

Evaluation externe des actions de la PFCE 2011-16

Programme triennal SMA 2014-2016 « Renforcer le commerce équitable, une innovation sociale pour transformer les relations économiques en faveur d'un développement durable des pays du Sud » cofinancé par l'AFD

Programme de travail sur le Commerce Equitable local ou Nord-Nord

Rapport final

14 février 2017

Consultante:

Danièle Sexton

Tables des Matières

Sigles et abréviations.....	5
Liste des figures	6
Synthèse	7
Partie 1/ Introduction.....	10
1. Présentation de l'évaluation	10
1.1. Un bilan des actions du collectif PFCE.....	10
1.2. Une évaluation pour construire l'avenir.....	10
2. Présentation de la méthode.....	11
2.1. Un bilan élaboré à partir de la documentation, d'entretiens et d'ateliers	11
2.2. Des temps collectifs de partage des constats pour initier la réflexion stratégique	11
2.3. Un rapport final pour appuyer la réflexion stratégique	12
Partie 2/ Analyse des évolutions de 2011-16.....	13
1. Les évolutions organisationnelles et institutionnelles de la PFCE.....	13
1.1. Un collectif avec une mission d'intérêt général, au cœur de l'économie sociale	13
1.2. Un collectif qui défend un commerce équitable avec des systèmes de garanties	13
1.3. Une consolidation des moyens, mais un modèle économique fragile.....	14
1.4. Des questionnements sur la politique d'adhésion et la composition des membres	15
2. Les évolutions du contexte.....	16
2.1. Une préoccupation croissante des citoyens pour consommer autrement.....	16
2.2. Une place à retrouver parmi divers enjeux de société.....	17
Partie 3/ Analyse des axes stratégiques et actions menées	19
1. Bilan de l'axe Représentation institutionnelle et plaidoyer	19
1.1. Un travail pertinent plébiscité.....	19
1.2. Des avancées structurantes pour un cadre exigeant et un plan d'appui.....	20
1.3. Quelques marges de progrès.....	20
2. Bilan de l'axe Etudes et productions d'expertise	21

2.1.	Une production d'expertise pertinente qui renforce la légitimité	21
2.2.	Des productions de qualité, reconnus et utilisés	21
2.3.	Quelques marges de progrès.....	22
3.	Bilan de l'axe Renforcement de capacités, services.....	23
3.1.	Un appui aux acteurs attendu	23
3.2.	Des appuis pour faciliter l'information, les échanges	24
3.3.	Des appuis à renforcer et concerter	24
4.	Bilan de l'axe Communication, outils pédagogiques et campagne TdCE.....	25
4.1.	Un besoin transversal de communication.....	25
4.2.	Des avancées	25
4.3.	Quelques marges de progrès et questionnements	26
4.4.	Une campagne TdCE qui permet d'être sur le terrain en France.....	27
4.5.	Une trentaine de collectivités qui participent sans toujours renouveler.....	28
4.6.	Une campagne TdCE qui est en train d'être renouvelée.....	28
5.	Bilan de l'axe soutien au commerce local ou Nord/Nord	29
5.1.	Une réflexion nécessaire et complémentaire	29
5.2.	Des avancées structurantes.....	29
5.3.	Quelques marges de progrès.....	30
Partie 4/ Analyse de la contribution aux changements		31
1.	Une plus forte attractivité et confiance dans les garanties.....	31
2.	Le développement du secteur.....	31
3.	Le renforcement des acteurs économiques.....	31
4.	Une plus grande structuration des acteurs du secteur	32
5.	Les capacités des producteurs renforcées	32
6.	Un environnement un petit peu plus favorable.....	32
Partie 5/ Retour sur les futurs enjeux pour la PFCE		33
1.	Les futurs enjeux	33
1.1.	Un rôle attendu sur le thème du Commerce Equitable local Nord- Nord.....	33
1.2.	L'équilibre entre la mission d'intérêt général et l'appui aux membres	33
1.3.	Un besoin de plaidoyer global sur le besoin de régulation des relations commerciales	34

Partie 6/ Conclusions et recommandations	35
1. Une dynamique à poursuivre	35
1.1. Un collectif dynamique.....	35
1.2. Un bilan très positif	35
1.3. Quelques marges de progrès et nouveaux enjeux.....	36
2. Recommandations.....	37
R1. Formuler un plan stratégique avec une vision de changement	37
R2. Poursuivre les axes de travail actuels complémentaires en intégrant le Nord-Nord.....	37
R3. Préciser une stratégie de communication transversale au service des actions et de la PFCE	38
R4. Créer des mécanismes pour concerter la subsidiarité	38
R5. Continuer le travail de mobilisation d’appuis pour les acteurs du CE.....	39
R6. Mettre un accent sur la reconnaissance et promotion des labels	39
R7. Préciser le travail de veille et dénonciation	39
R8. Articuler le plaidoyer global avec les acteurs du local et de la sécurité alimentaire	40
R9. Poursuivre la réalisation de quelques études filières et étudier des initiatives au Nord.....	40
R10. Tirer le fil rouge des études et valoriser les productions	40
R11. Outiller le travail d’animation de la vie associative vers les membres	41
R12. Evaluer les apports du programme Equité.....	41
R13. Proposer des outils d’accompagnement des initiatives Nord.....	41
R14. Rediscuter le programme TdCE	42

Sigles et abréviations

3C	Commission de la Concurrence sur le Commerce
AG	Assemblée Générale
AFD	Agence Française de Développement
AMAP	Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne
ATES	Association pour le Tourisme Sociale et Solidaire
APE	Accords de Partenariats économiques
C2A	Commission Agriculture et Alimentation de Coordination SUD
CA	Conseil d'Administration
CCFD	Comité de Coopération contre la Faim et pour le Développement
CE	Commerce Equitable
CFSI	Comité Français de Solidarité Internationale
CICID	Comité Interministériel de la Coopération Internationale et du développement
CNDSI	Commission Nationale pour le Développement et la Solidarité Internationale
COFRAC	Comité Français d'Accréditation
COP	Conférence des Parties sur le Changement Climatique
COFIL	Comité de Pilotage
CDTM	Centre de Documentation Tiers Monde
DGCCRF	Direction Générale de la Concurrence de la Consommation et de la Répression de Fraudes
DGM	Direction Générale de la Mondialisation
DPO	Division du Partenariat avec les Organisations
ESS	Economie Sociale et Solidaire
F3E	Evaluer Echanger Eclairer
FAdM	Fédération Artisans du Monde
FFEM	Fonds Français pour l'Environnement
FLO	Fairtrade Labelling Organisation
FNAB	Fédération Nationale d'Agriculture Biologique
FTAO	Faire Trade Advocacy Office
INPACT	Initiatives pour une Agriculture Citoyenne et Territoriale
LOP	Loi d'Orientation et de Programmation
MAAF	Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt
MAEDI	Ministère des Affaires Etrangères et du Développement International
MEDDE	Ministère de l'Ecologie, du Développement Durable et de l'Energie
MEF	Ministère de l'Economie et des Finances

ODD	Objectifs de Développement Durable
PFCE	Plate-Forme pour le Commerce Equitable
PNCE	Plan National en faveur du Commerce Equitable
PRCC	Programme de Renforcement des Capacités Commerciales
PROPARCO	Filiale de l'AFD pour le financement du secteur privé
SMA	Structuration du Milieu Associatif
TAFTA	Traité de Libre Echange Trans Atlantique
TdCE	Territoire du Commerce Equitable
UECE	Universités d'Eté du Commerce Equitable
WFTO	World Fair Trade Organization

Liste des figures

Figure 1 : Evolution du budget annuel de la PFCE et de sa composition par type de contributeurs.	14
Figure 2 : Composition du budget de la PFCE en 2015 (sources ; Rapport d'activité 2015).....	15

Synthèse

La PFCE, un collectif dynamique, assez unique

L'évaluation externe des activités de la PFCE sur la période 2011-2016 et du fonctionnement du collectif a montré que la PFCE est un collectif dynamique qui apporte une grande satisfaction aux organisations membres et qui est appréciée par ses partenaires. Sa trentaine de membres sont des acteurs très diversifiés qui interviennent à différents niveaux des filières de commerce équitable ou en soutien au secteur. Cette diversité apporte une richesse et légitimité au collectif français qui réunit les diverses tendances du commerce équitable ce qui est rarement le cas dans les autres plateformes européennes équivalentes. La PFCE est aussi un lieu assez unique de dialogue entre le monde des entreprises, le monde associatif et de la recherche, pour innover dans les filières pour plus de responsabilité sociale et environnementale.

Sur la période 2011-16, il n'y a eu une légère diminution du nombre de membres avec la disparition des acteurs de la mode, et l'arrivée de quelques nouveaux acteurs. La réforme des statuts a renforcé le poids des membres associatifs pour confirmer la vocation d'intérêt général du collectif. L'accueil de nouveaux membres reste un enjeu. La vie associative du collectif a été dynamique et son équipe technique est très active et est montée en compétences. Sa présidence a été renouvelée, son président apporte une nouvelle reconnaissance au collectif.

Le modèle économique de la PFCE reste dépendant des soutiens des pouvoirs publics, comme tout collectif d'intérêt général. La PFCE mobilise les contributions de ses membres et a développé des partenariats pour cofinancer ses actions, mais elle a besoin de subventions pour soutenir son action d'intérêt social et continuer à être force de proposition.

Un bilan très positif

Avec les activités menées sur la période 2011-16, la PFCE a gagné en légitimité, en professionnalisme dans son travail de représentation, a renforcé son ancrage institutionnel, et son rayonnement au niveau européen et de l'Afrique de l'ouest. De nombreuses activités ont été réalisées dans le cadre de son programme SMA cofinancé par l'AFD avec des résultats concrets, notamment:

- Une représentation et défense du secteur efficace et très appréciée, qui a largement contribué aux travaux ministériels pour la définition du commerce équitable dans la nouvelle loi ESS de 2014, et l'élaboration du Plan National d'appui au Commerce Equitable.
- La production d'expertises et d'arguments pour les débats par le biais d'études et des documents de références tel que le guide des labels. Ces productions ont été diffusées et permettent aux acteurs de discuter plus concrètement sur leurs pratiques et les thèmes d'actualité.
- La facilitation d'échanges entre ses membres lors des temps annuels des Universités d'Eté et assemblées générales et avec le travail d'animation de comités de pilotages des divers dossiers.
- La maîtrise d'ouvrage d'un programme de soutien au commerce équitable cofinancé par l'AFD et le FFEM, dans 5 pays d'Afrique de l'Ouest. Ceci rapproche la PFCE des réalités de terrain.
- Une communication renforcée avec également une communication plus directe vers le grand public lors de quinzaine et au-delà (réseaux sociaux, Internet).
- La poursuite de la mobilisation des collectivités en France pour soutenir le développement du commerce équitable via le programme TdCE qui permet de fait de soutenir des associations locales

Il y a également des avancées dans le travail sur le commerce équitable local ou Nord-Nord (hors SMA):

- L'élaboration d'une charte pour le commerce local Nord-Nord qui reprend 14 critères d'engagement. et une réflexion sur la fixation des prix équitables en France.
- Deux guides à destination des collectivités et acheteurs publics d'une part, et des porteurs de projets d'autre part, pour le développement du commerce équitable local ou Nord-Nord.
- La mise en lumière d'initiatives et des échanges entre acteurs du secteur avec l'organisation des Assises du commerce équitable local ou Nord-Nord en décembre 2016.

Des contributions au changement

Le secteur du commerce équitable a connu une forte croissance ces dernières années (pour l'alimentaire) malgré un contexte économique difficile. L'action de la PFCE a contribué de diverses façons à cette croissance, en recherchant notamment un rapprochement avec le secteur de la bio (dont les ventes sont aussi en forte croissance). La PFCE a contribué à renforcer les capacités de ses membres par la diffusion d'informations utiles via les mails, études, et les Universités d'été. Elle a diffusé des travaux sur les impacts et un guide des labels pour contribuer à une plus grande confiance envers les labels. Sa implication sur le programme Equité (pour le défendre en amont et actuellement comme maîtrise d'ouvrage) lui permet de contribuer plus directement au renforcement de capacités d'organisations de producteurs. Enfin, ses actions de plaidoyer en France et au niveau européen avec d'autres acteurs, ont contribué à une petite amélioration de la politique commerciale de l'Union Européenne qui prend un peu plus en compte des objectifs d'équité.

Recommandations : poursuivre, ajuster, renforcer

L'évaluation 2011-16 est l'occasion pour la PFCE de redéfinir ses priorités et axes de travail et formaliser un document succinct de plan stratégique qui précise les changements attendus pour la période avenir. Un tel document est aussi un outil de communication dont la PFCE a besoin pour montrer qu'elle peut apporter à la construction de nouvelles relations dans les filières. Un document stratégique pourrait l'aider à mobiliser des partenaires publics et privés diversifiés, soit pour sa mission principale d'intérêt générale, ou soit plus spécifiquement pour les services aux membres, notamment aux acteurs économiques.

Les divers axes de travail actuels (représentation et plaidoyer, études et expertises, renforcement des capacités, communication, outils et campagne TdCE) ont montré toute leur pertinence et doivent être poursuivis. Cependant, la future action sur le commerce équitable local Nord-Nord doit s'insérer lisiblement comme un axe à part entière ou transversal pour marquer la volonté de la PFCE de travailler sur ces enjeux.

