

# OBSERVATOIRE DU COMMERCE ÉQUITABLE 2021



Commerce  
Équitable  
France



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

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



# PÉRIMÈTRE : CATÉGORIE “PRODUITS” DE COMMERCE ÉQUITABLE



# Catégorie “produits” de commerce équitable

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

labels  
uniquement  
Nord-Sud



labels  
uniquement  
origine France



labels Nord-Sud  
et origine France

\* A partir de 2022, le label Fairtrade Max Havelaar pourra également concerner les produits “origine France”. Cet observatoire ne prends en compte que les ventes 2021 qui ne concernent, pour ce label, que les filières internationales.





# #1 : Évolution des ventes

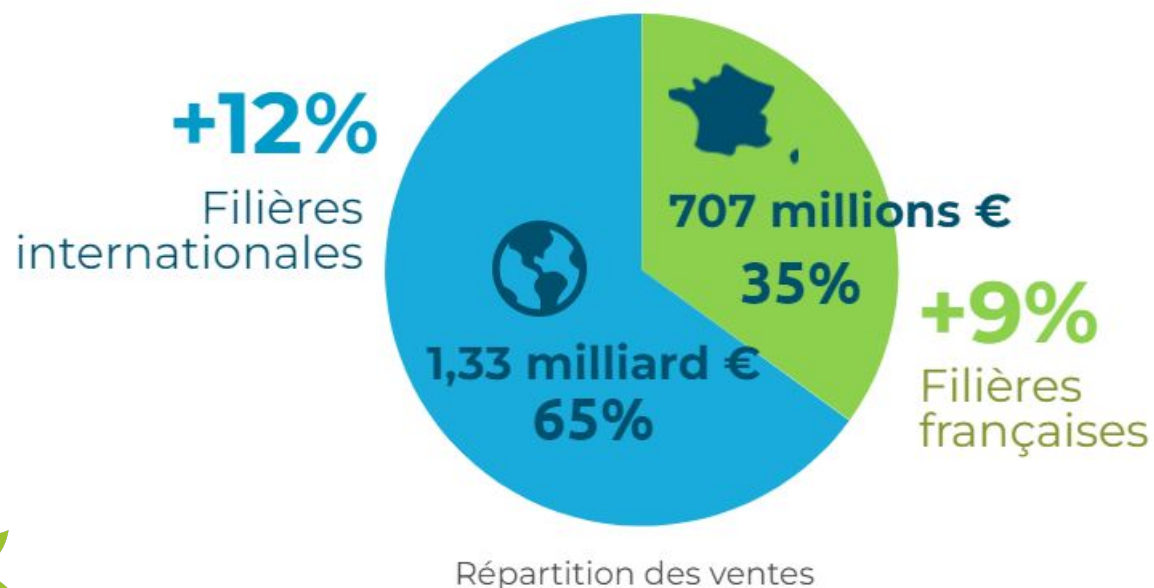
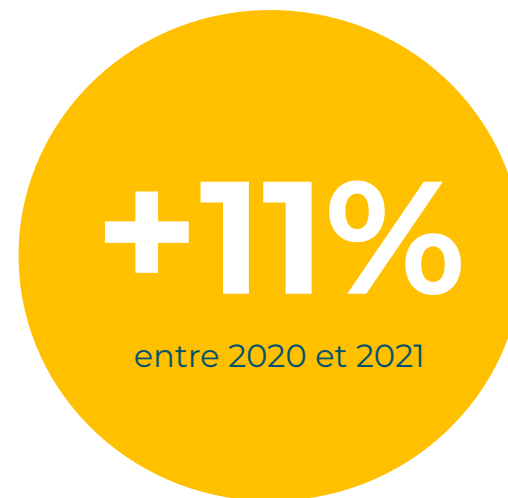


