

**OBSERVATOIRE DU
COMMERCE ÉQUITABLE
2020**



Commerce
Équitable
France



Fondé en 1997, Commerce Équitable France est le collectif de concertation et de représentation des acteurs français de commerce équitable. L'objectif de l'association est de promouvoir le commerce équitable en France et à l'international pour accompagner les transitions écologiques et sociales des modes de production et de consommation.

L'observatoire du commerce équitable présente un état des lieux de la consommation équitable en France.



Catégorie “produits de commerce équitable”

La consommation de produits issus d'un commerce équitable présenté par cet Observatoire compile et consolide les chiffres de ventes de produits garantis par un label de commerce équitable.



1. Une croissance à 2 chiffres malgré la crise



Une forte croissance des ventes en 2020

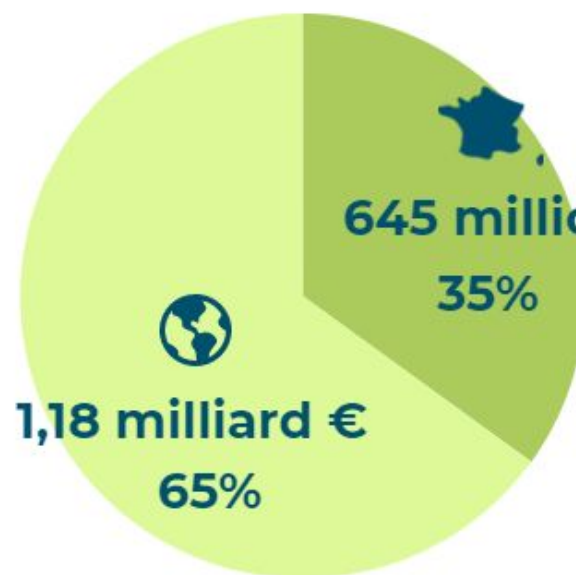
En 2020, malgré la crise sanitaire, économique et les tensions sur le pouvoir d'achat des Français, l'attractivité pour le commerce équitable continue de progresser avec une hausse des ventes de + 12%.

**1,827 milliard €
en 2020 (+12%)**

Le saviez-vous ?

Depuis 2014, le commerce équitable s'applique à la fois à des produits issus des pays du Sud et à des produits origine France.

