

Rémunération des producteurs et transition agroécologique : quelles contributions du commerce équitable origine France ?

Dans un contexte de non-durabilité des systèmes agricoles et alimentaires français (sociale, économique, environnementale), Commerce Équitable France et ses adhérents publient une étude inédite qui analyse les apports du commerce équitable, à partir de deux cas d'études : les filières du lait et des grandes cultures (céréales, légumes secs).

Analyse des partenariats de commerce équitable de deux organisations de producteurs

LAIT

Biolait est une entreprise de collecte de lait bio à fonctionnement coopératif regroupant 1200 exploitations.

Sont étudiés :

- Le partenariat avec Biocoop via deux transformateurs pour produire le lait vendu sous la marque « Ensemble ».
- Le partenariat avec Système U via la Laiterie Saint-Denis de l'Hôtel pour du lait vendu sous la marque « U bio » (pas de communication commerce équitable)

→ Ces relations reposent sur des accords tripartites : les trois maillons s'accordent sur un cadre général, ensuite formalisé par une contractualisation bilatérale entre organisation de producteurs-transformateurs et transformateurs-distributeurs.

GRANDES CULTURES

Ferme de Chassagne est un groupement de 9 fermes bio pour le stockage, le séchage, le triage, le conditionnement et la commercialisation de céréales, de légumes secs et d'huiles.

Sont étudiés :

- La vente de légumes secs à Biocoop (vente magasins Biocoop) : lentilles vertes, pois chiches, pois cassés, haricots blancs et flageolets.
- La vente de lentilles et de farine d'épeautre à Ethiquable (vente GMS).

→ Dans les deux cas, ces partenariats s'appuient sur des contrats bilatéraux et équitables, basés sur un engagement sur la durée, une fixation des prix qui prend en compte les coûts de production et une transparence des filières.

Les effets positifs du commerce équitable

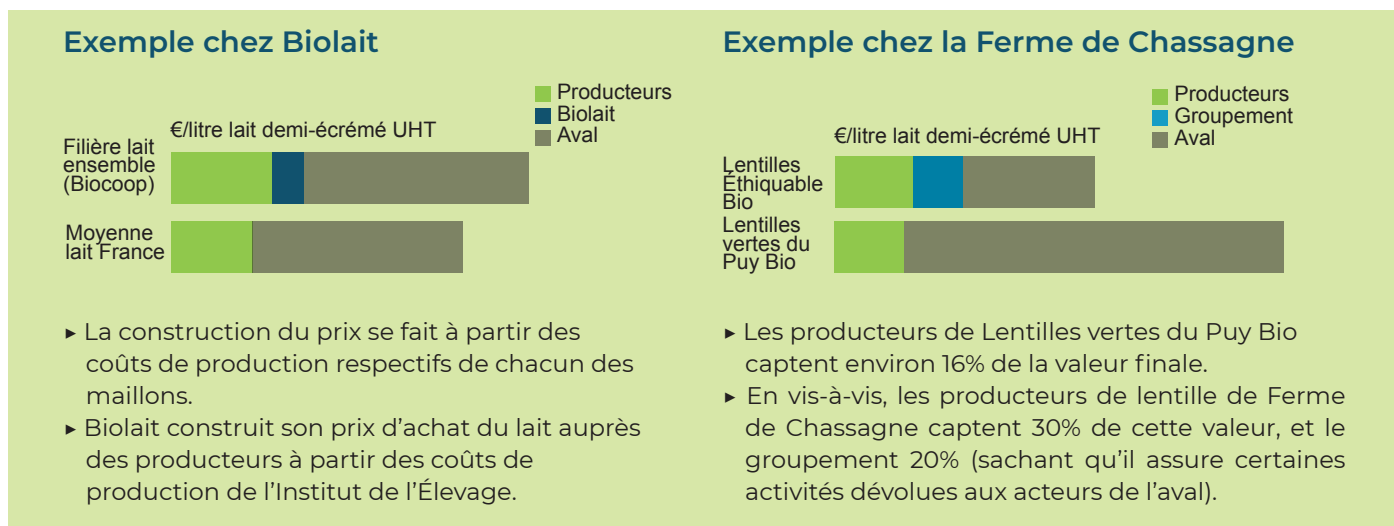
1. Accélérer les conversions en agriculture biologique : la construction de filières rémunératrices avec une visibilité dans le temps, le développement d'une expertise technique par les groupements, et l'appartenance à un groupe de producteurs bio permettent de lever les freins techniques, sociaux, économiques et commerciaux liés à cette conversion.

