



~~~~~

# GUIDE ÉTUDIANT DU COMMERCE ÉQUITABLE

~~~~~



# ÉDITO

Nous ne pouvons plus l'ignorer aujourd'hui : les agriculteur.rice.s du Sud de la planète, du fait de leur dépendance aux marchés financiers et de l'organisation inéquitable du commerce international, ne peuvent pas négocier des prix rémunérateurs pour les principales cultures exotiques : café, cacao, thé, fruits, épices.

En France, nous constatons également que les petit.e.s agriculteur.trice.s souffrent de ce modèle agricole et de la concurrence qu'il induit.

**Nous ne parviendrons à garantir des revenus décents pour tou.te.s, à réduire la pauvreté et à répondre aux enjeux d'une alimentation saine et d'une agriculture respectueuse de l'environnement dans toutes les régions du monde, qu'en modifiant en profondeur les règles du commerce international, afin de rendre celui-ci plus équitable.**

Le commerce équitable se montre un puissant levier pour la nécessaire transition agroécologique. Les acteur.rice.s du commerce équitable démontrent que des prix rémunérateurs et stables, supérieurs aux cours internationaux et un engagement des acheteur.euse.s à travers des primes pour les projets collectifs ou le partenariat de longue durée, créent des effets bénéfiques, pour les humain.e.s, les villages, leurs écosystèmes, et bien au-delà.

Généraliser un commerce équitable passe forcément par le soutien et la mobilisation de tou.te.s ! A nous de jouer, là où nous vivons, consommons, étudions, pour transmettre l'idée que choisir des produits issus du commerce équitable contribue bien à créer des dynamiques économiques et sociales sources de transformations mondiales et d'avenir pour toutes et tous.

Marc Dufumier, Agronome,  
Ancien Président de Commerce équitable France



## PRÉSENTATION DU RESES

Depuis 2007, le RESES est un réseau national composé de 150 associations étudiantes qui mènent des projets liés aux enjeux écologiques et solidaires tels que l'alimentation, la biodiversité, le climat, les déchets, etc.

Le RESES défend une vision de l'écologie ambitieuse, transformatrice de nos sociétés, compatible avec les limites planétaires et qui prend en compte les questions de solidarité et d'équité sociale.

Les objectifs du RESES sont d'avoir 100% d'étudiant·e·s formé·e·s et engagé·e·s sur les enjeux écologiques et solidaires, climatiques et de biodiversité, et 100% de campus durables et engagés dans la transition écologique que ce soit dans leur gouvernance, dans leur fonctionnement et dans leurs formations !

L'un des pôles d'actions du RESES concerne l'alimentation durable. Le RESES souhaite sensibiliser et mobiliser les étudiant·e·s aux enjeux de l'alimentation durable et de l'économie circulaire, faciliter les actions des associations étudiantes sur leur campus et travailler avec les acteur·trice·s engagé·e·s sur ces questions. Par ces actions, notamment à travers le projet FOODENT, le RESES lutte pour que les étudiant.e.s aient tou.te.s accès à une alimentation durable sur leur campus.

Par alimentation durable il faut comprendre : une alimentation saine, de saison, locale, issue du commerce équitable et végétalisée. Parce qu'il est impératif de penser l'écologie dans le spectre de la justice sociale, le RESES promeut des produits permettant aux producteur.trice.s de se rémunérer et de vivre de manière décente.

Plus d'informations : <https://le-reses.org/alimentation-durable/>

Plus d'informations sur le projet FOODENT : <https://le-reses.org/foodent/>



## PRÉSENTATION DE GÉNÉRATION ÉQUITABLE

Génération Équitable est un programme de sensibilisation et de mobilisation pour un changement de pratiques des associations étudiantes, à une alimentation durable & équitable, porté par les associations FAIRe un monde équitable et Max Havelaar France.

Lancé en 2019, ce programme de coaching permet aux étudiant.e.s de passer à l'action sur leurs campus respectifs, partout en France. Les associations étudiantes engagées dans ce programme bénéficient d'un suivi personnalisé avec des mentor.e.s. Tout au long de l'année, les mentor.e.s sont chargés d'informer, d'outiller et d'aider les étudiant.e.s à la mise en place de leurs projets (tenue de stand, dégustation, conférence, podcast,...). En parallèle, Génération Équitable propose à ses membres (et à tous.tes les curieux.ses) de participer à des événements : soirée pour se rencontrer et partager son expérience de l'engagement, webinar thématique permettant de s'informer sur le commerce équitable, défi national, appel à projets innovants...

Sur le terrain, Génération Équitable a contribué à sensibiliser 6000 personnes et permis la réalisation d'une centaine d'événements. Au total, ce sont une quarantaine d'associations étudiantes investies chaque année. Certaines d'entre-elles ont entrepris une démarche plus globale, incitant leurs établissements à se doter de produits équitables (machine à café, CROUS) ou à se doter du label École de Commerce Équitable.

Génération Équitable s'inscrit dans le cadre de Fair Future, qui soutient et déploie l'éducation au commerce équitable auprès des moins de 30 ans dans le but d'accompagner la transformation des connaissances et des pratiques de consommation et d'engagement. Fair Future est un dispositif financé par l'Agence Française de Développement.

<https://www.generation-equitable.fr/>  
suivez-les sur instagram : [generation equitable](#)

# SOMMAIRE



ÉDITO .....	2
SOMMAIRE .....	5
INTRODUCTION .....	6
<b>PARTIE 1 : LE COMMERCE ÉQUITABLE, QU'EST CE QUE C'EST ? .....</b>	<b>7</b>
1 - Histoire du commerce équitable : « Le commerce, pas la charité »	
2 - Pourquoi faut-il un commerce équitable ?	
3 - Définition et réglementation du commerce équitable aujourd'hui	
4 - Enjeux et impact du commerce équitable	
5 - Les acteurs du commerce équitable	
6 - La labellisation comme garantie et réponse au besoin de traçabilité	
7 - Faire face aux idées reçues	
<b>PARTIE 2 : AGIR AU QUOTIDIEN .....</b>	<b>14</b>
1 - Les aliments	
2 - Le textile	
3 - Les produits artisanaux	
4 - Les produits cosmétiques	
5 - Le tourisme équitable	
6 - L'engagement citoyen	
<b>PARTIE 3 : DES ACTIONS À METTRE EN PLACE SUR SON CAMPUS .....</b>	<b>23</b>
1 - Sensibilisation	
2 - Intégrer des produits équitables sur le campus	
3 - S'engager dans la durée et pérenniser ses actions	
<b>RESSOURCES .....</b>	<b>35</b>
<b>REMERCIEMENTS .....</b>	<b>36</b>

# INTRODUCTION

Ils.Elles sont plus de 30 000 à avoir signé.e le Manifeste pour un réveil écologique. Ils.elles sont plus de 50 000 à avoir répondu.e à la Consultation Nationale Etudiante (CNE) 2020 du RESES, Réseau Étudiant pour une Société Écologique et Solidaire (ex-REFEDD) sur les sujets liés aux enjeux écologiques et solidaires. C'est indéniable : les étudiant.e.s sont des acteur.rice.s incontournables de la transition écologique.

La compréhension du système économique dans lequel nous gravitons est aujourd'hui un enjeu primordial pour agir à la hauteur des défis qui nous attendent. Les changements climatiques sont bien présents et leurs effets sur les producteur.rice.s se font de plus en plus pesants.

En effet, les règles du commerce actuel ne permettent pas à ces dernier.e.s de vivre dignement de leur activité. Ce constat implique une remise en question de notre raisonnement habituel : pouvons-nous continuer d'exiger des producteur.rice.s de changer leur pratiques agricoles quand ces dernier.e.s sont déjà en train de se serrer la ceinture pour vivre de leur métier ?

La réponse est oui, si on leur assure une rémunération digne de leur travail. En leur permettant d'accéder à une stabilité économique suffisante, les producteur.rice.s peuvent envisager l'avenir plus sereinement et ainsi se tourner vers une agriculture plus respectueuse de l'environnement !

Changer nos habitudes de consommation apparaît alors comme un levier pour rééquilibrer la répartition des richesses sur la chaîne de production alimentaire.

En devenant consom'acteur.rice.s et en choisissant un commerce équitable, tout le monde est gagnant : les producteur.rice.s bénéficient d'une juste rémunération et d'une meilleure qualité de vie ; ils.elles s'engagent en bio et en agro-écologie, ce qui garantit des produits sains pour les consommateur.rice.s ; le climat est ainsi préservé<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> les modes de production agricole ont un impact plus néfaste que le transport sur les GES.  
(source : <https://www.ecoco2.com/blog/alimentation-lempreinte-energetique-et-carbone-evaluee-en-france/>)

# LE COMMERCE ÉQUITABLE, QU'EST CE QUE C'EST ?

## 1 HISTOIRE DU COMMERCE ÉQUITABLE : « LE COMMERCE, PAS LA CHARITÉ »

En 1964, les pays du Sud, qui subissent de plein fouet la chute des cours des matières premières à l'exportation, lancent l'appel « **Trade, not Aid**<sup>2</sup> » via la CNUCED.

Cette vision nouvelle du développement des pays dits "pauvres", symbolisée par cet appel, est également reprise par des organisations caritatives et humanitaires, qui souhaitent lutter contre la logique d'assistance et de coopération en vigueur à l'époque. En France, "Artisans du Monde" naît en 1974 de l'initiative de militant.e.s qui veulent soutenir les producteur.ice.s de jute du Bangladesh, dont les cultures sont menacées par des inondations. L'association achète ainsi leurs surplus et les vend via des magasins spécialisés en France.

Ce commerce alternatif, désormais appelé **Commerce Équitable**, devient un véritable mouvement dans les années 1980. Alors que les prix des matières premières s'effondrent, les coopératives de production font pression pour vendre davantage. Des petites productions de café du Chiapas (Mexique) lancent un cri d'alarme sur leurs conditions de travail, ce qui mène à la création en 1988 de l'association Max Havelaar.

## 2 POURQUOI FAUT-IL UN COMMERCE ÉQUITABLE ?

L'idée selon laquelle le commerce international et le libre échange des produits à l'échelle de la planète permettent la croissance économique des pays et la hausse du niveau de vie de leur population, ne se vérifie pas pour une grande majorité des habitant.e.s de notre planète. En effet, le commerce international dans sa forme actuelle génère des déséquilibres importants qui creusent l'écart entre les plus riches et les plus pauvres.

