

N° 7672¹²

CHAMBRE DES DEPUTES

Session ordinaire 2021-2022

PROJET DE LOI**relative à l'agrément d'un système de qualité
ou de certification des produits agricoles**

* * *

AVIS DE FAIRTRADE LETZEBUERG**DEPECHE DU PRESIDENT ET DE LA DIRECTRICE DE
FAIRTRADE LETZEBUERG AUX MEMBRES DE LA COM-
MISSION DE L'AGRICULTURE, DE LA VITICULTURE ET
DU DEVELOPPEMENT RURAL**

(21.1.2021)

Madame, Monsieur,

L'ONG Fairtrade Lëtzebuerg a pris connaissance du projet de loi n°7672 relatif à l'agrément d'un système de qualité ou de certification des produits agricoles. Dans ce contexte, nous souhaitons vous faire part de nos revendications et remarques.

Nous devons constater avec regret que l'agrément, tel que proposé dans sa forme actuelle n'est pas un outil pour promouvoir le développement durable de manière concrète. Il risque même à augmenter le « social et green washing ». Le fait de pouvoir « faire son marché » de trois critères sur la dizaine de critères proposés par pilier ne donne pas une image cohérente d'un tel agrément étatique d'un système de qualité ou de certification de produits agricoles. Un « picking » au niveau des critères – en libre choix – se fera au détriment de la « lisibilité » d'une certification. La possibilité éventuelle de demander – de manière purement volontaire – la conformité au niveau de critères supplémentaires ne pourra pas combler cette lacune.

Nous demandons donc **un agrément qui apporte une vraie plus-value au niveau du développement durable**. Ceci devrait se traduire par **l'adoption de critères contraignants au niveau des trois piliers du développement durable**, à savoir économique, social et écologique. Cette approche serait également en cohérence avec le 3e plan national pour un développement durable intitulée « Préparer & Préserver l'Avenir » dans lequel le secteur de l'agriculture figure également.

Pour promouvoir la survie de l'agriculture, aussi bien au Luxembourg que dans les pays du Sud d'où proviennent une grande majorité de matières premières que nous utilisons quotidiennement, **il faut garantir de manière contraignante des prix rémunérateurs** pour les acteurs luxembourgeois et les producteurs des pays du Sud. Aujourd'hui, au 21e siècle, un tel agrément étatique ne peut pas laisser un tel critère au choix ! Le respect des droits humains sur l'ensemble de la filière agricole est fondamental pour la survie des petits producteurs au Luxembourg et au Sud.

D'autant plus que dans le contexte du changement climatique et de la crise sanitaire, les coûts de production des matières premières augmentent et cela ne peut pas se faire au détriment des premiers maillons de la chaîne alimentaire. Le respect des droits humains se traduit par une rémunération juste, équitable, couvrant au minimum les coûts de production et assurant le financement de l'alimentation familiale, la santé, l'éducation et permettant aux agriculteurs d'investir dans des méthodes agricoles plus résilientes et respectueuses de l'environnement. Au 21e siècle, à l'heure où nous souhaitons construire une société fondée sur un modèle de justice sociale et environnementale, **le critère des prix rémunérateurs pour les producteurs du Luxembourg et des pays du Sud doit être au cœur d'un tel agrément étatique de manière contraignante.**

De plus, l'ONG Fairtrade Lëtzebuerg vous demande **de ne pas utiliser le mot « équitable » dans la dénomination du pilier 2**. Effectivement, le mot équitable se rapporte au commerce équitable qui est défini au niveau international dans la charte du commerce équitable (cf. annexe ci-jointe). Dans la version actuelle de l'agrément, le mot « équitable » se réduit à un revenu équitable éventuel – car non contraignant – aux producteurs agricoles par rapport aux coûts de production y relatifs ou par rapport au prix du marché des produits standards. Mais comme la charte du commerce équitable le montre explicitement, le commerce équitable remplit des critères au niveau économique, social et environnemental qui vont bien loin au-delà de ce qui est proposé au niveau luxembourgeois pour une certification de produits agricoles au Nord.

