

TERRITOIRES

de commerce équitable

GUIDE DU LABEL

Territoires de Commerce Équitable
Engagez votre collectivité !

- EDITION 2018 -

1ères Rencontres Nationales

TERRITOIRES

de commerce équitable

8 décembre 2017
Strasbourg



Strasbourg.ei
autonómia

LES 4 ASSOCIATIONS À L'INITIATIVE DE LA CAMPAGNE



Réseau de distribution associatif et militant, Artisans du Monde défend depuis 1974, une vision engagée du commerce équitable. Les 200 points de vente dont 110 magasins Artisans du Monde, sont des lieux où le public peut acheter des produits alimentaires et artisanaux issus à 100% du commerce équitable, mais également s'informer, s'éduquer et soutenir des campagnes en faveur d'un commerce mondial plus juste. Artisans du Monde est un mouvement composé de 140 associations locales, d'une fédération nationale et d'une centrale d'achats. Il conçoit des outils pédagogiques (agréé « association complémentaire de l'enseignement public ») et organise des formations (habilitation organisme de formation professionnel).

www.artisansdumonde.org



Fondé en 1997, Commerce Équitable France réunit une trentaine d'organisations françaises du secteur : entreprises engagées, labels, réseaux de distribution, associations de consommateurs et d'éducation à la citoyenneté mondiale, organisations de solidarité internationale et acteurs de la recherche et de l'enseignement. Le collectif promeut et défend le commerce équitable en France et à l'international pour accompagner les transitions écologiques et sociales des modes de production et de consommation. Il agit également pour plus d'équité dans toutes les relations économiques en vue d'encourager la justice sociale, les droits humains et la protection de l'environnement.

www.commerceequitable.org



FAIR[e] un monde équitable est un mouvement citoyen national, créé en 2010, incubateur d'initiatives citoyennes en faveur d'un commerce équitable et d'une consommation juste et durable. Il rassemble 22 associations locales et des adhérents individuels qui agissent concrètement au quotidien pour : sensibiliser les consommateurs et futurs consommateurs (grand public, scolaires/étudiants/enseignants), les décideurs politiques (collectivités territoriales, députés, etc.), les acteurs économiques et la société civile, à l'impact de leur consommation aux enjeux du commerce international et de l'agriculture familiale ; puis les accompagner vers un changement progressif de leurs pratiques, pour plus d'équité économique et sociale et de durabilité.

www.faire-equitable.org



Max Havelaar France, association à but non lucratif, fait partie du mouvement international de commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar. Ce mouvement met en place, à travers le label Fairtrade/Max Havelaar, des conditions commerciales plus justes pour donner aux petits producteurs et travailleurs agricoles des pays en développement les moyens de lutter par eux-mêmes contre la pauvreté et d'améliorer les conditions de vie de leurs communautés. La mission de l'association Max Havelaar France est de sensibiliser l'opinion publique au commerce équitable et de développer l'engagement des acteurs économiques et institutionnels.

www.maxhavelaarfrance.org



ÉDITO

LE LABEL *TERRITOIRES DE COMMERCE ÉQUITABLE* : UN OUTIL AU SERVICE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET SOCIALE

En France, comme dans les pays du Sud, les Objectifs du Développement Durable nous demandent de repenser nos modes de production et de consommation.

Crise des prix du lait, de la viande, du cacao ou encore de la banane : ici, comme là-bas, les petits producteurs subissent des prix trop bas et n'arrivent pas à vivre décemment de leur travail. Pourtant, ces petits prix nous coûtent très cher : pauvreté, précarité, pertes d'emplois, réchauffement climatique, épuisement des sols, diminution de la biodiversité, pollution des eaux, risques sur la santé etc.

Il est aujourd'hui impératif d'accélérer les transitions vers des modes de production et de consommation plus durable. Dans ce contexte, le commerce équitable se positionne résolument comme un modèle dont les principes ont vocation à irriguer l'ensemble des relations économiques : des prix rémunérateurs sur la durée, des relations commerciales équilibrées, des organisations économiques démocratiques, le respect de l'environnement, et la transparence vis-à-vis des consommateurs.

De leur côté, les collectivités locales, communes, départements et régions s'engagent aussi dans l'accompagnement de la transition. Elles utilisent les différents leviers de politiques publiques à leur disposition, en lien avec leurs compétences, pour mobiliser les acteurs de leur territoire. La commande publique, la structuration de filières durables et équitables, l'éducation à la citoyenneté sont autant de moyens pour renforcer les dynamiques collectives.

Le label *Territoires de Commerce Équitable* valorise et reconnaît les collectivités mobilisées en faveur de plus d'équité dans les relations économiques. Il offre un cadre aux collectivités pour stimuler et accompagner le changement en valorisant leurs démarches d'exemplarité, en mutualisant les pratiques et en favorisant la diffusion des innovations.

Merci toutes celles et ceux, élu.e.s, technicien.ne.s, militant.e.s, entrepreneur.euse.s qui participent à ce grand mouvement international en faveur d'un monde plus équitable, pour une culture du partage de la valeur, pour plus de justice sociale et pour le respect de l'environnement !

► Marc Dufumier - Président - Commerce Équitable France
► Emilie Sarrazin Biteye - Présidente - Max Havelaar France
► Daniel Beauchene - Co-Président - Fédération Artisans du Monde
► Anne Chassaing - Co-Présidente - Fédération Artisans du Monde
► Olivier Cabrera - Président - FAIR[e] un monde équitable

BIENVENUE !

Votre collectivité porte des politiques publiques en faveur du **développement durable**, de l'économie sociale et solidaire, de la commande publique responsable, de la solidarité internationale, d'une agriculture durable. Le label Territoires de Commerce Équitable contribue à la réalisation de vos objectifs sur ces thématiques, en introduisant le **commerce équitable** au cœur de la **transition sociale et écologique**. Il est pour vous une opportunité de fédérer et de développer des projets co-construits avec vos partenaires locaux, ainsi que de rendre visibles leurs initiatives.

ENGAGEZ VOTRE TERRITOIRE !

Le label *Territoires de Commerce Équitable* est un engagement sur le **long terme** incitant au développement des achats publics responsables et favorisant la sensibilisation des citoyens et des acteurs des territoires aux enjeux du commerce équitable.

Ouvert à toutes les collectivités (villes, départements, agglomérations, régions) désireuses de faire connaître et de contribuer à développer le commerce équitable, ce label constitue une véritable **démarche de progrès, en partenariat avec les acteurs locaux** (associations, commerçants, entrepreneurs, enseignants, étudiants, consommateurs), pour développer les produits équitables et ainsi donner plus de chances aux producteurs défavorisés du Sud mais aussi du Nord.

Alors n'attendez plus, rejoignez le mouvement et parlez-en autour de vous !

NOUS VOUS ACCOMPAGNONS

Ce guide vous accompagne pas à pas dans votre démarche de mise en oeuvre du label, et s'adresse à vous (élus, techniciens, bénévoles, etc.) qui oeuvrez sur votre territoire. Il vous apporte toutes les ressources nécessaires pour faciliter la mise en oeuvre des 5 objectifs ainsi que tous les documents de référence en la matière.

Ce guide est également disponible sur le site Internet du label *Territoires de Commerce Équitable* :

www.territoires-ce.fr

Bonne lecture !



01 **TERRITOIRES DE COMMERCE ÉQUITABLE, UN ENGAGEMENT PAS À PAS !**

- p03 Des Fair trade towns dans le monde ...
... aux *Territoires de Commerce Équitable* en France
- p04 Le processus pour devenir un *Territoire de Commerce Équitable*
- p05 Les instances de la mise en œuvre du label
- p05 Des citoyens engagés, partenaires des collectivités
- p06 La boîte à outils des collectivités engagées

02 **LES ACHATS PUBLICS ET L'ENGAGEMENT DES COLLECTIVITÉS**

- p07 Un cadre réglementaire et juridique favorable
- p09 Conseils pour des marchés publics équitables réussis
- p11 Agir avec les réseaux régionaux et associations locales
- p11 Se fier aux labels
- p12 Ressources pour développer vos démarches d'achats publics équitables

03 **LES 5 OBJECTIFS À ATTEINDRE PAR LES COLLECTIVITÉS**

- p13 **Objectif 1** : Mettre en place un comité de pilotage multi-acteurs, lieu d'échanges
pour co-bâtir le plan d'action et viser la réalisation des 5 objectifs du label
- p15 **Objectif 2** : Voter une délibération et acheter des produits issus du commerce équitable
- p19 **Objectif 3** : Promouvoir des actions de sensibilisation et d'éducation et communiquer sur les réalisations
- p23 **Objectif 4** : Contribuer à développer l'offre de produits équitables et soutenir les filières de production
- p26 **Objectif 5** : Inviter les principales entreprises et organisations du territoire
à s'approvisionner en produits du commerce équitable

04 **ILS INNOVENT AVEC LES COLLECTIVITÉS !**

- p29 Des idées pour s'inspirer

01 **TERRITOIRES DE COMMERCE ÉQUITABLE, UN ENGAGEMENT PAS À PAS !**

DES FAIR TRADE TOWNS DANS LE MONDE ...

A Garstang dans le Lancashire (Angleterre), des militants du commerce équitable ont fondé la 1^{ère} **Fair Trade Town** en mai 2000. La campagne a très vite mobilisé l'imagination des citoyens et éveillé l'intérêt des élus. Le projet a depuis essaimé dans toute la Grande-Bretagne : quelques 630 collectivités « Fair Trade Towns » (villes, villages, « county », quartiers etc.) portent fièrement le titre en 2017.

Une véritable **dynamique internationale** s'est lancée : 24 pays se sont engagés dont la Belgique, l'Irlande, la Suède, le Danemark, l'Autriche, l'Italie, l'Australie, la Nouvelle-Zélande, le Canada, les Etats-Unis et le Japon. En 2017, plus de 2 000 territoires ont déjà obtenu le titre Fair Trade Towns.

S'engager dans la démarche, c'est :

► **rejoindre des villes importantes** comme Londres, Paris, Bruxelles, Rio ou Los Angeles, mais aussi des départements, des régions et des collectivités de toutes tailles et de tous pays,

► **faire partie d'un mouvement international** qui cherche, par des actions positives et locales, à relier les élus et les citoyens du monde entier et à se donner les moyens de trouver ensemble des solutions collectives aux enjeux économiques, sociaux et environnementaux qui concernent chacun (sécurité alimentaire, répartition des richesses, agriculture durable, solidarité internationale, changement climatique,...).

... AUX TERRITOIRES DE COMMERCE ÉQUITABLE EN FRANCE



Territoires de Commerce Équitable est la **déclinaison française de la campagne internationale « Fair Trade Towns »**. Le label en France est co-porté par la Fédération Artisans du Monde, le collectif Commerce Équitable France, le mouvement FAIR[e] un monde équitable et l'association Max Havelaar France. Avec le soutien de l'équipe nationale, ces associations mobilisent les citoyens des territoires et proposent aux collectivités un véritable **accompagnement** via leur appui-conseil, la mise à disposition d'outils et le relai qu'elles offrent en termes de communication et de sensibilisation.

► Le premier Jury National inauguré en 2009 a attribué 14 titres *Territoires de Commerce Équitable*. Aujourd'hui, c'est 29 villes ou territoires labellisés.

En s'appuyant sur ce label, les collectivités visent à créer et développer une dynamique nouvelle à l'échelle de leur **territoire** en faveur du commerce équitable dans une logique de **consommation responsable**, en complémentarité avec les autres approches telles que les circuits courts par exemple. Après 9 ans d'expérience, *Territoires de Commerce*

Équitable structure un réseau de collectivités engagées en leur donnant les moyens de capitaliser, partager les bonnes pratiques et retours sur expériences à distance ou lors de journées spécifiques et de se former.

