

Appui à la coordination et à la communication de la stratégie MPD/I/PRO-PME



- ▶ Estelle André – eandre@environnement.brussels
- ▶ David Monic – david.monica@ideaconsult.be
- ▶ Gaelle Vialay – gaelle.vialay@ideaconsult.be

ENSEMBLE, VERS L'ÉCONOMIE DE DEMAIN



Tour de table (5-10 min)



- ▶ Bienvenus! La parole est à vous
- ▶ Présentez-vous
- ▶ Parlez-nous en 2-3 mots des enjeux des produits équitables en Région Bruxelloise



Objectifs de l'atelier



- ▶ **Réfléchir ensemble sur la thématique des produits équitables et ses liens avec le commerce durable local**
- ▶ **Identifier les freins et comment ils peuvent être levés**
- ▶ **Définir les actions qui doivent être mises en place et partager les responsabilités**
- ▶ **Améliorer la transition dans les marchés publics**

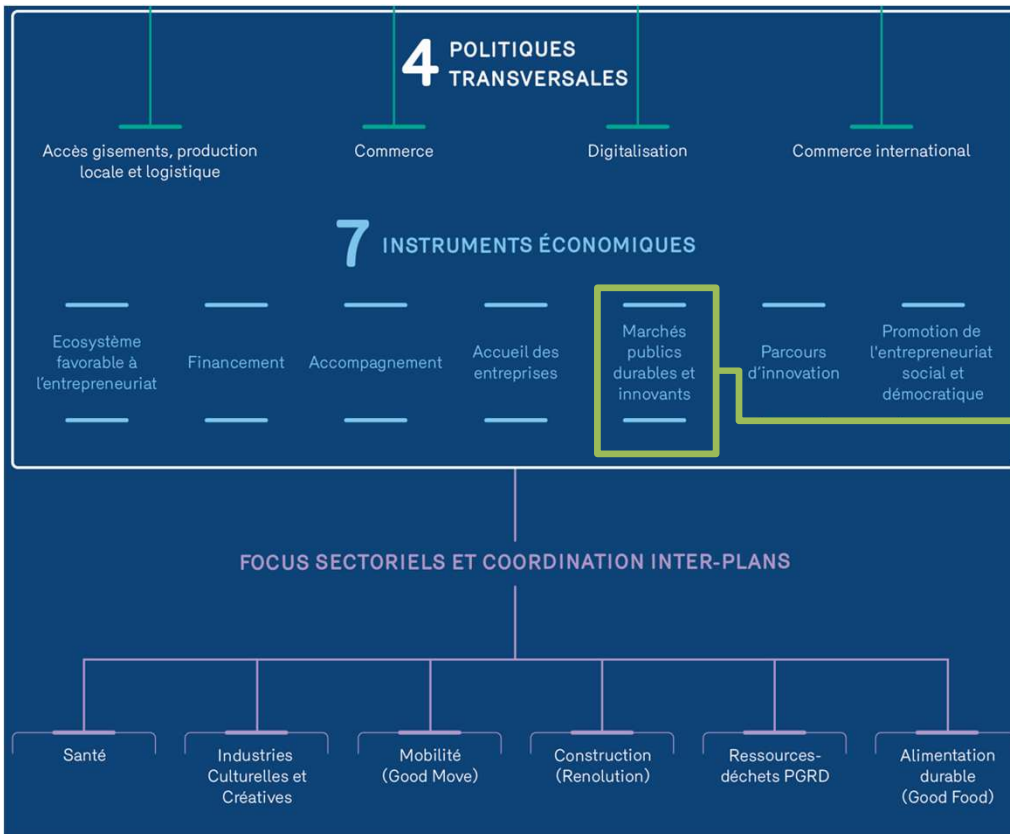


Agenda de l'atelier (3h00)

- ▶ 14h00 – 10 min Accueil et tour de table acteurs

- ▶ 14h10 – 25 min Présentation du contexte
- ▶ 14h35 – 15 min Rafale de questions
- ▶ 14h50 – 10 min Pause
- ▶ 15h00 – 60 min Lien commerce équitable et commerce durable local
- ▶ 16h00 – 5 min Pause
- ▶ 16h05 – 40 min Jeux de rôles
- ▶ 15h45 – 15 min Conclusions et prochaines étapes, ressentis
- ▶ 17h00 – fin de l'atelier

