

FR

FR

FR



COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES

Bruxelles, le 5.5.2009
COM(2009) 215 final

**COMMUNICATION DE LA COMMISSION AU CONSEIL, AU PARLEMENT
EUROPÉEN ET AU COMITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIAL EUROPÉEN**

**Contribuer au développement durable: le rôle du commerce équitable et des systèmes
non gouvernementaux d'assurance de la durabilité liés au commerce**

**COMMUNICATION DE LA COMMISSION AU CONSEIL, AU PARLEMENT
EUROPÉEN ET AU COMITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIAL EUROPÉEN**

**Contribuer au développement durable: le rôle du commerce équitable et des systèmes
non gouvernementaux d'assurance de la durabilité liés au commerce**

TABLE DES MATIÈRES

| | | |
|------------------|---|----|
| 1. | Introduction | 3 |
| 2. | Évolution du commerce équitable depuis 1999 | 4 |
| 3. | Application des critères de durabilité..... | 5 |
| 4. | Considérations stratégiques..... | 7 |
| 4.1. | Contribution au développement durable | 7 |
| 4.2. | Les systèmes privés d'assurance de la durabilité liés au commerce et l'OMC | 9 |
| 4.3. | Marchés publics | 9 |
| 4.4. | Soutien de l'Union européenne..... | 10 |
| 5. | Conclusions: le rôle des pouvoirs publics au regard du commerce équitable et d'autres systèmes privés d'assurance de la durabilité liés au commerce..... | 11 |
| ANNEXE I | | 14 |
| ANNEXE II..... | | 16 |
| ANNEXE III | | 17 |
| ANNEXE IV | | 19 |
| ANNEXE V..... | | 20 |

1. INTRODUCTION

La présente communication examine la situation actuelle du commerce équitable et d'autres systèmes non gouvernementaux (c'est-à-dire privés) d'assurance de la durabilité liés au commerce. La Commission reconnaît depuis longtemps que les consommateurs peuvent soutenir les objectifs du développement durable par leurs décisions d'achats. La communication répond à l'attention grandissante qu'a reçue ce sujet tant au niveau politique qu'au niveau des volumes d'achats par les consommateurs de l'Union. Au niveau politique, le Parlement européen a adopté un rapport en 2006 sur le commerce équitable et le développement¹. Ce rapport souligne la nécessité de sensibiliser les consommateurs et insiste sur le risque de voir commettre des abus par des sociétés qui entrent sur le marché du commerce équitable sans se conformer aux critères de certification. Il reconnaît également que le commerce équitable est essentiellement une initiative volontaire, relevant du secteur privé, et qu'une surréglementation pourrait faire plus de tort que de bien.

Le Comité économique et social européen (CESE) a adopté un avis exploratoire en 2005 qui a examiné les «dispositifs visant à apporter une garantie aux consommateurs». Ses principales conclusions étaient qu'une évaluation officielle de la qualité de ces dispositifs était nécessaire et qu'il convenait d'adopter des définitions clés. En juin 2006, le Conseil européen a adopté sa nouvelle stratégie en faveur du développement durable et a encouragé les États membres à promouvoir les produits durables, y compris le commerce équitable².

Les consommateurs de l'UE achètent chaque année pour environ 1,5 milliard d'euros de produits certifiés «commerce équitable»; c'est-à-dire 70 fois plus qu'en 1999, lorsque la Commission a adopté sa précédente communication sur le sujet. Ce succès souligne le besoin pour les consommateurs, les pouvoirs publics et les autres parties prenantes, y compris les associations de producteurs dans les pays en développement, de mesurer l'impact réel du commerce équitable.

Dans la présente communication, l'expression «commerce équitable» est utilisée conformément aux normes établies par les organismes internationaux de normalisation et d'évaluation de la conformité membres de l'ISEAL³) et appliquées par les organisations du «commerce équitable». L'expression «autres systèmes privés d'assurance de la durabilité» est utilisée pour désigner d'autres systèmes d'attribution de labels dont le but est d'informer les consommateurs sur le caractère durable de la fabrication du produit. (On trouvera à l'annexe I un aperçu succinct des termes et des organismes.) La communication vise à faire le point sur les évolutions intervenues depuis la communication de la Commission de 1999 sur le commerce équitable⁴ et propose un ensemble de considérations sur le rôle des pouvoirs publics et des parties prenantes au regard du commerce équitable et d'autres systèmes privés d'assurance de la durabilité. Ce sujet touche plusieurs domaines d'action de l'Union, tels que la protection des consommateurs, le développement social et économique, le commerce, la

¹ Rapport du Parlement européen sur le commerce équitable et le développement [(2005/2245(INI)], «Le rapport Schmidt».

² «Les États membres devraient promouvoir des produits durables issus de l'agriculture biologique et du commerce équitable, et des produits écologiquement sains.»
<http://register.consilium.europa.eu/pdf/fr/06/st10/st10117.fr06.pdf>, p. 13.

³ International Social and Environment Accreditations and Labelling.

⁴ COM(1999)619 du 29.11.1999. Des informations sur la communication de la Commission de 1999 figurent à l'annexe II.

responsabilité sociale des entreprises, l'environnement et le marché intérieur de l'Union européenne. Le cas échéant, la présente communication pourra être suivie d'initiatives plus ciblées dans un ou plusieurs de ces domaines d'action.

La présente communication ne porte pas sur les systèmes de durabilité et les systèmes d'attribution de labels (tels que l'éco-label de l'UE) qui ont été mis en place par des pouvoirs publics.

2. ÉVOLUTION DU COMMERCE ÉQUITABLE DEPUIS 1999

Les évolutions les plus marquantes depuis 1999 ont eu lieu sur des marchés nationaux où des produits certifiés «commerce équitable» étaient déjà présents. Répondant au souhait, exprimé dans la communication de 1999, de voir instaurer un label unique, ainsi qu'à la nécessité de mettre en place un système de vérification et de contrôle indépendant, la «marque de certification de commerce équitable» a été mise en œuvre avec succès⁵.