Répartition des ventes de commerce équitable

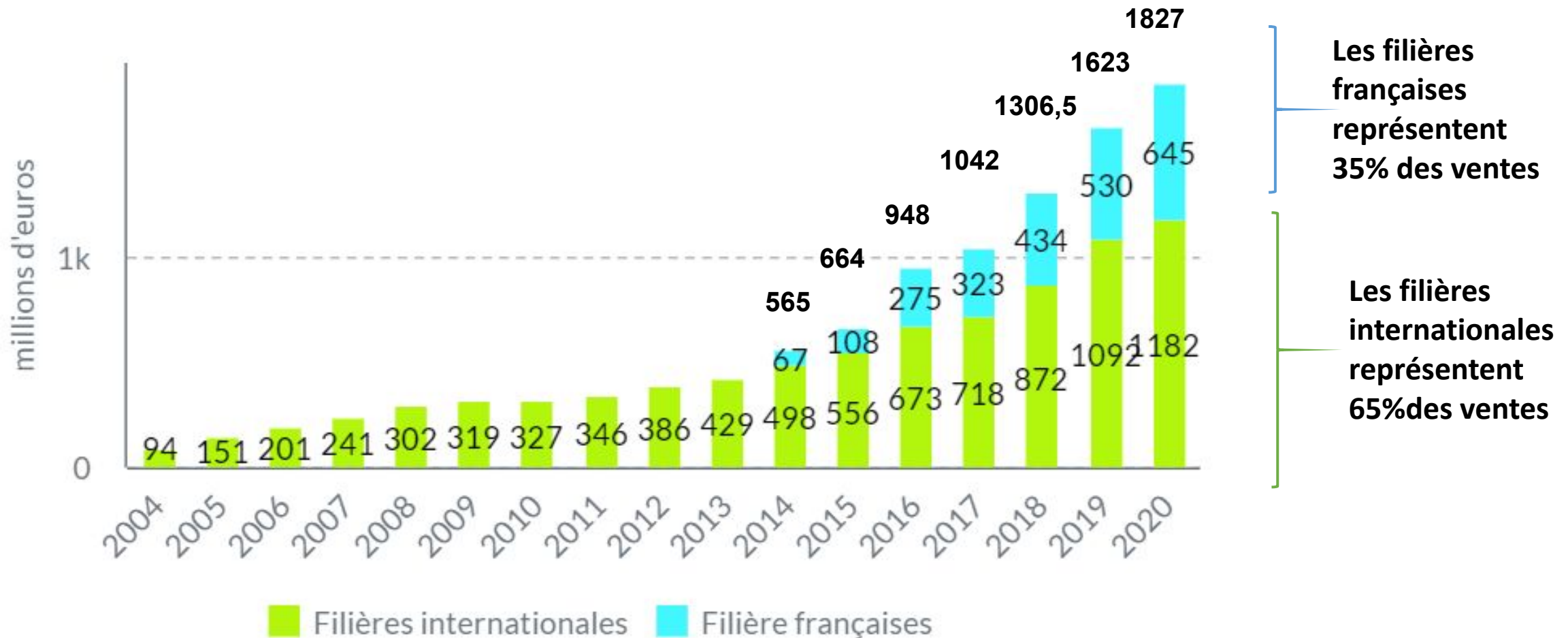


Les filières françaises enregistrent **une croissance exceptionnelle de 21,6 % !**

Les filières internationales enregistrent **une croissance de 8,15 %**



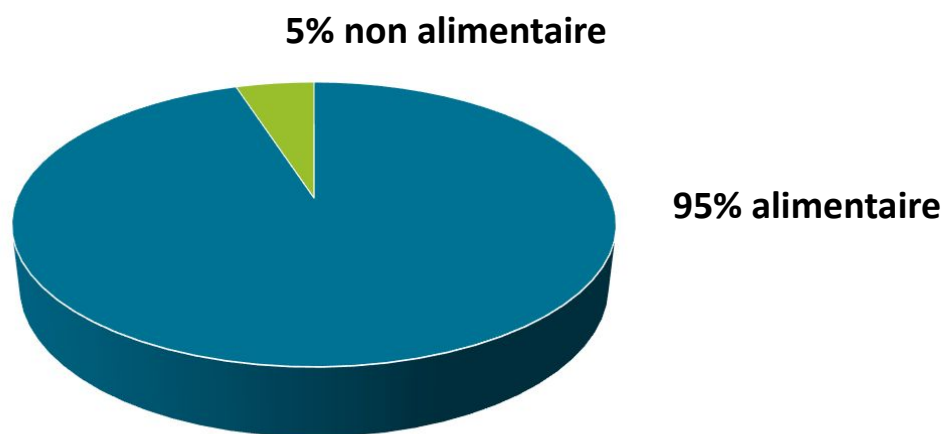
Les ventes ont été multipliées par 4 en 6 ans (entre 2014 et 2020)



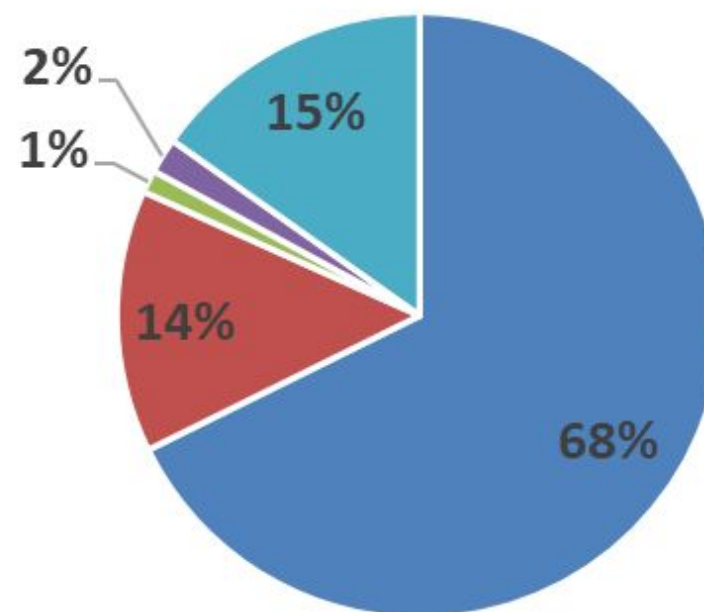
Typologie des produits

Des produits essentiellement alimentaires : 95% des ventes

Des produits équitables essentiellement agro-alimentaires (en % de ventes)



