Colonia Roma Norte.  
Delegación Cuauhtémoc, México D.F.  
info@spp.coop

#### › PROPRIETAIRE DU LABEL

FUNDEPPO (organisation à but non lucratif).

#### › ORGANISME DE CERTIFICATION

Les organismes de certification sont désignés par FUNDEPPO sur la base d'une procédure d'accréditation interne. 8 entités sont habilitées par FUNDEPPO à contrôler son cahier des charges (liste ouverte) : Certimex, Biolatina, Mayacert, BCS-Öko Garantie, IMO-LA, Biotrópico, Control Union Peru et ICEA Ecuador.

#### › HISTORIQUE DU LABEL

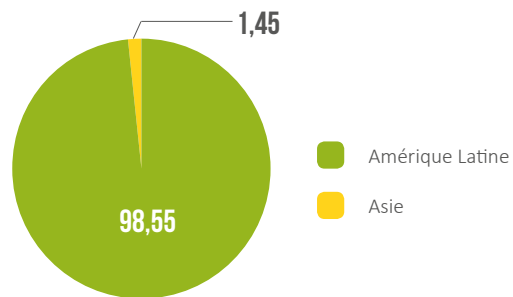
- Le Symbole Producteurs Paysans (Símbolo de los Pequeños Productores - SPP) est une initiative lancée en 2006 par la CLAC (le réseau sud-américain des organisations certifiées Fairtrade) en réaction à l'ouverture du label Fairtrade aux producteurs individuels sous contrat de production\* et aux plantations\*. La CLAC a conçu un label exclusivement dédié aux petits producteurs organisés collectivement. FUNDEPPO (Fondation des Petits Producteurs Organisés) est l'organisme qui assure la gestion du label SPP. La CLAC lui en a transféré la propriété en 2012.
- FUNDEPPO a réalisé un important travail de définition autour de la notion de « petit producteur », aboutissant à des conditions d'éligibilité précises et en cohérence avec sa philosophie.

#### › GOUVERNANCE

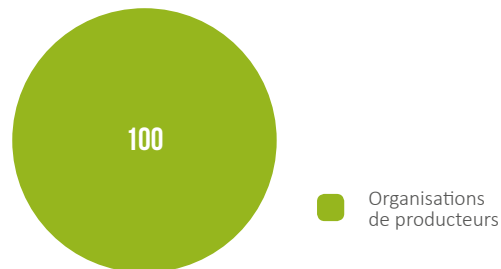
Les organisations de producteurs sont représentées et votent au sein de toutes les instances décisionnaires de FUNDEPPO :

- **L'assemblée générale** prend toutes les décisions stratégiques. Elle est composée de la totalité des organisations de producteurs certifiées. Des membres associés (réseaux de producteurs, partenaires commerciaux, organisations de la société civile) y siègent également à titre consultatif.
- **Le comité des référentiels** est l'organe en charge du développement du référentiel SPP. Au moins les deux tiers de ses membres sont des représentants d'organisations de producteurs. Le dernier tiers est composé d'acheteurs SPP (enregistrés), de consommateurs, etc. Ce comité est élu par l'assemblée générale de FUNDEPPO. En cas de révision des cahiers des charges, un groupe de travail est formé. Il est constitué d'au moins un représentant issu des organisations de producteurs certifiées et d'un membre délégué par le comité des référentiels. Ce groupe de travail a pour mission d'élaborer une proposition de modification des référentiels qui est ensuite soumise pour consultation (d'une durée de 60 jours) aux organisations labellisées SPP, à leurs partenaires commerciaux ainsi qu'aux organismes de certification reconnus par FUNDEPPO. La version amendée issue de la consultation et des modifications apportées par le groupe de travail est ensuite transmise au conseil d'administration de FUNDEPPO pour validation finale.
- Si la situation l'exige (en cas d'urgence) FUNDEPPO peut mettre en œuvre une procédure accélérée de révision des référentiels.
- Le conseil d'administration de FUNDEPPO assure la représentation légale, l'administration, la gestion financière de FUNDEPPO et désigne les membres des commissions ad-hoc. Il est élu par l'assemblée générale.

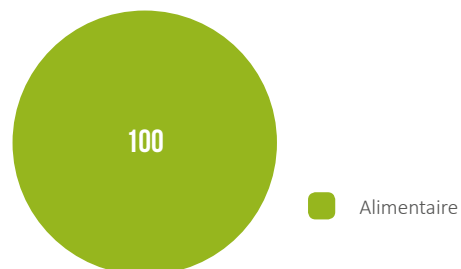
DISTRIBUTION GÉOGRAPHIQUE  
DES ORGANISATIONS CERTIFIÉES (EN %)



TYPLOGIE DES ORGANISATIONS CERTIFIÉES EN %



RÉPARTITION DES VENTES PAR SECTEUR EN %



### > ÉQUIVALENCE / RECONNAISSANCE

Si une organisation de producteurs ou un opérateur commercial est certifié Fairtrade, il est exempté de l'audit sur site la première année. Si un opérateur commercial est certifié US Fair Trade Federation, il est exempté de l'audit sur site la première année.

### > LOGOS ET RÈGLES D'ÉTIQUETAGE

#### > PRODUIT COMPOSÉ D'UN SEUL INGRÉDIENT

100 % du produit fini doit être certifié SPP.



#### > PRODUITS COMPOSITES

■ Dans le cas des produits composites :

- Tout ce qui peut être équitable dans le produit doit l'être\*. Pour SPP, un ingrédient est considéré comme disponible si l'information sur son existence est accessible, qu'il est possible de se le procurer dans un délai raisonnable et à un coût non prohibitif.
- Au moins 50 % (en poids sec) des ingrédients qui composent le produit doivent être certifiés SPP.

■ Le label SPP prévoit une mesure transitoire applicable aux produits dont l'ingrédient principal représente moins de la moitié du poids sec total du produit fini (ex : poudre de cacao pour chocolat chaud). Dans ce cas :

- Le produit peut porter le label SPP si l'ingrédient principal (ex : cacao) représente au moins 25 % du produit fini.
- Cependant, l'organisation certifiée a deux ans pour que les ingrédients certifiés SPP représentent au moins 50 % du poids sec du produit (ex : sucre et cacao).

### PROMOTION ET SENSIBILISATION AU COMMERCE ÉQUITABLE / PLAIDOYER

Le label SPP encourage les organisations certifiées à mener des activités de plaidoyer auprès des pouvoirs publics afin de promouvoir la cause des petits producteurs.



## > CONDITIONS D'ÉLIGIBILITÉ<sup>1</sup>

### CHAMP GÉOGRAPHIQUE

Pays en développement	✓	L'utilisation du label SPP est restreinte aux organisations de producteurs d'Amérique du Sud, des Caraïbes et des pays en développement d'Afrique et d'Asie.
Pays de l'OCDE	∅	

### PRÉ-REQUIS

Label agriculture biologique	∅	Le label agriculture biologique n'est pas un pré-requis à l'obtention du label SPP. Néanmoins, SPP demande aux acheteurs de payer une prime spécifique à l'organisation de producteurs certifiée en cas de conversion de celle-ci à l'agriculture biologique.
------------------------------	---	---

### TYPES D'ORGANISATION DE LA PRODUCTION

Organisations de producteurs	✓	<p>Le label SPP a la particularité de s'appliquer uniquement aux organisations de producteurs, dont 85% des membres doivent posséder une exploitation agricole dont la superficie ne dépasse pas :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) 15 hectares (pour l'agriculture)</li> <li>b) 1 hectare (pour l'agriculture sous serre)</li> <li>c) 500 ruches (pour l'apiculture)</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Les 15% de membres restant sont autorisés à dépasser ces limites jusqu'à deux fois.</li> <li>■ Si certains producteurs isolés dépassent ces paramètres, une demande doit être présentée à FUNDEPPO, qui statuera sur l'éligibilité de l'organisation de producteurs.</li> <li>■ Pour certains produits des exigences accrues sont formulées : bananes (&lt;10 ha.), herbes (&lt;1 ha.), quinoa (&lt;3 ha.).</li> <li>■ Les moyens de production ne peuvent être la propriété de l'acheteur.</li> </ul>
Producteurs individuels sous contrat	∅	
Plantations	∅	

### INSPECTION DE LA FILIÈRE

Producteurs	✓	Les organisations de producteurs sont certifiées.
Premiers acheteurs	✓	Les premiers acheteurs sont systématiquement inspectés (avec un audit sur site un an sur deux).
Intermédiaires commerciaux	✓	Les intermédiaires commerciaux et les propriétaires de marques sont enregistrés (une inspection par an). Le contrôle porte uniquement sur la traçabilité des produits certifiés.
Marques	✓	
Revendeurs / détaillants	✓	<p>Sauf dans la configuration où le fournisseur direct est une organisation de petits producteurs, les détaillants qui vendent sous leur propre marque doivent être enregistrés pour être autorisés à utiliser le label SPP sur leurs produits.</p> <p>Dans certains cas, l'acheteur peut partager sa certification avec des petits détaillants qui n'ont pas les moyens de payer la certification. Ces derniers peuvent alors apposer le label SPP sur leurs produits.</p>






### TRAÇABILITÉ DES PRODUITS

Traçabilité* physique	✓	La traçabilité documentaire et la traçabilité physique des produits sont exigées.
Traçabilité documentaire	✓	

<sup>1</sup> Les documents analysés dans le cadre de ce guide sont les suivants : version du 12/11/2014 du référentiel et des grilles de contrôle ; version 3 des « Procédures de certification » ; version du 10 février 2011 des « Procédures d'accréditation » ; version du 10 juin 2011 de la « Déclaration de Principes et Valeurs du label SPP.

## > ANALYSE DES RÉFÉRENTIELS ET DES GRILLES DE CONTRÔLE

### CRITÈRES ÉCONOMIQUES

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; PRIX JUSTE</b>			
✓		★ ★ ★	FUNDEPPO établit un prix minimum pour chaque produit. Ce prix est mis à jour tous les deux ans ou quand le contexte le nécessite. Une prime supplémentaire doit être versée à l'organisation certifiée si celle-ci se conforme aux exigences l'agriculture biologique.
<b>&gt; PRIME POUR PROJETS COLLECTIFS</b>			
✓		★ ★ ★	A l'instar du prix minimum, une prime de développement est fixée pour chaque produit par FUNDEPPO. Le montant de la prime doit être mentionné dans l'accord de vente.
<b>&gt; ACCÈS FACILITÉ AU FINANCEMENT / PRÉFINANCEMENT</b>			
✓		★ ★ ★	Dans le cas où l'organisation de producteurs en fait la demande, l'acheteur (ou le cas échéant les intermédiaires commerciaux) doit lui accorder un préfinancement d'au moins 60 % de la valeur du contrat.
<b>&gt; ENGAGEMENT DURABLE DES ACHETEURS</b>			
✓		★ ★ ★	A la fin de la 2 <sup>e</sup> année de certification, les produits certifiés SPP doivent représenter au moins 5 % (en valeur) de la totalité des achats réalisés par l'entreprise qui les vend sous sa marque. Au-delà de la 2 <sup>e</sup> année de certification, la part des produits certifiés SPP doit augmenter à un rythme correspondant à au moins 5 % (en valeur) de la totalité des achats réalisés annuellement par l'entreprise qui vend les produits sous sa marque, jusqu'à ce que cette part atteigne 25 % des achats annuels de cette dernière. Les organisations de producteurs et leurs clients doivent s'engager à soutenir l'économie locale et à favoriser la création d'emplois locaux.
<b>&gt; TRAÇABILITÉ</b>			
✓		★ ★ ★	Les organisations de producteurs doivent mettre en place un système de traçabilité permettant de suivre le produit depuis la récolte jusqu'à la vente. Les registres de suivi des produits sont gérés par l'organisation de producteurs et doivent être mis à la disposition de l'organisme certificateur à tout moment si ce dernier en fait la demande. Si l'organisation de producteurs fait appel à des sous-traitants, elle garde la responsabilité de garantir la traçabilité des produits. Les acheteurs doivent disposer d'un système de suivi des achats, transformations et ventes afin d'assurer la traçabilité physique des produits transformés, achetés et/ou vendus.





## CRITÈRES SOCIAUX

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; RESPECT DES CONVENTIONS DE L'ORGANISATION INTERNATIONALE DU TRAVAIL</b>			
✓		★ ★ ★	FUNDEPPO exige des organisations certifiées SPP qu'elles respectent les lois nationales. Des exigences explicites sont formulées sur la sécurité au travail. Néanmoins, les cahiers des charges ne contiennent aucune référence explicite aux 11 conventions de l'OIT.
<b>&gt; AVANTAGES SOCIAUX ADDITIONNELS : SÉCURITÉ SOCIALE, RETRAITE, CONGÉS MATERNITÉ</b>			
✓		★ ★ ★	Le label SPP requiert des organisations certifiées qu'elles respectent les lois nationales en vigueur. Dans une démarche de progrès, les organisations certifiées doivent également s'assurer que les conditions de travail des employé-e-s sont adaptées au contexte local. L'applicabilité de ce critère est laissée à l'appréciation de l'auditeur.
<b>&gt; TRAITEMENT ÉGALITAIRE DE TOUS LES TRAVAILLEURS</b>			
✓		★ ★ ★	Le label SPP exige des organisations certifiées qu'elles respectent les lois nationales en vigueur.

*Le label SPP limite la taille des exploitations agricoles pouvant être certifiées ainsi que les conditions de recours au travail salarié sur les exploitations. Ainsi dans la plupart des exploitations appartenant aux organisations de producteurs certifiés SPP, la force de travail est souvent limitée à la cellule familiale avec un recours très occasionnel à de la main d'œuvre salariée. C'est une des raisons pour laquelle les critères relatifs aux conditions de travail des salariés sont moins développés dans ce cahier des charges que dans ceux d'autres labels.*

## GOVERNANCE / AUTONOMIE DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; EXISTENCE D'UNE STRUCTURE COLLECTIVE FORMELLE</b>			
✓		★ ★ ★	Chaque organisation de producteurs doit disposer d'une structure collective formelle. L'auditeur doit également vérifier que l'organisation de producteurs n'est ni l'émanation d'un parti politique ni inféodée à un quelconque groupe de pression. La liste des membres de l'organisation doit être tenue à jour.
<b>&gt; ACCESSIBILITÉ AUX PRODUCTEURS ET TRAVAILLEURS MARGINALISÉS</b>			
✓		★ ★ ★	Les conditions d'éligibilité fixées par SPP favorisent tout spécialement l'accès aux producteurs marginalisés. Par ailleurs, dans les cas où une maladie ou un âge trop avancé empêcherait un producteur de réaliser des travaux physiques, ce dernier est autorisé à dépasser le nombre plafond d'employés sur son exploitation (la moitié du nombre total de travailleurs).







## GOUVERNANCE / AUTONOMIE DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; RENFORCEMENT DES CAPACITÉS</b>			
✓		☆☆☆	Dans la perspective de renforcement du secteur des petits producteurs, le label SPP incite les organisations de producteurs à déléguer les activités (exportation, transformation) qu'elles ne sont pas en mesure d'assurer par elles-mêmes à d'autres organisations de producteurs certifiées. L'organisation de petits producteurs doit démontrer que, dans la limite de ses capacités et ressources, ses activités aident l'organisation et ses membres à influencer les politiques publiques en lien avec le secteur des petits producteurs.
<b>&gt; DROITS DES PEUPLES AUTOCHTONES</b>			
✓		☆☆☆	Le « Code de conduite » du label SPP mentionne explicitement que tout cas de discrimination ethnique est susceptible d'entraîner le retrait du label. Si les grilles de contrôle ne mentionnent pas cette exigence telle quelle, le protocole d'audit inclut cependant des entretiens avec les producteurs et les travailleurs pour s'assurer du respect des droits des peuples autochtones.
<b>&gt; PRISE DE DÉCISION DÉMOCRATIQUE</b>			
✓		☆☆☆	Une assemblée générale de l'organisation de producteurs doit se tenir annuellement. Toute décision doit être prise selon un processus démocratique. Dans une démarche de progrès, les organisations de producteurs doivent renforcer leurs processus de prise de décision afin de s'assurer de leur caractère démocratique.
<b>&gt; TRANSPARENCE DE L'INFORMATION</b>			
✓		☆☆☆	Le conseil d'administration doit publier un rapport d'activités annuel. Les organisations de producteurs doivent se doter de méthodes de calcul des prix et de procédures de paiements transparentes.
<b>&gt; PARTICIPATION DES PRODUCTEURS</b>			
✓		☆☆☆	Le « Code de conduite » du label SPP définit la démocratie participative comme la recherche du consensus permanent au sein de l'organisation. SPP met en avant le principe d'autogestion de l'organisation.
<b>&gt; NON-DISCRIMINATION</b>			
✓		☆☆☆	Le « Code de conduite » du label SPP mentionne explicitement que tout cas de discrimination, quelle que soit sa nature (religieuse, sexuelle, culturelle ou ethnique), est susceptible d'entraîner le retrait du label.
<b>&gt; SUIVI DE LA GESTION DÉMOCRATIQUE DE LA PRIME POUR PROJETS COLLECTIFS</b>			
✓		☆☆☆	Chaque organisation doit se doter de règles claires, approuvées par l'assemblée générale, concernant la gestion de la prime de développement. Un comité de gestion de la prime pour projets collectifs doit être élu. Les cahiers des charges encadrent l'utilisation de la prime. Cette dernière est destinée à des activités de renforcement des capacités commerciales et productives de l'organisation de producteurs ainsi qu'à des mesures visant l'amélioration du bien-être de ses membres.



## CRITÈRES ENVIRONNEMENTAUX

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; RÉDUCTION DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DES ACTIVITÉS (EAU, ÉNERGIE, DÉCHETS)</b>			
✓		☆☆☆	Le label SPP requiert des organisations de producteurs qu'elles démontrent leur engagement en faveur du respect et de la protection de l'environnement et, si possible, de sa restauration. Au-delà de cette exigence, aucune section spécifique des cahiers des charges ne développe les aspects de gestion durable de l'eau, des déchets ou de l'énergie.
<b>&gt; RESPECT DE LA BIODIVERSITÉ</b>			
✓		☆☆☆	<i>Dans la mesure où toutes les organisations certifiées SPP sont par ailleurs certifiées selon le cahier des charges de l'agriculture biologique ; cela peut expliquer pourquoi les questions environnementales sont moins développées que les dimensions économiques et organisationnelles.</i>
<b>&gt; INTERDICTION DES SUBSTANCES DANGEREUSES</b>			
✓		☆☆☆	Le référentiel contient une liste de substances dont l'utilisation est interdite. Dans le cas où les législations régionales / nationales seraient plus exigeantes, l'organisation de producteurs doit s'y conformer. L'organisation de producteurs doit par ailleurs mettre en œuvre des mesures concrètes visant à éliminer l'utilisation de tout produit nocif pour la santé humaine et l'environnement au sein des exploitations membres.
<b>&gt; INTERDICTION DES OGM</b>			
✓		☆☆☆	Les OGM sont interdits.

CONTRÔLE ET SUIVI DES ORGANISATIONS CERTIFIÉES	PERTINENCE
<b>AUDITS</b>	
AUDITEURS	★★★
DÉROULEMENT DE L'AUDIT	★★★
REVUE DOCUMENTAIRE	★★★
AUDIT SUR SITE	★★★
ENTRETIENS AVEC LES PRODUCTEURS / TRAVAILLEURS	★★★
FRÉQUENCE DES AUDITS	★★★
AUDIT SURPRISE	★★★
<b>CONDITIONS D'OBTENTION DU LABEL</b>	
SYSTÈME DE NOTATION	★★★
MESURES CORRECTIVES	★★★
SUSPENSION / RETRAIT DU LABEL	★★☆
<b>COÛTS DE CERTIFICATION ET COTISATIONS ANNUELLES</b>	
TRANSPARENCE	★★★
AIDE À LA CERTIFICATION	★★★
<b>PLAINTES ET APPEL</b>	
TRAITEMENT DES PLAINTES ET DES APPELS	★★★

## AUDITS

- › **Auditeurs.** Les auditeurs sont des professionnels employés par des organismes de certification habilités par FUNDEPPO. Les auditeurs sont sélectionnés selon des critères pertinents (connaissance de la région et de la langue, compétences techniques, etc.)
- › **Déroulement de l'audit.** Au moins deux réunions sont organisées lors des audits :

  - Une réunion d'ouverture au cours de laquelle l'auditeur présente la méthodologie et le déroulement de l'audit.
  - Une réunion de clôture au cours de laquelle sont exposés les résultats de l'audit et les non-conformités observées.
- › **Revue documentaire et Audit sur site.**

  - Le processus de certification donne une place importante à l'auto-évaluation des organisations de producteurs. Cette démarche s'inscrit dans la volonté du label SPP de renforcer les capacités du secteur des petits producteurs. Une fois rempli par l'organisation, le rapport d'auto-évaluation est transmis à FUNDEPPO et à l'organisme de certification. Il servira de base à l'audit.
  - Dans le cas d'une première candidature, l'organisme de certification applique une méthodologie d'évaluation des risques afin de déterminer la fréquence des audits. Cette méthodologie prend en compte les paramètres suivants : niveau de l'organisation (1<sup>er</sup>, 2<sup>nd</sup> ou 3<sup>ème</sup> niveau), nombre de producteurs membres, présence/absence d'un système de contrôle interne, etc.
  - Si les résultats de l'évaluation indiquent :
    - « un risque normal », alors dans un premier temps, seule une procédure documentaire, au cours de laquelle est uniquement contrôlée la conformité avec les critères « critiques », sera entamée. Dans la configuration où une organisation de producteurs est déjà détentrice d'un label de commerce équitable, l'organisme de certification applique une procédure simplifiée.
    - « un risque élevé », l'organisme de certification applique la procédure dite « complète », incluant un audit de terrain. Cette procédure comprend normalement des inspections sur le terrain. Dans certains cas, lorsque les ventes portent sur de faibles volumes, la procédure complète peut être réalisée à partir de documents.
- › **Entretiens avec les producteurs / travailleurs.** L'auditeur doit organiser des entretiens (selon une méthodologie élaborée par le label SPP) avec les producteurs et s'assurer en faisant appel à d'autres sources que les informations collectées sont véridiques.
- › **Fréquence des audits**

  - Pour les organisations à risque « normal », les modes de contrôles changent d'une année sur l'autre, ils alternent entre l'audit sur site et la revue documentaire.
  - Un audit sur site est programmé annuellement pour les organisations présentant un « risque élevé ».
- › **Audit surprise.** Sur la base des résultats de l'évaluation des risques des audits, sur site surprises peuvent être organisés. Ces audits ne font pas l'objet de frais supplémentaires à payer par les organisations de producteurs.

### CONDITIONS D'OBTENTION DU LABEL

#### > **Système de notation.**

- Les critères du cahier des charges SPP sont classés en 3 catégories :
  - Les critères « critiques » : leur respect est obligatoire pour l'obtention de la certification et sont contrôlés chaque année. Leur non-respect peut entraîner le retrait de la certification.
  - Les critères « minima » : leur respect est également obligatoire mais il n'est contrôlé que lors des audits sur site.
  - Les critères dits « d'amélioration continue » : ils sont seulement évalués dans le cadre d'audits sur site, leur applicabilité dépend du contexte.
- 100 % des critères applicables doivent être respectés.
- Contrairement à d'autres labels, SPP n'a pas de système de notation progressive pour contrôler la conformité de l'organisation à chaque critère. Le label utilise une notation binaire (« oui/non ») complétée par des commentaires et observations de l'auditeur.