Au niveau de son fonctionnement interne, la PFCE doit prévoir des mécanismes pour concerter l'application du principe de subsidiarité, avec les membres qui peuvent être concernés par une action. La PFCE doit analyser si elle peut parfois coordonner une action mais confier sa réalisation à un de ses membres. Un programme SMA donne la possibilité de mandater des membres pour la réalisation des actions. Par ailleurs, elle doit mieux expliquer quelles sont ses modalités de prises de décisions et choix d'action, notamment aux membres qui ne participent pas à ses instances. Il est important de reprendre également un travail interne pour expliquer sa stratégie de communication à ses membres, et concerter / préciser des priorités de l'action de communication, et notamment de la communication « grand public ». Un travail d'animation de la vie associative serait à développer. Pour le faciliter, la PFCE devrait s'outiller en matériel plus performant pour la communication à distance et outil pour aider les membres à échanger entre eux.

Pour ses actions de promotion du secteur et d'intérêt général, le travail de représentation institutionnelle doit se poursuivre pour mobiliser notamment des soutiens aux acteurs et initiatives de commerce équitable. La PFCE devrait continuer ses échanges avec les ministères partenaires actuels (MAEDI / MEF-ESS et MEDDE dans une moindre mesure) et développer les relations avec les autres ministères pour des actions d'accompagnement du commerce équitable local Nord-Nord (MAAF, autres...). Ce travail ne doit pas oublier les collectivités locales et leurs réseaux (réseaux des maires, réseaux des régions de France etc.) qui sont des acteurs sensibles au « local » et qui attendent aussi la PFCE sur le commerce équitable local.

Une autre priorité devrait être de poursuivre les efforts pour la reconnaissance publique des labels privés. Pour le commerce local Nord-Nord, les débats doivent être poursuivis en interne pour définir si la PFCE souhaite aussi promouvoir la reconnaissance publique de labels privés ou doit rechercher la création d'un label public (comme pour le monde de la bio au niveau européen).

La PFCE devrait structurer un nouveau travail de veille sur l'utilisation du mot « commerce équitable » et dénonciation d'utilisation abusive, en prévoyant quels moyens mobiliser et quelle positionnement. Il semblerait souhaitable de proposer à certains acteurs un accompagnement dans une démarche de progrès. La PFCE doit aussi se préparer à répondre à d'éventuelles critiques avec des mécanismes de « droit de réponse ».

La PFCE doit préciser sa stratégie et ses alliances de plaidoyer plus macro-économiques car elle est au

carrefour de diverses thématiques. Elle doit définir des niveaux et formes différenciées d'implication suivant les thématiques. Un focus devrait être fait sur les actions qui réclament une régulation du commerce mondial et des révisions des accords de libre-échanges, la promotion de plus d'équité et responsabilité sociale et environnementale dans les filières au Nord ou Sud et l'évolution des pouvoirs au sein des filières.

Les travaux d'études et de production d'expertises utiles aux débats doivent se poursuivre avec une étude par an qui doit être un fil conducteur des débats dans l'année, en interne et pour la communication grand public. Des études sur d'autres filières devraient être proposées, ainsi que sur des actions de sensibilisation au CE ou sur les initiatives Nord-Nord. La production d'expertise doit être mieux valorisée pour continuer à diffuser des réflexions au-delà des membres, et notamment vers le grand public. Des outils appropriés aux divers publics devraient être élaborés en mobilisant aussi l'expertise interne qui peut exister au sein de la PFCE.

La PFCE devrait développer une offre de services pour accompagner l'émergence du commerce équitable local ou Nord-Nord. Elle est de toute façon déjà sollicitée pour diffuser de l'information, présenter le secteur, mettre les acteurs en relation. Cette offre ne doit pas être trop exhaustive et garder aussi un équilibre avec les autres actions. Elle pourrait englober une information aux porteurs de projets et aux structures qui peuvent les accompagner, la diffusion des guides pour porteurs de projets et collectivités, une mise en relation avec certains membres de la PFCE et des formes éventuelles de parrainage à inventer, et la mise en lumière d'initiatives intéressantes. Faire mieux connaître la PFCE serait stratégique pour mieux accompagner le développement du commerce équitable Nord-Nord (être contacté et sollicité pour apporter des références). La PFCE devrait aussi inciter ses membres à s'impliquer sur le commerce équitable local ou Nord-Nord. La PFCE pourrait aussi proposer à des partenaires financiers de financer un programme de renforcement des capacités commerciales des acteurs (comme le PRCC) pour le commerce équitable local ou Nord-Nord.

L'adhésion de nouveaux acteurs positionnés sur le commerce équitable local Nord-Nord doit être encouragée et un statut spécial transitoire pourrait être proposé sans forcément le formaliser (« futur membre accompagné »). En prévision de l'adhésion de nouveaux membres qui seront uniquement sur le commerce équitable Nord-Nord, il serait stratégique de réfléchir les modalités de gouvernance avec une évolution vers un éventuel système de collègues pour une recherche d'équilibre entre acteurs et secteurs.

Le programme TdCE est une action à poursuivre car il donne à la PFCE un certain ancrage dans les territoires au moment où le commerce équitable local Nord-Nord émerge. La stratégie du programme TdCE devrait reprendre les missions de la PFCE de façon transversale et intégrer mieux les attentes de certaines collectivités sur le commerce équitable local Nord-Nord. Le portage du programme TdCE doit aussi être rediscuté pour redéfinir les rôles, engagements et responsabilités. Par ailleurs, il serait intéressant de concerter entre co-porteurs l'opportunité et faisabilité d'un soutien financier à certaines associations sur le territoire via le projet TdCE pour des actions spécifiques (études de filières sur le territoire, animations d'échanges, accompagnement d'initiatives). Les associations sont celles qui font l'animation concrète du programme sur les territoires, et certaines n'ont pas ou plus d'appuis financiers.

Pour ses actions de services aux membres, la PFCE doit continuer le travail de mobilisation de ses membres sur des études, et d'animation de débats. Les échanges devraient se poursuivre après une étude pour discuter de l'éventuelle évolution des pratiques des membres (par exemple 1 an après les premiers débats).

La PFCE devrait préciser et actualiser un diagnostic chaque année sur les besoins d'appui de ses membres dans leur diversité. Les cotisations pourraient donner droit à un certain nombre de jours d'accompagnement spécifique pour chaque membre, avec des services payants au-delà. La PFCE doit aussi concerter avec ses membres qui font de la formation quelle stratégie mener pour répondre aux besoins de formation au commerce équitable des professionnels. Elle pourrait aider à adapter les offres de formation qui existent, et assurer la promotion de ces offres.

Avant d'entamer une nouvelle phase ou duplication, le PRCC Equité devra être évalué pour en tirer des apprentissages. Une question sera de voir s'il a accompagné des dynamiques issues de divers labels, quelle a été la plus-value de la PFCE et les apports pour la PFCE (pour alimenter le plaidoyer par exemple). Une autre question sera aussi de voir ce que le développement d'un CE Sud-Sud peut apporter aux réflexions de la PFCE et ses membres, dans un contexte de développement du commerce équitable Nord-Nord.

Partie 1/ Introduction

1. Présentation de l'évaluation

1.1. Un bilan des actions du collectif PFCE

L'évaluation objet de cet appel d'offres, est une **évaluation des activités menées par la Plate-Forme pour le Commerce Equitable (PFCE)**, depuis **2011**.

La PFCE est un collectif créé en France il y a bientôt 20 ans (en 1997), dont la mission, le projet social est de **contribuer à développer le commerce équitable (CE) et ses impacts positifs pour les producteurs**. La Charte de la PFCE, élaborée en 2008, précise la vision et définition d'un commerce équitable exigeant, tel que défendu par la PFCE. La PFCE assure la **concertation et la représentation** du secteur.

Les **changements visés** par l'action de la PFCE **sont à la fois externes** pour faire évoluer positivement le contexte (appui institutionnel au CE, intégration des valeurs du CE dans les politiques publiques, reconnaissance publique des labels), et **internes au secteur** (renforcement des capacités des acteurs dans leur diversité pour développer le CE, renforcement de la concertation et de la synergie entre acteurs). Les chemins de changements identifiés sont ceux qui permettent le renforcement de la PFCE en tant que collectif pour apporter ou mobiliser de l'expertise et développer un plaidoyer, et le renforcement des capacités des membres en particulier, et des acteurs du CE en général.

La PFCE est composée **d'une trentaine de membres qui ont divers rôles** dans le secteur et les filières (soutien aux producteurs du sud, importation, transformation et distribution de produits équitables, promotion du secteur et éducation populaire, recherche et formation sur le CE, certification des produits, structure fédérative et tête de réseau...). Certains membres assument à la fois le rôle d'importation de produits, de réseau de distribution, et de sensibilisation au CE. Les membres ont des **statuts juridiques différents** (entreprises, entreprises sociales, associations, collectifs) mais portent un projet qui s'inscrit dans le secteur de l'économie sociale et solidaire.

La PFCE agit **en France** et au **niveau européen** (actions de concertation et de plaidoyer avec divers réseaux de CE en Europe). Depuis début 2015, pour la première fois, la PFCE est également en charge de la maîtrise d'ouvrage d'un projet AFD /FFEM de renforcement des capacités commerciales des organisations de producteurs en Afrique de l'Ouest, le projet PRCC Equité (Cote d'Ivoire, Mali, Burkina Faso, Togo, Ghana).

L'évaluation concerne la période 2011-2016, et demande de porter un regard sur :

- les évolutions du **positionnement et des axes stratégiques** de la PFCE
- les **diverses activités**, depuis 2011 (programme triennal AFD 2014-16 de structuration du milieu associatif SMA, autres activités de soutien au CE Nord-Nord, divers partenariats etc.)
- les **aspects organisationnels et institutionnels**.

1.2. Une évaluation pour construire l'avenir

L'évaluation demandée a pour enjeux :

- de **partager un bilan sur les actions menées** au sein du collectif (entre la gouvernance, l'équipe salariée, les membres) et avec ses principaux partenaires,
- **d'analyser les contributions au changement** : en quoi les actions menées ont permis des avancées vers la vision portée par le collectif et les changements d'échelle souhaités ?
- **d'alimenter la réflexion stratégique** et prospective de la PFCE.

L'évaluation est une évaluation à caractère stratégique et doit permettre, au-delà du bilan, d'actualiser une analyse du contexte et des nouveaux enjeux pour aider la PFCE à les **anticiper** pour mieux **définir ses axes stratégiques** pour les prochaines années.

2. Présentation de la méthode

2.1. Un bilan élaboré à partir de la documentation, d'entretiens et d'ateliers

L'évaluation a été menée entre juillet et décembre 2016 à partir des éléments suivants :

- Une **analyse de la documentation** disponible (très fournie): rapports annuels, rapports de projets, notes des divers COPIL, documents préparatoires et compte rendus de Conseil d'Administration (CA), publications...
- Un **atelier d'échange avec une trentaine** de personnes (membres) lors des Universités d'Eté du Commerce Equitable (UECE) début septembre.
- Un **temps d'observation** et de court **échange lors du CA** d'octobre de la PFCE
- Des **entretiens individuels semi-directifs** avec 51 personnes de 43 structures qui représentent divers types d'acteurs présentés ci-dessous.

Nature, type de structure	Nombre
Equipe	7
Membres	25 sur 27
Présidents (actuel / ancien)	2
Partenaires	6
Ministères (MAEDI, MEF) et AFD	3
Non membres	1 ex, 1 futur
Collectivités	2
Associations locales	4
TOTAL	43 structures, 51 personnes

Tableau 1 : Répartition des entretiens par type de structures ou personnes ressources

2.2. Des temps collectifs de partage des constats pour initier la réflexion stratégique

Pour inciter les membres de la PFCE à suivre l'évaluation, une note synthétique leur a été communiquée début octobre avec des premiers constats (*les échos de l'évaluation*).

Deux temps de partage des constats ont été organisés pour compléter les analyses et entamer la réflexion stratégique :

- Présentation des constats **lors du CA du 21 novembre 2016** en présence d'une dizaine d'administrateurs, du président de la PFCE et de 4 membres de l'équipe technique
- Présentation et **discussion des constats lors de l'AG du 1^{er} décembre 2016** en présence d'une vingtaine de membres, du président de la PFCE et de 5 membres de l'équipe technique – Echanges en groupes autour de deux enjeux pour le futurs.

La réflexion s'est poursuivie au cours de l'assemblée générale extraordinaire du 23 janvier 2017 qui a permis d'échanger entre membres présents pour préciser des **priorités stratégiques** de la PFCE.

2.3. Un rapport final pour appuyer la réflexion stratégique

Le présent rapport final a pour objectif de partager plus amplement les constats pour appuyer la réflexion :

- Après cette introduction, dans une deuxième partie, le rapport revient sur **les évolutions du contexte depuis 2011** et les principales **évolutions de la PFCE** en tant que collectif.
- Dans une troisième partie, il présente le **bilan des actions passées des 4 axes stratégiques** de la période passée (projet SMA) et de **l'axe de travail sur le commerce équitable local ou Nord-Nord**. Pour chaque axe, le rapport analyse la pertinence des actions entreprises, les résultats obtenus, les marges de progrès.
- Dans une quatrième partie, le rapport présente quelques **réflexions pour apprécier l'impact du projet** (à quels changements le projet a contribué ?).
- La cinquième partie revient sur les **enjeux futurs** qui apparaissent pour la PFCE.
- Une dernière partie présente les **conclusions et principales recommandations** de l'évaluation.

