

Les labels de commerce équitable et les indications géographiques : ébauche d'une analyse comparative



Dr. Aurélie CARIMENTRAND,
Maître de conférences en sciences
économique à l'IUT Bordeaux Montaigne



Chercheure au laboratoire PASSAGES2

Constat

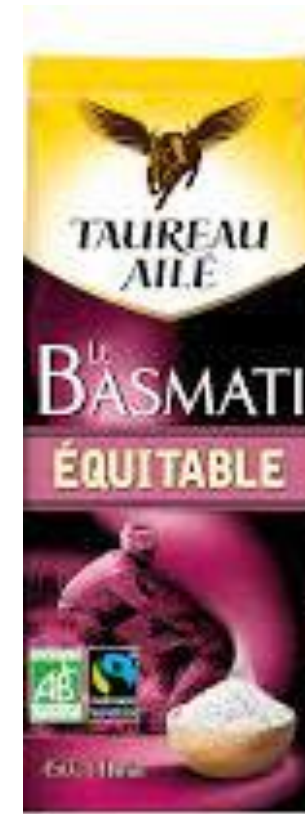
De plus en plus de produits issus du commerce équitable sont également reconnus comme des indications géographiques sur le marché de l'UE :

Huile d'argan du Maroc (2011), Rooibos d'Afrique du Sud, Café de Colombie (2017), Riz Basmati (Inde, 2018)...

(hypothèse de complémentarité dans le temps de Biénabe et Sautier, 2008)

Inversement des produits IG sont également certifiés CE:

- Première AOP certifiée commerce équitable (Fair for life): **AOP Blaye/Côtes de Bordeaux reconnues dès 1936 (Château les Aubiers)**



Objectif de cette communication

*Contribuer au débat sur les **contributions** et les **limites** de deux systèmes de certification de la qualité :*

Ce qui les rapproche

1. Deux outils au service de la rémunération des producteurs
2. qui reposent sur des systèmes de traçabilité des produits

Ce qui les distingue:

3. Qui puisent leur origine dans des mouvements sociaux au niveau des producteurs vs consommateurs
4. Un CAP pour leur singularité versus leur attribut “équitable”
5. Logos officiels versus logos privés (droits de license)
6. Effet rémunérateur “garanti” versus “gain espéré”

Conclusion/Message clé:”: vers des IGE? Comment intégrer les coûts de production durables.

1. Deux signes de qualité au service de la rémunération des producteurs

Objectifs de prix justes / rémunérateurs via l'accès à des marchés de niche (« **démarchandiser** » / « **désanonymiser** »)

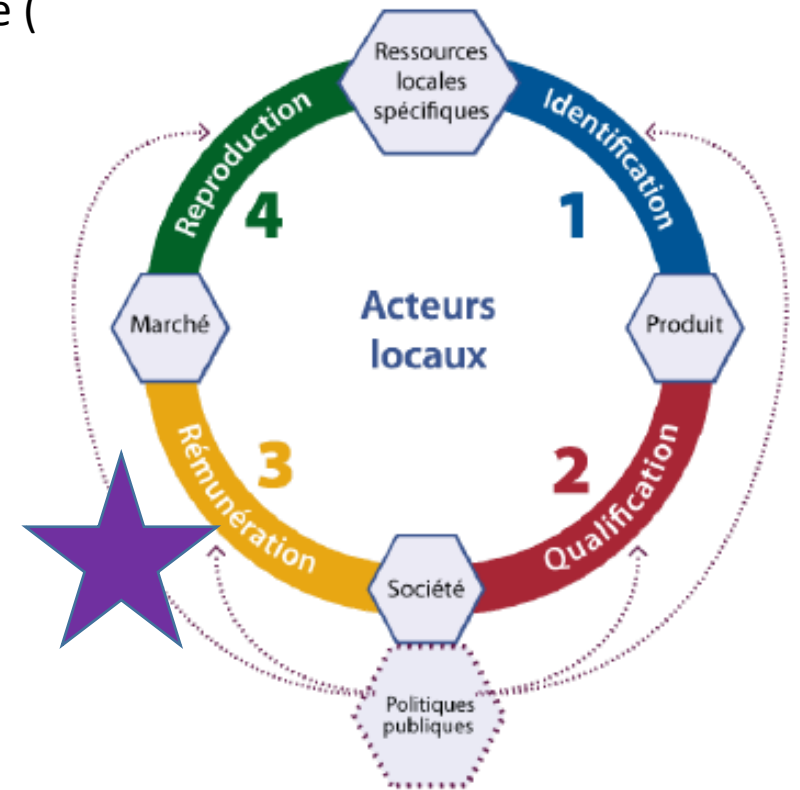
LES CINQ DIMENSIONS DU COMMERCE ÉQUITABLE