Périmètre d'accompagnement



12 mesures Marchés Publics Durables et Innovants

- MPDI1 : coordonner la stratégie
- MPDI2 : activer le levier réglementaire
- MPDI3 : monitorer les marchés publics
- MPDI4 : mettre en place le facilitateur
- MPDI5 : définir un plan d'action pouvoirs adjudicateurs
- MPDI6 : développer les clauses de lutte contre le dumping social
- MPDI7 : développer les clauses et outils de contrôle
- MPDI8 : mettre à disposition des incitants financiers
- MPDI9 : créer un portail en ligne
- MPDI10 : soutenir les marchés pilotes
- MPDI11 : développer les centrales d'achat
- MPDI12 : accompagner les entreprises



Périmètre d'accompagnement

12 mesures MPDI

MPDI1 : coordonner la stratégie

MPDI2 : activer le levier réglementaire

MPDI3 : monitorer les marchés publics

MPDI4 : mettre en place le facilitateur

MPDI5 : définir un plan d'action pouvoirs adjudicateurs

MPDI6 : développer les clauses de lutte contre le dumping social

MPDI7 : développer les clauses et outils de contrôle

MPDI8 : mettre à disposition des incitants financiers

MPDI9 : créer un portail en ligne

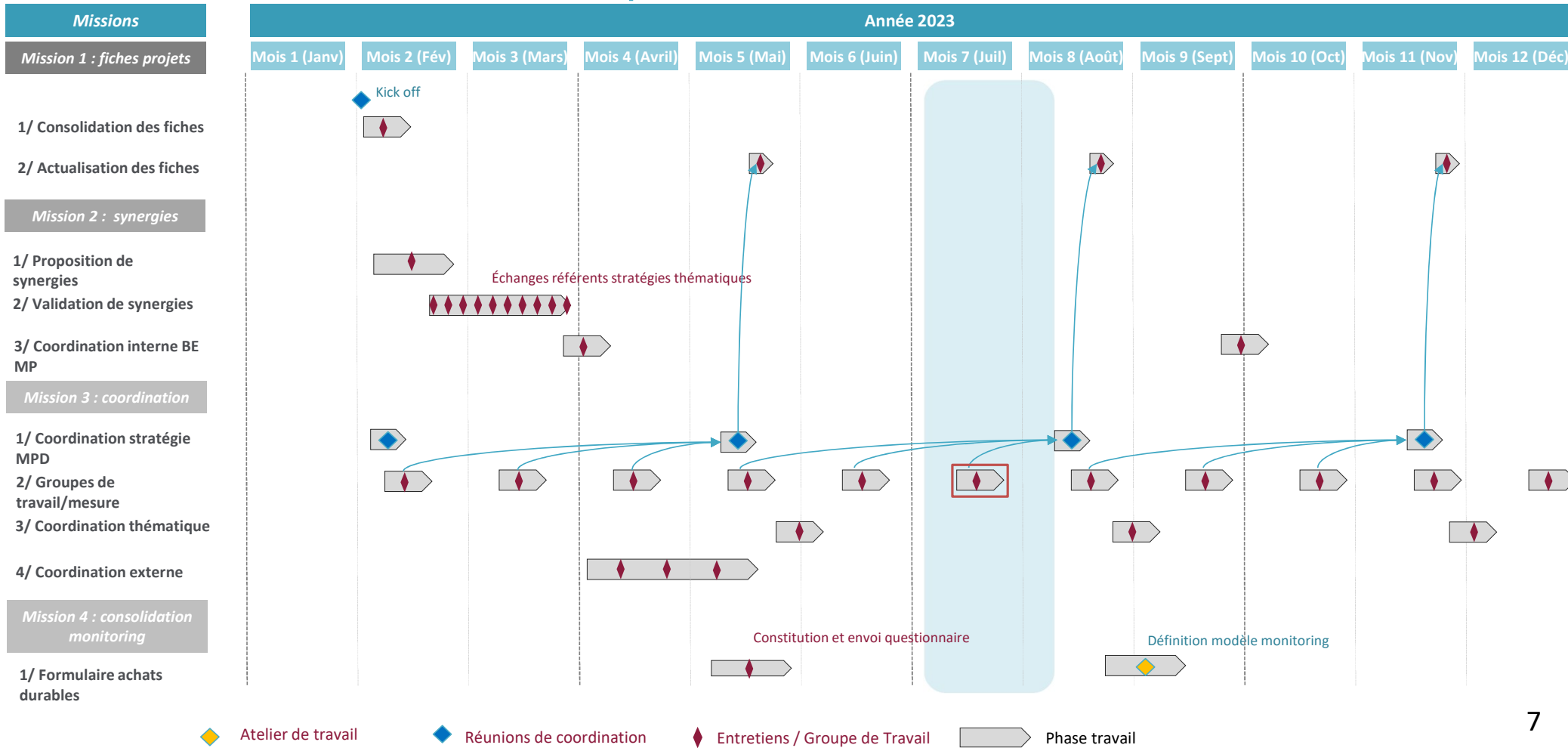
MPDI10 : soutenir les marchés pilotes

MPDI11 : développer les centrales d'achat

MPDI12 : accompagner les entreprises



Les dates de rencontre anticipées



Définition du commerce équitable : une approche unique



« Le commerce équitable est un partenariat commercial fondé sur le dialogue, la transparence et le respect visant à garantir une plus grande équité dans le commerce international.

Il contribue au développement durable en proposant de meilleures conditions commerciales aux producteurs et travailleurs marginalisés, particulièrement dans les pays en développement, tout en sécurisant leur droit.

Les organisations du commerce équitable appuyées par les consommateurs, s'emploient à soutenir activement les producteurs, à sensibiliser et à faire campagne pour obtenir un changement des règles et pratiques du commerce international conventionnel. »

Définition de 2001 approuvée par les principaux réseaux mondiaux du mouvement du CE



Charte internationale du commerce équitable



- ▶ 2018
- ▶ WFTO & FT International