Le degré de notoriété de la marque «commerce équitable» auprès des consommateurs était supérieur à 70 % au Royaume-Uni en 2008 (alors qu'il n'était que de 12 % en 2000)⁶ et atteignait 74 % en France en 2005 (contre 9 % en 2000)⁷. À la fin de 2007, les ventes mondiales de biens certifiés «commerce équitable» dépassaient 2,3 milliards d'euros,⁸ (mais ces ventes restent inférieures à celles des aliments biologiques et représentent toujours moins de 1 % du commerce total)⁹. L'Europe est le lieu privilégié du commerce équitable: entre 60 % et 70 % des ventes mondiales y sont concentrées et d'importantes variations sont observées entre le marché qui connaît la croissance la plus rapide (la Suède) et les États membres plus récents, où le concept est encore relativement jeune.

Le commerce équitable a joué un rôle de précurseur en mettant en lumière des questions de responsabilité et de solidarité, servant ainsi d'inspiration à d'autres opérateurs et a suscité l'émergence d'autres systèmes de durabilité. Les initiatives privées d'assurance de la durabilité liées au commerce appliquent différentes normes d'audit social ou environnemental¹⁰, dont le nombre et la part de marché ne cessent de croître. La norme sociale la mieux connue est vraisemblablement la norme "SA8000", lancée par la Responsabilité sociale internationale (RSI) en 1997¹¹. Parmi les dispositifs d'assurance de portée plus large, qui appliquent des critères à la fois sociaux et environnementaux, figurent Utz Certified et Rainforest Alliance (RA).

⁵ Voir les informations supplémentaires sur les définitions à l'annexe I.

⁶ Fondation Commerce équitable, 2008.

⁷ OCDE, document de travail sur la politique commerciale n° 47, partie 1, 10 janvier 2007.

⁸ Fairtrade Labelling Organizations International, 2008.

⁹ Land, P. et Andersen, M., «What is the world market for certified products», Commodities and Trade Technical Paper, OCDE.

¹⁰ Voir également le portail de la Gestion responsable de la chaîne d'approvisionnement, mis en place dans le cadre de l'Alliance européenne pour la responsabilité sociale des entreprises: www.csr-supplychain.org.

¹¹ La RSI affirme que «des détaillants, des sociétés de marque et d'autres employeurs au niveau mondial, dont les ventes annuelles représentent plus de 175 milliards de dollars, appliquent la norme SA8000»; www.sa-intl.org.

Les initiatives en faveur du commerce durable lancées conjointement par plusieurs entreprises dans différentes régions d'Europe vont d'actions nationales visant à mettre en commun les résultats d'audits sociaux à des initiatives multinationales bénéficiant d'un certain soutien des pouvoirs publics, telles que l'initiative en faveur du commerce éthique (ETI)¹². Les efforts entrepris par les opérateurs pour satisfaire aux normes et en vérifier le respect ne doivent pas faire l'objet d'une certification ou d'un label destiné aux consommateurs; par exemple, le respect des normes et sa vérification peuvent être considérés comme faisant partie des efforts consentis par une société dans le cadre de la responsabilité sociale des entreprises (RSE)¹³ ce qui n'est pas toujours indiqué sur le produit. Les activités en matière de RSE peuvent être renforcées par une entreprise qui s'engage à respecter un ensemble reconnu de critères ou d'objectifs, par exemple en adhérant au Pacte mondial¹⁴ des Nations unies. Les catégories de produits susceptibles de porter un label sont les suivants :

- 1) le commerce équitable proprement dit;
- 2) d'autres produits de «niche» certifiés qui ne participent pas officiellement au commerce équitable, mais ciblent des consommateurs conscients des problèmes de durabilité (Rainforest Alliance, Utz Certified);
- 3) les produits couverts par des normes de base qui aspirent à se positionner au niveau sectoriel (par exemple le Code commun de la communauté du café («les 4 C») et le Partenariat éthique pour le thé);
- 4) le reste (les fournitures de matières premières «sans nom» ou label).

Les ventes d'un même producteur peuvent relever de l'ensemble de ces quatre catégories. Pour le consommateur, il peut être malaisé d'évaluer l'importance des divers systèmes de durabilité. C'est dans ce contexte complexe et changeant que l'évolution de la situation politique et institutionnelle doit être vue.

3. APPLICATION DES CRITERES DE DURABILITE

Les systèmes privés de durabilité liés au commerce recourent à un ensemble de critères pour évaluer et/ou garantir la durabilité des produits. Ces critères reposent souvent sur un ou plusieurs des trois piliers du développement durable, à savoir le développement économique, environnemental et social, et établissent parfois un lien avec des normes et des accords internationaux. Certains systèmes sont axés sur un aspect et un objectif particuliers (par exemple l'empreinte carbonique dans le domaine de l'atténuation du changement climatique), alors que d'autres appliquent des critères qui se réfèrent à un contexte plus large du développement durable.

¹² D'autres initiatives qu'il convient de mentionner dans ce contexte sont la Business Social Compliance Initiative (<http://www.bsci-eu.com/>) et le Global Social Compliance Programme (<http://www.ciesnet.com/2-wwedo/2.2-programmes/2.2.gscp.background.asp>).

¹³ Communication (2006) 136 du 22 mars 2006: «Faire de l'Europe un pôle d'excellence en matière de responsabilité sociale des entreprises».

¹⁴ UN Global Compact : <http://www.unglobalcompact.org/Languages/french/>

La présente section décrit la première catégorie mentionnée ci-dessus, à savoir le commerce équitable¹⁵ qui a atteint un degré de notoriété important chez les consommateurs sur les marchés où il est pratiqué. En l'occurrence, notoriété est largement synonyme de bonne compréhension des aspects que le commerce équitable veut mettre en évidence. Les critères et normes appliqués par le commerce équitable sont parmi les plus complets et les plus ambitieux, dans la mesure où ils portent sur un vaste ensemble de questions et de conditions qui ont des répercussions sur les producteurs des pays en développement, y compris le versement d'un prix minimal au producteur et le paiement d'une prime à la communauté de ce dernier.