# Croissance des ventes en 2021 en France

En 2021, l'attractivité du commerce équitable continue de progresser

## 2,041 milliards €

de ventes de produits issus du commerce équitable en 2021

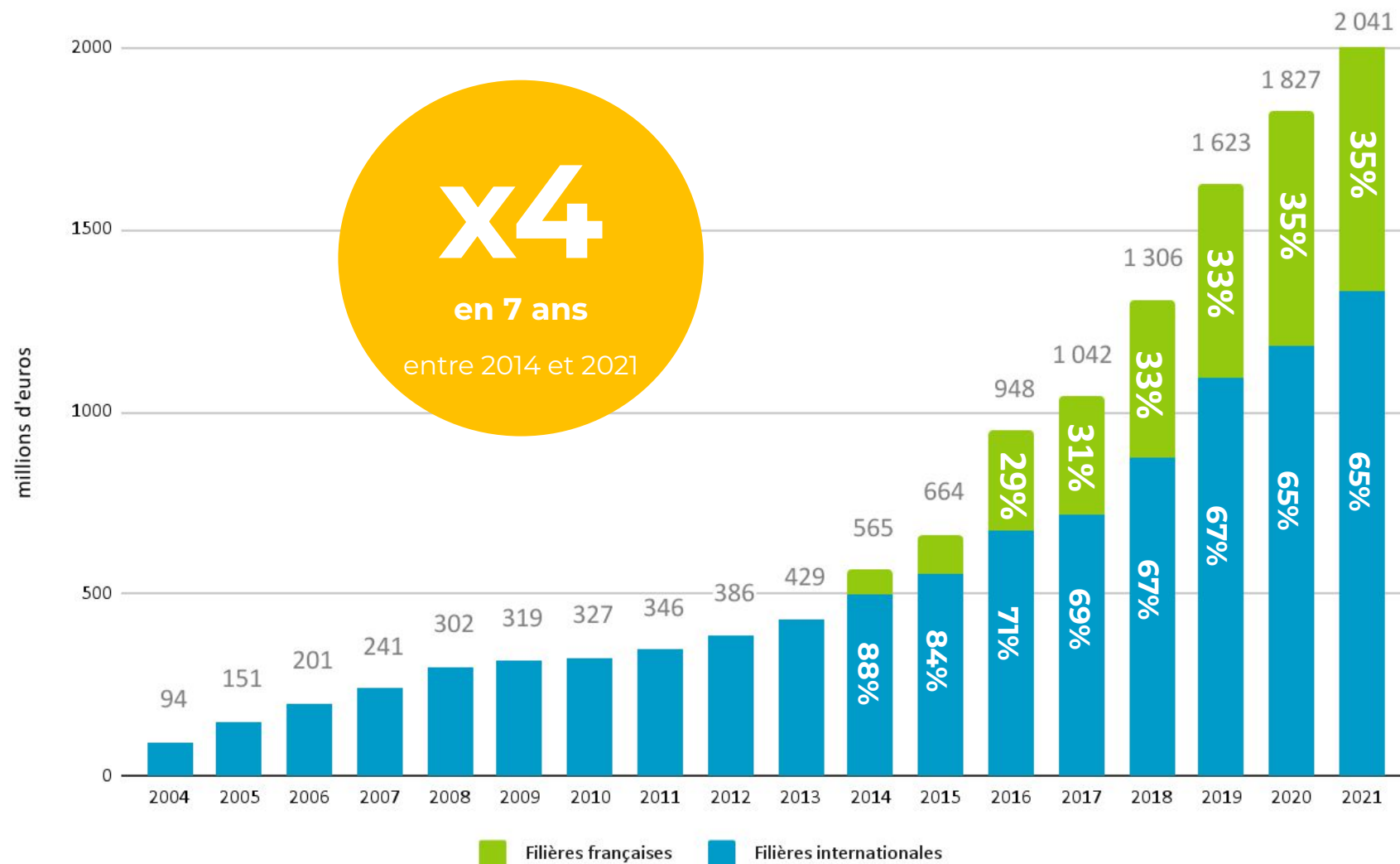


### Le saviez-vous ?

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



# Croissance des ventes en 2021



**X4**  
en 7 ans  
entre 2014 et 2021



Les filières françaises représentent 35 % des ventes



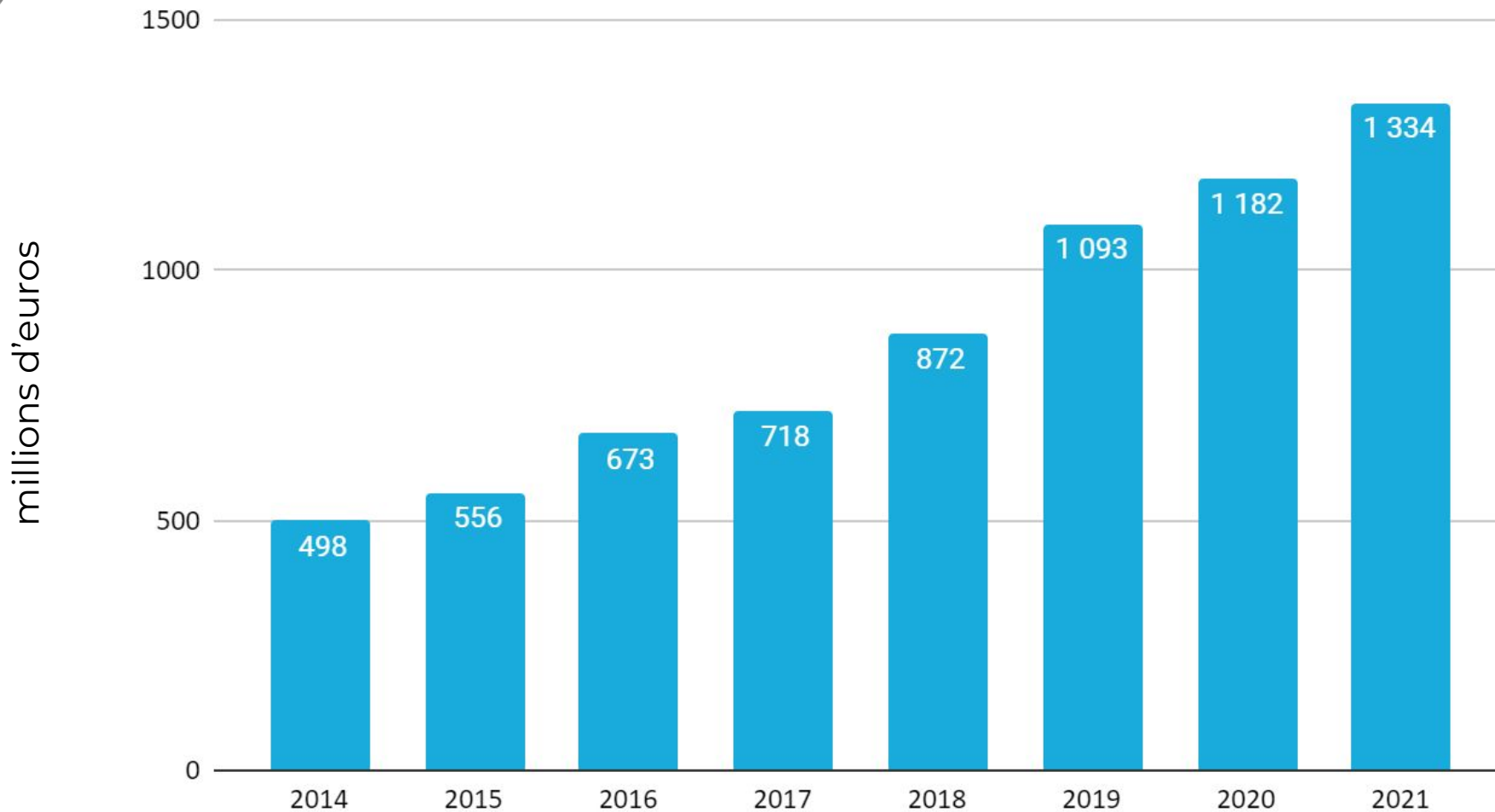
Les filières internationales représentent 65 % des ventes