- ▶ Document de référence commun
- ▶ Expliquer et reconnaître les valeurs et approches du CE
- ▶ 3 objectifs à la Charte :
 1. La sensibilisation
 2. La collaboration entre les Organisations de CE et avec d'autres organismes
 3. La reconnaissance les valeurs et approches qui rassemblent ce mouvement mondial.

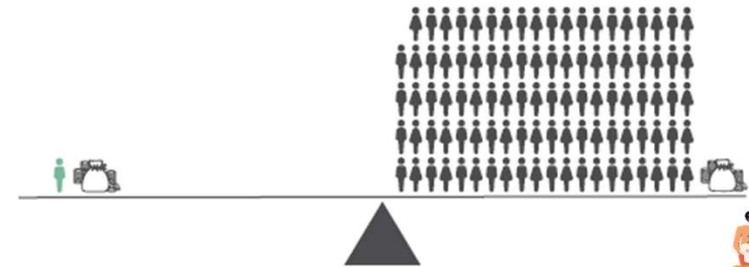


La nécessité d'un commerce équitable



- ▶ La libéralisation des échanges n'a pas tenu sa promesse de réduction de la pauvreté
- ▶ L'inégalité qui a augmenté
- ▶ La faible réglementation en matière des droits humains et de protection de l'environnement qui a échoué
- ▶ La croissance économique est là mais les gains en découlant n'ont pas été partagés de manière équitable
- ▶ Les déséquilibres de pouvoir dans les chaînes commerciales
- ▶ Le commerce conventionnel déçoit les consommateurs

1% DES PLUS RICHES POSSÈDENT
À PRÉSENT AUTANT DE RICHESSES
QUE LE RESTE DU MONDE.



Le commerce équitable n'est pas une œuvre caritative mais bien un partenariat qui génère du changement et du développement à travers les échanges commerciaux

Les valeurs fondamentales du commerce équitable (suivant la Charte) :

- ▶ Créer des conditions favorables au CE
- ▶ Parvenir à une croissance économique inclusive
- ▶ Offrir un travail décent et contribuer à améliorer les salaires et les revenus
- ▶ Rendre les femmes autonomes
- ▶ Protéger les droits des enfants et investir dans la prochaine génération
- ▶ Préserver la biodiversité et l'environnement
- ▶ Influencer les politiques publiques
- ▶ Impliquer les citoyens dans la construction d'un monde équitable

L'impact du commerce équitable et ses réalisations >> une voie à suivre





Défis pour les pouvoirs adjudicateurs Selon Ethiquable



- ▶ Manque de connaissance des critères du commerce équitable et des fournisseurs locaux.
- ▶ L'appréhension de coûts supplémentaires induits par les critères de commerce équitable (dont le prix et les labels).
- ▶ Le rôle, les capacités et la posture de l'acheteur sont aussi des éléments déterminants.
- ▶ L'incertitude quant à l'adéquation des offres aux critères du commerce équitable représente un frein notoire.