Partie 2/ Analyse des évolutions de 2011-16

1. Les évolutions organisationnelles et institutionnelles de la PFCE

1.1. Un collectif avec une mission d'intérêt général, au cœur de l'économie sociale

Depuis 2011, la PFCE a évolué dans son positionnement et ses statuts pour **réaffirmer sa mission d'intérêt général**, comme conseillé dans les recommandations de la précédente évaluation¹. La PFCE fait la promotion et défense d'un CE exigeant qui œuvre pour le renforcement des organisations de producteurs et de leur rôle dans les filières. La PFCE défend et appuie la mise en place de **filières innovantes avec plus de dialogue entre acteurs**, et avec des **entreprises plus responsables au niveau environnemental et social**.

Le collectif s'est plus clairement positionné sur un rôle de **promotion et défense du secteur** (membres et non membres). Elle a **diminué peu à peu ses activités de promotion de l'offre** de ses membres marchands (arrêt du travail de vitrine professionnelle, moindre participation à des salons...). En parallèle, elle a maintenu une offre de services à ses membres autour de temps d'échanges et de formation mais avec certaines activités qui sont aussi **ouvertes aux non membres** et une diffusion large de ses travaux via son site internet. Les temps de rencontre annuels, nommés auparavant « Journées au Vert » sont devenus les « Universités d'Été du Commerce Équitable », avec une journée ouverte aux non-membres.

Les statuts de la PFCE ont été modifiés pour accorder au **collège des associations une majorité de voix** (51% des voix). Les votes tiennent compte maintenant de cette attribution avec un comptage par collège. Dans les faits, les débats ne montrent pas d'oppositions spécifiques entre collèges, et la PFCE apparaît de plus en plus comme un **lieu assez unique de concertation et expérimentation** entre le **monde des entreprises, des associations citoyennes**, avec des apports des **acteurs de la recherche**.

1.2. Un collectif qui défend un commerce équitable avec des systèmes de garanties

La PFCE a confirmé son choix sur la période de **ne pas être un système de garantie** et n'a plus poursuivi ses actions pour évaluer les pratiques de ses membres. La PFCE n'avait pas les moyens nécessaires pour cette mission, et cette évaluation était souvent considérée comme trop intrusive et difficile pour les acteurs du secteur. Ceci lui permet aussi de clarifier son rôle face à certains de ses membres qui sont des certificateurs.

De fait, les **procédures d'adhésion à la PFCE se sont simplifiées** pour revenir à des entretiens avec des pairs, une déclaration d'engagement plus générale via l'adhésion à la charte de la PFCE et une décision finale après validation par le CA. La PFCE s'est alors aussi directement positionnée sur une **exigence de label** pour ses membres marchands avec un des **systèmes de certification reconnu** (FLO, Ecocert, Bio-équitable, SPP et WFTO principalement)².

En parallèle, la PFCE a poursuivi et amplifié son travail pour la **promotion des systèmes de garantie externes** (avec contrôle externe ou interne croisé) et la **promotion des labels privés** qui garantissent des **cahiers des charges pour un CE exigeant**. Elle a accompagné la réflexion du système WFTO qui a renforcé son système de garantie sur la filière intégrée. Elle a accompagné et encouragé l'ATES pour la mise en place d'un système de garantie croisé pour le secteur du tourisme équitable et solidaire qui est en train de se structurer. Elle a développé diverses actions pour rendre plus lisibles les labels et expliquer les différences (avec la production notamment du guide des labels). Ces travaux ont également permis de mieux faire comprendre le caractère distinctif des labels de commerce équitable au regard des labels de développement durable (Rainforest, UTZ Certified...).

¹ *Evaluation du programme de la PFCE 2006-2010*, Bonis Charanle JM, Sexton Danièle, Fev 2011.

² Ecocert assure aujourd'hui la certification du référentiel Bio-équitable et a rejoint Fair For Life

Le travail initié avec les pouvoirs publics sur la certification publique des démarches de commerce équitable (vers une norme AFNOR) n'a pas abouti pour cause de désaccord sur la définition même du CE, et de questionnements sur le rôle et le financement des coûts de la COFRAC (commission qui doit contrôler et certifier les systèmes de garantie). La PFCE a repris des démarches pour avancer **vers une reconnaissance publique des labels privés**, enjeu qui reste actuel. L'AG extraordinaire de janvier 2017 a été en grande partie consacrée à cette thématique pour définir et concerter un positionnement commun et une stratégie de représentation.

1.3. Une consolidation des moyens, mais un modèle économique fragile

Au niveau organisationnel et institutionnel, on constate sur la période que le **collectif a consolidé ses moyens grâce à l'appui des pouvoirs publics** pour sa mission d'intérêt général et de **structuration du milieu** (appui via le projet SMA de l'AFD), avec des financements européens pour des actions de plaidoyer, et des appuis plus ponctuels du Ministère de l'économie sociale et du Ministère de l'environnement. Avant 2011, le collectif ne disposait pas de ces appuis structurants des pouvoirs publics, sa situation économique était fragile et son action plus limitée. Entre 2006 et 2011 son budget moyen annuel était inférieur à 300 000 euros, il atteint plus de 500 000 en 2014 et 2015, soit une hausse de 80%. **Ces appuis ont vraiment permis à la PFCE d'être plus actif pour la promotion du secteur.**

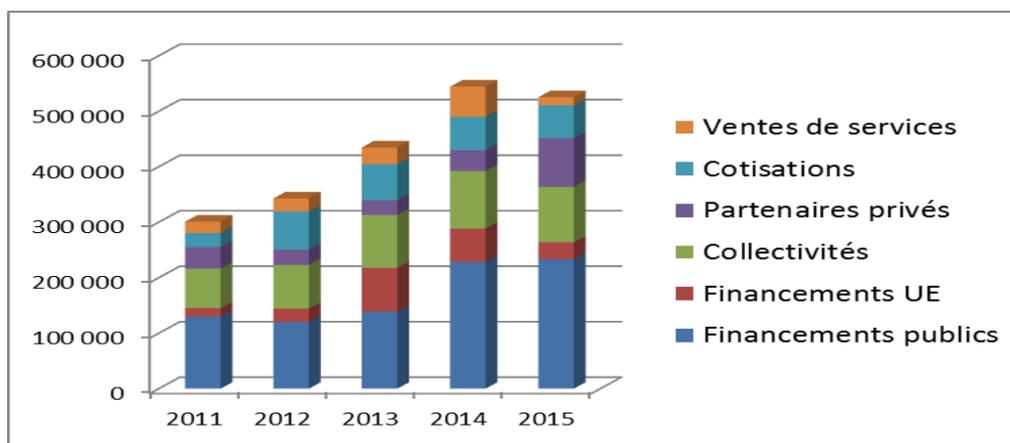


Figure 1 : Evolution du budget annuel de la PFCE et de sa composition par type de contributeurs. (Source : Rapports annuels)

Le positionnement de la PFCE comme collectif d'intérêt général permet à la PFCE d'obtenir des appuis publics via l'AFD mais ne facilite pas des partenariats avec le Ministère de l'Economie et des Finances moins habitué à collaborer avec des plateformes d'intérêt général et des plateformes mixtes (entreprises et associations). La mission d'intérêt général n'interdit cependant pas à la PFCE de développer aussi des services dédiés à ses membres marchands (appuis aux acteurs économiques). Elle pourrait peut-être solliciter plus à l'avenir des appuis des services du Ministère de l'Economie pour certaines actions spécifiques vers ses membres marchands, dans le cadre de l'appui aux acteurs économiques de l'ESS et la promotion de filière de CE dans l'économie globale.

L'équipe de la PFCE s'est consolidée avec aujourd'hui 7 salariés et la mobilisation régulière de stagiaires. Cette équipe est très dynamique et **force de proposition**. L'équipe est montée en compétences et expériences avec une secrétaire générale et une chargée de mission qui sont stables depuis plus de 7 ans. L'année 2015 a connu quelques turbulences avec une déléguée générale en congés maternité, une chargée de communication en arrêt longue maladie et une démission de la chargée de mission de la campagne TdCE : l'équipe est restée soudée et a assuré avec motivation un travail toujours de qualité.

Le collectif a recherché également à développer ses fonds propres avec des **partenariats avec ses membres** pour un **cofinancement des actions**. Ceci lui a permis d'impliquer et mobiliser plus directement des membres concernés par certaines actions, et de ne pas augmenter trop ni trop régulièrement les niveaux

de cotisations déjà élevés. Entre 2006 et 2010, les niveaux de cotisations avaient augmenté de 150% ce qui avait créé quelques tensions.

La politique de cotisations a été revue en 2012 pour chercher à diminuer les niveaux de cotisations des plus petites structures notamment associatives, inciter des structures membres d'un collectif membre à adhérer également (en payant une demi-cotisation), augmenter la cotisation des réseaux et structures collectives (double cotisation) et repréciser les montants planchers et plafond. Les niveaux de cotisation varient entre 200 euros par an et plus de 6000 euros suivant le collège et les montants des budgets ou chiffres d'affaires. La part des cotisations représente environ 13% du budget sur la période étudiée (8% en 2011, 20% en 2012).

Dans l'objectif de consolider le modèle économique, une mission de conseil et de vente d'expertise pour appuyer d'autres collectifs ou expliquer la démarche du CE à des institutions d'autres pays, pourrait être une stratégie, comme suggéré par une représentante du Ministère des Affaires Etrangères et du Développement International (MAEDI). Il n'y a cependant pas de demandes identifiées dans ce sens.

Le collectif montre aujourd'hui une moins grande fragilité financière qu'en début de période évaluée, mais il a besoins **de subventions publiques, comme tout collectif d'intérêt général**. En 2015 la part de financements publics français est de 44%. Elle atteint presque 70% avec les contributions de l'Europe et des collectivités territoriales.

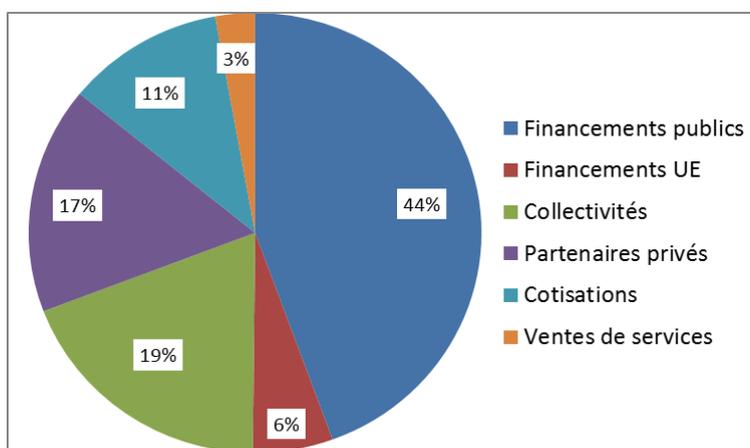


Figure 2 : Composition du budget de la PFCE en 2015 (sources ; Rapport d'activité 2015)

Les changements politiques des collectivités et de l'Etat peuvent les amener à définir d'autres priorités pour leurs appuis, ce qui présente un risque. La fin d'année 2016 a été marquée par la suppression par le conseil Régional d'Ile de France de ses appuis à diverses associations, dont la PFCE. Ceci a entraîné la **suppression d'un poste** ce qui **limite les capacités de la PFCE pour accompagner** la création de filières plus équitables et responsables au niveau social et environnemental. Les consommateurs, les collectivités locales et les pouvoirs publics sont cependant de plus en plus demandeurs de ces évolutions et innovations au sein des filières (filières d'exportation Sud-Nord, ou filières locales Sud-Sud ou Nord-Nord).

1.4. Des questionnements sur la politique d'adhésion et la composition des membres

Sur la période 2011-2015, le nombre de membres de la PFCE est passé de **32 membres à 27 (dont 4 collectifs)** qui regroupent chacun une ou plusieurs dizaines de membres). Parmi les membres marchands, le **secteur de l'alimentaire domine** largement (les produits alimentaires sont majoritaires sur l'ensemble des produits de CE consommés en France). La plupart des **acteurs de la mode** qui étaient membres du collectif ont **cessé leurs activités** pour raisons économiques (ils n'ont pas trouvé leur modèle économique même si la demande pour les produits de mode éthique et équitable existait) et la PFCE n'a pas attiré de nouvelles structures de ce secteur. Elle n'assure plus la mission de système de garantie que certaines petites structures de la mode ou l'artisanat pouvaient attendre. Les acteurs marchands qui n'ont pas un système de garantie ne sont plus admis au sein de la PFCE.

La PFCE s'est questionnée sur sa **politique d'accueil de nouveaux membres**. En 2015, elle a validé une **ouverture aux acteurs économiques non spécialisés CE**, mais avec une « vraie démarche ». Les critères pour évaluer cette « vraie démarche » ne sont cependant **pas précisés** et restent peut être un peu subjectifs : cela dépend de l'appréciation par le CA de la PFCE de la relation que la structure candidate peut avoir avec les producteurs / fournisseurs de matière première (connait-elle les producteurs ou est-elle un acteur commercial qui revend des produits de CE ?). La candidature d'un opérateur économique a ainsi été refusée. **Un autre acteur non spécialisé**, historique et connu (Malongo), a par contre rejoint la PFCE fin 2015.

Parmi les nouveaux membres sur la période, on note l'arrivée d'une ONG reconnue qui appuie des organisations de producteurs au Sud notamment sur le CE (AVSF). Mais il y a eu aussi le départ d'une ONG fondatrice qui se dit moins impliquée désormais sur le CE car plus tournée vers l'appui aux organisations pour du commerce local de produits vivriers et des filières courtes (le CCFD). Une structure financière associée très proche du CCFD a par contre pris le relais et est devenue membre fin 2016 (la SIDI).