Répartition des produits équitables non alimentaires (en % de ventes)



Catégorie de produits

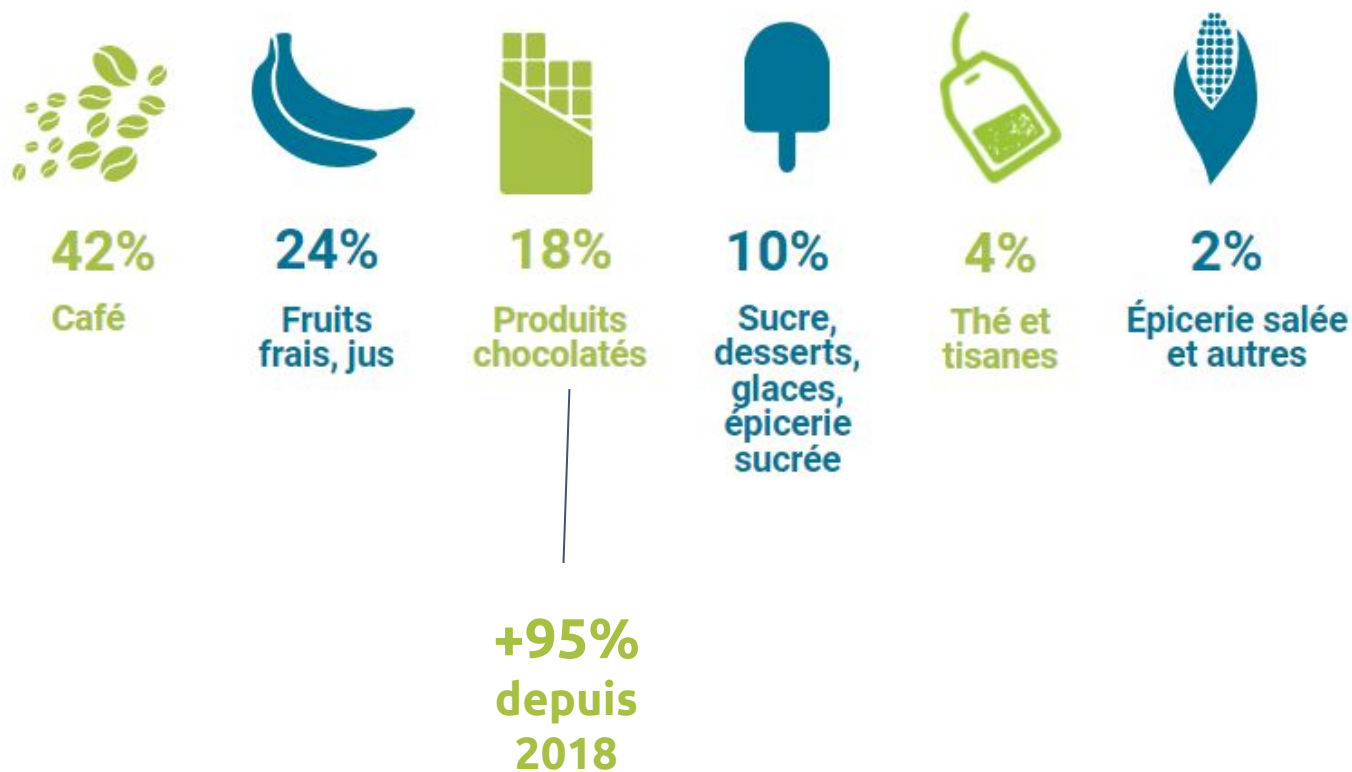
Issus des filières internationales

Le **café** est le produit du commerce équitable le plus vendu. En 2020, il représente **42 % des ventes des filières internationales** (en valeur).

Les autres produits issus du commerce équitable se répartissent dans les catégories comme **les fruits frais (24%)**, les produits à base de **cacao (18%)**, etc.

Le cacao est le produit qui a le plus progressé.

Répartition des produits alimentaires dans les filières internationales



Catégorie de produits

Issus des filières françaises

Tous les produits qui composent l'assiette des français se retrouvent en commerce équitable.

Les produits qui progressent le plus sont les produits laitiers et les fruits et légumes.

