

Le Commerce Équitable et ses Enjeux

AVRIL 2011

Le contexte historique

Le commerce équitable (CE) est né dans les années 60 à l'initiative d'associations de solidarité et de certaines entreprises. Plusieurs mouvements et dynamiques en sont à l'origine, comme des mouvements humanistes et religieux, des mouvements Tiers-Mondistes ou encore des mouvements de développement durable.

Un même constat :

Tous s'accordent sur une remise en question d'un **commerce mondial jugé inéquitable**. L'organisation du commerce se fait souvent à l'insu et au détriment du producteur et du consommateur, les intermédiaires les plus puissants imposent leurs règles, leurs prix voir même leurs produits aux producteurs comme aux consommateurs. La démarche du commerce équitable propose une alternative pour réduire les inégalités engendrées par le commerce conventionnel et pour redonner à l'homme sa place centrale dans les échanges.

Définition du commerce équitable

La définition du réseau FINE* (2001) :

“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 CE (soutenues par les consommateurs) **s'engagent activement à soutenir les producteurs**, à sensibiliser l'opinion et à **mener campagne en faveur de changements dans les règles et pratiques du commerce international conventionnel**”

Définition de AFNor* (2006) :

Les trois dimensions du CE :

- **l'équilibre de la relation commerciale** entre les partenaires ou les co-contractants.
- **l'accompagnement des organisations de producteurs** et/ou des travailleurs engagés dans le CE.
- **l'information et la sensibilisation** du consommateur, du client, et plus globalement du public au commerce équitable.

La loi du 2 août 2005 :

“**Art 1** : Le commerce équitable s'inscrit dans la stratégie nationale de développement durable.

Art 2 : Au sein des activités du commerce, de l'artisanat et des services, **le commerce équitable organise des échanges de biens et de services entre des pays développés et des producteurs désavantagés situés dans les pays en développement**. Ce commerce vise à l'établissement de relations durables ayant pour effet d'assurer le progrès économique et social des producteurs.”

Les trois piliers du Commerce Équitable :

▶ **La dimension socio-économique**, des échanges commerciaux équitables et l'accompagnement des producteurs (**nécessité de soutien aux producteurs**)

▶ **La dimension éducative**, participer au développement d'un regard critique sur le commerce et la consommation par **l'information, la sensibilisation et l'éducation**. (nécessité de communication)

▶ **La dimension politique**, un engagement pour **plus de justice dans les règles du commerce international**. (nécessité de lobbying, de plaidoyer).



Les grands principes du Commerce Équitable :

- ▶ Travailler avec des producteurs défavorisés,
- ▶ Des relations commerciales plus justes et sur le long terme,
- ▶ Respect des droits de l'Homme et des droits de l'Homme au travail,
- ▶ Transparence sur les activités,
- ▶ Fonctionnement démocratique des organisations,
- ▶ Préservation et la valorisation des cultures et savoir faire locaux,
- ▶ Des modes de production intégrant les préoccupations environnementales,
- ▶ Accepter le contrôle du respect des critères,
- ▶ Soutien au producteurs et le renforcement de leurs organisations,
- ▶ Sensibilisation et éducation du grand public,
- ▶ campagnes et plaidoyer pour changer les règles du commerce international.



* Voir Lexique page 3

Des approches différentes du Commerce Équitable :

Les filières du CE



SYSTEMES DE GARANTIE :

Filière intégrée (spécialisée) :

→ Approche par l'organisation et globale

→ C'est l'entreprise dans son ensemble qui obéit aux critères de commerce équitable. Du producteur au détaillant, tous les produits proposés sont équitables. **Les différentes organisations intervenantes se doivent de respecter les engagements du commerce équitable dans leur organisation.**

→ Les acteurs de la filière

- * producteurs
- * importateurs
- * fédérations de magasins spécialisés
- * magasins spécialisés

→ **Filière fondatrice du commerce équitable**, elle respecte mieux le principe de relation commerciale de long terme avec le producteur mais est relativement limitée dans sa force de vente.