> **Mesures correctives.** Si l'auditeur identifie le non-respect de ces certaines exigences, l'organisation auditée dispose de 30 jours maximum après réception des résultats pour apporter la preuve qu'elle a mis en œuvre des actions correctives (évaluées dans les 90 jours par l'organisme de certification).

> **Suspension / retrait du label.** Les règles de suspension et de retrait du label sont en cours d'élaboration et seront publiées en 2015.

### COÛT DE CERTIFICATION ET COTISATIONS ANNUELLES

#### > **Transparence.** Les organisations certifiées paient :

- Des coûts de certification (consultables en ligne) : ils sont calculés à partir du nombre de jours nécessaires à l'audit sur site et à la taille de l'organisation de producteurs).
- Cotisations annuelles : leur montant dépend du nombre de producteurs fabriquant des produits certifiés.

> **Aide à la certification.** Un fond d'aide d'un montant maximum de 500 \$ (SPP Support Fund) peut être sollicité par les producteurs pour le paiement des coûts de certification et des cotisations annuelles.

### PLAINTES ET APPEL

#### > **Traitement des plaintes et des appels**

- Les documents sont disponibles en ligne.
- En cas de désaccord avec l'organisme de certification, l'organisation a la possibilité d'entamer une procédure spécifique qui sera traitée par un comité composé : du président du conseil d'administration de FUNDEPPO, du comité en charge de l'élaboration du cahier des charges et du comité dit de « surveillance ».

## L'AVIS DES AUTEURS

Le label Symbole Producteurs Paysans (SPP) a récemment émergé au sein du secteur du commerce équitable. Il est le premier label créé et géré par les producteurs, qui sont majoritaires (2/3 des voix) dans tous les instances décisionnaires (comité de gestion du référentiel, comité de fixation des prix).

Le label SPP a été fondé par la CLAC (Fédération des producteurs latino-américains du commerce équitable, affiliée à Fairtrade International), qui en récemment transféré la propriété à l'organisation indépendante FUNDEPPO. Il est né de l'opposition des producteurs membres de la CLAC à l'intégration des producteurs individuels sous contrat et des plantations au sein du système Fairtrade Max Havelaar, situation susceptible de créer une concurrence déloyale pour les petits

producteurs. C'est pourquoi le label SPP est exclusivement ouvert aux petits producteurs organisés au sein de structures collectives (organisations de producteurs, coopératives).

Les exigences mises en avant par SPP concernent tout particulièrement la relation commerciale entre organisations de producteurs et acheteurs (exigence d'un engagement de long terme de la part de ces derniers) et l'appui aux producteurs. Le renforcement des capacités et l'autonomisation occupent une place centrale au sein du projet défendu par SPP.

Soulignons néanmoins la moindre formalisation, en comparaison aux autres labels, des critères liés aux pratiques environnementales (peu de critères sur la

réduction de l'impact des activités sur l'environnement) et aux conditions de travail (le référentiel ne mentionne pas explicitement les conventions de l'OIT\*). Ces relatives faiblesses doivent être nuancées par le fait que la grande majorité des membres des organisations certifiées sont des exploitations familiales qui très souvent alignent leurs méthodes de production sur celles de l'agriculture biologique.

Dans une perspective de développement au cours des prochaines années (et notamment au-delà des frontières de l'Amérique du Sud), le label SPP gagnerait néanmoins à renforcer certaines de ses exigences en formalisant au sein de ses référentiels et grilles de contrôle ces principes fondamentaux qui sont par ailleurs d'ores et déjà mentionnés dans la charte du label.

### ➤ PRINCIPALES INFORMATIONS SUR LE LABEL WFTO



### ➤ CONTACT

World Fair Trade Organization (WFTO)  
GodfriedBomansstraat 8-3 .4103 WR Culemborg. Pays-Bas.  
Tel. : +31(0) 345 536 487

### ➤ PROPRIETAIRE DU LABEL : WFTO

### ➤ ORGANISME DE CERTIFICATION

Des auditeurs indépendants formés par WFTO.

### PROMOTION ET SENSIBILISATION AU COMMERCE ÉQUITABLE / PLAIDOYER

WFTO exige de ses membres qu'ils soient actifs dans l'organisation d'activités de plaidoyer et de sensibilisation au commerce équitable. Une partie spécifique du cahier des charges de WFTO est consacrée à l'évaluation et au contrôle de ces exigences.

## WORLD FAIR TRADE ORGANIZATION

### ➤ HISTORIQUE DU LABEL

La World Fair Trade Organization est un réseau pionnier d'organisations de commerce équitable fondé en 1989. Historiquement les organisations de producteurs étaient des organisations de soutien à des populations en difficulté et de maintien d'activités économiques liées à des savoir-faire locaux. Aujourd'hui le réseau est majoritairement constitué de groupements d'artisans.

WFTO a élaboré un système de garantie pour les organisations de commerce équitable. Lancée en 2004, la garantie « Organisation de commerce équitable » s'applique aux pratiques globales des organisations et non uniquement aux produits de commerce équitable.

Depuis mai 2013, WFTO a renforcé son système de garantie, à travers notamment deux évolutions majeures : l'inclusion d'un audit par tierce partie et l'utilisation de sa garantie sur les produits. WFTO a par ailleurs décidé de conserver le recours fréquent à l'autoévaluation et aux évaluations croisées des membres (visite de pairs) afin que le montant des coûts de contrôle ne constitue pas une barrière à l'entrée pour les petites organisations. L'alternance entre audits externes et visites de pairs participe également de la volonté politique de WFTO d'impliquer au maximum ses membres dans la vie de son réseau.

### ➤ GOUVERNANCE

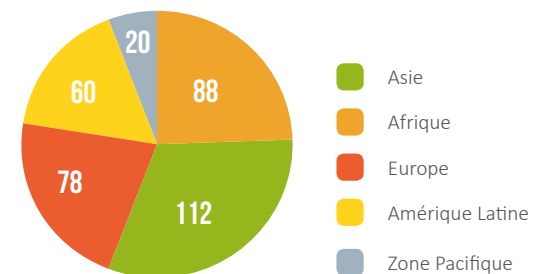
- Les organisations ayant rempli l'ensemble des exigences du cahier des charges et la totalité des étapes du cycle de contrôle sont dites « membres ».
- L'assemblée générale prend toutes les décisions stratégiques. Elle est composée de la totalité des membres de WFTO. Toute modification du référentiel doit être soumise à l'assemblée générale annuelle.

- Le contrôle et le suivi des organisations membres est assuré par le/la responsable des garanties, appuyé(e) par le comité des garanties (un groupe d'experts). Le conseil d'administration de WFTO décide en dernière instance de la validation de toute nouvelle adhésion.

### ➤ ÉQUIVALENCE / RECONNAISSANCE

- A l'heure actuelle, aucune organisation détentrice d'un label de commerce équitable ne peut devenir membre de WFTO sans être passée par toutes les étapes du cycle de contrôle prévues par le système de garantie. Néanmoins, WFTO reconnaît les systèmes de garanties de commerce équitable suivants : Ecocert Équitable, Fair For Life, SPP, Fairtrade International, NaturlandFair (liste ouverte). Cette reconnaissance signifie que des organisations membres de WFTO peuvent utiliser le logo WFTO sur des produits par ailleurs certifiés par ces labels.
- Si des organisations membres de WFTO travaillent avec des fournisseurs non contrôlés, elles doivent mettre en œuvre un système de contrôle interne leur permettant de s'assurer que ces derniers respectent les 10 principes du cahier des charges de WFTO.

DISTRIBUTION GÉOGRAPHIQUE DES MEMBRES



## > CONDITIONS D'ÉLIGIBILITÉ<sup>1</sup>

CHAMP GÉOGRAPHIQUE		
Pays en développement	✓	Dans la pratique, WFTO travaille principalement avec des organisations de producteurs situées dans des pays en développement. Toutefois elle ne dispose pas de règles écrites le précisant.
Pays de l'OCDE	✗	
PRÉ-REQUIS		
Label agriculture biologique	✗	L'obtention de l'un label « agriculture biologique » n'est pas un pré-requis à l'obtention de la garantie WFTO.
TYPES D'ORGANISATION DE LA PRODUCTION		
Organisations de producteurs	✓	Aucune organisation ne peut devenir membre de WFTO si le commerce équitable n'est pas au cœur de son activité et si elle ne respecte pas les « 10 Critères du commerce équitable » élaborés par WFTO.
Producteurs individuels sous contrat	✓	WFTO autorise des pratiques qui s'apparentent à l'agriculture sous contrat. Dans les faits ce mode de contractualisation s'applique principalement à l'artisanat au sein de WFTO.
Plantations	✗	Un unique cahier des charges s'applique aux organisations de producteurs, aux producteurs individuels sous contrat et aux acheteurs.
INSPECTION DE LA FILIÈRE		
Producteurs	✓	Chaque organisation membre de WFTO est contrôlée sur l'ensemble des aspects (économiques, sociaux, environnementaux) du cahier des charges.
Premiers acheteurs	✓	Les membres de WFTO sont repartis en deux catégories :
Intermédiaires commerciaux	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les membres ayant une activité commerciale (organisations de producteurs, producteurs individuels, acheteurs, intermédiaires commerciaux, marques),</li> <li>Les membres sans activité commerciale : les organisations de soutien au commerce équitable, les réseaux d'acteurs de commerce équitable, etc.</li> </ul>
Marques	✓	
Revendeurs / détaillants	✓	Les organisations membres sont systématiquement inspectées. Par ailleurs chaque organisation doit évaluer le chaînon le précédant dans la filière commerciale en élaborant un système de contrôle interne.
TRAÇABILITÉ DES PRODUITS		
Traçabilité* physique	✓	Les traçabilités physique et documentaire des produits sont systématiquement exigées.
Traçabilité documentaire	✓	

## > LOGOS ET RÈGLES D'ÉTIQUETAGE

### > LOGO PRODUIT POUR LES ORGANISATION MEMBRES DE WFTO



- Ce logo ne peut être utilisé que par les organisations qui ont passé avec succès leur premier audit externe (dernière phase du processus).
- Au moins 50 % (en poids sec) des ingrédients, qui composent le produit, doivent provenir de sources garanties commerce équitable.
- Si un membre de WFTO met sur le marché un produit dont la majorité des ingrédients provient d'un autre membre de WFTO, un encadré mentionnant des informations sur ce dernier peut être ajouté en complément des informations sur l'organisation metteuse en marché.

### > LOGO PRODUIT POUR LES ACHETEURS NON MEMBRES DE WFTO






- Ce logo ne peut être utilisé que sur des produits mis sur marché par des premiers acheteurs qui s'approvisionnent auprès d'organisations de producteurs membres de WFTO. Au préalable, le premier acheteur et l'organisation de producteurs doivent conclure un accord.
- Si le premier acheteur n'est pas membre de WFTO, il doit signer un contrat spécifique avec WFTO et verser une redevance correspondant à 1 % de la valeur d'achat des produits.
- Au moins 95 % des ingrédients du produit doivent provenir d'une organisation membre de WFTO. Aucune altération (autre que touchant à l'emballage) du produit ne peut être réalisée par le premier acheteur.

1. Le cahier des charges analysé dans ce guide est le suivant: WFTO Standards (02/2014)




## > ANALYSE DES RÉFÉRENTIELS ET DES GRILLES DE CONTRÔLE

### CRITÈRES ÉCONOMIQUES



RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; PRIX JUSTE</b>			
✓		☆☆☆	<p>Les organisations de producteurs et leurs partenaires commerciaux doivent mettre en œuvre un mécanisme transparent de fixation du prix juste.</p> <p>Le calcul du prix juste doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Inclure une évaluation du montant des coûts de production</li> <li>■ S'ils existent, se référer aux prix minima établis par d'autres acteurs du secteur. (Ex : Fairtrade International).</li> </ul> <p>WFTO ne fixe pas de prix minimum par produit, ni de pourcentage devant a minima être ajouté au prix de marché, néanmoins le protocole d'audit permet à l'auditeur de contrôler précisément comment le prix minima a été fixé et si son montant est justifié.</p>
<b>&gt; PRIME POUR PROJETS COLLECTIFS</b>			
⊘	N/A	☆☆☆	<p>WFTO prévoit le versement d'une prime mais l'intègre directement dans le calcul du prix juste et ne précise pas quel pourcentage du prix juste elle doit a minima représenter.</p>
<b>&gt; ACCÈS FACILITÉ AU FINANCEMENT / PRÉFINANCEMENT</b>			
✓		☆☆☆	<p>Si l'organisation de producteurs en fait la demande, un préfinancement d'un montant s'élevant au maximum à 50 % de la valeur de la commande doit lui être accordé par l'acheteur. Les organisations destinataires du préfinancement doivent être en mesure de démontrer que les producteurs en bénéficient réellement.</p> <p>Dans les filières artisanales, le taux d'intérêt appliqué par l'acheteur pour le remboursement du préfinancement doit être nul.</p>
<b>&gt; ENGAGEMENT DURABLE DES ACHETEURS</b>			
✓		☆☆☆	<p>L'auditeur doit s'assurer que l'organisation de producteurs et le premier acheteur ont entretenu des relations de confiance, basées sur la transparence, avec leurs partenaires commerciaux au cours des 2 années précédant l'audit.</p> <p>Dans une démarche d'amélioration continue l'organisation de producteurs et ses partenaires commerciaux doivent :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Accroître la diversité ou la valeur des produits afin de maximiser les retombées économiques pour les producteurs.</li> <li>■ Acheter une majorité de produits auprès de fournisseurs respectant les principes de base du commerce équitable.</li> </ul>
<b>&gt; TRAÇABILITÉ</b>			
✓		☆☆☆	<p>Les traçabilités documentaire et physique des produits sont systématiquement exigées.</p>



## CRITÈRES SOCIAUX







RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; RESPECT DES CONVENTIONS DE L'ORGANISATION INTERNATIONALE DU TRAVAIL</b>			
✓		★ ★ ★	WFTO requiert des organisations membres qu'elles respectent les 11 conventions de l'OIT retenues dans le cadre de cette analyse ainsi que la législation locale si cette dernière est plus exigeante.  Si les organisations membres de WFTO travaillent avec des fournisseurs non contrôlés par le système de garantie WFTO ni par aucun autre système, elles doivent s'assurer que ces derniers respectent les exigences du référentiel WFTO. A partir de la 2 <sup>e</sup> année d'adhésion, WFTO requiert des organisations membres qu'elles mettent en œuvre un système de contrôle interne leur permettant de contrôler le respect des conventions de l'OIT par leurs fournisseurs. Un audit physique dans les locaux des fournisseurs doit également être organisé au moins une fois tous les 3 ans.
<b>&gt; AVANTAGES SOCIAUX ADDITIONNELS : SÉCURITÉ SOCIALE, RETRAITE, CONGÉS MATERNITÉ</b>			
✓		★ ★ ★	Les organisations membres de WFTO doivent a minima se conformer à législation nationale en vigueur.  WFTO requiert de ses membres qu'ils mettent en œuvre, dans une démarche d'amélioration continue de leurs pratiques, des mesures sociales au-delà des exigences propres aux législations nationales (assurance maladie, congé maternité, etc.).
<b>&gt; TRAITEMENT ÉGALITAIRE DE TOUS LES TRAVAILLEURS</b>			
✓		★ ★ ★	Dans une démarche de progrès, les organisations membres doivent mettre en œuvre des mesures concrètes pour appliquer l'égalité femme / homme.  L'auditeur doit s'assurer que l'organisation membre n'a pas recours de façon abusive à des contrats à durée déterminée pour échapper à certaines obligations légales (mise en œuvre d'une sécurité sociale par exemple).

## GOVERNANCE / AUTONOMIE DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS


RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; EXISTENCE D'UNE STRUCTURE COLLECTIVE FORMELLE</b>			
✓		★ ★ ★	<i>Organisation de producteurs</i>  L'organisation membre doit disposer de statuts légaux, de règles de gouvernance ainsi que d'un système de gestion financière.
∅	N/A	★ ★ ★	<i>Producteurs individuels sous contrat</i>  WFTO n'exige pas des producteurs qu'ils se regroupent au sein d'une structure formelle en charge du lien avec l'entreprise / l'organisation avec laquelle ils sont liés par contrat.  Néanmoins, la nature des organisations rejoignant ce réseau (engagées à 100% dans le commerce équitable) limitent les potentielles asymétries de pouvoir entre les producteurs et leurs partenaires.
<b>&gt; ACCESSIBILITÉ AUX PRODUCTEURS ET TRAVAILLEURS MARGINALISÉS</b>			
✓		★ ★ ★	Les organisations membres de WFTO doivent en priorité travailler avec des producteurs marginalisés et mettre en œuvre des mesures concrètes reflétant leur engagement à promouvoir l'activité de ces derniers. WFTO exige de ses membres des progrès continus en ce sens.






## GOUVERNANCE / AUTONOMIE DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; RENFORCEMENT DES CAPACITÉS DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS</b>			
✓		★ ★ ★	<p><i>Organisation de producteurs</i></p> <p>A partir de la deuxième année d'adhésion, les organisations membres (organisations de producteurs et acheteurs) de WFTO doivent disposer d'un budget spécifique dédié à la mise en œuvre d'activités de renforcement des capacités des producteurs.</p> <p>Dans une démarche de progrès, WFTO exige des organisations de producteurs qu'elles mettent en œuvre, avec le soutien des opérateurs commerciaux, des activités spécifiques à destination des petits producteurs : formations (gestion, comptabilité, marketing), appui technique, appui à la fixation du prix juste, etc.</p>
✓		★ ★ ★	<p><i>Producteurs individuels sous contrat</i></p> <p>Les exigences sont les mêmes que celles requises pour la certification des organisations de producteurs.</p> <p>Cependant, le cahier des charges de WFTO ne contient pas d'exigences relatives à la mise en œuvre d'activités spécifiques appuyant les producteurs dans la construction d'organisations indépendantes. Néanmoins, la nature même des organisations rejoignant ce réseau (engagées à 100% dans le commerce équitable) et la solidité du contrôle garantissent qu'un réel appui aux producteurs est mis en place. Par ailleurs la prédominance de l'artisanat au sein du système WFTO rend pertinent ce mode de contractualisation (aussi appelé travail à la tâche).</p>
<b>&gt; DROITS DES PEUPLES AUTOCHTONES</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Le cahier des charges de WFTO insiste sur l'appui et l'intégration des minorités.</p> <p>Les acheteurs et les organisations de producteurs doivent s'efforcer de valoriser au maximum les savoir-faire et ressources locales.</p>
<b>&gt; PRISE DE DÉCISION DÉMOCRATIQUE</b>			
✓		★ ★ ★	<p>WFTO exige de ses membres des progrès continus en matière de participation des producteurs dans les processus de prise de décisions au sein de leur organisation. Les cahiers des charges et les grilles de contrôle contiennent néanmoins peu d'indications et laissent à l'auditeur le soin d'évaluer le caractère démocratique de la gestion de l'organisation de producteurs.</p>
<b>&gt; TRANSPARENCE DE L'INFORMATION</b>			
✓		★ ★ ★	<p>La gestion de l'organisation de producteurs ainsi que la relation avec ses partenaires commerciaux (notamment les mécanismes de fixation du prix juste) doivent se faire en toute transparence.</p> <p>WFTO exige des organisations de producteurs des progrès continus en matière de communication avec leurs membres (newsletter interne, rencontres régulières, etc.).</p>
<b>&gt; PARTICIPATION DES PRODUCTEURS</b>			
✓		★ ★ ★	<p>Les organisations de producteurs doivent démontrer qu'elles mettent en œuvre des mesures appropriées pour l'implication et la participation active de leurs membres. Des progrès en ce sens sont attendus au fil des ans.</p>

## GOVERNANCE / AUTONOMIE DES PRODUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; NON DISCRIMINATION</b>			
✓		★★★	Toute pratique discriminatoire est prohibée. Les organisations de producteurs doivent mettre en œuvre des mesures concrètes visant à empêcher toute discrimination. Les auditeurs doivent être particulièrement attentifs à ce que les femmes disposent des mêmes opportunités que les hommes en matière de formation, de participation et d'accès aux postes à responsabilité au sein de l'organisation de producteurs.
<b>&gt; SUIVI DE LA GESTION DÉMOCRATIQUE DE LA PRIME POUR PROJETS COLLECTIFS</b>			
⊘	N/A	★★★	WFTO intègre directement la prime dans le calcul du au prix juste. L'appui au développement se matérialise par les activités de renforcement des capacités mentionnées ci-dessus.

## CRITÈRES ENVIRONNEMENTAUX

RÉFÉRENTIELS	CONTRÔLE	PERTINENCE	COMMENTAIRES
<b>&gt; RÉDUCTION DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DES ACTIVITÉS (EAU, ÉNERGIE, DÉCHETS)</b>			
✓		★★★	Les organisations membres (acheteurs et organisation de producteurs) doivent a minima respecter les lois nationales et locales en vigueur. Les exigences environnementales de WFTO sont principalement formulées sous la forme de démarche de progrès. Ainsi, les organisations membres doivent tendre à : <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Minimiser l'impact environnemental de leurs activités en lien avec le commerce équitable en mettant en œuvre des mesures d'économie d'eau et de gestion raisonnée de l'énergie et des déchets.</li> <li>■ Sensibiliser leurs membres aux « bonnes pratiques » environnementales.</li> <li>■ Mettre en œuvre une politique d'achats responsables.</li> </ul>
<b>&gt; RESPECT DE LA BIODIVERSITÉ</b>			
✓		★★★	La protection de la biodiversité n'est pas traitée en tant que telle dans les cahiers des charges de WFTO. Néanmoins, dans une démarche de progrès, WFTO requiert de ses membres qu'ils mettent en œuvre en priorité des modes de production durables. Les exigences de WFTO sont formulées de manière à laisser aux organisations membres et aux auditeurs une large liberté dans leur interprétation.
<b>&gt; INTERDICTION DES SUBSTANCES DANGEREUSES</b>			
✓		★★★	Les organisations de producteurs doivent utiliser des pratiques agricoles faiblement consommatrices en pesticides, et, si possible, des méthodes issues de l'agriculture biologique. WFTO ne dispose pas d'une liste répertoriant l'ensemble des substances interdites.
<b>&gt; INTERDICTION DES OGM</b>			
⊘	N/A	★★★	Aucun critère du référentiel ne mentionne l'interdiction des OGM. Néanmoins, le profil des organisations membres (engagées) ainsi que les critères de sélection, et les modalités de contrôle qui leur sont associées, requis pour rejoindre WFTO rendent très peu probable l'utilisation d'OGM.



