

Suivez le bon logo

Beaucoup d'entre vous sont prêts à payer plus cher des aliments éthiques. Cela attise évidemment les convoitises... Alors, faites le tri parmi les logos plus ou moins fiables qui prolifèrent.

1 Une forte croissance

Historiquement, le commerce équitable (CE) porte sur des produits alimentaires importés de pays du Sud. Mais les échanges Nord-Nord se développent rapidement depuis cinq ans, soutenus par des consommateurs que les crises agricoles de ces dernières années ont sensibilisés. En France, les ventes sont en forte croissance, dépassant le milliard d'euros depuis 2017, contre 327 millions d'euros (M€) en 2010. En 2018, elles atteignaient 434 M€ de produits « origine France » et 842 M€ de produits issus des filières internationales (essentiellement commerce Nord-Sud).

2 Des consommateurs citoyens très convoités

Comme pour le bio, le commerce équitable répond à la demande de ceux qui veulent acheter « mieux », en l'occurrence éthique. Ce marché suscitant convoitises et dérapages, il a fallu protéger juridiquement les termes « commerce équitable » (loi du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire), mais aussi « équitable » employé seul (loi Pacte du 24 mai 2019).

3 Un prix rémunérateur

Le commerce équitable implique un prix « rémunérateur », fixé à l'issue de négociations « équilibrées » entre acheteurs et producteurs. Ainsi, les contrats durent au moins trois ans, afin de sécuriser les débouchés des producteurs, et l'acheteur s'acquitte d'une « prime de commerce équitable » (ou « fonds de développement ») dédiée à des projets collectifs : actions de formation ou d'éducation, initiatives pour améliorer les conditions de travail et l'autonomie des producteurs, mesures de protection de la biodiversité, etc.

Un doublé équitable et bio

Rien ne sert de les opposer, au contraire : le bio mène souvent à l'équitable, et inversement. Ainsi, près de 80 % des produits équitables et 47 % des « origine France » sont labellisés bio.



AUBREY WADE/PANOS-REA



A priori, vous pouvez vous fier à ces logos. Ils indiquent le respect de cahiers des charges validés par des organismes certificateurs.

4 Privilégiez les labels certifiés

Il n'y a pas, en France ou en Europe, de label public comme pour le bio (logos AB et Eurofeuille). Mais il existe plusieurs certifications privées affichant un cahier des charges validé par des organismes certificateurs. Sur le commerce Nord-Sud, on trouve le Fairtrade/Max Havelaar (le premier et le plus connu des labels) ainsi que le Symbole des producteurs paysans (le SPP, créé par une fédération des producteurs latino-américains de commerce équitable). Pour les produits du commerce Nord-Sud et Nord-Nord, on distingue les labels World Fair Trade Organization, BioPartenaire, Fair for Life

et Ecocert équitable. Et, pour la France uniquement, Agriéthique. Des marques lancées par des acteurs historiques comptent aussi, telles qu'Ensemble (Biocoop), Paysans d'ici (Éthiquable), Artisans du monde (de la fédération du même nom) ou Alter Eco (de Bjorg, Bonnetterre et Compagnie). Enfin, des initiatives privées revendiquent un prix juste pour les producteurs sans être labellisées (faute d'organisation collective et de fonds de développement). Citons C'est qui le patron ?, imaginée par la SCIC La société des consommateurs, ou Le lait équitable (Fair Milk), porté par FaireFrance SAS.