Il serait donc fortement préjudiciable pour les producteurs du Sud qui remplissent entièrement les critères du commerce équitable si « des critères équitables » beaucoup moins exigeants en termes de durabilité seraient en application au Nord. De plus, cela pourrait créer une énorme confusion dans l'esprit du consommateur. Tout le travail réalisé ces dernières 28 années au Luxembourg pour expliquer les trois piliers du commerce équitable pourrait être anéanti par l'utilisation du mot équitable à mauvais escient.

Par ailleurs, l'ONG Fairtrade Lëtzebuerg salue le critère 11 du pilier 2, à savoir le recours à au moins un ingrédient issu du commerce équitable. Ce critère corrobore le résultat de l'étude Ilres 2020 à ce sujet, selon laquelle « *8 résidents sur 10 jugent que les autorités publiques devraient encourager les artisans luxembourgeois, tels que torréfacteurs, chocolatiers, boulangers, pâtisseries et fabricants de produits laitiers à utiliser des matières premières Fairtrade* ». Néanmoins, **ce critère ne doit pas être un choix mais il doit être contraignant dès que l'ingrédient en question existe dans la filière du commerce équitable**. De plus il ne faudrait pas se limiter à un seul produit issu du commerce équitable mais prévoir que toutes les matières premières du Sud devraient répondre à cette exigence. À noter, que sur les 2.700 produits Fairtrade disponibles sur le marché luxembourgeois, seulement 336, soit environ 12%, sont fabriqués par des partenaires luxembourgeois. Le gouvernement disposera ainsi de leviers nécessaires pour stimuler davantage cette alimentation équitable « made in Luxembourg » et de répondre ainsi également aux exigences du citoyen (voir étude en haut).

Ici, afin de faciliter le contrôle et d'éviter que n'importe quel label « équitable », non sérieux et non transparent, soit utilisé, **il nous semble important d'ajouter : le recours à (au moins un) des ingrédients issus du commerce équitable répondant aux critères du commerce équitable certifié tels que définis par la charte du commerce équitable et contrôlé par un certificateur indépendant et lui-même accrédité selon la norme ISO 17065**.

Enfin, plusieurs suggestions de notre part quant à quelques ajouts dans l'exposé des motifs (cf. l'annexe ci-joint). Une grande vigilance sera à porter aussi sur le site internet, qui devra faciliter le choix des labels de qualité agréées, afin que celui-ci ne devienne pas une jungle de labels sérieux et non sérieux.

Cet agrément d'un système de qualité ou de certification de produits agricoles se doit de prendre en compte de manière contraignante le respect des droits humains dans l'ensemble des filières agricoles, aussi bien au Luxembourg que dans les pays du Sud. C'est pourquoi, **nous vous appelons à considérer nos revendications pour le développement futur de cet agrément**, qui sera pour le Luxembourg une vitrine de son engagement pour le développement durable et pour la création du monde de demain fondé sur le respect des droits humains et le respect de l'environnement.

Tout en restant à votre disposition, nous vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, nos meilleures salutations.

Geneviève KROL
Directrice Fairtrade Lëtzebuerg asbl

Jean-Louis ZEIEN
Président Fairtrade Lëtzebuerg asbl

ANNEXE 1

1) Proposition d'ajouts dans « Exposé des motifs »