Critères du commerce équitable

Les critères, tels qu'ils ont été définis par le mouvement du commerce équitable et rappelés dans le rapport du Parlement européen de 2006, sont les suivants:

- **prix équitable pour le producteur**, garant d'une rémunération équitable et couvrant les frais de production et de subsistance durables. Ce prix doit au minimum être aussi élevé que le prix minimal et la prime du commerce équitable lorsque ceux-ci ont été définis par les associations internationales du commerce équitable;
- **acompte sur le paiement**, si le producteur en fait la demande;
- **relations stables et de long terme** avec les producteurs et participation des producteurs à l'établissement des normes de commerce équitable;
- **transparence et traçabilité** tout au long de la chaîne d'approvisionnement pour assurer une information appropriée des consommateurs;
- **respect**, par les conditions de production, des huit **conventions fondamentales** de l'Organisation internationale du travail (OIT);
- respect de l'environnement, protection des droits de l'homme, notamment des droits de la femme et de l'enfant, et **respect** des méthodes **de production traditionnelles**, favorisant le développement économique et social;
- **renforcement des capacités et émancipation** des producteurs, notamment des petits producteurs marginalisés et des travailleurs des pays en développement, de leurs organisations et de leurs communautés respectives afin de garantir la pérennité du commerce équitable;
- soutien à la production et à **l'accès au marché** en faveur des organisations de producteurs;

¹⁵ On trouvera à l'annexe III une présentation des systèmes privés supplémentaires d'assurance de la durabilité auxquels il est fait référence au présent chapitre.

- **actions de sensibilisation** à la production et aux relations commerciales liées au commerce équitable, à la mission et aux objectifs du commerce équitable et à l'injustice générale des règles commerciales internationales;
- **suivi et vérification** du respect de ces critères à l'égard desquels les organisations du Sud doivent jouer un rôle plus important, pour déboucher sur une réduction des coûts et un renforcement de la participation locale au processus de certification;
- **évaluations régulières d'impact** des activités du commerce équitable.

4. CONSIDERATIONS STRATEGIQUES

4.1. Contribution au développement durable

L'une des particularités du commerce équitable et d'autres systèmes privés d'assurance de la durabilité réside dans le fait qu'il s'agit essentiellement d'un mécanisme volontaire et dynamique qui se développe en phase avec la sensibilisation et les exigences de la société et du consommateur. À mesure que progresse la compréhension des défis liés à la durabilité, les systèmes privés d'assurance de la durabilité liés au commerce ont tendance à suivre; dans certains cas, ils sont même à l'avant-garde du mouvement, renforçant la sensibilisation des consommateurs, qu'ils poussent à s'intéresser aux défis nouveaux et futurs en matière de développement durable et à chercher à comprendre ces défis. Les marchés et les systèmes de «niche» peuvent influencer l'activité économique générale et la politique mise en œuvre par les pouvoirs publics.

La Commission estime que son rôle n'est pas de hiérarchiser, ni de réglementer les critères afférents aux systèmes privés d'assurance de la durabilité liés au commerce, ni d'en évaluer la pertinence au regard des objectifs de développement soutenable. Une telle réglementation limiterait le dynamisme des initiatives privées en la matière et risquerait de faire obstacle au développement ultérieur du commerce équitable et d'autres systèmes privés, ainsi que de leurs normes.

Le développement durable peut être favorisé par des systèmes qui accordent la priorité à des éléments environnementaux, sociaux ou économiques. Le bon fonctionnement du marché suppose que les consommateurs et les producteurs aient accès à des informations fiables sur les systèmes. Dans le présent document, il est possible d'évoquer certains éléments dont il convient de tenir compte lors de l'évaluation des bonnes pratiques à laquelle les opérateurs devraient, selon la Commission, se soumettre.

Les normes et les critères doivent être objectifs et non discriminatoires pour éviter tout impact négatif (involontaire) que pourraient subir, en particulier, les producteurs des pays en développement. La Commission salue les efforts qui ont été entrepris pour améliorer la clarté des définitions, par exemple par la publication d'une "charte du commerce équitable". Pour que les consommateurs puissent faire leurs choix en toute connaissance de cause, les normes et les critères doivent être appliqués de manière transparente. La proportion du supplément de

prix qui est cédée aux producteurs fait partie des informations que les consommateurs et les producteurs pourraient exiger pour conserver leur confiance au marché¹⁶.

Il devrait exister un suivi indépendant pour garantir que les produits sont le résultat de pratiques mises en œuvre conformément à un ensemble spécifique de critères conciliant des préoccupations écologiques, économiques et sociales. La nature et les résultats du processus d'audit devraient pouvoir faire l'objet d'une inspection¹⁷. La Commission encourage les parties concernées à améliorer la méthodologie d'évaluation afin de permettre aux consommateurs de faire des choix bien informés.

Plus de clarté et compréhension sont nécessaires dans l'évaluation de l'impact effectif des systèmes privés de durabilité sur les producteurs dans les pays en développement et leur environnement au sens large. Idéalement, les consommateurs devraient se voir offrir certains éléments leur permettant d'évaluer objectivement cet impact. Dans ce domaine, la Commission anticipe des progrès, compte tenu des travaux déjà en cours, et attend avec intérêt les éléments nouveaux qui pourraient nourrir la réflexion stratégique ultérieure¹⁸.

On trouvera à l'annexe IV une liste de questions relatives aux aspects opérationnels des dispositifs visant à apporter une garantie aux consommateurs, identifiés par le Comité économique et social européen. La Commission encourage la poursuite des travaux qui doivent conduire à une interprétation commune des exigences procédurales fondamentales auxquelles les systèmes devraient raisonnablement pouvoir satisfaire

Principes à appliquer pour porter au maximum l'impact des systèmes privés d'assurance de la durabilité liés au commerce:

- préserver la nature non gouvernementale des systèmes privés dans l'Union,
- étudier la possibilité de réaliser des synergies entre les systèmes et d'accroître la clarté à l'intention des consommateurs et des producteurs,
- parvenir à une interprétation commune des exigences opérationnelles de base raisonnables,
- établir des faits objectifs concernant l'impact respectif de différents systèmes privés d'assurance de la durabilité liés au commerce.