LE PROCESSUS POUR DEVENIR UN *TERRITOIRE DE COMMERCE ÉQUITABLE*

Une nouvelle collectivité pourra accéder au label en validant les étapes suivantes :

1 Réunir ses partenaires

Réunir ses partenaires - Le label *Territoires de Commerce Équitable* est un projet collectif entre les acteurs du territoire et la collectivité. La constitution d'un comité de pilotage représentatif des partenaires impliqués est un préalable pour la mise en œuvre des objectifs et la candidature de la collectivité au label.

Communiquer son engagement aux instances du label - La collectivité doit notifier son engagement de principe aux instances du label par courrier adressé à Commerce Équitable France ou par mail : chefdeprojet@territoires-ce.fr

2 Communiquer son engagement

3 Bâtir un plan d'action

Bâtir un plan d'action - La troisième étape va être de réunir ce comité de pilotage pour bâtir un plan d'action qui permettra d'atteindre les objectifs du label *Territoires de Commerce Équitable* (ci-dessous) dès la première année.

METTRE EN PLACE

un comité de pilotage multi-acteurs lieu d'échange pour bâtir le plan d'action de la campagne

VOTER

une délibération et acheter des produits issus du commerce équitable

PROMOUVOIR

des actions de sensibilisation et d'éducation et communiquer sur les réalisations

CONTRIBUER

à développer l'offre de produits équitables et soutenir les filières de production

INVITER

les principales entreprises et organisations du territoire à s'approvisionner en produits du commerce équitable

Voter la délibération - La collectivité devra marquer son engagement au travers du vote d'une délibération au moment de sa candidature ou bien l'avoir programmée, lors d'une assemblée ou conseil municipal à venir.

4 Voter la délibération

5 Décrocher le label

Décrocher le label (via un Jury National) - Après le vote de la délibération, il convient de déposer le dossier de candidature pour postuler au label *Territoires de Commerce Équitable*. Le label est délivré par un Jury National après examen du dossier de candidature qui doit contenir la liste des membres du comité de pilotage, le plan d'action et la copie de la délibération (votée ou programmée). Le Jury National délivre aux collectivités ayant atteint ou en phase d'atteindre ces objectifs, le label de *Territoires de Commerce Équitable* pour une durée de 3 années.

Mettre en œuvre son engagement et conserver le label (phase de déploiement)

Pour ce faire, le territoire met en œuvre son plan d'actions, qu'il évalue et ajuste année après année en comité de pilotage local. Ces évaluations annuelles, s'appuyant sur la co-responsabilité des membres pilotes, seront communiquées à l'équipe nationale *Territoires de Commerce Équitable* et transmises au Jury National à l'échéance des 3 années. Outils essentiels d'une démarche de progrès, elles doivent encourager le développement effectif du commerce équitable sur le territoire en mettant en œuvre les critères de déploiement prévus pour chaque objectif. Ainsi, une collectivité, dont la progression est jugée insuffisante par le jury, pourrait alors perdre son label.

6 Mettre en œuvre

LES INSTANCES DE LA MISE EN ŒUVRE DU LABEL TERRITOIRES DE COMMERCE ÉQUITABLE

LE COMITÉ DE PILOTAGE NATIONAL

Composé des **représentants des 4 co-porteurs**, il décide des orientations et des évolutions du label au niveau national.

LE JURY NATIONAL D'ATTRIBUTION

Renouvelé chaque année, il est **composé d'experts** dans les domaines du développement durable, de l'économie sociale et solidaire, de la coopération internationale, des achats publics ainsi que de personnalités reconnues et de partenaires financiers. Il se réunit en général en **novembre** pour examiner les dossiers et est indépendant : les co-porteurs n'y ont pas droit de vote.

LE COMITÉ DE PILOTAGE LOCAL

Il est composé des **référénts des acteurs engagés** (élus, agents de la collectivités, entreprises, associations, commerçants...). Créé et mis en place en 2017 en vue de la réalisation des objectifs, ce comité opérationnel remplace le "conseil local", présent dans la campagne de 2009 à 2017. Il vise à définir et soutenir la dynamique engagée sur le territoire.

DES CITOYENS ENGAGÉS, PARTENAIRES DES COLLECTIVITÉS



Territoires de Commerce Équitable est une démarche citoyenne. Localement, des associations de commerce équitable, aux compétences complémentaires, sont souvent présentes. Un travail collaboratif entre ces associations locales permet d'apporter un véritable soutien aux collectivités engagées : elles peuvent **être force de proposition dans l'élaboration du plan d'action, proposer des formations, organiser des actions de sensibilisations, etc.**

- Ces acteurs sont des appuis pour votre comité de pilotage !
- Un répertoire des référents locaux TDCE est disponible sur : www.territoires-ce.fr

LA BOÎTE À OUTILS DES COLLECTIVITÉS ENGAGÉES

Afin de faciliter l'engagement des collectivités et la mise en œuvre d'actions dans cette démarche, un accompagnement est proposé en matière de communication et de méthodologie.

INFORMEZ-VOUS

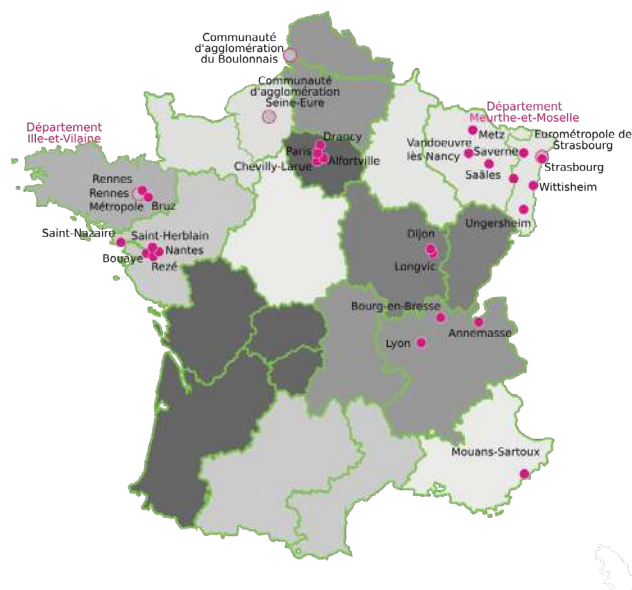
► **Le site internet** est l'outil central de la campagne à l'attention des collectivités, associations locales et de toute personne qui s'intéresse à la campagne : www.territoires-ce.fr. Vous y trouverez :

- de **l'information sur la campagne** en France et à l'international ; **sur le commerce équitable** et son impact,
- des **idées et bonnes pratiques** pour la mise en œuvre des 5 objectifs,
- la **carte des collectivités participantes**,
- des **outils téléchargeables** réservés aux collectivités engagées.

► **Recevez la newsletter mensuelle !**

Pour vous tenir informé de l'actualité du label *Territoires de Commerce Équitable* ou pour valoriser vos actions !

www.territoires-ce.fr/s/newsletter/



FORMEZ-VOUS

► Des **journées de formation, de capitalisation et d'échanges de bonnes pratiques** sont organisées plusieurs fois par an pour les collectivités engagées, dans le cadre de rencontres territoriales ou nationales mais aussi au sein de votre collectivité.

Exemples de thématique des journées : présentation d'outils et de bonnes pratiques pour la mise en œuvre des objectifs, formation des acheteurs à l'achat public équitable, le commerce équitable « origine France », les labels de commerce équitable...

Un accompagnement personnalisé est possible, grâce au chef de projet TDCE et les co-porteurs. Artisans du Monde propose un catalogue de formations et est habilité organisme de formation professionnelle.

► **Des ressources sur le secteur du commerce équitable.** Vous pouvez consulter le Centre de Ressources du site de Commerce Équitable France : www.commerceequitable.org

COMMUNIQUEZ

► **Des outils prêts à l'emploi**

Vous trouverez sur www.territoires-ce.fr des plaquettes d'information, ainsi que diverses ressources iconographiques et logos à votre disposition pour être utilisées dans la communication de la collectivité.



► **Un catalogue d'objets promotionnels**

Retrouvez le catalogue des objets de sensibilisation et de communication sur : www.territoires-ce.fr

► **Des réseaux sociaux**

Nous relayons vos actions de communication digitale sur Twitter et Facebook.

INSPIREZ-VOUS

► Découvrez la dimension internationale de la campagne : www.fairtradetowns.org

► Les Fair Trade Towns, une action pionnière de la Fairtrade Foundation au Royaume-Uni : www.fairtrade.org.uk/Get-Involved/In-your-community/Towns

► Les communes du commerce équitable belge : www.cdce.be

► Un commerce équitable qui fédère les régions transfrontalières ! www.quattrofair.org/qui-est-quattrofair.html

► Des écoles labellisées équitables pour rassembler les jeunes des territoires et les rendre partenaires de leurs collectivités ! <http://schools.fairtrade.org.uk/>

UN CADRE RÉGLEMENTAIRE ET JURIDIQUE FAVORABLE

UNE DÉFINITION OFFICIELLE DU COMMERCE ÉQUITABLE, PRÉCISÉE EN 2014 PAR LA LOI RELATIVE À L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

L'article 60 de la loi du 2 août 2005 sur les Petites et Moyennes Entreprises a posé les bases d'une définition légale du commerce équitable et l'a identifié comme un **outil de la stratégie nationale** de développement durable.

En 2014 et 2015, les alinéas II et III de la loi du 2 août 2005 ont respectivement été modifiés par :

- l'article 94 de la loi relative à l'Economie Sociale et Solidaire (Loi Hamon) du 31 juillet 2014 et le Décret n° 2015-1157 du 17 septembre 2015 relatif au commerce équitable,
- l'article 219 de la loi pour la Croissance, l'Activité et l'Egalité des Chances Economiques (dite loi Macron) du 6 août 2015 et le Décret n° 2015-1311 du 19 octobre 2015 relatif à la Commission de Concertation du Commerce.

(Extrait du site Commerce Equitable France / partie réglementaire)

À RETENIR !

LES PRINCIPAUX POINTS DES TEXTES RÉGLEMENTAIRES RELATIFS AU COMMERCE ÉQUITABLE

► Une ouverture au commerce équitable

« origine France »

L'art.94 de la loi relative à l'Economie Sociale et Solidaire a étendu la définition du commerce équitable aux échanges avec les producteurs du Nord, notamment en France. En ouvrant de nouveaux horizons pour la création de filières d'avenir, cette évolution réglementaire majeure constitue une opportunité unique de démultiplier le potentiel du commerce équitable.

► Une définition qui réaffirme les principes fondamentaux du commerce équitable :

L'article 60 mentionne désormais explicitement plusieurs principes fondamentaux du commerce équitable :

- l'organisation des producteurs et travailleurs en structures à la gouvernance démocratique
- la durabilité de l'engagement commercial,
- le paiement par l'acheteur d'un prix rémunérateur pour les producteurs, basé sur une étude des coûts de production,
- l'octroi par l'acheteur d'une prime obligatoire, destinée au financement de projets collectifs.

► Un cadre législatif renforcé pour l'utilisation de l'allégation « commerce équitable » :

La Commission de Concertation du Commerce (3C) (créée par le décret du 19 octobre 2015) met en place une reconnaissance publique des labels de commerce équitable.