Filière labellisée :

→ Approche produit

→ C'est le **produit qui est certifié fabriqué selon les critères du commerce équitable**. Cette filière peut reposer sur des intermédiaires spécialisés ou non dans le commerce équitable

→ Ouvrir les débouchés des producteurs de produits équitables aux circuits de commercialisation conventionnel. **Les entreprises qui achètent des produits équitables paient un droit aux organismes de labellisation type « Max Havelaar » mais ne sont pas tenues de généraliser ces critères à l'ensemble de leur organisation et de leur produit**

→ **Filière la plus importante** en termes de part de marché. elle permet la **vente des produits équitables dans la grande distribution** assurant de meilleurs débouchés aux producteurs **mais sans garantie forte** sur des relations commerciales de long terme et en quête de prix qui restent compétitifs.

Définition : Garantie c'est un système qui a pour objectif d'assurer que des faits et des pratiques sont conformes à des valeurs et des principes. Ces principes sont généralement inscrits dans des cahiers des charges ou un référentiel. La vérification de la conformité peut être réalisée par un organisme extérieur, mais peut également être intégrée au sein d'une même organisation (audit interne).

On distingue généralement **trois types de garantie** dans le CE :

● **La garantie produit :** garantie directement visible par l'apposition d'un logo sur le produit. Contrôle de conformité se fait auprès des organisations de producteurs et au niveau des entreprises d'importation, de transformation et de distribution.

● **La garantie organisation :** liée à la construction historique du CE. S'applique à des structures dont l'activité principale est le CE. Au niveau international cette garantie est portée par WFTO* (World Fair Trade Organization)

● **La garantie filière :** Garantit que l'ensemble des étapes de production d'un produit sont conformes aux conditions équitables. Il s'agit d'une démarche de progrès. A ce jour il existe le label "STEP" en Suisse. Et en France l'association Minga met en place un Système de Garantie et d'Amélioration Participatif SGAP.

Les deux principaux réseaux français du CE

Principes de la charte de la PFCE* :

Les structures membres de la PFCE se reconnaissent autour des principes suivants :

- Assurer **une juste rémunération du travail** des producteurs et des artisans les plus défavorisés, leur permettant de satisfaire leurs besoins élémentaires,
- Garantir le **respect des droits fondamentaux des personnes**,
- Instaurer des **relations durables** entre partenaires économiques,
- favoriser la **préservation de l'environnement**,
- proposer aux consommateurs **des produits de qualités**.

La charte de la PFCE se construit autour de 6 principes :

- L'équité la solidarité dans les relations commerciales.
- L'autonomie des producteurs
- La dignité des acteurs
- Le respect de l'environnement
- La transparence

Les principes de la charte de MINGA* :

La charte de MINGA se construit autour de 7 principes:

- Information et débat pour une économie équitable
- Organisation, autonomie et autogestion.
- Réduction des inégalités et solidarité
- Pour une économie respectueuse de la nature
- Pour une économie au service des hommes
- Des échanges équitables
- Transparence, évaluation et garantie.

Label ou pas Label ??

🌐 D'un point de vue juridique, l'emploi du mot "label" en France désigne un cahier des charges qui appartient aux pouvoirs publics.

🌐 En matière de commerce équitable aucun référentiel n'est la propriété de pouvoirs publics. On parle donc de certification équitable et non de Label. Source PFCE



LEXIQUE sur le CE :

* **FINE** = réseau international de coordination des actions des acteurs du CE. (FLO, IFAT, NEWS, EFTA)

* **FLO International (Fairtrade Labelling Organisations)** : organisme de fédération des 22 initiatives nationales “Max Havelaar”. FLO établit la certification (cahier des charges) et le suivi des producteurs dans les pays du Sud.

* **IFAT (International Federation For Alternative Trade)** : Créé en 1989, L'IFAT rassemble 270 organisations du CE dans 60 pays, dont 65% sont au Sud. Son objectif la promotion et le développement du CE.

* **NEWS (Network of European World Shops)** : Réseau de boutiques de CE (15 associations nationales)

* **EFTA (European Fair Trade Association)** : fédérations des importateurs européens de produits issus du CE (13 membres).