CONTRÔLE ET SUIVI DES ORGANISATIONS CERTIFIÉES	PERTINENCE
<b>AUDITS</b>	
AUDITEURS	★ ★ ★
DÉROULEMENT DE L'AUDIT	★ ★ ★
REVUE DOCUMENTAIRE	★ ★ ★
AUDIT SUR SITE	★ ★ ★
ENTRETIENS AVEC LES PRODUCTEURS / TRAVAILLEURS	★ ★ ★
FRÉQUENCE DES AUDITS	★ ★ ★
AUDIT SURPRISE	★ ★ ★
<b>CONDITIONS D'OBTENTION DU LABEL</b>	
SYSTÈME DE NOTATION	★ ★ ★
MESURES CORRECTIVES	★ ★ ☆
SUSPENSION / RETRAIT DU LABEL	★ ★ ★
<b>COÛTS DE CERTIFICATION ET COTISATIONS ANNUELLES</b>	
TRANSPARENCE	★ ★ ★
AIDE À LA CERTIFICATION	★ ★ ☆
<b>PLAINTES ET APPEL</b>	
TRAITEMENT DES PLAINTES ET DES APPELS	★ ★ ★

## AUDITS

### > Auditeurs

- WFTO décide en dernière instance de la validation de toute nouvelle adhésion. Les audits sont réalisés par des auditeurs indépendants (susceptibles de travailler avec FLOCERT, IMO, etc.) ayant reçu une formation spécifique au fonctionnement du système de garantie de WFTO.
- Un groupe d'auditeurs est rattaché à chaque grande région (Amérique du Sud, Afrique, Asie, etc.).

### > Déroulement de l'audit

- Tout audit doit inclure une réunion préliminaire. Cette dernière regroupe l'auditeur, les responsables de l'organisation de commerce équitable (producteurs, acheteurs, réseaux) ainsi que, le cas échéant, des représentants des producteurs et des travailleurs.
- À la fin de l'audit, l'auditeur doit consacrer une à deux heures à la préparation d'un rapport préliminaire et doit présenter à l'organisation de producteurs la liste de critères non-conformes qu'il a observé ainsi que des propositions de mesures correctives.

> **Revue documentaire.** Tous les documents statutaires ainsi que l'ensemble des documents liés aux activités de commerce équitable doivent être analysés.

### > Audit sur site

- Les audits sur site sont alternativement menés par des auditeurs indépendants et par des pairs (membres de WFTO).
- La durée de l'audit dépend de la taille de l'organisation (nombres de producteurs / employés), de la complexité des modes de production ou distribution, du nombre de fournisseurs et du nombre de produits vendus portant le label WFTO. Elle varie entre 1 et 5 jours (inspection des fournisseurs incluse).
- Si l'organisation contrôlée fait appel à des fournisseurs, l'auditeur doit inspecter physiquement les lieux de production appartenant à ces fournisseurs et mener des entretiens avec les travailleurs / producteurs dans l'optique de vérifier la pertinence du système de contrôle de l'organisation membre et de s'assurer du respect des 10 critères de base de WFTO.

> **Entretiens avec les producteurs / travailleurs.** Tout audit sur site doit inclure des entretiens avec les producteurs (au moins deux entretiens individuels, un entretien en groupe avec au maximum 5 producteurs et une session de discussion collective).

### > Fréquence des audits

- Tous les deux ans, l'organisation membre doit compléter un rapport d'auto-évaluation. Ce document sert de base à l'audit sur site.
- Sur la base d'un calcul lui permettant d'évaluer pour chaque organisation les risques inhérents de non-respect des exigences de son cahier des charges, WFTO décide de la fréquence des audits sur site (auditeur externe ou visite de pairs). La fréquence des audits varie d'une fois tous les ans à une fois tous les 3 ans.

> **Audit surprise.** Après vérification, l'organisation d'audit surprise peut également être décidée si WFTO est alerté par l'intermédiaire du « Fair Trade Accountability Watch » (outil de plaintes en ligne permettant à tout un chacun d'informer WFTO sur les pratiques suspectes de ses membres) qu'un de ses membres ne respecte pas les exigences du cahier des charges.

## CONDITIONS D'OBTENTION DU LABEL

> **Système de notation.** Le cahier de charges WFTO est divisé en trois types de critères :

- Les critères obligatoires : leur respect est exigé pour l'obtention de la garantie, quel que soit le contexte.
- Les critères obligatoires n'entrant en vigueur qu'un, deux ou trois ans après le premier rapport d'auto-évaluation.
  - > Le non-respect de ces critères est susceptible d'entraîner le refus de l'adhésion ou le refus de son renouvellement.
- Les critères de progrès : WFTO attend de ses membres qu'ils présentent des progrès continus.

### > Mesures correctives

- Dans les cas où l'auditeur identifie le non-respect de « critères obligatoires », l'organisation doit élaborer des mesures correctives, dont le délai de mise en œuvre est fixé par WFTO.
- Par ailleurs, tous les membres de WFTO doivent élaborer un plan de progrès dans le cadre du rapport d'auto-évaluation.

> **Suspension / retrait du label.** Si l'organisation ne met pas en œuvre les mesures correctives dans le délai imparti ou si elle contrevient abusivement aux exigences du cahier des charges, des sanctions peuvent être prises : suspension temporaire de l'adhésion, restriction dans l'utilisation du label produit voire exclusion de WFTO.

## COÛT DE CERTIFICATION ET COTISATIONS ANNUELLES

### > Transparence

- Les informations relatives aux coûts de certification et aux cotisations sont accessibles en ligne sur le site internet de WFTO.
- Les frais de candidature (payés uniquement au début du processus) varient entre 100 et 750 €.
- Les frais annuels sont composés des :
  - Cotisations annuelles basées sur le chiffre d'affaires de l'organisation (de 375 € à 1 875 € pour les organisations de producteurs / de 375 € à 9 375 € pour les acheteurs et intermédiaires commerciaux des pays de l'OCDE) et approuvées par l'assemblée générale de WFTO, auxquelles s'ajoutent des cotisations prélevées par les représentations régionales de WFTO (50 € en Amérique du Sud, 75 € en Asie, 100 € en Afrique).
  - Coûts de certification : ils ne sont pas fixés à l'avance. WFTO et l'organisation auditée les négocient avec l'auditeur.

> **Aide à la certification.** WFTO ne met pas à disposition des organisations candidates un fond d'aide financière, mais elle tente dans la mesure du possible de minimiser les coûts du processus d'adhésion, en alternant visite de pairs et audit externe.

## L'AVIS DES AUTEURS

Pionnier du commerce équitable, qui regroupe historiquement des organisations de soutien à des populations en difficulté génératrices d'activités liées à des savoir-faire locaux et artisanaux, le système de garantie WFTO a longtemps été exclusivement accessible aux organisations 100% équitable (celles dont l'ensemble de l'activité était dédiée au commerce équitable). Le dispositif de contrôle des organisations détentrices de la garantie était jusqu'à récemment basé sur l'autoévaluation et l'évaluation croisées des pairs.

Cette situation a évolué en 2014 grâce à trois changements majeurs.

Tout d'abord, WFTO a considérablement renforcé ses modalités de contrôle en introduisant des audits par tierce partie (en complément des audits de pairs), ainsi qu'un dispositif de reconnaissance des certifications effectuées par d'autres labels de commerce équitable.

L'alternance entre des audits externes et les recours aux visites de pairs et à l'auto-évaluation participe de la volonté politique de WFTO d'impliquer au maximum ses membres dans la vie de son réseau et permet de maintenir les coûts de certifications à des niveaux raisonnables, afin de ne pas exclure son accès aux plus petites organisations.

Par ailleurs, WFTO a développé un logo pour identifier les produits issus des organisations labélisées. Le label ne pouvant être auparavant apposé sur les emballages des produits.

Enfin, WFTO a ouvert son système de garantie à des acteurs (« premiers acheteurs ») non membres de son réseau dans l'optique d'élargir les débouchés commerciaux pour les producteurs et les artisans, au-delà de ceux offerts par les seuls membres de WFTO. Cette évolution, à l'heure actuelle encore en phase de

## PLAINTES ET APPEL

### > Traitement des plaintes et des appels

- Toute organisation membre a la possibilité de faire appel d'une décision / sanction prise par WFTO dans les 3 mois suivant cette décision / sanction.
- Le Fair Trade Accountability Watch est un outil en ligne permettant à toute personne d'informer anonymement WFTO sur les mauvaises pratiques (suspectées ou avérées) d'un des membres du réseau. Une fois la plainte réceptionnée, WFTO met en œuvre une procédure d'enquête (pouvant inclure des audits surprises) afin de déterminer la véracité de ces allégations et peut, le cas échéant, décider de sanctions.

test et non développée intégralement dans le référentiel, devra néanmoins s'accompagner d'un contrôle sérieux des pratiques de ces « premiers acheteurs ».

La principale force de la garantie WFTO réside dans l'assurance que ses membres, pleinement engagés dans des activités de commerce équitable, sont constamment incités à améliorer leurs pratiques par l'intermédiaire de critères dits de progrès continu permettant à l'auditeur de mettre en œuvre un suivi constructif des organisations inspectées.

Soulignons néanmoins que WFTO gagnerait à renforcer et à formaliser davantage ses exigences en matière de pratiques environnementales (notamment en ce qui concerne la réduction des impacts environnementaux des activités et le respect de la biodiversité).

WFTO place au cœur de sa mission sociale les activités de plaidoyer et d'éducation des citoyens, piliers du commerce équitable.

Les 8 labels\* étudiés dans ce guide se revendiquent tous du commerce équitable. L'analyse de leurs référentiels\* a mis en évidence qu'ils intègrent tous, à une exception près, et avec des degrés d'exigences variables, les critères fondamentaux du commerce équitable tels que définis dans la Charte des principes du commerce équitable\*. Seul le label Forest Garden Products, qui a par ailleurs élaboré des exigences précises pour les aspects sociaux et environnementaux, ne couvre pas l'ensemble des critères économiques du commerce équitable et inclut peu de critères relatifs à la gouvernance des organisations de producteurs.

### CRITÈRES ÉCONOMIQUES

Les deux critères fondamentaux du commerce équitable, que sont l'établissement d'un prix minimum\* et le versement d'un prime pour projets collectifs\* aux organisations certifiées, sont intégrés dans l'ensemble des référentiels des labels étudiés.

En ce qui concerne l'établissement d'un prix minimum, deux approches cohabitent. Pour Fairtrade Max Havelaar, Symbole des Producteurs Paysans (SPP) et Fair Trade USA, les prix sont fixés

par produit et par zone géographique et sont le résultat de consultations entre tous les acteurs de la filière. Pour les autres labels (Fair for Life, Ecocert Équitable, Naturland Fair et WFTO) le prix minimum est fixé pour chaque partenariat commercial via une concertation entre les producteurs et les acheteurs.

Dans les deux cas, le prix minimum est bien supérieur au prix d'achat du marché conventionnel et permet de couvrir les coûts de production et d'exploitation des producteurs et de leurs organisations. Fair for Life, Fairtrade Max Havelaar, Ecocert Équitable, SPP, Naturland Fair et Fair Trade USA prévoient le versement d'une prime spécifique à l'organisation certifiée en cas de conversion de celle-ci à l'agriculture biologique (un supplément de l'ordre de 5%).

La majorité des labels étudiés exige des acheteurs qu'ils payent, en plus du prix juste, une prime pour projets collectifs. Seul WFTO intègre directement la prime dans le calcul du prix juste.

Sur ces points, le référentiel du label Forest Garden Products (FGP) est peu précis : il ne met pas à disposition des producteurs et de leurs partenaires une méthodologie permettant d'évaluer les coûts

de production et indique seulement que les prix payés doivent être au-dessus de ceux pratiqués sur le marché conventionnel. Par conséquent, à ce jour, le label FGP ne peut être considéré comme un label de commerce équitable.

En matière d'engagements commerciaux de la part des acheteurs, il apparaît que la plupart des labels exigent l'élaboration conjointe (avec les producteurs) de plan d'approvisionnement. Seul le label Ecocert Équitable demande aux acheteurs de s'engager pour une période minimum de 3 ans.

Pour la majorité des labels étudiés dans ce guide, la traçabilité physique\* des produits certifiés tout au long de la filière (producteur, acheteurs, intermédiaires commerciaux, marques) est obligatoire et contrôlée avec sérieux (visite des locaux, suivi documentaire)

Néanmoins, si les labels Fairtrade Max Havelaar et Fair Trade USA présentent la traçabilité physique comme la règle générale, ils autorisent le recours au bilan de masse\* pour le cacao, le thé, le sucre de canne et les jus de fruits. Le recours au bilan de masse est également toléré pour le coton dans le cadre du Fairtrade Sourcing Program (FSP) du label Fairtrade Max Havelaar.

## CRITÈRES SOCIAUX

Les 8 labels analysés dans ce guide requièrent le respect des 11 conventions\* de l'Organisation Internationale du Travail. La majorité d'entre eux sont particulièrement attentifs aux aspects touchant à l'égalité entre les travailleurs : par exemple Fairtrade Max Havelaar, Fair for Life, Naturland Fair, WFTO, FGP, Fair Trade USA et Ecocert Équitable exigent des organisations certifiées qu'elles favorisent l'égalité femme / homme.

Il convient néanmoins de souligner que le cahier des charges Fairtrade Max Havelaar élaboré pour la certification des producteurs individuels sous contrat (agriculture sous contrat) ne mentionne que 9 des 11 conventions de l'OIT et ne couvre pas celles relatives à la sécurité et à la santé sur le lieu de travail et celle concernant la liberté syndicale et d'association.

En termes d'octroi de bénéfices sociaux supplémentaires (sécurité sociale, retraite et congé maternité), la majorité des labels étudiés exigent a minima le respect des lois nationales.

Les labels Naturland Fair, Fairtrade Max Havelaar, Fair for Life, Forest Garden Products ou Ecocert

Équitable, ont des exigences qui vont au-delà des lois nationales et requièrent des organisations certifiées, notamment pour le cas des plantations, qu'elles mettent en place des mesures spécifiques (allongement de la durée des congés maternité, programmes éducatifs, formations, etc.) dans une démarche d'amélioration continue de leurs pratiques.

Notons que les labels initiés par des organismes de certification de produits bio, comme Naturland Fair, Fair for Life et Ecocert Équitable, considèrent le respect des critères liés à responsabilité sociétale des entreprises comme un préalable à la certification.

## CRITÈRES DE GOUVERNANCE / AUTONOMIE DES PRODUCTEURS

Trois formes d'organisation de la production sont identifiées dans ce guide : les organisations de producteurs, les producteurs individuels sous contrat et les plantations.

Seul SPP restreint l'utilisation de son label aux seules organisations de producteurs. Ce label est également le plus exigeant en matière d'éligibilité des organisations de petits producteurs : définition

d'une superficie des exploitations éligibles (15 hectares maximum) et composition des membres des organisations de producteurs (85% des membres doivent être des petits producteurs).

Les 7 labels restants ont ouverts leur certification à d'autres acteurs : les plantations et les producteurs individuels sous contrat. Certains, comme Fairtrade Max Havelaar et Fair for Life, ont élaboré des cahiers des charges spécifiques pour ces cas de figure. Les autres ont fait le choix d'inclure des critères supplémentaires dans leurs référentiels préexistants.

De manière générale, en ce qui concerne les 8 labels analysés dans le cadre de ce guide, on observe que les exigences relatives à la gestion démocratique des organisations de producteurs (transparence, participation des membres) sont précises et exhaustives. Les modalités de contrôle permettent d'assurer que ces aspects trouvent leur traduction concrète sur le terrain en incluant systématiquement des audits sur site, au cours desquels les auditeurs sont tenus de s'entretenir avec les producteurs et les travailleurs et de passer en revue l'ensemble de la documentation pertinente (comptes-rendus, actes, etc.). Chaque label a, par ailleurs, formulé des critères, qui

permettent d'encadrer la gestion de la prime pour projets collectifs. Enfin, le renforcement des capacités des producteurs est intégré dans tous les cahiers des charges à travers la mise en place progressive de formations et d'activités de transfert de compétences.

Pour plusieurs labels de commerce équitable, l'ouverture de la certification aux plantations et aux producteurs individuels sous contrat s'est accompagnée de formulation de critères spécifiques. Fairtrade Max Havelaar, Ecocert Équitable, Fair for Life et Fair Trade USA exigent la mise en place de comités, au sein desquels sont regroupés les producteurs individuels sous contrat et les travailleurs des plantations. Ces comités ont pour mission de gérer la prime pour projets collectifs et de maintenir un dialogue régulier avec la direction de l'entreprise à laquelle leurs membres sont liés. Néanmoins, le fait que ces 4 labels autorisent la direction de ces mêmes entreprises à siéger au sein des comités n'est pas sans poser question quant au respect de l'indépendance des décisions prises par les producteurs et travailleurs, valeur fondamentale du commerce équitable.

## CONCLUSION

### CRITÈRES ENVIRONNEMENTAUX

La moitié des labels étudiés dans ce guide a été développé par des organismes de certification venant du secteur de l'agriculture biologique (Fair for Life, Naturland Fair, Ecocert Équitable, FGP) et fonde, par conséquent, ses exigences environnementales sur le respect des cahiers des charges de l'agriculture biologique. Les modalités de contrôles liés à ces exigences assurent le bon respect du contenu des référentiels.

A la différence de ces labels, Fairtrade Max Havelaar, WFTO et Fair Trade USA ont formulé leurs propres critères en matière d'exigences environnementales. Dans tous les cas, les référentiels couvrent la protection de la biodiversité et la réduction des impacts environnementaux des activités des organisations certifiées. De manière générale, ces labels mettent davantage l'accent sur la démarche de progrès plutôt que sur des exigences à remplir dès les premières années de certification. Cette approche se matérialise par le versement d'une prime spécifique (de la part des acheteurs) en cas de conversion de à l'agriculture biologique.

### CONCLUSION

De manière générale, les mesures mises en œuvre par les labels de commerce équitable pour assurer la conformité entre les exigences et les pratiques s'avèrent pertinentes et crédibles. Chaque label, étudié dans le cadre de ce guide, a recours à la certification par tierce partie et à des auditeurs professionnels. Par ailleurs, la tenue d'audits à intervalles réguliers est le gage d'un suivi sérieux des organisations certifiées et poussent ces dernières à améliorer continuellement leurs pratiques.

Soulignons en ce sens qu'un pionnier du secteur, WFTO, a récemment renforcé la crédibilité de son système de garantie en intégrant des audits externes venant compléter les visites de pairs et les rapports d'auto-évaluation.

En conclusion, on peut noter que les acteurs historiques du commerce équitable se distinguent assez nettement des labels plus récents (à l'exception de Naturland) dans la manière dont ils investissent le champ de l'éducation au développement et du plaidoyer, qui constitue l'un des piliers du commerce équitable. Ainsi, il convient de noter que seuls Fairtrade Max Havelaar, WFTO et Naturland, participent activement à la promotion du commerce équitable et de politiques visant au changement des règles du commerce international.



# CES LABELS QU'IL NE FAUT PAS CONFONDRE AVEC LES LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE

---



> 4C ASSOCIATION

---



> BONSUCRO

---



> PROTERRA FOUNDATION

---



> RAINFOREST ALLIANCE

---



> UTZ CERTIFIED

Depuis le Sommet de la Terre qui s'est tenu en 1992 à Rio et suite à l'appel à une plus grande attention à la consommation et à la production durables, de nombreux acteurs de l'économie mondiale ont cherché des mécanismes permettant d'intégrer les priorités du développement durable\* à leur activité. Ainsi, la dernière décennie a été marquée par une expansion et un développement rapides de l'utilisation de **labels\* de développement durable**. Leurs cahiers des charges\* spécifient les exigences auxquelles sont invités à répondre les producteurs, les intermédiaires commerciaux, les fabricants, les détaillants ou encore les fournisseurs de services **pour une meilleure intégration du développement durable au sein des chaînes d'approvisionnement globalisées**. Ces exigences sont représentées par un large éventail de mesures relatives au développement durable, y compris le respect des droits de l'homme, la santé et la sécurité des travailleurs, les impacts environnementaux, les relations communautaires, l'aménagement du territoire, etc. Aujourd'hui on dénombre près de **435 de ces labels à travers le monde** (COSA, 2013<sup>1</sup>).

L'évolution et la prolifération de ces labels ne sont toutefois pas uniformes : le paysage des labels privés s'est transformé, tant au niveau des zones géographiques concernées que des produits

couverts. Djama M. et al. (2013), rappellent que les labels de développement durable se sont développés en trois vagues successives :

- une première, **issue des mouvements sociaux et militants**, qui a donné par exemple naissance aux labels d'agriculture biologique et de commerce équitable ;
- une deuxième a vu l'émergence des **démarches de type interentreprises**, (business to business, B2B\*) avec la mise en place en particulier de la norme privée GlobalGAP<sup>2</sup>;
- une troisième, plus récente, a vu naître **les labels de développement durable qui, allient à la fois les dimensions sociale et environnementale**, tout en étant résolument tournés vers la réponse aux besoins d'un marché agro-alimentaire globalisé, touchant un nombre de consommateurs croissant. C'est le cas par exemple du label Rainforest Alliance ou encore UTZ Certified.

La multiplication de ces labels entraîne donc des **questionnements légitimes** et un risque de confusion pour les consommateurs (citoyens, entreprises, pouvoirs publics et collectivités), pour lesquels **les différences entre les labels ne sont pas toujours lisibles**.

Dans ce chapitre, nous passerons en revue **5 labels**

## « AUJOURD'HUI, ON DÉNOMBRE PRÈS DE 435 DE CES LABELS À TRAVERS LE MONDE. »

**de développement durable** qui interviennent sur les mêmes filières que les labels de commerce équitable (café, thé, cacao, canne à sucre, etc.) et qui sont régulièrement confondus avec eux : **4C Association, Bonsucro, ProTerra Foundation, Rainforest Alliance** et **UTZ Certified**.

Parmi eux, seul 4C Association opère dans les échanges interentreprises (B2B) tandis que les autres agissent dans les transactions entre les entreprises et les consommateurs (business to consumer, B2C\*).

Après une brève description des labels de développement durable étudiés, **une analyse comparative de ces labels** sera proposée au regard de la grille de critères mobilisée pour l'étude des labels de commerce équitable, afin de **mieux discerner les différences existantes entre ces démarches**.

1. The Committee On Sustainability Assessment, *COSA measuring sustainability report : Coffee and cocoa in 12 countries, (2013)*.

2. GlobalGAP, anciennement EurepGAP, est un cahier des charges commun relatif à la gestion des exploitations agricoles qui a été élaboré à la fin des années 90 par les acteurs européens de la grande distribution leurs principaux fournisseurs. Ce cahier des charges a ensuite été diffusé au niveau mondial et est devenu GlobalGAP. GAP correspond à l'acronyme anglais pour « Good Agricultural Practices » soit « Bonnes Pratiques Agricoles ». De nombreux pays en développement élaborent leurs propres GAP, c'est le cas du Kenya ou encore de la Thaïlande.

## CONTACT



Secrétariat 4C  
Adenauerallee 108, 53113 Bonn, ALLEMAGNE  
Téléphone : +49 228 850 50 0  
www.4c-coffeeassociation.org

## PROPRIÉTAIRE DU RÉFÉRENTIEL

### 4C Association

L'Association 4C rassemble 290 membres : des producteurs de café (petits et grands), des négociants (importateurs et exportateurs), des industriels (torréfacteurs et détaillants) et des représentants de la société civile (ONG et syndicats).