Cette répartition inégale des richesses s'explique par un certain nombre de dysfonctionnements du commerce mondial qui privent les producteur.rice.s de la vente de leurs marchandises à leur juste valeur.

- L'essentiel du **prix** que nous payons pour ces marchandises revient aux **intermédiaires** (acheteur.euse.s internationaux, distributeurs, grandes surfaces) tandis que agriculteur.rice.s et travailleur.euse.s n'en reçoivent qu'une très faible partie.
- La **spéculation** sur les matières premières agricoles est à l'origine d'une forte instabilité des cours internationaux et les productions familiales, majoritaires sur la planète, en sont les premières victimes.
- Travaillant **essentiellement à la main**, petit.e.s producteur.ice.s et artisan.e.s sont brutalement exposé.e.s à la concurrence de nos agricultures et industries hautement mécanisées.

<sup>2</sup>Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement

### 3 DÉFINITION ET RÉGLEMENTATION DU COMMERCE ÉQUITABLE AUJOURD'HUI

Le commerce équitable se définit comme « un partenariat commercial basé sur le dialogue, la transparence et le respect dans le but de parvenir à **une plus grande équité** du commerce international<sup>3</sup>. ».

Au niveau réglementaire, en France, ce mouvement “d’officialisation” du commerce équitable se traduit dans une définition légale, qui reconnaît aujourd’hui un socle commun de 8 critères (voir plus bas) pour se revendiquer du commerce équitable. En 2019, la loi Pacte encadre le terme “équitable”, qui ne peut alors plus être utilisé sans lien avec ces critères et en 2021, la loi “Climat et résilience” oblige le recours à un label de commerce équitable pour garantir le respect des critères.

Avec la loi ESS<sup>4</sup>, la porte est ouverte à un commerce équitable “Origine France”, pour les agriculteur.rice.s français.e.s. Celui-ci se développe très fortement depuis, porté par des mouvements d’agriculteur.rice.s et le monde de l’agriculture biologique. La France est pionnière dans le déploiement d’un commerce équitable “local”, encadré légalement. Par ailleurs, la loi Climat et résilience, en 2021, intègre le commerce équitable parmi les “50 % de produits durables et de qualité” obligatoires dans les cantines.

## LES 8 CRITÈRES DU COMMERCE ÉQUITABLE EN FRANCE

- ☑ Des prix rémunérateurs pour des producteur.rice.s en situation de désavantage économique, basés sur les coûts de production et une négociation équilibrée
- ☑ Un engagement commercial pluriannuel entre les producteur.rice.s et les acheteur.se.s
- ☑ Le versement d’un montant supplémentaire destiné au financement de projets collectifs
- ☑ Une autonomie des producteur.rice.s grâce à la mise en place d’une gouvernance démocratique dans leurs organisations
- ☑ La transparence et la traçabilité des filières
- ☑ La sensibilisation des consommateur.rice.s à des modes de production socialement et écologiquement durables
- ☑ La valorisation des modes de production respectueux de l’environnement et de la biodiversité, tels que l’agroécologie
- ☑ Le recours à des systèmes de garantie ou labels reconnus par la Plateforme RSE

<sup>3</sup> En 2001, les principales fédérations internationales du commerce équitable (la World Fair Trade Organisation - WFTO, la Fairtrade International et l’European Fair Trade Association - EFTA) ont proposé cette définition commune du commerce équitable.

<sup>4</sup> Loi n° 2014-856 du 31 juillet 2014 relative à l’économie sociale et solidaire

## 4 ENJEUX ET IMPACT DU COMMERCE ÉQUITABLE

Les études d'impacts<sup>5</sup> réalisées entre 2010 et 2019 confirment que **le commerce équitable augmente et sécurise les revenus des producteurs.rice.s**, qui sont alors moins vulnérables face à la fluctuation des prix et aux crises. La structuration collective renforce leur capacité de négociation et d'autonomisation. Ils.Elles bénéficient **de meilleures conditions de vie** (réduction du taux de pauvreté) et de meilleures **conditions de travail : la réduction du travail des enfants est avérée.**

Le commerce équitable implique ainsi des structurations en organisation collective (coopératives par exemple) qui permettent :

- Un meilleur accès aux services financiers (capacité des organisations de producteur.rice.s à négocier des prêts, préfinancement des récoltes) et à une assistance technique ;
- D'investir dans des projets communautaires : construction d'écoles, de centres de santé, d'arrivées d'eau, électrification...
- De renforcer la formation des producteur.rice.s membres des organisations ;
- D'améliorer la production et qualité de leurs produits en investissant dans des infrastructures (camions, routes, matériels, outils,...) ;
- D'organiser un appui technique (formation, accès à la certification en bio) permettant une meilleure gestion des ressources naturelles (préservation de la biodiversité, promotion de l'agriculture biologique ou agroécologique).

### DES DÉMARCHES DE PROGRÈS POUR RENFORCER LES IMPACTS DU COMMERCE ÉQUITABLE

S'il a fait ses preuves sur de nombreux sujets, le commerce équitable adopte **des démarches de progrès** afin de renforcer ses impacts positifs là où cela s'avère nécessaire. Il a par exemple été constaté, au tournant des années 2010, une absence de données et donc de visibilité sur la capacité du commerce équitable à lutter contre les inégalités femmes-hommes. S'en sont suivies la mise en place d'études d'impact, et l'adoption de stratégies spécifiques par les grandes organisations internationales de commerce équitable (WFTO<sup>6</sup>, Fairtrade International<sup>7</sup>) afin de renforcer l'action du commerce équitable sur la réduction des inégalités femmes-hommes.<sup>8</sup>

### LES ENJEUX DES ODD

Les Objectifs de Développement Durable (ODD), définis par l'ONU en 2015, constituent un cadre de référence planétaire, commun à tou.te.s les acteur.rice.s de la transition. Le commerce équitable est un levier pour contribuer à la mise en œuvre des ODD, en particulier l'ODD 12, Consommation et production responsables.

<sup>5</sup> <https://lebasic.com/nos-publications/> - <sup>6</sup> WFTO, Global Gender Policy, 2016 - <sup>7</sup> Fairtrade International, Gender Strategy 2016-2020 : transforming equal opportunity, access and benefits for all, 2016 - <sup>8</sup> Commerce Équitable France, Note de Sud #28, Genre et filières agricoles d'exportation : atouts, limites et enseignements du commerce équitable, 2021

Le commerce équitable contribue ainsi aux ODD suivants<sup>9</sup> :



## 5 LES ACTEURS DU COMMERCE ÉQUITABLE

Les acteur.rice.s du commerce équitable agissent à **différents niveaux et échelles** : on retrouve des ONG d'appui aux pays du Sud, des organisations de producteur.rice.s, des entreprises importatrices, des réseaux de distribution, des organismes de labellisation, des associations de sensibilisation et d'éducation au développement aux pays du Nord. Ils. Elles sont réuni.e.s dans des réseaux pour mener à terme leurs objectifs convergents.

**En France**, "Commerce Équitable France" est l'un de ces réseaux et rassemble une trentaine d'organisations de commerce équitable rentrant respectivement dans les catégories citées plus haut (la liste détaillée de ces membres est disponible sur leur site<sup>10</sup>).

**Au niveau européen, Fair Trade Advocacy Office (FTAO)** est un bureau de plaidoyer qui réunit les principales organisations internationales de commerce équitable. FTAO permet l'échange d'informations et la recherche de positions communes, afin de consolider et accroître le mouvement du commerce équitable, notamment grâce au plaidoyer et aux campagnes citoyennes.

## 6 LA LABELLISATION COMME GARANTIE ET RÉPONSE AU BESOIN DE TRAÇABILITÉ

**Les labels de commerce équitable** sont les seuls qui permettent de s'assurer a minima du respect des huit critères du commerce équitable inscrits dans la loi ESS de 2014. La labellisation garantit le respect de critères inscrits dans un cahier des charges, accessibles à une diversité d'entreprises. Des contrôles sont effectués par un organisme certificateur externe, indépendant du label et de l'entreprise. Les consommateur.rice.s peuvent ainsi se repérer et choisir en connaissance de cause grâce au logo du label. En complément, **Les labels bios** évaluent, eux, des modes de production respectueux de l'environnement.

<sup>9</sup> Livret ODD, Max Havelaar, Septembre 2019, *Le commerce équitable, un outil clé en main pour la contribution des entreprises aux objectifs de développement durable* <sup>10</sup> Site de "Commerce Équitable France" <https://www.commerceequitable.org/notre-collectif/nos-membres/>



A la différence, les **labels durables**, plébiscités par les multinationales comme Lipton, Mars, Mc Donalds etc..., n'appliquent aucun critère économique, ne visent pas la transformation du modèle économique et s'inscrivent dans la dynamique actuelle de la mondialisation : produire plus, plus vite et à moindre coût. Ils présentent des failles dans le contrôle de leurs critères environnementaux.

## LE SAVIEZ-VOUS ?

### DES LOGOS SE RAJOUTENT SUR NOS PRODUITS, SANS ÊTRE DES LABELS !

Ce sont les *initiatives de marques*. De plus en plus d'entreprises créent et affichent leur propre logo, pour montrer qu'elles s'engagent dans des démarches de durabilité dans leur chaîne d'approvisionnement. L'engagement des entreprises est urgent, mais sans contrôle, transparence, ni indépendance, il s'agit souvent de marketing et de jeu d'image. Cette multiplication des logos apporte davantage de confusion et affaiblit la confiance portée par les consommateurs.rice.s aux labels et aux entreprises.

Pour mieux s'orienter dans les rayons et discerner les engagements forts des allégations, la Boussole des labels<sup>11</sup> permet de repérer les logos des labels exigeants pour une plus grande équité dans le commerce mondial.

## 7 FAIRE FACE AUX IDÉES REÇUES

### LES PRODUITS ÉQUITABLES SONT-ILS BIO ? ET INVERSEMENT ?

L'agriculture biologique est encadrée par un cahier des charges strict qui présente des critères environnementaux, mais qui ne comporte pas les critères économiques et sociaux des labels de commerce équitable. L'agriculture biologique permet d'apporter des solutions pour préserver les sols, la qualité de l'eau et de l'air, la biodiversité et la santé des consommateurs.rice.s.