¹⁶ Dans son rapport «Fair Trade and Development» de juin 2007, la House of Commons du Royaume-Uni a proposé l'utilisation d'une étiquette pour indiquer le pourcentage du prix effectivement versé au producteur.

¹⁷ On trouvera à l'annexe IV une liste de questions relatives aux dispositifs visant à apporter une garantie aux consommateurs, identifiées par le CESE.

¹⁸ L'Alliance ISEAL a lancé un projet de rédaction destiné à examiner les bonnes pratiques concernant la mesure de l'impact des normes et de la certification.

4.2. Les systèmes privés d'assurance de la durabilité liés au commerce et l'OMC

La libéralisation des échanges peut offrir des possibilités de croissance économique et de développement durable. Le développement et l'intégration des pays en développement, et en particulier des pays les moins développés, dans l'économie mondiale constituent des objectifs essentiels de l'OMC et de la politique commerciale de l'Union.

La libéralisation multilatérale des échanges à travers le système de l'OMC représente le moyen le plus efficace d'étendre et de gérer le commerce mondial et peut contribuer à créer des possibilités de croissance économique et de développement durable. La seule libéralisation des échanges ne suffit cependant pas: l'impact des politiques commerciales sur la croissance, le développement et la durabilité est déterminé en partie par la réglementation et les politiques mises en œuvre dans un grand nombre d'autres domaines qui ont une incidence sur la croissance et le développement durable.

Les initiatives privées qui fonctionnent essentiellement sur la base d'une participation volontaire sont conformes à un système commercial multilatéral non discriminatoire. Toute intervention des pouvoirs publics et tout mécanisme réglementaire touchant les systèmes d'octroi de labels n'est pas problématique en soi, mais doit tenir compte des engagements à respecter dans le cadre de l'OMC, notamment pour en assurer un fonctionnement transparent et non discriminatoire.

Principe à appliquer au regard de l'OMC:

- Assurer un fonctionnement transparent et non discriminatoire des systèmes d'attribution de labels.

4.3. Marchés publics

Les marchés publics constituent un domaine qui a connu un certain nombre de développements importants. Les dépenses des pouvoirs publics représentent 16 % du PIB de l'Union et représentent dès lors un marché stratégique essentiel.

Pour améliorer la manière dont les pouvoirs adjudicateurs reçoivent les orientations dont ils ont besoin pour mettre en œuvre des marchés publics durables, la Commission a récemment adopté une communication relative à des marchés publics pour un environnement meilleur¹⁹ (destinée à compléter le manuel de la Commission sur les marchés publics écologiques) et prépare actuellement la publication, en parallèle, d'un guide des marchés publics sociaux. Conjointement, ces guides énoncent des orientations complètes relatives aux marchés publics durables.

De nombreux pouvoirs adjudicateurs appliquent une politique consistant à réclamer des offres conformes à des objectifs durables ou aux principes du «commerce équitable». Certains États membres sont allés plus loin et exigent spécifiquement un «label commerce équitable ou un label équivalent». Les règles européennes régissant les marchés publics interdisent aux pouvoirs adjudicateurs souhaitant acheter des biens du commerce équitable d'exiger des labels spécifiques, car cette pratique limiterait les possibilités d'achat de produits qui ne

¹⁹ Communication de la Commission relative à des marchés publics pour un environnement meilleur: COM (2008)400 du 16 juillet 2008.

bénéficient d'aucune certification de cette nature, mais respectent des normes similaires en matière de commerce durable.

Si un pouvoir adjudicateur a l'intention d'acheter des produits du commerce équitable, il peut définir, dans le cahier des charges, les critères de durabilité pertinents, qui doivent être liés à l'objet du marché et être conformes aux autres règles pertinentes de l'Union en matière de marchés publics, y compris aux principes fondamentaux d'égalité de traitement et de transparence. Ces critères doivent avoir trait aux caractéristiques ou aux performances des produits (par exemple, du verre produit à partir de matériaux recyclés) ou à leur processus de production (par exemple, des produits issus de l'agriculture biologique).

Les pouvoirs adjudicateurs qui souhaitent acheter des produits bénéficiant d'une assurance de durabilité ne doivent pas se contenter de reprendre le principe d'un label donné et de l'inclure dans leur cahier des charges, mais s'inspirer des sous-critères sur lesquels repose, par exemple, le label «commerce équitable» et appliquer uniquement ceux qui sont pertinents dans le domaine concerné par leur achat. Les pouvoirs adjudicateurs doivent toujours permettre aux soumissionnaires de prouver qu'ils respectent ces normes en utilisant des labels du commerce équitable ou d'autres moyens de preuve.

Des critères environnementaux et sociaux peuvent également être incorporés dans les clauses d'exécution, à condition qu'ils soient liés à l'exécution du marché en cause (par exemple, le versement d'un salaire minimal aux travailleurs intervenant dans l'exécution du marché) et qu'ils soient conformes *mutatis mutandis* aux autres exigences mentionnées plus haut en ce qui concerne le cahier des charges.

Principes dont le respect doit permettre de réaliser la contribution que les décisions en matière d'achats des pouvoirs publics peuvent apporter au développement durable:

- Veiller à ce qu'il existe des orientations appropriées concernant la mise en œuvre de marchés publics durables.

4.4. Soutien de l'Union européenne

La Commission octroie un soutien financier au commerce équitable et à d'autres activités liées au commerce équitable, essentiellement en utilisant ses instruments de coopération au développement (chapitre 19 du budget), dans le contexte d'actions de cofinancement avec des ONG. Entre 2007 et 2008, 19,466 millions d'euros ont été accordés à différentes actions mises en œuvre et cofinancées par des ONG, principalement à des fins de sensibilisation au sein de l'Union.