Les membres sont divisés en 5 catégories principales : les producteurs, les commerçants et industriels, les acteurs de la société civile, les membres associés et les membres individuels.

## ORGANISMES DE CERTIFICATION

Cette liste est ouverte et mise régulièrement à jour par l'Association 4C (dernière mise à jour : 22/10/2014). **L'organisme de certification doit être une tierce-partie agréée par l'Association 4C (pas d'accréditation ISO 65\*).**

CERES GmbH, Café Control JSC, AfriCert Ltd., Mayacert S.A., IMO do Brasil, PT BIOCert Indonesia, Bio Latina Certificadora Ecologica, Control Union Indonesia, SAVASSI Café certificações agrícolas do Brasil, BCS Oko-Garantie GmbH (Peru), Sustainable Development Services (SDS), Productos y Procesos Sustentables, IMO India, Control Union Peru, Ugocert, IMO-LA, Vietnam Commodity Control & Certification Joint Stock Company (VCC&C), BCS Oko Garantie Colombia S.A.S., IBD Certificações, IGCert Genesis Group, VSCB Vietnam Limited Company, WQS Certificações Ltda.

## CRÉATEUR ET HISTORIQUE DU LABEL

### 4C Association (2006)

Le Code Commun pour la Communauté du Café (4C) a été créé en 2003 grâce au soutien du ministère allemand de la coopération économique et du développement (BMZ), la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) et l'Association allemande du café (DKV). Peu de temps après, le Secrétariat d'État suisse à l'économie (SECO), la Coopération britannique et la Fédération européenne du café (ECF) ont rejoint le projet.

De 2004 à 2006, un comité de pilotage multi-acteurs a développé le référentiel 4C qui définit les règles de participation pour les producteurs, commerçants et industriels. En 2006, l'Association 4C est née.

**L'Association 4C est membre de l'Alliance ISEAL\*.**

## GOUVERNANCE

**L'assemblée générale** inclut tous les membres. Elle est l'autorité suprême de 4C.

**Le conseil**, élu par l'assemblée générale, constitue l'organe de décision de l'association. Il se compose de 10 membres représentant trois collèges (producteurs, commerçants et industriels, société civile). Parmi ces chambres, c'est le groupe représenté par les producteurs qui possède le plus de poids.

**Le comité technique**, nommé par le conseil, apporte les modifications et révisé le référentiel 4C.

**Le comité de médiation** est chargé de régler les différends au sein du système 4C.

**Le secrétariat** administre l'association, stimule la coopération avec d'autres labels, coordonne les activités de soutien et prépare les prises de décision du conseil.

## FRAIS D'ADHESION ET COÛTS DE CERTIFICATION

Les frais d'adhésion à 4C dépendent de la place occupée par le membre au sein de la filière du café et du volume total de café vert qu'il produit, échange ou achète. Le producteur paye généralement moins de frais que l'acheteur final.

En moyenne, les coûts de certification s'élèvent à 2 700 €. Ces coûts sont à la charge des producteurs ou organisations de producteurs, des négociants, des intermédiaires, des acheteurs et des détaillants.

## LOGO ET RÈGLES D'ÉTIQUETAGE

L'association 4C opère en **business to consumer\* (B2C)**.



Le logo ci-dessus ne peut pas être utilisé sur les emballages des produits finis car il ne s'agit pas d'un label produit. Il ne peut être utilisé que sur les sites internet et dans les publications des membres (brochures, communiqués de presse, rapports annuels, etc.).

Une déclaration d'adhésion à 4C peut être appliquée sur les produits finis en utilisant le texte ci-dessous :



## MATIÈRE PREMIÈRE CERTIFIÉE

Café vert

## INSPECTION DE LA FILIÈRE ET TRAÇABILITÉ RECONNAISSANCE

Le label 4C requiert la traçabilité documentaire et physique des produits certifiés.

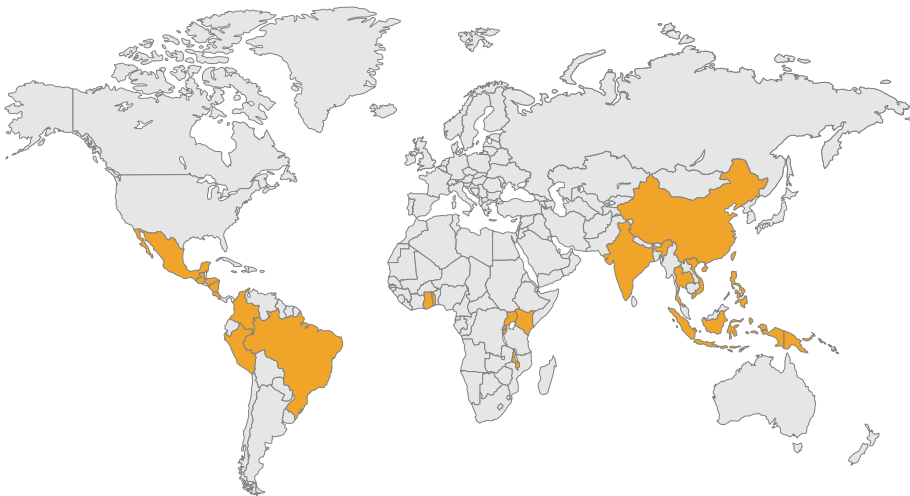
### INFORMATIONS SUR LE REFERENTIEL

> Le référentiel (version de mai 2009) comprend **10 pratiques inacceptables** qui sont principalement le reflet des conventions internationales (conventions de l'OIT\*, liste des pesticides de l'OMS\*, etc.).

Ce référentiel est divisé en **28 principes** qui sont eux-mêmes subdivisés en trois types de critères : verts, jaunes et rouges (feux tricolores) qui illustrent le concept d'**amélioration continue**.

### REPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PRODUCTEURS CERTIFIÉS

En 2013, l'Association 4C était présente dans **22 pays** à travers le monde avec un total de **1 462 884 hectares certifiés**. La même année, environ **360 604 producteurs étaient certifiés** dans les 5 principaux pays producteurs de café (Brésil, Colombie, Indonésie, Kenya et Vietnam). Leurs productions combinées s'élevaient à **25 % de la production effective mondiale** de café pour la campagne agricole 2012/2013. **Pour une production totale certifiée 4C de 1 782 058 tonnes en 2012, seules 152 708 tonnes ont été vendues en tant que telles.**



### PRINCIPALES MARQUES UTILISANT LE LABEL

**Aldi, Nestlé S.A., Kraft Foods Global, Mondelēz International**



En 2010, Nestlé a annoncé le Plan NESCAFÉ à travers lequel l'entreprise projette de se fournir à 100% en café certifié 4C d'ici 2015.

Kraft Foods a également annoncé un objectif ambitieux d'approvisionnement à 100 % en café durable pour toutes ses marques de café disponibles sur le marché européen d'ici 2015. Ainsi, Kraft Foods va considérablement augmenter son approvisionnement en café certifié 4C ou par d'autres labels de développement durable reconnus.

### EQUIVALENCE / RECONNAISSANCE

Il existe une convergence des exigences de 4C avec celles des trois labels les plus reconnus dans le secteur du café : Fairtrade, UTZ Certified et Rainforest Alliance. Ces labels sont membres de l'Association 4C.

4C reconnaît d'autres labels de développement durable comme équivalents. C'est le cas pour les référentiels du Réseau d'Agriculture Durable (SAN) utilisés par le label Rainforest Alliance. Une analyse comparative a été produite entre Rainforest Alliance et 4C et l'équivalence entre ces deux systèmes de garantie a été rendue possible (sans réciprocité toutefois). Cette convergence offre de nouvelles possibilités de commercialisation pour les producteurs qui ne peuvent pas vendre la totalité de leur production sous un label\* spécifique.

### MODALITÉS DE CONTRÔLE

Il n'existe pas d'adaptation du référentiel 4C aux spécificités locales (région du monde, taille de l'exploitation agricole, etc.).

La majeure partie du processus de contrôle est effectuée sur le terrain et comprend des entretiens avec la ou les personnes en charge de l'unité de production 4C et de sa mise en conformité au cahier des charges 4C. Les partenaires commerciaux des unités 4C sont également interrogés. Parfois, les auditeurs peuvent juger nécessaire de questionner d'autres acteurs locaux (par exemple les enseignants des écoles à proximité) pour confirmer ou infirmer certaines informations. La certification n'est possible que si le secrétariat de 4C donne son accord préalable.

La certification 4C est en moyenne valide pendant 3 ans, au cours desquels des audits surprises\* doivent être menés.

## CONTACT



### Bonsucro

20 Pond Square- Londres N6 6BA, ROYAUME UNI  
Téléphone : +44 (0) 208 341 006 0  
www.bonsucro.com

## PROPRIÉTAIRE DU RÉFÉRENTIEL

### Bonsucro

Bonsucro a créé le premier label\* mondial pour la canne à sucre. Actuellement, Bonsucro compte près de 200 membres issus de 27 pays et qui représentent l'ensemble de la filière. Ce label distingue ses membres en 5 catégories : les industriels, les intermédiaires, la société civile, les utilisateurs finaux et les exploitants (depuis 2012).

## ORGANISMES DE CERTIFICATION

Cette liste est ouverte. L'organisme de certification doit être une tierce-partie accréditée ISO 65\* et agréée par Bonsucro.

Cert-ID, Control Union, IG-Cert, LRQA, OIA, SCS, SGS, TUV, WQS.

## CRÉATEUR ET HISTORIQUE DU LABEL

### Bonsucro (2008)

Bonsucro est une organisation internationale multipartite à but non lucratif (ONG, société civile, industries, producteurs, associations de producteurs, négociants, acheteurs, détaillants, secteur public) établie en 2008 pour promouvoir la production durable de la canne à sucre. L'objectif de Bonsucro est de réduire les impacts environnementaux et sociaux relatifs à la production de canne à sucre, tout en reconnaissant la nécessité d'une viabilité économique.

Bonsucro est membre de l'Alliance ISEAL\*.



Bonsucro est l'un des quelques labels à avoir élaboré des mesures relatives aux émissions de gaz à effet de serre. La Commission européenne a déclaré que le label Bonsucro pouvait être utilisé pour démontrer la conformité à la directive énergie renouvelable de l'Union européenne (UE RED) lors de l'importation d'agrocarburant. Le référentiel a dû être modifié pour s'y conformer pleinement.

## GOVERNANCE

Le conseil d'administration se compose de 12 personnes et chaque catégorie de membres y est représentée.

Les membres sont au cœur du programme Bonsucro et élisent le conseil d'administration en assemblée générale. Les membres collaborent au développement des référentiels en formant des groupes d'experts et en participant activement à des groupes de travail sur des sujets variés comme l'éthanol, la gouvernance ou l'évolution des systèmes de garantie.

## LOGO ET RÈGLES D'ÉTIQUETAGE

Bonsucro opère en **business to consumer\*** (B2C) mais ne propose pas de label à appliquer sur les emballages. Voici le logo Bonsucro :



## FRAIS D'ADHESION ET COÛTS DE CERTIFICATION

Le montant des frais d'adhésion varie selon la catégorie du membre (exploitant, industriel, intermédiaire, utilisateur final ou société civile), sa localisation, sa taille et son chiffre d'affaires annuel.

Les coûts de certification dépendent de l'organisme de certification et des caractéristiques de l'exploitation agricole (région du monde, taille, volumes de production, etc.). Ces coûts sont à la charge des producteurs et des entreprises.

## MATIÈRE PREMIÈRE CERTIFIÉE

Canne à sucre (éthanol, sucre et molasse)

## PRINCIPALES MARQUES UTILISANT LE LABEL

Unilever, Ferrero, Harwood

## INSPECTION DE LA FILIERE ET TRACABILITE

Le label Bonsucro requiert uniquement la traçabilité documentaire. En effet, les référentiels Bonsucro autorisent les opérateurs certifiés à mélanger des matières premières certifiées à des matières premières non certifiées à condition qu'ils indiquent le pourcentage de matières premières certifiées Bonsucro dans la composition du produit final (bilan de masse\*).

## EQUIVALENCE / RECONNAISSANCE

Il n'existe pas d'équivalence entre Bonsucro et d'autres labels.

### INFORMATIONS SUR LES RÉFÉRENTIELS

> **Le référentiel « production » Bonsucro** s'applique aux usines de transformation et aux zones de production de la canne à sucre. Ce référentiel est divisé en 5 principes, 28 critères et 69 indicateurs. Les cinq premiers principes évaluent la durabilité dans l'industrie de la canne à sucre, tout en traitant les défis sociaux, environnementaux et économiques suivants :

- Respecter la loi nationale.
- Respecter les droits de l'homme et les normes internationales du travail.
- Améliorer la durabilité à travers la gestion efficace des intrants, de la production et de la transformation.
- Améliorer et renforcer le respect de la biodiversité et des écosystèmes.
- Rendre plus durables les méthodes de production.

Les indicateurs utilisés pour mesurer la conformité aux critères de ce référentiel s'appliquent soit à l'usine soit à l'exploitation agricole, soit aux deux. De plus, Bonsucro a développé un outil pour mesurer la conformité : le calculateur Bonsucro, qui utilise les données de production que les usines et les exploitations doivent collecter régulièrement. Une fois certifiées, les usines sont autorisées à vendre des produits certifiés Bonsucro sur le marché.

> **Le référentiel « bilan de masse » de Bonsucro** s'applique à toutes les entreprises qui achètent des produits certifiés auprès des usines. Il assure la traçabilité des produits et les revendications durables des opérateurs certifiés. La conformité à ses exigences est obligatoire pour toute entreprise qui souhaite déclarer publiquement ses achats « durables ».

Les usines qui produisent du sucre et de l'éthanol et leurs fournisseurs sont contrôlés sur la base du référentiel « production » tandis que l'aval de la filière doit se conformer au référentiel « bilan de masse ».

### MODALITÉS DE CONTRÔLE

Il n'existe pas d'adaptation des référentiels Bonsucro aux spécificités locales (région du monde, taille de l'exploitation agricole, etc.).

Le label Bonsucro est décerné pour une période de 3 ans avec des audits de surveillance annuels. Après l'audit initial, 2 audits de surveillance doivent être menés au cours des deux campagnes agricoles qui suivent.

Pour être conforme aux référentiels Bonsucro, l'audit doit couvrir l'ensemble de la campagne agricole. L'audit de suivi s'accompagne de 2 audits de surveillance avec au moins un audit de surveillance par campagne agricole. Cette séquence de 3 ans doit ainsi être répétée.

Ces opérations sont principalement réalisées sur le terrain et Bonsucro ne fait pas mention d'audit surprise\* dans ses référentiels. Au cours de l'inspection sur le terrain, des entretiens doivent être effectués auprès des travailleurs et des gestionnaires de l'exploitation agricole. Des entretiens avec le personnel clé et les travailleurs doivent être accomplis au cours de l'audit de mise en œuvre de la certification (après contrôle des documents relatifs au système de gestion).

### REPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PRODUCTEURS CERTIFIÉS

En 2013, Bonsucro était présent dans **2 pays** (Brésil et Australie) avec un total de **880 669 hectares certifiés**. La même année, **39 certificats de production** ont été accordés dans ces deux pays. Leurs productions combinées s'élevaient à **3,37 % de la production mondiale actuelle de canne à sucre**, ce qui représente une production de 2 960 000 tonnes de canne à sucre certifiées Bonsucro.



## CONTACT



### ProTerra Foundation

Jan Steenlaan 5  
3723 BS Bilthoven- PAYS BAS  
Téléphone : +31 (0) 302 282 750  
www.proterrafoundation.org

## CRÉATEUR ET HISTORIQUE DU LABEL

### Cert-ID (2006)

La fondation ProTerra a été créée en 2006 par Cert-ID (filiale du groupe Global ID), un organisme mondial de certification ayant élaboré un référentiel destiné à l'industrie agro-alimentaire. Leur référentiel se fonde sur les critères utilisés dans la production responsable de soja (élaborés par la Coop Suisse et la World Wildlife Fund).

Aujourd'hui, le cahier des charges ProTerra est applicable à tous les secteurs de l'agro-alimentaire et à toutes les étapes de la filière.

**Depuis 2012, Global-ID a transféré la propriété et la responsabilité de son système de garantie à la Fondation ProTerra.**

**ProTerra n'est pas membre de l'Alliance ISEAL\*.**

## INSPECTION DE LA FILIERE ET TRACABILITE

Le label ProTerra requiert la traçabilité documentaire et physique des produits certifiés.

## PROPRIÉTAIRE DES RÉFÉRENTIELS

### ProTerra Foundation

La Fondation ProTerra est une fondation non gouvernementale à but non lucratif. Le référentiel initial ProTerra a été développé à travers un processus multipartite au cours duquel les acteurs suivants se sont engagés :

- Les membres de l'industrie agro-alimentaire issus des pays producteurs et des pays acheteurs.
- Les organisations commerciales.
- Les représentants des gouvernements.
- La société civile et les ONG européennes et sud-américaines de défense de l'environnement et des droits sociaux.

## GOVERNANCE

**Le conseil d'administration** est responsable du développement stratégique de la Fondation ProTerra.

**Le comité** est composé de l'ensemble des acteurs représentatifs des filières de l'agro-alimentaire : les producteurs, les négociants, les industriels (les transformateurs de produits agricoles bruts, les fabricants de produits de consommation), les commerçants (les détaillants, les distributeurs) et les consommateurs. Le comité est en charge :

- De la révision régulière et des mises à jour du référentiel ProTerra ; de garantir le respect des lignes directrices de l'Alliance ISEAL lors de l'élaboration du référentiel.
- Du choix des organismes qui accréditent les organismes de certification\* ; de l'adhésion aux lignes directrices de l'Alliance ISEAL relatives à l'accréditation.
- Du traitement des plaintes liées aux audits.

## ORGANISMES DE CERTIFICATION

Cette liste est ouverte. **L'organisme de certification doit être une tierce-partie accréditée ISO 65\*.**

Cert-ID LTDA Brazil, Cert-ID Europe LTD, Cert-ID LC USA.

## FRAIS D'ADHESION ET COÛTS DE CERTIFICATION

**Le montant des frais annuels d'adhésion varie entre 250 et 1 950 €. Il dépend de la nature l'organisation souhaitant devenir membre de la Fondation ProTerra.**

**Les coûts de certification ne sont pas disponibles en ligne.** Ces coûts sont à la charge des producteurs, des entreprises, des négociants et des intermédiaires de la filière.

## PRINCIPALES MARQUES UTILISANT LE LABEL

Information indisponible

## MATIÈRES PREMIÈRES CERTIFIÉES

**Tous les produits agricoles (matières premières, ingrédients ou produits composites)**

## ÉQUIVALENCE / RECONNAISSANCE

Il n'existe pas d'équivalence entre ProTerra et d'autres labels.



### INFORMATIONS SUR LE RÉFÉRENTIEL

> Le référentiel ProTerra entend répondre aux défis suivants :

- La protection de l'Amazonie et des autres zones à haute valeur pour la conservation.
- Les bonnes pratiques de travail (à travers les Conventions de l'OIT\*), y compris la sécurité au travail, l'égalité des chances, la protection des enfants et l'interdiction du travail forcé.
- La protection des droits des communautés, des peuples autochtones et des petits exploitants agricoles.
- Les bonnes pratiques agricoles en matière de fertilité des sols, de gestion de l'eau et d'utilisation d'engrais et de pesticides.
- Selon la demande des acheteurs : des exigences anti-OGM\* strictes (< 0,1 % d'OGM).



**ProTerra n'interdit pas l'utilisation d'OGM.** Si les partenaires commerciaux demandent ou acceptent des produits génétiquement modifiés alors les producteurs ont la possibilité de ne pas remplir les exigences relatives aux OGM.

### LOGOS ET REGLES D'ETIQUETAGE

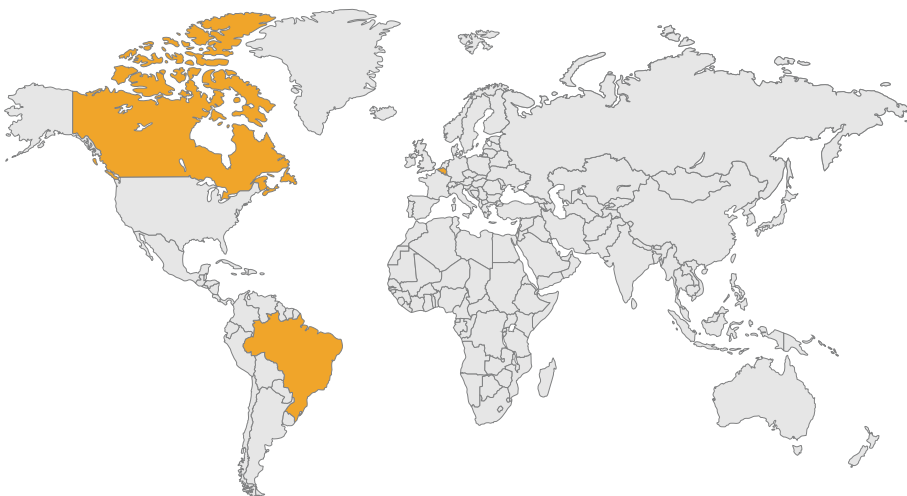
ProTerra opère en **business to consumer\* (B2C)**.

ProTerra autorise les opérateurs certifiés à utiliser les labels suivants :



ProTerra reconnaît les initiatives sans OGM nationales telles que «ohne Gentechnik» en Allemagne, «Nourri sans OGM» en France et «gentechnik-frei hergestellt» en Autriche.

### REPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PRODUCTEURS CERTIFIÉS



### MODALITÉS DE CONTRÔLE

Il n'existe pas d'adaptation du référentiel ProTerra aux spécificités locales (région du monde, taille de l'exploitation agricole, etc.).

ProTerra distingue trois types d'organisation :

- Le niveau 1 qui représente la production agricole.
- Le niveau 2 qui représente le traitement, le transport et le stockage.
- Le niveau 3 qui représente la transformation et la fabrication.

Quelque soit le type d'organisation, le référentiel ProTerra requiert un audit annuel pour l'obtention ou le maintien de son label.

Des inspections sur le terrain sont effectuées et doivent tenir compte de la localisation de l'organisation, des aspects réglementaires et de la conformité aux exigences inscrites dans le cahier des charges ProTerra (sociales, environnementales, travail, santé et sécurité).

Pour y aboutir, des entretiens sont effectués avec le personnel, les travailleurs, d'autres professionnels ainsi qu'avec des personnes concernées ou affectées par les opérations menées au sein des exploitations agricoles certifiées. ProTerra ne fait pas mention d'audit surprise\* dans son référentiel.



## CONTACT



### Rainforest Alliance

233 Broadway  
New York, NY 10279- USA  
PHONE +1 (212) 677-1900  
FAX + (212) 677-2187  
www.rainforest-alliance.org

## PROPRIÉTAIRE DES RÉFÉRENTIELS

### Sustainable Agriculture Network (SAN)

Le SAN est la coalition la plus ancienne et la plus importante d'organisations de conservation et de développement rural à but non lucratif d'Amérique, d'Afrique, d'Europe et d'Asie. Elle vise la promotion de la durabilité environnementale et sociale des activités agricoles à travers l'élaboration de bonnes pratiques, de référentiels\* et l'offre de formations aux producteurs ruraux.

