

[SYNTHÈSE]

SÉMINAIRE ACTEURS-CHERCHEURS

« PRIX ÉQUITABLES EN FRANCE : ENJEUX & PRATIQUES POUR UN PARTENARIAT ENTRE PAYSANS, COMMERÇANTS ET CONSOMMATEURS » - 11 DÉCEMBRE 2015



1^{ER} SÉMINAIRE
NATIONAL DU
COMMERCE
ÉQUITABLE
LOCAL

UN SÉMINAIRE ORGANISÉ PAR :



AVEC LE SOUTIEN DE :



MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE,
DE L'INDUSTRIE ET DU NUMÉRIQUE
SÉCRÉTARIAT D'ÉTAT AU COMMERCE,
À L'ARTISANAT, À LA CONSOMMATION
ET À L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE





Réalisation : Plate-Forme pour le Commerce Équitable

45 bis Avenue de la Belle Gabrielle, 75012 Paris, France - Téléphone: 01 49 57 15 15

Pour en savoir plus sur la PFCE et le commerce équitable Nord-Nord, voir www.commerceequitable.org et CONTACTS

PRIX ÉQUITABLES EN FRANCE : ENJEUX & PRATIQUES POUR UN PARTENARIAT ENTRE PAYSANS, COMMERÇANTS ET CONSOMMATEURS

SYNOPSIS

Alors que la crise agricole de ces derniers mois rappelle l'impérieuse nécessité de mettre en place des modèles économiques et écologiques rémunérateurs et pérennes pour les éleveurs et agriculteurs, la loi sur l'Economie Sociale et Solidaire autorise désormais le « commerce équitable » (article 94) avec les producteurs français. Cette évolution réglementaire majeure ouvre de nouveaux horizons pour la création de filières agricoles plus équitables et offre une opportunité historique de démultiplier le potentiel du commerce équitable, dont les principes et outils ont vocation à irriguer l'ensemble des pratiques économiques.

Dans le même temps, un large mouvement d'expérimentation (épiceries solidaires, AMAP, groupements de producteurs, etc.) émerge sur les territoires et rencontre une réelle demande sociétale en faveur d'un changement vers des modes de production et de consommation plus équitables et durables. Le développement de ces initiatives est néanmoins freiné par un environnement économique et des situations de concurrence commerciale, qui tirent sans cesse les prix vers le bas. Quel changement d'échelle possible pour ces initiatives qui ont tous les atouts pour répondre aux grands enjeux contemporains ? Quels modes spécifiques d'organisation économique, de collaboration et de commercialisation inventer ?

Face à ces interrogations, les outils mis en place par les acteurs de commerce équitable et par les paysans ont fait leur preuve comme des éléments efficaces de structuration de filières à forte valeur ajoutée. Ces outils alimentent une réflexion prospective pour développer des pratiques innovantes de commerce équitable en France.

ENJEUX & OBJECTIFS DU SEMINAIRE

Nourrir la réflexion des porteurs de projets, chercheurs, collectivités, acteurs de commerce équitable et de l'agriculture paysanne et alimenter le débat sur la question du prix équitable de l'amont à l'aval des filières à travers le partage d'expériences et la mutualisation d'outils novateurs.

PROGRAMME

◆ 10H - INTRODUCTION DU SÉMINAIRE

◆ 10H15 - 12H30 [TABLE-RONDE N°1] Au-delà du jeu de l'offre et de la demande, le prix : une construction sociale et politique – Page 3 à 4

◆ 13H45 - 15H30 [TABLE-RONDE N°2] Démarches innovantes de commerce équitable en France : regards croisés entre producteurs et entreprises de l'agro-alimentaire – Page 5 à 7

◆ 15H45 - 17H15 : ATELIERS

[Atelier n°1] Comment des formes novatrices d'organisation au sein des filières favorisent-elles l'émergence de prix plus équitables pour les paysans ? - Page 8

[Atelier n°2] Concilier prix équitables aux producteurs et accessibilité pour le consommateur : études de cas – Page 9



TABLE RONDE N°1 : AU-DELÀ DU JEU DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE, LE PRIX : UNE CONSTRUCTION SOCIALE ET POLITIQUE

UNE TABLE RONDE ANIMÉE PAR JULIE STOLL, DÉLÉGUÉE GÉNÉRALE (PFCE)