Défis pour les entreprises (PME et TPE) soumissionnaires Selon Ethiquable



- ▶ Méconnaissance des offres disponibles et des règles/procédures à suivre.
- ▶ Appréhension de la lourdeur administrative :
 - Crainte du temps nécessaire sur les tâches administratives ;
 - Crainte des amendes éventuelles ;
 - Incertitude quant au planning de démarrage et de réalisation ;
 - Lourdeurs logistiques
- ▶ Risques perçus pour la trésorerie (en cas de paiements à 60 à 90 jours, retard, absence).
- ▶ Exigence d'un chiffre d'affaires/de garantie important(e).
Les expériences de grappes /consortiums/collaborations restent compliquées à mettre en œuvre.
- ▶ Le prix reste l'élément primordial. La prise en compte de critères/labels de commerce équitable dans le cahier des charges vient en second lieu.
- ▶ Non consultation des prestataires locaux/régionaux.



Pistes/suggestions pour plus d'intégration du commerce équitable dans les marchés publics



- ▶ Informer et professionnaliser les acheteurs publics sur le commerce équitable.
- ▶ L'appréhension de coûts supplémentaires induits par les critères de commerce équitable (dont le prix et les labels). Accompagner des marchés pilotes de commerce équitable
- ▶ Faciliter la création d'une centrale d'achat de produits de commerce équitable
- ▶ Stimuler l'offre des entreprises en développant un accompagnement ciblé



Reconnaissance légale du CE ?



- ▶ Une définition, une reconnaissance légale du commerce équitable permettrait :
 - De sortir du flou actuel et se doter d'un cadre clair **permettant à de nouveaux acteurs de se lancer de manière un peu plus « sécurisée »** dans ce type de commerce.
 - D'**aider le consommateur** à distinguer les produits issus ou non du commerce équitable.
 - De **réguler les communications à destination des consommateurs** y compris pour le « Nord-Nord » où les amalgames entre local et équitable sont tentants (Commerce Equitable France)
 - De **servir de référence lors des achats publics** de produits équitables.
 - Aux pouvoirs publics de **développer de nouveaux instruments d'appui** au commerce équitable (en dehors de l'appui aux ONG du secteur : Oxfam, FTB, Miel Maya)





Proposition de loi du Parti Socialiste



- ▶ Déposée au Parlement fédéral le 24 mai 2023.
<https://www.lachambre.be/FLWB/PDF/55/3382/55K3382001.pdf>
- ▶ « **visant à reconnaître légalement et à encourager fiscalement le commerce équitable** ». Taux de TVA réduit
- ▶ Le texte du PS s'appuie pour l'essentiel sur la législation française.
- ▶ Référence à la loi belge de 2002 sur le label social pour certains aspects opérationnels : « comité pour la production socialement responsable »...
- ▶ **Prochaine étape** : mise à l'agenda de la Commission des affaires économiques : pas avant septembre.



Conseil Equitable



didier@conseil-equitable.com

+33 6 72 76 59 24

+ 32 493 29 15 50

www.conseil-equitable.com

Conseil Équitable : activités et engagements



Conseil et Prospective



Nous accompagnons différents types d'organisations (associations, ONG, entreprises, coopératives) et de personnalité.e.s politiques dans le conseil.

Nous sommes à votre service pour élaborer des campagnes de plaidoyer, des études stratégiques, marketing et commercial, ou pour initier une démarche de prospective.

[En savoir +](#)

Art et Communication



Nous utilisons l'art pour faire éclore de nouveaux projets et de nouvelles idées. Nous mettons à votre service notre plume, notre regard et notre créativité.

En ce moment, vous pourrez découvrir notre exposition photographique innovante « Mémoire de Luites », un projet au service des Droits Humains et éco-responsable.