Les perspectives de déploiement d'un commerce équitable local en France interrogent maintenant la PFCE sur **l'évolution de sa base sociale et de la composition de ses membres**. La question de l'utilisation de garantie externe et label va limiter dans un premier temps des acteurs qui seront dans une phase de démarrage sans label. Ces acteurs auront cependant besoin d'appuis et orientations et pourraient être candidats. Par la suite, si des acteurs du CE local ou Nord-Nord deviennent membres, la question de **l'équilibre entre les acteurs du Sud-Nord et du Nord-Nord** se pose. Il sera sans doute important de **redéfinir alors des règles de gouvernance** pour rechercher une bonne représentation des divers types d'acteurs avec la mise en place de collèges (même si certains acteurs peuvent développer des filières de CE à la fois sur les produits d'exportation Sud Nord mais aussi locales ou Nord-Nord).

2. Les évolutions du contexte

2.1. Une préoccupation croissante des citoyens pour consommer autrement

La période 2011-16 a été marquée par divers évènements et tendances qui ont été globalement favorables pour le développement du CE :

- Des crises économiques et sanitaires sur certaines filières agroalimentaires en France ont relancé le débat sur la traçabilité des produits, les modes de production et une envie de savoir comment sont produits et mis en marché les aliments que l'on consomme.
- La hausse de la **consommation biologique** (+ 10-15% par an ces dernières années) dynamise les achats de produits du CE puisqu' un fort pourcentage des produits alimentaires du CE est biologique (76% en 2015). Les réseaux de distribution des produits biologiques rendent encore plus disponibles les produits du CE pour les consommateurs.
- L'intérêt croissant de certains consommateurs mais aussi des collectivités pour une **relocalisation de l'alimentation** (demande de produits locaux et de filières courtes) permet une nouvelle réflexion sur les modes de consommation, de production et de développement. Des initiatives sur les territoires se multiplient (AMAP, autres formes de circuits courts) et certaines collectivités, directions régionales de l'agriculture ou agence de développement sont demandeuses d'études sur les **perspectives de développement de ces nouvelles filières** pour approvisionner leur territoire. Le CE n'est pas explicitement inclus dans ces demandes mais il y a une recherche d'un **développement créateur d'emplois**, avec une **redistribution du pouvoir** dans les filières.
- La recherche de **filières avec des acteurs économiques plus responsables socialement et prenant en compte les enjeux environnementaux** est une préoccupation croissante des agences de coopération, mais aussi de divers ministères en lien avec les acteurs économiques à l'international ou en France.

On constate sur la période une **progression significative de la consommation des produits du CE** (alimentaire) avec une croissance annuelle de 10% à 17%, soit plus de 70% de croissance entre 2012 et 2015 en incluant les chiffres du commerce équitable Nord-Nord depuis 2014 (*Sources : chiffres compilés par la PFCE, baromètre du CE, rapport annuel 2015*).

La consommation de masse non équitable reste cependant bien majoritaire et, au niveau macro-économique les accords de libre-échange se poursuivent : TAFTA, APE... La PFCE et ses membres font face à des enjeux majeurs de prise en compte des principes du commerce équitable dans le commerce mondial et doivent donc continuer à être force d'innovation et de proposition.

2.2. Une place à retrouver parmi divers enjeux de société

Même si la consommation de produits du CE a augmenté sur la période étudiée, force est de constater que le **sujet du CE est moins présent dans les débats**, pour le « grand public » ou les politiques. Il a été « à la mode » autour de 2008 mais ne pouvait pas rester un thème phare dans la durée. Le thème du local ou du biologique est plus d'actualité, et le CE n'est plus trop la « tendance du moment » comme il y a 8-10 ans. Sur la période, certains débats de société ont mis la lumière sur d'autres enjeux qui ont relayé le CE en arrière-plan, ou même questionné sa pertinence :

- Les fluctuations des prix agricoles et les « émeutes de la faim » en 2008-2009 ont remis en avant les **besoins de renforcer les productions vivrières** et les systèmes de sécurité alimentaire dans divers pays du sud. Certaines ONG se sont tournées vers la sécurisation des productions vivrières plutôt que les productions d'exportation du CE, et le développement de circuits courts locaux. Le thème du commerce local vivrier Sud-Sud a devancé celui du CE Sud Nord dans les débats et actions d'ONG. Ces secteurs ne sont pourtant pas à opposer : les revenus issus de filières d'exportation sont souvent indispensables pour consolider les exploitations familiales vivrières, et les cahiers des charges du CE cherchent à garder des équilibres des écosystèmes et une diversification des systèmes de production. Par ailleurs, la recherche de relations plus équitables au sein des filières doit aussi concerner les filières courtes locales de produits vivriers, dont la gouvernance et le partage de la plus-value sont aussi des enjeux.
- La **préoccupation croissante pour les enjeux environnementaux** (avec entre autre la COP 2015 à Paris), les débats sur les émissions de gaz à effets de serre, les besoins d'atténuation, et les initiatives de calcul de l'empreinte écologique dans les filières, sont un ensemble d'éléments qui ont **questionné le secteur du CE**. Certains acteurs de lutte contre le réchauffement climatique mettent en avant le besoin d'une **économie plus locale**, moins émettrice de gaz à effets de serre, avec des producteurs dans un rayon de moins de 100 km, économie locale dans laquelle les produits issus du CE et transportés en avion n'ont plus de place. Les enjeux environnementaux tendent actuellement à reléguer en arrière-plan **les enjeux de solidarité** ce qui à moyen et long terme ne peut être durable.
- Les crises des migrations ont **attiré l'attention du public loin du CE**, et ont mobilisé certains acteurs et réseaux 'Education à la Citoyenneté qui parlaient plus avant de développement international et CE. Les situations des migrants ont cependant aussi **rapporté le besoin de solidarité** internationale et provoqué chez certains citoyens dans les territoires en France des élans et action d'entraide. Les questionnements sur les conditions de vie et survie des migrants dans leur pays, et de la place de l'agriculture et des petits producteurs, ne sont par contre pas souvent présents dans les débats.
- Enfin, on note aussi **des restrictions budgétaires des collectivités**, qui ont entraîné un moindre appui au monde associatif en général, dont les associations locales du CE. Il y a aussi une certaine remise en cause de leur action de solidarité internationale au profit d'une action internationale qui apporte une retombée pour leur territoire (« l'action extérieure des collectivités » remplace la notion de « coopération décentralisée »). Ceci amène certaines d'entre elles à préférer apporter un appui au «local » plutôt qu'au CE.

Malgré sa bonne croissance, le CE **doit donc retrouver une place dans les débats**.

Pour s'intégrer aux débats en cours et continuer justement à parler d'une façon ou d'une autre de CE, la PFCE s'est rapprochée ces dernières années de divers mouvements (transition écologique et sociale, consommation durable etc...) comme recommandé dans la précédente évaluation. Les actions du triennal sont allés dans ce sens, avec notamment une communication vers d'autres acteurs et réseaux. La PFCE devra sans doute poursuivre dans ce sens en précisant sa stratégie pour continuer à défendre les principes et la démarche du CE de façon transversale, en synergie avec d'autres combats.

La PFCE devrait pouvoir montrer que le CE a su au cours du temps permettre à des acteurs économiques et de la société civile de mieux dialoguer et se comprendre, de construire de nouvelles relations plus équilibrées, et expérimenter ensemble une économie plus responsable au niveau social et environnemental. Le CE peut apporter aujourd'hui son expérience aux acteurs qui souhaitent innover pour des filières plus équitables que ce soit au Sud ou localement en France.

Partie 3/ Analyse des axes stratégiques et actions menées

Les activités du programme SMA, sous cofinancement AFD, sont réparties en 4 axes de travail :

- 1/ Représentation institutionnelle et plaidoyer
- 2/ Etudes et productions d'expertise
- 3/ Renforcement de capacités, services
- 4/ Communication, outils pédagogiques et campagne

Un autre axe de travail est mené, avec divers cofinancements :

- 5/ Appui au CE local ou Nord-Nord

1. Bilan de l'axe Représentation institutionnelle et plaidoyer

1.1. Un travail pertinent plébiscité

La PFCE a développé un travail de représentation institutionnelle et de défense des intérêts du secteur qui **répond bien aux attentes** de ses membres, à **l'unanimité**. Le travail de représentation et plaidoyer demande du temps et des compétences que la PFCE a su développer. Le collectif réunit divers types d'acteurs et différentes familles du CE, et la PFCE a la **confiance de ses divers membres** pour représenter le secteur.

La PFCE apparaît tout à fait **légitime aux yeux des pouvoirs publics**, notamment ses principaux interlocuteurs au Ministère des Affaires Etrangères et du Développement International MAEDI (Direction Générale de la Mondialisation, DGM), à l'Agence Française de Développement AFD (Division des Partenariats avec les Organisations, DPO), et au Ministère de l'Economie et des Finances (délégation à l'Economie Sociale et Solidaire, ESS). Ils apprécient pouvoir discuter avec un **acteur pluriel capable de porter une position et des propositions** du secteur qui ont été **préalablement débattues**. Les représentants des ministères souhaitent pour l'avenir que la PFCE fédère également les acteurs du CE local Nord-Nord pour continuer à avoir un interlocuteur unique. Ceci faciliterait une concertation interministérielle autour du CE en impliquant à la fois le MAEDI plus directement mobilisé sur le CE Sud-Nord et d'autres Ministères (le MEF / ESS, mais aussi le Ministère de l'Ecologie, du développement Durable et de l'Energie MEDDE, et le Ministère de l'Agriculture, l'Agroalimentaire et la Forêt MAAF) potentiellement plus concernés par le CE local Nord- Nord. La PFCE a déjà eu des partenariats avec tous ces ministères sauf le MAAF et de façon plus ponctuelle avec le MEDDE.

La PFCE a été invitée fin 2016 pour une audition à l'Assemblée Nationale pour présenter la démarche de CE, ce qui montre aussi sa reconnaissance.

Le travail de représentation **est pertinent** car il fait **avancer les débats également au sein du collectif**. La PFCE a par exemple mené un débat en interne pour la reconnaissance du CE local Nord-Nord, pour avoir un positionnement commun à partager avec les pouvoirs publics. Ceci a amené la PFCE à poursuivre un travail avec des partenaires en France du réseau des Initiatives pour une Agriculture Citoyenne et Territoriale - INPACT, et la Fédération Nationale d'Agriculture Biologique – FNAB pour aboutir à la formulation d'une Charte pour le commerce équitable local Nord-Nord.

Le travail de représentation oblige les membres de la PFCE à rechercher une position commune, à échanger même si il y a des positions et des pratiques différentes. Les positionnements cherchent à rester inclusifs pour les membres. La **PFCE met en avant ce qui unit**, même si parfois des débats animés se poursuivent en interne sur les stratégies de changement d'échelle, les niveaux d'exigence, ce qui est apaisant pour le secteur.

Le travail **sur le plaidoyer au niveau plus macro est pertinent** car il permet d'inscrire le CE dans un **mouvement plus global** qui cherche plus d'équité dans les relations commerciales, une plus grande responsabilité sociale et environnementale des acteurs économiques, de la régulation et une évolution des accords internationaux. Ceci renforce la dimension « intérêt général » de la PFCE, et du CE.

1.2. Des avancées structurantes pour un cadre exigeant et un plan d'appui

Le travail de représentation a été mené avec différents ministères en France (MAEDI, MEF, MEDDE) pour faire mieux connaître le CE, **participer à sa reconnaissance par les pouvoirs publics** et pour mobiliser des **soutiens** via des sollicitations de financements aux divers ministères.

- La PFCE a **largement contribué** aux travaux ministériels pour la définition du commerce équitable dans la nouvelle **loi Economie Sociale et Solidaire** de 2014, en défendant une vision d'un CE exigeant, position qui a été reprise dans la loi qui inclut aussi le CE local Nord-Nord.
- Elle a été **également très présente** dans les réunions du Commission Nationale de Développement et Solidarité Internationale **CNDSI**, du Comité Interministériel pour la Coopération Internationale et le développement **CICID**, et pour l'inscription du CE dans la Loi d'Orientation et de Programmation **LOP**.
- Le travail de lobbying a également concerné la transcription en droit français de la directive européenne sur le commerce équitable dans les achats publics.
- La PFCE a contribué à l'élaboration du Plan d'Action National en faveur du Commerce Equitable **PNCE**, pour mobiliser les soutiens des pouvoirs publics. Le bilan aujourd'hui du PNCE semble positif.

Un autre dossier important pour la PFCE a été celui de la **reconnaissance des labels du CE**, dossier encore en cours qui demande un travail de longue haleine et de la persévérance. La Commission de la Concurrence sur le Commerce **3C** au sein de la Direction de l'Economie du MEF est mandatée pour poursuivre ce travail. Un des membres de la PFCE (Biocoop) y siège pour représenter le secteur.

Le travail de **représentation et défense du secteur** est **efficace** et très **apprécié**, et divers acteurs ont indiqué que la PFCE a gagné en compétences, « *leur professionnalisme nous a convaincu* » (responsable d'un service du MAEDI). Le MEF / délégation ESS a aussi souligné la qualité de la PFCE dans son travail de représentation, dans son argumentaire convainquant et comme force de propositions. **Des tensions** sont cependant apparues avec d'autres fonctionnaires du MEF / 3C qui ont une impression d'opposition de la PFCE et ne souhaitent pas dialoguer avec elle. Ceci complique la participation du collectif à la 3C.