* **AFNor : Agence Française de Normalisation**. En matière de CE, c'est en son sein que ce mène les négociations sur la définition de normes officielles et nationales. Elle est l'institution française qui siège au niveau international pour ISO.

* **CNCE : Commission Nationale du Commerce Équitable**. Cette commission a été créée en 2007 suite à la loi de 2005. Elle est officiellement installée le 22 avril 2010.

* **PFCE : Plate-Forme pour le Commerce Équitable**.

Organisme de représentation nationale des acteurs du CE. Créé en 1997. Ses actions sont : la promotion de la démarche auprès des acteurs institutionnels, le renforcement des systèmes de garanties, la recherche et le développement d'un centre de ressources. Elle regroupe 36 membres qui respectent la **charte du CE**.

* **ETHIQUABLE** est **une entreprise coopérative** du Gers, spécialiste du commerce équitable créée en 2003. L'entreprise est en relation avec 48 organisations de producteurs dans 26 pays, et propose 120 produits issus du CE. Vendu en grande surface et pour la restauration hors domicile.

* **Alter Eco** est **une PME française** spécialisée dans l'importation et la distribution de produits du commerce équitable, créée en 1998. Alter Eco travail avec 37 organisations de producteurs dans 26 pays.

* **Artisans du Monde** : **C'est un réseau de distribution associatif et militant** qui défend depuis 1974 une vision engagée du commerce équitable. Les magasins Artisans du Monde sont des lieux où le public peut acheter 100% de produits issus du commerce équitable. ADM possède plus de 170 points de vente, c'est le premier réseau de magasins spécialisés de commerce équitable en France.

* **MINGA** : Créée en 1999, MINGA regroupe des entreprises, des associations et des particuliers. C'est un lieu de réflexion à la fois citoyen et professionnel, sur les échanges marchands (locaux ou internationaux) leurs conséquences et les initiatives pour les rendre plus équitables. L'objectif des membres de MINGA, est de participer par leurs manières de produire, de transformer, d'échanger ou de consommer, au développement d'une société plus équitable.

LE CONTEXTE :

Le commerce équitable s'applique traditionnellement à des produits fabriqués dans les pays en voie de développement - les pays du Sud - et exportés vers les pays développés - les pays du Nord.

Aujourd'hui on voit de plus en plus d'initiatives en France qui défendent une agriculture paysanne et des petits producteurs locaux. On parle alors de démarche de commerce équitable “Local”, “Nord-Nord” ou “Solidaire”. Pourquoi?

L'agriculture paysanne du Nord et du Sud est menacée par la concurrence de la production agro-industrielle intensive. De même, elle est menacée par des politiques agricoles et des pratiques commerciales qui ne lui sont pas favorables. En France, le rythme de disparition des exploitations agricoles est de 3% par an. Depuis 1950 le nombre d'exploitations a été divisé par cinq. De plus, on se retrouve face à un phénomène de concentration des surfaces agricoles au sein d'un nombre de plus en plus réduit d'exploitations. C'est dans un contexte de défense et de maintien de l'agriculture paysanne en France, que cette problématique d'un commerce équitable “Nord-Nord” ou “Local” intervient. En effet, de part l'organisation actuelle du commerce, les producteurs ont perdu une grande partie de leur autonomie sur leurs fermes et subissent des prix constamment en baisse qui ne sont plus suffisamment rémunérateurs pour eux.

C'est dans ce contexte, que ce début d'année 2011 marque un tournant en France pour le commerce équitable “Nord-Nord”, avec la commercialisation en grande distribution des premières gammes de produits équitables issus de la production française par Ethiquable* et Alter Eco*.

Ethiquable met en vente une gamme de 15 produits équitables “paysans d'ici” en s'appuyant sur une charte de 27 critères pour “maintenir une agriculture paysanne menacée en France”. (Charte “paysans d'ici”). Quand à Alter Eco il lance aussi une gamme de 5 produits français grâce au partenariat avec la Corab (Coopérative Régionale d'Agriculture Biologique située en Charente Maritime) et à la mise en place d'un cahier des charges.

