



**MANGER
DEMAIN**

GREEN DEAL
Cantines Durables

ATELIERS GREEN DEAL COMPTE-RENDU DE L'ATELIER PRODUITS ÉQUITABLES

L'atelier « Les produits du commerce équitable » avait lieu le 10 mars 2020 de 14h à 17h dans les locaux de l'ASBL SOCORPO à Namur.



Programme de l'atelier

- ⇒ Introduction générale sur le Green Deal et le concept des ateliers Green Deal
- ⇒ Qu'est-ce que le commerce équitable ?
 - Le commerce équitable en général : les partenariats Nord-Nord et Nord-Sud (présentation de la BFTF).
 - Campagne des provinces et communes du commerce équitable : focus sur les actions en lien avec les écoles et présentation des acteurs proposant des outils/séances de sensibilisation (Marie-Pascale Delogne et Sophie Duponchel).
- ⇒ Comment intégrer des produits équitables dans mon cahier des charges ? (1h15)
 - Exemple de communes ayant intégré des critères spécifiques dans leur cahier des charges.
 - Présentation générale des règles en matière de marchés publics et de clauses spécifiques.
- ⇒ Moment d'échange entre les participants et dégustation de produits équitables.

Intervention de Pierre-Yves Brasseur (BFTF) – Les Labels du commerce équitable

La fédération belge du commerce équitable a été créée en 2010. Elle rassemble l'ensemble des acteurs (entreprises et associations) du commerce équitable en Belgique et exerce un rôle de sensibilisation des secteurs privés et publics, associatifs aux enjeux du commerce équitable. La fédération exerce également une fonction de représentation des acteurs du commerce équitable auprès de différents organismes, de plaidoyer et de plateforme commerciale.

Le commerce équitable, késako ? C'est un modèle de relation commerciale qui consiste à utiliser le commerce comme un levier de développement et de réduction des inégalités, en veillant à la **juste rétribution des producteurs**. À cette perspective économique s'ajoutent des préoccupations éthiques, sociales et environnementales.

Pour vous aider à en savoir plus sur la thématique, plusieurs outils sont mis à votre disposition :

- ⇒ Les [diapositives PowerPoint présentées](#) à l'occasion de cet atelier par la BFTF ;
- ⇒ [La brochure éditée par la BFTF](#) ;
- ⇒ [Le guide des labels édité par la BFTF](#).

Historique du commerce équitable

- ⇒ Dans les années 70 : Nord/Sud Philosophie « Trade not Aid »
- ⇒ Depuis les années 90/2000 : Déclin du paysage agricole en Wallonie. Crise du lait en 2009. Crise à la base de la coopérative Faircoop et du lait Fairebel.

Pourquoi existe-t-il autant de label ?

- ⇒ Vide juridique par rapport au commerce équitable, d'où la multiplicité des labels. Chaque label a sa priorité, sa philosophie : économiques, environnementales, sociales, etc.

Un produit non-labellisé respecte-t-il forcément moins les principes du commerce équitable ? **NON**

- ⇒ Car tous les ingrédients ne peuvent pas forcément prétendre à une labellisation (ex. baies de Goji)
- ⇒ Certains ne sollicitent pas une labellisation à cause du coût du label.
- ⇒ Certains ne sollicitent pas une labellisation à cause de la charge administrative.
- ⇒ Certaines marques n'ont pas d'avantage à marquer leur produit d'un label (ex. Marcolini) (pas dans leur stratégie marketing).

Comment peut-on juger de l'aspect équitable d'un produit ?

- ⇒ Circuit-court : possibilité de discuter avec le producteur.
- ⇒ En consultant le site internet.
- ⇒ De par son appartenance à une fédération.

Équitable, donc BIO ?

- ⇒ Non. Mais plus de 50 % des produits équitables sont BIO (chiffre qui va en grandissant)

Les labels du commerce équitable Nord/Nord

- ⇒ Prix Juste producteur
- ⇒ Biogarantie Belgium



Intervention de Sophie Duponcheel pour la campagne des communes du commerce équitable

Communes très nombreuses en Flandre (200 communes). Communes moins nombreuses en Wallonie (46 communes). Cette campagne existe depuis plus longtemps en Flandre

Trois organisations derrière les communes du commerce équitable :

- ⇒ Oxfam Magasin du Monde
- ⇒ Miel MAYA (organisation active surtout en Province de Liège et du Luxembourg)
- ⇒ Fairtrade (pas active d'un point de vue opérationnel)

Six critères pour obtenir le titre de commune du commerce équitable :

- ⇒ Comité de pilotage
- ⇒ Administration communale
- ⇒ Communication et événement grand public
- ⇒ Horeca
- ⇒ Entreprises et associations
- ⇒ Produits durables et équitables

Pour obtenir le titre de province du Commerce équitable, il faut également répondre aux six critères. Pour l'instant seule la Province du Luxembourg est labellisée.