# Evolution des ventes de produits

de filières internationales de commerce équitable depuis 2014

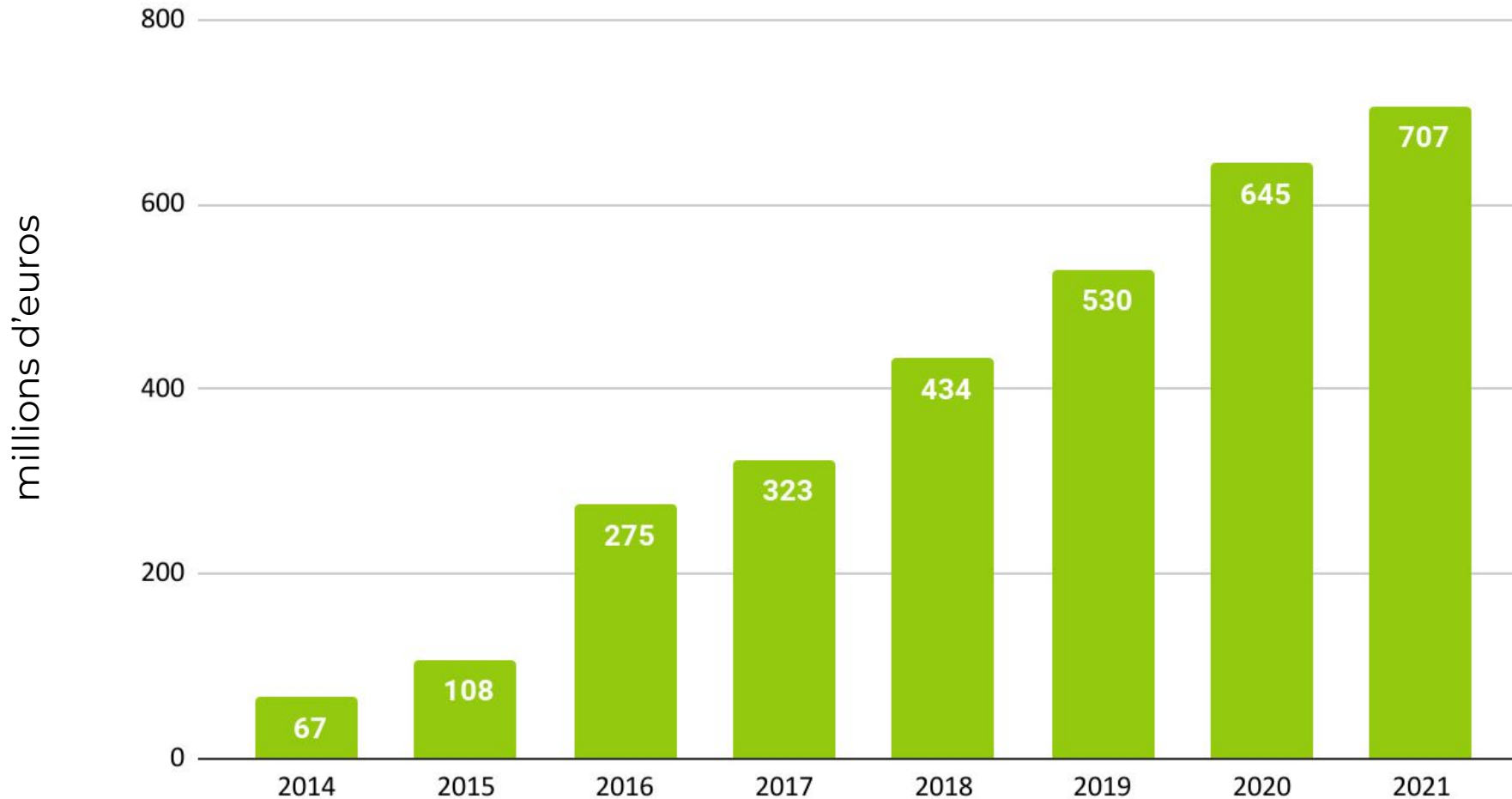


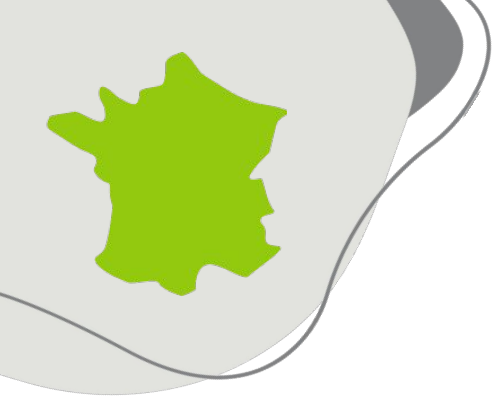




# Evolution des ventes de produits

de commerce équitable origine France depuis 2014





## Des acteurs sur tout le territoire et pour toutes les familles de produits

**100** groupements

**+6 000** fermes

**+12 000**

producteur·ice·s et  
travailleur·euse·s agricoles



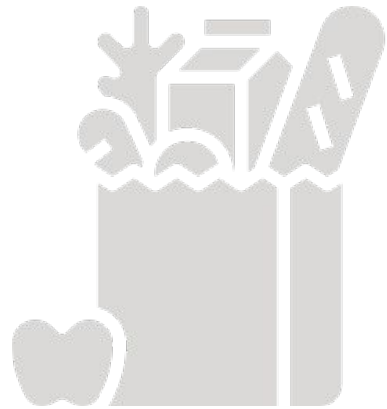
\* recensé en 2021

Observatoire statistique de Commerce Équitable France - avril 2022



**#2 :**

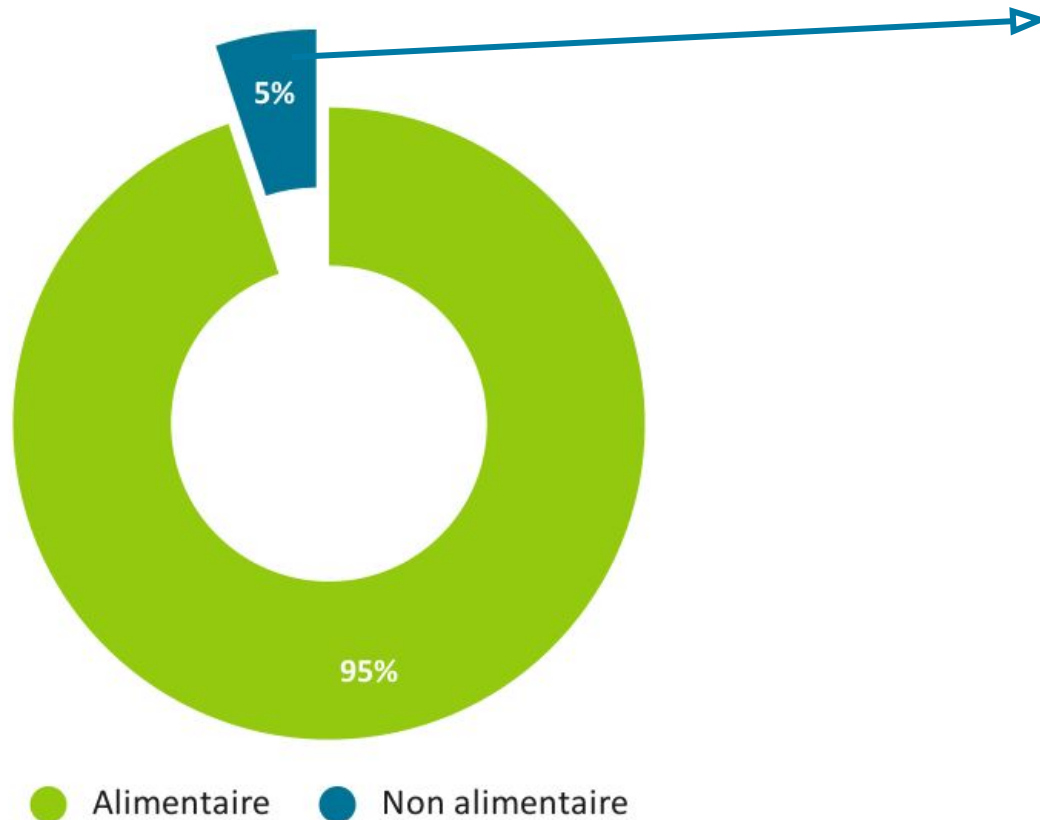
# **Focus sur les familles de produits**