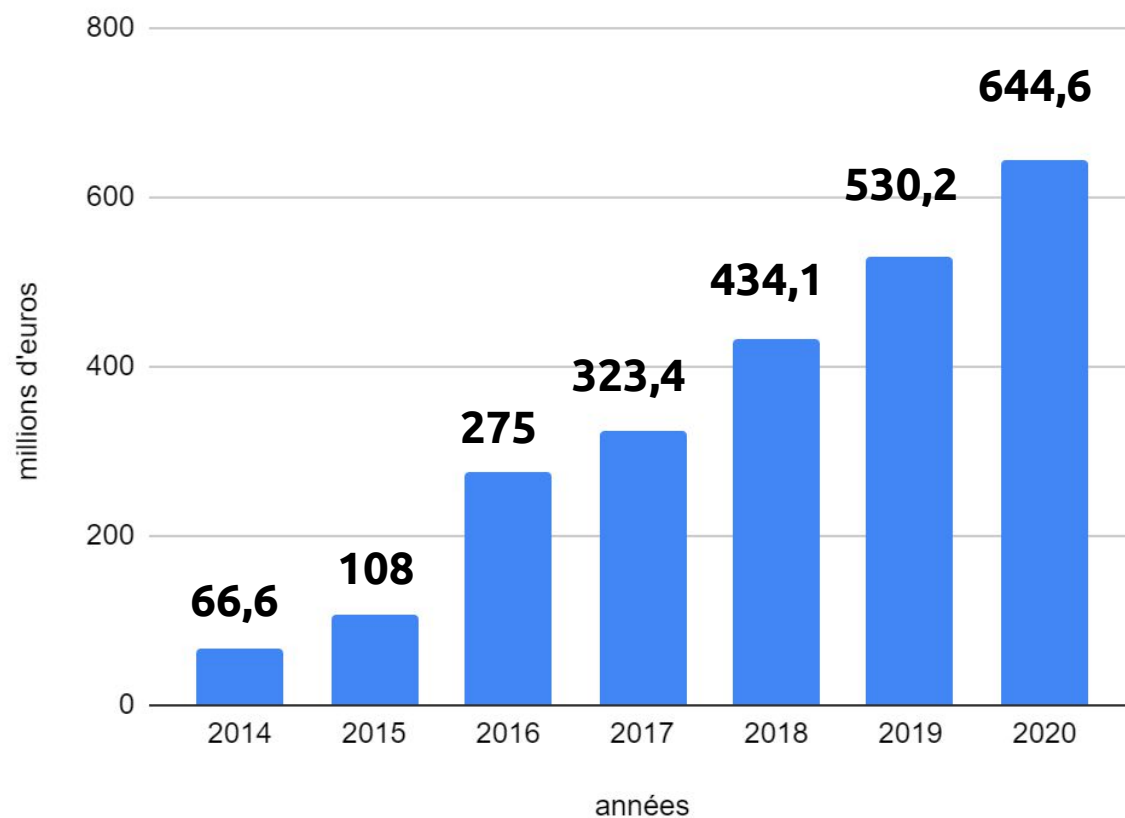
Répartition des produits alimentaires dans les filières françaises



2. Le succès du commerce équitable “made in France”



Les filières françaises poursuivent leur forte dynamique



Les ventes ont plus que doublé en 3 ans :
de 323 Millions € en 2017 à
645 Millions € en 2020



Des acteurs sur tous les territoires français

En 2020 :
90 groupements
10 200 producteurs et productrices

**Le nombre de producteurs et
productrices bénéficiaires a plus
que doublé en 4 ans : ils étaient 4 500
producteurs en 2016.**



3. Le commerce équitable en synergie avec la bio



Les produits équitables et bio : promesse gagnante pour les consommateurs

La progression de la double labellisation équitable et bio s'observe pour les filières internationales (+6 points de pourcentage) comme pour les filières françaises (+ 8 points de pourcentage).

Le succès de cette double labellisation s'explique par une appétence toujours plus grande des consommateurs pour des produits associant santé, protection de l'environnement et prix juste pour les producteurs. Par ailleurs, le commerce équitable en garantissant des prix stables et rémunérateurs aux producteurs facilite et accélère les conversions en agriculture biologique.