Nous notons et saluons le fait que « *le ministère de l'Agriculture, de la Viticulture et du Développement rural entend sensibiliser les consommateurs au sujet de la haute valeur des produits agricoles, assurer une meilleure information pour le consommateur ainsi que promouvoir l'utilisation des produits du terroir de qualité, des produits biologiques dans les lieux de restauration collectifs qui fonctionnent sous tutelle étatique¹* ». Nous aimerions ici cependant souligner que la promotion des produits issus du commerce équitable certifié est également un élément important aux yeux des consommateurs et des responsables d'achats. Selon une récente étude Ilres menée au printemps 2020 « *la majorité des résidents pense que tous les acteurs nationaux, l'État en tête (74%), devrait utiliser en règle générale des produits Fairtrade à titre de bon exemple. 71% sont d'avis que les cantines scolaires et les structures d'accueil pour enfants et jeunes sont également des lieux où la consommation de produits Fairtrade doit devenir la norme pour les produits disponibles en Fairtrade* ».

→ Dans ce contexte, nous vous proposons d'ajouter dans la phrase mentionnée ci-dessus « le recours à des produits issus du commerce équitable certifié dans la mesure où les ingrédients proviennent des pays du Sud, tel que le café, les bananes, le cacao, le riz, le sucre de canne, le thé vert, le thé noir, les jus de d'orange et multi-fruits et autres fruits exotiques ».

De plus, nous sommes tout à fait d'accord, sur le fait que « *dans un contexte de globalisation et compte tenu du fait que les aspects de qualité, de régionalité, de bien-être animal, ainsi que la conscience écologique font de plus en plus partie intégrante de notre société, il conviendra de continuer à renforcer le dispositif des labels au niveau de ces valeurs, alignant davantage les intérêts des producteurs aux attentes du consommateur²* ». Cependant, dans cette énumération, il nous manque tout particulièrement une thématique qui tient également à cœur des consommateurs, à savoir le respect des droits humains. Toujours, selon l'étude Ilres, le consommateur est en quête d'un système économique plus humain. Le juste prix aux producteurs est effectivement la première motivation des résidents luxembourgeois pour consommer équitable. Effectivement, les répondants de l'enquête se montrent soucieux du sort des producteurs du Sud puisque 57 % d'entre eux estiment que la raison principale d'acheter des produits avec le label Fairtrade est d'offrir un prix juste et des conditions équitables aux producteurs. Chez les plus de 55 ans, cette raison est encore plus forte avec 73% des résidents qui placent ce critère comme première raison d'achat.

→ Dans ce contexte, nous vous proposons d'ajouter dans la phrase mentionnée ci-dessus « le respect des droits humains ».

2) Critères de la charte du commerce équitable³*La vision du commerce équitable*

Le mouvement du commerce équitable est composé d'individus, d'organisations et de réseaux partageant une vision commune d'un monde où la justice, l'équité et le développement durable sont au cœur des structures et des pratiques commerciales afin que chacun, à travers son travail, puisse s'assurer un mode de vie digne et décent, et parvenir à son plein épanouissement.

1 Page 9 :

https://www.chd.lu/wps/PA_RoleDesAffaires/FTSByteServletImpl?path=FCE2D35C9CEE3FE5BA4D89B5300A3F1F808BC9D639486FB40095318BCB55E66DE92EB0C83AC173FA14ABFA442ABBF410SE8AD7ED83B5489FF528EC7A6C73EDE24

2 Page 10 :

https://www.chd.lu/wps/PA_RoleDesAffaires/FTSByteServletImpl?path=FCE2D35C9CEE3FE5BA4D89B5300A3F1F808BC9D639486FB40095318BCB55E66DE92EB0C83AC173FA14ABFA442ABBF410SE8AD7ED83B5489FF528EC7A6C73EDE24

3 <https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/charte-internationale-du-ce-2018.pdf>

La définition du commerce équitable approuvé par les différentes parties prenantes

« Le commerce équitable est un partenariat commercial fondé sur le dialogue, la transparence et le respect, dont l'objectif est de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions commerciales et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés, tout particulièrement au Sud de la planète. Les organisations du commerce équitable (soutenues par les consommateurs) s'engagent activement à soutenir les producteurs, à sensibiliser l'opinion et à mener campagne en faveur de changements dans les règles et pratiques du commerce international conventionnel. »