Les produits issus du commerce équitable ne sont pas tous issus de l'agriculture biologique et les produits issus de l'agriculture biologique ne sont pas nécessairement équitables, mais la complémentarité est évidente : plus de 90 % des produits équitables issus des filières internationales sont également labellisés bio !<sup>12</sup>

<sup>11</sup> La Boussole des labels : [https://education.commerceequitable.org/wp-content/uploads/2021/02/LaBoussoleDesLabels\\_2021.pdf](https://education.commerceequitable.org/wp-content/uploads/2021/02/LaBoussoleDesLabels_2021.pdf) - <sup>12</sup> CEF : <https://www.commerceequitable.org/le-commerce-equitable/quelques-chiffres/>

## TOUT CE QUI EST “ÉTHIQUE” EST-IL «ÉQUITABLE” ?

Tout.e acteur.rice attentif.ve aux aspects sociaux ou environnementaux de ses activités peut qualifier sa démarche d'éthique mais pas d'équitable, puisque le terme est encadré par la loi et répond à des critères très précis, dont la traçabilité et la sensibilisation des consommateur.rice.s. Le concept de “commerce éthique” est donc plus large et plus flou que celui de “commerce équitable”, car il n'est défini par aucune norme.

En matière de critères sociaux, les démarches de commerce éthique prétendent toutes, à minima, que les producteur.rice.s, distributeur.rice.s et salarié.e.s travaillent dans le respect des normes fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail. Mais ces critères s'appliquent **uniquement aux modes de production et d'organisation des producteur.rice.s.** En comparaison, le commerce équitable prévoit de nombreux référentiels et critères qui concernent également les producteur.rice.s.

## PEUT-ON FAIRE CONFIANCE À DES LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE QUI SONT TOUS PRIVÉS AUJOURD'HUI ?

Les labels de commerce équitable sont aujourd'hui tous privés. L'histoire du commerce équitable montre que le fait qu'un label soit privé ou public importe peu en termes d'impact et de fiabilité. Ce qui compte, c'est :

- le contrôle et son indépendance : il doit être réel et effectué par des organismes extérieurs et certifiés, pour garantir l'objectivité. Un label public ne garantit pas plus de contrôle. Le cahier des charges de Fairtrade/Max Havelaar par exemple comporte plus de 200 points de contrôle vérifiés annuellement par des certificateur.rice.s indépendant.e.s.

- la reconnaissance par l'Etat de l'efficacité et du sérieux des labels et l'incitation de la puissance publique à les utiliser. L'Etat recommande les labels équitables dans la loi Climat et Résilience pour les cantines, l'ADEME dans les achats responsables, etc. Un travail de reconnaissance publique des labels équitables est en cours et devrait aboutir d'ici 2023.

## L'ÉQUITABLE, C'EST FORCÉMENT PLUS CHER ?

**Un produit équitable ne signifie pas toujours un prix élevé pour le.la consommateur.rice.** Si vous comparez avec un produit issu de la grande distribution et/ou de la fast fashion évidemment, la différence est nette. Nous avons cessé de nous questionner sur la valeur d'un produit, depuis que l'objectif de consommation est de faire en sorte que les prix soient les plus bas possible. Or le prix d'un produit labellisé équitable et bio intègre des coûts spécifiques, tels que la juste rémunération des producteur.rice.s, une main d'œuvre supplémentaire liée aux techniques de production agroécologiques et non mécanisées, l'utilisation d'engrais organiques plus chers que les intrants chimiques, le travail de certification pour garantir le respect des normes sociales et environnementales qui fondent le commerce équitable ... Alors qu'un produit de la grande distribution ou de la fast fashion n'inclut pas ces charges. Cependant elles sont reportées sur la société (externalisées), qui paye le coût de ces mauvaises pratiques (dépollution des eaux, santé publique etc.).

Les organisations de commerce équitable font des efforts pour **réduire le nombre d'intermédiaires** à rémunérer tout en faisant des économies sur les budgets publicité et communication, ce qui leur permet de faire des bénéfices tout en ne pesant pas sur le prix d'achat.

## CONSOMMER DES PRODUITS QUI VIENNENT DE L'AUTRE BOUT DU MONDE EST-CE VRAIMENT RESPONSABLE ?

Bien qu'ils fassent partie de notre consommation courante, les produits du commerce équitable voyagent, pour la plupart, sur de nombreux kilomètres. Pourquoi favoriser les produits du commerce équitable ? D'abord, certains produits n'ont pas d'équivalent local. Ensuite, le transport le plus courant avec les produits équitables est le transport maritime et occupe une faible part dans le bilan carbone du produit. C'est le mode de transport le moins polluant en termes d'émission carbone et de consommation de carburants. Selon une étude d'Alter Éco, le transport par bateau ne représenterait que 1% des émissions de gaz à effets de serre d'un produit du commerce équitable<sup>13</sup>. C'est le transport en France ensuite et les emballages qui constituent la plus grande source de pollution potentielle.

De plus, les modes de production sont respectueux de l'environnement : la plupart des produits équitables agricoles sont issus d'une agriculture paysanne à petite échelle et diversifiée, pauvre en intrants chimiques et faiblement mécanisée. En outre, les critères des labels équitables encouragent des méthodes de production durables : absence d'OGM, réduction des pesticides, réduction des consommations en eau, etc. Ainsi, des études comparatives ont même montré qu'un sucre équitable du Paraguay avait un impact plus faible (en bilan carbone) qu'un sucre de betterave du Nord de la France et ce, malgré l'empreinte carbone du transport.

## LUTTER CONTRE LA DÉFORESTATION EN MANGEANT ÉQUITABLE ?

Les cultures intensives de soja, d'huile de palme, de café et de cacao sont responsables de la majeure partie de la déforestation mondiale. Les causes sont nombreuses et principalement dues à notre consommation carnée et aux agrocarburants.

A notre échelle, que pouvons-nous faire pour éviter ces désastres environnementaux ?

Le cacao par exemple est responsable en Côte d'Ivoire et au Ghana de la disparition de l'équivalent de 15 000 terrains de foot d'espaces forestiers, en 2018 !

Plusieurs solutions sont possibles :

- Commencer par calculer son empreinte forêt<sup>14</sup>, grâce à Envol vert
- Ensuite, se référer aux labels, entreprises et programmes de commerce équitable, transparents sur leur chaîne, méthode de production et s'investissant dans des projets de reforestation / foresterie analogue (ex. Guayapi)
- Pour en savoir plus sur l'accompagnement du commerce équitable à la transition écologique et sociale : découvrez les actions en Afrique de l'Ouest avec le programme Equité<sup>15</sup>

<sup>13</sup> <https://ourworldindata.org/environmental-impacts-of-food#you-want-to-reduce-the-carbon-footprint-of-your-food-focus-on-what-you-eat-not-whether-your-food-is-local> - <sup>14</sup> Calculer son empreinte Forêt : <https://envol-vert.org/camp/l-empreinte-foret/> - <sup>15</sup> Programme Equité : <https://www.programme-equite.org/>

## AGIR AU QUOTIDIEN

S'engager au quotidien pour une consommation différente, responsable, est un acte citoyen et solidaire.

Nos choix, en tant que consommateur.rice.s, permettent d'orienter l'offre : plus nous achèterons équitable, plus cette filière se développera et deviendra la norme.

Plusieurs labels de commerce équitable ont vu le jour ces dernières années : ils offrent une lisibilité et une traçabilité aux consommateur.rice.s. Il ne tient donc qu'à nous de devenir acteur.rice du changement en modifiant, à notre échelle, notre façon de consommer. Une grande diversité de produits existe, à nous de faire notre choix que ce soit à la maison, sur le campus ou ailleurs.

### 1 LES ALIMENTS

#### FAIRE SES COURSES : LES DIFFÉRENTS LABELS

A l'origine, le marché du commerce équitable proposait principalement des produits artisanaux et textiles mais s'est très vite étendu à l'alimentation. Aujourd'hui, pour pouvoir consommer mieux et vous repérer facilement lorsque vous faites vos courses, voici les 8 différents labels relatifs au commerce équitable que vous pouvez repérer sur vos produits en France :

#### LES LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS



#### OÙ TROUVER DES PRODUITS DU CE ?<sup>16</sup>

Quelques labels ont fait le choix de ne pas travailler avec les grandes et moyennes surfaces pour des raisons éthiques mais aussi pour prôner un mode de consommation alternatif aux règles du commerce mondial actuelles : on les retrouve exclusivement dans les magasins spécialisés. D'autres considèrent que le commerce équitable doit être accessible au plus grand nombre et être présent dans tous les lieux de grande consommation, aux côtés des produits conventionnels pour qu'un vrai choix se fasse. Quel que soit votre manière de consommer, vous pouvez donc retrouver des produits labellisés dans tous les magasins bio comme Biocoop, la Vie Claire et tous les magasins de grandes distributions.

<sup>16</sup> <https://maxhavelaarfrance.org/les-produits-fairtrade-maxhavelaar/ou-les-trouver/>

## FOCUS SUR LA FILIÈRE CAFÉ

Le café est la matière première agricole la plus échangée au monde. C'est également la seconde matière première échangée après le pétrole ! L'essentiel de la production étant consommée hors des pays producteurs, il est source de nombreux échanges internationaux, cotés entre autres dans les bourses de New York et de Londres et génère ainsi des profits colossaux pour les acteur.rice.s dominant.e.s de la filière.

La filière du café est ainsi un symbole d'une chaîne de l'agro-alimentaire mondialisée :

- **80 pays** dans le monde produisent chaque année plus de **9 millions de tonnes de café** ;
- On estime que plus de **3 milliards (ITC Report 09 2021) de tasses de café sont consommées chaque jour**, générant un chiffre d'affaire d'environ **200 milliards de dollars par an** ;
- La grande majorité de la matière première (**80%**) est encore produite par des **familles paysannes** sur de petites surfaces, avec des pratiques manuelles mais est transformée par des entreprises extérieures,
- Une filière qui est dominée par une poignée d'entreprises multinationales qui contrôlent l'achat et la vente du café et dirigent ainsi l'ensemble de la filière au dépens des **25 millions de producteur.rice.s** d'un côté et du milliard de consommateur.rice.s de l'autre : En France, **3 grands groupes (JDE, Lavazza, Nestlé) se partagent 65% des ventes (Panel IRI CAM P4 2021)**.<sup>17</sup>

Les petit.e.s producteur.rice.s voient leurs **conditions de vie se dégrader** (malnutrition, exode rural, accès à la santé...) et **subissent également les conséquences du changement climatique** (nouvelles maladies sur les caféiers, déforestation, perte de récolte...).