1. Dimension économique : prix, primes, préfinancement, durée des engagements commerciaux...
2. Dimension sociale : respect des conventions de l'Organisation internationale du travail (OIT) et des législations locales, égalité des sexes, avantages sociaux complémentaires (assurances maladie, congés maternité...).
3. Dimension environnementale : réduction des impacts environnementaux des activités relatives au commerce équitable, protection de la biodiversité, interdiction des substances dangereuses dans la production, interdiction des organismes génétiquement modifiés (OGM)...
4. Dimension éducative : activités de sensibilisation et d'éducation des consommateurs et citoyens.
5. Dimension de gouvernance : 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.

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

LOI ESS 2014 (France)

Raynolds et Bennett (2015); Nelson (2017)



Vandecandelaere et al. (2010); Barham & Sylvander (2011); Balineau (2018)

2. Qui reposent sur des systèmes de contrôle et de traçabilité des produits

Système de contrôle et de traçabilité similaires

(autocontrôle + contrôle interne + contrôle externe par tierce partie)

= **investissement collectif en réputation**



The Fairtrace principle



Fairtrace is an online platform that follows the principle of collaboration and mutual assurance.

- **Collaboration** means that users need to interact with each other in the platform by inviting and accepting invitations from their business partners (Suppliers and Customers).
- **Mutual assurance** – means that for each transaction, one actor **reports** and the other **verifies** whether the information is correct or not, performing a virtual handshake.



(spécificité du bilan de masse pour le CE)

3. Leur origine au sein de mouvements sociaux IG “producer-driven versus CE “consumer-driven”

AOC/ Révolte des vignerons au début du 20^{ème} siècle en France face à la chute brutale des cours et la paupérisation des vignerons

CE/ Tiers-mondisme puis initiatives solidaires/consumérisme politique face à la dégradation des termes de l'échange et à l'instabilité des cours mondiaux café/ cacao fin 20^{ème} (fin accords mondiaux et des caisses nationales de stabilisation) et paupérisation des caféiculteurs et cacaoculteurs



4. Un CAP pour leur singularité *versus* leur attribut “équitable”

Outil de marketing territorial

CONSOMMATEUR / PRODUIT / **figure du TERROIR**

(convention domestique/ tradition)

« IG LOVERS »/ connoisseurs

Outil de marketing éthique

CONSOMMATEUR / PRODUIT / **figure du « petit producteur organisé »**
(convention citoyenne/solidarité)

« MILITANTS CE »/ consumérisme politique

5. Labels officiels versus labels privés

Coût nul d'utilisation du label (appartient aux pouvoirs publics)

Versus

Droits de licence (gérés par des ONG dans les pays consommateurs)

6. Un effet rémunérateur immédiat versus un potentiel d'augmentation du prix à construire

« En raison de **l'effet rémunérateur immédiat** et du **niveau assez bas des barrières techniques initiales à l'entrée**, le CE a eu un effet fédérateur fort, les petits producteurs voyant très **rapidement** leurs efforts d'action collective récompensés »

PRIX MINIMUM GARANTI versus GAINS POTENTIELS
PRIME COLLECTIVE

1.1.4 NOUVEAU 2019* Potentiel de marché

Centr	Vous démontrez qu'il existe un potentiel de marché Fairtrade pour votre produit.
Année 0	

Messages clés

- L'IG et le CE peuvent se compléter mutuellement pour assurer une production et une consommation durables
- Il faut penser les synergies, éviter les duplications (notamment en termes de contrôle et de traçabilité)
- Il faut envisager l'IGE équitable avec des contrats pluriannuels avec un prix plancher négocié pour rémunérer les coûts de production durable (prix au producteur notamment), voire des primes collectives IG versées par les acheteurs aux ODG/ groupements IG: **inscrire les IG dans les pratiques et dans les réseaux d'économie sociale et solidaire**



Fairtrade International (label produit créé en 1988 et labels ingrédients pour le cacao, le coton et le sucre créés en 2014)



WFTO (label organisation)



Groupe Ecocert (label produit)



Symbole Producteurs paysans global (SPP Global)
 – organisation issue d'une scission avec Fairtrade International (label produit créé en 2014)
 Autogestion/production et commercialisation
 « à petite échelle » : label réservé aux organisations de producteurs



Fair Trade USA (anciennement Transfair USA)
 – organisation indépendante de Fairtrade International depuis 2011 (label produit, étendu aux plantations et à l'agriculture sous contrat pour tous les produits)