[En savoir +](#)

Gestion et développement de projet



Nous aidons de multiples structures à développer un nouveau produit, lancer un nouveau service ou créer un projet.

Nous mettons notre expérience et notre réseau à disposition. Dans chaque projet, nous veillons à la dimension durable et aux respects des Droits Humains.

[En savoir +](#)

Cours et Formations



Transmettre fait partie de notre ADN. Former, sensibiliser et éduquer tous types de publics, qu'ils soient étudiants, bénévoles ou salariés est une passion.

Qu'il s'agisse d'une offre sur mesure, d'une conférence, ou d'un cours, nous rendons ces moments ludiques, interactifs et participatifs.

[En savoir +](#)



Conseil Équitable : réflexions et questionnements



- ▶ Comment se retrouver dans la jungle des labels et des certifications ?
- ▶ Comment accompagner les institutions et organisations dans le commerce équitable ?
- ▶ L'importance du commerce équitable « local » ou « domestique » pour développer le commerce équitable !
- ▶ Comment intégrer mieux le commerce équitable dans les démarches de RSE ?
- ▶ Comment expliquer le faible poids du commerce équitable dans les échanges internationaux ?
- ▶ Faut-il créer de nouveaux narratifs pour décroiser le commerce équitable ?
- ▶ Quelle communication et quels événements pour quel commerce équitable ?
- ▶ L'accessibilité des produits équitables (disponibilité, distribution, coût pour les consommateurs etc.)



Cadre législatif : **arrêt Max Havelaar (10/02/2012)**



Jurisprudence importante pour le commerce équitable avec conséquences énormes :

1. Demande de deux labels dans le CSC : EKO et Max Havelaar
2. Problème : on doit faire une description détaillée au lieu de faire référence aux labels
3. Réaction : il faut créer un cadre pour l'utilisation des labels → intégration dans la législation européenne marché public.



Cadre législatif : Article 54 de la loi du 17/06/2016 relative aux marchés publics



- ▶ Les exigences en matière de label :
 - ne concernent que des critères qui sont liés à l'objet du marché
 - sont fondées sur des critères vérifiables de façon objective et non discriminatoire
 - sont fixées par un tiers sur lequel l'opérateur économique qui demande l'obtention du label ne peut exercer d'influence décisive
- ▶ le label est établi par une procédure ouverte et transparente
- ▶ le label est accessible à toutes les parties intéressées



Cadre législatif : **Conclusion**



On vient de loin mais :

1. La législation permet l'introduction de critères relatifs au commerce équitable (à la condition d'être en lien avec l'objet du marché), même quand le mot commerce équitable n'est pas mentionné dans la législation.
2. La législation a facilité l'usage des labels pour permettre l'utilisation plus fluide de critères durables, dont le commerce équitable.
3. La législation a été testée durant les 6 dernières années et il n'y a plus de discussion sur l'utilisation des labels, ni sur les principes du commerce équitable.



Définition du commerce équitable



Le commerce équitable doit au minimum répondre aux critères définis par le mouvement du Commerce équitable en Europe:

- a) prix équitable pour le producteur, garant d'une rémunération équitable, couvrant les frais de production et de subsistance durables; ce prix doit au minimum être aussi élevé que le prix minimal et la prime du commerce équitable lorsque ceux-ci ont été définis par les associations internationales du commerce équitable,
- b) acompte sur le paiement, si le producteur en fait la demande,
- c) relations stables et de long terme avec les producteurs et participation des producteurs à l'établissement des normes de commerce équitable,
- d) transparence et traçabilité tout au long de la chaîne d'approvisionnement pour assurer une information appropriée des consommateurs,
- e) respect par les conditions de production des huit conventions fondamentales de l'Organisation internationale du travail (OIT),
- f) respect de l'environnement, protection des droits de l'homme, notamment des droits de la femme et de l'enfant, et respect des méthodes de production traditionnelles, favorisant le développement économique et social,
- g) renforcement des capacités et émancipation des producteurs, notamment des petits producteurs marginalisés et des travailleurs des pays en développement, de leurs organisations et de leurs communautés respectives afin de garantir la pérennité du commerce équitable,
- h) soutien à la production et à l'accès au marché en faveur des organisations de producteurs,
- i) actions de sensibilisation à la production et aux relations commerciales liées au commerce équitable, à la mission et aux objectifs du commerce équitable et à l'injustice générale des règles commerciales internationales,
- j) suivi et vérification du respect de ces critères à l'égard desquels les organisations du Sud doivent jouer un rôle plus important, pour déboucher sur une réduction des coûts et un renforcement de la participation locale au processus de certification,
- k) évaluations régulières d'impact des activités du commerce équitable;