Pour faire face à ces problèmes, il est essentiel d'encourager et d'accompagner la transition pour une consommation de produits durables, équitables et qui proviennent des coopératives engagées dans la mise en place des pratiques agroécologiques. Le commerce équitable est un outil au service de cette transition et le café est le produit du commerce équitable le plus vendu. En 2020, il représente 42 % des ventes en chiffre d'affaires des filières internationales de Commerce Équitable.

Pour aller plus loin, vous pouvez participer à la [campagne d'i-boycott à propos de Lavazza](#).<sup>18</sup>

<sup>17</sup> <https://lebasic.com/cafe-la-success-story-qui-cache-la-crise/>  
<sup>18</sup> Campagne de boycott de lavazza : <https://www.i-boycott.org/campaigns/lavazza-l-art-du-cafe-l-art-d-exploiter>

## FOCUS SUR LA FILIÈRE CACAO

Le cacao : les chiffres clés !

- **Le prix du cacao a été divisé par 2 en 70 ans** et les producteur.rice.s de cacao ne reçoivent plus que 7% du prix payé par les consommateur.rice.s pour leurs produits chocolatés contre 16% dans les années 1980.

Cocoa Barometer 2020, <https://voicenetwork.cc/wp-content/uploads/2021/03/2020-Cocoa-Barometer-EN.pdf>

- La culture du cacao est l'un des facteurs importants de la déforestation en Côte d'Ivoire et au Ghana, qui représentent environ deux tiers du cacao mondial.

- On estime que **1,6 millions d'enfants travaillent dans les plantations de cacao** au Ghana et en Côte d'Ivoire<sup>19</sup>.

- 5,1 millions de tonne ont été produites en 2020/2021 selon l'ICCO. La demande mondiale de cacao ne cesse de croître, à raison de 2 à 5% par an (Mighty Earth, 2017), entraînant une hausse de la production mondiale.

- 60% de la production mondiale est originaire de deux pays : la Côte d'Ivoire et le Ghana (Cocoa barometer, 2020).

- Si les consommateur.rice.s semblent de plus en plus conscientisé.e.s, **seul 5% du cacao français bénéficie d'une certification équitable**, et en général 10% uniquement est certifié par des référentiels indépendants de durabilité<sup>20</sup>.

**Un rapport de force existe ainsi entre producteur.rice.s et acheteur.se.s de cacao.** En effet, la culture des fèves de cacao est essentiellement assurée par des exploitant.e.s isolé.e.s travaillant sur des terrains de faibles superficies, tandis que 3 multinationales détiennent 60% du broyage des fèves dans le monde ( La face cachée du chocolat, 2016). Ces compagnies bénéficient donc d'un monopole leur permettant de peser sur le prix d'achat du cacao. Ce rapport de force défavorable fait que la majorité des producteur.rice.s et de leurs familles vit aujourd'hui avec **moins d'1,90 USD/jour**, et perçoivent **moins de 6% de la valeur générée par le cacao**.

<sup>19</sup> Rapport de NORC, 2020 - <sup>20</sup> [https://maxhavelaarfrance.org/fileadmin/fairtrade/communiqués/CP\\_lancement\\_Initiative\\_Fran%C3%A7aise\\_Cacao\\_Durable\\_-\\_Collectif\\_ONG.pdf](https://maxhavelaarfrance.org/fileadmin/fairtrade/communiqués/CP_lancement_Initiative_Fran%C3%A7aise_Cacao_Durable_-_Collectif_ONG.pdf)

## ET EN FRANCE ?

En France, les produits issus du Commerce Équitable prennent de plus en plus de place dans notre quotidien. En effet, selon le Collectif Commerce Equitable France, “en 2020, les Français.e.s ont consommé 12% de plus de produits équitables que l’année précédente, avec des achats qui totalisent pour la première fois 1,83 milliard d’euros. 65% des produits équitables vendus concernent des filières internationales (café, cacao, fruits tropicaux etc.) et 35% concernent des produits issus de filières françaises de commerce équitable.”

Par ailleurs, les produits issus du Commerce Équitable Français sont également plébiscités “par les consommateurs français, avec une augmentation de 21,6%.” On remarque également “un engagement de plus en plus important des grandes et moyennes surfaces : la distribution en grande et moyenne surface est passée de 14% en 2018 à 29 % en 2020.”

Enfin, le commerce équitable se tourne de plus en plus vers la filière biologique. En effet, toujours selon Collectif Commerce Equitable France, “90% des produits équitables “filière internationale» ont également le label bio (+6 points) et 59% des produits équitable “origine France” sont également bio (versus 47% “seulement” en 2018).”

## 2 LE TEXTILE

**En France, un.e habitant.e jette en moyenne 9,5 kg de vêtements chaque année**<sup>21</sup>. Ceci est l’un des très nombreux symptômes du développement de l’industrie de la **fast-fashion**, connue pour ses **collections qui changent très rapidement** et ses **prix bas** grâce à des coûts de production et de confection concurrentiels. Ces coûts sont obtenus notamment en délocalisant toute l’activité, puis en rognant sur les conditions de travail des employé.e.s. Ces **employé.e.s sont sous-payé.e.s, précaires, et exposé.e.s à des substances** qui ont des conséquences dramatiques sur leur santé (la viscose<sup>22</sup> en est un exemple frappant). Une illustration de la conséquence désastreuse de la fast fashion : l’effondrement du Rana Plaza<sup>23</sup>, en 2013 qui a causé la mort de plus de 1100 personnes.

D’un point de vue environnemental, l’industrie de la mode est responsable d’une grande partie des émissions de gaz à effet de serre. Mais le plus gros impact de la mode reste sa **consommation d’eau douce** : elle utilisait 4% des ressources mondiales en eau douce en 2014<sup>24</sup>. En plus de consommer beaucoup d’eau, elle utilise aussi des fibres (comme le Polyester) et des **produits chimiques** qui polluent les rivières et les mers lors de la confection mais aussi lors des lavages, **mettant respectivement en danger la biodiversité terrestre et marine.**

<sup>21</sup> [www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/le-revers-de-mon-look.pdf](http://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/le-revers-de-mon-look.pdf)

<sup>22</sup> Pour plus d’informations, allez regarder le document d’Arte, les dessous de la mode a bas prix: [www.arte.tv/fr/videos/089135-000-A/fast-fashion-les-dessous-de-la-mode-a-bas-prix/](http://www.arte.tv/fr/videos/089135-000-A/fast-fashion-les-dessous-de-la-mode-a-bas-prix/)

<sup>23</sup> [https://www.lemonde.fr/economie/article/2013/05/26/rana-plaza-la-mort-de-l-industrie\\_3417734\\_3234.html](https://www.lemonde.fr/economie/article/2013/05/26/rana-plaza-la-mort-de-l-industrie_3417734_3234.html)

<sup>24</sup> [www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy\\_Full-Report.pdf](http://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Full-Report.pdf)

## CONSEILS

Le premier pas pour éviter de participer aux impacts sociétaux et environnementaux induits par cette industrie est de se mettre à l'abri de l'achat compulsif en se demandant systématiquement si on compte porter le vêtement régulièrement et si on en a besoin. Du côté des alternatives, notamment répertoriées dans l'outil SlowWeAre, il est aujourd'hui plus accessible de trouver des vêtements d'occasion en Ressourcerie, des vêtements de seconde main des boutiques OXFAM, ou encore issus de l'upcycling (revalorisation de certains tissus/vêtements). En effet, la masse de vêtements déjà disponible est énorme et permet de nous fournir assez durablement.

Les labels de mode éthiques sont également des garanties de l'engagement des marques à plus de transparence. Face aux chaînes d'approvisionnement du secteur textile réputées complexes et opaques, faire confiance à des labels permet une traçabilité que beaucoup de marques n'ont pas. On citera parmi

une liste non-exhaustive les labels textiles environnementaux GOTS ou OEKO-TEX et les labels équitables Fairtrade/Max Havelaar, WFTO qui apportent des garanties économiques, sociales et environnementales aux producteurs.trice.s<sup>25</sup>. Le standard Fairtrade International propose 2 certifications, un label Coton accordant aux producteurs de la graine de coton des conditions de rémunération et de travail décentes, et un label Textile garantissant aux ouvriers/ouvrières de l'industrie textile de toute la chaîne d'approvisionnement des salaires vitaux dans un délai contraignant et de bonnes conditions de santé et de sécurité. Ce label concerne le coton mais également d'autres fibres textiles durables.

Du côté de la réglementation, même si des initiatives et des lois ont été mises en place dernièrement (Fashion Pact en Europe, Score carbone et Devoir de vigilance en France), le collectif "Ethique sur l'étiquette" insiste sur le fait qu'il faut des lois plus contraignantes.

<sup>25</sup> <https://www.wedressfair.fr/labels>

## FOCUS SUR LA FILIÈRE COTON

Aujourd'hui, le coton représente près d'un quart des tissus fabriqués dans le monde. En un demi-siècle, sa production mondiale a plus que doublé pour atteindre 24,2 millions de tonnes en 2020/2021. En Afrique et en Asie, des millions de petits producteurs, situés en début de la chaîne d'approvisionnement de la filière textile, sont très fragilisés.

### Des revenus insuffisants et incertains pour les petits producteurs de coton

**Les prix, souvent en dessous des coûts de production, fluctuent au gré de l'offre des pays exportateurs et de la demande d'une puissante industrie textile**, où le coton est concurrencé par des fibres synthétiques comme le polyester et le nylon.

**Les fortes subventions dont bénéficient les producteurs de certains pays, grands fournisseurs de coton, notamment aux États-Unis et en Chine**, font subir aux plus petits producteurs des pays moins avancés, une concurrence inégale. L'exemple emblématique est celui des États-Unis où d'importantes aides publiques permettent de maintenir des niveaux élevés de production et d'exporter le coton à un prix très compétitif, décorrélé des coûts de production qui sont pourtant les plus élevés du monde.