## ORGANISMES DE CERTIFICATION

Cette liste est fermée. L'organisme de certification doit être une tierce-partie (pas d'accréditation ISO 65\*).

Sustainable Farm Certification, Intl, Productos y Procesos sustentables, RA-Cert, SalvaNATURA, Instituto para la Cooperacion y Autodesarrollo, Natura-Cert, IMAFLORA, NEPCon, Africert.

## CRÉATEUR ET HISTORIQUE DU LABEL

### Rainforest Alliance (1987) et Sustainable Agriculture Network (1997)

Rainforest Alliance est une ONG fondée en 1986 dont l'objectif est de préserver la biodiversité et d'améliorer les conditions sociales des travailleurs. En 1989, Rainforest Alliance a lancé son premier programme de sylviculture durable pour fournir des incitations économiques aux entreprises qui entreprennent des pratiques responsables. Le programme Forest Stewardship Council (FSC) a ainsi été créé. Ce programme a donné naissance à un label géré conjointement entre le SAN et Rainforest Alliance.

**Rainforest Alliance est membre de l'ISEAL Alliance\*.**

## GOVERNANCE

L'assemblée générale est composée de tous les membres du SAN et constitue son autorité suprême. Chaque organisation membre élit un représentant qui présente des motions durant les conseils d'administration.

Le conseil d'administration est composé d'un maximum de 12 représentants des membres du réseau, qui sont élus lors des assemblées générales.

Le secrétariat exécute les décisions prises par le conseil d'administration du SAN.

Le comité international de normalisation est un groupe de 12 experts internationaux issus de plusieurs pays. Il fournit des apports techniques pour le développement des référentiels du label Rainforest Alliance.

## FRAIS D'ADHESION ET COÛTS DE CERTIFICATION

**Rainforest Alliance ne publie pas en ligne le montant des coûts de certification ni des frais d'adhésion.**

Les coûts de la certification dépendent des spécificités locales des exploitations agricoles (région du monde, taille, etc.). Ces coûts sont à la charge des clients (producteurs, négociants ou intermédiaires de la filière) excepté les coûts relatifs aux audits surprises\* qui doivent être pris en charge par l'organisme de certification.

## PRINCIPALES MARQUES UTILISANT LE LABEL

Chiquita, Marks and Spenser, Mars, Mondeléz International, Nescafé, Danone, Tata Global Beverages, Unilever

## LOGO ET RÈGLES D'ÉTIQUETAGE

Rainforest Alliance opère en **business to consumer\* (B2C)**.



Le label Rainforest Alliance Certified™ est applicable aux produits à ingrédient unique ou composites. Pour ce faire, les règles suivantes doivent être respectées. Pour les produits à ingrédient unique :

- Le produit doit contenir 30 % d'ingrédient certifié Rainforest Alliance.
- Si le produit contient entre 30 et 90 % d'ingrédients issus d'exploitations agricoles certifiées Rainforest Alliance, alors l'opérateur doit faire une déclaration sur la

quantité d'ingrédients certifiés dans son produit pour pouvoir utiliser le label Rainforest Alliance.

Pour les produits composites :

- Pour pouvoir utiliser le label, au moins 30 % de l'ingrédient principal doivent être certifiés Rainforest Alliance.
- Des indications concernant le pourcentage d'ingrédients certifiés doivent figurer sur l'emballage.



Il existe un autre label, le Rainforest Alliance Verified™ qui informe de l'engagement d'une entreprise dans la réduction de ses impacts environnementaux. Ce label est décerné au touriste, à certaines entreprises de foresterie et aux projets respectant les exigences des référentiels Rainforest Alliance. Le label suivant peut uniquement être utilisé dans le marketing hors-produit ou dans le matériel promotionnel.

## MATIÈRES PREMIÈRES CERTIFIÉES

**39 matières premières dont le café, le cacao, la banane, le thé, le rooibos, les graines, les fleurs, les légumes et les épices.**

## ÉQUIVALENCE / RECONNAISSANCE

Il n'existe pas d'équivalence entre Rainforest Alliance et d'autres labels.

### INSPECTION DE LA FILIÈRE ET TRACABILITÉ

Le label Rainforest Alliance requiert la traçabilité documentaire et physique des produits certifiés. Néanmoins, Rainforest Alliance dispense les petits opérateurs qui produisent de faibles volumes des exigences relatives à la traçabilité. Pour bénéficier de cette dérogation, les opérateurs doivent correspondre aux caractéristiques suivantes :

- être des opérateurs qui transforment, vendent ou emballent les produits finis dans leurs locaux (ou installations sous contrat) afin de les rendre disponibles à la vente, ou
- être des opérateurs commerciaux qui n'entrent pas dans la modification ou la transformation du produit.

Les volumes requis pour obtenir cette dérogation sont fixés à 50 tonnes pour le café, le cacao et le thé (basés sur la quantité de produit achetée aux exploitations agricoles certifiées Rainforest Alliance dans une période de 12 mois) : 50 tonnes de café en grains, 50 tonnes de fèves de cacao, 50 tonnes de thé.

### MODALITÉS DE CONTRÔLE

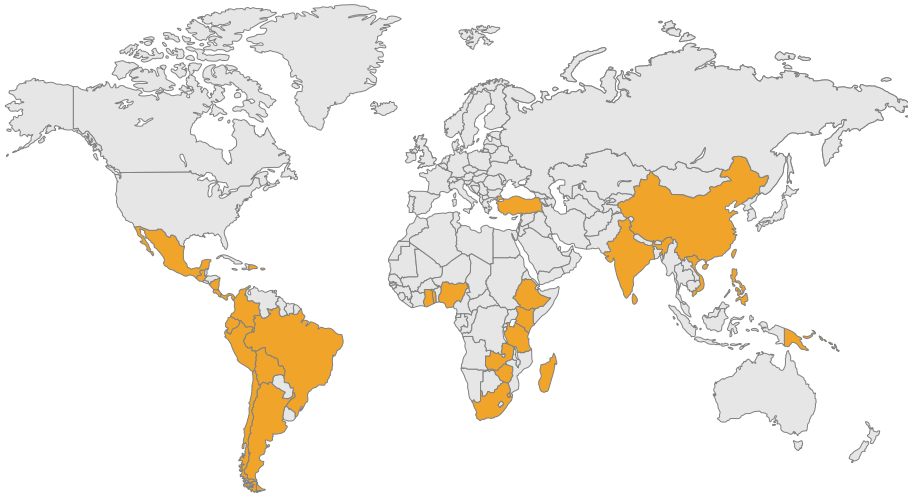
Il existe des adaptations des référentiels de Rainforest Alliance aux spécificités locales (région du monde, taille de l'exploitation agricole, secteurs, etc.).

Le label est décerné pour une période de 3 ans.

Au cours de cette période, les organisations certifiées sont tenues de procéder à 2 audits (année 2 et 3) et l'organisme de certification peut également décider de mener un audit surprise. Les référentiels mentionnent une inspection sur le terrain et si au cours de cet audit l'opérateur n'est pas conforme aux critères obligatoires, l'audit de surveillance n'aura pas lieu et l'opérateur ne pourra pas être certifié. Dans ce cas, seules sont évaluées les non-conformités pouvant conduire à la suspension provisoire ou définitive du label. De plus, Rainforest Alliance inclut la possibilité d'effectuer des entretiens sur le terrain.

### REPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PRODUCTEURS CERTIFIÉS

En 2013, Rainforest Alliance était présent dans **101 pays** à travers le monde avec approximativement **77 millions d'hectares certifiés**. La même année, près de **4,7 millions de personnes** (1 million de travailleurs et leurs familles) ont été affectés par les programmes de certification Rainforest Alliance. En 2012, la production certifiée Rainforest Alliance représentait **4,5 % de la production mondiale de café, 10 % de la production mondiale de cacao, 11,5 % de la production mondiale de thé et 15 % de la production mondiale de banane**.



### INFORMATIONS SUR LES RÉFÉRENTIELS

Il existe 2 référentiels d'agriculture durable du SAN :

- **Le référentiel pour l'élevage de bétail** qui couvre les pratiques durables en la matière dans les pays d'Afrique, d'Asie, d'Océanie et d'Amérique latine.
- **Le référentiel applicable à l'agriculture** qui représente le cahier des charges relatif à l'agriculture durable de Rainforest Alliance. Ce référentiel est composé des 10 principes fondamentaux suivants : la gestion des systèmes sociaux et environnementaux, la conservation des écosystèmes, la protection de la faune, la préservation de l'eau, le traitement juste des travailleurs et les bonnes conditions de travail, la santé et la sécurité au travail, les relations communautaires, la gestion intégrée des cultures et la préservation des sols. Ces principes sont subdivisés en 94 critères dont 14 sont obligatoires pour l'obtention du label Rainforest Alliance. Ce référentiel est applicable aux producteurs individuels et aux groupes de producteurs. Le SAN complète son référentiel applicable à l'agriculture en formulant des exigences spécifiques au(x) gestionnaire(s) des groupes de producteurs concernant le système de gestion interne de l'organisation, le renforcement des capacités des producteurs et la gestion des risques.

## CONTACT



**UTZ Certified**  
Ruyterkade 6  
1013 AA, Amsterdam- PAYS BAS  
Téléphone : +31 20 530 8000  
www.utzcertified.org

## PROPRIÉTAIRE DES RÉFÉRENTIELS

### Fondation UTZ Certified

La fondation UTZ Certified élabore des référentiels pour son propre label et fournit un système de traçabilité à 2 autres labels de développement durable : la Table ronde pour l'huile de Palme Durable (RSPO) et l'Initiative pour un coton durable (BCI).

## ORGANISMES DE CERTIFICATION

Aucune liste formelle d'organismes de certification n'a été établie par UTZ Certified. Toutefois, **ces derniers doivent être des tierce-parties accréditées**. Le choix de l'organisme de certification est laissé au producteur à condition qu'il réponde à au moins une des exigences décrites ci-dessous :

- Avoir une accréditation ISO 65\* ou EN 45011 adaptée à la portée des référentiels UTZ Certified,
- Avoir une autre accréditation\* pertinente recouvrant les bonnes pratiques agricoles à l'instar de l'accréditation GlobalGAP ou de l'International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM).

## CRÉATEUR ET HISTORIQUE DU LABEL

### UTZ Certified (Utz Kapeh, 1999)

Après avoir observé les avantages et les limites du marché du café ainsi que les labels disponibles dans les années 90, Nick Bocklandt (un producteur de café belge-guatémaltèque) et Ward de Groot (un torréfacteur allemand) ont initié le programme UTZ. Ce programme a été imaginé pour promouvoir une qualité « durable » du café sur les marchés mondiaux. Ils nommèrent cette démarche « Utz Kapeh » qui signifie « bon café » en langage maya. Un bureau a été inauguré au Guatemala en 1999 et en 2002, un nouveau bureau a été ouvert aux Pays Bas.

Ce programme stimule le commerce responsable à travers le respect de critères sociaux et environnementaux et la garantie d'une gestion efficace et professionnelle des exploitations agricoles, la sécurité alimentaire et la traçabilité. Bien qu'à l'origine cette démarche ne concernait que la filière café, le programme UTZ s'est progressivement ouvert à d'autres matières premières telles que le cacao, le thé ou encore l'huile de palme.

**UTZ Certified est membre de l'Alliance ISEAL\*.**

## GOVERNANCE

**Le conseil de surveillance** doit nécessairement avoir des membres issus de : la production, la filière (les marques, les transformateurs, les négociants et les détaillants), la société civile/ONG et les représentants des syndicats.

**L'équipe exécutive** comprend le directeur exécutif, le directeur des marchés, le directeur des marchés émergents et le directeur des référentiels UTZ.

**Le comité chargé des référentiels** a été créé en 2011. Sa tâche consiste à centraliser les informations et les données fournies par les parties prenantes afin d'élaborer les nouveaux référentiels UTZ ou pour les mettre à jour.

**Les comités consultatifs pour les produits** soutiennent et guident le conseil de surveillance et l'équipe de UTZ Certified dans le développement, la réalisation et la révision des programmes spécifiques produits.

## FRAIS D'ADHESION ET COÛTS DE CERTIFICATION

Contrairement à l'acheteur final, les producteurs sont exemptés de frais d'adhésion. Cette charge couvre une partie des coûts de fonctionnement de l'organisation et permet aux membres d'accéder à des services tels que la traçabilité, l'assistance ou encore la commercialisation.

Les coûts de certification dépendent de l'organisme de certification et des spécificités locales des exploitations agricoles (volume de production, volume de produit à certifier, taille, etc.). Une étude menée par la coopération technique belge, le Trade for Development Center (BTC), informe que ces coûts peuvent varier entre 500 et 4 500 USD pour certifier une grande exploitation agricole.

Les coûts de certification et des audits surprises\* sont à la charge des producteurs, négociants et autres intermédiaires de la filière.

## LOGO ET RÈGLES D'ÉTIQUETAGE

UTZ Certified opère en **business to consumer\* (B2C)**. Il existe 3 versions du logo UTZ Certified selon le pays où le produit certifié est vendu.



Etats-Unis et Canada



Japon



Autres pays

### INFORMATIONS SUR LES REFERENTIELS

UTZ a développé des référentiels spécifiques à certaines matières premières (cacao, café, thé et rooibos). Ces référentiels sont divisés comme suit :

- Un cahier des charges pour les producteurs individuels.
- Un cahier des charges pour les groupes de producteurs.

Ces référentiels sont subdivisés en quatre grands ensembles de critères relatifs : à la gestion de l'exploitation agricole, aux pratiques agricoles, aux conditions de travail et à l'environnement.

UTZ a également élaboré un référentiel exclusivement consacré à la traçabilité.

### PRINCIPALES MARQUES UTILISANT LE LABEL

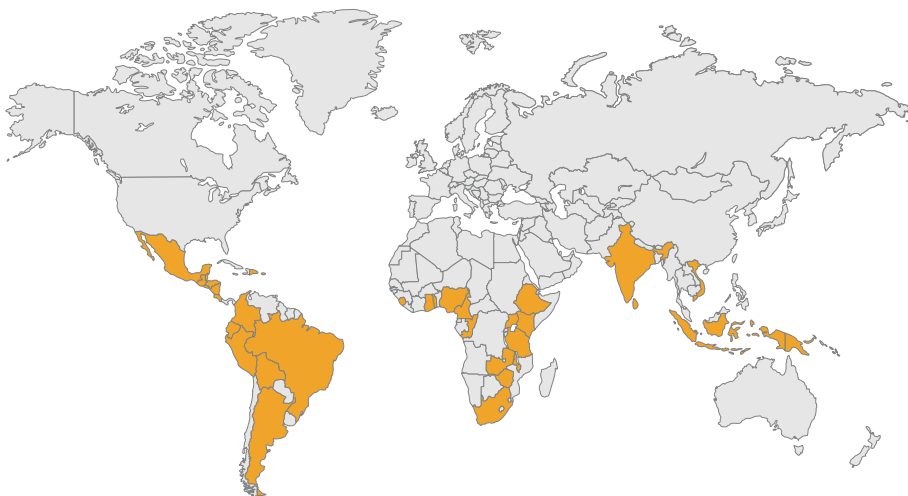
**Ikea, Senseo, Lavazza, Lidl, HEMA, McDonalds, MIGROS, Burger King, Douwe Egberts, Mars**



Mars s'est engagé à acheter chaque année 100 000 tonnes de cacao certifié UTZ d'ici 2020.

### REPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PRODUCTEURS CERTIFIÉS

En 2013, UTZ Certified était présent dans 34 pays à travers le monde avec près de 1,5 millions d'hectares certifiés (dont 902 360 hectares pour le cacao, 508 661 hectares pour le café et 65 132 hectares pour le thé). La même année, quelques **500 000 petits exploitants agricoles et environ 800 exploitations agricoles utilisaient le label UTZ Certified**. En 2012, la production certifiée UTZ comptait pour 8 % de la production mondiale de café (715 648 tonnes), 13 % de la production mondiale de cacao (534 614 tonnes) et pour 1,4 % de la production mondiale de thé (65 132 tonnes).



### MATIÈRES PREMIÈRES CERTIFIÉES

**Cacao, thé, café, rooibos, huile de palme et noisette**

### ÉQUIVALENCE / RECONNAISSANCE

Il n'existe pas d'équivalence entre UTZ Certified et d'autres labels.

### INSPECTION DE LA FILIÈRE ET TRAÇABILITÉ

Le label UTZ Certified requiert la traçabilité documentaire et physique des produits certifiés.

### MODALITES DE CONTROLE

Il existe des adaptations des référentiels de UTZ Certified aux spécificités locales (région du monde, taille de l'exploitation agricole, etc.).

Un audit annuel est effectué chaque année calendaire. Le label UTZ Certified est décerné pour une période de 365 jours. Tous les organismes de certification sont tenus de réaliser des audits surprises sur au moins 10 % des opérateurs qu'ils certifient. De plus, les référentiels de UTZ Certified mentionnent la possibilité d'effectuer des entretiens avec les producteurs sur le terrain.

# CES LABELS QUI'IL NE FAUT PAS CONFONDRE AVEC LES LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE

## CRITÈRES ÉCONOMIQUES DU COMMERCE ÉQUITABLE

	4C ASSOCIATION	BONSUCRO	PROTERRA FOUNDATION	RAINFOREST ALLIANCE	UTZ CERTIFIED
1. PRIX JUSTE / RÉMUNÉRATION JUSTE DES TRAVAILLEURS	∅	∅	∅	∅	∅
2. PRIME POUR PROJETS COLLECTIFS	∅	∅	∅	∅	∅
3. ACCÈS FACILITÉ AU FINANCEMENT / PRÉFINANCEMENT	∅	∅	∅	∅	∅
4. ENGAGEMENT DURABLE DES ACHETEURS	∅	∅	∅	∅	∅
5. TRAÇABILITÉ PHYSIQUE	✓	∅	✓	✓	∅ / ✓
6. TRAÇABILITÉ DOCUMENTAIRE	✓	✓	✓	✓	✓

### 1. PRIX JUSTE / REMUNERATION JUSTE DES TRAVAILLEURS

UTZ Certified inclut dans ses référentiels une prime (dite « prime UTZ ») qui correspond à une politique visant à offrir un meilleur prix aux producteurs. Ce meilleur prix est négocié entre l'acheteur et le vendeur et est censé refléter la valeur intrinsèque d'une meilleure efficacité, d'une meilleure qualité et d'un meilleur rendement résultant de l'application des référentiels de UTZ Certified par un producteur ou un groupe de producteurs. Cependant, la « prime UTZ » ne correspond pas à la notion de prix juste, payé par le premier acheteur aux organisations certifiées dans le cadre du commerce équitable. En effet, les référentiels UTZ :

- N'exigent pas la fixation d'un prix minimum garanti permettant aux organisations certifiées de s'affranchir des fluctuations du marché.
- Ne prennent pas en compte la couverture, a minima, des coûts de production engagés par les producteurs comme critère de détermination de cette prime.
- Présentent cette prime comme un moyen de différenciation des produits sur le marché. Elle reflète le retour sur investissement des organisations certifiées pour s'être conformées au cahier des charges de UTZ.

### 2. PRIME POUR PROJETS COLLECTIFS

### 3. ACCES FACILITÉ AU FINANCEMENT/PREFINANCEMENT

### 4. ENGAGEMENT DURABLE DES ACHETEURS

Ni le versement d'une prime de développement par les premiers acheteurs aux organisations certifiées, ni le préfinancement des commandes ne sont des exigences des 5 labels de développement durable étudiés.

Même si l'Association 4C fournit une aide financière et facilite la mise en relation des organisations certifiées avec les institutions financières pour

l'octroi de prêts ou pour la création d'un plan d'épargne, ses référentiels ne fournissent pas plus d'informations sur les conditions à remplir afin d'obtenir ce type d'assistance.

Par ailleurs, contrairement aux labels de commerce équitable, les labels de développement durable étudiés n'exigent pas non plus des acheteurs qu'ils s'engagent sur le long terme avec les organisations de producteurs.

## 5, 6. TRACABILITE PHYSIQUE ET DOCUMENTAIRE

4C et ProTerra exigent des matières premières certifiées qu'elles restent entièrement séparées des matières premières conventionnelles tout au long de la filière. Autrement dit, ces cahiers des charges exigent la traçabilité physique et le suivi documenté du produit à chaque niveau de la filière (ségrégation\* ou identité préservée\*). Dans le cas de 4C par exemple, si un café certifié est vendu à un non-membre de l'association, il perd alors sa certification. Quant à ProTerra, son référentiel insiste sur la mise à jour régulière des enregistrements et la localisation du détenteur du label tout au long de la filière.



Le label Rainforest Alliance exige des exploitations agricoles qu'elles mettent en place des systèmes qui permettent d'éviter le mélange entre les produits certifiés et ceux qui ne le sont pas, y compris dans les installations et durant la récolte, la manipulation, la transformation, le conditionnement et l'acheminement. De plus, le producteur ou groupe de producteurs se doit de tenir des enregistrements de toutes les transactions relatives aux produits certifiés et d'identifier les produits qui quittent l'exploitation agricole par le biais d'une documentation rappelant l'origine du produit. Toutefois, à

la lecture des règles d'usage du label Rainforest Alliance Certified™, on remarque que ce label autorise les mélanges d'ingrédients certifiés avec des ingrédients non certifiés (voir fiche d'identité Rainforest Alliance). Dans ce cas précis, l'opérateur peut utiliser le label Rainforest Alliance uniquement si au minimum 30 % de l'ingrédient principal composant le produit fini sont certifiés Rainforest Alliance.

UTZ Certified autorise également les mélanges entre produits certifiés et non certifiés dans les mêmes conditions que celles énoncées par Rainforest Alliance (bilan de masse\*). Rappelons que UTZ possède deux cahiers des charges (voir fiche d'identité UTZ Certified), le premier exige la traçabilité documentaire et physique des produits certifiés et le second autorise le bilan de masse qui n'exige pas de traçabilité physique des matières premières. UTZ Certified propose une gamme de logos visant à différencier les produits finis selon le modèle de traçabilité choisi. Cette particularité pourrait expliquer pourquoi ce label a élaboré un système de traçabilité nommé Good Inside Portal (GIP) pour le cacao, le thé, le café et l'huile de palme (pour la certification RSPO).

Bonsucro est le seul label à exiger uniquement la traçabilité documentaire des produits qu'il certifie.



## CHAPITRE 3

### CRITÈRES SOCIAUX DU COMMERCE ÉQUITABLE

	4C ASSOCIATION	BONSUCRO	PROTERRA FOUNDATION	RAINFOREST ALLIANCE	UTZ CERTIFIED
7. RESPECT DES CONVENTIONS DE L'OIT	✓	✓	✓	✓	✓
8. AVANTAGES SOCIAUX ADDITIONNELS	∅	∅	✓	✓	∅

#### 7. RESPECT DES CONVENTIONS DE L'ORGANISATION INTERNATIONALE DU TRAVAIL

Tous les labels étudiés font référence aux 11 conventions de l'Organisation Internationale du Travail\* (OIT), (retenues dans le cadre de cette analyse) pour l'obtention du label. Cependant, certains d'entre-eux vont plus loin en intégrant des avantages sociaux additionnels (voir le critère suivant).