Patrick Viveret, philosophe, a ouvert le débat avec la question suivante : Quelles sont les choses qui comptent le plus dans nos vies ? C'est face à la difficulté de chiffrer ces dernières en termes monétaires qu'il souhaite réinterroger la question du prix et de la richesse dans ses travaux. **« Tout de suite, ce qui compte le plus pour nous, renvoie à la question : en quoi ce qui compte le plus pour l'autre, est recevable pour moi, ou est-ce que je me sens menacé par ce qui compte le plus pour l'autre ? »**

Dans cette optique et afin de se prémunir comme il se peut de **« la novlangue du courant dominant de l'économie »**. Il est nécessaire de revisiter les mots clefs de notre langage afin de pouvoir se poser les bonnes questions. Si l'on parle d'équité, de responsabilité, de durabilité, la comptabilité strictement monétaire ne nous renseigne aucunement sur le fait de savoir si certaines activités sont bénéfiques ou au contraire destructrices.

« Si on réduit la valeur à son expression monétaire, tous les actes humains caractérisés par une création, une transmission de force de vie, deviennent invisibles. Tous ces éléments disparaissent dans le domaine de l'improductivité ». La résistance au système actuel s'inscrit dans une dynamique, celle du REV, soit le R de Résistance, le V de Vision transformatrice et par-dessus tout, le E d'Expérimentation soit la démonstration par la preuve qu'il est possible de faire autrement.

Jean-Christophe Kroll, professeur honoraire d'économie à Agrosup Dijon, a souhaité rappeler la tentative du courant classique de l'économie de vouloir fixer un prix à l'amour tout comme celle d'appliquer des hypothèses qui ne fonctionnent tout simplement pas en agriculture. Historiquement, les pouvoirs publics sont, dès que possible, intervenus auprès du secteur agricole, l'instabilité des marchés des matières premières agricoles se révélant extrêmement coûteuse.

Face au courant de libéralisation à outrance actuel, il a également souhaité rappeler que : **« Si on veut développer les investissements dans des systèmes de production durable, il faut donner au producteur agricole un minimum de sécurité pour qu'il puisse développer ces investissements ! »** Aujourd'hui en France, plus une exploitation agricole pollue, plus elle touchera d'aides publiques puisque c'est la surface qui est aujourd'hui rémunérée par ces aides au détriment d'autres critères comme la valorisation de l'emploi agricole ou de certaines bonnes pratiques environnementales.

Afin de réformer ce système, des possibilités ont été évoquées comme la création d'outils sur le modèle des contrats territoriaux mis en place au début des années 2000 (et vite supprimés...) qui privilégiaient les aides à diverses conditionnalités sociales et environnementales. Des outils qui pourraient permettre de soutenir le développement actuel d'échanges équitables et de systèmes de production durable.



Jean-Claude Balbot, paysan à la retraite et représentant du réseau InPACT (plateforme associative issue du rapprochement de réseaux associatifs agricoles, regroupés afin de promouvoir une agriculture plus durable et de proposer des alternatives concrètes aux agriculteurs sur leur exploitation) a partagé avec nous sa réflexion de presque 40 ans sur la construction des prix. L'action ayant pour lui et son épouse précédée la recherche, c'est aujourd'hui par la recherche-action qu'il continue ses travaux.

« C'est en découvrant que nous n'avions plus de voisins que nous avons cherché une agriculture durable. C'est en disant qu'il nous importe plus d'avoir des voisins qu'une ferme compétitive que nous instituons la durabilité en agriculture. Nous pouvons renoncer à des rémunérations importantes et des modes de vie dispendieux pour avoir des voisins. Le rapport de force n'est alors que l'expression de la force que nous mettons à vivre ensemble, de l'appétit que nous avons à vivre ensemble, à affirmer la nécessité de ce besoin d'échange en lieu et place du besoin d'échanger des biens. (...) Car ce prix révèle notre consentement à payer pour pouvoir vivre ensemble. Et quand le prix est bâti sans cette mesure, alors certains ne peuvent plus vivre ensemble, ne peuvent plus vivre avec nous. Il ne faut pas fuir ce rapport de force, mais être présent et affirmer haut et fort qu'un prix équitable ne s'obtient pas par nature, mais par un travail conséquent et constant. Travail qui permet aux paysans de renforcer son autonomie et au consommateur d'abandonner l'acte mécanique de son achat. »