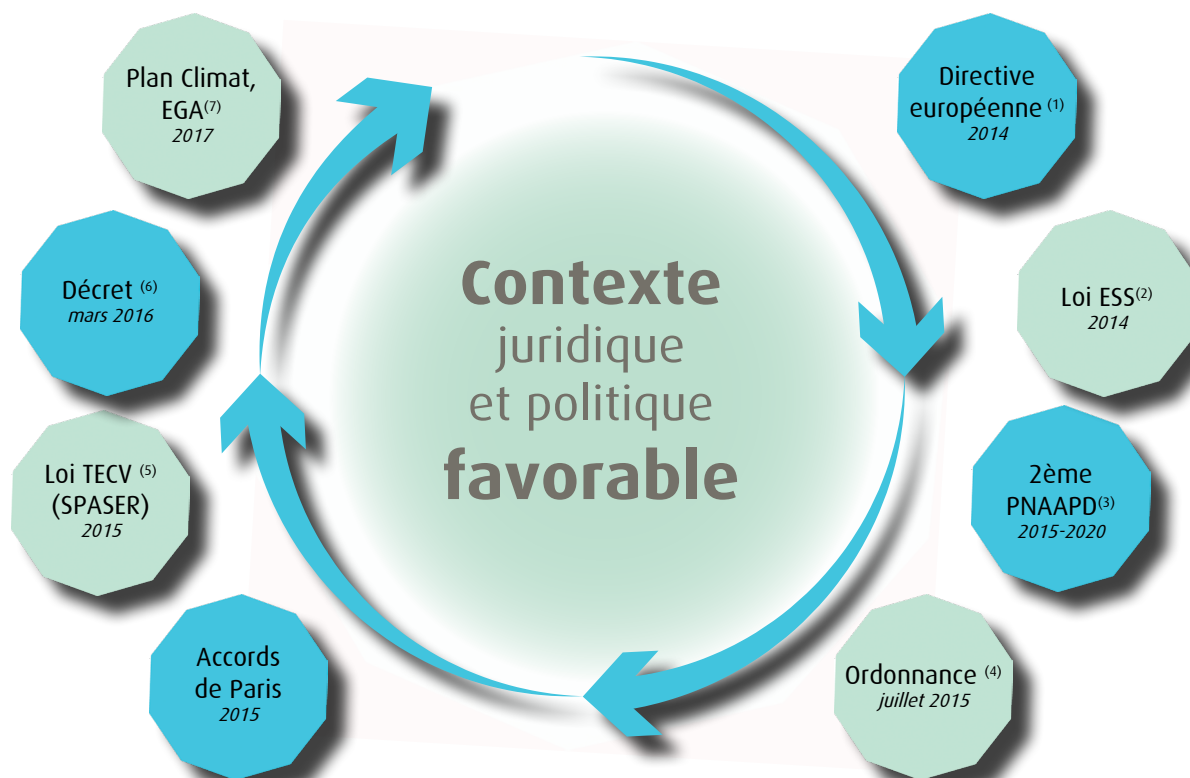


Plus d'informations : GUIDE PRATIQUE pour construire des filières agricoles et alimentaires en France
www.commerceequitable.org

DES NOUVEAUX TEXTES DE RÉFÉRENCE POUR LES MARCHÉS PUBLICS

Il existe en effet une base juridique et politique solide en France pour la prise en compte de critères de commerce équitable par les collectivités. Leur sont offerts de nombreux leviers pour développer les achats publics équitables.

- La Directive 2014/24/UE du Parlement européen et du Conseil du 26 février 2014 sur la passation des marchés publics et abrogeant la directive 2004/18/CE
- Le Décret n°2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics
- L'Ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics
- La Loi n°2015-992 du 17 août 2015 relative à la transition énergétique pour la croissance verte
- La Loi n°2014-856 du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire



(1) Directive Européenne sur la passation des marchés publics

(2) Loi relative à l'Economie Sociale et Solidaire (ESS)

(3) Plan National d'Action pour des Achats Publics Durables (PNAAPD)

(4) Ordonnance relative aux marchés publics

(5) Loi relative à la Transition Energétique pour la Croissance Verte (TECV)

(6) Décret relatif aux marchés publics

(7) Etats Généraux de l'Alimentation (EGA)

EXEMPLE

Fiche «Commerce Equitable» du SPASER de Nantes Métropole

[Cadre réglementaire : l'article 13 de la loi n° 2014-856 du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire, modifié par l'article 76 de la loi n° 2015-992 du 17 août 2015 relative à la transition énergétique pour la croissance verte].

Le Schéma de Promotion des Achats Responsables de Nantes Métropole a été adopté en mars 2017. Parmi les 11 actions de ce Schéma, le commerce équitable est identifié comme un "nouveau modèle économique" à encourager par le levier de la commande publique. Au sein de la fiche-action dédiée au commerce équitable, le label TDCE est valorisé.

COMMERCE EQUITABLE

Les objectifs poursuivis

Politiques publiques relatives à
Economie sociale et solidaire
Environnement

Objectifs opérationnels de la démarche

Introduire dans les achats de produits ciblés (denrées alimentaires, textiles, ballons) des exigences de labels garantissant un mode de production, de fabrication, de diffusion, conforme aux principes du commerce équitable.
Information et sensibilisation des agents.

Orientation stratégique de l'action :

Soutenir et promouvoir les valeurs du commerce équitable et éthique.

Objectifs réalisés et démarches exemplaires

Pérennisation des achats de textile et denrées alimentaires issus du commerce équitable.
Achats d'opportunité (achat et distribution de 800 ballons de handball issus du commerce équitable à l'occasion de l'accueil du Mondial 2017).
La Ville de Nantes est titrée *Territoires de Commerce Équitable* depuis 2009.

Objectifs de réalisation à 2020

Compléter les actions récurrentes par des achats d'opportunités
Réfléchir à une animation sur le territoire par la mobilisation des communes labellisées TDCE sur l'agglomération.

Les acteurs publics dont le montant annuel des marchés est supérieur à 100 millions d'euros hors taxe ont l'obligation d'adopter et publier un **schéma de promotion des achats socialement et écologiquement responsables (SPASER)**. L'adoption de ce schéma permet de structurer les démarches d'achats publics équitables des collectivités engagées ! Les collectivités dont le montant annuel d'achats n'atteint pas le seuil de 100 millions d'euros hors taxes peuvent cependant s'inspirer des schémas existants, et ainsi intégrer et valoriser leurs pratiques d'achats responsables et équitables.

CONSEILS POUR DES MARCHÉS PUBLICS ÉQUITABLES RÉUSSIS

EN AMONT DE LA RÉDACTION DU MARCHÉ

Définition du besoin (art. 30 de l'Ordonnance)

« La nature et l'étendue des besoins à satisfaire sont déterminées avec précision avant le lancement de la consultation en prenant en compte des objectifs de développement durable dans leurs dimensions économique, sociale et environnementale. »

- obligation d'intégrer le développement durable dès la définition du besoin,
- le commerce équitable répond aux critères sociaux et environnementaux du développement durable.

Etude préalable de marché (art. 4 du Décret)



Il est conseillé de **soigner son « sourcing »** en contactant les principaux labels de commerce équitable (voir page 11) ainsi que les réseaux nationaux (Commerce Équitable France) et locaux (associations locales du mouvement FAIR[e] un monde équitable et de la fédération Artisans du Monde) pour connaître l'offre.

- Afin de permettre aux entreprises de commerce équitable de répondre à vos marchés publics, **proposez des lots « commerce équitable » distincts !**

Allotissement (art. 32 de l'Ordonnance et art. 12 du Décret)

L'Ordonnance relative aux marchés publics de 2015 et son Décret ont réaffirmé et étendu **le principe de l'allotissement** à l'ensemble des acheteurs publics. Tout non-allotissement doit ainsi être justifié.

« Destiné à susciter la plus large concurrence entre les entreprises et leur permettre, quelle que soit leur taille, d'accéder à la commande publique, l'allotissement est particulièrement approprié lorsque l'importance des travaux, fournitures ou services à réaliser risque de dépasser les capacités techniques ou financières d'une seule entreprise. Il est ainsi particulièrement favorable aux petites et moyennes entreprises. » (DAJ – fiche technique allotissement et contrats globaux)

Extraits de l'Ordonnance :

« I. - Sous réserve des marchés publics globaux mentionnés à la section 4, les marchés publics autres que les marchés publics de défense ou de sécurité sont passés en lots séparés, sauf si leur objet ne permet pas l'identification de prestations distinctes. » (O.)

II. - Lorsqu'un acheteur décide de ne pas allotir un marché public, il motive son choix selon des modalités fixées par voie réglementaire. (II O)



L'objet du marché

Certains appels d'offre informent très clairement les soumissionnaires potentiels sur le caractère « équitable » du produit (ou du service) demandé.

Il est fortement conseillé de :

► **Indiquer dans l'avis de marché la recherche de produits équitables.**

► **S'appuyer sur les référentiels des labels de commerce équitable** et/ou sur l'article 60 modifié de la loi du 2 août 2005 sur les Petites et Moyennes Entreprises : à intégrer à la fois dans les spécifications techniques, les critères d'attribution ou les conditions d'exécution du marché.

Les spécifications techniques

► L'article 10 du Décret permet d'**exiger un label particulier** (notamment des labels de commerce équitable) comme apportant la preuve de la conformité entre les engagements énoncés et les caractéristiques environnementales et sociales des produits ou services demandés. Cette exigence pourra être accompagnée des termes « ou équivalent » pour ouvrir le marché à un opérateur économique qui n'aurait pas la possibilité d'obtenir ce label particulier ; l'opérateur économique devra alors fournir d'autres modes de preuve.

Plusieurs conditions doivent être remplies afin de mentionner un label dans un marché public :

- 1- Les exigences en matière de label ne concernent que des critères qui sont liés à l'objet du marché public ou à ses conditions d'exécution et sont propres à définir les caractéristiques des travaux, fournitures ou services qui font l'objet du marché public ;
- 2- Les exigences en matière de label sont fondées sur des critères objectivement vérifiables et non-discriminatoires ;
- 3- Le label est établi par une procédure ouverte et transparente ;
- 4- Le label et ses spécifications détaillées sont accessibles à toute personne intéressée ;
- 5- Les exigences en matière de label sont fixées par un tiers sur lequel l'opérateur économique qui demande l'obtention du label ne peut exercer d'influence décisive (indépendant).

Les conditions d'exécution

L'article 38 de l'Ordonnance permet d'imposer une **condition d'exécution** totalement **conforme à l'exigence des principes du commerce équitable**. C'est le seul moyen d'obtenir la prise en compte des principes de juste rémunération et de respect des droits fondamentaux des producteurs.

Pensez également à vous appuyer sur l'article 10 du Décret et l'exigence d'un label de commerce équitable – en mentionnant l'équivalence.

À RETENIR !

PENSEZ AUX PRODUITS ET SERVICES DU COMMERCE ÉQUITABLE POUR VOS MARCHÉS HORS PROCÉDURES

Les marchés répondant à un besoin dont la valeur estimée est inférieure à 25.000 € HT, peuvent être passés hors procédures (article 30-I-8 du Décret). « L'acheteur veille à choisir une offre pertinente, à faire une bonne utilisation des deniers publics et à ne pas contracter systématiquement avec un même opérateur économique lorsqu'il existe une pluralité d'offres susceptibles de répondre au besoin »

CHOIX DE L'OFFRE ET ATTRIBUTION

Les critères d'attribution (article 62 du Décret)

► Possibilité d'une pluralité de critères non-discriminatoires et liés à l'objet du marché public ou à ses conditions d'exécution :

- Prix ou coût,
- Un ou plusieurs critères comprenant des aspects qualitatifs, environnementaux ou sociaux.

► Indiquer dans le règlement de la consultation la pondération de ce critère et lister les critères sociaux et environnementaux à mettre en avant.

AGIR AVEC LES RÉSEAUX RÉGIONAUX ET ASSOCIATIONS LOCALES

RÉSEAUX DE LA COMMANDE PUBLIQUE RESPONSABLE

Rapprochez-vous des réseaux d'acheteurs publics responsables régionaux, pour intégrer les dynamiques de mutualisation et d'échanges entre acheteurs responsables de votre territoire, et participer aux actions qu'ils développent : formations, ateliers, groupes de travail, centres de ressources ...