### Une dégradation préoccupante de l'environnement

**Le coton est l'une des cultures les plus polluantes au monde** en raison des grandes quantités d'eau nécessaires pour l'irrigation (excepté en Afrique où la majorité des cultures sont pluviales) et de produits chimiques qu'il requiert. Selon les experts de l'ONU, l'utilisation globale des **pesticides** provoque ainsi chaque année la mort de plus de 200 000 personnes. Couplée à des conditions de production en monoculture, l'utilisation de pesticides favorise des problèmes d'érosion et de baisse de fertilité des sols.

**Le coton OGM** concerne 76% de la production mondiale. Soumis à une forte pression économique, les producteurs n'ont souvent d'autre choix que d'adopter des semences génétiquement modifiées qui se revendiquent un meilleur rendement et une réduction de traitement chimique.

### Des conditions de travail difficiles

Dans l'industrie du vêtement, les conditions de travail sont particulièrement éprouvantes et les journées très longues. Les travailleurs qui tentent de former des syndicats subissent menaces de mort et agressions physiques.

**Le travail des enfants** est largement répandu à toutes les étapes de la transformation du coton. Cela permet de compléter la main d'œuvre importante pour le ramassage manuel de fleurs de coton, ou encore de baisser le coût de la main d'œuvre dans les manufactures textiles, comme au Bangladesh.

### 3 LES PRODUITS ARTISANAUX

Les produits d'artisanat sont "fabriqués par des artisan.e.s, soit entièrement à la main, soit à l'aide d'outils à main ou même de moyens mécaniques, pourvu que la contribution manuelle directe de l'artisan.e demeure la composante la plus importante du produit fini"<sup>26</sup>.

Ce savoir-faire manuel est issu d'une tradition transmise par une communauté culturelle, ce qui confère à cet objet issu de l'artisanat une signification et une valeur d'usage, symbolique, esthétique ou fonctionnelle. Il est alors le reflet de la culture d'un peuple, l'artisanat étant présent à part entière dans toute société : de l'utilitaire (vaisselle, textile, etc.) au décoratif (bijoux, maison, etc.).

Pourquoi un Commerce Équitable de l'artisanat?

En plus de garantir un juste prix aux artisan.e.s, le commerce équitable de produits artisanaux **offre une alternative** en se distinguant par une production **non industrialisée et locale**. Il s'agit également d'une **vitrine de valorisation et diffusion de la culture et du savoir-faire des artisan.e.s**.

#### OÙ TROUVER DE L'ARTISANAT ÉQUITABLE?

- Dans les boutiques associatives Artisans du Monde<sup>27</sup>
- Dans les Magasins du monde d'Oxfam<sup>28</sup>

### 4 LES PRODUITS COSMÉTIQUES

Mettre du sens dans nos achats passe aussi par prendre soin de notre corps via des produits de qualité : le commerce équitable s'applique désormais au monde de la cosmétique (3% du marché global des cosmétiques, de plus en plus de marques s'y mettent). Les mêmes principes du commerce équitable s'appliquent ici même si certains produits, peuvent être plus chers à l'achat malgré une demande croissante de la part des consommateurs.rice.s.

Qu'est-ce qu'un produit cosmétique éthique ? C'est un produit dont les ingrédients doivent être identifiés dans la liste INCI (International Nomenclature of Cosmetic Ingredients) à hauteur d'au moins 95% sur le total des composants et avoir été peu transformés.

Ainsi, nous pouvons acheter des produits de soin pour femmes, pour hommes et même pour bébé en passant par la protection et l'entretien du visage, du corps et des cheveux. Mais on retrouve également des produits bruts (ex : des huiles) ou encore des accessoires (tote bag ...)

Bien que l'offre a longtemps été dominée par des PME pionnières dans le secteur, ces dernières ont été rejointes par d'autres types d'acteurs tels que les grandes marques de cosmétiques traditionnelles ainsi que les marques distributeurs qui proposent aujourd'hui leur propre gamme de produits équitables. Des sites comme alterafrica ou yokoumi proposent ainsi des produits cosmétiques issus du commerce équitable.

<sup>26</sup> UNESCO, Centre du commerce international, Guide méthodologique pour la collecte des données sur l'artisanat, 1997.  
<sup>27</sup> <https://www.artisansdumonde.org/> - <sup>28</sup> <https://www.oxfamfrance.org/magasins-oxfam/>

## 5 LE TOURISME ÉQUITABLE

Le tourisme peut représenter jusqu'à 40% du PIB de certains pays et les revenus générés permettent la conservation et la restauration du patrimoine culturel local. Toutefois le développement du tourisme se fait souvent au détriment de ce même patrimoine ou des populations locales. En effet, même si le tourisme est pourvoyeur de travail, notamment pour des personnes peu qualifiées, les conditions de travail y sont difficiles : horaires à rallonge, travail de nuit, salaire moyen plus bas que dans d'autres secteurs, travail informel, etc. Par ailleurs, les femmes subissent en moyenne plus fortement ces conditions de travail difficiles et on les retrouve en nombre dans les emplois les plus pénibles et les moins rémunérés.

Le tourisme est également synonyme de déplacements lointains et représentait en 2018, 8% des émissions de gaz à effet de serre mondiales. La biodiversité et l'environnement local sont également impactés, notamment à cause du volume de déchets exceptionnel et la surconsommation en eau induits par le tourisme de masse<sup>29</sup>.

### VOLONTOURISME, VOLONTARNAQUE ?

Le volontourisme correspond au tourisme à but humanitaire. Ce concept en apparence solidaire et généreux, cache le plus souvent des entreprises souhaitant surtout gagner beaucoup d'argent. Ces dernières proposent des séjours "clés en main", très cher et qui durent en général quelques semaines seulement. Il s'agit plus de vacances déguisées que d'un véritable bénévolat, avec des carences sur le respect des populations locales. Attention donc aux volontarnagues !

Appliqué au tourisme, le commerce équitable établit alors un partenariat juste entre les professionnel.le.s du tourisme et leurs partenaires locaux. L'objectif ? Faire du tourisme un facteur de développement local, où chacun des acteur.trice.s ressent les bienfaits de l'accueil d'étranger.e.s.

<sup>29</sup> [https://www.wwf.fr/sites/default/files/doc-2017-09/170927\\_rapport\\_reviving\\_mediterranean\\_sea\\_economy.pdf](https://www.wwf.fr/sites/default/files/doc-2017-09/170927_rapport_reviving_mediterranean_sea_economy.pdf)

S'il existe de nombreux labels et certifications promouvant des pratiques plus écologiques dans le tourisme, le Label Tourisme Équitable est l'unique label reprenant les critères du commerce équitable.

- ☑ rémunérations justes,
- ☑ partenariats sur la durée,
- ☑ prime de développement : permet de l'investissement sur des projets d'intérêt général (écoles, infrastructures),
- ☑ accueil chez l'habitant : comme Accueil Paysans qui promeut un logement à la ferme

## QUELQUES CONSEILS POUR ÊTRE UN.E TOURISTE RESPONSABLE

- Allonger son voyage pour une longue distance, privilégier le train à l'avion ou la voiture, utiliser les transports doux une fois sur place;
- Voyager dans des zones moins touristiques, hors saison;
- Séjourner dans des hébergements indépendants, détenteurs de labels écologiques, chez l'habitant.e et réserver en direct;
- Consommer local et réduire ses déchets durant le séjour;
- Sélectionner des prestataires et des activités ayant un impact neutre ou positif sur le territoire et les habitant.e.s;

## 6 L'ENGAGEMENT CITOYEN

S'engager pour une consommation responsable ne se limite pas à nos achats. On peut également donner de la voix et s'engager pour un monde plus équitable. Comment ? Plusieurs options existent, de la moins énergivore à la plus engageante :

- Soutenir les campagnes de plaidoyer pour une justice économique et sociale, au moment des élections et des grands débats sociétaux, ou d'interpellation des marques pour manifester son envie de plus d'équité. Vous pouvez retrouver des campagnes sur [www.faire-equitable.org](http://www.faire-equitable.org) ; [www.artisansdumonde.org](http://www.artisansdumonde.org) ; ou <https://www.i-boycott.org>.
- S'engager comme bénévole ou volontaire dans une association en lien avec ces thématiques.
- Rejoindre des actions locales pour transformer son territoire, comme la campagne de @laddition sur instagram pour bouger les restaurateur.rice.s de son quartier ; ou la campagne Territoires de commerce équitable<sup>30</sup>.

<sup>30</sup> Campagne Territoire de Commerce Équitable : <https://www.territoires-ce.fr>

# DES ACTIONS À METTRE EN PLACE SUR SON CAMPUS : QUELQUES EXEMPLES

## COUP DE POUCE

Le RESES et Génération équitable sont là pour vous accompagner dans vos projets étudiants. Ils pourront communiquer sur votre projet pour vous donner une meilleure visibilité, vous permettre de rejoindre un réseau d'associations inspirantes, vous former aux enjeux de l'alimentation durable, vous mOorienter vers des acteur.rice.s et outils adaptés à votre projet et vous soutenir dans les moments de découragement (cf faire financer son projet à la fin de cette partie 3).

Pour en savoir plus, faites un tour sur le site internet du RESES<sup>31</sup> et celui de Génération équitable<sup>32</sup>.

## 1 SENSIBILISER

### ORGANISER UN ÉVÉNEMENT DE SENSIBILISATION À UN COMMERCE ÉQUITABLE

Pour sensibiliser les étudiant.e.s, les enseignant.e.s et les membres de l'administration de ton campus à un commerce équitable, il existe de nombreuses formes d'événements : conférences, ciné-débat, stands, visite d'un établissement pratiquant le commerce équitable, repas équitable... Il est intéressant de se greffer à des temps forts comme un festival, une soirée, un concert.

Voici des exemples de temps forts dédiés au Commerce Équitable :

- La Semaine Étudiante de l'Ecologie et de la Solidarité (nouveau nom de la Semaine Étudiante du Développement Durable), en Avril
- La Quinzaine du Commerce Équitable, en Mai
- La Journée Mondiale du Commerce Équitable, en Mai
- La Journée Mondiale de l'Alimentation, en Octobre
- Le Festival des Solidarités (nouveau nom de la Semaine de la Solidarité Internationale), en Novembre

<sup>31</sup> Site du RESES : <https://le-reses.org/qui-sommes-nous/>

<sup>32</sup> Site de Génération Équitable : <https://www.generation-equitable.fr/>

## SENSIBILISER EN LIGNE

La sensibilisation en ligne peut se faire via différents canaux de communication comme les réseaux sociaux, des newsletters, des pétitions en ligne, des articles, etc.