#### 8. AVANTAGES SOCIAUX ADDITIONNELS : SECURITE SOCIALE, RETRAITE, CONGE MATERNITE

Les référentiels de 4C, Bonsucro et UTZ Certified n'incluent pas d'avantages sociaux additionnels en faveur des travailleurs.

En effet, la sécurité sociale n'est évoquée que dans les référentiels de ProTerra et Rainforest Alliance qui l'exigent lorsque le cadre légal national ne l'impose pas.

Pour ce qui est des régimes de retraite, aucun des référentiels étudiés n'inclut ce critère dans ses exigences. Toutefois, la majorité d'entre eux requièrent le respect de la législation nationale en vigueur à ce sujet.

Le référentiel ProTerra est le seul qui offre la possibilité de prendre un congé maternité. Ceci peut facilement s'expliquer par le fait que les producteurs certifiés ProTerra se trouvent principalement au Canada et au Brésil, qui sont respectivement un pays développé et un pays émergent où la législation nationale impose ce type d'avantage social.

### CRITÈRES DE GOUVERNANCE DU COMMERCE ÉQUITABLE

	4C ASSOCIATION	BONSUCRO	PROTERRA FOUNDATION	RAINFOREST ALLIANCE	UTZ CERTIFIED
9. EXISTENCE D'UNE STRUCTURE COLLECTIVE FORMELLE	∅	∅	∅	∅	∅
10. ACCESSIBILITE AUX PRODUCTEURS ET TRAVAILLEURS MARGINALISÉS	∅	∅	∅	✓	✓

#### 9. EXISTENCE D'UNE STRUCTURE COLLECTIVE FORMELLE

Les labels étudiés ne requièrent pas que les producteurs soient organisés au sein d'une structure collective formalisée (organisation de producteurs). Contrairement aux labels de commerce équitable, les labels 4C, Bonsucro, ProTerra et Rainforest Alliance ne font pas des organisations de producteurs leurs cibles prioritaires. Ce point est l'un des éléments clivant entre les labels de développement durable de ceux du commerce équitable.

#### 10. ACCESSIBILITE AUX PRODUCTEURS ET TRAVAILLEURS MARGINALISÉS

Parmi les labels de développement durable étudiés, seuls Rainforest Alliance et UTZ Certified ont élaboré des mesures en faveur des producteurs marginalisés. En effet, Rainforest Alliance adapte parfois ses exigences au degré de vulnérabilité des producteurs / travailleurs. En ce qui concerne UTZ Certified, il fournit des éléments plus spécifiques pour inclure les producteurs marginalisés au sein de son système de garantie et va plus loin en prévoyant des actions pour soutenir l'alphabetisation et renforcer les compétences en mathématiques des travailleurs, des membres des groupes de producteurs et de leurs familles. En outre, UTZ Certified propose des programmes d'apprentissage pour les jeunes travailleurs.



CRITÈRES DE GOUVERNANCE DU COMMERCE ÉQUITABLE					
	4C ASSOCIATION	BONSUCRO	PROTERRA FOUNDATION	RAINFOREST ALLIANCE	UTZ CERTIFIED
11. RENFORCEMENT DES CAPACITÉS DES PRODUCTEURS	✓	∅	∅	✓	✓
12. DROIT DES PEUPLES AUTOCHTONES	✓	✓	✓	✓	∅

### 11. RENFORCEMENT DES CAPACITÉS DES PRODUCTEURS

Les référentiels des labels Bonsucro et ProTerra n’incluent pas de programme de renforcement des capacités des producteurs.

Les cahiers des charges de Rainforest Alliance requièrent la mise en œuvre d’une grande variété d’activités comme l’assistance technique ou encore l’appui aux organisations de producteurs et à leurs membres pour la mise en œuvre de meilleures pratiques agricoles. Ces activités comprennent des formations techniques (cours sur le terrain, évaluations d’exploitations agricoles, etc.), de gestion (gestion des installations présentes dans les exploitations agricoles, fourniture de modèles de formulaires, etc.) visant à la diffusion de meilleures pratiques agricoles.

En ce qui concerne l’Association 4C, ses membres actifs dans le commerce, l’exportation, la torréfaction et la vente au détail de café peuvent, s’ils le souhaitent, contribuer aux activités de renforcement des capacités des producteurs. L’association propose ainsi des modules d’éducation agricole et des programmes de formation spécifiques (exportations directes, amélioration de la qualité, développement de l’organisation, utilisation des outils de gestion, développement de la marque, accès à l’information sur le

marché, diversification, etc.) Ainsi, 4C va plus loin que Rainforest Alliance car il encourage les producteurs à être plus indépendants vis-à-vis des autres opérateurs de la filière. Toutefois, ce sont plus des recommandations que des exigences alors que dans les cahiers des charges des labels de commerce équitable, ces critères sont obligatoires.

UTZ Certified propose depuis 2013 des formations pour le renforcement des capacités des producteurs et des groupes de producteurs. De plus, ce label a amélioré l’efficacité de ses programmes de formation des formateurs et de son matériel de formation. Depuis 2014, en collaboration avec Hivos, le Secrétariat d’Etat à l’Economie suisse (SECO), l’Association 4C et IDH (Sustainable Trade Initiative), UTZ Certified soutient le développement du SustainabilityXchange, une plateforme de partage d’expériences en ligne.

### 12. DROITS DES PEUPLES AUTOCHTONES

A l’exception de UTZ Certified, tous les labels étudiés font référence à la convention 169 de l’OIT comme base de leurs exigences sur le respect des droits des peuples autochtones. UTZ Certified exige du producteur ou du groupe de producteurs certifié de ne pas avoir de conflits d’utilisation des terres avec les communautés locales. Les référentiels de Rainforest Alliance développent davantage ce critère à travers la promotion de la législation locale et la formulation de procédures spécifiques à l’égard des communautés locales. Ce label insiste sur le renforcement des relations avec les peuples autochtones, notamment en leur ouvrant les procédures de plaintes. Le référentiel ProTerra mentionne également les droits fonciers et va plus loin en soutenant les projets des communautés locales.



## CRITÈRES DE GOUVERNANCE DU COMMERCE ÉQUITABLE

	4C ASSOCIATION	BONSUCRO	PROTERRA FOUNDATION	RAINFOREST ALLIANCE	UTZ CERTIFIED
13. PRISE DE DÉCISION DÉMOCRATIQUE DES OP	N/A	N/A	N/A	N/A	∅
14. INFORMATION TRANSPARENTE DE LA GESTION DES OP	N/A	N/A	N/A	N/A	✓
15. PARTICIPATION DES PRODUCTEURS DANS LA GESTION DES OP	N/A	N/A	N/A	N/A	∅
16. NON DISCRIMINATION AU SEIN DES OP	✓	✓	✓	✓	✓
17. SUIVI DE LA GESTION DÉMOCRATIQUE DE LA PRIME POUR PROJETS COLLECTIFS	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

### 13. PRISE DE DÉCISION DÉMOCRATIQUE DES ORGANISATIONS DE PRODUCTEURS

Contrairement aux labels de commerce équitable, les labels 4C, Bonsucro, ProTerra et Rainforest Alliance ne font pas des organisations de producteurs leurs cibles prioritaires. C'est pourquoi leurs référentiels ne contiennent aucune exigence concernant la gestion de ces organisations.

Seul UTZ Certified développe des critères spécifiques pour les organisations de producteurs à travers un référentiel ad hoc destiné à la certification de groupe. Cependant, ces référentiels ne mentionnent pas d'engagements

particuliers à tenir par ces organisations de producteurs en matière de gouvernance démocratique.

### 14. INFORMATION TRANSPARENTE DE LA GESTION DES ORGANISATIONS DE PRODUCTEURS

Pour les mêmes raisons que celles évoquées ci-dessus, ce critère n'est pas applicable aux labels 4C, Bonsucro, ProTerra et Rainforest Alliance. Seul UTZ impose à l'entité de gestion de s'assurer que tous les documents relatifs au système de gestion (contrats, comptes, rapports, etc.) soient à la disposition de tous les producteurs.

### 15. PARTICIPATION DES PRODUCTEURS DANS LA GESTION DES ORGANISATIONS DE PRODUCTEURS

Pour les mêmes raisons que celles évoquées ci-dessus, ce critère n'est pas applicable aux labels 4C, Bonsucro, ProTerra et Rainforest Alliance. Concernant UTZ Certified, même si le label mentionne explicitement les organisations de producteurs dans ses référentiels, ils ne mentionnent pas d'exigences relatives à la participation des producteurs dans la gestion de l'organisation. Ce critère vient encore une fois différencier ces labels de ceux du commerce équitable.

### 16. NON DISCRIMINATION AU SEIN DES ORGANISATIONS DE PRODUCTEURS

Tous les labels étudiés exigent cet aspect dans leurs référentiels, notamment par le recours à la convention 111 de l'OIT.

### 17. SUIVI DE LA GESTION DÉMOCRATIQUE DE LA PRIME POUR PROJETS COLLECTIFS

Ce critère n'est pas applicable car ces labels ne font pas mention d'une prime pour projets collectifs au sein de leurs référentiels.

## CRITÈRES ENVIRONNEMENTAUX DU COMMERCE ÉQUITABLE

	4C ASSOCIATION	BONSUCRO	PROTERRA FOUNDATION	RAINFOREST ALLIANCE	UTZ CERTIFIED
18. RÉDUCTION DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DES ACTIVITÉS	✓	✓	✓	✓	✓
19. PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ	✓	✓	✓	✓	✓

### 18. RÉDUCTION DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DES ACTIVITÉS

Tous ces labels insistent sur le respect de la législation du pays où s'effectuent les activités.

Rainforest Alliance et UTZ Certified mentionnent que si les réglementations nationales s'avèrent plus strictes que leurs référentiels, l'auditeur se doit de vérifier si la législation locale en matière d'environnement a bien été respectée au lieu de contrôler la conformité aux critères environnementaux inscrits dans leurs cahiers des charges.

Tous les labels de développement durable étudiés incluent la gestion durable des ressources naturelles dans leurs référentiels. Toutefois, certains d'entre eux sont plus stricts que d'autres : c'est le cas de Rainforest Alliance qui insiste sur cet aspect. Quant à Bonsucro, son cahier des charges est davantage axé sur la viabilité et la productivité des activités de l'exploitation agricole que sur la réduction des impacts environnementaux liés aux activités.

### 19. PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ

Tous les labels étudiés mentionnent le concept de protection de la biodiversité dans leurs exigences.

Le label 4C exige le développement et la mise en œuvre d'un programme de conservation et d'amélioration de la faune et de la flore indigènes respectant au minimum la législation nationale. Ce label requiert également que les exploitations agricoles individuelles disposent d'une carte répertoriant les titres de propriété existants.

Concernant Bonsucro, l'exigence relative à la biodiversité représente un critère obligatoire pour obtenir le label. L'exploitation doit gérer activement la biodiversité et les écosystèmes, évaluer les impacts des entreprises de canne à sucre sur les écosystèmes et la biodiversité et empêcher l'expansion ou le développement de nouveaux champs de canne à sucre dans les espaces où la biodiversité est en danger (zones à haute valeur pour la conservation).

En ce qui concerne ProTerra, la biodiversité est une partie de l'évaluation de l'impact social et environnemental (EISE) que l'opérateur économique doit soumettre à l'auditeur afin de passer l'audit. En outre, le candidat à la certification doit élaborer des documents et mettre en œuvre un plan visant à maintenir et à maximiser la biodiversité à l'intérieur et aux abords de l'exploitation.

Rainforest Alliance possède les référentiels les plus complets en matière de respect de la biodiversité. Il exige que les écosystèmes naturels fassent partie intégrante des exploitations agricoles. Par ailleurs, les exploitations certifiées doivent protéger les écosystèmes naturels et mener des activités de restauration des écosystèmes dégradés, protéger les espaces naturels qui fournissent de la nourriture pour les animaux sauvages ou des habitats naturels pour la reproduction. Plusieurs de ces critères sont rendus obligatoires pour obtenir la certification notamment : la conservation des écosystèmes naturels aux abords des exploitations, le respect des zones de conservation, la protection des espèces menacées et l'introduction de corridors écologiques.

Enfin, UTZ Certified exige du titulaire de son label de posséder un plan de conservation ou de participer à un plan de protection de la biodiversité ou à la gestion de la forêt régionale.

## CRITÈRES ENVIRONNEMENTAUX DU COMMERCE ÉQUITABLE

	4C ASSOCIATION	BONSUCRO	PROTERRA FOUNDATION	RAINFOREST ALLIANCE	UTZ CERTIFIED
20. INTERDICTION DES PRODUITS DANGEREUX	✓	✓	✓	✓	✓
21. INTERDICTION DES OGM	✓	∅	∅	✓	∅

### 20. INTERDICTION DES PRODUITS DANGEREUX

Tous les labels étudiés mentionnent ce critère dans leurs référentiels. On peut noter que la majorité d'entre eux (4C, Rainforest Alliance et UTZ Certified) formulent leurs propres listes de substances dangereuses interdites et citent également la liste formulée par l'Organisation mondiale de la Santé (OMS) comme base de référence. Quant à Bonsucro, ses référentiels reposent exclusivement sur la liste développée par l'OMS.

### 21. INTERDICTION DES ORGANISMES GÉNÉTIQUEMENT MODIFIÉS

Au sujet de l'interdiction des OGM, on remarque un écart évident entre les différents labels étudiés. D'un côté, les labels Bonsucro et UTZ n'interdisent pas ce type de culture. Ceci est l'un des points qui différencient ces labels de ceux du commerce équitable.

De l'autre côté, même si Rainforest Alliance exige ce critère essentiel pour l'obtention de son label, il autorise les producteurs à cultiver des plantes génétiquement modifiées et non génétiquement modifiées dans la même exploitation agricole à condition qu'il n'y ait pas de mélange effectué au cours de la récolte, la manipulation, le traitement ou le stockage des produits. Cependant, Rainforest Alliance ne mentionnent pas d'exigence en matière de traçabilité et d'étiquetage des produits contenant des matières premières génétiquement modifiées.



ProTerra intègre ces spécificités dans son référentiel mais autorise les producteurs à soustraire ces critères relatifs aux OGM si le marché le demande.

4C est le seul des labels étudiés qui intègre l'interdiction des OGM au sein de ses référentiels et demeure le plus strict sur ce critère en incluant la gestion et la surveillance, la prévention des risques, et la traçabilité des variétés génétiquement modifiées.

Nous avons vu dans ce chapitre que **les labels de développement durable se distinguent principalement des labels de commerce équitable** car :

- Leurs exigences ne portent pas sur le rééquilibrage de la relation commerciale entre organisations certifiées et acheteurs.
- Ils n'identifient pas les organisations de producteurs comme cibles prioritaires.

### CRITIÈRES ÉCONOMIQUES

En termes d'exigences commerciales, les cahiers des charges des labels de développement durable étudiés dans ce chapitre n'exigent pas des acheteurs qu'ils garantissent un prix minimum\* d'achat couvrant les coûts de production des organisations certifiées et permettant à ces dernières de s'affranchir des fluctuations du marché, de répondre à leurs besoins quotidiens et de contribuer à l'amélioration de leurs conditions de vie sur le long terme.

Les labels de développement durable n'incluent pas non plus de critères relatifs au versement d'une prime pour projets collectifs\*, levier important du commerce équitable, offrant la possibilité aux producteurs de mener à bien des projets collectifs

## CONCLUSION

en faveur de leurs communautés. La question très importante du préfinancement\* des commandes par les acheteurs (sur demande des producteurs) est par ailleurs absente des exigences à remplir pour être certifié conforme aux référentiels des labels de développement durable.

Enfin, la durabilité est uniquement considérée du point de vue des producteurs, pour lesquels de meilleures pratiques de production sont censées améliorer leurs revenus. Aucun engagement ne porte sur les acheteurs.

En matière d'appui aux producteurs, les labels de commerce équitable promeuvent le renforcement des capacités (commerciales, productives, gestionnaires) des coopératives ainsi que leur autonomisation vis-à-vis de leurs partenaires commerciaux. Cette question n'est que partiellement traitée dans les labels de développement durable, qui misent principalement sur l'amélioration des connaissances et des compétences des agriculteurs (via des programmes d'accompagnement) pour accroître la faculté de ces derniers à négocier leur production sur le marché international.

De manière générale, en faisant peser les exigences uniquement sur les organisations de producteurs, les labels de développement durable ne cherchent pas à modifier les pratiques des entreprises qui

### « DANS LE PROJET DU COMMERCE ÉQUITABLE, C'EST BIEN LA RELATION AVEC LES PARTENAIRES COMMERCIAUX QUI DOIT ÊTRE MODIFIÉE. »

achètent des produits certifiés. Ils agissent sur les conséquences - en amont des filières - des dérives du commerce mondial et non sur ses causes. Or, dans le projet du commerce équitable, c'est bien la relation avec les partenaires commerciaux qui doit être modifiée. Les critères du commerce équitable impliquent des droits et des obligations pour les deux parties : producteurs du Sud et acheteurs du Nord. C'est cette relation qui doit tendre vers plus d'équité.

### CRITIÈRES DE GOUVERNANCE / AUTONOMIE DES PRODUCTEURS

Les critères liés à la gouvernance des organisations de producteurs contribuent à la confusion qui existe parfois entre les démarches de commerce

équitable et celles qui relèvent du développement durable.

Contrairement aux labels de commerce équitable, les labels de développement durable étudiés dans ce chapitre n'ont pas pour objet la promotion et le renforcement des organisations de producteurs des pays du Sud. L'utilisation de ces labels est ouverte à tout type d'acteur, qu'elle que soit sa taille ou son chiffre d'affaire, alors que dans le cas du commerce équitable, la plupart des labels disposent de critères d'éligibilité précis dans le but de s'adresser à des publics prioritaires (producteurs des pays en voie de développement, petits producteurs organisés, etc.). C'est la raison pour laquelle l'ensemble de critères lié à la gouvernance des organisations de producteurs (participation des producteurs, prise de décision démocratique au sein de l'organisation, etc.) est très peu et parfois pas du tout développé dans les référentiels des labels de développement durable analysés.

### CRITÈRES ENVIRONNEMENTAUX

Les labels de développement durable étudiés dans ce chapitre se caractérisent par leurs engagements forts en faveur de la protection de l'environnement à travers notamment la réduction des impacts environnementaux ou la préservation de la

biodiversité. En effet, les labels de développement durable insistent fortement sur ces critères et formulent des exigences qui vont parfois au-delà de celles mentionnées dans les cahiers des charges des labels de commerce équitable. Cette différence se justifie par le fait que de nombreux labels de développement durable sont apparus suite à la critique des pratiques environnementales des firmes agroalimentaires (déforestation, monoculture, etc.) qui tentent de juguler ces controverses par le recours à la certification.

Pour autant, seuls Rainforest Alliance et 4C Association exigent l'interdiction de l'utilisation d'OGM pour l'obtention de la certification. Par ailleurs, contrairement à la majorité des labels de commerce équitable, les labels de développement durable n'offrent pas de prime aux producteurs en cas de conversion de ces derniers à l'agriculture biologique.

### CRITÈRES SOCIAUX

Enfin, en matière de critères sociaux, ce chapitre a fait apparaître une convergence entre les critères inscrits dans les référentiels des labels de développement durable et ceux du commerce équitable. En effet, tout comme le commerce équitable, les référentiels

étudiés dans ce chapitre se réfèrent tous au minimum à l'application des 11 conventions de l'OIT (retenues dans le cadre de cette analyse) comme un minimum devant être respecté.

Les labels de développement durable utilisent souvent, à l'instar des labels de commerce équitable, les législations nationales comme fondement de leurs exigences. Certains d'entre eux vont plus loin (Rainforest Alliance, ProTerra) en imposant aux opérateurs certifiés de fournir une protection sociale si la législation en vigueur dans le pays ne le prévoit pas.

# LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE ET DE DÉVELOPPEMENT DURABLE : QUE SAVONS-NOUS DE LEURS IMPACTS ?

*Alastair Smith (FairNESS Royaume-Uni)*

Ce chapitre a pour objectif de **synthétiser les travaux de recherche indépendants, majoritairement académiques**, portant sur l'analyse des impacts du commerce équitable et des labels de développement durable. Dans la mesure où la plupart des travaux existant mettent l'accent sur le commerce équitable, nous nous concentrerons surtout sur ces labels dont nous discuterons les **impacts économiques, sociaux, organisationnels et environnementaux**. Notre analyse a pour objectif de synthétiser un certain nombre de tendances qui émergent des études d'impact réalisées. Toutefois, ces travaux de recherche restent quantitativement très limités, au regard du nombre d'organisations de producteurs certifiées par ces différents labels, et couvrent un champ souvent restreint en termes de produits et de zones géographiques. Les tendances présentées dans ce chapitre reflètent donc les résultats des travaux de recherche et ne prétendent pas constituer un indicateur fiable de l'ensemble des impacts réels de ces labels. En tout état de cause, les retombées de ces initiatives sont largement dépendantes des contextes locaux dans lesquels elles interviennent.

## 1. LES IMPACTS DES LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE

La plupart des analyses et travaux de recherche utilisés dans le cadre de cette synthèse soulignent les **impacts positifs des systèmes de garantie / labels de commerce équitable**. Le commerce équitable est ainsi souvent décrit comme une source d'avantages financiers pour les producteurs, leurs organisations et leurs communautés. Les travaux empiriques montrent également que le commerce équitable peut **faciliter les investissements** dans les infrastructures d'éducation et de santé, renforcer le développement des entreprises et améliorer les conditions de vie, mais aussi stimuler l'adoption de **pratiques plus respectueuses de l'environnement**.

Toutefois, comme pour les labels de développement durable en général, les impacts du commerce équitable sont extrêmement variables en raison de la **diversité des modèles d'organisation de la production utilisés par le commerce équitable** (organisations de petits producteurs, travailleurs-salariés dans des plantations, producteurs individuels sous contrat) et de la complexité

des situations locales, régionales et nationales auxquelles ils s'appliquent. Deux évolutions récentes sont à noter sur ce point. La première concerne les progrès réalisés dans le domaine des études d'impact, lesquelles mobilisent des méthodologies de plus en plus sophistiquées permettant de mieux décrypter les résultats d'études contextualisées. La seconde évolution émane des systèmes de garanties/labels de commerce équitable eux-mêmes, qui adaptent constamment leurs systèmes pour une meilleure prise en compte et réponse à la complexité des réalités de terrain.