ASSOCIATIONS LOCALES DE COMMERCE ÉQUITABLE

Les associations de commerce équitable de votre territoire peuvent vous aider dans vos démarches d'achats publics équitables !



Pourquoi ?

► Toutes connaissent le tissu économique local du commerce équitable et peuvent vous accompagner dans vos démarches de sourcing,

► Certaines éditent des catalogues de l'offre équitable disponible en région comme en Bretagne par exemple,

► Certaines associations, en particulier les associations locales Artisans du Monde, peuvent

également répondre à vos besoins, avec une offre adaptée aux professionnels,

À RETENIR !

LES RÉSEAUX RÉGIONAUX DE LA COMMANDE PUBLIQUE RESPONSABLE EN FRANCE

► **L'association aquitaine des achats publics responsables**

www.achatsresponsables-aquitaine.fr

► **Le réseau Grand Ouest**

www.reseaugrandouest.fr

► **Le réseau des acteurs normands pour la commande publique éco-responsable**

www.apesitesweb.wixsite.com/ran-coper

► **Maximilien en Ile-de-France**

www.maximilien.fr

► **Le réseau commande publique et développement durable de Provence-Alpes-Côte d'Azur**

www.territoires-durables-paca.org

► **Le réseau régional sur l'éco-responsabilité et le développement durable (RREDD) en Rhône-Alpes**

www.ddrhonealpesraee.org

► Vous souhaitez valoriser vos démarches d'achats publics équitables ? les associations locales de commerce équitable peuvent animer des temps de sensibilisation, d'animation et d'information sur le commerce équitable et la consommation responsable, auprès de vos agents et différentes parties prenantes internes et externes.

SE FIER AUX LABELS

Les sites des labels de commerce équitable recensent l'ensemble des produits et marques certifiés :

JE ME FIE AUX 5 LABELS

DU COMMERCE ÉQUITABLE EN FRANCE



Pour en savoir plus sur les labels : www.commerceequitable.org

Depuis la loi sur l'Economie Sociale et Solidaire de 2014, les critères du commerce équitable peuvent dorénavant s'appliquer sur des productions françaises (céréales, lait, blé, lentilles, confitures, farine, ...).

Les labels Fair For Life (anciennement Ecocert équitable) et Bio Partenaire, mais aussi les démarches d'entreprises engagées et fiables comme Ensemble du réseau Biocoop et des systèmes de garantie comme Agri-éthique, garantissent la démarche équitable.



RESSOURCES POUR DÉVELOPPER VOS DÉMARCHES D'ACHATS PUBLICS ÉQUITABLES

LES OUTILS

Petit guide du coton équitable pour acheteurs responsables

Commerce Equitable France - 2011

Liste des fournisseurs de vêtements en coton équitable

Commerce Equitable France - 2013

Le guide international des labels de commerce équitable

2018

Le Guide de l'Achat Public Équitable

2014

La plate-forme RAPIDD le Réseau des Acheteurs Publics Intégrant le Développement Durable

<http://rapidd.developpement-durable.gouv.fr>

Pro-Equitable le portail des achats professionnels équitables

<http://pro-equitable.fr>

Le catalogue de Max Havelaar France

<https://www.maxhavelaarfrance.org>

Quelques fournisseurs et liens vers leurs sites

La Boutique en ligne Artisans du Monde pour les professionnels

<http://pro.boutique-artisans-du-monde.com>

Offre « entreprises » d'Ethiquable

<http://www.boutique-ethiquable.com>

Biocoop

<https://www.biocoop.fr/>

L'offre professionnelle d'Alter Eco

<https://www.altereco.com/produits/offrepro>

L'OFFRE À DESTINATION DES PROFESSIONNELS

PRODUITS ALIMENTAIRES

Restauration collective	Riz, épices, desserts, fruits exotiques, sucre, boissons chaudes et froides Gestion en régie (marchés complets ou lots spécifiques) / Gestion concédée (à la demande auprès d'entreprises de restauration collective)
Distribution automatique	Cafés, thés, chocolats chauds, snacks Intégrés à l'offre des entreprises de distribution automatique
Réceptions et organisations événementielles	Jus de fruits, alcools, cacahuètes, noix, chips de bananes, biscuits sucrés, fruits secs Commandes spécifiques/traiteurs éthiques

PRODUITS TEXTILES

Vêtements professionnels	Vestes de cuisine, blouses, combinaisons, tenues haute visibilité, tenues haute protection Possibilité de fabrications spéciales auprès d'entreprises françaises/offres existantes dans le catalogue de l'UGAP
Vêtements d'image	Débardeurs, T-shirts, sweatshirts, polos ...
Linge de maison et accessoires	Linge d'équipement d'établissements d'hébergement ou dédiés à la petite enfance (linge de lit, linge de table, doudous...), accessoires d'images (sacs, cabas, tabliers...)

AUTRES PRODUITS

Artisanat	Cadeaux de fin d'année, de départ ou de remerciement / décoration et aménagement (objets de décoration, coffrets de beauté...)
Voyages de tourisme équitable	Comités d'entreprise, cadeaux de départ (possibilité de réservation auprès d'associations spécialisées)

03 LES 5 OBJECTIFS À ATTEINDRE PAR LES COLLECTIVITÉS

[OBJECTIF 1]

METTRE EN PLACE UN COMITÉ DE PILOTAGE MULTI-ACTEURS, LIEU D'ÉCHANGES POUR CO-BÂTIR LE PLAN D'ACTION ET VISER LA RÉALISATION DES 5 OBJECTIFS DU LABEL

POUR VOUS



Avec la création d'un comité de pilotage *Territoires de Commerce Équitable*, vous disposez d'un outil local pour vous accompagner et soutenir la dynamique engagée sur votre territoire. Il s'agit d'un lieu favorable à l'émulation, aux discussions, à l'échange. Son objectif est la **co-construction d'un plan d'actions** et **l'évaluation de l'impact** des actions passées. Le comité de pilotage **multi-acteurs** peut prendre différentes formes selon la taille de la collectivité et la gouvernance adoptée. Selon les territoires, il peut être composé d'agents de la collectivité, d'élus, d'organisations du commerce équitable, de l'ESS, de la consommation responsable, du développement durable, de l'éducation, entreprises, établissements scolaires, etc.

POUR NOUS

Cet outil d'animation et de promotion du commerce équitable joue un rôle d'interface entre vous et nous. Il nous aide à capitaliser le retour d'expériences et à évaluer les réalisations sur votre territoire.

DES CRITÈRES POUR RÉALISER LES OBJECTIFS DU LABEL

Deux options sont possibles pour une collectivité ou un groupement de collectivités :

- Un comité de pilotage multi-acteurs organisé et **piloté par la collectivité**,
- Un comité de pilotage multi-acteurs organisé et **piloté par un ou plusieurs acteurs du territoire** (association, entreprise, ou toute autre organisation...),

Le comité de pilotage se réunit régulièrement. Il transmet un plan d'action précis au Jury National puis un bilan des actions de l'année menées par la collectivité, Ce comité *Territoires de Commerce Équitable* local vous accompagne dans la mise en œuvre des critères de déploiement des objectifs 3-4-5.

DES IDÉES POUR SE LANCER

1. Composer son comité de pilotage

- Commencer par **identifier l'ensemble des acteurs du commerce équitable** présents sur votre territoire : associations locales, entreprises importatrices, commerces spécialisés, etc.
- Pour valoriser la complémentarité des approches, **identifier d'autres acteurs** pouvant être intéressés par la thématique du commerce équitable.

2. Choisir la forme et la gouvernance de son comité de pilotage

Le comité peut être piloté par la collectivité, avec la représentation d'un(e) élu(e) par exemple, ou bien par un ou plusieurs acteurs du territoire.



Composition possible :

- Les **services de la collectivité** concernés par la campagne (selon l'ordre du jour : développement durable, solidarité internationale, économie sociale et solidaire, marchés publics, commerce, communication...),
- Les **associations locales** des réseaux Artisans du Monde, du mouvement FAIR[e] un monde équitable,
- Les **acteurs locaux de l'économie sociale et solidaire**, des filières courtes, des achats éco-responsables, etc.,
- Les **organisations de l'agriculture biologique** et locale, les acteurs locaux ...
- Des **associations de commerçants**, des syndicats de parents d'élèves, des associations de solidarité internationale ou d'éducation populaire, des représentant-e-s d'établissements scolaires/universitaires engagés, etc.

► Il peut être issu de **groupes de travail** ou de conseils locaux proches de la thématique du commerce équitable, comme les achats responsables, le développement durable, l'économie sociale et solidaire ou la solidarité internationale.

3. S'appuyer sur le comité de pilotage pour agir et évaluer

► Le comité de pilotage permet une **réflexion collective** à long-terme sur les actions à mener, les leviers à utiliser et la programmation des manifestations phares.

► Outil des collectivités pour **créer une dynamique** et **assurer le suivi** des actions menées, il réalise chaque année l'évaluation du programme réalisé.

► Ainsi, il peut se réunir deux à trois fois par an pour présenter les grandes orientations, tout en donnant naissance à différents groupes de travail thématiques, qui pourront se réunir plus souvent et faire vivre la démarche tout au long de l'année.

Une fiche « Fonctionnement du Comité de pilotage » est à votre disposition sur le site *Territoires de Commerce Équitable*.

ILS MONTRENT L'EXEMPLE

En Ille-et-Vilaine, un comité de pilotage multi-collectivités pour une stratégie TDCE réussie



Afin de piloter stratégiquement leur engagement en faveur du commerce équitable, le Conseil Départemental d'Ille-et-Vilaine, Rennes Métropole et la Ville de Rennes ont rassemblé leurs énergies au sein du Conseil Brétilien du Commerce Équitable, créé en juin 2015.

Ils mettent en oeuvre les objectifs du label TDCE via un partenariat multi-acteurs (citoyens, entreprises, collectivités, acteurs du commerce équitable) fondé sur le dialogue, la concertation et le partage de bonnes pratiques.

L'objectif de ce comité de pilotage est double : non seulement développer l'achat public équitable sur le territoire brétilien, mais aussi sensibiliser le grand public et la jeunesse aux valeurs portées par le commerce équitable.

Un prix du jury TDCE est venu récompenser l'exemplarité de ce comité de pilotage en 2016.



POUR VOUS

L'engagement officiel de votre conseil d'élus en faveur du commerce équitable constitue un élément important de la démarche d'une collectivité candidate au titre de *Territoires de Commerce Équitable*. En effet, l'adoption d'une délibération marquera la reconnaissance et **la prise en compte du commerce équitable dans les politiques publiques** portées par votre collectivité et les achats publics.

POUR NOUS

Votre engagement politique et financier atteste que vous êtes prêts à agir de façon significative pour le développement du commerce équitable en France.

DES CRITÈRES POUR RÉALISER LES OBJECTIFS DU LABEL

► Le conseil d'élus vote une **délibération** qui affirme l'attachement de la collectivité à promouvoir plus d'équilibre et de justice dans les règles du commerce mondial.

► Votre collectivité **s'engage à acheter des produits** issus du commerce équitable international ou origine France pour la consommation de ses services et des établissements dont elle a la gestion (cadeaux, artisanat, vêtements professionnels, produits alimentaires pour la restauration collective) ou pour les cérémonies et cocktails qu'elle organise (boissons chaudes ou fraîches, par exemple : café, thé, ou encore jus de fruits, produits pour l'apéritif).

Critères de déploiement pour conserver le titre après 3 ans

► Votre collectivité **recense l'ensemble de ses achats** en produits équitables et l'évalue annuellement.

► Votre collectivité développe, dans le cadre de la commande publique, l'**achat d'autres catégories de produits** issus du commerce équitable (textile, cadeaux de fin d'année, objets promotionnels, etc.).