Filières internationales équitable + bio

90%

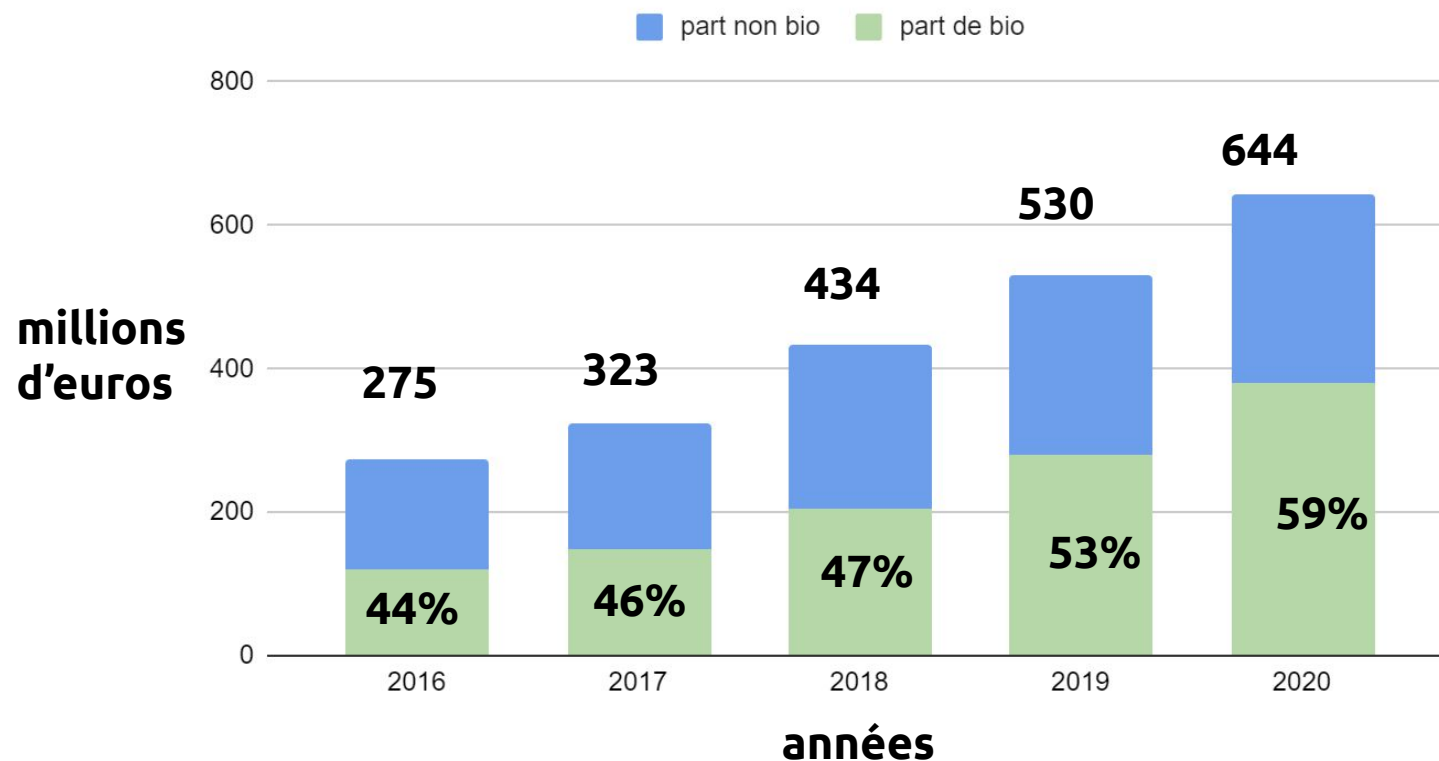


Filières françaises équitable + bio

59%



Les filières françaises : une forte progression de la double labellisation équitable + bio



La double labellisation équitable + bio progresse depuis 2016 en passant de 44% des ventes à 59%.