Une liste des acteurs du CE “Nord-Nord” (non exhaustive) :

- ✓ Minga
- ✓ Artisans du Monde*
- ✓ Ethiquable
- ✓ Alter Eco
- ✓ Terres d'Ici
- ✓ Soli'gren
- ✓ Alliance (réseau AMAP)
- ✓ Raccourci (comprends les acteurs suivant : @ deux pas des champs, Alter-Conso, Arbralégumes, Croc'Ethic)
- ✓ Biocoop
- ✓ Bio Solidaire
- ✓ PPENSE

Paroles d'acteurs d'un CE “local”

Dominique Bissardon membre de l'association Fermes du Monde :

“Le commerce équitable repose sur les principes d'un prix juste pour un travail, du respect du travail, de relations dans le long terme et de transparence. Cette démarche a trouvé un écho chez les producteurs rhônalpins qui ont souhaité l'adapter à leur propre situation.”

Bruno Anquetil fabrique et commercialise des pains bio dans le cadre de la filière Bio solidaire. Il réponds à la question : pourquoi une telle démarche?

“ Pour rémunérer la production agricole à sa juste valeur; pour revaloriser les prix agricoles et s'opposer ainsi à la mécanique PAC où les prix sont compensés par des aides.”

| Critères CE PFCE : | Charte "paysans d'ici" Ethiquable | Cahier des charges CE NN Alter Eco |
|--|---|--|
| - | Production agro-écologique | Agriculture Biologique |
| Une juste rémunération des acteurs | Ethiquable s'engage sur un prix équitable , les producteurs et Ethiquable définissent ensemble un prix équitable sur mesure , adapté à la situation des producteurs | Le prix minimum garanti , couvre au minimum la valeur intrinsèque du produit incluant les coûts de production et les frais de la coopérative, et prend en compte la moyenne du prix de chaque produit pris sur plusieurs années. |
| La mise à disposition d'un préfinancement | Ethiquable s'engage à préfinancer la collecte de produits agricoles | Préfinancement à la récolte aux adhérents , plus primes |
| La fixation de délais de production adaptés | Non Indiqué | Plan de développement à long terme |
| Travailler en priorité avec les producteurs parmi les plus défavorisés | Les producteurs ont des exploitations familiales de petites surfaces. | Non Indiqué |
| Mettre en place des partenariats durables | Ethiquable s'engage contractuellement dans la durée | Contractualisation pluriannuelle |
| Encourager les producteurs à l'autonomie | l'organisation est indépendante | Soutien à la transformation et à la valorisation locale de la production |
| L'activité économique doit être pérenne, rentable et développer une VA au sud | Les produits sont transformés par les organisations de producteurs | Soutien à la transformation et à la valorisation locale de la production |
| Renforcer les organisations de producteurs | L'organisation est indépendante | Soutien aux nouveaux adhérents |
| Appliquer les légalisations nationales et les normes internationales du travail | Non Indiqué | Non Indiqué |
| Refuser le travail forcé | Non Indiqué | Non Indiqué |
| Valoriser les cultures et savoir-faire locaux | Les produits sont des produits du terroir ou/et des produits locaux. | Soutien à la transformation et à la valorisation locale de la production |
| Réduire les impacts négatifs environnementaux et sur la santé. | Toute la surface de l'exploitation est en Bio.* Pratique d'une agriculture peu intensive et non industrielle | Coopérative 100% biologique, exploitation 100% biologique. |
| Préserver et au besoin contribuer à restaurer la biodiversité | Production agro-écologique | Polyculture ou polyculture élevage. Rotations pluriannuelles. |
| Privilégier les énergies renouvelables. | Production agro-écologique | Non Indiqué |
| La transparence assurer une information réciproque | L'organisation est transparente et garantit la traçabilité des productions Ethiquable s'engage à fournir une information transparente sur la structure des prix. | transparence économique des différents acteurs de la filière. |
| Garantir la traçabilité des filières | L'organisation est transparente et garantit la traçabilité des productions. | Non Indiqué |
| privilégier les circuits les plus directs entre producteurs et consommateurs | Ethiquable est en relation directe avec les organisations de producteurs | Lien direct : favoriser les liens les plus directs possibles entre les producteurs et les consommateurs |
| Accepter le contrôle | Ces critères font l'objet d'un contrat d'engagement auto-évalué annuellement. | Non Indiqué |
| Informé et sensibiliser les citoyens | Non Indiqué | Non Indiqué |
| promouvoir une consommation responsable | Non Indiqué | Non Indiqué |
| - | Projet de développement qui dépasse la simple commercialisation du produit | Plan de développement à long terme |