► Votre collectivité pourra **intégrer le commerce équitable dans ses documents d'engagement** : charte des achats responsables et durables, charte développement durable, charte RSE du territoire, éco-conditionnalités, agenda 21, charte de la commande publique responsable, etc.

► Votre collectivité pourra également **créer un système de pilotage des achats responsables** pour évaluer les achats équitables et leur croissance.

DES IDÉES POUR SE LANCER

Quelques suggestions pour initier votre démarche d'achat de produits équitables :

1. Organiser des réunions d'information en interne

► **Profiter des différentes réunions habituellement organisées dans votre collectivité** pour présenter votre souhait de devenir une collectivité engagée en faveur du commerce équitable.

► **Communiquer le plus largement possible auprès des agents et des élus de la collectivité**, sur l'obtention du label et sur les actions menées, via l'intranet de la collectivité ou dans les supports de communication interne.

► **Identifier les services potentiellement concernés par la campagne** selon la structuration de votre collectivité, ces services peuvent être : Achats ou Commande publique, Économie Sociale et Solidaire, Développement Durable, Relations internationales ou Coopération décentralisée, Développement économique, Artisanat et commerce, Communication...

► **Identifier les personnes qui appuieront l'élu référent pour développer la démarche.** Le choix peut se porter sur des personnes volontaires de services divers, ayant des connaissances et des compétences différentes, capables de mobiliser les autres autour d'un projet à long terme. L'objectif est de mobiliser des agents et élus impliqués sur des thématiques voisines dans le comité de pilotage.

2. Former les acheteurs

► Associer les agents de la collectivité

Entreprendre une démarche de commande publique équitable nécessite l'association des agents de la collectivité dans la mesure où ils constituent de véritables leviers administratifs. Il est important de les impliquer dans le projet en leur donnant des clés de compréhension du commerce équitable, afin notamment de répondre aux éventuelles contraintes qu'un changement de pratiques pourrait engendrer.

► Identifier l'ensemble des acheteurs de la collectivité et les former

Dans chaque collectivité, selon son organisation, plusieurs personnes sont amenées à passer des marchés dans différents services. Elles travaillent en lien avec le service des marchés ou de la commande publique. Il sera utile d'identifier ces acheteurs et de les former aux problématiques d'achat responsable. Ensuite, une veille économique pourra être organisée afin de donner aux acheteurs une bonne compréhension des acteurs du territoire et des spécificités techniques des produits.

► Bénéficier des formations « marchés publics » tenues par les co-porteurs de la campagne

Des formations et conseils en achats équitables à destination des collectivités et agents territoriaux sont régulièrement organisés par le chef de projet et les co-porteurs du label.

3. Identifier les marchés dans lesquels la collectivité peut introduire des produits équitables

► Connaître l'offre de produits équitables et la présenter aux agents (cf partie 2)

► Cartographier les marchés de la collectivité qui peuvent intégrer des produits du commerce équitable

► Identifier les occasions pour introduire des produits équitables

Les gammes de produits équitables sont variées et de nombreuses occasions s'offrent aux collectivités pour les intégrer à leurs achats :

- Pour les réceptions de la collectivité : boissons, jus de fruits, biscuits, fruits secs...
- Pour la restauration collective (restaurant scolaire ou administratif) : riz, quinoa, fruits exotiques
- Pour les distributeurs automatiques d'équipements publics (médiathèque, gymnase, accueil) : café, thé, ...
- Pour les manifestations : tee-shirts et sacs personnalisables, boissons dans les buvettes, ...
- Pour les cadeaux de la collectivité et du comité des œuvres sociales : voyages, paniers garnis, coffrets cadeaux, artisanat.

► Faire le point sur les marchés et leurs dates de renouvellement

Ayant pris connaissance de toutes ces possibilités, nous vous conseillons de faire le point sur vos marchés et leurs dates de renouvellement, afin d'identifier le moment opportun pour intégrer des produits équitables. Vous pouvez dans le même temps sensibiliser vos fournisseurs (pour les distributeurs automatiques par exemple). Enfin, il est intéressant d'évaluer la part que vous voulez acheter afin de mieux communiquer.

4. Valoriser la démarche par une communication spécifique sur le caractère équitable des produits choisis

► Communiquer auprès des utilisateurs des produits

Lors de la réalisation d'achats équitables, il est important de communiquer auprès des équipes et des agents opérationnels, qui seront eux-mêmes vecteurs de communication ou utilisateurs des produits (cas des accords-cadres, caractéristiques techniques des produits et informations sur les modes d'utilisation et de cuisson pour les produits alimentaires).

► Communiquer sur le lieu de distribution

Il est possible de mettre en place une communication visuelle adaptée : par exemple, des chevalets sur les tables de réception ou lors de manifestations, des articles dans les supports de communication de la collectivité. Pour l'affichage du caractère équitable des produits, des outils sont souvent déjà disponibles chez les fournisseurs, ou peuvent être conçus par la collectivité à partir des supports développés par *Territoires de Commerce Équitable*. Ainsi, vos achats équitables seront valorisés auprès du grand public.

ILS MONTRENT L'EXEMPLE

Le bio, local et équitable dans les cantines : Mouans-Sartoux prouve que c'est possible !



La ville de Mouans-Sartoux, du haut de ses 10 500 habitants, s'est lancée le défi du 100 % bio, local ou bio-équitable dans les 3 restaurants scolaires de la ville. Au menu pour les élèves : baguettes de pain, bananes ou encore chocolat bio et équitables...le tout en partenariat avec les producteurs locaux, 70% de l'approvisionnement arrivant directement de la région.

Le pari est gagné, les surcoûts engendrés étant absorbés par la lutte contre le gaspillage alimentaire ! Une initiative d'achat responsable évidemment saluée par le prix du jury Territoires de Commerce Équitable en 2016. La Ville, en

s'engageant sur une exemplarité globale, peut valoriser son action dans plusieurs campagnes, dont TDCE et la campagne 0% phyto, co-portée par Agir pour l'environnement, Bio consomm'acteurs et Générations futures. Cet engagement fort de Mouans Sartoux qui participe à ces actions en faveur de la préservation et de la valorisation de ses terres agricoles, forestières et naturelles lui a permis d'obtenir en 2017 le titre de Capitale Régionale de la Biodiversité !

Bourg-en-Bresse : des vêtements professionnels qui font la différence depuis 2011 !



La commune, qui compte 40 628 habitants, a adopté dans le cadre de sa politique d'achat responsable le réflexe coton équitable depuis maintenant 6 ans sur une filière sinistrée par l'exploitation des producteurs et ouvriers du textile.

C'est un engagement symbolique et fort que prend la commune : sur les 3 lots du marché de fournitures de vêtements de travail, 2 comportent un critère commerce équitable obligatoire (les tee-shirts et sweat-shirts de travail). Pour y répondre, les entreprises doivent nécessairement proposer des produits dont le coton est certifié « Fairtrade ». Les employés de la ville peuvent porter fièrement

leurs t-shirts et sweats confectionnés de manière éthique. Le petit plus qui vient pallier les coûts supplémentaires : les vêtements de travail ne sont plus attribués de manière systématique mais viennent en remplacement des vêtements usagés.

Ungersheim, la petite commune qui prouve que l'achat public équitable est accessible à tous !



Ungersheim, commune de 2200 habitants, n'est pas en reste sur les achats équitables ! Pour ses achats hors procédures : c'est directement auprès d'Artisans du Monde ou l'enseigne du bio Satoriz que se fournit la collectivité. Les agents passent ainsi commande chez leurs partenaires locaux quand ils ont besoin de boissons ou snacks pour leurs réceptions ou pour confectionner les paniers garnis qui sont offerts aux habitants de la commune lors d'occasions spéciales. Ce petit réflexe simple d'achat permet de faire vivre les petites boutiques locales engagées en faveur du commerce équitable et contribue tout à fait à remplir l'objectif 2.



[OBJECTIF 3]

PROMOUVOIR DES ACTIONS DE SENSIBILISATION ET D'ÉDUCATION ET COMMUNIQUER SUR LES RÉALISATIONS



POUR VOUS

En faisant connaître votre démarche innovante, en valorisant vos actions et celles des acteurs de votre territoire, vous renforcez votre **rôle d'acteur éco-responsable** et développez une culture partagée du commerce équitable sur votre territoire. En soutenant des initiatives permettant de sensibiliser et de mobiliser les citoyens, de tout âge, vous participez à l'**éducation à la consommation responsable** et au changement de pratiques de consommation.

POUR NOUS

Votre communication, soutenue par la campagne, augmente la crédibilité et la notoriété du commerce équitable sur le territoire national. Nous valorisons ainsi vos réalisations dans notre communication : newsletter, site web, réseaux sociaux, événements et relations presse.

DES CRITÈRES POUR RÉALISER LES OBJECTIFS DU LABEL

► Votre collectivité développe elle-même ou soutient des **actions d'éducation et de sensibilisation** au commerce équitable, y compris pour des filières françaises, auprès de la jeunesse et plus largement de tous les habitants du territoire. Les associations de commerce équitable sont des partenaires formés et engagés pour mener ces actions. Les soutenir, c'est vous donner les moyens de réaliser cet objectif 3.

► Votre collectivité **sensibilise ses collaborateurs en interne** et les citoyens aux enjeux du commerce équitable.

► Votre collectivité communique en direction des **médias locaux** et dans ses supports de communication (site internet, magazine, plaquettes...) pour valoriser les actions entreprises et son engagement dans la campagne en général.

Critères de déploiement pour conserver le titre après 3 ans

► Votre collectivité organise ou soutient, en partenariat avec les acteurs locaux engagés, des **événements festifs et mobilisateurs** à l'occasion de la Quinzaine du Commerce Équitable, du Festival des Solidarités (anciennement Semaine de la Solidarité Internationale) ou du Mois de l'ESS par exemple. La sensibilisation de la collectivité peut également porter sur les thèmes de la solidarité internationale, de la coopération décentralisée ou de l'agriculture durable.

► Votre collectivité témoigne de son engagement lors de **manifestations organisées avec d'autres collectivités locales** (rassemblement de collectivités pour le développement durable, assemblée communautaire si la collectivité appartient à une communauté de communes, etc.).

DES IDÉES POUR SE LANCER

1. Communiquer régulièrement auprès de ses citoyens et des médias locaux

► La collectivité peut utiliser différents canaux pour communiquer en externe sur ses réalisations : par exemple, créer une rubrique sur son site internet et communiquer dans son bulletin ou journal local. Des éléments visuels, tels que des affiches ou des autocollants, peuvent aussi être développés.

► Il est aussi intéressant de communiquer sur son engagement lors de chaque opération que la collectivité organise. Un dépliant de présentation de la campagne « *Territoires de Commerce Équitable* en 10 questions » est à disposition sur le site, ainsi que d'autres supports d'information et de communication.

6. Proposer des actions tournées vers l'enfance et la jeunesse

► Votre collectivité peut inclure la sensibilisation au commerce équitable dans ses divers **programmes vers la jeunesse** et dans les projets des établissements de la collectivité. **Les conseils de jeunes** peuvent également être associés à la démarche. La collectivité peut ainsi **soutenir les établissements investis** ou souhaitant s'investir dans des programmes locaux ou nationaux de **sensibilisation et d'éducation au commerce équitable**. Diverses actions peuvent ainsi être proposées aux structures de la collectivité comme les établissements scolaires, les centres de loisirs, les associations socioculturelles, qui pourront inclure le commerce équitable dans leurs activités, programmes éducatifs et périscolaires, ou projets d'établissement.

► Des **supports éducatifs**, tels que les malles pédagogiques Artisans du Monde ou des jeux sur le commerce équitable, existent et peuvent être utilisés par la collectivité (voir les contacts des associations locales).

À RETENIR !