### › Impacts économiques

De nombreux travaux de recherche sur les impacts microéconomiques (sur les producteurs) du commerce équitable soulignent **à la fois une augmentation et une moindre variabilité des revenus des familles et des organisations de producteurs affiliés**, en particulier lorsque les cours mondiaux sont inférieurs au prix minimum garanti par le commerce équitable. Ainsi, au Mexique, des producteurs mentionnaient « une stabilité et une sécurité économique accrues en

plus de changements matériels », même après avoir pris en compte les coûts administratifs (coûts de certification, entre autres) et le remboursement des dettes. Les cas les plus favorables sont généralement associés à une augmentation des volumes de vente aux conditions du commerce équitable, tandis que les résultats les moins positifs découlent souvent d'une moindre capacité à vendre aux conditions du commerce équitable. Des revenus plus élevés découlent aussi souvent de meilleurs rendements, qui sont eux-mêmes le résultat d'une amélioration des pratiques<sup>1</sup>.

Étant donnée la complexité des mécanismes en jeu, certaines études ne révèlent, par ailleurs, que de modestes changements de revenu<sup>2</sup>, tandis que d'autres concluent que les avantages associés au commerce équitable sont moins élevés que ceux liés à d'autres moyens de subsistance<sup>3</sup>. Il convient toutefois de relativiser la portée opérationnelle de cette dernière comparaison, les producteurs étant souvent exclus des stratégies de subsistance alternatives théoriquement plus avantageuses ; **le commerce équitable constitue dès lors un filet de sécurité non négligeable**<sup>4</sup>. Les cas les plus préoccupants correspondent aux situations dans lesquelles les **coûts de certification et les autres frais liés au commerce équitable conduisent à des pertes financières nettes**<sup>5,6,7</sup>. Ceci peut se produire lorsque des labels environnementaux plus stricts sont introduits, qui nécessitent davantage de travail<sup>8,9</sup> et/ou réduisent les rendements de la

production ; s'ensuit une perte de productivité globale et donc à une baisse des revenus<sup>10,11</sup>. Mais dans nombre des cas étudiés, la faiblesse des revenus perçus résulte plutôt d'éléments spécifiques (comme par exemple de l'incapacité à remplacer les intrants chimiques par des traitements biologiques<sup>11</sup>), et non d'une limitation intrinsèque liée au système de garantie. Toute évaluation doit, par ailleurs, faire la distinction entre l'accroissement des coûts à court terme (qui pèsent toujours davantage sur les producteurs les plus vulnérables) et les gains potentiels à plus long terme. Par exemple, l'adoption de mesures de préservation des ressources environnementales mobilise des moyens mais permet, à terme, d'accéder à des revenus plus durables. Notons enfin qu'une étude portant sur le salaire horaire des travailleurs démontre que le commerce équitable a généré une augmentation significative des rémunérations<sup>12</sup>, alors que dans d'autres cas les salaires des travailleurs demeurent inférieurs au salaire local moyen.

En raison de la complexité des mécanismes en présence, **les impacts générés à une échelle économique plus large** (le territoire, la filière, les marchés internationaux) par les labels de commerce équitable **ne sont quant à eux que très peu étudiés**<sup>13</sup>. Sur la base d'arguments théoriques, certains font toutefois valoir que le commerce équitable encourage les producteurs à rester dans les secteurs faiblement rémunérateurs,

### « LE COMMERCE ÉQUITABLE CONSTITUE DÈS LORS UN FILET DE SÉCURITÉ NON NÉGLIGEABLE. »

et les dissuade d'investir dans les activités à plus haut rendement potentiel<sup>14,15</sup>. Certains indices suggèrent que la **production** du commerce équitable est **parfois insuffisamment diversifiée** pour protéger les producteurs des perturbations spécifiques à des marchés trop étroits<sup>16</sup>. S'appuyant sur un cadre d'analyse plus nuancé et sur des études de cas précises, d'autres montrent que le commerce équitable peut promouvoir des activités à plus hauts rendements<sup>17,18</sup> et améliorer la qualité des produits qui seront ainsi vendus à un prix de marché plus élevé. Le commerce équitable a ainsi permis à la communauté Maya Ts'utujil du Guatemala d'améliorer la qualité de son café. À plus grande échelle, **le commerce équitable remet en cause la concentration du pouvoir entre les mains d'un petit nombre d'intermédiaires** (par exemple les torréfacteurs et les acheteurs dans le cas du café) et contribue ainsi à **rééquilibrer les rapports de force existants dans les échanges internationaux**<sup>19</sup>. Malgré ces changements, la structure même des chaînes d'approvisionnement<sup>20</sup> fait qu'une grande partie



des dépenses de consommation additionnelles liées à l'achat de produits issus du commerce équitable (plutôt que de produits non-certifiés) est captée par les acteurs du Nord (vendeurs et intermédiaires) et n'atteint pas les pays en voie de développement<sup>21</sup>. Les analyses théoriques suggèrent néanmoins que, sous certaines hypothèses, le commerce équitable permet de soutenir de manière plus efficace les agriculteurs marginalisés que ne le font les dons directs aux producteurs via des organisations caritatives<sup>22,23</sup>.

### > Impacts sociaux

La recherche recense de **nombreuses améliorations sociales générées par le commerce équitable, qui sont notamment liées aux retombées économiques**<sup>24</sup>. Ainsi, parmi un échantillon d'organisations de producteurs sélectionnées au hasard au Nicaragua, au Pérou et au Guatemala, on observe que l'accroissement des revenus issus du commerce équitable (bien qu'inégalement réparti entre les familles) est corrélé : 1) à la probabilité que les enfants soient scolarisés, 2) au niveau d'études atteint par les enfants et 3) à une amélioration générale de l'état de santé. Les études montrent que la **prime pour projets collectifs** sert pour l'essentiel à **financer une diversité d'investissements communautaires**. Les études d'impact soulignent presque toujours le développement d'**infrastructures éducatives**, tandis que les projets menés dans le secteur de

la santé sont monnaie courante, notamment au travers d'investissements consacrés à **l'approvisionnement en eau, à l'assainissement et à la fourniture de médicaments**. La prime pour projets collectifs est également souvent utilisée pour la **création de services de microfinance** permettant d'aider les producteurs à faire face aux fluctuations de revenus et à lever des fonds supplémentaires pour réaliser des investissements sociaux et productifs.

Un des objectifs affichés par le commerce équitable étant de travailler avec les producteurs pauvres et marginalisés, **certains travaux de recherche ont cherché à savoir dans quelle mesure les pratiques promues par le commerce équitable aident spécifiquement ces populations les plus défavorisées**.

Il apparaît, tout d'abord, qu'elles sont confrontées à des barrières formelles considérables à l'entrée sur le marché du commerce équitable ; la certification de Fairtrade/Max Havelaar<sup>25</sup>, par exemple, n'est pas disponible partout et ses coûts sont souvent prohibitifs<sup>26,27</sup>. Les travaux de recherche soulignent que même dans le cas de certifications moins onéreuses, comme celle proposée par World Fair Trade Organization (WFTO), **les lourdeurs administratives peuvent constituer de réelles barrières à l'entrée** pour des producteurs aux capacités de gestion souvent limitées. Par ailleurs, lorsque les plus défavorisés ont pu franchir ces barrières et parviennent à devenir membres des réseaux de producteurs du commerce équitable,

1. B.L. Barham, J.G. Weber, *The Economic Sustainability of Certified Coffee: Recent Evidence from Mexico and Peru*, *World Development*, 40 (2012) 1269-1279.
2. R. Ruben, R. Fort, *The Impact of Fair Trade Certification for Coffee Farmers in Peru*, *World Development*, 40 (2012) 570-582.
3. F. Doppler, A.A. González, *El Comercio Justo: Entre la institucionalización y la confianza*, *Problemas del Desarrollo*, 38 (2007) 181-202.
4. A.M. Smith, *Fair Trade, Diversification and Structural Change: Towards a broader theoretical framework of analysis*, *Oxford Development Studies*, 37 (2009) 457-478.
5. A.d. Janvry, C. McIntosh, E. Sadoulet, *Fair Trade and Free Entry: Examining producer benefits*, in: *Basic Brief: Assets and market access*, Department of Agricultural and Applied Economics, University of Wisconsin, Madison, 2010.
6. A. Tallontire, B. Vorley, *Achieving Fairness in Trading Between Supermarkets and their Agrifood Supply Chains*, in: *UK Food Group*, London, 2005.
7. D. Jaffee, *Brewing Justice: Fair trade coffee, sustainability and survival*, University of California Press, London, 2007.
8. M. Moberg, *Fair Trade and Eastern Caribbean Banana Farmers: Rhetoric and reality in the anti-globalization movement*, *Human Organization*, 64 (2005) 4-15.
9. R. Makita, *Fair Trade and organic initiatives confronted with Bt cotton in Andhra Pradesh, India: A paradox*, *Geoforum*, 43 (2012) 1232-1241.
10. L. Becchetti, P. Conzo, G. Gianfreda, *Market access, organic farming and productivity: The effects of Fair Trade affiliation on Thai farmer producer groups*, *Australian Journal of Agricultural and Resource Economics*, 56 (2012) 117-140.
11. M. Thavat, *The tyranny of taste: The case of organic rice in Cambodia*, *Asia Pacific Viewpoint*, 52 (2011) 285-298.
12. M. Elias, M. Saussey, *'The Gift that Keeps on Giving': Unveiling the Paradoxes of Fair Trade Shea Butter*, *Sociologia Ruralis*, 53 (2013) 158-179.
13. Vagneron, S. Roquigny, *What do we really know about the impact of Fair Trade? A synthesis*, in: *PFCE*, Paris, 2010.
14. M.S. LeClair, *Fighting the Tide: Alternative trade organizations in the era of global free trade*, *World Development*, 30 (2002) 949-958.
15. P. Collier, *The Bottom Billion: Why the poorest countries are failing and what can be done about it*, Oxford University Press, Oxford, 2008.
16. R. Hopkins, *Impact Assessment of Oxfam Fair Trade, Final Report Oxfam Fair Trade Programme*, in: *Oxfam*, Oxford, 2000.
17. [20] M. Hayes, *Fighting the Tide: Alternative trade organizations in the era of global free trade - A comment*, *World Development*, 36 (2008) 2953-2961.
18. G. Balineau, *Disentangling the Effects of Fair Trade on the Quality of Malian Cotton*, *World Development*, 44 (2013) 241-255.
19. Z. Pflaeger, *Decaf empowerment post-washington consensus development policy, Fair Trade and Kenya's coffee industry*, *Journal of International Relations and Development*, 16 (2013) 331-357.
20. A.M. Smith, *'The Fair Trade Cup is 'Two-Thirds Full' not 'Two-Thirds Empty' : A response to the Adam Smith report & a new way to think about measuring the content of the Fair Trade Cup*, in: *Comment and Analysis*, ESRC Centre for Business Relationships, Accountability, Sustainability and Society. Cardiff University, 2008.
21. J. Valkila, P. Haaparanta, N. Niemi, *Empowering Coffee Traders? The Coffee Value Chain from Nicaraguan Fair Trade Farmers to Finnish Consumers*, *Journal of Business Ethics*, 97 (2010) 257-270.
22. G.A. Tedeschi, J.A. Carlson, *Beyond the subsidy: Coyotes, credit and Fair Trade coffee*, *Journal of International Development*, 25 (2013) 456-473.
23. S. Mann, *Analysing Fair Trade in economic terms*, *Journal of Socio-Economics*, 37 (2008) 2034-2042.
24. L.T. Reynolds, *Fair Trade Flowers: Global Certification, Environmental Sustainability, and Labor Standards*, *Rural Sociology*, (2012) n/a-n/a.
25. A.M. Smith, *Access to the Fairtrade System: The geography of certification for social justice*, *Food Chain*, 4 (2014) 49-65.



les rapports de pouvoir continuent souvent à jouer en leur défaveur. Par exemple, on observe que dans certaines situations où l'offre est supérieure à la demande, les acheteurs vont avoir tendance à privilégier les produits du commerce équitable qui répondent le mieux aux normes de qualité occidentales. Cette mise en concurrence pénalise les producteurs les plus pauvres qui ont plus de peine à atteindre ces standards de qualité<sup>28,29</sup>. Cela nous rappelle que **l'accès aux marchés du commerce équitable repose sur les mécanismes de marché** et sur les exigences formulées par les acteurs de la filière, sans garantir la vente des produits et sans toujours prendre en compte des besoins des producteurs<sup>25,30</sup>. Il est toutefois important de noter que, dans ce contexte, un accroissement de la demande de produits issus du commerce équitable contribuerait à réduire le pouvoir de négociation des acheteurs et à élargir l'accès au commerce équitable pour les producteurs les plus pauvres.

A un niveau plus micro-social, des recherches révèlent la contribution d'une variété de facteurs liés aux caractéristiques des producteurs (y compris le sexe, la durée d'implication dans les réseaux / organisations du commerce équitable) à des inclusions positives ainsi que des exclusions et obstructions négatives<sup>2,31,32,33,34,35,36</sup>. Certaines études portant sur les groupes de femmes mettent en évidence l'existence de **véritables processus d'émancipation** qui pourraient servir d'exemples pratiques pour le développement d'emplois responsables dans d'autres secteurs<sup>37</sup>. Cependant,

la nature des modèles de production requis par le commerce équitable en vient parfois à exclure ceux ayant le moins de capacités ou de liberté d'action. Dans certains cas, il est apparu que des tensions familiales ont pu naître du fait que des femmes aient partiellement délaissé des tâches qui leur étaient culturellement attribuées, au profit d'activités liées au commerce équitable<sup>12</sup>. Des analyses suggèrent toutefois que les **transitions culturelles** constituent un aspect inévitable de toute restructuration porteuse d'améliorations des conditions matérielles à **long terme**. Ces recherches suggèrent que les organisations de producteurs doivent développer des stratégies pour enrayer les discriminations relatives au genre et accroître la confiance des femmes en leurs propres capacités<sup>38</sup>.

### › Impacts organisationnels

Quelques travaux de recherche portent sur la relation entre la participation au commerce équitable et le capital social. Ces travaux soulignent que, si dans certains cas les organisations de producteurs se voient consolidées<sup>33</sup> et leur gouvernance améliorée par leur participation au commerce équitable<sup>21</sup>, il existe, cependant, des situations dans lesquelles les dirigeants des organisations ont été affaiblis par leur participation au commerce équitable<sup>34</sup>. D'autres recherches qui complètent les études sur les revenus montrent que **la participation au commerce équitable produit « d'importants changements organisationnels,**

ainsi que des changements dans l'utilisation des intrants, des richesses et des biens, et dans les attitudes vis-à-vis du risque »<sup>12</sup>.

Les études portant sur les référentiels « plantations » de Fairtrade International concluent que « en l'absence de syndicats, l'impact le plus important du commerce équitable réside sans doute dans la **mise en place de comités de travailleurs capables de renforcer les capacités collectives**<sup>29</sup> ». Le renforcement des organisations sociales des travailleurs marginalisés semble en effet être une des voies les plus durables d'amélioration de leur situation par rapport à leurs employeurs directs, à leur secteur d'activité et au contexte politique plus large dans lequel leur activité économique s'inscrit.

### › Impacts environnementaux

Les travaux de recherche consacrés aux impacts environnementaux des labels de commerce équitable sont beaucoup plus récents. Les données disponibles révèlent que les producteurs engagés dans le commerce équitable ont parfois **réduit leur dépendance à l'égard des intrants de synthèse**<sup>28,39</sup> **ou se sont lancés dans l'agro-foresterie**<sup>40</sup>. Les bénéfices les plus patents semblent se produire lorsque les producteurs sont **incités à adopter un mode de production biologique**<sup>41</sup>. Il arrive parfois que la prime pour projets collectifs du commerce équitable soit utilisée pour améliorer les pratiques environnementales<sup>42</sup>. Par exemple, la société coopérative Coocafé au Costa Rica utilise ainsi

la prime produite par la vente de son café pour financer des projets de production durable et de conservation mis en œuvre par le biais d'une ONG<sup>43</sup>. Ceci étant dit, dans de nombreuses situations, les producteurs éprouvent **des difficultés à accéder aux ressources financières nécessaires à une transformation significative de leurs pratiques environnementales**<sup>39</sup>. Enfin, il a déjà été souligné que les exigences environnementales se traduisent par des coûts supplémentaires qui réduisent d'autant les gains financiers des producteurs.

## 2. LES IMPACTS DES LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE : QUESTIONS EN SUSPENS

La plupart des recherches portant sur les labels de commerce équitable **se concentrent sur un petit nombre de produits agricoles emblématiques** (comme le café), qui concernent de nombreux producteurs et qui sont certifiés majoritairement Fairtrade. En comparaison, les travaux portant sur d'autres produits (comme les herbes, les épices ou les produits artisanaux) ou d'autres labels de commerce équitable, comme celui développée par World Fair Trade Organization (WFTO), sont beaucoup moins développés<sup>44</sup>. Enfin, les études se **concentrent largement sur l'Amérique latine**. Ce constat s'explique en grande partie par (et reflète) la concentration des activités du commerce équitable et révèle un **besoin de production de connaissances** dans des domaines très spécifiques. Alors que les pratiques du commerce équitable

ont été développées par des **Organisations du Commerce Équitable** (OCE) entièrement dévouées à cette cause - la défense des principes du commerce équitable étant leur raison d'être, elles ne commercialisent que des produits issus du commerce équitable - l'avènement de la certification par tierce partie a permis à des entreprises commerciales (supermarchés, grands groupes agro-alimentaires) d'adopter le commerce équitable. On parle ainsi de « **mainstreaming** » pour désigner l'intégration des principes du commerce équitable par les acteurs économiques conventionnels.

Une croyance assez répandue est que le commerce équitable profite davantage aux producteurs quand il est pratiqué par les acteurs traditionnels du commerce équitable que sont les OCE. Cependant, même si de nombreux exemples soulignent les impacts positifs associés aux interventions des OCE<sup>31,45</sup>, **les relations entre les engagements et pratiques des acteurs du commerce équitable, et les impacts de leurs interventions dans les filières de commerce équitable, ne sont pas univoques**<sup>46</sup>. Des études montrent par exemple que, si certaines entreprises commerciales traitent les fournisseurs de produits issus du commerce équitable de la même façon que leurs autres fournisseurs, d'autres acteurs mettent en œuvre des pratiques différenciées et plus inclusives<sup>47,48</sup>. Au total, même si des éléments permettent de supposer que la participation des OCE aux filières constitue un

- 
26. M.-C. Renard, V. Perez-Grovas, *Fair Trade Coffee in Mexico: At the center of the debates*, in: L.T. Reynolds, D. Murray, J. Wilkinson (Eds.), *Fair Trade: The challenges of transforming globalisation*, Routledge, London, 2007, pp. 138-156.
  27. C. Dolan, *Fractured Ties: The business of development in Kenyan Fair Trade tea*, in: S. Lyon, M. Moberg (Eds.), *Fair Trade and Social Justice*, New York University Press, New York, 2010.
  28. C. Getz, A. Shreck, *What organic and Fair Trade labels do not tell us: towards a place-based understanding of certification*, *International Journal of Consumer Studies*, 30 (2006) 490-501.
  29. A. Marston, *Justice for all? Material and semiotic impacts of Fair Trade craft certification*, *Geoforum*, 44 (2013) 162-169.
  30. G. Fridell, *The University and the Moral Imperative of Fair Trade Coffee*, *Journal of Academic Ethics*, 2 (2004) 141-159.
  31. M. Moberg, *A New World? Neoliberal and Fair Trade farming in the Eastern Caribbean*, in: S. Lyon, M. Moberg (Eds.), *Fair Trade and Social Justice: Global ethnographies*, New York University Press, New York, 2010.
  32. S. Lyon, J.A. Bezaury, T. Mutersbaugh, *Gender Equity in Fairtrade-Organic Coffee Producer Organizations: Cases from Mesoamerica*, *Geoforum*, 41 (2010) 93-103.
  33. S. Smith, *Assessing the gender impacts of Fairtrade*, *Social Enterprise Journal*, 9 (2013) 102-122.
  34. L. McArdle, P. Thomas, *Fair enough? Women and Fair Trade*, *Critical Perspectives on International Business*, 8 (2012) 277-294.
  35. A. Tallontire, *The Development of Alternative and Fair Trade: Moving into the mainstream*, in: S. Barrientos, C. Dolan (Eds.), *Ethical Sourcing in the Global Food System*, Earthscan, London, 2007, pp. 35-48.
  36. P.L. Taylor, *In the Market But Not of It: Fair Trade Coffee and Forest Stewardship Council Certification as Market-Based Social Change*, *World Development*, 33 (2005) 129-147.
  37. A. Le Mare, *'Show the world to women and they can do it': Southern Fair Trade Enterprises as agents of empowerment*, *Gender and Development*, 20 (2012) 95-109.
  38. D. Kasente, *Fair Trade and organic certification in value chains: Lessons from a gender analysis from coffee exporting in Uganda*, *Gender and Development*, 20 (2012) 111-127.
  39. S. Smith, *For Love or Money? Fairtrade business models in the UK supermarket sector*, *Journal of Business Ethics*, (2010) 1-10.
  40. L.T. Reynolds, S.U. Ngcwangu, *Fair Trade Rooibos Tea: Connecting South African producers and American consumer markets*, *Geoforum*, 41 (2010) 74-83.
  41. C. Boscher, D. Sexton, R. Valleur, *CONTRACT FARMING AND FAIR TRADE: Identification of driver and impediments to the emergence and consolidation of producer organizations FINAL REPORT*, in: *Agronomes et Vétérinaires Sans Frontières*, Lyon, France, 2014.
  42. D. Murray, L.T. Reynolds, P.L. Taylor, *One Cup at a Time: Poverty alleviation and Fair Trade coffee in Latin America*, (2003).
  43. L. Ronchi, *The Impact of Fair Trade on Producers and Their Organizations: A Case Study with Coocafe in Costa Rica*, University of Sussex, Brighton, 2002.
  44. L. Becchetti, S. Castriota, M. Michetti, *The effect of Fair Trade affiliation on child schooling: Evidence from a sample of Chilean honey producers*, *Applied Economics*, 45 (2013) 3552-3563.
  45. A.H. Mas, T.V. Dietsch, *Linking shade coffee certification to biodiversity conservation: Butterflies and birds in Chiapas, Mexico*, *Ecological Applications*, 14 (2004) 642-654.
  46. B.O. Ochieng, K.F.D. Hughey, H. Bigsby, *Rainforest Alliance Certification of Kenyan tea farms: A contribution to sustainability or tokenism?*, *Journal of Cleaner Production*, 39 (2013) 285-293.

plus pour les producteurs<sup>49</sup>, y compris quand ces dernières ont recours à l'agriculture sous contrat<sup>50</sup>, il n'existe pas encore suffisamment de preuves pour tirer des conclusions claires à ce sujet.

Un troisième point mériterait des analyses plus poussées. Il s'agit des effets produits par la prime pour projets collectifs. Si les investissements réalisés grâce à cette prime sont bien documentés, leurs **impacts à plus long terme ont été peu explorés à ce jour**. A titre d'exemple, alors qu'il semble que les ressources éducatives aient augmenté, l'impact à plus long terme de cette amélioration de l'éducation n'a pas été évalué<sup>51</sup>.

Enfin, il convient de préciser que même si la connaissance des impacts environnementaux du commerce équitable s'améliore, elle reste à ce jour très limitée<sup>52</sup>.