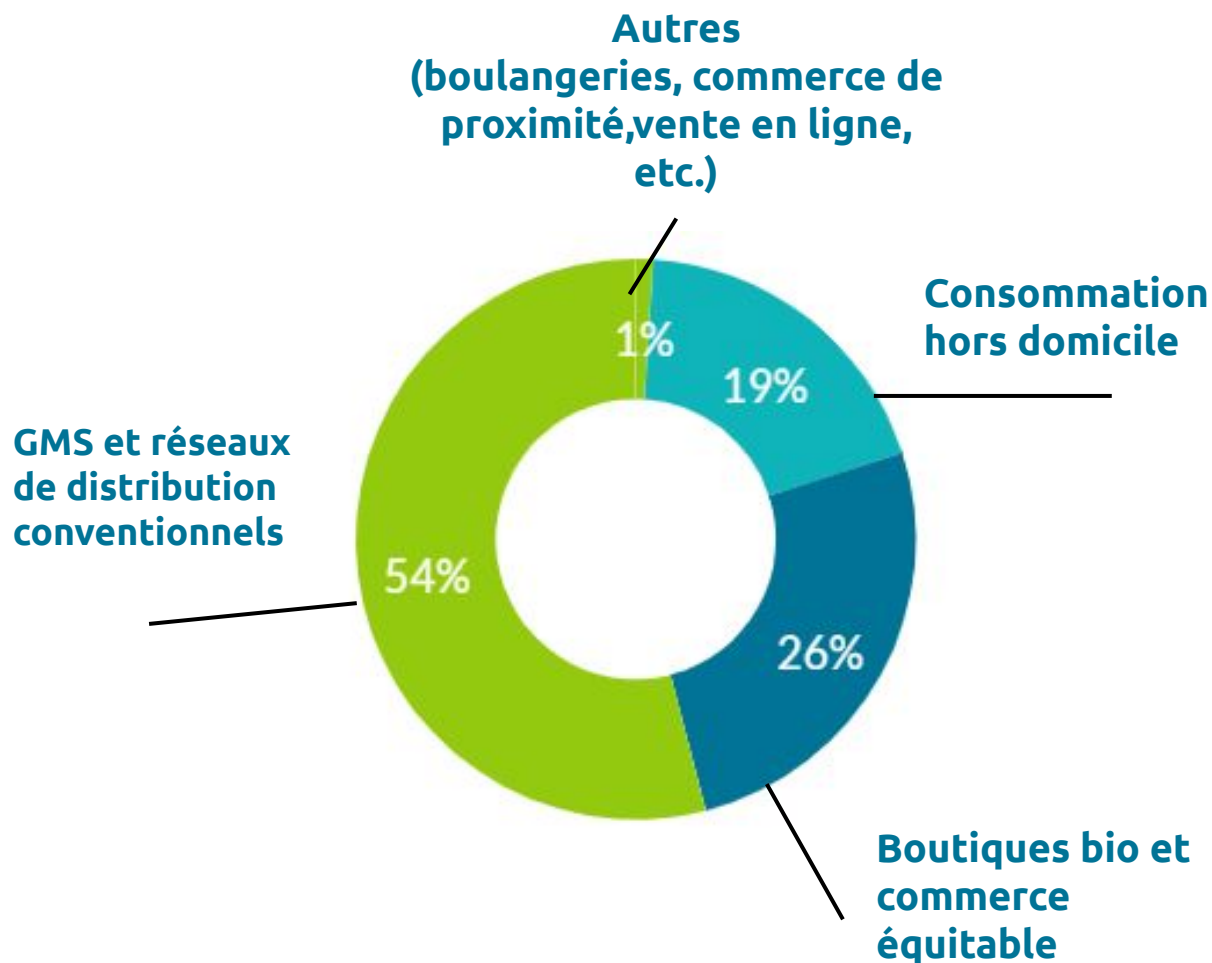


4. Distribution : les Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) s'engagent



Lieux de ventes des filières équitables internationales

- **La Grande et Moyenne Surface (GMS) reste le lieu de distribution principal : 54% (versus 42% en 2018).**
- Les autres principaux circuits de distribution sont **les magasins spécialisés bio et équitables (26 %)**. Leur rôle dans le développement du marché est particulièrement important.
- **La consommation hors domicile** (restauration, achats internes des entreprises et collectivités etc.) pèse pour **19% des ventes (versus 24%)**. Une baisse largement attribuée aux conséquences du confinement.