TABLE RONDE N°1 : AU-DELÀ DU JEU DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE, LE PRIX : UNE CONSTRUCTION SOCIALE ET POLITIQUE

Pour **Nayla Ajaltouni**, coordinatrice du Collectif de l'Éthique sur l'Étiquette « *Aujourd'hui le seul acteur économique qui n'est pas redevable, c'est la multinationale* ». Dans le textile, le décorticage du prix est rendu difficile par l'opacité entretenue des filières ainsi que des modèles de production basés sur une minimisation des coûts de production les conduisant à la violation des droits fondamentaux des travailleurs comme le droit à une rémunération juste, digne, le droit à la non-discrimination, le droit d'organisation collective et l'interdiction du travail des enfants. Depuis 2010, en Asie du Sud-Est et au Maghreb, des mouvements de travailleurs très forts ont vu le jour pour revendiquer de meilleurs salaires. L'initiative « Asia Floor Wage Alliance » est soutenue par le collectif dans la définition d'un indicateur permettant de calculer un salaire vital pour les travailleurs du textile en Asie avec la volonté d'avoir une approche globalisée, notamment par une approche « panier de biens ». Un panier qui se compose d'un ensemble de biens alimentaires et non alimentaires, en intégrant une part de revenu discrétionnaire permettant aux travailleurs de pallier les aléas de la vie tout en permettant d'accéder à des logements décents et à l'éducation.



Cependant, l'étape cruciale une fois ce salaire défini est de pouvoir le mettre en place et « *la priorité, aujourd'hui, est d'instaurer une responsabilité juridique entre une multinationale et ses filières, ses sous-traitants.* »



« *Nous ne sommes pas du tout en présence d'une main invisible, mais bel et bien en présence des mains visibles d'acteurs qui font des choix, ou parfois qui subissent des choix, un rapport de force.* ». Ce qui intéresse **Amina Bécheur**, chercheuse à l'Institut de Recherche en Gestion est de voir, dans la démarche du commerce équitable, comment le prix est construit par les acteurs avec l'objectif qu'il soit juste et équitable. Ce qui est recherché est alors la garantie d'un prix équitable sur le long terme avec pour but l'amélioration du cadre de vie des producteurs. Il s'agit d'expérimenter cette vision de manière très concrète. « *On désire aller dans le sens où chacun a la capacité d'agir, d'accéder aux moyens de production, de savoir les utiliser et de pouvoir les améliorer. C'est donner la capacité d'agir à l'ensemble des partenaires et de considérer au-delà du*

rapport commercial le fait que l'on est dans un rapport humain ». Le commerce équitable fait ce pari en essayant d'agir sur l'ensemble des échelons de la filière. Au niveau international cependant, l'autre à tendance à disparaître, car il est plus facile d'entrer en relation sur un territoire donné.

« *C'est pour cela que le commerce équitable local ou nord-nord, donne envie et est attendu, car finalement c'est un commerce qui semble plus humain et accessible.* »

« *Un prix injuste, c'est avant tout celui qui pousse les paysans à se suicider !* » Souligne **Marc Dufumier**, agronome et président de la Plate-Forme pour le Commerce Équitable. Il est nécessaire de prendre en compte les externalités négatives lorsque l'on souhaite construire un prix juste.

La relation entre valeur et prix est dure à établir, notamment quand sont mis en concurrence des agricultures motorisées et manuelles. Il est alors nécessaire de souligner les injustices dues aux accords de libre-échange entre les différentes zones du monde. Il faut se protéger de ces dernières et tenter de mettre fin aux situations de monopole. Il est crucial de permettre des revenus décents en établissant des prix rémunérateurs qui intègrent les externalités positives des pratiques agricoles durables.

Le fait d'encourager ces bonnes pratiques comme l'agroécologie fait alors du paysan plus qu'un simple producteur. En plus d'aider ce dernier à atteindre des revenus économiques décents, elles font de lui un porteur de sens et de valeur de par les retombées positives pour l'ensemble de la population.