Au niveau **Européen**, des actions de plaidoyer ont été menées avec **l'interpellation des candidats lors des élections françaises et européennes** (campagne européenne Vote for Fair Trade), interpellation qui s'est faite également via le programme Territoire du Commerce Equitable TdCE que la PFCE co-anime auprès des collectivités. Les partenaires européens de la campagne ont souligné que la plateforme française avait réussi à interpeller de nombreux acteurs. Un prochain projet européen piloté par le bureau européen de plaidoyer sur le CE (FTAO), en cours d'instruction actuellement pour financement, a prévu d'associer pleinement la PFCE comme un de ses principaux partenaires pour poursuivre des campagnes.

Au niveau plus macro, la PFCE a participé à des campagnes de Coordination Sud contre les accords de libre-échange et a été active lors de la COP 21 de Paris. Elle a aussi repris divers thèmes en interne sur la transition écologique et sociale, et les ODD (discussion / formation auprès de ses membres).

1.3. Quelques marges de progrès

Le travail de représentation a permis des avancées mais **doit être poursuivi** car les agendas politiques et priorités peuvent changer (par exemple après les élections présidentielles de 2017). Le CE est inscrit dans la LOP mais une pression doit être maintenue pour qu'il y ait un **nouveau plan d'appui** au secteur (PNCE2 ?). Le **partenariat avec la délégation à l'ESS sera à renouvelé et amplifier** si possible puisqu'il a été élaboré sur une base annuelle dans un premier temps en attendant les modifications éventuelles des prochaines élections. L'ancrage au sein du MEDDE est encore faible et inexistant au sein du MAAF et devra se renforcer

au regard des enjeux de développement en France du CE local ou Nord-Nord.

Pour le plaidoyer plus macro, il semble nécessaire aujourd'hui de **réfléchir aux priorités** car la PFCE se trouve au carrefour de diverses thématiques mais **ne peut pas participer activement à tous les combats**. Elle a bien saisi les diverses opportunités pour relancer dans les débats le thème du CE (CE et environnement, CE et transition sociale, CE et approche genre..) mais elle doit maintenant recentrer son action en précisant sa stratégie. Elle devrait préciser les principaux messages qu'elle veut porter, rechercher les alliances et partenaires pour cela, et **préciser des niveaux d'investissements et des formes peut être différenciées** d'intervention suivant les thématiques.

En interne, le travail de représentation est **très apprécié** par les membres mais avec un petit bémol : un membre a souligné que ce travail est nécessaire mais qu'à ses yeux il y avait « beaucoup de débats, peu d'actions » en rappelant que les acteurs attendaient aussi de la PFCE des services pour les renforcer. Une attention reste à porter sur **l'équilibre des missions**.

2. Bilan de l'axe Etudes et productions d'expertise

2.1. Une production d'expertise pertinente qui renforce la légitimité

La PFCE a mis un accent depuis plusieurs années sur la production de diverses publications, guides, et quelques outils de vulgarisation (infographies, jeux..). Cette production d'expertise et de références apparaît tout à fait **pertinente** car ces travaux sont **utiles pour les échanges en interne** entre les membres, **et en dehors de la PFCE** avec les acteurs institutionnels, associatifs, ou les professionnels des filières. Ces études permettent de discuter à partir de **données concrètes de terrain** et non pas de façon générale ou idéologique. La PFCE est bien placée pour proposer et coordonner ces études car les données sont plus facilement accessibles en mobilisant ses membres, elles sont plus transparentes et partagées (les études ont besoin parfois de données économiques ou stratégiques sensibles dans un marché de concurrence). Certaines études associent des acteurs de la recherche ce qui apporte aussi d'autres dimensions.

La **production d'expertise renforce également la légitimité et le rayonnement de la PFCE**, avec par exemple des documents traduits et diffusés, très appréciés au niveau européen. La qualité des productions et leur utilité a été soulignée par le bureau européen de plaidoyer FTAO.

Les études peuvent être aussi **pertinentes pour la communication grand public** plus particulièrement quand elles analysent l'impact et l'utilité du CE.

2.2. Des productions de qualité, reconnus et utilisés

Au cours de la période, quatre études ont été réalisées :

- une étude sur l'agriculture sous contrat dans le CE,
- une étude sur le préfinancement des acteurs du CE,
- une sur le pouvoir dans les filières,
- une étude sur la filière cacao équitable et ses externalités.

Les études ont été réalisées sous la **coordination de COPIL afin de mieux mobiliser des membres** de la PFCE, faciliter l'obtention de données de terrain économiques et parfois stratégiques, et préciser les enjeux et termes de références. Les études ont essayé également de travailler en synergie avec d'autres initiatives : la Fédération Artisans du Monde (FaDM) a partagé par exemple pour l'étude cacao ses données sur le cacao en Bolivie, et Peuples Solidaires (non membre) a participé à l'étude sur le pouvoir dans les filières.

Au-delà des COPIL, des **partenariats** ont progressivement été établis **entre la PFCE et certains de ces membres** pour porter ensemble les études, **les cofinancer**. Cette stratégie apparaît **intéressante pour**

impliquer plus fortement les membres partenaires et **mieux diffuser ensuite** dans les divers réseaux.

Les diverses productions ont été **diffusées au sein du collectif, auprès des acteurs du secteur, auprès des partenaires, avec des temps de restitution et discussion**. Quelques documents synthétiques de vulgarisation ont été produits. Ces productions qui permettent aux acteurs de discuter plus concrètement sur leurs pratiques et les thèmes d'actualité ont été très **appréciées**. L'approche de la dernière étude a abordé les externalités dans la filière cacao (le cout social dans les filières) ce qui a été considéré comme innovant et a attiré l'attention des membres et de divers partenaires. Ces études ont permis la mise en débat des questions soulevées au-delà des acteurs du CE.

L'étude cacao a été menée notamment en Côte d'Ivoire, un des pays où le programme PRCC Equité intervient (la PFCE en assure la maîtrise d'ouvrage). L'étude a souligné quelques difficultés de la filière et notamment des coopératives: au-delà des débats que cela a provoqué, les membres de la PFCE ont apprécié avoir un outil comme le projet Equité pour pouvoir affronter ces difficultés en Côte d'Ivoire. Il est toujours appréciable de pouvoir proposer des pistes d'améliorations en réponse aux conclusions d'une étude.

Divers **documents de référence ont été rédigés** tel que le guide des labels (traduit en anglais et partagé avec des acteurs européens); le guide sur le commerce équitable local Nord-Nord pour les collectivités et celui pour les porteurs de projets. Le réseau de chercheurs sur le CE (FairNESS), membre de la PFCE, a été mobilisé pour participer à un comité scientifique du guide des labels. Ses apports ont été appréciés, et **le guide est considéré comme rigoureux et « essentiel »**.

Quelques efforts ont été faits pour une diffusion plus « grand public » des études lors notamment de la quinzaine du CE en 2016 qui a été centrée sur le cacao, ce qui permet de faire le lien avec la dernière étude et évoquer ses résultats. Une session de formation- échanges sur le CE a été organisée également avec un acteur de la filière lait. Ces formes de restitutions « grand public » ont été cependant assez rares et pourraient être plus fréquentes dans la stratégie de communication grand public.

2.3. Quelques marges de progrès

La réalisation d'études est pertinente mais il **apparaît très important de bien valoriser ces études**, de prendre le temps d'exploiter chacune avant de passer à une autre. Une étude pourrait être, **sur un temps donné, au centre de la réflexion interne et la communication de la PFCE** pour vraiment « tirer le fil rouge » de ces productions.

Quelques documents courts et infographies ont été réalisés par des prestataires pour la vulgarisation des enseignements vers les membres et réseaux de membres, associations etc. La PFCE aurait pu **mieux mobiliser ses membres** qui ont une **expérience en éducation populaire pour la création d'outils adaptés** de diffusion (notamment la FaDM). Pour certaines associations locales des réseaux de militants, les documents qui sont diffusés par la PFCE sont encore trop académiques et devraient être un « 4 pages ».

La diffusion grand public des résultats des études et du guide des labels n'apparaît pas actuellement comme une priorité de la stratégie de communication de la PFCE, ce qui semble **dommage**. Le rôle de la PFCE en termes de communication grand public pourrait être justement de mieux diffuser ce genre d'études et ses réflexions vers les consommateurs et citoyens. Il serait utile de créer un document synthétique sur le guide des labels pour le grand public (en version papier et web).

Malgré les efforts de diffusion et restitution aux membres, un questionnement persiste: comment poursuivre en interne les débats des enseignements des études pour faire évoluer les pratiques et les porter dans d'autres instances ? La dernière étude sur le cacao par exemple a montré des limites des acteurs et de la filière cacao en Afrique de l'Ouest, faiblesses que certains membres de la PFCE voudraient continuer à débattre pour aboutir à des positionnements et des stratégies de changement.

Un autre point d'attention concerne le processus pour **choisir les thèmes d'études** : quelques membres soulignent qu'il n'y a pas de assez de concertation interne pour cela, et qu'un équilibre est aussi à trouver à leurs yeux entre les divers types de sujets. Après des études qui ont concerné surtout des dynamiques des

filières labellisées FLO, certains suggèrent une étude plus centrée sur les expériences des filières intégrées WFTO, mais aussi sur les actions d'éducation au CE, sur les consommateurs, ou sur le CE local Nord-Nord. Dans les faits, le choix des études a été discuté et validé en CA, et les thèmes choisis en tenant compte aussi d'autres études filières réalisées au niveau européen. Ceci montre surtout que **les processus internes de discussion, concertation** et les modalités de décisions des actions et thèmes d'études **ne sont pas assez connus de tous les membres** et qu'il serait souhaitable de les réexpliquer. Ceci suppose de renforcer la relation avec les membres (notamment ceux qui ne participent pas au CA) et l'animation du réseau.

3. Bilan de l'axe Renforcement de capacités, services

3.1. Un appui aux acteurs attendu

Même si la PFCE a une mission d'Intérêt général et n'est pas un simple syndicat professionnel, ses membres attendent certains services d'appui et un « avantage membres » que doit offrir tout collectif pour être attractif.

La PFCE répond à cette demande par une **offre d'informations sur le secteur** et sur certaines thématiques d'actualités, et des **temps d'échanges et de débats** avec ses membres. Ces **actions sont pertinentes** car il y a de **réelles attentes d'échanges et de réseautage**, et un besoin d'animation de la vie associative du collectif. De plus, comme la PFCE a choisi de ne pas être un système de garantie, il n'y a plus de suivi des démarches de progrès des membres: il est donc pertinent de proposer des actions de formation, sensibilisation, échanges, débats, pour **amener les membres à questionner leurs pratiques pour progresser**.

La PFCE accompagne plus spécifiquement certains de ses membres qui sont des collectifs jeunes (ATES, Fair(e) un Monde équitable, FairNESS) dans leur réflexion stratégique et leur formation / information sur les financements qu'ils peuvent essayer de mobiliser. Les collectifs sont pour la PFCE un moyen de rayonner et **démultiplier les réflexions internes, la diffusion d'outils sur les territoires** en France et avec l'ATES sur des secteurs nouveaux (le tourisme). Cet appui **s'inscrit bien dans les objectifs** du programme SMA.

La PFCE permet à ses membres de s'impliquer sur divers chantiers (quinzaine du commerce équitable, charte pour le commerce équitable local ou Nord-Nord, études..) en assurant l'animation des COPIL de ces chantiers et la rédaction, diffusion, archivage des comptes rendus. Ceci est **pertinent pour que les chantiers puissent avancer** même si cela provoque aussi une **certaine centralisation**.

La PFCE appuie dans une certaine mesure la communication et visibilité de ses membres, notamment pendant la quinzaine du CE (*NB : la pertinence et les résultats des actions de communication sont analysés plus spécifiquement dans le chapitre 4 suivant*).

Le programme Equité est un Programme de Renforcement des Capacités Commerciales PRCC, dont la PFCE assure la maîtrise d'ouvrage. Il est cofinancé par l'AFD et le FFEM, sa durée est de 3 ans, et son budget atteint 3,8 millions d'Euros. Il vise :

- La structuration des organisations de producteurs au Sud et des filières dans lesquelles elles interviennent, par le développement du commerce équitable
- L'identification des opportunités de développement d'un commerce équitable Sud/Sud
- Le renforcement du rôle des organisations de producteurs dans la gouvernance des labels internationaux de commerce équitable
- Une plus grande lisibilité du commerce équitable comme outil de développement durable et en particulier de protection de la biodiversité.

Le programme Equité va apporter un appui financier à des organisations de producteurs du CE dans 5 pays d'Afrique de l'Ouest, organisations qui peuvent être des partenaires actuels ou futurs des entreprises membres de la PFCE. Le projet **apparaît pertinent à la majorité de membres** même si son portage a été source de discussion interne puisque certains membres considèrent que ce n'est pas le rôle de la PFCE.

Deux membres de la PFCE estiment qu'ils auraient pu faire cette maîtrise d'ouvrage.

Le partage des missions est un thème de débat et de tensions au sein des collectifs comme la PFCE, avec en général l'application du respect du principe de subsidiarité. Il est important en effet de faire attention au risque de concurrence entre la PFCE et ses membres. Cependant, dans le cas du programme Equité, le portage par la PFCE apparaît pertinent car il a **permis à ce programme de se concrétiser et démarrer en 2016** après de longues discussions et hésitations de la part des financeurs. Le programme doit par ailleurs appuyer des producteurs **issus des divers-labels** et il ne serait **pas pertinent de confier son portage à un acteur** d'un de ces labels. Le portage de ce programme permet par ailleurs à la PFCE de mieux observer et étudier les réalités de terrain des filières pour alimenter les échanges avec ses membres.