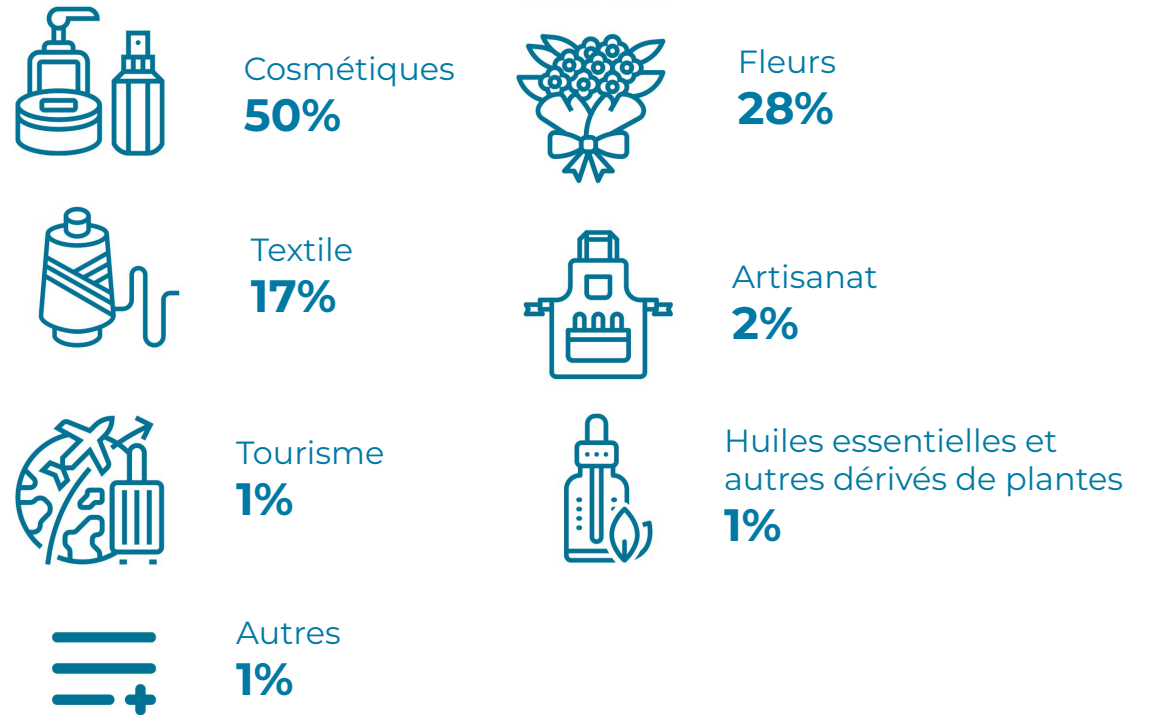
# Typologie des produits

Des produits équitables essentiellement agro-alimentaires : 95 % des ventes

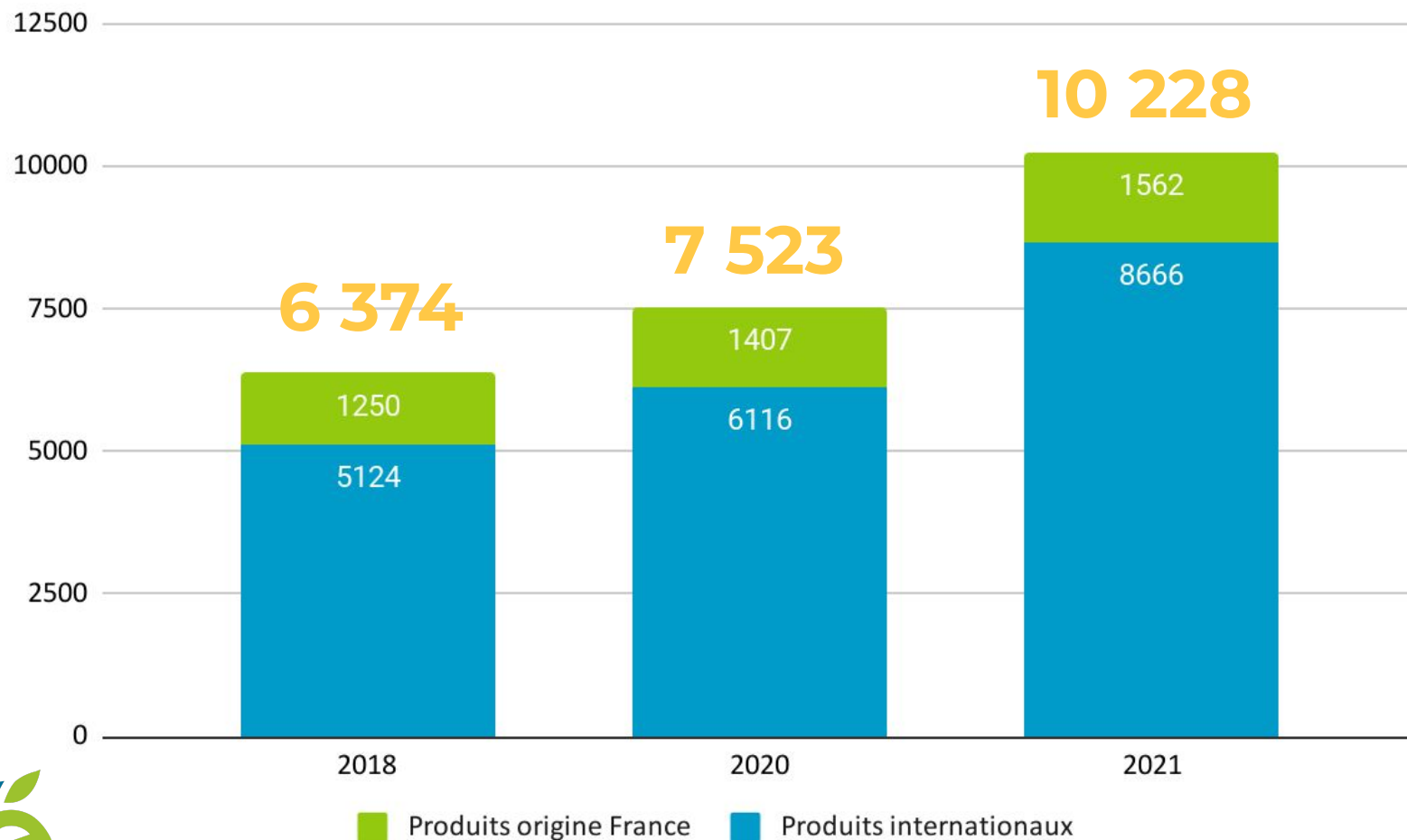
Répartition des produits alimentaires et non alimentaires (en % des ventes)