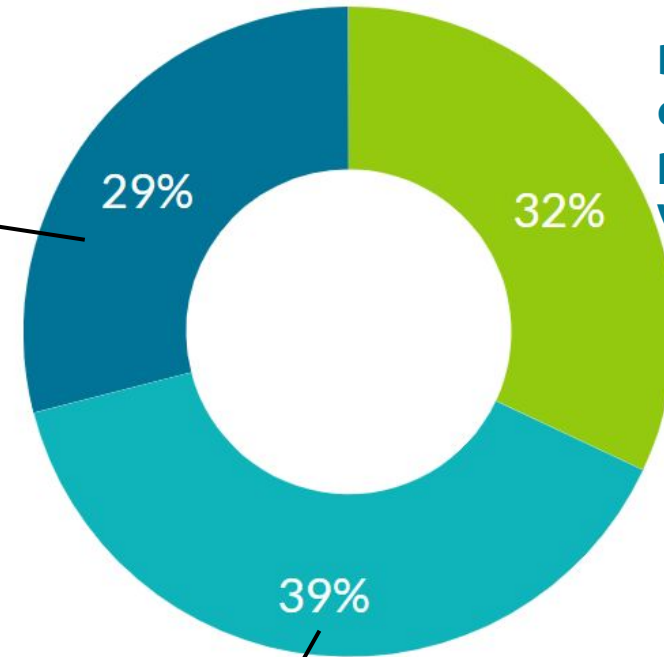


Lieux de ventes des filières équitables françaises

Les filières françaises essentiellement alimentaires trouvent leurs débouchés dans toute sorte de distribution alimentaire.

A noter la croissance très forte du taux de pénétration des produits issus du commerce équitable origine France en GMS qui passe de 14% des ventes en 2018 à 29% en 2020.

GMS et réseaux de distribution conventionnels



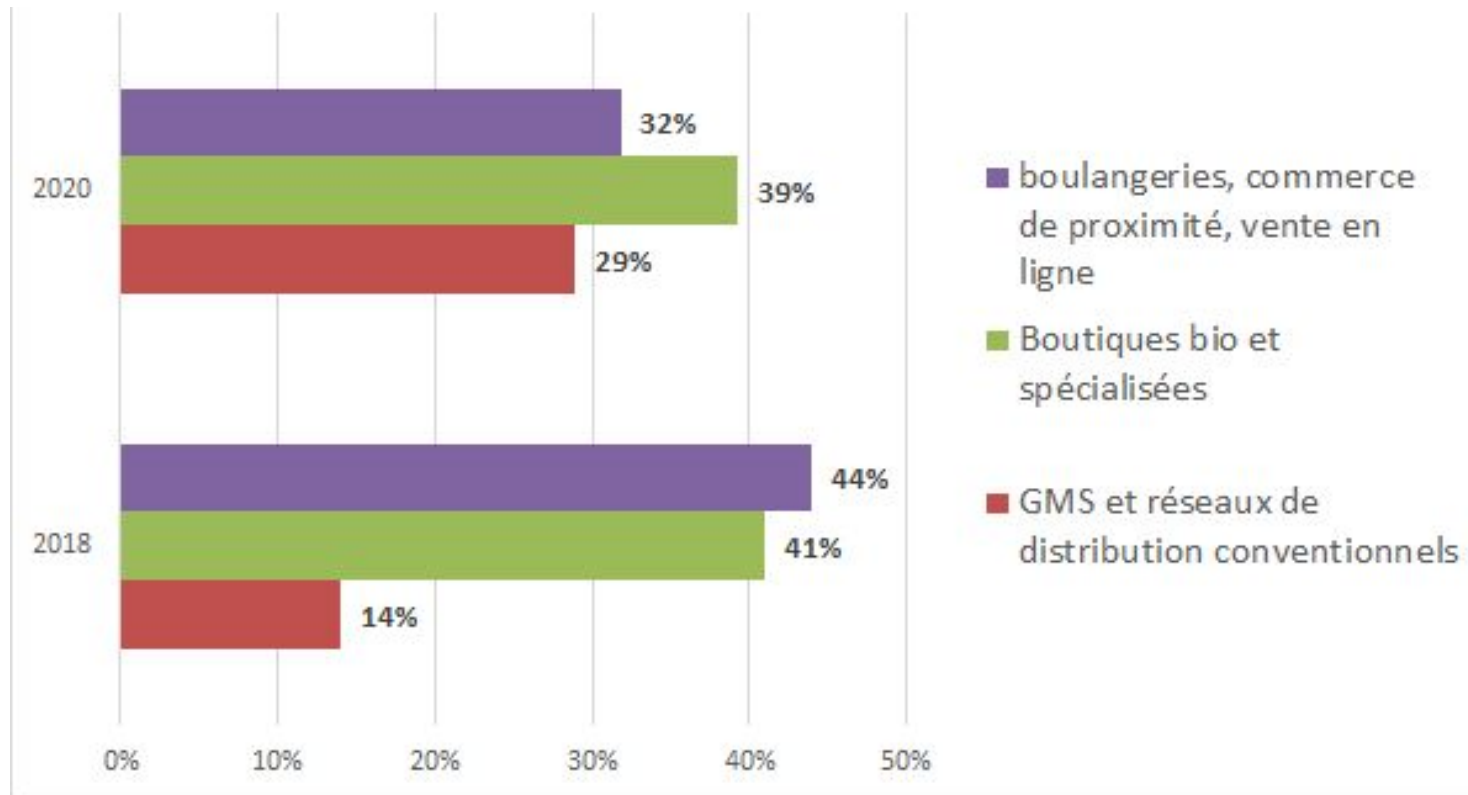
Boulangeries, commerces de proximité et, ventes en ligne