ENCOURAGEZ VOS ÉCOLES ET UNIVERSITÉS À DEVENIR ÉQUITABLES

Pour valoriser l'engagement des établissements scolaires, de la primaire à l'université, en faveur du commerce équitable, une démarche de mobilisation et d'accompagnement est en cours.

Plus d'infos sur
www.territoires-ce.fr

ILS MONTRENT L'EXEMPLE

Dans le Grand Est, la jeunesse se fédère autour de l'expérimentation du label Établissement Équitable



L'École d'Ingénieurs en Agronomie et Industries Alimentaires (ENSAIA) est la première université française à expérimenter le label "Établissement Équitable". Ce titre vient saluer l'engagement de l'école en faveur du commerce équitable : intégration du thème à son parcours de formation, vente de paniers de produits locaux et équitables, participation à la Quinzaine, constitution d'un comité de pilotage... Les jeunes étudiants de Meurthe-et-Moselle ont pris un engagement fort à cette occasion et ont l'intention de devenir de vrais partenaires pour la collectivité. Cette nouvelle démarche en phase de test a aussi été attribuée à 3

lycées (le lycée Sainte Marie de Saint Sernin de Toulouse, le lycée Bel Orme de Bordeaux et le lycée d'Estournelles de Constant à la Flèche). En soutenant les initiatives équitables portées par les écoles et universités, les collectivités participent à redynamiser le commerce équitable en favorisant le dialogue intergénérationnel. Surtout, elles gagnent des partenaires solides et motivés pour la mise en oeuvre de leurs objectifs sur leur territoire.

A Saâles, la sensibilisation au coeur du bourg



Le petit village de Saâles dans le Grand Est et ses 900 habitants prouvent que ce n'est pas la taille qui compte pour s'engager en faveur du commerce équitable : des petites actions au message fort, c'est aussi l'esprit du label TDCE. Le maire du village s'est impliqué dans des actions de sensibilisation, notamment auprès des élèves du lycée professionnel qui découvrent chaque année ce modèle de commerce autour d'un petit déjeuner équitable offert par la commune.

Alfortville : le doudou qui raconte l'équitable aux familles



Pour toucher petits et grands, Alfortville a misé sur le doudou en coton bio équitable "origine France", distribué à tous les enfants des crèches et des écoles maternelles de la commune. Le petit doudou lapin est brodé aux couleurs de TDCE et fourni avec son livret qui explique aux parents les valeurs du commerce équitable et la démarche mise en oeuvre sur le territoire d'Alfortville. Une action symbolique qui ravit les familles et s'avère un excellent support de communication !

Un brunch saveur équitable à Nantes



Chaque année, le grand brunch équitable et local, organisé avec le soutien de la Ville de Nantes, les associations locales Napce et la Confédération Paysanne 44, attire les foules ! Cet événement festif et ludique est l'occasion de faire découvrir les produits du commerce équitable Sud ou "origine France" tout en sensibilisant les citoyens à la consommation responsable : le brunch s'accompagne d'une disco soupe pour lutter contre le gaspillage alimentaire et bien sûr de temps d'échanges autour de l'actualité du commerce équitable.

Communiquer haut et fort son engagement



Quelques collectivités ont trouvé un moyen simple et efficace de communiquer sur leur engagement : il s'agit tout simplement d'afficher le logo TDCE sur la page du site web de la ville (Drancy) ou de dédier une page entière du site au commerce équitable, comme l'a fait la communauté d'agglomération de Seine-et-Eure. Pour une visibilité optimale de l'engagement du territoire, il est également possible de commander les panneaux d'entrée de ville *Territoires de Commerce Équitable* sur l'exemple de Wittisheim, commune du Grand Est.

UET – Université de Reims : intégrer le commerce équitable à l'offre éducative



Dans le cadre de la campagne, l'Université de Reims Champagne Ardenne a mis en place une Unité d'Enseignement Transversale (UET) d'Éducation au Commerce Équitable. De nombreux acteurs sont associés à ce projet tels que la Ville de Reims et Reims Métropole ainsi que la Chambre Régionale de l'Économie Sociale en Champagne-Ardenne. Des associations sont également impliquées dans ce projet comme Champagne-Ardenne Équitable (FAIR[e]) et Artisans du Monde Reims qui interviennent dans cette unité d'enseignement. Une réalisation pédagogique inédite ! Chaque semestre, une session est ouverte pour 25 étudiants, ce qui

représente 18h de cours. Depuis 2011, c'est donc une centaine d'étudiants (de la licence 1, au master 2 en droit et Sciences Eco) qui ont pu suivre cette UET et en obtenir la validation dans leur parcours.

[OBJECTIF 4]

CONTRIBUER À DÉVELOPPER L'OFFRE DE PRODUITS ÉQUITABLES ET SOUTENIR LES FILIÈRES DE PRODUCTION



POUR VOUS

Par l'**engagement des points de vente** (commerces de proximité, hôtels et restaurants, grande et moyenne distribution, etc.) en faveur du commerce équitable ou par le soutien que vous pourrez offrir aux acteurs du commerce équitable de votre territoire (notamment pour les régions, départements ou communautés de communes), vous contribuez à **orienter le développement économique local vers les objectifs du développement durable (ODD)**. Vous participez ainsi à l'accessibilité du commerce équitable en France tout en améliorant l'attractivité et l'adaptation des commerces et entreprises aux nouvelles demandes des consommateurs.

POUR NOUS

Votre collaboration, en tant qu'**éco-acteur et modèle à suivre**, permet de développer l'offre de produits issus du commerce équitable sur votre territoire et de pouvoir répondre à la demande croissante.

DES CRITÈRES POUR RÉALISER LES OBJECTIFS DU LABEL

- ▶ Votre collectivité favorise le **développement de l'offre** de produits issus du commerce équitable sur le territoire (commerces, stands, marchés, festivals, autres événements) et apporte son **soutien aux associations et filières équitables**.
- ▶ Le comité de pilotage organise au moins **une réunion d'information et de sensibilisation** sur l'engagement *Territoires de Commerce Équitable*, au cours de laquelle elle incitera les distributeurs, commerçants, restaurateurs et artisans à s'engager à ses côtés, en proposant à la vente des produits du commerce équitable.
- ▶ Des produits issus du commerce équitable – au moins deux catégories – sont en vente dans des magasins implantés sur le territoire de la collectivité. Votre collectivité demande aux points de vente engagés de **communiquer par un affichage spécifique sur leur vitrine** ou dans leurs magasins. Les personnes agissant pour le commerce équitable sont mises en avant.
- ▶ Votre collectivité propose des actions qui contribuent à développer le secteur, le structurer, **professionnaliser les acteurs** (formations, rencontres) ou le mutualiser (communication, RH).

Critères de déploiement pour conserver le titre après 3 ans



- ▶ Votre collectivité soutient les opérations des commerçants mettant en avant les produits du commerce équitable.
- ▶ Votre collectivité **intègre le commerce équitable dans ses actions de développement économique**, en soutenant la structuration du secteur ou en encourageant les entreprises bénéficiaires des aides économiques à intégrer le commerce équitable dans leurs achats et dans leurs pratiques (ex : mécanismes d'éco-conditionnalité des aides).
- ▶ Le comité de pilotage pourra rédiger **une charte des commerçants**

engagés dans la démarche *Territoires de Commerce Équitable*. Les signataires devront proposer des produits du commerce équitable et s'engager à promouvoir la consommation durable (qui peut également être locale, biologique, écologique...).

1. Organiser des réunions d'information et de sensibilisation ciblées

► **Identifier les corps de métier et les fédérations à mobiliser** : artisans (boulangers, pâtisseries, chocolatiers...), restaurateurs, cafetiers, hôteliers, directeurs de petites/moyennes/grandes surfaces, fleuristes... La collectivité peut aussi s'appuyer sur des associations (de quartier ou de métiers).

► **Présenter la volonté de la collectivité de s'engager pour le commerce équitable**. Une fois ces publics identifiés, vous pouvez prévoir une ou plusieurs réunions pour faire découvrir les produits issus du commerce équitable : comme par exemple organiser un petit déjeuner. L'idée est de proposer une réunion par corps de métiers afin de personnaliser l'offre présentée. Ces réunions pourront donner envie aux acteurs commerciaux de votre territoire de s'engager à vos côtés.

2. Diffuser les outils d'affichage et de sensibilisation

► **Développer des supports de communication spécifique**. Pour les commerçants désireux de participer à la campagne, la collectivité territoriale peut, à l'occasion d'opérations d'animation commerciale par exemple, soutenir l'édition de supports de communication par des associations de commerçants engagés à travers une charte ou en réaliser elle-même.

► **Travailler main dans la main avec les associations locales**. Les associations locales peuvent également initier une campagne pour le compte de la collectivité pour mobiliser la population, en incitant par exemple les clients des magasins à demander des produits issus du commerce équitable. Les associations peuvent également mobiliser directement les commerçants en les incitant à développer leur offre de produits équitables où proposer des dépôts-vente.

3. Mettre en place des opérations de promotion de l'offre avec les acteurs engagés

► **Organiser des événements grand public avec les commerçants**. La collectivité peut proposer des événements mobilisateurs pour faire connaître l'offre de produits du commerce équitable, notamment au moment de la Quinzaine du Commerce Équitable, du Festival des Solidarités ou de la Semaine du Développement Durable. Par exemple, elle peut mobiliser les restaurateurs sur des menus, les fleuristes sur des compositions florales équitables ou des voyagistes sur des séjours de tourisme équitable. L'offre des commerçants peut également être valorisée sur des marchés ou dans le cadre de salons dédiés au commerce équitable.

► **Trouver des partenaires et s'associer**. Des événements d'engagement des commerçants, comme les FAIRzones, peuvent être organisés par les associations locales, pourquoi pas avec les associations de commerçants.

► **Organiser des manifestations professionnelles**. Une fois les commerçants sensibilisés et intéressés, une manifestation professionnelle (du show-room ponctuel au salon professionnel) peut être organisée où les acteurs du commerce équitable seront invités à présenter leurs produits.

4. Soutenir et structurer les acteurs du commerce équitable ou les filières

► **Encourager les nouvelles structures économiques à intégrer le commerce équitable**. La collectivité accompagne des porteurs de projets qui souhaitent créer une entreprise ou un commerce. Elle peut sensibiliser le porteur de projet notamment en conditionnant les aides à la mise en place d'une démarche de développement durable intégrant le commerce équitable (éco-conditionnalité des aides). Les Chambres de commerce ou des métiers peuvent également être associées afin de faire connaître le commerce équitable à des artisans ou créateurs d'entreprises.

► **Soutenir les acteurs du commerce équitable**. La collectivité peut soutenir des acteurs économiques du commerce équitable et leur structuration pour des filières au sud ou au nord. Les organisations de commerce équitable sont les meilleures ambassadrices pour promouvoir, à vos côtés, une consommation et production responsable. Votre appui (subvention, soutien logistique, local commercial, communication, achats...) est un atout important pour l'animation de votre label *Territoires de Commerce Équitable*.

ILS MONTRENT L'EXEMPLE

La Meurthe et Moselle lance le défi du chocolat équitable



En 2013, dans le cadre d'un groupe de travail "filères locales et équitables", est né le challenge Équichoc. Ce projet a fédéré la collectivité et les acteurs locaux avec la Chambre Syndicale des Artisans, Pâtisseries, Confiseurs, Glaciers de Meurthe-et-Moselle. Un chef a élaboré la recette du gâteau Equichoc et les 29 pâtisseries affiliées ont pu choisir de la créer et de la commercialiser dans leurs boutiques. Un fournisseur unique de chocolat équitable a été identifié pour faciliter les commandes. Ce gâteau a pu être dégusté en novembre de la même année lors des trophées de l'économie citoyenne et solidaire, puis régulièrement à l'occasion de diverses manifestations et animations organisées par les acteurs de la promotion du commerce équitable dans le département, notamment dans le cadre des éditions successives de la Quinzaine du Commerce Équitable. Ce gâteau au chocolat labellisé a permis d'encourager les commerçants à s'impliquer dans la démarche *Territoires de Commerce Équitable* tout en sensibilisant le grand public au savoureux goût de l'équitable !