Source: [Résolution du Parlement européen sur le commerce équitable et le développement du 06/07/2006](#) (2005/2245(INI))



Description du commerce équitable dans un marché public



- ▶ 100% des ingrédients du produit qui peuvent être issus du commerce équitable, doivent effectivement l'être;
- ▶ Le prix d'achat doit couvrir le coût de production à tout moment, y compris les coûts sociaux, environnementaux et d'autres coûts tels que les coûts de certification;
- ▶ Les producteurs reçoivent une prime supplémentaire, indépendante du prix sur le marché mondial, systématiquement incorporée dans le système de tarification;
- ▶ Des relations commerciales stables sont établies (contrats entre l'acheteur et le vendeur pour une longue période et avec un droit au préfinancement);
- ▶ Le groupe de producteurs dispose d'une structure organisée démocratiquement;
- ▶ Une interdiction de discrimination (fondée p.ex. sur la race, la religion, l'orientation sexuelle, ...) est applicable aux travailleurs tout comme le droit à la liberté d'association, le paiement d'au moins un salaire minimum légal, l'interdiction du travail forcé et du travail des enfants et le droit à des conditions de travail sûres, saines et décentes;
- ▶ Aucun produit contenant des produits agrochimiques interdits ne peut être utilisé, échangé, ou acheté / vendu par l'organisation. Les produits agrochimiques sont utilisés de manière sûre, en ce compris par l'établissement de zones tampons;
- ▶ L'organisation de producteurs applique pour sa production un plan environnemental qui réduit ou empêche l'érosion et améliore la structure et la fertilité et des sols.
- ▶ L'organisation des producteurs fait en sorte que ses membres n'utilisent ni semences ni autres cultures qui sont génétiquement modifiés.

Source: [Le commerce équitable \(Fair Trade\) dans les marchés publics – Communes du Commerce équitable](#)



Plusieurs labels disponibles sur le marché, mais avec des petites différences d'interprétation.

→ Solution: accepter tous les labels avec les critères de base suivants:

- ▶ bonnes conditions de travail
- ▶ prix minimum
- ▶ fair trade premium



Stratégie pour l'introduction du commerce équitable



1) Quels marchés ? Qu'est-ce qui est disponible sur le marché ?

2) Comment l'introduire dans le cahier des charges? Comment vérifier les clauses ?



Stratégie pour l'introduction du commerce équitable : **les produits les plus courants**



Produits alimentaires

- ▶ Facile : café, thé, chocolat, sucre, vin, jus et soft, riz et bananes
- ▶ Trouvable : mangue, ananas, biscuits, spiritueux, ...

Textile

- ▶ Facile : t-shirt, polo, sacs de course, ...
- ▶ Trouvable : pull, pantalon, vêtement de travail/sécurité (ou uniquement

Fleurs : surtout des roses, mais parfois aussi d'autres variétés



Stratégie pour l'introduction du commerce équitable : **autres** **catégories**



- ▶ **Matériel informatique** : aucun label fiable sur le marché qui peut garantir des critères sociaux → pas de possibilité d'introduire des clauses dans le cahier des charges.
- ▶ **Produits cosmétiques** : souvent très peu d'ingrédients issus du commerce équitable.
- ▶ **Ballon de sport** : très utile pour la sensibilisation des jeunes, mais pas facile à trouver donc il faut sensibiliser le marché.



Stratégie pour l'introduction du commerce équitable



Comment introduire des critères commerce équitable dans le cahier des charges ?

- ▶ Via l'utilisation des labels -> la vérification se fait aussi des labels
- ▶ Article 54 de la loi relative aux marchés publics



Conclusion



- ▶ La législation permet d'introduire des critères "commerce équitable" dans vos cahiers des charges.
- ▶ Les labels sont un très bon outil pour faciliter l'introduction de critères dans le cahier des charges et pour la vérification de ceux-ci.
- ▶ Il y a des produits du commerce équitable sur le marché à des prix concurrentiels, mais l'offre est limitée à un certain nombre de catégories de produits.