Les actions financées au titre de documents pluriannuels de stratégie par pays et de programmes indicatifs, couvrant les secteurs agricole et rural, comprennent des activités contribuant à faciliter le commerce équitable. Le cadre spécial d'assistance en faveur des fournisseurs ACP traditionnels de bananes et les mesures d'accompagnement en faveur des pays signataires du protocole sur le sucre contribuent également à aider des agriculteurs à vendre leurs produits dans le créneau du commerce équitable. À l'autre extrémité de la chaîne, des projets destinés à soutenir le développement du commerce et du secteur privé peuvent également contribuer à faciliter les activités commerciales, y compris le commerce équitable.

Pour les exercices budgétaires 2008 et 2009, une enveloppe additionnelle d'un million d'euros par an a été prévue spécifiquement pour des actions liées au commerce équitable dans les

crédits relatifs au budget du commerce (chapitre 20). Ces crédits seront utilisés pour compléter les financements accordés au titre des instruments de développement²⁰.

La Communauté a accordé un soutien à des «projets liés au commerce équitable» essentiellement en fonction des demandes reçues, en répondant à des demandes d'ONG qui sollicitaient des cofinancements dans ce domaine, principalement en vue d'une meilleure sensibilisation du public dans l'Union. La Commission européenne envisage de renforcer son soutien aux évaluations d'impact, aux efforts visant à accroître la transparence des marchés et à l'évaluation des difficultés que posent la mise en œuvre des systèmes et l'obtention des certifications. Des actions similaires par les Etats membres pour financer des études sur l'impact du commerce équitable pourront soutenir ces actions.

Un projet de la Commission dont la réalisation a été prise en charge par le CNUCED consiste à mettre en place un portail internet qui présenterait les arguments invoqués par les systèmes pour démontrer le caractère durable des produits. Ce projet a pour but de fournir des informations comparables sur le contenu et les procédures de l'ensemble des systèmes existants, et ce à l'intention des consommateurs comme des producteurs. L'objectif est de rendre plus transparente la manière dont les différents systèmes appréhendent les divers critères et de permettre un échange de vues à ce sujet entre les parties intéressées.

Principes à appliquer pour aider l'Union à utiliser de manière optimale son soutien direct aux systèmes:

- Identifier des domaines ciblés dans le cadre des dispositions budgétaires existantes, tels que des études clarifiant les impacts de différents systèmes, favoriser les efforts destinés à accroître la transparence du marché et la réalisation d'analyses coûts-avantages du soutien accordé.

5. CONCLUSIONS: LE ROLE DES POUVOIRS PUBLICS ET DES OPERATEURS AU REGARD DU COMMERCE EQUITABLE ET D'AUTRES SYSTEMES PRIVES D'ASSURANCE DE LA DURABILITE LIES AU COMMERCE

Compte tenu de la contribution potentielle que le commerce équitable et d'autres systèmes d'assurance de la durabilité liés au commerce peuvent apporter au développement durable, la Commission entend maintenir son engagement et continuer à soutenir ces systèmes. Le cas échéant, la présente communication pourrait être suivie d'autres initiatives dans un ou plusieurs domaines stratégiques. À ce stade, la Commission:

- *réitère* l'importance du maintien de la nature non gouvernementale du commerce équitable et d'autres systèmes similaires d'assurance de la durabilité sur tout le territoire de l'Union. Une réglementation par les pouvoirs publics risquerait d'entraver le bon fonctionnement de systèmes privés dynamiques;

²⁰ L'annexe V présente des exemples de financements actuels.

- **note** que le commerce équitable a une présence importante sur une grande partie du marché de l'Union et bénéficie d'un degré élevé de notoriété chez les consommateurs, ce qui s'explique par l'élaboration et la transparence des normes et principes sur lesquels repose le système;
- **constate** que de nombreux types de systèmes privés peuvent contribuer à la réalisation des objectifs de durabilité, mais que leur multiplicité est de nature à induire une confusion dans l'esprit du consommateur. La Commission estime qu'il est possible d'approfondir la réflexion sur les principes permettant d'accroître au maximum l'impact des systèmes privés d'assurance de la durabilité liés au commerce, tout en s'abstenant de définir des normes de durabilité auxquelles devraient se conformer ces systèmes privés: cela étant, les opérateurs n'en seront pas moins tenus d'observer les normes pertinentes en matière de durabilité et la législation mise en place par les pouvoirs publics.

Dans ce contexte, la Commission:

- **rappelle** que la transparence et l'adéquation des informations fournies aux consommateurs sur les normes des systèmes privés d'assurance de la durabilité revêtent une importance essentielle et qu'il pourrait être judicieux de définir à une interprétation commune des exigences opérationnelles de base, telles qu'un suivi indépendant, que l'on doit raisonnablement pouvoir attendre;
- **rappelle** que la poursuite de l'évaluation de l'impact des systèmes privés d'assurance de la durabilité pourrait représenter un important pas en avant;
- **entend** étudier la possibilité d'approfondir le dialogue, la coopération et, le cas échéant, la convergence entre différents systèmes privés d'attribution de labels pour promouvoir les synergies éventuelles et renforcer la clarté à l'intention du consommateur.

Dans le contexte des marchés publics, la Commission:

- **souligne** l'intérêt de la fourniture d'orientations aux pouvoirs adjudicateurs pour permettre à ceux-ci de valoriser pleinement la contribution que leurs décisions d'achats peuvent apporter au développement durable;
- **souligne** qu'un pouvoir adjudicateur qui a l'intention d'acheter des produits bénéficiant d'une assurance de durabilité doit appliquer exclusivement des critères afférents au domaine concerné par leur achat et respecter les autres règles de l'Union en matière de marchés publics. Un pouvoir adjudicateur doit toujours laisser aux soumissionnaires la possibilité de prouver, par l'utilisation de labels «commerce équitable» ou par d'autres moyens, qu'ils respectent les normes en question.