Avec Chevilly-Larue, les commerçants "rentrent dans la boucle"



Le Pôle Economie Solidaire de la ville de Chevilly-Larue s'est donné un objectif pour sa campagne TDCE de 2014 : améliorer la prise en compte du commerce équitable sur son territoire pour transformer l'achat de ces produits en réflexe. Pour y parvenir, l'initiative "rentrez dans la boucle" a vu le jour, qui appelle à la mobilisation des commerçants et des entreprises autour du commerce équitable. Pour renforcer l'interaction avec les associations locales de commerce équitable, des rencontres autour de petits déjeuners sont organisées. Le Pôle d'Economie Solidaire chevillais s'occupe de la relation avec les commerçants en les invitant notamment à des dépôts-ventes de produits issus du commerce équitable. Les entreprises du territoire ne sont pas en reste puisque des manifestations sont directement organisées dans leurs locaux, à l'occasion de la semaine du développement durable chez Orange par exemple. Les entreprises et les collectivités du territoire sont encouragées à acheter des produits équitables grâce à l'envoi régulier de catalogues de produits responsables. Une initiative qui porte ses fruits et

permet de diversifier l'offre équitable sur le territoire !

Annemasse soutient la filière mangue équitable au Bénin



La ville d'Annemasse, en soutien à l'association Aide Technique Bénévole (ATB) apporte son appui à l'Afrique de l'Ouest pour soutenir la production, la transformation et la commercialisation des fruits équitables. En 2003, avec l'aide de la Ville, la création d'une unité de séchage de fruits tropicaux au Bénin a permis de faire des confitures et des jus de fruits "les fruits de la solidarité" labellisés Max Havelaar. Ils sont composés de fruits locaux de l'entreprise SA Thomas Le Prince à Vallières et de fruits exotiques produits au Bénin. Cette action illustre les solidarités ici et là-bas, une devise qui a du sens pour la commune d'Annemasse

engagée dans les solidarités internationales depuis 2005. En 2014, la Ville s'est engagée aux côtés de l'association Aide Technique Bénévole (ATB) afin d'accompagner financièrement son projet de cluster d'entreprises spécialisées dans la filière de transformation de la mangue. En effet, face à une nouvelle crise des débouchés pour les mangues équitables, Annemasse n'a pas abandonné : un nouvel investissement s'est porté sur l'acquisition et l'installation d'une unité mobile de fabrication de jus de fruits, avec formation de techniciens afin de diversifier l'offre en provenance de l'Afrique de l'Ouest. C'est un bel exemple d'engagement solidaire que la ville porte avec son partenaire technique ATB.

A Dijon, le commerce équitable se démocratise



La ville de Dijon s'engage dans des actions de sensibilisation tout public et souhaite démocratiser la consommation des produits bio et issus du commerce équitable sur l'ensemble du territoire. En organisant une collecte de ces produits en faveur des résidences sociales et des personnes suivies par le CCAS, la commune exploite à fond le message de la solidarité véhiculé par le commerce équitable et mobilise bien évidemment ses commerçants sur cette opération. Une action forte en symboles qui contribue à faire sortir le commerce équitable de sa "niche".

[OBJECTIF 5]

INVITER LES PRINCIPALES ENTREPRISES ET ORGANISATIONS DU TERRITOIRE À S'APPROVISIONNER EN PRODUITS DU COMMERCE ÉQUITABLE



POUR VOUS

En témoignant de votre démarche d'achats responsables et équitables, vous contribuez à **amplifier les actions** de sensibilisation et les actes d'achats en faveur du commerce équitable, tout en développant et renforçant vos **relations de partenariat** avec les acteurs de votre territoire. C'est également l'occasion pour la collectivité de mobiliser autour d'un thème fédérateur pour développer une **dynamique d'achats responsables** sur son territoire et des pratiques exemplaires (des groupements de commandes peuvent également être mis en place).

POUR NOUS

Votre rôle d'exemplarité soutient la généralisation du commerce équitable à l'échelle de votre territoire.

DES CRITÈRES POUR RÉALISER LES OBJECTIFS DU LABEL

Cet objectif a pour objet d'inciter l'ensemble des acteurs de votre territoire (organisations et personnes morales) à se fournir en produits issus du commerce équitable pour leur consommation interne dans l'achat de matières premières en vue de transformation*.

► Votre collectivité organise une **réunion d'information et de sensibilisation** sur *Territoires de Commerce Équitable* au cours de laquelle elle incitera les acteurs locaux de son territoire (chambres consulaires, entreprises, collectivités, associations, établissements scolaires, universités, etc.) à suivre son exemple et à s'impliquer dans des politiques d'achats responsables. **Les structures volontaires s'engagent à acheter des produits** issus du commerce équitable pour la consommation de leurs services (cadeaux, artisanat, vêtements professionnels) et pour les cérémonies et cocktails qu'elles organisent (boissons chaudes ou fraîches, biscuits, etc.).

► Votre collectivité invite les structures volontaires à **faire connaître leur engagement et leurs réalisations auprès de leurs personnels et partenaires** afin de les sensibiliser aux enjeux du commerce équitable. Elle met à leur disposition des supports de valorisation et de promotion de leurs actions, notamment à l'occasion de la Quinzaine du Commerce Équitable.

► Votre collectivité participe ou soutient un réseau d'acheteurs responsables avec d'autres collectivités.

Critères de déploiement pour conserver le titre après 3 ans

► Votre collectivité **incite les structures volontaires à acheter** une ou plusieurs catégories de produits issus du commerce équitable.

► Votre collectivité incite les acteurs du territoire à adopter une **démarche d'achats responsables** favorisant notamment les produits issus du commerce équitable, avec l'introduction de critères d'éco-conditionnalité dans les programmes de soutien aux acteurs économiques notamment en lien avec la responsabilité sociale et environnementale des entreprises ou des organisations.

► Votre collectivité **soutient les associations** qui sensibilisent les acteurs du territoire au commerce équitable.

* Rappel : des actions de commerce équitable « origine France » peuvent être valorisées dans cet objectif (cf. N°94 DE LA LOI ESS 2014).

DES IDÉES POUR SE LANCER

1. Sensibiliser des acteurs du territoire aux achats équitables

► **Identifier les différents types d'acteurs à sensibiliser** : collectivités du territoire, entreprises, chambres consulaires, associations, établissements scolaires, établissements de service public (La Poste, la SNCF, les hôpitaux), centres de congrès, etc.

► **Organiser des réunions ciblées pour présenter l'offre équitable** par exemple autour d'un petit déjeuner équitable ou dans le cadre d'une foire aux produits. Il s'agit de s'adresser à des publics ciblés pour pouvoir leur proposer une offre adaptée à leurs besoins. Ces réunions permettront ainsi de créer une envie partagée d'agir et de s'impliquer. Elles doivent donner envie aux acteurs de votre territoire de s'engager à vos côtés pour devenir des « acteurs clés d'une collectivité qui s'engage pour le commerce équitable ».

► **Utiliser les rencontres régulières pour communiquer sur la démarche.** Il est judicieux de profiter des manifestations organisées à destination des acteurs (vœux aux entreprises et associations, inauguration d'une zone économique, d'un hôtel d'entreprises...) pour communiquer sur la démarche d'achat équitable de la collectivité et la volonté d'impulser une dynamique. En outre, dans le cadre d'une démarche de développement durable de la collectivité (de type Agenda 21 par exemple), vous pouvez profiter des réunions de travail avec les acteurs pour aborder les sujets portés par le label.

► **Organiser une formation à l'achat public équitable pour les acheteurs des collectivités.** Au niveau des communautés de communes, départements ou régions, des réseaux inter-collectivités existent sur des thématiques comme le développement durable ou l'économie sociale et solidaire. L'une des rencontres pourrait aborder le commerce équitable et les achats publics équitables et imaginer participer à un réseau régional d'acheteurs publics responsables ou des plateformes de marchés publics. En proposant d'intégrer la thématique du commerce équitable aux groupes de réflexions, d'autres collectivités adhérentes peuvent commander sur le même marché. Suite à ces réunions, il peut être intéressant de créer un groupe de travail avec les acteurs motivés par la démarche, qui pourra éventuellement intégrer le comité de pilotage local TDCE.

2. Diffuser des outils d'affichage et de sensibilisation



► Pour les acteurs locaux désireux de suivre son exemple, la collectivité territoriale peut développer des **supports de communication propres** qu'ils pourront afficher dans leurs établissements (fichiers d'autocollants et outils de promotion sur le lieu de vente par exemple).

► Il est également possible de **travailler en partenariat avec les associations locales** du commerce équitable pour mobiliser les entreprises, par exemple en relayant des campagnes nationales.

3. Recenser et valoriser des démarches innovantes

L'objectif est d'**encourager les acteurs du territoire engagés à valoriser leurs actions**. Ils peuvent communiquer sur leur engagement à la fois auprès de leurs personnels mais aussi auprès de leurs partenaires, de leurs clients ou de la presse.

Lyon, une ville leader en Économie Sociale et Solidaire



Depuis 2010, le label « Lyon ville équitable et durable » insufflé une dynamique en faveur d'une économie sociale et solidaire sur l'ensemble du territoire. Unique en France, ce label vise à identifier, promouvoir et accompagner les entreprises, commerces, artisans, lieux et événements qui répondent aux enjeux du développement durable. Le label LVED récompense l'engagement des structures sur la voie d'une gestion environnementale et sociale ainsi que leur politique d'achat et de consommation responsable. La Ville les valorise également à travers des outils de communication (actions et réseaux sociaux) et de référencement (guide des

labellisés, guides sectoriels, plan interactif). En 2016, on dénombre 230 structures labellisées, avec plus de vingt secteurs représentés. Avec son "Club", le label LVED organise une série de 10 rencontres annuelles sur le mode du "speed dating" pour mettre en réseau les acheteurs et les distributeurs, rassemblés autour d'ateliers thématiques. Des pratiques concrètes sur le terrain qui créent une synergie incroyable pour stimuler l'achat public responsable !

Strasbourg fait le choix d'une entreprise engagée pour inaugurer son label TDCE !



Dans le cadre du mois de l'Économie Sociale et Solidaire, la Ville de Strasbourg a organisé une visite médiatisée de l'entreprise SATI pour présenter publiquement son entrée dans le label TDCE en 2015. Cette entreprise offre un effet un cadre symbolique et une excellente occasion de réunir les élus, techniciens, entreprises et citoyens du territoire autour de la démarche équitable. Installé à Strasbourg depuis 1926, ce torréfacteur est membre de l'association Max Havelaar France et propose à ses distributeurs de financer des projets de développement dans les pays fournisseurs.

L'Agglomération Seine-Eure mise sur la newsletter !



La Communauté d'Agglomération Seine-Eure a trouvé une idée simple et efficace pour créer du lien entre les entreprises du territoire et les acteurs du commerce équitable. L'Agglomération a créé un encart sur le commerce équitable dans sa newsletter économique destinée aux entreprises. Ainsi, elle rappelle qu'elle est engagée dans la démarche *Territoires de Commerce Équitable* et invite les entreprises à y prendre part ! C'est aussi une façon de mettre en réseau les distributeurs de produits équitables et les entreprises qui souhaitent s'approvisionner. Une mesure peu coûteuse et accessible à tous qui mérite d'être dupliquée.



04 ILS INNOVENT AVEC LES COLLECTIVITÉS !

Les citoyens sont des acteurs incontournables des *Territoires de Commerce Equitable* !