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



# Evolution du nombre de références équitables de produits alimentaires (depuis 2018)



# 10 228 références

## +36%

entre 2020 et 2021

## +11%

pour les produits origine France



## +42%

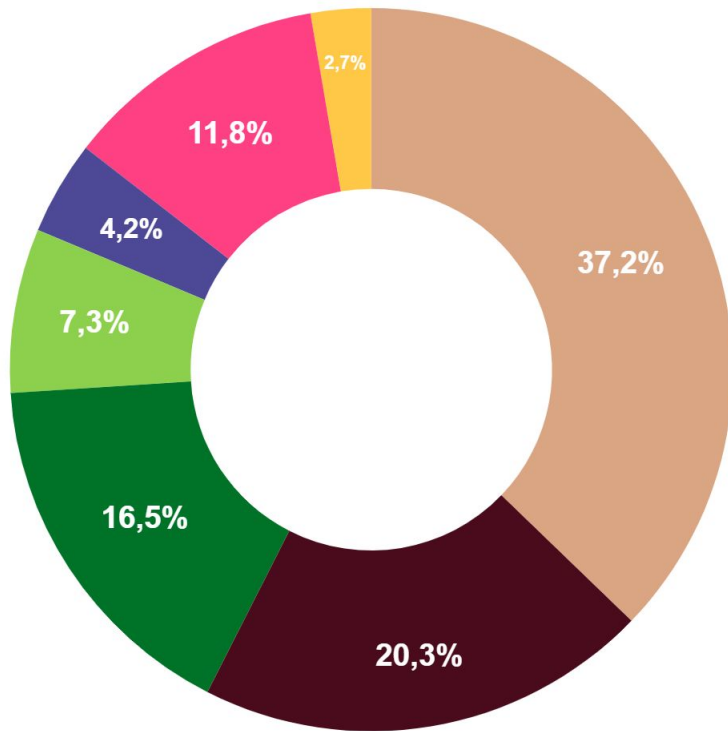
pour les produits internationaux





# Catégories de produits

## Répartition des produits alimentaires dans les filières internationales



**37,2%**  
Café



**20,7%**  
Produits chocolatés



**16,5%**  
Bananes



**11,8%**  
Sucre, desserts,  
glaces, épicerie  
sucrée



**7,3%**  
Fruits frais et jus



**4,2%**  
Thés et tisanes



**2,7%**  
Épicerie salée, autres



Le **café** est le produit du commerce équitable le plus vendu. En 2021, il représente **37% des ventes des filières internationales** (en valeur), soit plus de 458 millions d'euros.



# Zoom sur les produits chocolatés

et son évolution en parts de ventes depuis 2018

Parmi les produits qui ont le plus progressé entre 2020 et 2021, on retrouve notamment le **chocolat et les produits chocolatés**, avec une croissance de vente de **28 %** pour atteindre plus de **249,5 millions d'euros**, soit **20 % des ventes** de produits issus des filières internationales de commerce équitable.

**+28%**

entre 2020 et 2021

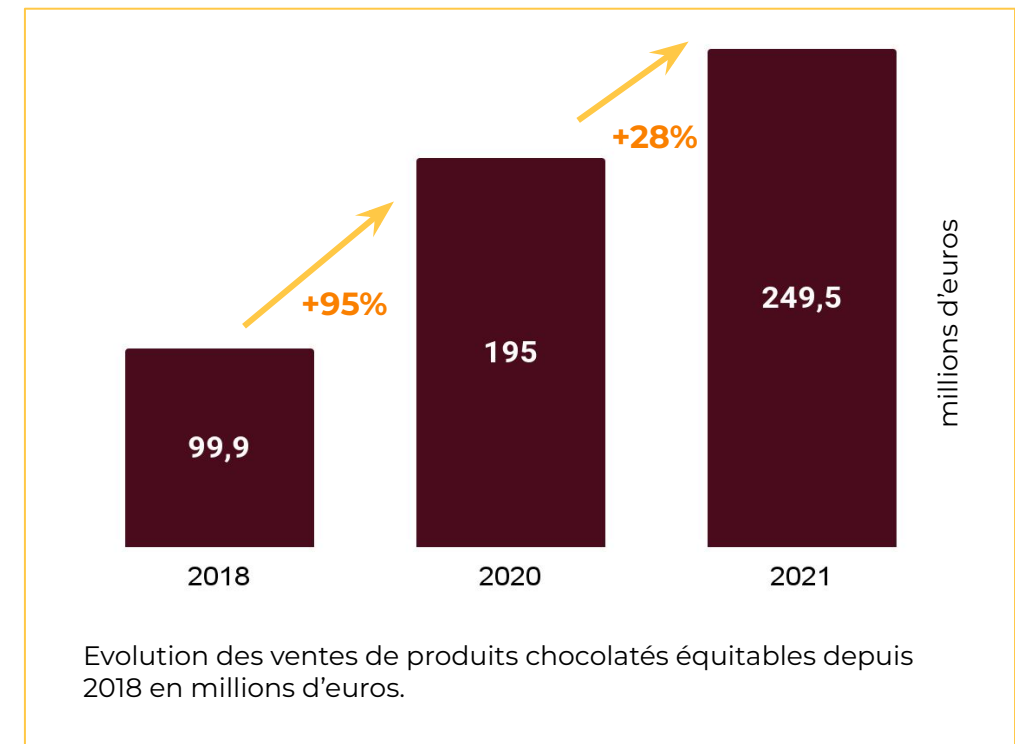
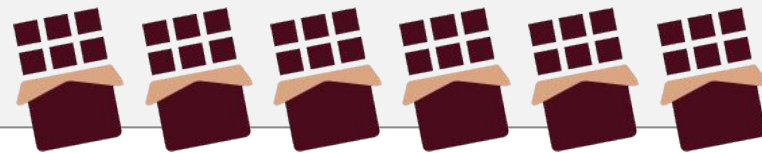
**249,5 millions €**