Dans le contexte du financement, la Commission:

- **entend** poursuivre le financement du commerce équitable et d'autres activités liées au commerce équitable, conformément à la pratique suivie jusqu'à présent. Cela n'exclut pas la possibilité de financer également des actions plus ciblées en vue de poursuivre les priorités qui ont été identifiées;

- **rappelle** la nécessité d'évaluer les résultats des analyses de l'impact qu'un système privé d'assurance de la durabilité produit sur les paramètres du développement durable, y compris les implications pour les critères économiques et sociaux et les critères en matière de développement dans les pays producteurs. Étant donné que les systèmes privés sont principalement axés sur les conditions de travail et de vie des producteurs des pays en développement, la Commission estime qu'une attention particulière devrait être portée à cet aspect. Les analyses effectuées devraient comparer les résultats obtenus par les divers systèmes privés afin de jeter les bases d'éventuelles initiatives ultérieures dans ce domaine.

ANNEXE I

DÉFINITION DU COMMERCE ÉQUITABLE

Les normes appliquées en matière de commerce équitable sont le résultat d'une consultation des parties intéressées et d'experts et ont été établies conformément aux exigences de l'*International Social and Environment Accreditations and Labelling* (ISEAL). Il s'agit d'une coopération officielle entre d'importants organismes internationaux de normalisation et d'évaluation de la conformité, portant essentiellement sur des aspects sociaux et environnementaux.

Il existe deux organismes internationaux de normalisation en matière de commerce équitable qui certifient des organismes de commerce équitable dans le monde entier, sur la base des principes de l'ISEAL: il s'agit de *Fairtrade Labelling Organizations* (FLO) et de l'Organisation mondiale du commerce équitable (OMCE) (précédemment appelée Association mondiale du commerce équitable, IFAT). L'OMCE est un membre associé de l'ISEAL. Ces deux organismes de normalisation ont produit les «*Principes de la charte du commerce équitable*».

Conformément à la «*Charte des principes du commerce équitable*» (janvier 2009), le commerce équitable est défini comme suit (sur la base de la définition donnée par le FINE en 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 commerce équitable, 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 et conventionnel.»

La définition ci-dessus est celle qui a été utilisée dans cette communication de la Commission.

Les *Fairtrade Labelling Organizations* (FLO) constituent une association d'opérateurs multiples, réunissant 23 organisations membres, négociants et experts extérieurs. L'organisme élabore et examine des normes de commerce équitable et soutient les producteurs certifiés «commerce équitable» en les aidant à obtenir et à conserver des certifications «commerce équitable» et à exploiter les possibilités offertes par le marché. C'est ainsi que la Fairtrade Labelling Organisation (FLO) définit les normes et qu'une société internationale de certification distincte – FLO-CERT – inspecte et certifie régulièrement des producteurs sur la base de ces normes et assure l'audit du flux de marchandises entre les producteurs et les importateurs.

En outre, l'*Organisation mondiale du commerce équitable* (OMCE) a mis au point un système indépendant de certification par une tierce partie, le système de gestion du commerce équitable durable.

Il n'est pas aisé de faire une distinction entre les opérations lancées par des ONG et axées sur des objectifs, c'est-à-dire dont l'objectif premier est de contribuer au développement durable, d'une part, et les initiatives de nature générale, qui ont principalement un caractère commercial, mais cherchent à contribuer à la réalisation des objectifs de durabilité, d'autre part. C'est ainsi que certains supermarchés proposent leurs propres marques de produits du commerce équitable en même temps que des produits certifiés «commerce équitable».

ANNEXE II

LA COMMUNICATION DE 1999 SUR LE COMMERCE ÉQUITABLE

Les questions soulevées dans la communication de 1999 ont été évoquées en plusieurs occasions. Au niveau européen, le rapport du Parlement européen de 2006 (le «rapport Schmidt») et l'avis exploratoire publié en 2005 par le Comité économique et social européen (CESE) (rapporteur: Richard Adams) contenaient des considérations relatives au commerce équitable et à des systèmes privés similaires d'assurance de la durabilité. En juin 2006, le Conseil européen a adopté sa nouvelle stratégie en faveur du développement durable et a inclus le commerce équitable dans l'invitation qu'il a lancée aux États membres de promouvoir les produits durables²¹.

Des questions afférentes à l'attribution de labels de durabilité ont également été évoquées dans de nombreux documents stratégiques de la Communauté, tels que la communication sur les chaînes de produits de base agricoles, dépendance et pauvreté, la politique de l'Union européenne pour l'Afrique, le plan d'action pour le secteur du coton, la stratégie d'aide aux échanges commerciaux, adoptée par le Conseil en octobre 2007, ainsi que le Livre vert de la Commission sur la qualité des produits agricoles (octobre 2008)²². La communication de la Commission de 1999 sur le «commerce équitable» demeure la déclaration la plus complète concernant la position de la Commission à l'égard de ce qui était appelé alors le «commerce équitable».

La communication a insistait sur trois points: i) le développement du commerce équitable et du «commerce éthique» doit être géré de manière cohérente; ii) le commerce équitable doit contribuer au développement durable sur la base d'une participation volontaire et l'implication de la Communauté doit tenir compte des obligations qui incombent à celle-ci dans le cadre de l'OMC; et iii) les systèmes doivent répondre aux besoins des producteurs des pays en développement et permettre aux consommateurs de faire des choix en toute connaissance de cause.

²¹ <http://register.consilium.europa.eu/pdf/fr/06/st10/st10117.fr06.pdf>, p. 13.

²² Le Livre vert de la Commission sur la qualité des produits agricoles, publié en octobre 2008, évoque la question du commerce équitable dans le contexte des systèmes de certification de la qualité des aliments. Une autre communication de la Commission sur le même sujet devrait être présentée bientôt. Le Livre vert sur la qualité des produits agricoles: normes de commercialisation, exigences de production et systèmes de qualité, COM (2008) 641 final du 15 octobre 2008.

ANNEXE III

CRITÈRES LIÉS AUX BONNES PRATIQUES AGRICOLES ET COMMERCIALES ET CRITÈRES SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

La présente annexe se rapporte au chapitre trois de la communication et donne des exemples de produits certifiés ciblant la sensibilisation des consommateurs aux questions de durabilité.