Les principes du commerce équitable

■ Créer des conditions favorables au commerce équitable

Les organisations de commerce équitable appliquent leurs valeurs dans les contrats et les transactions commerciaux, en plaçant les relations humaines plutôt que la maximisation du profit au cœur de leur activité. Les conditions commerciales proposées par les acheteurs de produits issus du commerce équitable ont pour ambition de permettre aux producteurs et aux travailleurs d'obtenir des moyens de subsistance pérennes, répondant aux besoins quotidiens de bien-être économique, social et environnemental et permettant d'améliorer leur situation dans la durée. Il existe un engagement de partenariat commercial à long-terme qui permet aux deux parties de coopérer et se développer à travers un partage d'information et une planification conjointe. Globalement, le mouvement du commerce équitable a pour but de créer un environnement dans lequel les politiques des secteurs public et privé soutiennent la durabilité économique, sociale et environnementale des échanges commerciaux, pour que les petits producteurs et les travailleurs soient en mesure d'obtenir des moyens de subsistance pérennes en exerçant leurs droits et libertés, tout en tirant un revenu vital d'activités viables et durables.

■ Parvenir à une croissance économique inclusive

Le commerce est plus qu'une simple activité économique consistant à échanger des produits et services ; c'est une interaction sociale entre des personnes. L'objectif du commerce équitable est de renforcer le capital social par le biais d'une collaboration entre des organisations inclusives et démocratiques, qui soutiennent activement l'éducation, la santé et les infrastructures sociales au sein de leurs communautés, et ce, afin de répartir le plus largement possible les profits tirés du commerce.

Les associations ou coopératives de petites entreprises familiales ont toujours été au cœur du commerce équitable car elles aident à améliorer l'accès aux marchés des producteurs et des travailleurs marginalisés et défavorisés. Les organisations de commerce équitable soutiennent les efforts des associations et des coopératives pour renforcer leur capacité à gérer des entreprises prospères, à développer des capacités de production et à renforcer l'accès aux marchés.

■ Offrir un travail décent et contribuer à améliorer les salaires et les revenus

Chacun doit pouvoir vivre dans la dignité en bénéficiant des revenus générés par son travail. Le commerce équitable promeut le respect des réglementations locales ou des conventions internationales concernant la liberté d'association et de négociation collective, l'élimination de toute discrimination, la prévention de tout travail forcé, et la mise en place d'un cadre de travail sûr et sain.

En outre, les organisations de commerce équitable s'efforcent d'établir un salaire minimum vital pour les employés tout au long de la chaîne d'approvisionnement et de garantir aux petits agriculteurs et artisans un revenu minimum garanti émanant de leurs activités.

■ Rendre les femmes autonomes

Bien que les femmes fournissent la majeure partie de la main-d'œuvre, il leur est souvent difficile d'accéder librement à la terre ou à un crédit qui leur permettrait de bénéficier pleinement de l'activité économique et des opportunités de développement social et économique. Les femmes ont le droit de recevoir un salaire et un traitement égaux à ceux des hommes, ainsi que d'accéder aux mêmes opportunités. Les organisations de commerce équitable respectent non seulement ce principe de non-discrimination, mais s'efforcent également de promouvoir l'égalité des sexes au sein de leurs

propres activités en incluant les femmes dans les prises de décision, et de favoriser des changements positifs à une plus grande échelle.

Les projets de commerce équitable ont donné l'occasion à des millions de femmes de prendre pour la première fois des décisions concernant les revenus du foyer, et il est démontré que cela impacte positivement d'autres domaines tels que la santé, l'éducation et le développement social.