TABLE RONDE N°2 : DÉMARCHES INNOVANTES DE COMMERCE ÉQUITABLE EN FRANCE : REGARDS CROISÉS ENTRE PRODUCTEURS ET ENTREPRISES DE L'AGRO-ALIMENTAIRE

UNE TABLE RONDE ANIMÉE PAR EMILIE DUROCHAT RESPONSABLE PARTENARIATS ET DÉVELOPPEMENTS (PFCE)

LA DEMARCHE « PAYSANS D'ICI »

« **Paysans d'ici** » est une démarche initiée en 2010 par la **SCOP ETHIQUABLE** suite à l'Interpellation des paysans français au sujet de leurs difficultés à commercialiser leurs produits. Elle se caractérise par une reprise des principes du commerce équitable Nord-Sud pour les appliquer aux producteurs du Nord.

UN PARTENARIAT

Avec **Paysans d'ici**, **ETHIQUABLE s'engage à** : soutenir l'agriculture paysanne biologique, soutenir des organisations de producteurs ayant une action collective au sein d'un territoire, mettre en place une démarche équitable exigeante : prix juste et stable, relation directe et engagement sur la durée. Ethiquable s'engage aussi à **réserver la part la plus importante du prix payé par le consommateur aux producteurs : au minimum, 40% du prix payé par le consommateur revient aux producteurs.**

UN TRAVAIL SUR LES PRIX

EXTRAITS CHARTRE PAYSANS D'ICI

Critère 1 : Ethiquable s'engage sur un prix équitable.

• Il permet au producteur de vivre correctement tout en préservant un système de production de petite échelle, peu intensif avec des pratiques agro-écologiques (notamment préservation de la biodiversité cultivée et le maintien des paysages, renouvellement de la fertilité sans dépendre de façon exagérée des ressources externes à l'exploitation). Il rend viable l'activité agricole sans être obligé de recourir aux subventions. Il permet aux agriculteurs de vivre de leur métier sans être contraints de suivre la course à l'agrandissement de leurs exploitations, à l'industrialisation des modes de production et à l'endettement nécessaire pour financer ce processus. Il contribue également au financement du projet de développement.»

Selon, **Adrien Brondel**, responsable filières agricoles chez **ETHIQUABLE**, Adrien Brondel de Ethiquable à tenu à souligner:



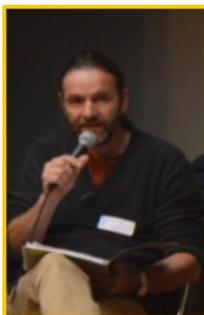
« Nous sommes satisfaits quand on voit que le prix qu'on a défini avec les paysans est suffisant pour couvrir les coûts de production, suffisant pour couvrir les besoins nécessaires des producteurs, mais également de permettre à d'autres producteurs d'en profiter. »

« **Paysans d'ici** » a développé un partenariat avec **TERR'ÉTIC**, une initiative de 3 paysans, qui transforment les fruits de leur ferme et de fermes de leur région en confitures et coulis pour les vendre dans une démarche de commerce équitable à des distributeurs, afin de valoriser leurs fruits.

Un parcours marqué par un travail sur la définition d'un prix de revient, à travers l'accompagnement et la formation proposée par l'AFOCG, une association de formation collective à la gestion et comptabilité agricole. **TERR'ÉTIC** a alors défini ses prix de vente au travers de la prise en compte du coût de revient des fruits, des coûts de structure et d'une marge de 20% qui permet de faire fonctionner **TERR'ÉTIC**.

paysans d'ici


TERR'ÉTIC
fruit du travail paysan !



D'après **Marc Guyot**, l'un des 3 paysans de **TERR'ÉTIC** : « **Nos intermédiaires avec le consommateur n'ont jamais négocié le prix. Notre outil est assez transparent pour voir où se trouvent les coûts. La clef de la réussite, c'est d'être transparent. Quand on est transparent sur un produit, c'est dur pour le metteur en marché de négocier un prix.** ».

TABLE RONDE N°2 : DÉMARCHES INNOVANTES DE COMMERCE ÉQUITABLE EN FRANCE : REGARDS CROISÉS ENTRE PRODUCTEURS ET ENTREPRISES DE L'AGRO-ALIMENTAIRE

LA DÉMARCHÉ « ENSEMBLE, SOLIDAIRES AVEC LES PRODUCTEURS »



La coopérative BIOCOOP est un réseau de 365 magasins mais également de 12 groupements de producteurs pour un total de 2000 fermes. Un cahier des charges a été rédigé en interne afin de formaliser leur démarche qui s'inscrit dans une volonté de faire du commerce équitable au sein de la marque « **Ensemble, Solidaires avec les producteurs** », une gamme de 600 produits bio, fabriqués en France et qui représente 12 % de l'activité (produits en vrac, fruits et légumes, etc.)