3.2. Des appuis pour faciliter l'information, les échanges

La PFCE **apporte à ses membres de nombreuses informations** sur le secteur et les thèmes d'actualités via ses Newsletters et diverses mailing lists internes qui peuvent être alimentées par les membres. Un des membres de la PFCE, le Centre de Documentation Tiers Monde assure également une veille du secteur qui vient enrichir la diffusion d'information : il envoie de nombreux mails sur abonnement, avec des informations sur les publications sur le CE (documents en français, anglais, espagnol..). Les membres sont **satisfaits de toute cette diffusion d'information** même s'ils la parcourent et ne regardent que les thèmes qui les concernent. Le site web n'est pas vraiment consulté par les membres et reste un outil plus « grand public ».

La PFCE **provoque des échanges entre ses membres** lors des temps annuels des UECE (qui ont remplacé les Journées au Vert à partir de 2014), dont une journée est réservée aux membres, lors des deux AG annuelles et avec le travail d'animation de **COPIL** des divers dossiers. Les UECE proposent aussi des temps de sensibilisation ou **formation ponctuelle sur des thèmes transversaux** pour questionner les pratiques, comme l'agroécologie et le genre par exemple, et pour une ouverture d'esprit sur des thématiques plus larges d'actualité comme le changement climatique, les ODD, la transition écologique et sociale. Les membres participent aux UECE et **apprécient beaucoup ces moments de débats et rencontres**.

L'appui fourni aux réseaux ATEs, FairNESS, Faire un Monde Equitable **a été très apprécié** : même s'il n'y a pas de financement direct d'actions (mise à part quelques temps de rencontres ou formation), il aide la réflexion interne et **encourage les réseaux à se structurer** et renforcer.

3.3. Des appuis à renforcer et concerter

Les membres sont satisfaits des temps d'échanges et débats que la PFCE permet, mais sont encore très **demandeurs**. La PFCE reste un collectif qui **fonctionne en étoile (centralisé sur la PFCE)** et les contacts ou échanges plus directs entre les membres sont rares. S'ils existent, ils sont plutôt liés à des relations historiques entre membres, construites en dehors de la PFCE. Il **n'existe pas d'outils et de travail d'animation pour faciliter le réseautage entre membres** d'un même métier ou sur un même pays etc., et les temps de rencontres ont des agendas chargés qui ne permettent pas de discuter sur des sujets libres.

Les agendas de CA sont également très chargés, et il n'y a pas souvent de débats lors des CA sur les divers thèmes (les débats ont eu lieu avant les CA, ou se poursuivront dans les COPIL).

Un questionnement concerne **le choix des thèmes de formation** (pendant les UECE) avec le constat que par exemple le thème des ODD qui a été traité en 2015, n'a pas soulevé l'enthousiasme des membres (ni sur le thème, ni sur la forme de la formation). La PFCE devrait sans doute chercher comment **mieux identifier les besoins de formation de ses membres** dans leur diversité, **et adapter les offres de formation**. Certains membres marchants soulignent par exemple que leurs salariés ne connaissent pas toujours bien les fondamentaux et la démarche du CE et qu'une **offre de formation vers les professionnels** serait utile..

Pour le programme Equité, il est encore trop tôt pour juger ses résultats sur le terrain. Une remarque concerne le choix de financer uniquement des organisations de producteurs labellisés au regard des besoins d'appui d'autres OP qui souhaitent initier des démarches de CE, parfois sur des filières plus marginalisées.

4. Bilan de l'axe Communication, outils pédagogiques et campagne TdCE

4.1. Un besoin transversal de communication

Au sein d'un collectif comme la PFCE, les besoins de communication sont nombreux à la fois en interne vers les membres comme vers les acteurs externes institutionnels, les partenaires et le grand public. Ces besoins **sont transversaux aux diverses actions et axes de travail**. Il apparaît donc **pertinent de développer une stratégie**, des actions et outils de communication au service du collectif et de ses axes de travail.

La communication est cependant un thème souvent **complexe et sensible au sein d'un collectif**, du fait des besoins spécifiques et stratégies propres de communication des membres individuellement. Il y a parfois des tensions dans la définition de priorités et le choix des messages, avec un risque de confondre la communication du collectif et celle de chaque membre. Il est donc nécessaire que la **stratégie de communication du collectif soit clarifiée, discutée et que les décisions soient prises** par les instances pour donner une ligne directrice claire.

Dans le cas de la PFCE, l'axe de travail sur la communication doit permettre de **définir mieux cette stratégie de communication propre au collectif**, la **concerter** et partager.

La décision de développer une **communication vers le grand public** est assez récente, celle-ci était auparavant considérée comme réservée aux membres pour qu'ils soient plus visibles. Cette **décision apparaît pertinente** car il est important d'avoir une communication grand public **crédible** et transparente portée par un acteur non partisan (qui n'est pas un label, pas une entreprise..) et fédérateur (des diverses familles du CE). Ceci demande de préciser les objectifs et priorités en tenant compte des moyens.

4.2. Des avancées

La période 2011-2016 a connu des évolutions avec l'arrivée d'une chargée de mission ayant une formation et expérience en communication. Malheureusement cette personne a eu des soucis de santé avec un arrêt maladie longue durée (et le statut actuel de travailleuse handicapée), et a été secondée par une jeune assistante moins expérimentée. Cette situation a rendu un peu plus difficile le développement des actions et le portage de la nouvelle stratégie.

Une **ligne éditoriale a été définie**, et la présentation et le visuel des rapports annuels et des diverses publications ont fait un certain **saut qualitatif**. Le site internet reste par contre un peu vieillissant et peu attractif (la PFCE ne l'a pas encore renouvelé).

La communication institutionnelle est basée sur des notes techniques spécifiques courtes, elle est coordonnée plus directement par l'équipe technique qui travaille sur l'axe 1 (représentation institutionnelle et plaidoyer), en lien étroit avec le bureau. Elle est jugée **efficace et réactive** par les partenaires.

La communication interne se fait avec les mêmes types d'outils qu'auparavant, à partir de newsletters et divers mailing list. Elle semble fonctionner même si certains membres (qui ne sont pas dans le CA) soulignent des besoins de plus de concertation (et non simplement informations) pour certains chantiers qui pourrait se faire aussi via E-mails.

Pour la communication grand public, un travail est mené tout d'abord lors de la quinzaine du commerce équitable au mois de mai chaque année, pour l'élaboration et diffusion d'affiches personnalisables que les membres et partenaires peuvent commander, et d'affiches grand format pour les collectivités (affiches des panneaux urbains). Le choix du thème de la quinzaine est validé en CA, et la PFCE anime un « COPIL quinzaine » pour discuter de ce thème, des messages, choisir l'univers graphique. Le nombre de participants à ce COPIL a augmenté au cours du temps, ce qui est positif mais complexifie aussi le fonctionnement et la recherche de consensus. Certains membres cofinancent les actions de communication de la quinzaine et sont partenaires avec leur logos plus visibles au côté de celui de la PFCE. Ceci rend parfois les affiches peu

lisibles ou peut freiner la diffusion de ces affiches par les autres membres.

En mai 2015, 10 000 affiches format 40*60 ont été distribuées, 500 affiches format abris bus ont été affichées dans une trentaine de collectivités. En mai 2016, ce sont 42 collectivités qui ont relayé les affiches format abris bus, mais en nombre un peu plus faible (330 affiches).

La satisfaction des membres sur les affiches **est variable** avec un constat que divers membres n'utilisent que peu les affiches (ou ponctuellement) soit parce qu'ils ne se retrouvent pas dans le visuel ou/et le message et préfèrent leurs propres affiches, soit parce qu'ils veulent leur visibilité et souhaitent afficher leur logo de façon plus visible, soit parce qu'ils ne font pas de relais directement de communication. Certains membres des réseaux membres (associations locales du réseau Fair(e) un Monde Equitable et de la FAdM) apprécient par contre ces affiches et comptent dessus.

Une conférence de presse et un événement spécifique sont organisés par la PFCE pour le lancement de la quinzaine : **cette conférence d'ouverture** est en générale **bien appréciée** et reprend des éléments des thèmes de débats en cours. La mobilisation de la presse reste un défi. Cependant, le recours à une agence de presse spécialisée a permis ces dernières années **d'améliorer les contacts et la couverture presse**. En 2016, 15 journalistes ont assisté à l'événement, ce qui a contribué à rendre visible le commerce équitable dans les médias avec un nouvel intérêt marqué de la presse économique et du secteur agricole (Agra Alimentation, L'avenir agricole, Agro Mag, ainsi que LSA Conso, France Info, RFI, France 2, La Croix, L'Humanité...). La campagne 2016 a eu 200 retombées presse. La PFCE développe également des partenariats média qui permettent de toucher des publics plus larges (Mr. Mondialisation, bio addict, Newmanity, Altermondes, Youphil).

Pour sa communication grand public, la PFCE a déployé depuis 2014 de nouvelles actions via les **réseaux sociaux et le web** tenant compte de ses moyens assez réduits qui ne permettraient pas de mener de grandes campagnes d'affichages et d'événements grand public. Un site web a été créé, le site : www.mouvementequitable.org pour montrer les actions des divers acteurs toute l'année. Ce site remplace le site qui existait auparavant qui faisait la promotion des actions programmées uniquement pendant la quinzaine. Le nouveau site souhaite devenir un outil fédérateur pour le mouvement du commerce équitable et toucher de nouveaux publics (en dehors des réseaux des membres). Le site a recensé et annoncé 250 événements en 2015 (surtout sur la période de la quinzaine). On constate **une bonne progression des visites du site** en quelques mois (les visibles ont triplé par rapport à l'ancien site, avec 22 000 consultations en 2015) mais la progression doit encore aller bien au-delà, et l'année 2017 sera une année test.

La PFCE a développé par ailleurs un concept des « Equitables de Printemps » **pour innover** au lieu de mener des activités classiques « quinzaine », concept qui consiste à créer un événement dans son entourage, son cercle professionnel, familial ou social, pour discuter autour d'une dégustation de produits du CE. Un jeu concours a accompagné la diffusion de ces « Equitables de Printemps ». Ce concept vise à **toucher surtout de nouveaux acteurs** et se diffuser dans de **nouveaux réseaux et communautés**, en plus des réseaux des membres de la PFCE, ce qui est une bonne stratégie pour élargir le public. En 2016, **4 nouveaux réseaux ont relayé** les Equitables de Printemps : Marmiton a mobilisé ses 80 00 abonnés via son application mobile et a généré 174 participations, Les Suricates ont fait connaître la Quinzaine à plus de 13000 visiteurs. Mon p'ti voisinage a relayé le concept auprès de ses 90 000 abonnés, et My Troc a promu l'opération auprès de ses 8000 membres. Certains membres de la PFCE ont fait vivre également ce concept, parfois en reprenant ou renommant des actions qu'ils faisaient déjà. La diffusion parmi les membres de ce concept est encore timide. Il y a eu 250 organisateurs d'événements « Equitables de printemps » ce qui est un début et qui devra progresser.

4.3. Quelques marges de progrès et questionnements

Pour la communication interne, il semble manquer **des équipements matériels pour faciliter la communication**, tels que les téléphones multidirectionnels (« pieuvres ») pour faciliter les discussions collectives à distance, du matériel pour des visio-conférences, des logiciels adaptés (Skype entreprise ou logiciels de visioconférences).

Au niveau de la communication grand public (qui est une nouvelle mission pour la PFCE), on note quelques difficultés et tensions qui montrent surtout que la stratégie doit être plus partagée, discutée avec les membres et les **objectifs et priorités précisés collectivement**.

On constate d'un côté que les COPIL quinzaine ont eu parfois du mal à fonctionner. Les personnes qui y participent sont des chargés de mission « communication » de leurs structures, pour qui il est difficile de discuter au nom du collectif. Ces chargés de mission ne peuvent pas définir les messages de la PFCE car il peut y avoir une confrontation d'intérêts et aboutir à des « consensus mous ». Le travail des COPIL serait plus efficace si en amont, la **stratégie de communication grand public du collectif était plus explicite et partagée** : quels objectifs prioritaires de communication et objectifs spécifiques en tant que collectif, quels messages prioritaires, vers quel type de public (le « grand public » n'existe pas en soi) ? ...

Le site « mouvement équitable » qui veut être permanent (avec une remontée des événements des acteurs) n'est pour l'instant **pas bien alimenté**. Il faudrait **refaire une communication interne** aux diverses chargés de mission communication / sensibilisation / animation des organisations membres, pour leur rappeler que leurs événements et ceux de leurs membres peuvent être mis en ligne et valorisés sur le site.

Des questions apparaissent à un autre niveau **sur la stratégie et le rôle** de la PFCE pour la communication grand public.