Les systèmes de certification appliquent souvent des critères liés aux bonnes pratiques agricoles et commerciales, ainsi que des critères sociaux et environnementaux. Le code de conduite de Utz Certified (qui est actuellement appliqué au café et qui devrait être étendu au cacao, au thé et à l'huile de palme) contient des éléments tels que des normes comptables, le recours réduit au minimum et consigné avec précision à des produits agrochimiques à des fins phytosanitaires, la protection des droits des travailleurs et l'accès de tous les salariés et de leurs familles aux soins de santé et à l'éducation. Dans le domaine social, la protection des travailleurs repose aussi bien sur les législations nationales que sur les conventions de l'OIT, mais concerne également le logement, l'eau potable et la formation des travailleurs. Les critères environnementaux concernent la prévention de l'érosion des sols, l'utilisation de l'eau et de l'énergie, les sources d'énergies renouvelables et le déboisement.

D'autres systèmes privés sont davantage axés sur la protection de l'environnement: c'est le cas de Rainforest Alliance, comme son nom l'indique, mais en pratique, le système de certification de RA répond à des préoccupations tant environnementales que sociales:

- système de gestion sociale et environnementale
- préservation des écosystèmes
- protection de la faune et de la flore
- préservation de l'eau
- égalité de traitement et bonnes conditions de travail pour les travailleurs
- santé et sécurité au travail
- relations au sein de la communauté
- gestion intégrée des cultures
- gestion et préservation des sols
- gestion intégrée des déchets.

Un troisième type mentionné au chapitre 3 du rapport correspond aux normes qui ont été établies dans le but d'être appliquées au niveau sectoriel, et non à un marché de niche composé de consommateurs avisés. Comme exemple de ce type d'initiative, on peut citer l'association du Code commun de la communauté du café («les 4 C»), qui œuvre depuis cinq ans à jeter les bases d'un développement durable au sein du secteur général du café. Les normes de l'association des 4 C reposent sur les Objectifs du Millénaire pour le développement des Nations unies et cherchent à bannir les pires formes de pratiques sociales, environnementales et économiques des domaines de la production, de la transformation des

produits après la récolte et du commerce du café vert. Les définitions sont principalement fondées sur la déclaration des droits de l'homme de l'ONU, sur les conventions et normes existantes des Nations unies et, habituellement, sur les législations nationales. Une fois que les dix pratiques les moins bonnes ont été éliminées, les participants doivent améliorer en permanence le respect des autres paramètres énoncés dans le code.

ANNEXE IV

Aspects opérationnels des dispositifs visant à apporter une garantie aux consommateurs, identifiés par le Comité économique et social européen:

a) Gouvernance du système

Qui exerce le contrôle en dernier ressort sur le système?

b) Objectifs du système

Les objectifs sont-ils clairement définis?

c) Portée du système

Le système vise-t-il à remédier au «problème», tel qu'il est normalement défini?

d) Normes ou conditions du système

Les normes fixées et surveillées par le système expriment-elles les objectifs poursuivis?

e) Analyse d'impact

Existe-t-il une analyse crédible de l'impact exercé par le système sur la réalisation des objectifs?

f) Examen indépendant

Le fonctionnement du système fait-il l'objet d'un examen indépendant?

g) Analyse coûts-avantages

Existe-t-il une procédure de suivi et d'évaluation des coûts du système qui sont supportés par les fournisseurs, les négociants et les consommateurs au regard des progrès accomplis dans la réalisation des objectifs?

h) Affirmations publiques

Les affirmations publiques des sociétés ou fournisseurs certifiés sont-elles conformes aux objectifs, aux normes et aux résultats du système?

ANNEXE V

PROGRAMMES THÉMATIQUES «COFINANCEMENT AVEC DES ONG EUROPÉENNES» et «LES ACTEURS NON ÉTATIQUES ET LES AUTORITÉS LOCALES DANS LE DÉVELOPPEMENT»

Projets de 2007 et 2008 dont les objectifs et/ou activités comprennent la promotion du commerce équitable

| Année contractuelle | Titre | Partie contractante | Pays | Budget | Code CAD |
|---------------------|--|--|------------|-----------|----------|
| 2008 | <i>ESTRATEGIA PARA EL FORTALECIMIENTO DE INICIATIVAS COMUNITARIAS PRODUCTIVAS ACORDES CON EL DESARROLLO SUSTENTABLE</i> | FUNDACION TIERRA VIVA | Venezuela | 49968 | 15150 |
| 2008 | <i>COMPETITIVIDAD PRODUCTIVA Y COMERCIAL DE LA RED DEPARTAMENTAL DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE HABA CONVENCIONAL Y ORGÁNICA (ASOHABA) EN EL MERCADO COMUNITARIO Y DE COMERCIO JUSTO</i> | CREDI FUTURO ASOCIACION | | 380000 | 43040 |
| 2008 | <i>Cafe amigable con la naturaleza Santa Cruz - Bolivia</i> | ASOCIACION CENTRO DE PROMOCION AGROPECUARIA CAMPESINA | Bolivia | 515267 | 43040 |
| 2008 | <i>OntunLan, N"do Botor - Turismo Socialmente responsavel no sector de Quinhamel</i> | INSTITUTO MARQUES DE VALLE FLOR FUNDACAO | Portugal | 496389,32 | 33210 |
| 2008 | <i>Espaço por um Comércio Justo: alternativas em rede</i> | CENTRO DE INFORMACAO E DOCUMENTACAOAMILCAR CABRAL ASSOCIACAO | Consortium | 370011,99 | 15150 |
| 2008 | <i>Decent Life - decent work. Enhancing international strategies and policies of trade unions</i> | SUDWIND DIE AGENTUR FUR SUD NORD BILDUNGS UND OFFENTLICHKEITSARBEIT GMBH | Consortium | 662264 | 99820 |
| 2008 | <i>Mobilizing for a sector dialogue for the improvement of working conditions in the globalized toy industry</i> | SUDWIND DIE AGENTUR FUR SUD NORD BILDUNGS UND OFFENTLICHKEITSARBEIT GMBH | Consortium | 929043 | 99820 |
| 2008 | <i>F.R.A.M.E. (Fair and Responsible Action in MEiterranean area)</i> | CONSORZIO CTM-ALTROMERCATO SOCIETACOOOPERATIVA | Consortium | 494821 | 99820 |
| 2008 | <i>Network Sustainable Consumption</i> | SUDWIND DIE AGENTUR FUR SUD NORD BILDUNGS UND OFFENTLICHKEITSARBEIT GMBH | Consortium | 647023 | 99820 |
| 2008 | <i>Creating Coherence. Trade for Development: Development Aid for Trade</i> | MOVIMENTO PER L AUTOSVILUPPOL INTERSCAMBIO E LA SOLIDARIETA | Consortium | 968233 | 99820 |