Rob Renaerts
Directeur
0032 488 994488
rob@coduco.be
www.coduco.be

Principes de l'atelier et des échanges aujourd'hui : CQFD

Pas de Censure



Viser la Quantité



Rechercher la Fantaisie



Démultiplier





Exercice de chauffe : rafale de questions
(3 +10 *minutes*)

Rafale de questions

La thématique et les présentations, ça vous évoque quoi ?



Noter un maximum de questions



3'

Chaque participant lance sa question, écoute celles des autres, complète avec d'autres questions

Pas de réponse avant la fin du temps imparti



Pause : (*10 minutes*)

Lien commerce équitable et commerce durable local (15 minutes)



- ▶ Quels sont, selon vous, les principaux freins au déploiement du commerce équitable ? (5min)
- ▶ Peut-on identifier des catégories de freins ? (10min)





Technique du "Et si..." (15 minutes)

- ▶ Et si toutes les **contraintes** du problème **disparaissaient**, comme par magie, que feriez-vous pour promouvoir, généraliser, ... les produits équitables ?
- ▶ 5 min de réflexion
- ▶ 10 min de mise en commun

Connexions insolites(30 minutes)



- ▶ Formez des groupes de 4
- ▶ Choisissez 1 mot parmi la liste ci-dessous

Crayon	Escalator	Camion	Ordinateur
Rouge à lèvres	Table	Jouet	Corde
Livre	Sac	Trombone	Couteau
Chaussures	Peigne	Lunettes de soleil	Echelle

- ▶ **Ecrivez les associations** que vous faites avec ce mot (10min)
- ▶ Restitution en plénière (15min)



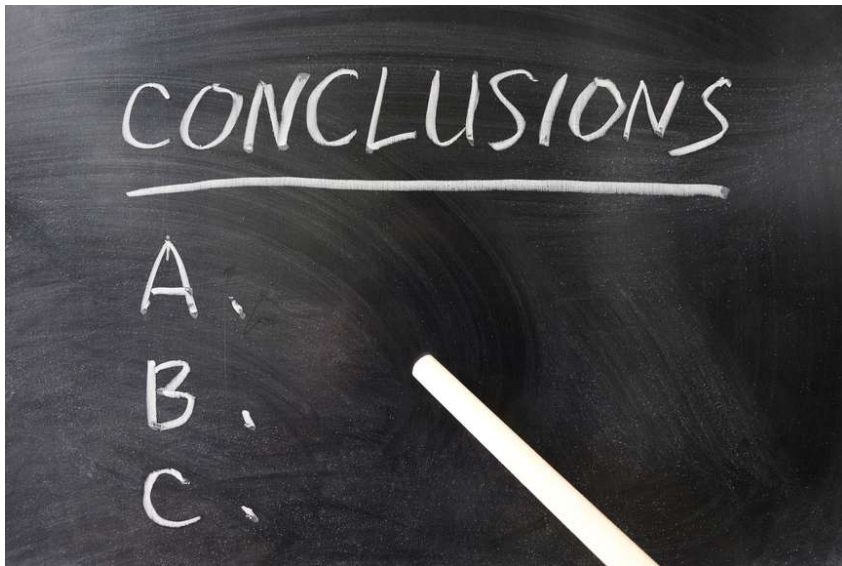
Non traité en atelier

Pause : (5 minutes)

Personal Coach (30 minutes)



- ▶ Formez des groupes de 4
- ▶ Choisissez 1 personnage parmi la liste ci-après
 - ▶ Un enfant de 6 ans
 - ▶ Un chef de PME bruxelloise
 - ▶ Un/e responsable administratif/ve chargé/e de déposer le dossier
 - ▶ Un membre d'une association en colère
 - ▶ Un membre d'un cabinet
- ▶ **Mettez-vous dans sa peau** et donnez-nous sa vision du problème (10min)
- ▶ Restitution en plénière (15min)



Conclusions et prochaines étapes (*15 minutes*)



CONTACT

www.ideaconsult.be

M. David MONIC

david.monic@ideaconsult.be

IDEA Consult

40 rue Joseph II

1000 Brussel

0474.76.30.02