Afin de toucher son public-cible, il convient d'adopter son message à celui-ci (ton, format, etc.).

Pour les étudiant.e.s, il est conseillé d'adopter un ton humoristique et accrocheur, un discours vulgarisé et un format relativement court.

Quelques idées de format :

- visuel Instagram avec des chiffres clés
- vidéo courte humoristique (type Reels)
- mèmes
- articles courts comportant les informations clés et avec des sources plus complètes à la fin de l'article (pour les plus curieux.ses)
- activités en ligne (jeux, quizz, etc.)



## BDE : ORGANISE TA SOIRÉE ENGAGÉE !

Tout événement étudiant est l'occasion d'adopter des gestes responsables, y compris les soirées et événements BDE. L'alimentation est d'ailleurs l'un des piliers de l'événementiel responsable<sup>33</sup>.

Pensez donc à proposer des boissons et aliments issus du commerce équitable lors de l'événement. Profitez-en pour sensibiliser les étudiant.e.s au commerce équitable à travers un affichage ou des jeux adaptés.

Par exemple, l'association Ecosciences, de l'école Chimie ParisTech, a mis en place pendant la période de confinement "Les Jeux d'Ecosciences", dans le cadre de Génération Équitable.

Au programme ? 5 jeux différents pour expliquer, de manière ludique, les grands enjeux liés à l'écologie ... et au commerce équitable ! Le premier jeu proposé par Ecosciences, dit le "quiz jancovici", a permis de lancer le débat autour de problématiques complexes sur l'écologie. Ensuite, l'association a proposé kahoot pour tester ses connaissances et a également sensibilisé au recyclage via une diapositive interactive pour permettre à chacun de mieux positionner et réfléchir sur les déchets et surtout sur la manière de bien les trier.

Selon les membres d'Ecosciences la clé du succès a été que chaque animation s'enchaîne rapidement (20 minutes dédiées pour chaque jeu) ! La soixantaine de participant.e.s étaient ainsi divisé.e.s en équipe pour créer un esprit de groupe et donner l'envie à chacun.e de comprendre (et de gagner).

<sup>33</sup> [https://le-reses.org/wp-content/uploads/2021/05/RESES-Guide-Eco\\_Responsabiliser-Web.pdf](https://le-reses.org/wp-content/uploads/2021/05/RESES-Guide-Eco_Responsabiliser-Web.pdf)



## 2 INTÉGRER DES PRODUITS ÉQUITABLES SUR LE CAMPUS

### CHANGER L'APPROVISIONNEMENT DES MACHINES À CAFÉ



Le café fait partie du quotidien de tout.e.s, que ce soit quand on se lève, quand on fait une pause, quand on est fatigué.e, (ou quand on doit travailler tard pour un examen !). Changer l'approvisionnement des machines à café, c'est faire rentrer le Commerce Équitable dans la vie tous les jours pour les étudiant.e.s !

**Intitulé du projet :** Défi #pasd'équitépasdecafé

**Structure porteuse :** L'association Enactus Audencia

**Lieu :** AUDENCIA Nantes

**Page Facebook :** <https://www.facebook.com/ENACTUSAudencia>

#### DESCRIPTION :

Le défi a été un bon moment de mobilisation nationale : les membres de l'association se sont rendu.e.s compte que pleins étudiant.e.s se mobilisaient pour le commerce équitable dans d'autres campus en France ! Au sein d'Audencia, l'association a communiqué sur les réseaux sociaux et signé la pétition. Ce défi s'inscrivait pleinement dans les actions de l'association. En effet, cette année une grande enquête a été lancée auprès des étudiant.e.s du campus pour connaître leurs besoins et leurs attentes pour le café. Plus de 200 réponses ont été récoltées et les résultats étaient très encourageants.

Au vu de ces résultats, l'association a décidé de faire passer le distributeur à café en équitable ! En effet, avec l'aide de Génération Équitable, un fournisseur de café labellisé commerce équitable a été identifié et des réunions ont été organisées avec l'administration pour mettre en place ce projet.



#### OBJECTIFS :

On constate que les étudiant.e.s sont peu informé.e.s sur le commerce équitable et ont des a priori. Avec Génération Équitable, des événements de sensibilisation ont été organisés avec dégustation de produits. Cette thématique du commerce équitable est également déclinée et mise en avant lors des Enac'Talks, des conférences organisées par notre asso à Audencia sur l'entrepreneuriat social. Pour toutes ces actions, Génération Équitable accompagne avec des contenus et des outils. En adhérant au programme, on se sent membre d'un groupe et donc plus légitime à prendre la parole sur le commerce équitable.

#### CLÉS DE SUCCÈS : LE SAVAIS-TU ?

Depuis septembre 2020, les CROUS de France et WWF ont signé une convention de partenariat pour sensibiliser les étudiant.e.s sur l'alimentation durable ! Parmi les engagements du CROUS, on retrouve la volonté de passer à 100% de leur café en bio et équitable ! Va jeter un œil à ta machine à café et si ce n'est pas le cas, parles-en à ton admin, ça pourrait avoir bien plus d'impact que tu ne le penses<sup>34</sup> ! ;)

#### PERSPECTIVES :

C'est une très bonne nouvelle car avec un campus qui réunit plus de 3 000 étudiant.e.s, ce passage à l'équitable aura de vraies conséquences. De plus, cela montre qu'il y a un changement des mentalités chez les étudiant.e.s d'Audencia.

<sup>34</sup> <https://www.wwf.fr/vous-informer/actualites/le-wwf-france-et-les-crous-signent-un-partenariat-de-3-ans-pour-renforcer-lambition-environnementale>



## PROPOSER DES PRODUITS ÉQUITABLES DANS UNE ÉPICERIE SOLIDAIRE



Un certain nombre d'épicerie.s solidaires ont vu le jour sur les campus pour répondre à la précarité alimentaire étudiante. Cette précarité alimentaire étudiante s'accompagne également d'une faible accessibilité à des produits sains, de qualité et issus d'un commerce respectueux des droits humains, sociaux et écologiques. En proposant des produits équitables dans son épicerie solidaire, on permet aux étudiant.e.s d'avoir une alimentation plus vertueuse et durable.

**Intitulé du projet :** L'équité pour tous  
**Structure porteuse :** Épicerie LieU'topie, Clermont-Ferrand

**Lieu :** L'épicerie est située dans le quartier étudiant de Clermont-Ferrand. Elle n'est pas rattachée à un campus en particulier, son public est issu de plusieurs universités comme la faculté de droit, la faculté de lettres, etc.

**Site internet :** <https://www.lieutopie-clermont.org/>

### DATE DE CRÉATION :

L'épicerie existe depuis 2017/2018. Au début, sa taille lui permettait de se fournir directement auprès des producteur.rice.s locaux. En 2019, lorsque l'épicerie a pris de l'ampleur, des bénévoles ont fait le choix d'intégrer des produits équitables dans l'épicerie.

### DESCRIPTION :

L'épicerie se fournit principalement dans une coopérative de producteur.rice.s, la Coop des Dômes à Clermont-Ferrand qui propose aussi des produits issus du commerce équitable. C'est donc par facilité, pour encourager et donner plus de visibilité à la coopérative, que l'épicerie a décidé de se fournir aussi en produits équitables chez cette coopérative. Elle propose aujourd'hui du chocolat, du sucre et du café équitable aux prix fournisseurs (moins de 2€ les 200g de chocolat, prix de la coopérative, sans frais).

De façon générale, les membres de LieU'topie ne cherchent pas des fournisseur.euse.s pour des produits ciblés mais regarde quel.le.s producteur.rice.s sont autour d'eux.elles et proposent leurs produits dans l'épicerie.

Un système de bons a récemment été mis en place pour faciliter l'accès aux étudiant.e.s à ces produits plus chers. Des coupons de 5€ sont remis à toute personne pour plus de 10€ d'achat. Ce système est possible grâce aux subventions dont bénéficie l'épicerie solidaire.

En parallèle, une sensibilisation est effectuée avec une programmation culturelle (projection, débat, témoignage d'associations sur un sujet qui touche le commerce équitable) et l'épicerie participe à la Quinzaine du Commerce Équitable.



### OBJECTIFS :

L'épicerie a une dimension sociale très forte. L'objectif était de maintenir cette dimension en se tournant vers des produits du commerce équitable pour les produits importés.

### MISE EN PLACE :

Intégrer des produits du commerce équitable n'a pas été difficile car ces produits sont faciles à trouver et la coopérative fournit généreusement la petite épicerie.

### CLÉS DE SUCCÈS :

Prendre le temps de voir avec les fournisseur.euse.s, se renseigner, nouer des relations.

### AVANTAGES :

C'est un moyen de favoriser l'équité et la solidarité au niveau global et une bonne alternative aux industries agro-alimentaires classiques.

### PERSPECTIVES :

Les produits proposés évoluent souvent avec les envies des consommateur.rice.s, souvent sondés par les membres de l'épicerie (tout en évitant les produits périssables, et les produits substituables par des produits locaux).



## INTÉGRER DES PRODUITS ÉQUITABLES DANS SA CAFÉTÉRIA ÉTUDIANTE



La cafétéria étudiante est un lieu central dans la vie du campus : tout le monde va y passer au moins une fois ! Le fait d'intégrer des produits équitables permet d'interroger les consommateurs sur leurs habitudes alimentaires et de commencer à faire changer en douceur les comportements vers une alimentation plus durable.

**Intitulé du projet :** La baravane équitable  
**Structure porteuse :** BDE ENSA Nantes (école d'architecture)

**Lieu :** La baravane a un espace dans le Restaurant Universitaire du campus, qui par ailleurs est à l'écart des autres campus de la ville, et compte environ 1000 étudiant.e.s.

**Site internet :** Page : <https://www.facebook.com/T4EensaNantes/> Groupe : <https://www.facebook.com/groups/640327146856447/> / Baravane : <https://www.facebook.com/haisanbobo24>

**DATE DE CRÉATION :**  
octobre 2020

### DESCRIPTION :

La baravane (mélange entre bar et caravane) a été créée en 2009 par les étudiant.e.s de l'école d'architecture de Nantes. Depuis quelques années, les membres de la baravane vendent à petit prix des petits déjeuners à environ 70 étudiant.e.s par jour, de 9h à 11h.