S'impliquer en tant qu'école, collectivité, administration, il faut qu'au moins deux produits proposés soient issus du commerce équitable.

Pourquoi y participer ?

Echanger, faire partie d'un réseau, visibiliser son activité.

Des outils sont disponibles pour sensibiliser divers publics.

- ⇒ Plus d'infos ? <https://www.cdce.be/>
- ⇒ Télécharger la [présentation PowerPoint](#) (page 1 à 20)

Intervention de Marie-Pascale Delogne de Cellule développement durable en Province du Luxembourg – Province du commerce équitable

- ⇒ Télécharger la [présentation PowerPoint](#) (page 21 à 33)

Officiellement reconnue Province du commerce équitable en 2014.

- ⇒ **Critère 1** : Engagement du Conseil Provincial
- ⇒ **Critère 2** : Accompagnement des communes dans la campagne (13 sont titrées – 25 sont engagées)
- ⇒ **Critères 3** : Implication des services et institutions provinciaux
 - Depuis 2016, deux produits équitables dans les services provinciaux (pas de marché global à la Province du Luxembourg).
 - Action sur les distributeurs de boissons et friandises.
 - Projets dans les classes, auprès du personnel de cuisine, sensibilisation des convives.

- Depuis 2018 : Saint-Nicolas équitable pour les enfants des agents provinciaux.
- ⇒ **Critères 4** : Communication et sensibilisation
 - Financement possible par ENABEL : pour organiser événement pendant la semaine du commerce équitable. Clôture le 20 mars.
- ⇒ **Critère 5** : Comité de pilotage provincial (Luxembourgequitable.be)
- ⇒ **Critère 6** : Soutien en faveur de produits locaux et durables
 - Terroirlux.be
 - Appels à projets pour les écoles : subvention pour les petits déjeuners sains et équitables.

Intervention de l'ADL de Vielsalm - Sensibilisation au commerce équitable dans les écoles de la commune (bonnes pratiques)

- ⇒ Télécharger la [présentation PowerPoint](#) (page 34 à 53)

Ce projet est lié au 3^e critère des communes du commerce équitable. Dans ce cadre, ils voulaient réussir à toucher un public qui n'est pas encore sensibilisé → ils ont donc pensé à travailler avec les écoles.

Etapas pour mettre en place le projet « petit équitable deviendra grand... »

- ⇒ Petits déjeuners équitables. 9 implantations à Vielsalm ont répondu positivement (200 élèves). Distribution de petit-déjeuner avec explications et dialogue avec les enfants. Axé sur la rémunération juste. Se sont appuyés sur le comité de pilotage de la campagne commune du commerce équitable. Magasin Oxfam sur le territoire les bénévoles se sont investis.
- ⇒ Formations aux enseignants suite à quoi 5 écoles ont décidé de monter des projets pédagogiques.
- ⇒ Travail sur les fancy-fairs, des recettes, des visites de producteurs, du magasin Oxfam, etc.
- ⇒ Budget total : +- 3000 euros

QUESTION : Est-ce que ça a impacté les cantines ?

Pas tellement, car peu de cantines dans les écoles. Cela dit, les repas sont souvent confectionnés par ASBL des Hautes Ardennes qui est sensibilisée à la question des produits du commerce équitable.

Intervention de Justine Chanoine – Juriste chez Manger Demain

- ⇒ Télécharger la [présentation PowerPoint](#) réalisée.

QUESTIONS : Faut-il préciser le label ?

Il faut être le plus précis possible, cadenasser au maximum

Les critères de sélection viennent en amont des critères d'attribution (Les critères de sélection sont obligatoires à partir du seuil européen).

Lorsqu'on utilise un label en critères d'attribution, il est considéré comme une préférence et exigence minimum → On demande un supplément de qualité, on attribue des points. Le cahier des charges est ainsi le plus complet possible.

Conditions d'exécution = Précisions apportées sur l'exécution.

→ Exemple concret :

1/ Besoin de l'acheteur

2/ Traduction du besoin de l'acheteur = objet du marché

3/ Par rapport à l'objet, on établit des critères d'attribution

4/ Ensuite on établit des conditions d'exécution

5/ Contrôle

6/ Trucs et astuces

QUESTION : Peut-on inclure une clause de sensibilisation dans un marché de fourniture, doit-on le mettre dans l'objet du marché ?

Non, on ne doit pas le mettre dans l'objet mais on peut le mettre dans le marché.

QUESTION : frein au niveau des administrations = la durée. Réclame des critères d'attribution préétablis par la Région Wallonne ; des listes émanant de la Région Wallonne pour y puiser des critères.

C'est l'objectif du « [guide pour un marché public d'alimentation plus durable](#) » qu'a rédigé notre juriste : il n'y aura pas de cahier des charges type mais des données précises pour permettre aux signataires de rédiger leurs critères de sélection.