Boutiques bio et commerce équitable



Lieux de ventes des filières équitables françaises

En 2020 : les grandes et moyennes surfaces (GMS) passent à la vitesse supérieure



NEW
2020

Catégorie “Ingrédient de commerce équitable”

La catégorie “ingrédient” compile les ventes de produits composés dont seulement l'un des ingrédients est issu du commerce équitable. Elle se différencie de la catégorie “produit de commerce équitable” où tous les ingrédients qui peuvent être issus d'un commerce équitable le sont.

Cette catégorie permet à des entreprises de valoriser leurs premiers engagements en matière d'approvisionnements équitables et d'accroître les débouchés équitables pour les producteurs et les productrices.

Pour l'ingrédient labélisé, les engagements de commerce équitable sont contrôlés de la même manière que dans le cadre des “produits de commerce équitable”.

Ventes en 2020 de la catégorie “ingrédient” :
99 468 000 €

En 2020 cette catégorie concerne exclusivement des ingrédients labellisés par Fairtrade/Max Havelaar. Il s'agit en quasi totalité de produits chocolatés dont l'ingrédient “cacao” est garanti issu d'un commerce équitable.



Méthodologie : périmètre

Définition légale

Depuis la **loi sur l'Economie Sociale et Solidaire de 2014**, le commerce équitable bénéficie d'une définition légale qui s'applique quelle que soit l'origine géographique des produits, internationale comme française.

Les grands principes du commerce équitable :

1. **Des prix justes et rémunérateurs** pour les producteurs
2. **Un partenariat commercial sur la durée**
3. **Le renforcement des organisations de producteurs** avec une gouvernance démocratique
4. **Le versement d'un montant supplémentaire** pour financer des projets et des dynamiques collectives
5. **La transparence et traçabilité** des filières
6. **La sensibilisation des consommateurs** à des modes de production socialement et écologiquement durables



Méthodologie : périmètre

Pour s'assurer que les ventes comptabilisées dans l'observatoire répondent bien à l'intégralité du cadre légal, notre observatoire compile exclusivement les données garanties par des labels de commerce équitable.

Pourquoi ?

Parce qu'un label de commerce équitable :

- s'appuie sur un **référentiel**,
- met en oeuvre des **audits indépendants de contrôle de la conformité**
- est repérable par un **logo**
- et s'adresse à une **diversité d'entreprises**.



Méthodologie : périmètre

Catégorie “produits de commerce équitable”

La catégorie “produits de commerce équitable” compile les **ventes de produits issus du commerce équitable engagés avec un “label produits” de commerce équitable**. Un “label produit” signifie que **tous les ingrédients qui peuvent être en commerce équitable le sont**.



Méthodologie : périmètre

Catégorie “ingrédient de commerce équitable”



La catégorie “ ingrédient” compile les ventes de produits composés comprenant un seul ingrédient issu du commerce équitable. L’ingrédient équitable est précisé sur le logo.

Dans cette catégorie, l’ingrédient équitable représente entre 20% et 50% de la recette. Les ventes de produits composés qui ne contiennent qu’un seul ingrédient équitable ne sont pas inclus dans le résultat global des ventes de “produits équitables”.

Les catégories “produits de commerce équitable” et “ingrédients de commerce équitable” ne sont pas additionnées





Contact presse :

Anne Boisse

Responsable de la communication

boisse@commerceequitable.org

07 60 07 89 96

En savoir plus :

www.commerceequitable.org

Twitter : @EquitableFrance - LinkedIn - Facebook