En 2020, suite à une formation sur le commerce équitable, trois étudiant.e.s (deux issu.e.s de T4E Nantes et un membre de la baravane) relèvent le défi de rendre ces petits-déjeuner entièrement équitables sans en changer le prix. Avec une réunion par semaine et plusieurs heures de recherche, il.elle.s identifient des fournisseurs correspondant au modèle économique de la baravane. Tout deviendra équitable, voire bio et local lorsque ce sera possible : le thé, le café, les jus de fruits, le cacao et le lait pour les chocolats chauds, et même les viennoiseries.

Dans leur projet, il.elle.s sont accompagné.e.s par Génération Équitable (notamment pour être formé.e.s sur les labels) et par l'association NAPCE qui promeut le commerce équitable à Nantes. Cette dernière leur a permis d'obtenir

des catalogues référençant des fournisseurs de produits équitables. Il.elle.s se sont également appuyé.e.s sur le site internet AgriEthique pour identifier les boulangeries locales s'approvisionnant en farine équitable. Pour finir, il.elle.s ont été accompagné.e.s par les bénévoles d'Artisans du Monde qui ont maintenant hâte d'assister à l'ouverture.



### OBJECTIFS :

Démocratiser les produits équitables, sensibiliser les étudiant.e.s pour changer leurs habitudes de consommation.

### MISE EN PLACE :

Avoir du temps pour le projet, trouver des informations sur les filières, quantifier les volumes à acheter.

### CLÉS DE SUCCÈS :

Être à plusieurs sur le projet pour pouvoir se serrer les coudes et s'auto former ; bien communiquer avec les étudiant.e.s, les fournisseurs et les acteur.trice.s locaux.ales du commerce équitable ; avoir des locaux pour stocker et conserver les produits.

### AVANTAGES :

Tout peut devenir facilement équitable dans un petit-déjeuner ! De plus, la baravane existant déjà, les client.e.s sont garanti.e.s parmi les étudiant.e.s, professeur.e.s et personnel.le.s de l'établissement. Le projet permet également de proposer une alternative durable aux traditionnelles machines à café.

### PERSPECTIVES :

Les produits proposés pour le petit-déjeuner pourront être à termes diversifiés avec des granolas, des biscuits. Des goûters pourront également être proposés. La proximité avec le CROUS pourrait aussi permettre d'étendre l'initiative au restaurant universitaire.



## ACCESSOIRES DES ASSOCIATIONS : PENSEZ AU COTON ÉQUITABLE !



Le commerce équitable ne concerne pas seulement les produits alimentaires, il est intéressant de se pencher aussi sur les vêtements des acteurs.rice.s du campus. En explorant cette piste, on pense aux t-shirts, sweats ou autres accessoires (casquettes, sacs, etc.) distribués par les BDE ou proposés à l'occasion d'événements sportifs et culturels organisés sur les campus ou lors de manifestations extérieures.

**Intitulé du projet :** Habillons-nous équitable !

**Structure porteuse :** Solidar'ISIT avec l'antenne Unicef et Botani'ISIT (le pôle environnemental de l'association), en partenariat avec Génération Équitable.

**Lieu :** Campus de l'ISIT, Institut de Management et de Communication Interculturels à Arcueil.

**Site internet :**

<https://www.solidarisit.com/>

### DATE DE CRÉATION :

L'idée est née lors de l'appel à projet lancé par Génération Équitable en décembre 2020. Le projet verra le jour en 2021, vers juin, mais il sera vraiment « terminé » à la rentrée de septembre.

### DESCRIPTION :

Avec Apolline Grimard, responsable marketing, Solidar'ISIT a présenté le projet « Habillons-nous équitable » devant le jury de l'appel à projet en décembre, qui s'est retrouvé parmi les 10 finalistes, ce qui a été source de motivation pour continuer. Grâce à l'équipe de Génération Équitable, L'équipe de Solidar'ISIT a pris contact avec des entreprises qui proposaient des goodies en coton équitable (Fairfibers, Les Mouettes Vertes). En janvier 2021, un premier devis a été reçu mais pas encore assez de demandes de tee-shirts pour pouvoir passer une commande complète. L'association est toujours en contact Fairfibers pour continuer le projet. Le projet se décompose en 2 étapes. Tout d'abord, il a fallu passer la commande. Une fois les tee-shirts reçus, ils ont été portés lors de différentes portes ouvertes de l'école et une mini-campagne d'information sur la filière coton du commerce équitable était organisée en parallèle. (pancartes dans l'école, conférence).



### OBJECTIFS :

L'Appel à projet Génération Équitable et le fait de vouloir explorer la filière textile, une autre facette moins connue du commerce équitable. La consommation équitable passe par l'alimentation mais aussi par l'habillement et on n'y pense moins souvent !

### MISE EN PLACE :

Le fait que l'année se soit déroulée en majorité à distance a constitué une difficulté. D'autre part, il y a eu un changement d'équipe important au deuxième semestre, donc nous avons préféré attendre les nouveaux arrivant.e.s pour pouvoir passer une commande complète. L'antenne Unicef a aussi souhaité faire partie du projet donc il a fallu adapter leur logo pour pouvoir l'ajouter. Le projet est donc en cours et nous recevrons sûrement les tee-shirts en juin mais nous commencerons à les utiliser à la prochaine rentrée scolaire.

### CLÉS DE SUCCÈS :

L'association est en contact direct avec la responsable de la vie étudiante de l'école, Madame Giusti, qui a été très intéressée par le projet et qui a assisté à de nombreuses réunions entre Solidar'ISIT et Génération Équitable.

### PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION :

Notre objectif était d'abord de faire cela au sein de notre association, puis de l'étendre aux autres associations de l'école et pourquoi pas plus tard au campus entier !

## LE COTON ÉQUITABLE DANS L'ADMINISTRATION

Si toute ton association est consciente de la nécessité de s'habiller équitable, tu peux passer à la prochaine étape : tu peux te tourner vers ton administration !

Le commerce équitable apportera alors un côté social et environnemental profitable pour l'image de l'école et aura un rôle de sensibilisation auprès des étudiants.

Le coton issu du commerce équitable peut donc trouver sa place dans les vêtements professionnels du personnel du R.U. Le gestionnaire qui gère le R.U sera l'interlocuteur clé pour votre projet (cf 3. Travailler avec le CROUS).

### 3 S'ENGAGER DANS LA DURÉE ET PÉRENNISER SES ACTIONS

#### INTÉGRER DES COURS SUR LE COMMERCE ÉQUITABLE

Souvent, une seule et même vision sur notre modèle économique est enseignée dans les campus, écoles de commerce en tête. Il est temps de faire bouger les lignes et d'ouvrir l'ensemble des élèves à d'autres façons de faire du commerce. Le commerce équitable questionne l'organisation des échanges internationaux et la responsabilité dans les chaînes d'approvisionnement, les modes de production agricoles, l'organisation collective, notre culture de consommation, la solidarité entre les pays, et offre des innovations permanentes, conciliant éthique et rentabilité, l'humain et l'économie, environnement et production.

Des cours sur le commerce équitable sont déjà intégrés dans :

- des cursus d'achats responsables à l'ESI de Boulogne en première année de master;
- des modules spécifiques à l'ICN de Nancy et en deuxième année de master Marketing à Toulouse School of Management, de management en solidarité internationale et action sociale de l'IRCOM d'Angers, dans le module Biomimétisme de l'Université de Lorraine,

- Des cursus dédiés au commerce équitable existent également : à l'Université de Toulon avec le Master Economie du développement parcours Commerce International Équitable, le master LEA option commerce équitable à Clermont-Ferrand (Université Clermont Auvergne labellisée Université de Commerce Équitable), ou encore le Bachelor européen Commerce Équitable Economie Solidaire, proposé au lycée Saint-Félix à Nantes.

Certaines écoles offrent un module récurrent, d'autres des interventions ponctuelles. Tout est possible : 2h permettent déjà d'obtenir des exemples concrets d'innovation.

## TRAVAILLER AVEC LE CROUS

Si l'on souhaite mettre en place des projets dans son restaurant CROUS, il faut tout d'abord en comprendre le fonctionnement.

1. Les personnages clés du RU sont le.la gestionnaire, le.la chef de cuisine, l'équipe de cuisine et le.la responsable d'approvisionnement. En ce qui concerne l'introduction de produits équitables, le.la gestionnaire qui gère le RU sera l'interlocuteur.rice clé pour votre projet. Il.elle s'occupe de la gestion du personnel, du budget, des menus, et d'une partie de l'achat du matériel et sera décisionnaire dans la mise en place d'une telle démarche dans l'établissement.
2. Faire une première réunion de rencontre et d'information : Contactez le.la gestionnaire de votre RU pour un premier rendez-vous afin d'en apprendre plus sur le fonctionnement du RU, les initiatives déjà mises en place et les contraintes auxquelles le personnel doit faire face.
3. Identifier les produits qui pourraient être remplacés par des produits issus du commerce équitable : commencez progressivement avec quelques produits simples.

## LOI "EGALIM" ET SES IMPACTS SUR LA RESTAURATION COLLECTIVE

La Loi Agriculture et Alimentation de 2018 (Loi "Egalim") prévoit, à compter de 2022, que 50 % des produits servis dans la restauration collective soient bio ou « durables ».

Par ailleurs, depuis le 1er janvier 2020, l'article L. 230-5-3-A, précise que « les personnes morales en charge des restaurants collectifs [...] informent, une fois par an, par voie d'affichage et par communication électronique,

les usager.ère.s des restaurants collectifs dont elles ont la charge de la part des produits [...] entrant dans la composition des repas servis et des démarches qu'elles ont entreprises pour développer l'acquisition de produits issus du commerce équitable. ».



## ACCOMPAGNER SON CAMPUS DANS LA LABELLISATION ÉCOLES/UNIVERSITÉS ÉQUITABLES



Si l'on souhaite pousser la démarche encore plus loin, il est possible, en lien avec l'administration de son établissement, de demander le label Ecoles/Universités Équitables, qui reconnaît l'engagement et les actions de son établissement autour du commerce équitable.

**Intitulé du projet :** Labellisation Ecoles/  
Universités de Commerce Équitable

**Structure porteuse :** l'Université de Toulon et  
le groupement d'écoles UniLaSalle de Rouen,  
Rennes et Beauvais

**Site du label :** <https://www.label-ecoles-equitable.fr/actualites/84-7-nouvelles-ecoles-de-commerce-equitable>

### DATE D'OBTENTION :

En décembre 2020, l'Université de Toulon et le groupement d'écoles UniLaSalle de Rouen, Rennes et Beauvais ont été labellisés Ecoles/Universités de Commerce Équitable. En avril 2021, l'Université de Toulon devenait la première université à obtenir la labellisation de niveau 2 de France.