- Un membre réseau comme Fair(e) un Monde équitable considère que ce n'est pas à la PFCE de mener le travail de création et animation d'un site web CE et que cela crée un **problème de subsidiarité**. Fair(e) un Monde Equitable avait prévu d'animer un site Web et ressent donc une concurrence entre sites. La PFCE a cependant bien une position englobante qui peut montrer l'ensemble des initiatives des divers acteurs et diverses familles du CE (qu'elles soient intégrées ou labellisées). Ce point devra être discuté pour trouver un **équilibre sur le rôle de chacun** et la synergie à rechercher.
- Certains membres se demandent si c'est le rôle de la PFCE de créer des outils et concept de communication grand public comme les « *Ethiquables de Printemps* ». Ce rôle pourrait en effet être celui de membres associatifs qui sont des acteurs ou réseaux de sensibilisation et éducation populaire, qui eux-mêmes cherchent à étendre leurs réseaux. La PFCE pourrait à l'avenir **appuyer et encourager leurs initiatives** de communication grand public en travaillant avec eux des outils et concepts. Cependant, maintenant que « les Equitables de Printemps » sont lancées, la PFCE pourrait aussi **aider ces membres à s'emparer mieux du concept** (s'ils le souhaitent..) pour qu'ils prennent l'initiative eux aussi de le diffuser dans d'autres réseaux.
- Une majorité de membres attend que la **PFCE diffuse mieux au grand public les résultats des études, le guide du label, les analyses d'impact du secteur**, etc... Cette diffusion semble en effet être bien une priorité, et la PFCE doit donc définir dans sa stratégie grand public, comment le faire (quels supports, quels modes de diffusion, avec quels relais de ses membres etc...).

Une **concertation est nécessaire** pour clarifier les rôles et priorités de la communication grand public.

4.4. Une campagne TdCE qui permet d'être sur le terrain en France

La campagne TdCE propose de mettre en lumière les actions de soutien au CE des différentes collectivités qui s'impliquent dans TdCE pour inciter les collectivités à devenir des ambadrices du CE et soutenir le secteur. Les collectivités doivent s'engager dans une campagne TdCE annuelle, avec des démarches de progrès autour de 5 points : inclure le CE dans les achats publics, faciliter la présence de CE dans les commerces du territoire, inciter les entreprises à acheter équitable, informer et sensibiliser au CE les citoyens, et faciliter la création d'un conseil local du CE pour discuter entre acteurs. Le programme est co-porté par la PFCE, Max Havelaar France, Fair(e) un Monde Equitable et la FdAM.

Cette campagne apparaît **pertinente** car elle permet à la PFCE et les autres co-porteurs de TdCE **d'être plus présent sur le territoire français en région** pour l'animation de ce projet mais aussi pour diffuser les travaux. Elle permet aussi aux **associations locales des réseaux membres** à chercher des **soutiens**

financiers auprès des collectivités pour leur travail de sensibilisation et éducation populaire.

Pour les collectivités, la campagne TdCE est pertinente car elle les **aide à structurer leurs actions** et donne de la **visibilité à leurs efforts** plus larges de **consommation responsable**, développement, éthique et lutte contre l'évasion fiscale (divers thèmes portés par des élus et / ou des techniciens).

4.5. Une trentaine de collectivités qui participent sans toujours renouveler

La campagne TdCE touche aujourd'hui **environ 35 collectivités en France** (et 1800 en Europe dont 600 en GB où la campagne TdCE est née). Certaines sont candidates pour garder leurs titres chaque année (titre accordé pour 2 années), d'autres ne renouvellent pas, soit du fait de changement politique, d'évolution du personnel technique au sein de la collectivité, soit par manque de temps parfois avec d'autres priorités, ou du fait de difficultés avec les associations locales.

Les associations locales qui travaillent avec les collectivités de TdCE, reçoivent des soutiens financiers de celles-ci pour mener un travail d'animation et de sensibilisation, voire d'accompagner, mais deviennent alors aussi un peu dépendantes des priorités définies dans le plan d'actions des collectivités.

Le portage de la campagne essaie de favoriser des échanges entre les associations locales impliquées pour voir comment améliorer leur participation (échanges thématiques) – Ceci est particulièrement vrai au sein du réseau Fair(e) un monde équitable.

Un nouvel axe de travail se dessine vers les lieux d'enseignements et éducation, pour développer également une campagne d'établissements territoire de CE. Ceci intéresse bien des acteurs comme la FaDM qui a développé un travail d'éducation au CE dans de nombreuses écoles et a déjà divers outils pédagogiques.

4.6. Une campagne TdCE qui est en train d'être renouvelée

La campagne TdCE a connu une certaine baisse de dynamisme les dernières années, baisse liée en partie à un manque de stabilité du chargé de mission sur cet axe. L'arrivée fin 2016 d'un nouveau chargé de mission (ancien élu d'une collectivité) permet par contre de **relancer la campagne et la faire évoluer**.

Le portage par les 4 structures est intéressant mais a du mal à fonctionner : dans les fait, deux structures ne sont pas / plus très impliquées (Max Havelaar et FaDM), par manque de temps et de moyens à y consacrer. Il serait sans doute **nécessaire de discuter avec chaque structure de ses intérêts et engagements** pour voire s'il est opportun ou non de poursuivre ce co-portage. Le nouvel axe vers les établissements d'enseignement motivera peut être la FaDM pour participer plus activement.

Les collectivités (consultées dans l'évaluation) apprécient la campagne TdCE mais **n'ont pas l'impression d'être très visibles**, et elles n'ont **pas le sentiment d'être dans un mouvement commun** avec les autres collectivités. Elles soulignent qu'il y a **peu d'échanges entre territoires**.

Les collectivités apprécient le travail des associations locales partenaires mais on note aussi un besoin de **renouveler les types d'actions proposées**. Certaines collectivités ne veulent plus « les témoignages et tournées de petits producteurs du Sud » qu'elles connaissent déjà. Elles sont plus sensibles à des réflexions et animations sur la consommation responsables, sur l'évolution des filières.

Certaines collectivités ont clairement des attentes pour l'accompagnement des acteurs de leur territoire et notamment des entrepreneurs du CE. Elles souhaitent aussi un développement du CE local ou Nord-Nord et aimeraient que les associations locales puissent faire des appuis dans ce sens pour le développement de nouvelles filières de CE. Ces associations locales sont cependant plus tournées vers des actions d'éducation et sensibilisation, mais n'ont pas forcément ni l'envie ni l'expérience pour un travail d'accompagnement entrepreneurial. Une réflexion serait à mener avec certaines associations pour voir dans quelle mesure elles pourraient travailler sur cette nouvelle mission.

5. Bilan de l'axe soutien au commerce local ou Nord/Nord

5.1. Une réflexion nécessaire et complémentaire

En dehors du SMA, et sur efforts propres avec des petits financements, la PFCE a développé depuis 2011 un travail sur le **CE local ou Nord-Nord** qui apparaît **tout à fait pertinent et nécessaire** au regard des évolutions de la consommation responsable au Nord et des demandes des consommateurs. Certains membres de la PFCE travaillaient déjà sur des dynamiques de commerce solidaire (le réseau Bio-équitable notamment) et quelques membres ont développé une offre de produits labellisés CE depuis 2011. La PFCE ne peut pas se maintenir centrée sur le CE Sud-Nord et à l'écart de ces nouvelles dynamiques avec un **risque de se faire dépasser et remplacer par un autre collectif** pour fédérer les initiatives au Nord. Pour porter un message d'un CE local ou Nord-Nord exigeant avec des formes de garanties externes, elle doit être présente.

Il apparaît pertinent de travailler sur le CE local ou Nord-Nord pour également « **ré-enchanter le Sud** » : parler du CE à partir de réalités du Nord plus proches du consommateur peut aussi avoir des retombées positives et stimulantes sur le CE –Sud-Nord.

La PFCE est **attendue sur ce thème par divers acteurs** dont les collectivités locales, notamment celles qui ont intégré un peu de CE dans leurs achats publics et qui souhaiteraient avoir des produits de nouvelles filières à la fois équitables et locales.

La PFCE est le **seul collectif des acteurs du CE en Europe** qui a développé autant sa réflexion et des actions sur le CE local Nord-Nord : d'autres collectifs souhaitent cependant aussi amener leurs membres sur ce sujet, même si la réflexion interne n'est pas encore mûre (mais la plateforme belge par exemple considère que cela est indispensable). Les **regards des autres plateformes sont tournés vers la France** pour suivre les évolutions.

5.2. Des avancées structurantes

La PFCE a mené le débat en interne depuis 2011 avec ses membres sur la reconnaissance du CE local ou Nord-Nord, et les modalités de transcription du commerce équitable Sud-Nord au Nord-Nord. Ce travail a abouti à un **positionnement favorable du collectif pour le développement de ce secteur** du CE local Nord-Nord, même, si des questionnements persistent sur le rôle futur de la PFCE avec ce CE local et quelques craintes sur l'équilibre entre les secteurs. Il peut y avoir en effet un flux important de nouveaux acteurs tournés uniquement sur le CE Nord-Nord, qui pourrait amener la PFCE à consacrer plus de temps et de moyens pour répondre aux besoins de ce secteur en développement, et moins pour le secteur du CE Sud-Nord.

La PFCE a porté ses positionnements auprès des institutions. Elle a ainsi **contribué à l'inclusion du commerce équitable local ou Nord-Nord** dans la définition du commerce équitable par **la loi ESS 2014** qui a tenu compte de ses apports.

Le travail s'est poursuivi par un travail de réflexion et discussion en **partenariat avec la FNAB et le réseau INPACT** pour l'élaboration d'une charte pour le commerce local Nord-Nord. Ce partenariat a été très apprécié par ces acteurs. La **charte élaborée reprend 14 critères d'engagement** en s'inspirant des expériences au Sud et en défendant un CE exigeant et transparent.

Une réflexion a été menée sur la **fixation des prix équitables** en France en impliquant des acteurs de terrain et des chercheurs (**séminaire acteurs-chercheurs**). Les actes de ce séminaire sont disponibles.

Deux guides ont été élaborés par la PFCE sur le CE local Nord-Nord ; à destination des collectivités et acheteurs publics d'une part, et des porteurs de projets d'autre part. Leur diffusion est à poursuivre.

Enfin, des **Assises du commerce équitable local Nord-Nord** ont été organisées en décembre 2016 pour

mettre en lumière des initiatives, échanger entre acteurs du secteur. Ces assises devaient aussi permettre à la PFCE de mieux cerner les enjeux pour réfléchir comment poursuivre son travail sur ce thème.

5.3. Quelques marges de progrès

Le travail sur le CE Nord-Nord se développe et la PFCE a une légitimité aux yeux des ministères avec lesquels elle a le plus l'habitude de travailler (MAEDI, MEF - ESS) pour fédérer les acteurs sur ce thème. Cependant, elle a moins d'ancrage au sein du MEDDE et pas encore de contacts au sein du MAAF, qui sont cependant plus concernés par le développement d'initiatives sur les filières agricoles en France. Elle devra se **faire plus connaître et acquérir une reconnaissance** par le MAAF et MEDDE.

Les perspectives de poursuite du travail avec le réseau INPACT sont pour l'instant réduites au regard du **manque de financement** sur ce thème pour de l'animation. La FNAB semble souhaiter poursuivre mais les formes de collaboration sont à redéfinir (avec la FNAB et d'autres partenaires)

La charte sur le CE local Nord-Nord a le mérite d'exister mais soulève aussi de vrais questionnements : comment poursuivre et avec qui ? Comment aller de la charte à des réalités sur les territoires ? Quelle reconnaissance ? Comment questionner des acteurs conventionnels (au-delà de ceux qui sont déjà sur le local) ? Quel lien avec le nord-Sud?

Selon certains membres de la PFCE et des organisations locales du réseau Fair(e) un Monde Equitable qui ont pu discuter avec des acteurs économiques sur les territoires, certains points de la charte et de la loi ESS apparaissent **difficiles à mettre en œuvre** :

- le **partenariat dans la durée** (avec une durée de 3 ans spécifiée dans la loi alors que la charte évoque le pluri annuel)
- le **modèle organisationnel collectif** au regard de réalités de terrains où il n'y a pas toujours en France d'organisations de producteurs (accords avec des producteurs individuels parfois) ou des formes très variables d'organisation
- la notion de « primes » qui vient des initiatives de CE au Sud mais évoquent pour des agriculteurs des primes individuelles (européennes, de la PAC etc..). La Charte élaborée par la PFCE et la loi ESS ne parlent pas cependant de « prime » mais de « financement de projets collectifs », ce qui semble ne pas être encore bien compris.

Ces réactions montrent que la **diffusion de la Charte et son explication est à poursuivre**, au sein même des membres de la PFCE et que des mesures d'accompagnement des acteurs seront à inventer.

Partie 4/ Analyse de la contribution aux changements

L'impact des actions menées par la PFCE dans le cadre du SMA et le travail sur le commerce équitable local ou Nord-Nord est difficilement mesurable de manière quantitative (notamment en termes de mobilisation du grand public ou effets sur les producteurs) mais on peut souligner certaines contributions au changement.

1. Une plus forte attractivité et confiance dans les garanties

Les efforts de la PFCE avec la production, diffusion, traduction du guide des labels ont permis de **rendre plus lisibles les labels présentés**. Ce guide n'a pas touché le « grand public » (ou pas encore...) mais des **acteurs relais** dans le milieu associatif, des réseaux, les ministères partenaires, et des professionnels impliqués dans les achats. Ce guide a été très apprécié et a **contribué à donner plus de transparence sur les labels** et donc d'augmenter les **niveaux de confiance** vers ces labels, ce qui les rend plus attractifs - Le guide sur les achats publics et le décret d'application de la directive européenne sur les achats publics confirment également aux acheteurs publics la possibilité de faire confiance aux labels.