| | | | | | |
|------|---|---|-----------------|-----------|-------|
| 2008 | A NETWORK FOR THE DEVELOPMENT | PROVINCE OF PESARO AND URBINO | Consortium | 115621 | 99820 |
| 2008 | <i>Frauen und Globalisierung: Decent work for ALL! – Informations- und Mobilisierungskampagne für menschenwürdige Arbeit für Frauen in der globalen Exportindustrie am Beispiel Bekleidung</i> | CHRISTLICHE INITIATIVE ROMERO EV | Consortium | 720446 | 99820 |
| 2008 | <i>Verantwortliche Öffentliche Beschaffung und Menschenwürdige Arbeit JETZT!– Öffentlichkeits-, Bewusstseins- und Lobbykampagne zur Durchsetzung sozialer und ökologischer Beschaffung von Öffentlicher Hand und privaten Institutionen</i> | CHRISTLICHE INITIATIVE ROMERO EV | Consortium | 701163 | 99820 |
| 2008 | <i>Local capacity building for Fairtrade in Sweden, Finland and Estonia</i> | FORENINGEN FOR RATTVISEMARKT SVERIGE | Consortium | 823148 | 99820 |
| 2008 | <i>Network of Schools and Local Communities contributing to the achievement of the MDGs</i> | POLSKA AKCJA HUMANITARNA | Consortium | 999000 | 99820 |
| 2008 | <i>Fair Flowers - a gift to all involved. Raising the awareness of local authorities, consumers and traders on the production of cut flowers in developing countries</i> | FIAN FOODFIRST INFORMATIONS & AKTIONS NETWERK SEKTION DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND EV | Consortium | 669087 | 99820 |
| 2008 | <i>A case for poverty reduction: Consumer awareness and action in 6 EU member states</i> | CONSUMERS INTERNATIONAL LBG | Consortium | 857713 | 99820 |
| 2008 | <i>Introducing the MADE-BY label for sustainable fashion in the United Kingdom</i> | STICHTING INTERKERKELIJKE AKTIE VOOR LATIJNS AMERIKA SOLIDARIDAD | Consortium | 770000 | 99820 |
| 2008 | <i>La sensibilisation sur les interdépendances entre Nord et Sud : un enjeu pour la mobilisation des citoyens européens en faveur du développement.</i> | ASSOCIATION FRERES DES HOMMES | France | 789205,5 | 99820 |
| 2007 | <i>Export Trade from Kenya – Enabling the poor to share the fruits.</i> | AFRICA NOW LBG | Royaume-Uni | 408000 | 31191 |
| 2007 | <i>Appui aux familles vulnérables dans deux zones cotonnières du Mali</i> | ASSOCIATION VETERINAIRES SANS FRONTIERES - CENTRE INTERNATIONAL DE COOPERATION POUR LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE VSF CICDA | France | 740614,53 | 43040 |
| 2007 | <i>Empowering Emerging Farmers through fair trade development in South Africa</i> | STICHTING INTERKERKELIJKE AKTIE VOOR LATIJNS AMERIKA SOLIDARIDAD | Pays-Bas | 1000000 | 33120 |
| 2007 | <i>PUBLIC AFFAIRS - Mobilising action for Fair Trade Public Procurement</i> | STICHTING EUROPEAN FAIR TRADE ASSOCIATION | The Netherlands | 568200 | 99820 |
| 2007 | <i>Campaign for sustainable purchasing of computers: Making public purchasing in Europe work for development by raising awareness of the working conditions and environmental issues in the global supply chain of computers.</i> | WELTWIRTSCHAFT, OKOLOGIE & ENTWICKLUNG - WEED EV | Germany | 1038334,5 | 99820 |

| | | | | | |
|------|--|--|----------------|----------------------|-------|
| 2007 | <i>Enlarging FAIR</i> | PANGEA - NIENTE TROPPO SOCIETA COOPERATIVA SOCIALE SCSARL | Italy | 448198,2 | 99820 |
| 2007 | <i>Expanding Fair Trade Awareness in Slovakia and the Czech Republic</i> | NADACIA INTEGRA | Slovakia | 202779 | 99820 |
| 2007 | <i>Fair consumption</i> | MAGOSFA KORNVEZETI NEVELESI ES OKOTURISZTIKAI ALAPITVANY | | 99880,26 | 99820 |
| 2007 | <i>Supermarkets, supply chains and poverty reduction</i> | WAR ON WANT | United Kingdom | 360000 | 99820 |
| 2007 | <i>Decent work, trade and development: raising awareness among trade unions and women´s groups of the employment implications of international trade relations</i> | WAR ON WANT | United Kingdom | 720000 | 99820 |
| 2007 | <i>Education for Global Sustainability, Responsible Consumption and Fair Trade</i> | UUSI TUULI RY | | 496579,78 | 99820 |
| 2007 | <i>FEEDING AND FUELLING EUROPE</i> | MAGYAR TERMESZETVEDOK SZOVETSEGE | Hungary | 1078521,66 | 99820 |
| 2007 | <i>Médiatiser la face invisible du développement</i> | ASSOCIATION COMITE FRANCAIS POUR LASOLIDARITE INTERNATIONALE | France | 346591,06 | 99820 |
| | | | | 19.466.102,80 | |