* Cf critères charte "paysans d'ici" même si lors d'une réunion avec Ethiquable, ces derniers ont précisés que tous les produits "paysans d'ici" n'étaient pas forcément Bio.

| Critères des réseaux de circuits courts (Raccourci, Alliance, Terres d'ici) | Critères BIOCOOP : produits "ensembles pour plus de sens" | Critères Bio Solidaire |
|---|--|---|
| Critères de l'agriculture paysanne. | Développement de l'agriculture Biologique | Etre engagé dans une démarche agrobiologique |
| - Répartir les volumes de production entre paysans pour permettre à chacun de disposer d'un revenu décent. - Une distribution qui fixe collégialement un prix rémunérateur pour le producteur et juste pour l'adhérent consommateur - AMAP définition à chaque saison d'un prix équitable entre producteurs et | - Assurer une rémunération direct aux producteurs Bio. - Solidarité : le travail des partenaires est rémunéré de façon juste et équitable. - Négociation collective du prix | Avoir une politique commerciale pérenne avec des engagements formalisés permettant une juste rémunération de la production ainsi que l'accès à des marchés stables dans une solidarité réciproque |
| Non Indiqué | Non Indiqué | Non Indiqué |
| Non Indiqué | Non Indiqué | Non Indiqué |
| Privilégier les fermes à tailles humaine et veiller à la qualité sociale des emplois créés. | Non Indiqué | Non Indiqué |
| Non Indiqué | - Pour les agriculteurs planification des cultures ou de l'élevage, une garantie à trois ans sur l'achat des matières premières. - Favoriser l'emploi durable | - Avoir une politique commerciale pérenne avec des engagements formalisés. - Instaurer un partenariat entre les producteurs et l'entreprise dans une finalité de qualité des produits, de développement de la pérennité de la filière et de l'activité des opérateurs. |
| AMAP : accompagnement des producteurs à l'autonomie | Non Indiqué | Favoriser le progrès des opérateurs dans une démarche de progrès social et de participation des salariés. |
| Non Indiqué | Non Indiqué | - Instaurer un partenariat entre les producteurs et l'entreprise dans une finalité de qualité des produits, de développement de la pérennité de la filière et de l'activité des opérateurs. |
| Non Indiqué | Partenariat avec des groupements de producteurs. Réunions collectives entre producteurs. | Non Indiqué |
| Choix des espèces animales et végétales adaptées aux conditions naturelles | Elevages sur des exploitations de taille limitée donnant la préférence au races locales | Non Indiqué |
| Veiller à la qualité gustative et sanitaire des produits. Tendre vers un système de production agro-biologique Tendre vers une suppression des produits de synthèse et vers l'exclusion des OGM à tous les stades de la production. Exclusion de l'élevage et de la culture hors-sol. Utilisation de ressources biologiques et écologiques pour résoudre les problèmes de parasitisme. | Les produits sont 100% biologiques. Les animaux sont nourris avec 100% d'aliments bio produits en majorité sur l'exploitation. Les produits répondent aux critères rigoureux du cahier des charges de Biocoop. | Favoriser le progrès des opérateurs dans une démarche écologique complémentaire en cohérence avec l'agriculture biologique. |
| Préserver les ressources naturelles, le patrimoine, l'environnement. | Avoir des exploitations diversifiées | Favoriser le progrès des opérateurs dans une démarche écologique complémentaire en cohérence avec l'agriculture biologique. |
| Un mode de distribution qui tend à économiser l'énergie et limiter les déchets. | Donner les priorités aux approvisionnements locaux et de saison | Participer au maintien du tissu rural et au développement local. |
| - Une démarche de transparence pour le producteur et le consommateur. -Gouvernance des structures de distribution : une gestion démocratique participative et transparente | Transparence : chaque acteur de la filière apporte des garanties sur ses pratiques (origine matières premières, méthodes et conditions de fabrications | Non Indiqué |
| Non Indiqué | Traçabilité totale avec une transparence des marges dégagées. | Non Indiqué |
| Mode de distribution : En circuit court, avoir au maximum un intermédiaire qui achète et vend localement (dans le contexte rhônalpin, un rayon de 100 km est notre définition de la localité) | Donner les priorités aux approvisionnements locaux et de saison | Privilégier les relations de proximité entre les zones de production et les lieux de transformation dans un souci de relocalisation de l'économie. |
| Non Indiqué | Non Indiqué | Non Indiqué |
| Organisation de rencontres et d'échanges entre tous. Informer et sensibiliser les consommateurs. | Non Indiqué | Non Indiqué |