UN PARTENARIAT

La démarche d'« **Ensemble, solidaires avec les producteurs** » s'est inscrite dans les principes du commerce équitable. Des travaux sont menés au sein de ces partenariats sur l'établissement d'un prix qui puissent être considéré comme juste par les parties prenantes (voir « Un travail sur les prix », plus bas) mais également sur l'octroi d'une prime de co-développement qui est un retour financier sur le développement au niveau des organisations collectives de producteurs. Les partenariats sont établis exclusivement avec des producteurs en bio et l'engagement se fait sur la durée et sur tous les maillons de la filière contrairement au commerce équitable Nord-Sud qui ne porte parfois que sur un seul maillon de cette dernière.

UN TRAVAIL SUR LES PRIX

[EXTRAITS] CAHIER DES CHARGES « ENSEMBLE, SOLIDAIRES AVEC LES PRODUCTEURS »

« Il est établi des mécanismes de « **juste prix** » pour donner une lisibilité aux différents acteurs afin couvrir des coûts de production, la capacité d'investissement et de transmission et des charges des groupements structurants. Pour les productions principales (*N.B qui représente plus de 10% du CA d'un groupement*) au moins, valorisées directement ou après transformation sous la marque « Ensemble », et sur le long terme, il est établi, soit une fourchette de prix, soit un objectif de prix et un prix minimum, pour la vente départ groupement qui doivent tenir compte d'une négociation équilibrée. Le conseil d'administration ou Codir du groupement suivra directement ou par délégation l'application des prix payés aux producteurs adhérents ou sociétaires, et prix à la vente. Le conseil d'administration ou Codir du groupement rendra des comptes à l'assemblée générale sur l'application de ces prix. »

Différents outils ont été développés au service de la démarche « Ensemble » et sont utilisés au niveau du groupement de producteurs :

- **Fourchette de prix** : Une fourchette est fixée pour un produit au niveau national et en cas d'impossibilité, des sous-lignes sont créées par régions afin de prendre en compte les réalités agronomiques de production. Ainsi, chacun revendique donc sa spécificité régionale avec des coûts de production différents et donc des coûts d'achat différent.
- **Prix minimum** : C'est le groupement de producteurs qui fixe ce dernier après études des coûts de revient par filière. Le prix est fixé sur une base annuelle mais ne peut être revu à la baisse.
- **Prix de décrochage** : Un mécanisme « de décrochage » peut être déclenché par le groupement de producteurs en cas de situation exceptionnelle nécessitant une révision des prix (avec toute fois les précautions nécessaires afin qu'un décrochage de prix sur un produits par un groupement n'entraîne pas de réaction en chaîne sur tous les groupements).



Serge le Heurte, **responsable filières agricoles chez BIOCOOP**, inscrit l'initiative de BIOCOOP au sujet dans des prix dans une démarche de progrès : « **C'est de l'expérimentation, ça donne le droit à l'erreur mais aussi un devoir de vigilance et un devoir d'amélioration et de suivi de ce type de travail.** »

TABLE RONDE N°2 : DÉMARCHES INNOVANTES DE COMMERCE ÉQUITABLE EN FRANCE : REGARDS CROISÉS ENTRE PRODUCTEURS ET ENTREPRISES DE L'AGRO-ALIMENTAIRE



LE LABEL BIOPARTENAIRE

Biopartenaire, représenté lors du séminaire par Pierre Gaubert son délégué général, fait certifier par Ecocert des produits issus du commerce équitable au Sud mais également en production française depuis 2006. Au sein des 7 engagements de Biopartenaire, le 3ème est d'assurer un revenu au producteur.



L'approche du label qu'est Biopartenaire n'est pas standardisée mais est définie projet par projet, par les partenaires qui spécifient leurs attentes en fonction de leurs spécificités. Ce n'est pas le label qui fixe le prix contrairement à certaines pratiques Nord-Sud. L'approche de Biopartenaire est qu'il existe un véritable projet de concertation avec les acteurs afin d'optimiser les trois facteurs que sont le prix, les volumes et la visibilité. C'est donc une démarche qui espère apporter des garanties sur un prix juste dans le cadre d'un commerce équitable Nord-Nord.