Rassemblés en groupes, comités ou associations, ils créent chaque année différentes actions innovantes pour entraîner prise de conscience et comportements adaptés chez l'ensemble des citoyen-ne-s et les acteurs des territoires comme les entreprises et les commerçants.

Appui de terrain des collectivités, ils permettent de prendre part à des actions d'ampleur, ambitieuses. Voici quelques exemples d'actions innovantes, mises en œuvre une ou plusieurs fois, pouvant se révéler source d'inspiration pour vos comités de pilotage, en lien avec l'objectif 3.

Souvent, les mécanismes sont simples et peuvent être facilement répliqués, avec un peu de créativité !



Engager par l'émulation !

SI TU T'ENGAGES... ALORS MOI AUSSI !

Comment déclencher concrètement le passage à l'acte ? La plateforme web Koom.org rassemble une communauté de citoyens prêts à agir ensemble et mise sur le levier du défi pour changer les particuliers, les entreprises et les villes, sur des enjeux liés au développement durable. L'engagement des citoyens déclenche l'action d'une ville ou d'une entreprise. A Clichy, l'engagement de 200 personnes à circuler à vélo a stimulé celui de la Mairie en faveur de ce mode de déplacement. Ce triptyque entre collectivités, entreprises, citoyens s'envisage aussi par la démultiplication de plateformes. Une manière ludique de mettre en valeur l'impact collectif positif des actes individuels et l'interdépendance des engagements !



1

Vous et 199 personnes vous engagez sur ce défi en cliquant sur "J'agis"



2

La Mairie de Clichy donne 5000€ à Solicycle



3

500 enfants sont sensibilisés à la réparation de vélo

Organisez un défi avec les acteurs locaux.

Jouez sur l'exemplarité et le témoignage positif pour engager ! En montrant que c'est possible, vous ouvrez la voie à l'implication. « Seul, je ne peux pas grand-chose mais en voyant ce qui est possible ou déjà fait ailleurs, alors je peux faire plus » !

La force du mécanisme repose sur une logique du gagnant/gagnant où chacun s'y retrouve. C'est le principe de la carotmob par exemple !

#FaitesLeVousMême

AU CANADA, CHALLENGE ÉQUITABLE ENTRE CAMPUS ÉTUDIANTS

Chaque année, des records insolites sont réalisés par les étudiants des campus canadiens : le plus grand smoothie à la banane ou le plus gros brownie au chocolat équitable,... accompagnés par les associations locales comme AQCE au Québec. La demande est grande de la part des jeunes, qui apprécient cet esprit d'émulation entre universités. L'objectif étant, de manière ludique, d'impliquer les étudiant-e-s et d'attirer les médias pour donner envie à d'autres campus de relever le défi. Au Canada, 25 villes et 28 campus sont désignés équitables, et le défi est un moyen envisagé pour essaimer et toucher d'autres cercles d'organisations et de campus.



Donnez envie par l'exemplarité et l'émulation, à l'échelle de votre collectivité ! Le défi stimule la création et la diffusion d'idées entre étudiants ou entre citoyens. Des campus aux collectivités, il n'y a parfois qu'un pas : l'engagement et la motivation de l'un s'étendent à l'autre et cela fonctionne dans les deux sens ! Vous pouvez aussi rejoindre le Fairtrade challenge annuel ! (cf photo)

#FaitesLeVousMême



Sensibiliser dans l'espace public !

A BERLIN : UN DISTRIBUTEUR DE T-SHIRTS À 2€ QUI REMUE LES MÉNINGES..

Un distributeur installé en plein centre-ville de Berlin, vendant des t-shirts à 2€... La bonne affaire ! Lorsque les citoyen-ne-s veulent sélectionner une taille, se déclenche une vidéo de présentation des ouvrier-ère-s qui ont confectionné le t-shirt, et tous les vêtements vendus dans le commerce en règle générale. Journée de 16h de travail, rémunération de 13 centimes/heure..., les citoyen-ne-s prennent alors conscience de ce qui se cache derrière un tel prix. À l'issue de cette courte vidéo de présentation, une question est posée aux citoyen-ne-s : « Souhaitez-vous toujours acheter ce t-shirt à 2€ ? »

► La quasi-totalité des citoyen-ne-s ont choisi de ne pas acheter de t-shirt et de faire un don à la place. Cet outil de sensibilisation à l'impact social de notre consommation a été installé par le mouvement engagé Fashion Revolution et autorisé par la collectivité, dans le cadre de la semaine de la Mode de 2015. Le mois d'installation a été choisi pour marquer l'anniversaire de l'effondrement du Rana Plaza deux ans auparavant. A voir sur Youtube.



Invitez ces mises en scène dans vos rues pour un impact garanti ! La scénographie médiatique est un vecteur de diffusion d'un message à une large audience, jouant avec l'effet visuel choc. De nombreuses campagnes de plaidoyer s'appuient sur ce levier pour accroître la prise de conscience collective, notamment grâce au buzz médiatique produit. Ludique et non agressif, il offre un tableau urbain dans lequel les citoyens choisissent de rentrer.

#FaitesLeVousMême

Exemples collectés par FAIR[e] un monde équitable, dans son étude "Pour une mobilisation citoyenne, attractive et innovante, au service du développement du commerce équitable en France".

LE COLLECTIF ÉTHIQUE SUR L'ÉTIQUETTE, RELAIS DE LA CAMPAGNE



Le collectif Ethique sur l'étiquette regroupe une vingtaine d'ONG, de syndicats, d'associations de consommateurs et d'associations d'éducation populaire, engagés pour la défense des droits humains au travail dans le monde et l'encadrement de l'activité des multinationales.

Il concentre son action sur les secteurs à forte intensité de main d'œuvre comme le textile ou l'électronique. Sur la base d'informations documentées en provenance des pays de production, il interpelle les multinationales présentes en France afin qu'elles adoptent des pratiques permettant le respect des normes internationales du travail chez leurs fournisseurs et sous-traitants, et les pouvoirs publics pour l'élaboration d'une responsabilité juridiquement contraignante des multinationales vis-à-vis de leur chaîne de valeur.

Il mobilise l'opinion pour faire pression sur les décideurs économiques et politiques, notamment par le biais de campagnes. Il s'appuie sur un réseau de collectifs locaux répartis dans toute la France. Ces collectifs relayent les campagnes, organisent diverses actions publiques pour informer et mobiliser les citoyens et interpellent les autorités locales.

Le Collectif inscrit son action dans une dimension internationale. Il est le membre français du réseau international **Clean Clothes Campaign**, est membre du réseau **GoodElectronics**, et fonde son action sur les relations de ses membres avec des syndicats et associations de défense des droits des travailleurs dans les zones de production à travers le monde.

ILS PARTICIPENT AU JURY



PARTICIPANTS AUX RENCONTRES NATIONALES TERRITOIRES DE COMMERCE ÉQUITABLE 2017

Mulliez-Flory : des produits éthiques, respectueux des Hommes et de l'environnement.

Leader français du vêtement professionnel sur-mesure, Mulliez-Flory vous accompagne dans la création, la mise au point et la fabrication de vos collections.

Nous créons ensemble un vestiaire complet en alliant qualité produit et comportement éthique et équitable sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement. Acteur responsable et engagé, le groupe développe la licence Fairtrade/Max Havelaar depuis 2008 auprès de tous ses clients pour assurer :

- ▶ des relations commerciales éthiques avec les petits producteurs,
- ▶ une qualité de la culture et de la récolte,
- ▶ une préservation de l'environnement : 0% pesticides, la limitation des produits chimiques, 0% OGM, gestion durable des déchets et de l'eau, maintien de la biodiversité.

Mulliez-Flory est une entreprise familiale 100% intégrée. Nos 250 collaborateurs français, basés en partie dans nos ateliers du Longeron (49), sont les garants d'un savoir-faire unique en France pour vous offrir :

- ▶ un style personnalisé à votre image,
- ▶ un large choix de tissus : coton fairtrade Max Havelaar, coton bio, fibres naturelles (chanvre, lin, Tencel®...)
- ▶ une fabrication sûre dans nos usines certifiées FLOCERT



Site web :
www.mulliez-flory.fr
Email :
contact@mulliez-flory.fr
Tel : 02.41.63.7810


MULLIEZ-FLORY
Dress for business

LES PARTENAIRES DE LA CAMPAGNE



L'UNION EUROPEENNE

Ce projet est financé par l'Union Européenne. La présente publication a été élaborée avec l'aide de l'Union européenne. Le contenu de la publication relève de la seule responsabilité de et ne peut aucunement être considéré comme reflétant le point de vue de l'Union européenne.

www.europa.eu



L'AGENCE FRANCAISE DEVELOPPEMENT (AFD)

Le présent projet/programme est cofinancé par l'Agence Française de Développement. Le présent document bénéficie du soutien de l'Agence Française de Développement. Néanmoins, les idées et les opinions présentées dans ce document ne représentent pas nécessairement celles de l'AFD

www.afd.fr

MENTIONS LÉGALES

CRÉDITS PHOTOGRAPHIES :

COUVERTURE : Max Havelaar France - Soloba Madi Keita - FAIR[e] un monde équitable - Territoires de Commerce Équitable

ILS MONTRENT L'EXEMPLE : Ville de Bourg en Bresse - Ville de Mouans Sartoux - ENSAIA - Saâles - Wittisheim Conseil Départemental de Meurthe et Moselle

PHOTO PLEINE PAGE : Artisans du Monde

COMITE DE REDACTION : Laurent Martinez et Marion Gonzales (TDCE), Anne Bentz et Estelle Dubreuil (FAIR[e] un monde équitable)

DESIGN GRAPHIQUE : Stéphanie Voyer (ACESA)

IMPRESSION : JB Bernard - impression sur papier recyclé

DEPUIS 2009

► Conseil Régional du Nord Pas-de-Calais ► Alfortville ► Cesson ► Cluses ► Dijon ► Lyon
► Montreuil ► Mouans-Sartoux ► Nantes ► Paris ► Tours ► Drancy ► Saint-Paul
► Longjumeau ► Boulogne-Billancourt ► Communauté d'Agglomération de Reims ► Saverne
► Conseil Départemental de Meurthe-et-Moselle ► Communauté d'Agglomération du Boulonnais
► Châlons-en-Champagne ► Conseil Régional d'Aquitaine ► Communauté Urbaine de Bordeaux
► Saint-Herblain ► Conseil Régional du Rhône-Alpes ► Conseil Régional du Pays de la Loire
► Bourg-en-bresse ► Bruz ► Grenoble ► Conseil Régional d'Ile-de-France ► Rezé
► Saâles ► Rodez ► Saint-Aubin ► Côtes d'Armor ► Conseil Départemental d'Ille-et-Vilaine
► Jargeau ► Conseil Départemental de Gironde ► Metz ► Orléans ► Ungersheim
► Betton ► Bouaye ► Bordeaux Métropole ► Communauté d'Agglomération de Seine-Eure
► Longvic ► Orvault ► Annemasse ► Chevilly-Larue ► Vandoeuvre-lès-Nancy ► Rennes
► Rennes Métropole ► Conseil Régional de Champagne-Ardenne ► Saint-Nazaire ► Strasbourg
► Strasbourg Eurométropole ► Reims ► Eurométropole de Reims ► Wittisheim



CONTACT

Pour plus d'informations,
veuillez contacter le Chef de Projet *Territoires de Commerce Equitable* :

Email : chefdeprojet@territoires-ce.fr

Tél. : 01 43 94 72 43

Site : www.territoires-ce.fr

Commerce Equitable France : 45 bis Av. de la Belle Gabrielle - 94736 Nogent/Marne Cedex

 @TerritoiresDeCommerceEquitable

 @CollecEquitable

UNE INITIATIVE DE