La légitimité d'un CE NN pour Ethiquable :

- Ethiquable est interpellée depuis sa création par des consommateurs et par le monde agricole français sur cette question de développer un commerce équitable en France.
- De plus, par le fait de son expérience dans un commerce équitable Nord/Sud, Ethiquable pourrait se servir de cette expertise pour œuvrer à la préservation d'une agriculture paysanne en France qui est menacée.

Cependant Ethiquable insiste sur le fait qu'il ne faut pas faire d'amalgame:

- > Pour les producteurs du Sud, l'enjeu d'un commerce équitable est la survie directe des personnes vivant de la terre.
- > Pour les paysans d'ici, c'est la survie d'un type d'agriculture qui est en jeu.

Mais il note quand même que des menaces sont similaires au Nord comme au Sud :

L'agriculture paysanne du Nord comme du Sud est menacée par la concurrence de l'agriculture intensive et par l'agro-industrie. "En France, chaque semaine, 200 exploitations disparaissent" (cf Charte Paysans d'ici) L'agriculture paysanne au Sud est mise à mal par les importations provenant de l'agriculture intensive du Nord. Au Nord, avec l'ouverture des marchés, l'agriculture paysanne est aussi mise à mal par les importations des produits de moindre coûts provenant des pays émergents.

Ethiquable, met bien en avant dans sa charte, le fait que les produits équitables français sont proposés aux enseignes de la distribution en complément de la gamme commerce équitable Sud/Nord. En aucun cas, ils ne prennent leur place en rayon. De plus ses produits non pas non plus pour objet de se substituer à la vente de produits en circuits courts : selon eux la démarche "paysans d'ici" valorise la production que les circuits courts ne peuvent absorber.

La légitimité d'un CE NN pour Alter Eco :

De même que pour Ethiquable, Alter Eco fait le constat que l'agriculture paysanne en France est mise en cause par un modèle dominant en monoculture intensive. Au Nord comme au Sud, on peut voir :

- Une agriculture extensive en compétition avec l'agriculture intensive.
- Une situation de dépendance, vente en dessous des coûts de production et un appauvrissement chronique.
- Des producteurs victimes des fluctuations des cours des matières premières.
- Un manque de soutien et de synergie collective.
- Des exploitations non pérennes disparaissant de génération en génération.

ON RETROUVE DONC LE MÊME TYPE DE LEGITIMITE POUR ALTER ECO ET POUR ETHIQUABLE QUI CONSISTE A UNE MISE EN PARALLELE DES PROBLEMATIQUES DES PETITS PRODUCTEURS DU SUD ET DES PETITS PRODUCTEURS DU NORD.