UN PARTENARIAT : Elixens France & la SICA Bio Plantes sont partenaires depuis 2009

La société ELIXENS, société familiale française de 180 employés fondée en 1987 (représentée lors du séminaire par André Hyvrier responsable du site Elixens France) et qui pratique des activités de production cosmétique, alimentaire et pharmaceutique à partir de matières premières aromatiques.

La SICA Bio-Plantes créée en 1993 est constituée de 42 producteurs bio de plantes à parfum aromatiques et médicinales. en Drôme, Alpes de Haute-Provence, Hautes-Alpes, Vaucluse et Gard (au total près de 350 hectares) et de sociétés ou organismes partenaires (Elixens France, Lycée Horticole de Romans)



LES ENGAGEMENTS D'ELIXENS



- **Engagement de 5 ans** tacitement reconductible (contrat, adhésion des agriculteurs à la Sica)
- **Apport total et achat total** (recensement des surfaces, prévisions de récoltes)
- **Vision à moyen terme** (plan de développement, rencontre avec des clients)
- **Information sur les débouchés** (à l'automne pour prévoir les plantations, 84 ha en 2015)
- **Appui technique** (démonstration, visites des parcelles, réunions techniques, essais...)
- **Retours sur la qualité** (réunion qualité et prix)
- **Prix renégociés chaque année** avant récolte en juin et si cultures spéculatives réajustement après récolte en septembre
- **Pour éviter les surstocks** : choix d'une destination herboristerie ou distillation

UN TRAVAIL SUR LES PRIX

Comment Elixens ajuste le prix s'il est supérieur au marché ?

- L'évolution technique (en bio réduire le temps de binage, variété mieux adaptée, productive, résistante aux maladies...)
- Valorisation des co-produits (hydrolats)
- Donner priorité au volume/prix, à la durabilité/spot

Comment faire accepter un prix supérieur ?

- Garantir une qualité supérieure (organoleptique, microbiologique...)
- Garantir une origine locale, France, une traçabilité, label solidaire
- Valoriser les MP dans une filière solidaire avec des clients partenaires

Pour Claire Chastan, la co-gérante de la SICA Bio-PLANTES:

« Nous ne voulons pas brosser ici un tableau idyllique du partenariat entre la SICA et ELIXENS : les discussions sont parfois tendues et certaines négociations peuvent se terminer sur un mécontentement de l'une ou l'autre des deux parties. Mais il s'agit dans ce cas, d'un désaccord par consentement mutuel, qui sera remis à l'ordre du jour d'une prochaine négociation avec la conscience de devoir aboutir au compromis nécessaire à l'équilibre de chacun, car c'est dans la durée et la réciprocité que notre engagement trouve sa force »



ATELIER N°1: COMMENT DES FORMES NOVATRICES D'ORGANISATION AU SEIN DES FILIÈRES FAVORISENT-ELLES L'ÉMERGENCE DE PRIX PLUS ÉQUITABLES POUR LES PAYSANS ?

L'EXEMPLE DE L'AMAP POISSONS ÎLE D'YEU

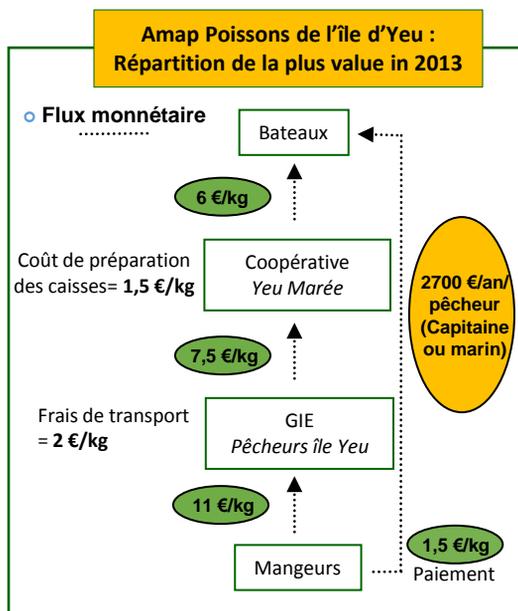
Prés. par Ivan Dufeu, Maître de Conférences en Economie et Stratégie des filières alimentaires chez Oniris Nantes



- L'Amap Poissons a été initiée en 2010 par des consommateurs d'Amap de la région nantaise et des pêcheurs de l'île d'Yeu
- Une AMAP regroupant 1400 ménages et 5 navires de pêche de l'île d'Yeu
- En 2015, elle regroupe 1700 contrats, établis entre des ménages de la région nantaise et cinq armements de pêche artisanale.