### DESCRIPTION :

Amel, de l'association Mouvement Solidaire et Durable (MSD), et Pablo, de l'association Solidari'Terre nous racontent leur participation respective à ces projets :

Le dossier pour permettre la labellisation de notre établissement a été monté conjointement par des personnes de l'université et des personnes de notre association étudiante : une volonté commune donc !

Notre association étudiante MSD mène des actions sur le commerce équitable depuis plusieurs années, et c'est ce qui a permis de remplir de nombreux critères dans le dossier. Après avoir déposé le dossier de candidature en juin, la réponse nous a été communiquée courant décembre et nous avons eu le label pour une durée de 3 ans.

### PARTENARIATS ÉTABLIS :

avec l'association L'Équitable basée à Toulon

### CLÉS DE SUCCÈS :

L'implication personnelle des membres de l'administration et de certain.e.s enseignant.e.s engagé.e.s personnellement pour le Commerce Équitable au campus, ce qui a été un plus pour le contact avec l'administration.

### AVANTAGES :

Avoir la labellisation, c'est un plus : cela démontre une volonté de faire changer les choses et de construire un avenir meilleur en commençant par la vie étudiante. De plus, cela apporte un autre bénéfice, puisque la labellisation permet une meilleure attractivité de notre université au niveau national notamment.

## ACCOMPAGNER LE CHANGEMENT

Depuis juillet 2019, le programme FAIR Future porté par 10 organisations<sup>35</sup>, vise à accompagner la transformation des connaissances et pratiques de consommation et d'engagement des moins de trente ans à travers l'éducation au commerce équitable. Ce programme regroupe plusieurs dispositifs dont :

- Les « Jeunes Ambassadeurs du Commerce Équitable (JACE) » qui implique les lycéen.ne.s,
- Le dispositif Génération Équitable<sup>36</sup>, qui accompagne les étudiant.e.s souhaitant mobiliser leur établissement

dans la transformation des pratiques de consommation sur les campus, en faveur d'une alimentation responsable :

- Le label « École de commerce équitable »<sup>37</sup> qui valorise des établissements scolaires et universitaires porteurs de démarches en faveur du commerce équitable : sensibilisation, achats, événements ... Ce label est une déclinaison française de la campagne internationale Fairtrade Schools, portée en parallèle de la campagne Fairtrade Towns, appelée "Territoire de Commerce équitable" en France.

## S'ENGAGER AUSSI AVEC LES ACTEUR.RICE.S DE NOTRE TERRITOIRE

L'engagement pour le commerce équitable peut également avoir lieu hors de son campus. En effet, beaucoup d'associations et de collectivités s'impliquent déjà sur cette thématique et vous pouvez les rejoindre et participer au pilotage des projets. Vous pouvez également faire appel à des acteurs et actrices du territoire afin qu'ils.elles s'associent à votre projet et puissent vous aider sur le côté financier, logistique, en communication, etc. Votre projet n'en sera que plus riche et impactant.

## QUELQUES EXEMPLES

### > BTS DE ST LÔ

Artisans du monde à Saint-Lô collabore depuis 2 ans avec des étudiant.e.s du BTS communication du lycée Curie-Corot. Ce projet tutoré, initié par les enseignant.e.s, permet aux étudiant.e.s de mener un projet concret de communication avec des répercussions directes.

Ces étudiant.e.s montent des agences de com qui sont sélectionnées par des structures professionnelles (associations, micro-entreprises). Ce projet sensibilise les étudiant.e.s aux enjeux du commerce équitable, et apporte des moyens d'action à ceux et celles qui avaient déjà une appétence pour la thématique. De son côté, Artisans du monde dynamise sa communication, avec un point de vue étudiant pour le moins bénéfique.

<sup>35</sup> Programme FAIR Future : <https://education.commerceequitable.org/>

<sup>36</sup> Le dispositif Génération Équitable : [www.generation-equitable.fr/](http://www.generation-equitable.fr/)

<sup>37</sup> Label Ecole de Commerce Équitable : [www.label-ecoles-equitable.fr/](http://www.label-ecoles-equitable.fr/)

## > ÉQUITHE SRI LANKA

Léa, Romane et Matthieu, étudiant.es à Bordeaux Sciences Agro, ont consacré leur année de césure à enquêter sur les impacts du commerce équitable dans la production de thé au Sri Lanka.

Pour bien se préparer, il.elles ont suivi des formations sur l'interculturalité (ISF), l'ECSI (E&D, RADSI) et le commerce équitable (Artisans du Monde).

Il.elle.s ont réussi à se faire financer par ISF, le Rotary Club de Cherbourg et le FSDIE de l'Université de Bordeaux pour voyager au Sri Lanka pendant 2 mois, puis concevoir une exposition et un atelier d'Éducation à la citoyenneté et à la solidarité internationale pour sensibiliser le grand public.

## LE GUIDE TDCE

Le label «Territoire de Commerce Équitable» (TDCE) permet de valoriser les collectivités qui s'engagent pour plus d'équité dans les relations économiques, et qui stimulent l'achat public de produits et services équitables.

Si le territoire dans lequel vous êtes est déjà labellisé, il est possible en tant qu'association étudiante de rejoindre un comité de pilotage ou d'identifier des initiatives lancées par le territoire et les associations de commerce

équitable locales auxquelles participer (en proposant un partenariat par exemple).

Dans le cas inverse, vous pouvez mobiliser les élu.e.s et administrations compétentes pour entamer l'inscription à ce label et ainsi mobiliser le territoire plus largement.

## FAIRE FINANCER SON PROJET

Tout projet nécessite un financement, et il existe de nombreuses possibilités pour financer vos projets, encore faut-il les connaître et les comprendre. Voici quelques pistes de réflexions et ressources complémentaires.

Pour commencer, vous devez identifier vos besoins (matériel, humains, de services, etc) pour mener à bien ce projet. Essayez ensuite de réduire ces coûts au maximum, notamment en construisant des partenariats pour bénéficier gratuitement d'une salle, de matériel, ou récupérer des produits.

Pour finir, partez à la recherche de sources de financements. Sur le site d'Animafac, vous trouverez de nombreuses informations et aides à ce propos : une fiche pratique "Financer un projet étudiant"<sup>38</sup>, et une partie "Financer son projet" dans le guide "Créer et développer son projet"<sup>39</sup>.

Enfin, le RESES finance également les actions des associations étudiantes et étudiant.e.s à travers la Semaine Étudiante de l'Ecologie et de la Solidarité, qui valorise notamment les projets en lien avec les 17 ODD (Objectif du Développement Durable). Génération Équitable finance également chaque année, à travers son appel à projets innovants, des projets étudiants pour une alimentation plus équitable et durable. Chaque lauréat bénéficie d'une bourse et d'un accompagnement personnalisé."

<sup>38</sup> Fiche pratique " Faire financer son projet " : <https://www.animafac.net/fiches-pratiques/financer-un-projet-etudiant/>

<sup>39</sup> Guide "Créer et Développer son projet" : [https://issuu.com/animafac/docs/gpp\\_num\\_ris\\_d443ba690093da](https://issuu.com/animafac/docs/gpp_num_ris_d443ba690093da)

# RESSOURCES



## Sitographie :

- Artisans du monde
- Association pour le tourisme équitable et solidaire
- Bioconsom'acteurs
- Centre de ressources sur le commerce équitable
- Commerce équitable france
- European Fairtrade association
- EnvolVert
- Fairfuture
- FAIRe un monde équitable
- Fairtrade School
- Génération équitable
- Ingénieur sans frontières
- L'addition
- Label Ecole
- Loi Egalim
- CLCV, Loi Egalim 2
- Max Havelaar France
- Oxfam
- Programme Equité
- Réseau étudiant pour une société écologique et solidaire
- Solidar'ISIT
- World fairtrade organization

## Pour aller plus loin :

- ADEME, "Le revers de mon look"
  - ARTE, "Fast fashion, les dessous de la mode à bas prix"
  - COMMERCE ÉQUITABLE FRANCE, Infographie Commerce Équitable origine france
  - ENVOL VERT, Calculateur de l'empreinte forêt
  - LE BASIC, "Café la success story qui cache la crise"
- 

# REMERCIEMENTS

## Liste des personnes à remercier :

Un grand Merci à Caroline Mesnard,  
FAIRe un monde équitable et Seyna Smoes, RESES !

## Ayant participé à la rédaction :

- Natacha AnceI, FAIRe un monde équitable
- Marie Cavaniol, RESES
- Amir Worms, RESES
- Estelle Girard, RESES
- Lauryn Bouilly, RESES
- Claire Ménard, Commerce équitable France
- Anne-Lise François, Max Havelaar France
- Lisa Serero, Artisans du monde
- Pierre Du Buit, Artisans du monde
- Edouard de Matteis, Ingénieurs Sans Frontières
- Julien Lucy, Bio Consom'acteurs
- Elsa Miroux, ATES

## Interviewées pour le guide :

- Corentin, Ecosicences
- Estelle, LieU'topie
- Ambre, Valentin et Jonas, La baravane équitable
- Maïta, Solidar'ISIT
- Amel, Association Mouvement Solidaire et Durable
- Pablo, Solidarité terre UniLaSalle
- Margaux, Enactus Audencia
- Christine Prost, Artisans du monde Saint-Lô

## En appui :

- Estelle Dubreuil, FAIRe un monde équitable
- Alissa Scholl, FAIRe un monde équitable
- Carole Richard-Leparoux, FAIRe un monde équitable
- Clémentine Mevel, RESES

Ce guide a été co-piloté par le RESES et FAIRe un monde équitable,  
dans le cadre de Génération équitable et Fairfuture.



[www.le-reses.org](http://www.le-reses.org)

[www.faire-equitable.org](http://www.faire-equitable.org)

[www.generation-equitable.fr](http://www.generation-equitable.fr)

[www.education.commerceequitable.org](http://www.education.commerceequitable.org)

Création Janvier 2022

Conception-réalisation :

Delphine Mérieau @hello.delphine

**FAIRE**  
un monde équitable



 RESES