2. Un impact environnemental allant au-delà du label AB : les organisations de producteurs ont défini des chartes de production allant au-delà du Bio : fermes 100% bio, pratiques de maintien de la biodiversité (plantation de haies, variétés anciennes)...

Ces **effets environnementaux** s'inscrivent dans les scénarios 2050 pour une alimentation durable ([Afterres 2050 Solagro](#) et [TYFA Iddri](#)) :

- ▶ limitation des risques de déforestation importée avec une alimentation animale 100% française chez Biolait,
- ▶ développement des productions de légumineuses permettant une part plus forte de protéines végétales dans l'assiette,
- ▶ arrêt des pesticides de synthèse, développement de pratiques agroécologiques.

3. Un **prix rémunérateur** pour l'ensemble des maillons et **une plus grande part de la valeur ajoutée qui revient aux producteurs**. Les prix sont fixés en partant des coûts de production.



4. **Des relations commerciales plus apaisées** : les échanges réguliers entre producteurs, transformateurs et distributeurs créent une dynamique de respect mutuel, une anticipation des aléas et un regain de dignité et de reconnaissance du travail de chacun.

5. **Des acteurs des filières de petite et moyenne taille** : ces démarches permettent en particulier de maintenir des fermes de taille modeste, créatrice d'une haute valeur ajoutée par hectare, intensives en emplois, et diversifiées.

6. **Des filières transparentes** : la traçabilité se traduit par une information transparente au consommateur sur les acteurs intervenant dans la filière.

Des facteurs clés de succès

1. **Des productions participant à des filières différenciées** : ces répondent à une demande consommateur pour des produits bio et bénéficiant d'une origine territoriale claire.

2. **Des organisations de producteurs autonomes** : en mutualisant des moyens humains et financiers, les producteurs ont pu intégrer des fonctions de collecte ou de transformation et garder plus de valeur ajoutée, partager des savoir-faire techniques et diversifier des débouchés commerciaux. Cette mutualisation pragmatique ne s'ancre sur la durée qu'à travers un projet collectif social et environnemental animé par une vie démocratique intense.

3. **Des relations de confiance dans la filière** : des partenaires aval prêts à travailler en transparence et en coopération (à modérer pour le dernier maillon de distribution en GMS, souvent moins impliqué).

Recommandations pour accompagner le développement de ces pratiques positives...

... et favoriser la lisibilité des démarches de commerce équitable les plus abouties auprès des consommateurs :

- ▶ proposer des repères clairs de consommation et mettre en œuvre la **reconnaissance publique** des labels et garanties de commerce équitable (conformément au [Décret 2015-1311](#)).
- ▶ envisager des outils d'accompagnement à l'introduction de produits issus du commerce équitable en **restauration collective**, tel que prévu par la [loi alimentation 2018-398 \(article 24\)](#).

Les 6 points clés du commerce équitable

(article 94 de la loi sur l'Economie Sociale et Solidaire de 2014)

1. Des **prix rémunérateurs** pour les producteurs, basés sur les coûts de production et une négociation équilibrée
2. Un **engagement commercial pluriannuel** entre les producteurs et les acheteurs
3. Le versement d'un **montant supplémentaire** destiné au **financement de projets collectifs**
4. Une **autonomie des producteurs** grâce à la mise en place d'une **gouvernance démocratique** dans leurs organisations
5. La **transparence** et la **traçabilité** des filières
6. La **sensibilisation des consommateurs** à des modes de production **socialement** et **écologiquement durables**