« Il est possible de distinguer **une règle de partage conventionnelle de la plus value**, observable dans l'organisation habituelle du secteur, et **une règle de partage alternative**, propre à l'Amap Poissons.

En Pays-de-la-Loire, dans le cas le plus général, la répartition est la suivante : la part de la pêche allant au propriétaire du bateau est de 60 % ; la part équipage représentant les 40 % restants est versée aux membres de l'équipage dans les proportions suivantes : patron, 2 parts, second et mécanicien, 1,5 part, matelot, 1 part. En accord avec les amapiens, ils se sont ainsi entendus sur un **partage égalitaire de cette marge**, chaque membre d'équipage représentant une part. » (Voir schéma ci-contre)



Pour en savoir plus : ivan.dufeu@oniris-nantes.fr

L'EXEMPLE DE L'ASSOCIATION DE PRODUCTEURS BIO LOIRE OCÉAN

présenté par :

Cécile Morvan, coordinatrice Bio Loire Océan

et Gérard Bernier, producteur de l'association BLO en maraîchage bio

Bio Loire Océan

Fruits et Légumes Bio des Pays de la Loire



- Création de l'association en 1997
- 49 fermes (67 producteurs, 260 ETP salariés)
- 260 ha maraîchage plein champs
- 15 ha de surface couverte
- 220 ha de vergers



◆ Un collectif de producteurs pour :

- Rééquilibrer le rapport de force pour développer un véritable partenariat avec l'acheteur
- Réguler les prix des produits agricoles, d'une région sur une période donnée
- Donner accès aux produits bio à des publics modestes, ou pour de petits volumes

◆ Financement de l'association :

- Prélèvements sur les apports des producteurs (taux fixé), subventions (ex. projet restauration collective), prestations (formation, etc.)

◆ Définition du prix :

- Au sein d'un secteur de marché, un accord est passé sur le prix de vente.
- Prix différents selon les filières de distribution (centrales d'achats, circuits courts, etc.), en fonction de la capacité des producteurs à produire (petits producteurs vs. productions mécanisées, par exemple).
- Complémentarité et solidarité : sur les types de productions ; en cas de perte de production.
- Difficulté sur l'évaluation des prix de revient du fait de la diversité des productions

Pour en savoir plus : www.bioloireocean.fr / Contact Cécile Morvan : coordination@bioloireocean.fr 9

ATELIER N°2 : CONCILIER PRIX ÉQUITABLES AUX PRODUCTEURS ET ACCESSIBILITÉ POUR LE CONSOMMATEUR : ÉTUDES DE CAS

ETUDE DE CAS N°1 : LA SOCIÉTÉ COOPÉRATIVE D'INTÉRÊT COLLECTIF ALTER-CONSO



Présenté par :

Cyrille MOULIN, maraîcher, co-gérant de la SCIC Alter-Conso
Marion MAIGNAN, Doctorante en Sciences de Gestion,
Université. Paris-Est

une agriculture locale



Systeme solidaire entre producteurs et consommateurs via une distribution hebdomadaire des paniers agricoles locaux



◆ **Un système solidaire de distribution de paniers de produits agricoles locaux, un projet initial de « service public alimentaire »** : 14 lieux de l'agglomération lyonnaise, 700 adhérents-consommateurs et plus de 1000 paniers distribués chaque semaine, 8 filières de production et 4 tailles de paniers

◆ **Un nouveau statut coopératif : la Société Coopérative d'Intérêt Collectif**, caractérisée par :
Un objectif d'intérêt collectif, une exigence démocratique, le multisociétariat soit 750 membres répartis en 4 collèges de vote (Producteurs (45 membres), **Consommateurs (700 membres)**, Salariés (8 membres), Sympathisants)