■ Protéger les droits des enfants et investir dans la prochaine génération

Le seul moyen de faire face à l'exploitation des enfants est de conjointement cibler les causes et de surveiller la conformité aux normes nationales et internationales. Le commerce équitable soutient les organisations qui aident les familles à gagner un revenu suffisant sans avoir recours au travail des enfants et qui favorisent une meilleure compréhension au sein des communautés de l'importance du bien-être de l'enfant, de ses besoins scolaires et de son droit de jouer.

Le commerce équitable s'attaque également à la menace pesant sur nombre de communautés rurales où, en raison de l'absence de mesures incitatives, la nouvelle génération déserte le domaine agricole ou artisanal. Les organisations de commerce équitable offrent aux jeunes le choix d'un avenir plus prometteur, proche de leurs familles et au sein de leurs communautés, en leur permettant de développer les compétences requises pour leur future vie professionnelle. Les dirigeants d'organisations de commerce équitable, en particulier les femmes, incarnent de puissants modèles d'entrepreneuriat pour les jeunes.

■ Préserver la biodiversité et l'environnement

La protection de l'environnement et la viabilité à long terme des ressources naturelles et de la biodiversité sont les piliers fondamentaux du commerce équitable.

Les bonnes pratiques en matière d'environnement, notamment la protection des sols et des ressources en eau et la réduction de la consommation d'énergie, des émissions de gaz à effet de serre et des déchets, relèvent de la responsabilité de tous les acteurs impliqués dans la chaîne de production, de distribution et de consommation. L'ensemble de la chaîne de valeur devrait être gérée de façon à garantir que le coût réel des bonnes pratiques en matière d'environnement se reflète dans les prix et les termes de l'échange.

Les petits agriculteurs et artisans sont parmi les plus vulnérables aux effets du changement climatique et il est important qu'ils soient soutenus dans le développement et l'investissement en matière de stratégies d'adaptation et d'atténuation.

■ Influencer les politiques publiques

Les organisations de commerce équitable cherchent à partager leur expérience et à valoriser l'impact direct de leurs activités pour que les valeurs du commerce équitable puissent être adoptées dans le cadre des pratiques commerciales conventionnelles et des réglementations gouvernementales. Pour ce faire, elles mènent des campagnes ainsi qu'un travail de plaidoyer et d'influence auprès des institutions nationales et internationales. Les politiques publiques peuvent encourager les entreprises à mener davantage d'échanges dans le cadre d'un commerce équitable, et ce, dans l'objectif de faire des principes du commerce équitable la norme. Chercher à modifier les règles et les pratiques du commerce conventionnel est un élément à part entière du commerce équitable.

■ Impliquer les citoyens dans la construction d'un monde équitable

Les chaînes d'approvisionnement du commerce équitable favorisent les relations entre producteurs et consommateurs. La présence croissante des produits issus du commerce équitable sur les marchés classiques illustre le pouvoir que les consommateurs exercent par leurs choix de consommation. Informer les consommateurs sur l'impact de leurs actes d'achat contribue à une consommation responsable, soutenable dans les limites écologiques de la planète. Mais favoriser le commerce équitable ne devrait pas relever de la seule responsabilité des consommateurs, lesquels sont en droit d'attendre que l'équitable soit la norme pour tous les produits. Par conséquent, le mouvement du commerce équitable s'engage avec ses parties prenantes en tant que citoyens, reconnaissant les producteurs et les consommateurs comme des acteurs sociaux mais aussi comme des acteurs économiques. L'importance qu'accorde le commerce équitable à l'inclusion et à la prise de pouvoir aide à créer des liens entre des campagnes menées par les populations locales et un mouvement mondial œuvrant à un modèle économique alternatif qui inclut un système de commerce international juste et équitable pour tout le monde. Le succès du commerce équitable dans son travail avec les producteurs en Afrique, en Amérique Latine et dans les Caraïbes exportant vers les marchés d'Europe, d'Amé-

rique du Nord et du Pacifique est fréquemment cité en exemple par les initiatives qui œuvrent à améliorer le commerce dans toutes les parties du monde.