### 3. QUID DE L'IMPACT DES AUTRES LABELS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE ? COMPARAISON AVEC LE COMMERCE ÉQUITABLE

Il existe **beaucoup moins de recherches indépendantes sur les autres labels de développement durable** que sur les labels de commerce équitable. Une grande partie des connaissances produites dans ce domaine se concentre sur les **questions environnementales**. Le label Rainforest Alliance est ainsi considéré comme ayant un grand potentiel d'amélioration des pratiques dans la mesure où il s'adresse

potentiellement à des producteurs ayant de mauvaises pratiques environnementales, et dont on attend une mise en conformité progressive<sup>53</sup>. Une des rares études empiriques disponibles révèle ainsi que **le label Rainforest Alliance améliore les pratiques environnementales dans leur ensemble**, même si dans certains domaines particuliers comme la couverture par de la végétation indigène, les exigences requises par le label sont très faibles<sup>46</sup>.

En termes **d'impacts économiques** (et contrairement aux labels de commerce équitable), **les labels de développement durable reposent en grande partie sur le marché international pour augmenter les revenus des producteurs**. Ainsi, c'est l'amélioration de la qualité des produits que ces labels sont supposés engendrer, qui doit permettre aux producteurs d'accéder à un prix de marché plus élevé pour leurs produits. Des travaux ayant comparé les différentiels de prix existants entre les prix « maximum », « moyen » et « minimum » associés à différents labels sur la filière café révèlent que **ce sont les labels de commerce équitable qui produisent les gains les plus élevés pour les organisations de producteurs**<sup>47</sup>. En effet, même si ces dernières sont peu nombreuses, la plupart des études comparatives réalisées montrent que pour différents produits agricoles<sup>54</sup>, **les prix proposés par le commerce équitable sont généralement plus élevés que ceux des autres labels de développement durable**<sup>55,56</sup>.

## « IL EXISTE BEAUCOUP MOINS DE RECHERCHES INDÉPENDANTES SUR LES AUTRES LABELS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE. »

- 
47. B. Kilian, L. Pratt, C. Jones, A. Villalobos, *Can the private sector be competitive and contribute to development through sustainable agricultural business? A case study of coffee in Latin America*, *International Food and Agribusiness Management Review*, 7 (2004) 21-45.
48. C. Bacon, *Confronting the Coffee Crisis: Can Fair Trade, Organic, and Specialty Coffees Reduce Small-Scale Farmer Vulnerability in Northern Nicaragua?*, *World Development*, 33 (2005) 497-511.
49. L.T. Reynolds, D. Murray, A. Heller, *Regulating Sustainability in the Coffee Sector: A comparative analysis of third-party environmental and social certification initiatives*, *Agriculture and Human Values*, 24 (2007) 147-163.
50. C.M. Bacon, *Who Decides What is Fair in Fair Trade? The agri-environmental governance of standards, access, and price*, *Journal of Peasant Studies*, 37 (2010) 111-147.
51. J. Potts, M. Lynch, A. Wilkings, G. Huppé, M. Cunningham, V. Voora, *The State of Sustainability Initiatives Review : Standards and the Green Economy*, in, *International Institute for Sustainable Development*, Winnipeg, Manitoba Canada, 2014.
52. S.R. Gitter, J.G. Weber, B.L. Barham, M. Callenes, J.L. Valentine, *Fair Trade-Organic Coffee Cooperatives, Migration, and Secondary Schooling in Southern Mexico*, *Journal of Development Studies*, 48 (2012) 445-463.
53. M.-C. Renard, *In the Name of Conservation: CAFE Practices and fair trade in Mexico*, *Journal of Business Ethics*, 92 (2010) 287-299.
54. J. Potts, M. Lynch, A. Wilkings, G. Huppé, M. Cunningham, V. Voora, *The State of Sustainability Initiatives Review : Standards and the Green Economy*, in, *International Institute for Sustainable Development*, Winnipeg, Manitoba Canada, 2014.
55. L.T. Reynolds, D. Murray, A. Heller, *Regulating Sustainability in the Coffee Sector: A comparative analysis of third-party environmental and social certification initiatives*, *Agriculture and Human Values*, 24 (2007) 147-163.
56. C.M. Bacon, *Who Decides What is Fair in Fair Trade? The agri-environmental governance of standards, access, and price*, *Journal of Peasant Studies*, 37 (2010) 111-147.
57. M.-C. Renard, *In the Name of Conservation: CAFE Practices and fair trade in Mexico*, *Journal of Business Ethics*, 92 (2010) 287-299.
58. B. Kilian, L. Pratt, C. Jones, A. Villalobos, *Can the private sector be competitive and contribute to development through sustainable agricultural business? A case study of coffee in Latin America*, *International Food and Agribusiness Management Review*, 7 (2004) 21-45.
59. R. Ruben, G. Zuniga, *How standards compete: comparative impact of coffee certification schemes in Northern Nicaragua*, *Supply Chain Management: An International Journal*, 16 (2011) 98-109.

Dans une autre recherche, cependant, il apparaît que le système de garantie développé par Starbucks (C.A.F.E. Practices) conduit à un consentement à payer supérieur à celui du commerce équitable<sup>57</sup>. Mais si l'on prend en compte l'ensemble des exigences du système C.A.F.E. Practices de Starbucks, le commerce équitable apparaît comme le plus avantageux des deux systèmes du point de vue des producteurs<sup>57</sup>. Afin d'évaluer l'impact économique des labels de développement durable, il importe cependant, de **tenir compte des investissements importants qu'ils requièrent en termes de coûts de certification** et de mise en conformité<sup>53,58</sup>. Des prix supérieurs ne se traduisent donc pas automatiquement par des gains nets plus élevés pour les producteurs. Il convient de noter qu'**il ne faut pas surestimer les effets de la hausse des prix**. Dans une autre étude sur le sujet, les auteurs concluent ainsi que la meilleure manière d'accroître le revenu des producteurs serait d'augmenter le rapport entre les quantités produites et les quantités (le coût) d'intrants utilisés ; autrement dit, l'amélioration des pratiques culturelles importe plus que les augmentations de prix autorisées par le label<sup>11</sup>.

Il convient de préciser que **les gains associés à chaque label sont étroitement liés au niveau de la demande pour ce dernier et au volume de ventes effectivement réalisé**. A cet égard, les entretiens effectués auprès des producteurs révèlent qu'ils considèrent les labels de développement durable

comme un moyen d'accéder plus directement aux marchés - notamment en leur évitant de passer par les marchés au cadran par exemple<sup>53</sup>. Par ailleurs, Rainforest Alliance et C.A.F.E. Practices de Starbucks incitent davantage les producteurs à améliorer la qualité de leurs produits, que ne le font les labels de commerce équitable<sup>59</sup>, dans la mesure où le prix est plus étroitement lié à la qualité physique des produits<sup>33</sup>. Pourtant, à la différence du commerce équitable, **ces labels de développement durable n'offrent aucun revenu additionnel pour financer les investissements nécessaires à un accroissement de la qualité des produits**<sup>51</sup> et ne profitent donc qu'aux producteurs disposant des ressources suffisantes pour le faire<sup>54</sup>.

Il existe malheureusement **peu de travaux qui portent sur les impacts sociaux des labels de développement durable**. Sur la question relative à la rémunération et aux conditions de travail, une étude montre que, bien que le label Rainforest Alliance ait permis une amélioration des conditions des travailleurs, 29% des salaires observés étaient toujours inférieurs au niveau de salaire minimum recommandé. Par ailleurs, « il n'y avait aucune différence entre les exploitations agricoles certifiées et non-certifiées sur un certain nombre de points, dont l'accès aux services de santé et les conditions de vie des employés »<sup>53</sup>. L'étude révèle également que les employés vivaient toujours dans des logements de mauvaise qualité, au regard des standards locaux<sup>53</sup>.

## CONCLUSION

Les travaux de recherche indépendants suggèrent que le commerce équitable et les autres labels de développement durable peuvent produire de réels impacts positifs. **L'originalité du commerce équitable réside toutefois dans l'importance qu'il accorde aux conditions d'échange entre les producteurs et les acheteurs**, ainsi qu'à **l'amélioration des normes sociales et environnementales** qu'il permet sur les lieux de production. Cela signifie que **le commerce équitable garantit directement et activement les trois piliers - économique, social et environnemental - du développement durable**. Ceci étant dit, les impacts associés aux différents labels de développement durable (de commerce équitable et autres) dépend en grande partie de **facteurs contextuels** tels que, par exemple, les volumes de produit vendus avec un label donné, ou les décisions des producteurs de se conformer ou non aux exigences environnementales.

## ➤ ACCREDITATION

Attestation délivrée par une tierce partie, ayant rapport à un organisme d'évaluation de la conformité, constituant une reconnaissance formelle de la compétence de ce dernier à réaliser des activités spécifiques d'évaluation de la conformité. Les organismes certificateurs se font accréditer pour être habilités à effectuer les audits de certification de tel ou tel référentiel. En matière d'accréditation des organismes certificateurs, la norme ISO 65 est celle qui garantit le plus grand degré de compétence, d'indépendance et d'impartialité. En France, seul le COFRAC est habilité à mettre en œuvre de tels programmes d'accréditation.

## ➤ AGRICULTURE SOUS CONTRAT

### (producteurs individuels sous contrat)

Mode d'organisation de la production, qui se caractérise à ce jour par une vaste définition (voir définition donnée par l'Agence Française de Développement dans « Contract farming in Developing Countries, a review », A savoir 12) et englobe une diversité de réalités. La modalité « agriculture sous contrat » dans le cadre spécifique du commerce équitable se caractérise par la contractualisation entre des producteurs individuels non organisés mais regroupés en structures informelles, avec une organisation intermédiaire en charge de la commercialisation du produits (exportateur, transformateur, entreprise privée, ONG ou autres).

## ➤ « ALL THAT CAN BE »

Règle présente dans les cahiers des charges des principaux

labels de commerce équitable, qui précise que dans un produit équitable composé de plusieurs ingrédients « Tout ce qui peut être équitable dans un produit doit l'être. » Cela signifie que tous les ingrédients d'un produit composite, qui existent avec une garantie de commerce équitable, doivent être utilisés avec cette qualité.

## ➤ ALLIANCE ISEAL

ISEAL est une organisation non gouvernementale dont la mission consiste à veiller sur la qualité des référentiels des labels de développement durables. L'adhésion à l'Alliance est ouverte à tout label ou organisme d'accréditation dont la gouvernance intègre plusieurs parties prenantes, qui respecte les exigences du Code de bonne pratiques de l'ISEAL et qui s'engage dans une démarche de progrès continu.

## ➤ AUDIT

Un audit est une inspection sur site dont l'objectif est de contrôler les pratiques d'une organisation au regard de critères contenus dans un référentiel. Il existe trois types d'audits : l'auto-évaluation, l'évaluation par les pairs et l'audit par tierce partie.

## ➤ AUDIT SUR SITE

Un audit sur site inclut généralement une revue documentaire ainsi qu'une visite de l'ensemble des locaux de l'organisation inspectée afin d'en vérifier la sécurité.

## ➤ BILAN DE MASSE

Le bilan de masse est un modèle de comptabilisation

qui permet d'assurer la traçabilité documentaire des produits certifiés tout au long d'une filière. Quand un producteur ou une entreprise délivre une quantité d'ingrédients certifiés à une partenaire commerciale, ce modèle s'assure seulement que la quantité équivalente de produit certifié est ensuite revendue comme certifiée par ce partenaire (après transformation par exemple). Ce modèle de comptabilisation ne permet pas d'assurer la traçabilité physique des produits.

## ➤ BUSINESS TO BUSINESS (B2B)

Relations commerciales entre entreprises.

## ➤ BUSINESS TO CONSUMER (B2C)

Relations commerciales entre des entreprises et des consommateurs finaux.

## ➤ CERTIFICATION PAR TIERCE PARTIE

La certification par tierce partie est un processus d'attribution d'un label par un tiers indépendant, qui montre qu'un produit est conforme aux exigences d'un cahier des charges.

## ➤ CODE DE CONDUITE

Document visant à définir certains principes et normes de comportement qu'une organisation décide d'appliquer à la conduite de ses activités ou opérations. C'est un engagement non contraignant pris volontairement. C'est un outil que l'on retrouve souvent dans le cadre des politiques de RSE.

## ➤ CONVENTIONS DE L'OIT

Les normes internationales du travail sont des instruments juridiques élaborés par les mandants de l'Organisation Internationale du Travail (gouvernements, employeurs et travailleurs) qui définissent les principes et les droits minima au travail. Ce guide s'intéresse à 11 de ces conventions:

- n°001 : sur la durée du travail
- n°29, n°105 : sur le travail forcé et l'abolition du travail forcé
- n°87, n°98 : sur la liberté syndicale et la protection du droit syndical d'organisation et de négociation collective
- n°100, n°111 : sur l'égalité de rémunération et la discrimination
- n°131 : sur la fixation des salaires minima
- n°138, n°182 : sur l'âge minimum et les pires formes de travail des enfants
- n°155 : sur la sécurité et la santé des travailleurs

## ➤ DÉVELOPPEMENT DURABLE

« Le développement durable est un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs. Deux concepts sont inhérents à cette notion : le concept de « besoin » et plus particulièrement des besoins essentiels des plus démunis, à qui il convient d'accorder la plus grande priorité et l'idée des limitations que l'état de nos techniques et de notre organisation sociale imposent sur la capacité de l'environnement à répondre aux besoins actuels et à venir. ». Cette définition énoncée par le Premier Ministre de Norvège, Madame Gro Harlem

Brundtland, en 1987 a été adoptée par la communauté internationale et dans l'Agenda 21 de la conférence de Rio en 1992.

## ➤ ÉDUCATION AU DÉVELOPPEMENT

L'éducation au développement est un processus éducatif qui vise à proposer une analyse et une réflexion critique sur les mécanismes qui régissent les relations Nord-Sud. Au-delà de ses missions de sensibilisation et d'information, l'éducation au développement entend encourager tout un chacun à changer de valeurs et de comportements, à réfléchir aux conséquences des actes que chacun pose quotidiennement, afin de parvenir à une juste distribution du pouvoir et des ressources à travers le monde.

## ➤ ISO

L'ISO (Organisation Internationale de Normalisation) est le plus grand producteur et éditeur mondial de normes internationales. Elle regroupe un réseau d'instituts nationaux de normalisation de 160 pays. L'ISO est une organisation non gouvernementale qui crée un pont entre le secteur public et le secteur privé. Bon nombre de ses instituts membres font en effet partie de la structure gouvernementale de leur pays ou sont mandatés par leur gouvernement. D'autres organismes membres sont issus exclusivement du secteur privé et ont été établis par des partenariats d'associations industrielles au niveau national.

## ➤ LABEL

Un label est une marque spéciale, créée par un syndicat

professionnel ou un organisme parapublic, et dont le logo est apposé sur un produit destiné à la vente, pour en certifier l'origine, la qualité et les conditions de fabrication en conformité avec des critères préétablis dans un cahier des charges.

## ➤ NORME ISO 17065

L'ISO/IEC 17065:2012 comporte des exigences portant sur les compétences, la cohérence des activités et l'impartialité des organismes de certification de produits, processus et services.

## ➤ OGM

On entend par organismes génétiquement modifiés (OGM), toute entité biologique non cellulaire, cellulaire ou multicellulaire, capable de se reproduire ou de transférer du matériel génétique, et dont les caractéristiques ont été modifiées autrement que par multiplication ou recombinaison naturelle.

## ➤ ORGANISME DE CERTIFICATION

Organisation indépendante accréditée par le propriétaire d'un label à contrôler le bon respect des exigences contenues dans ce dernier.

## ➤ PLAIDOYER

En politique, le plaidoyer est la défense écrite ou orale d'une opinion, d'une cause, d'une politique ou d'un groupe de personnes. En matière de commerce équitable il désigne les activités mises en œuvre par les organisations de commerce équitable et leurs partenaires



de la société civile afin d'influencer les décideurs pour établir des politiques permettant d'améliorer la situation des producteurs des pays du Sud. Les champs d'intervention en matière de plaidoyer sont variés : ils peuvent concerner la réforme des règles du commerce mondial, les questions de réchauffement et de justice climatiques, de politique agricole, de régulation des prix des matières premières etc.

## ➤ PLANTATIONS

Mode d'organisation de la production, qui s'organise autour de grands domaines spécialisés dans certaines cultures, dont la production est souvent destinée à l'exportation (banane, canne à sucre, café, ananas, thé) et dont la main d'œuvre est principalement constituée de travailleurs salariés.

## ➤ PRÉ-FINANCEMENT

Pratique qui consiste à payer une partie du montant d'une commande en amont de sa livraison.

## ➤ PRIME POUR PROJETS COLLECTIFS

Délivrée en complément du prix juste ou directement intégrée dans l'élaboration du prix, la prime projets collectifs doit permettre le renforcement des capacités et l'émancipation des producteurs, notamment des petits producteurs marginalisés et des travailleurs des pays en développement, de leurs organisations et de leurs communautés respectives. Elle a pour but de financer des projets sociaux collectifs.

## ➤ PRIX JUSTE

Le prix équitable doit permettre à l'organisation de producteur de couvrir les coûts de production et de logistique ; de verser une rémunération qui permette de satisfaire aux besoins fondamentaux des producteurs et travailleurs désavantagés ainsi que de leurs familles, et d'améliorer leur niveau de vie (éducation, culture, santé, logement, loisirs, etc.), de dégager une marge permettant de réaliser les investissements (outils de production, etc.) ; et de contribuer à la satisfaction des besoins collectifs (organisation, éducation, culture, santé, loisirs, infrastructures, structuration des organisations de producteurs, etc.).

Ce prix doit être au moins égal ou équivalent au prix minimum (défini pour certains produits et certaines zones géographiques), reconnu par les fédérations internationales du commerce équitable.

## ➤ SYSTEME DE GARANTIE

Dispositif qui a pour objectif d'assurer que des faits et des pratiques sont conformes à des valeurs et principes, quels que soient les moyens et les initiateurs d'une telle démarche. Ces principes sont généralement inscrits dans un cahier des charges ou un référentiel. La vérification de la conformité peut être réalisée par un organisme extérieur mais également être intégrée au sein même d'une organisation (suivi interne).

## ➤ SÉGREGATION

Procédé de séparation des produits le long de la filière, qui assure que tous les produits certifiés livrés à l'utilisateur final proviennent uniquement de sources certifiées. Ce

procédé autorise néanmoins le mélange des produits certifiés à partir d'une diversité de sources et ne permet pas de garantir la traçabilité physique complète des produits.

## ➤ RÉFÉRENTIEL / CAHIER DES CHARGES

Document technique définissant les caractéristiques que doit présenter un produit ou un service et les modalités du contrôle de la conformité du produit ou du service à ces caractéristiques.

## ➤ RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES (RSE)

Démarche volontaire de conduite mise en œuvre par les entreprises, qui reflète leur contribution au développement durable.

## ➤ TRAÇABILITÉ

Méthode consistant à assurer le suivi d'un produit aux différents stades de sa production, de sa transformation et de sa commercialisation.

On distingue deux types de traçabilité :

- **La traçabilité documentaire** : méthode grâce à laquelle un opérateur commercial identifie comme certifiée au sein d'un produit fini une quantité d'un ingrédient donné équivalente à la quantité d'ingrédient certifiée qui a effectivement été achetée sans pour autant que cette quantité soit utilisée dans le produit.
- **La traçabilité physique** : méthode qui consiste à séparer les produits certifiés des produits non certifiés aux différents stades de production, de transformation et de commercialisation.

RÉFÉRENTIELS		GRILLES DE CONTRÔLE		PERTINENCE		COMMENTAIRES
✓	Ce critère est inscrit dans le référentiel.		0 point - Aucun indicateur ni aucune instruction des grilles de contrôle ne permet de contrôler le respect de ce critère.		<b>La pertinence reflète l'avis des auteurs du guide :</b> Les exigences du label sont jugées insuffisantes.	Des commentaires explicites et précisent systématiquement l'avis des auteurs sur les critères et les modalités de contrôle.
∅	Ce critère est absent dans le référentiel.		1 point - Le respect de ce critère est contrôlé de manière insatisfaisante		Les exigences du label sont jugées pertinentes sur certains points mais insuffisantes dans leur ensemble.	
			2 points - Le respect de ce critère est partiellement contrôlé.		Les exigences du label sont jugées pertinentes dans leur ensemble mais pourraient être renforcées.	
			3 points - Le respect de ce critère est correctement contrôlé.		Les exigences du label sont jugées pertinentes et précises.	

### GRILLES DE CONTRÔLE

#### Méthode de calcul :

- Chaque critère inclus dans les référentiels est-il décliné en au moins un indicateur dans les grilles de contrôle ?
  - Si oui : 1 point
  - Si non : 0 point
- Les grilles de contrôle mentionnent-elles le besoin de croiser les sources pour obtenir l'information ?
  - Si oui : 1 point
  - Si non : 0 point
- Les grilles de contrôle contiennent-elles des indications méthodologiques spécifiques à destination de l'auditeur ?
  - Si oui : 1 point
  - Si non : 0 point

> Note maximale : 3 points

> Si 0 à la question 1, la note globale est 0.





DISPONIBLE EN LIGNE SUR : [WWW.COMMERCEQUITABLE.ORG](http://WWW.COMMERCEQUITABLE.ORG)

ISBN : 979-10-94727-01-0

© PFCE - Plate-Forme pour le Commerce Équitable  
Mars 2015. Tous droits réservés.

Photo couverture : © Fotolia - Graphisme et maquette : [emilieroudier.com](http://emilieroudier.com)  
Imprimerie Jean-Bernard - ZA Ravennes les Francs - Rue d'Amsterdam - 59910 Bondues  
Imprimé sur papier PEFC



# GUIDE INTERNATIONAL DES LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE

**E**n quoi les labels et les systèmes de garanties sont-ils utiles pour garantir les pratiques de commerce équitable ? Quels sont les principaux critères du commerce équitable qui sont contrôlés par ces labels ? Les modalités de contrôle permettent-elles d'assurer le bon respect des critères du commerce équitable ? Quelles sont les différences majeures entre les labels de commerce équitable et de développement durable ? Que savons-nous des impacts du commerce équitable ?

Afin de répondre à ces questions, ce guide se propose d'analyser 8 labels se revendiquant du commerce équitable- **Ecocert Equitable, Fair for Life, Fairtrade Max Havelaar, Fair Trade USA, Forest Garden Products, Naturland Fair, Symbole Producteurs Paysans et World Fair Trade Organization** - et les compare avec 5 labels de développement durable souvent confondus avec les labels de commerce équitable - **4C Association, Bonsucro, ProTerra Foundation, Rainforest Alliance et UTZ Certified**.

Ce guide est le fruit d'une collaboration internationale entre 4 organisations engagées dans le commerce équitable : **la Plate-Forme pour le Commerce Equitable (PFCE), Fair World Project, FairNESS France et FairNESS Royaume-Uni**.

Avec le soutien de :



*Le contenu de cette publication relève de la seule responsabilité de ses auteurs et ne peut aucunement être considéré comme reflétant le point de vue du Ministère des Affaires Étrangères et du Développement International ou de l'Agence Française de Développement.*

ISBN : 979-10-94727-01-0



9 791094 727010 >

7,00 € TTC