de ventes de produits chocolatés en 2021

Ce qui équivaut environ à

≈ **92 millions**

de tablettes de chocolat

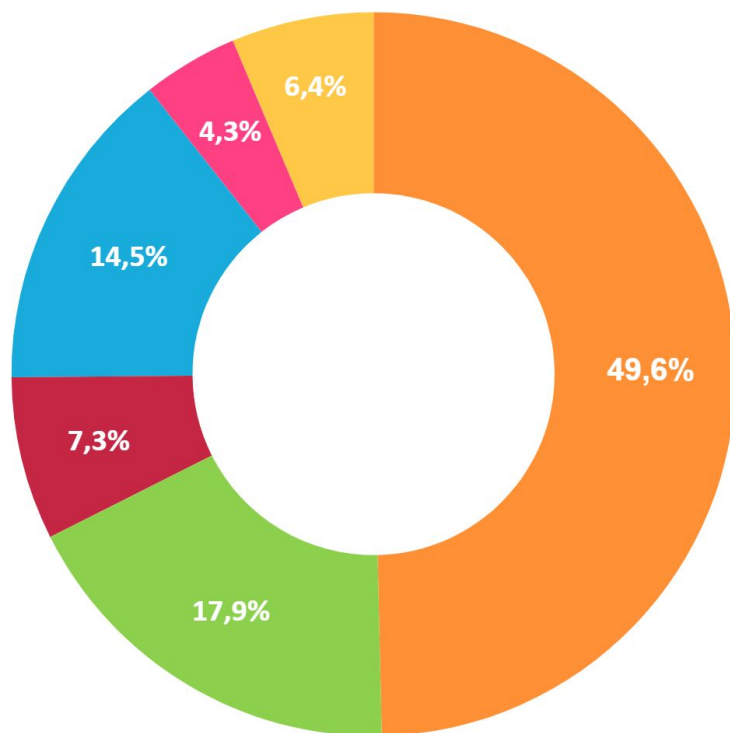


Evolution des ventes de produits chocolatés équitables depuis 2018 en millions d'euros.



# Catégories de produits

## Répartition des produits alimentaires dans les filières françaises



**49,6%**

Boulangerie et viennoiseries



**17,9%**

Fruits et légumes frais



**14,5%**

Produits laitiers



**7,3%**

Viande et oeufs



**6,4%**

Épicerie salée, surgelés, autres



**4%**

Épicerie sucrée, boissons



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

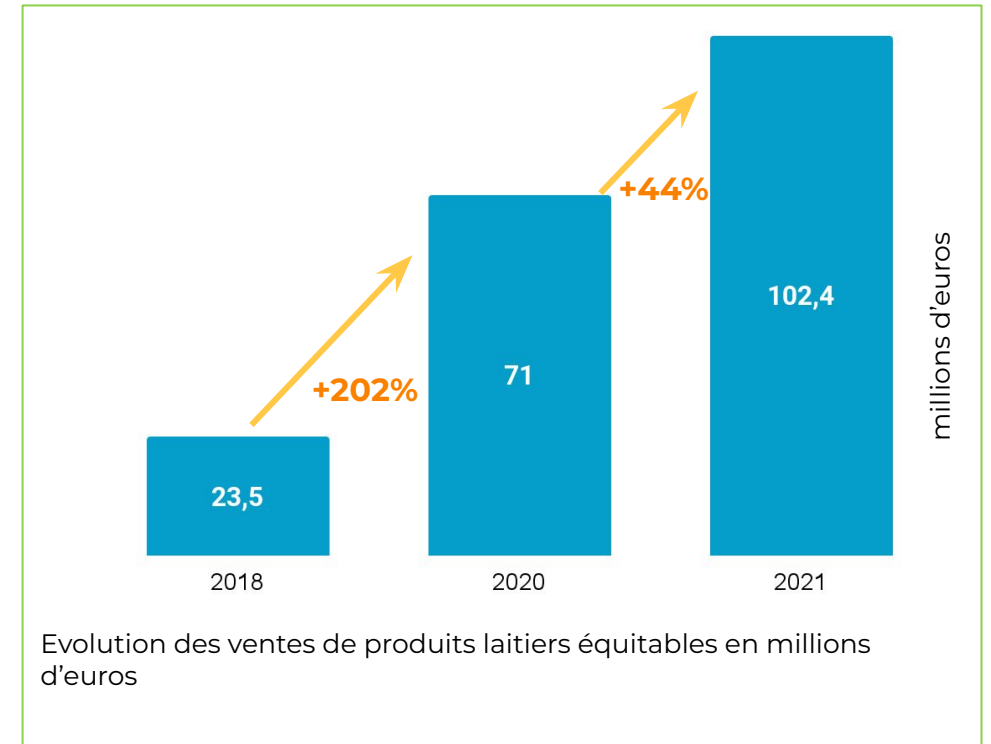




# Zoom sur les produits laitiers

et son évolution en parts de ventes depuis 2018

Les produits qui progressent le plus sont les **produits laitiers** avec une croissance de vente de **44 %**, pour atteindre **102,4 millions d'euros**, soit **15 % des ventes** de produits issus des filières françaises de commerce équitable.





# #3 : Commerce équitable et bio



# Double labellisation équitable + bio

88%



des produits issus du commerce équitable sont également bio

**(en % des références produits)**

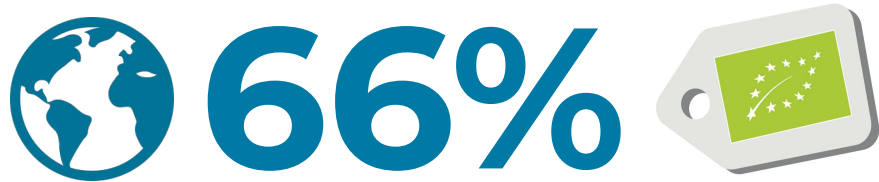


## **Le saviez-vous ?**

La valorisation des modes de production respectueux de l'environnement et de la biodiversité, tels que **l'agroécologie**, est un des 7 points de la définition légale du commerce équitable depuis la loi Climat et Résilience de 2021.



# Double labellisation équitable + bio



des produits issus des filières internationales de commerce équitable sont également bio

(en % de la valeur de vente)



des produits issus des filières françaises de commerce équitable sont également bio

(en % de la valeur de vente)



## Le saviez-vous ?

Le **programme Équité** soutient 125 000 familles de producteur·rice·s et 40 coopératives équitables en Afrique de l'Ouest pour promouvoir des revenus décents pour les agriculteurs et accompagner la transition agroécologique.

<https://programme-equite.org/>



## Le saviez-vous ?

Les **études d'impacts menées sur les filières équitables françaises** ont démontré que le commerce équitable contribue fortement à accélérer la transition vers l'agriculture biologique.