La légitimité d'un CE NN pour BIO SOLIDAIRE :

L'agriculture biologique est depuis quelques années en forte croissance et n'échappe pas au phénomène de mondialisation. Les filières biologiques sont ainsi confrontées à de nouveaux enjeux :

- Les producteurs ont de nombreuses difficultés à valoriser leur production sur ce marché concurrentiel tout en percevant une juste rémunération de leur travail.
- Les entreprises de l'aval, qui souhaitent maintenir des relations durables et de proximité avec les producteurs, ont également du mal à supporter les différentiels de prix qui découle de la distorsion de concurrence. Certaines filières sont aussi confrontées à la spéculation et à des subventions qui faussent le système de rémunération et le rend précaire.

La filière Bio Solidaire à donc pour but de redonner à l'agriculture biologique sa définition originelle fondée sur les trois piliers suivants :

- la protection de l'environnement,
- un partenariat économique durable avec les producteurs, (dans le respect des conditions sociales et éthiques)
- la qualité globale des produits.

Les objectifs ainsi recherchés par les acteurs qui s'engagent dans une démarche Bio Solidaire sont le maintien et le développement d'une agriculture biologique de haute qualité et la valorisation du travail agricole par une juste rémunération de la production.

La légitimité : Pourquoi revendiquer un commerce équitable N/N ou local? Une légitimité à construire?

- => prix rémunérateurs pour les agriculteurs du Nord.
- => Disparition des petits agriculteurs au Nord.
- => Maintient d'une alimentation de qualité et saine.

Selon Gilles Maréchal, (FRCIVAM Bretagne), les paysans du Nord n'auraient pas la même aura de légitimité que les paysans du Sud. Ils seraient considérés comme un groupe trop hétérogènes, et pas forcément plus mal placés que d'autre catégories sociales de la population française.

La zone géographique : Qu'est ce qu'on entend par "local" ou "N/N"??

=> "Local" cela signifie-t-il un commerce équitable au sein d'une même région? dans une zone géographique délimitée? (cf charte de raccourci qui entend local par un rayon de 100 km) Au sein d'un même pays ??

=> "Nord-Nord", est-ce qu'on peut entendre par N/N un commerce équitable entre pays du Nord?

Le NOM : un commerce équitable "N/N" ou un commerce équitable "local" ? Doit-on utiliser le terme commerce équitable? N'y a-t-il pas de risque de confusion pour le consommateur?

► Faut-il une certification pour un produit issu d'une démarche de CE local?

Les critères : quels sont les critères d'un CE "N/N" ou "local"??

► Les primes : La PAC accorde des primes dans un but d'assurer un revenu minimum aux agriculteurs. Dans un contexte de PAC 2013, qui tend vers une diminution du soutien à l'agriculture, peut-on voir ici une légitimité d'un commerce équitable "local" qui assurerait des prix rémunérateurs?

Quelques éléments de réflexions :

► Pour Thierry Gallerand (ADM), pour parler d'un commerce équitable local il faudrait répondre aux questions suivantes :

- Qu'est-ce que c'est que le "prix rémunérateur" pour le producteur? A quels besoins et à quels niveaux de revenu cela répond-t-il?
- Qu'est-ce qui donne une garantie pour le consommateur?
- Quelle est la nature de la relation producteur/Consommateur?
- Comment peut-on être équitable vis-à-vis des consommateurs en situation de précarité qui ne peuvent pas accéder à ces filières en circuits courts?
- Comment peut-on être équitable ou solidaire vis- vis des agriculteurs qui sont "prisonniers" dans des circuits de distribution plus longs et en difficultés? (ex lait)?

► Pour Gilles Maréchal, le CE serait un outil de réflexion autant qu'une fin en soi. Le but est de faire réfléchir le consommateur sur l'impact de son acte d'achat. Cette volonté de dialogue ou de communication rejoint les préoccupations des paysans du Sud, qui souhaitent que l'on parle d'eux.

=> Le dialogue de fond entre acteurs ou réseaux peu habitués à collaborer est une question cruciale pour donner du sens à une démarche novatrice.

=> Réfléchir sur la question des distances entre producteurs et consommateurs pour une population française majoritairement urbaine.

=> Réflexion sur la contre-partie que les producteurs peuvent apporter aux consommateurs citoyens.