- Création d'une **offre marchande qui intègre l'ensemble des partenaires économiques**
- Une approche **alternative du marché : le prix équitable comme résultat d'une délibération démocratique entre acteurs de l'organisation**

◆ **Des espaces de délibération ouverts à tous les coopérateurs : producteurs, consommateurs, salariés...**

Réunions de filières (*discussion entre producteurs, consommateurs, salariés*), Fixation des prix par produit à chaque saison, Ateliers annuels (*Ateliers 2014 consacrés à la fixation des prix*), Mise en place de groupes de travail pour travailler à la redéfinition d'un cadre collectif de fixation des prix, Conseil de coop, AG...

Des outils d'éducation populaire pour susciter le débat et la participation

Pour en savoir plus : www.alter-conso.org

ETUDE DE CAS N°2 : LE PROJET UNITERRE ANDES

présenté par :

Véronique Blanchot, responsable pôle alimentation/santé
Isabelle Techoueyres, assistante au sein du projet



Uniterre ANDES est un projet de solidarité locale qui est parti d'un **double objectif** :

- Assurer la sécurité alimentaire des personnes en situation de précarité
- Soutenir une agriculture durable et locale

Mais également d'un double constat :

- Avoir d'un coté des producteurs qui n'arrivent pas à vivre de leur métier
- Et de l'autre des bénéficiaires de l'aide alimentaire « **pour lesquels obésité et précarité riment** ».

Les acteurs sont alors « **partis de deux faiblesses pour en faire une force et c'est ce qui a donné Uniterres** ».

Le programme Uniterres permet depuis 2012 :

- d'approvisionner en fruits, légumes et plantes aromatiques des épiceries solidaires
- dans 4 régions de France
- avec 130 agriculteurs impliqués.

Toutes les semaines, ce sont 20 000 personnes qui sont approvisionnées en fruits et légumes.

L'approvisionnement se fait par l'engagement et la précommande. Les agriculteurs de chacune des 4 régions se réunissent chaque hiver et discutent ensemble des produits qu'ils ont à proposer et définissent ensemble le prix d'achat « Uniterres » qui leur semblent approprié. Les acteurs d'Uniterres ont alors remarqué que dans bien des cas, il est compliqué pour les agriculteurs d'évaluer le prix de revient et que de grosses divergences existent en fonction du type d'exploitation et des choix de cultures. **Le travail d'Uniterres est alors d'accompagner les agriculteurs dans ce travail notamment grâce aux postes d'accompagnateurs qui représentent deux salariés sur les 4 régions. Uniterres achète ainsi les produits au « juste prix entre guillemets » à savoir celui qui résulte de la concertation entre les différents agriculteurs étant impliqués au sein du projet.**

Pour en savoir plus : www.epiceries-solidaires.org/texts/uniterres



CONTACTS



PFCE - Plate-Forme pour le Commerce Équitable

Jardin d'agronomie tropicale René Dumont
45 bis avenue de la Belle Gabrielle
94 736 Nogent sur Marne Cedex
www.commerceequitable.org
Votre contact : Emilie Durochat > 01 43 94 72 13
durochat@commerceequitable.org



InPACT – Initiatives Pour une Agriculture Citoyenne et Territoriale

C/o MRJC, 4 rue des Grilles
93500 Pantin
www.agricultures-alternatives.org
Votre contact : Eve Poulteau > 01 43 63 91 91
epoulteau@fadear.org



FNAB - Fédération Nationale d'Agriculture Biologique

40 rue de Malte
75011 Paris
www.fnab.org
Votre contact : Alain Delangle > 06 15 20 10 24
alainverodel@orange.fr



FAIRNESS - Réseau francophone de chercheurs sur le commerce équitable

www.fairnessfrancophone.wordpress.com
Votre contact : Aurélie Carimentrand
aureliecarimentrand@yahoo.fr

POUR EN SAVOIR PLUS

Voir l'article dédié au séminaire sur:

<http://nouvelleconomiebio.blogspot.fr/2015/12/vive-la-strategie-erotique-mondiale.html>

Les présentations des différents intervenants de la journée sont disponibles sur simple demande auprès de l'équipe de la Plate-Forme pour le Commerce Équitable.

Contact : assistant.partenariats@commerceequitable.org