[Les atouts du commerce équitable pour accélérer la transition agroécologique en France - Zoom sur 14 filières \(2022\)](#)

[Rémunération des producteurs et transition agroécologique : quelles contributions du commerce équitable origine France ? \(2019\)](#)



# #4 : Distribution et lieux de ventes





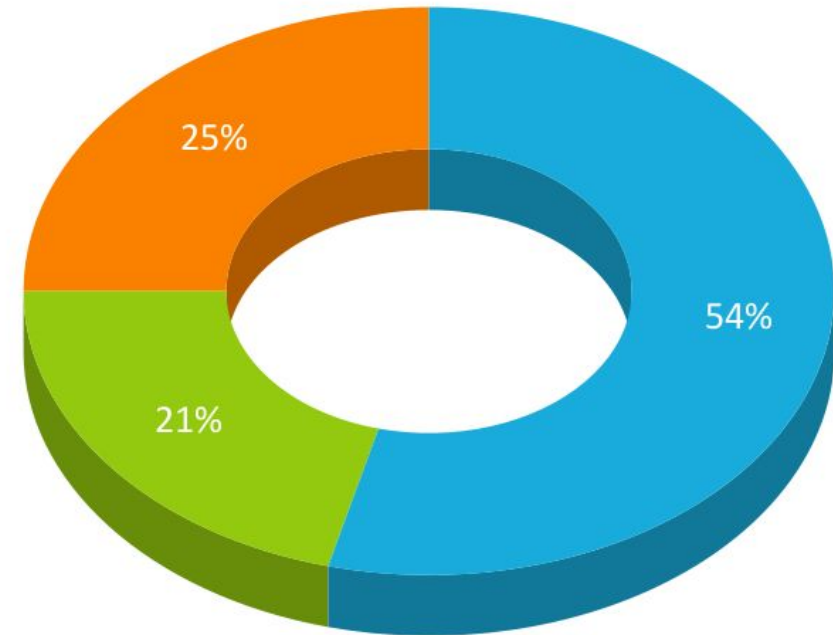
# Lieux de ventes

des filières équitables internationales

**La Grande et Moyenne Surface (GMS)** reste le lieu de distribution principal : **54%** (comme en 2020).

Les autres principaux circuits de distribution sont les **magasins spécialisés bio et équitables** : **21%**. Leur rôle dans le développement du marché est particulièrement important.

**La consommation hors domicile** (restauration, achats internes des entreprises et collectivités etc.) pèse pour **25%** des ventes (contre 19% en 2020).



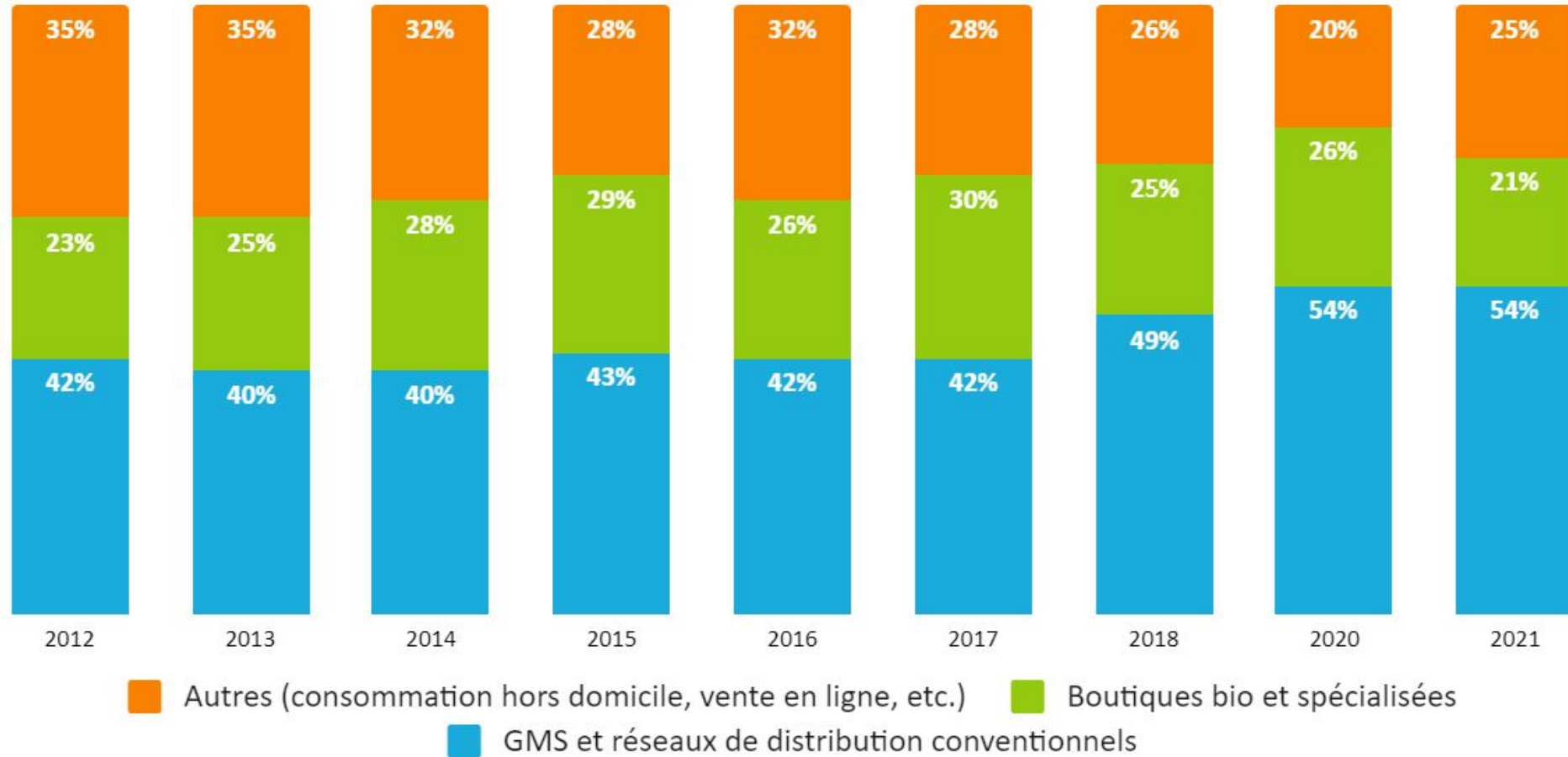
- GMS et réseaux de distribution conventionnels
- Boutiques bio et équitables
- Autres (consommation hors domicile, vente en ligne, etc.)





# Évolution des lieux de ventes

des filières équitables internationales (de 2014 à 2021)

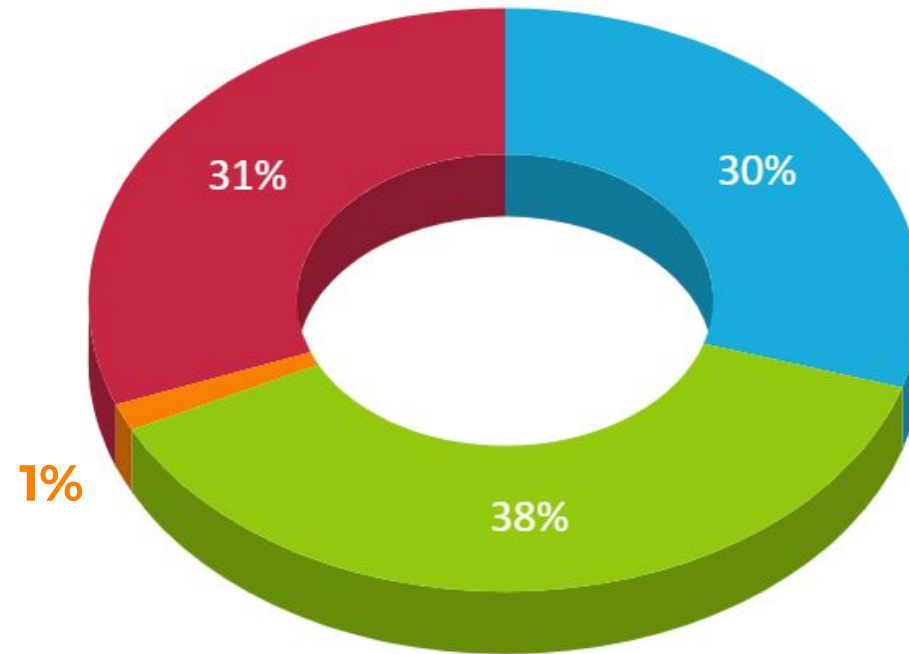




# Lieux de ventes

des filières équitables françaises

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



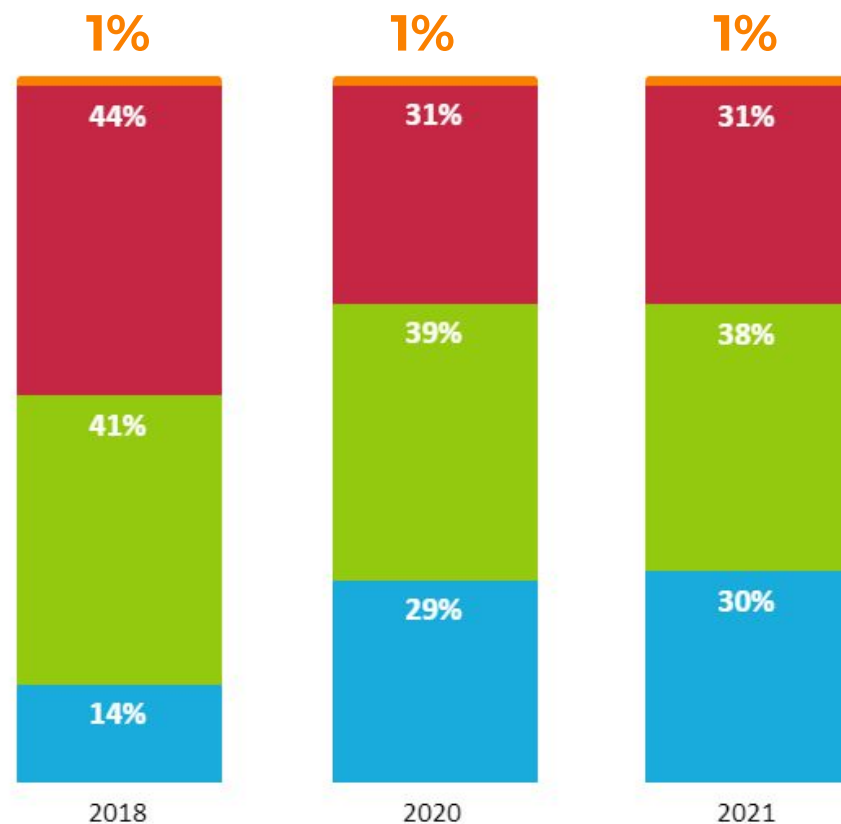
- GMS et réseaux de distribution conventionnels
- Boutiques bio et équitables
- Autres (consommation hors domicile, vente en ligne, etc.)
- Boulangeries





# Evolution des lieux de ventes

des filières équitables françaises (depuis 2018)



- Autres (consommation hors domicile, vente en ligne, etc.)
- Boulangeries
- Boutiques bio et spécialisées
- GMS et réseaux de distribution conventionnels

# **PÉRIMÈTRE : CATÉGORIE “INGRÉDIENTS” DE COMMERCE ÉQUITABLE**



# Catégorie “ingrédients” de commerce équitable

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

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

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

**Dans cette catégorie, l'ingrédient équitable représente entre 20% et 50% de la recette.**

Ventes en 2021 de la catégorie “ingrédient” :  
**109 188 400 €**

En 2021, cette catégorie concerne exclusivement des ingrédients labellisés par Fairtrade/Max Havelaar. Il s'agit en quasi totalité de produits chocolatés dont l'ingrédient “cacao” est garanti issu d'un commerce équitable.

**+10%**  
entre 2020 et 2021





# MÉTHODOLOGIE

# Définition légale

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

## Les grands principes du commerce équitable :

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



7. **La valorisation des modes de production respectueux de l'environnement et de la biodiversité**, tels que l'agroécologie

Depuis  
la loi  
Climat &  
Résilience  
2021



# Périmètre : labels de commerce équitable

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

Pourquoi ?

Parce qu'un label de commerce équitable :

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

**A noter que cette exigence deviendra bientôt une obligation légale.**

En effet, la loi climat prévoit qu'à partir de 2023 tous les produits issus du commerce équitable ait un label ou un système de garantie reconnu.



# Catégorie “produits de commerce équitable”

La catégorie “produits de commerce équitable” compile les **ventes de produits issus du commerce équitable engagés avec un “label produits” de commerce équitable**. Un “label produit” signifie que **tous les ingrédients qui peuvent être en commerce équitable le sont** ou au moins 50% des ingrédients de la recette.



\* A partir de 2022, le label Fairtrade Max Havelaar pourra également concerner les produits “origine France”. Cet observatoire ne prend en compte que les ventes 2021 qui ne concernent, pour ce label, que les filières internationales.

\*\* Label ingrédient Fairtrade Max Havelaar , dans les cas ou au moins 50% des ingrédients du produit sont issus du commerce équitable.



# Catégorie “ingrédient de commerce équitable”

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

Dans cette catégorie, l’ingrédient équitable représente entre 20% et 50% de la recette.



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







Observatoire du commerce équitable  
mai 2022

**Contact presse :**

Anne Boisse

Responsable de la communication

[boisse@commerceequitable.org](mailto:boisse@commerceequitable.org)

07 60 07 89 96

**En savoir plus :**

[www.commerceequitable.org](http://www.commerceequitable.org)

Twitter : @EquitableFrance - LinkedIn - Facebook