Le travail mené sur les labels a contribué à renforcer la légitimité de la PFCE pour les principaux services des institutions publiques partenaires de la PFCE (MAEDI, MEF délégation ESS,...), dont certains responsables ont maintenant une meilleure connaissance de ces garanties et une plus grande confiance sur leur transparence et fiabilité. Ce n'est cependant pas un ressenti unanime (certains fonctionnaires de la DGE du MEF questionnent ces labels privés car ils sont plus habitués aux normes publiques).

Le travail initié sur la reconnaissance publique des labels privés sera un prochain pas qui contribuera peut-être à rassurer un peu plus les consommateurs et partenaires et permettra un changement de perception pour plus de confiance dans les labels du CE.

2. Le développement du secteur

Le travail de la PFCE permet de promouvoir le secteur en général, renforcer les acteurs associatifs dans leurs actions de sensibilisation au CE, et de soutenir les acteurs économiques membres (et non membres) pour faciliter le développement de leurs activités. La PFCE a notamment donné une certaine visibilité aux membres lors de ses événements, des conférences de presse etc.

L'ensemble de ces actions **a contribué dans une certaine mesure à la hausse des parts de marché des entreprises** du CE et l'augmentation de la consommation de produits du CE, visible **pour le secteur de l'alimentaire**. Pour rappel, le CE a connu une **croissance de 72% entre 2012 et 2015**. La part des ventes dans les Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) restent majoritaire (40 % en 2012, 42% en 2016) mais la part de ventes dans les magasins bio est passé de 15% en 2011 à 22% en 2016. Hors, la PFCE s'est rapprochée des acteurs de la bio pour mieux diffuser le CE dans ses réseaux, et a accueilli comme membre le réseau de distribution Bio-coop et l'association Bio consom'acteur. Elle a sans doute contribué à cette augmentation.

3. Le renforcement des acteurs économiques

L'étude menée sur le préfinancement des organisations de producteurs a permis des mises en contacts entre acteurs de la finance solidaires et acteurs du CE. Certains accords de préfinancement ont été passés suite à cette étude ce qui **contribue à renforcer les opérateurs économiques et les filières de CE**.

Les études sur l'agriculture sous contrat et surtout sur la filière cacao, et les échanges qu'elles ont provoqués entre membres ont permis des **réflexions sur la structuration des filières**, sur les formes d'organisations de producteurs et leurs faiblesses, sur les avantages et inconvénients des types de contrats... Ces apports contribuent à renforcer les opérateurs en les aidant à mieux comprendre les contextes et possibilités.

4. Une plus grande structuration des acteurs du secteur

Le travail d'accompagnement de la PFCE à certains réseaux membres encore jeunes et peu structurés (le réseau *Fair(e) un Monde Equitable* et le réseau *ATES*) a **contribué à renforcer ces réseaux** dans leur positionnement (réflexion et discussions stratégiques) et leur fonctionnement (apports d'information pour mobiliser des financements, actions menées en partenariat, formation des membres).

La PFCE a également permis de **mobiliser les financements** de la Région Ile de France via le plan filière Ile de France, dont elle a assuré la coordination, et qui a apporté des appuis financiers directs à certains membres. Ces soutiens ont **contribué à renforcer ces membres** en leur permettant de réaliser leurs activités et en leur donnant aussi une visibilité.

Les **associations membres des réseaux membres** sur les territoires soulignent également avoir renforcé leurs **compétences** grâce à la mise à disposition de divers outils (études, guides, documents de vulgarisation..), et par les temps d'échanges. La PFCE a contribué à ces évolutions. Ces réseaux de militants font face cependant aujourd'hui à de nouveaux défis pour arriver à mobiliser des appuis financiers, mais aussi pour répondre aux attentes des collectivités qui leur demandent de mieux accompagner les acteurs de leurs territoires, une mission de conseil qu'ils ne savent pas forcément développer.

5. Les capacités des producteurs renforcées

La PFCE a contribué à développer le CE dont un des objectifs est d'appuyer les organisations de producteurs, pour que les producteurs et leurs familles aient de meilleurs revenus et conditions de vie. Les diverses études d'impact sur le CE soulignent qu'en effet le **CE contribue à renforcer les organisations de producteurs et leur rôle dans les filières et les territoires**, dans des proportions variables suivant les contextes et les organisations. La PFCE contribue donc en amont, à ce renforcement.

Par ailleurs, via le programme Equité, elle contribue un peu plus directement au renforcement des organisations de producteurs en Afrique de l'Ouest. Elle assure le rôle aujourd'hui de maîtrise d'ouvrage de ce programme mais a aussi été à son initiative, et a porté la proposition et l'a défendue pour qu'elle puisse voir le jour avec les appuis des pouvoirs publics.

6. Un environnement un petit peu plus favorable

Par son action de plaidoyer et représentation, la PFCE a permis de **mobiliser des financements des institutions françaises pour renforcer les initiatives de CE**, via le programme PRCC Equité en cours (AFD / FFEM), et d'autres financements du PROPARCO qui tiennent plus compte des initiatives de CE qu'avant. Il y a une meilleure inscription du CE au sein du MAEDI et de l'AFD avec des financements de l'AFD/DPO pour des acteurs du CE. Ces soutiens financiers contribuent à renforcer les acteurs du CE en général et les capacités des organisations de producteurs. Cependant, au sein de l'AFD, il y a encore peu de services qui participent au soutien du secteur.

Au niveau plus macro, l'action du bureau de plaidoyer européen auquel la PFCE participe activement, a contribué à relancer des débats au sein de la Commission Européenne sur **l'engagement des politiques** pour plus de **responsabilité sociale et environnementale et d'équité dans les filières** et une régulation du commerce. On note une petite **avancée dans la politique commerciale de l'UE** qui mentionne le CE dans son futur programme (Trade for all), ce qui est un premier petit pas.

Partie 5/ Retour sur les futurs enjeux pour la PFCE

1. Les futurs enjeux

1.1. Un rôle attendu sur le thème du Commerce Equitable local Nord- Nord

Les années actuelles connaissent un développement de la consommation biologique (secteur en forte croissance, 10% à 15% par an), de la consommation éthique et responsable (sous diverses formes), et le déploiement d'initiatives pour une économie plus locale. D'autres mouvements se développent comme le mouvement « zéro déchet », ou le mouvement pour le bien-être animal « Végan ». Toutes ces tendances ne sont pas majoritaires, mais **montrent que les choix de consommation** d'une frange croissante de la population **tiennent plus compte des enjeux environnementaux, sociétaux**, avec le souhait d'une économie **de proximité, à visage plus humain**. Les collectivités locales et acheteurs publics qui étaient mobilisés sur les achats de produits biologiques et pour certains, de produits éthiques et issus du commerce équitable Nord-Sud, deviennent aussi prescripteurs de produits locaux, respectueux de l'environnement, avec une notion d'un « local » qui serait en principe plus équitable et (même si cela n'est pas explicité... et pas forcément une vérité).

Dans ce contexte, le développement du CE local ou Nord-Nord apparaît être une **bonne opportunité pour redonner une place au CE au sein de ces tendances** et « ré-enchanter » le concept global du CE. Ce défi de promotion du CE local ou Nord-Nord et accompagnement de son développement apparaît comme un **enjeu fort pour la PFCE** pour les prochaines années.

Aujourd'hui le CE local ou Nord-Nord est à un stade initial, et seuls quelques acteurs du CE Sud-Nord ont aussi des offres Nord-Nord, en appliquant les mêmes pratiques (des membres de Bio-partenaire, Ethiquable, Biocoop...). La Charte a le mérite d'exister mais **sans qu'il y ait une vision encore très claire de son utilisation** (elle n'est pas un système de garantie). Suite aux évolutions récentes, un seul label privé offre aujourd'hui une certification externe sur le Nord-Nord (Ecocert qui a repris le référentiel commerce solidaire de Bio-partenaire / Bio-solidaire). **Le développement d'une offre plurielle de labels sur le CE local ou Nord-Nord** est souhaité par un certain nombre d'acteurs. D'autres membres de la PFCE proposent d'œuvrer pour le développement d'un label unique public comme pour le secteur de la bio en France. Ceci montre que la concertation est aussi à poursuivre en interne.

La PFCE est **attendue sur ce thème de structuration** des acteurs du CE local ou Nord-Nord notamment par les institutions et collectivités qui préfèrent avoir un seul interlocuteur. Si elle ne prend pas cette place, d'autres acteurs le feront et le **risque apparaît d'un développement du CE Nord-Nord** en dehors de la PFCE et de sa sphère d'influence, **avec des engagements moindres** et des pratiques qui ne respecteraient pas les principes du CE Sud-Nord. Certains membres actuels craignent cependant que le CE local ou Nord-Nord ne prenne **trop de place dans les débats** et les actions de la PFCE et qu'il y ait besoin de définir de **nouvelles règles de gouvernance** avec l'instauration d'un collège ad-hoc dans le cas où un nombre significatif de nouvelles structures du CE local ou Nord-Nord adhérerait à la PFCE.

Il conviendra de mieux définir les **rôles prioritaires de la PFCE pour les prochaines années** : Promouvoir le CE local ou Nord/ Nord pour le développer ? Accompagner les membres actuels pour développer les filières Nord / Nord ? Accompagner de nouveaux acteurs ? Jouer un rôle de veille pour « éviter un usage abusif du terme CE local et CE en général ?

1.2. L'équilibre entre la mission d'intérêt général et l'appui aux membres

Comme dans tout collectif d'intérêt général, un **équilibre est souhaitable** entre la **mission d'intérêt général et le développement de services** aux membres. Si le collectif souhaite être attractif, il doit aussi répondre aux besoins de ses membres, avec un « avantage membre » et des services dédiés. Il apparaît donc

important de mieux cerner **quelles sont aujourd'hui les attentes de ses membres** qui sont des acteurs économiques et des acteurs qui font de l'éducation au CE (une même structure peut avoir diverses fonctions). Le soutien aux membres devra être précisé (formation, facilitation d'échanges, outils d'animation).

Les discussions avec les membres ont montré des demandes de :

- **Plus de visibilité du travail des membres** et notamment des actions faites **d'éducation au CE** dans la communication de la PFCE, dans le choix des études, dans les débats
- Une **offre de formation sur le CE adaptée aux professionnels** pour les membres (pour les salariés des membres, pour les jeunes), et pour les institutionnels
- Des **outils et mécanismes pour faciliter des échanges** entre membres au-delà des temps de la PFCE comme les Universités d'été (Wiki, outils en ligne, base de données et clouds.)

Certains membres sont demandeurs de services dédiés de formation. Le cout de ces formations peut être inclus dans l'adhésion (qui donnerait droit par exemple à un droit de tirage de jours de formation) et / ou le paiement d'un surplus pour le service rendu pour compenser le temps dédié. Des collectifs membres de la PFCE comme l'ATES et Bio-partenaire fonctionnent déjà avec un système de quotas de jours et services dédiés par membres.

La poursuite et le renforcement du travail d'animation de la vie associative apparait souhaitable avec des outils adéquats pour faciliter les échanges à distance (équipements).

Si la plateforme accueille dans les prochaines années de nouveaux membres qui travaillent uniquement sur le CE local ou Nord-Nord, une offre de service d'accompagnement vers ces acteurs pourrait être très pertinente. La PFCE doit bien expliquer et mieux valoriser les services qu'elle rend à ses membres.

1.3. Un besoin de plaidoyer global sur le besoin de régulation des relations commerciales

La PFCE est reconnue pour son travail de représentation et défense du secteur. Pour aller au-delà de l'action de lobbying, il apparait important de **continuer les actions de plaidoyer au niveau macro-économique** pour s'inscrire dans **le mouvement plus global de recherche de transformation** des relations économiques au sein des filières, transition écologique et sociale.

La PFCE est à la croisée des chemins de divers thèmes de plaidoyer et de campagnes que ce soit sur le changement climatique, la lutte contre la pauvreté et l'exclusion, la non-discrimination des femmes, les ODD, la défense de l'agriculture familiale, la consommation autrement, etc... Elle **ne peut cependant pas participer activement et directement à toutes les causes** et actions de plaidoyer : sa stratégie de plaidoyer au niveau macroéconomique est à préciser et à articuler avec les partenaires stratégiques à déterminer suivant ses choix d'enjeux prioritaires. Elle peut rester impliquée sur de nombreux thèmes mais avec des degrés d'intensité et des actions différentes. Elle doit prioriser l'utilisation de ses ressources humaines.

Un des enjeux serait de mettre en avant la recherche d'une **plus grande régulation du commerce** pour **limiter la mise en concurrence** des agricultures paysannes qui ont des niveaux de productivité et de soutien très différents entre le Nord et le Sud, mais aussi au Nord et au Sud. L'approche peut être globale en évoquant les besoins de régulation pour éviter la délocalisation des entreprises, le dumping des marchés etc. Les partenaires stratégiques sur ces thèmes sont les associations du réseau Oxfam, du mouvement Attac, des acteurs comme le CFSI /AlimenTERRE, et des syndicats du Via Campesina / confédération paysanne..

De même, **l'enjeu de plus d'équité et du partage plus équilibré des relations de pouvoirs** au sein des filières doit être défendu sur les filières d'exportation entre le Nord et le Sud, mais aussi au Nord et au Sud dans le commerce local (dans le Nord-Nord et le Sud-Sud). Ceci permettrait de mieux faire le lien avec les acteurs qui ont choisi de travailler plus sur les filières courtes locales, au Nord comme au Sud et de façon globale de s'inscrire avec les acteurs qui **cherchent des innovations** dans les filières **et un développement plus responsable** au niveau social et environnemental. Les partenaires stratégiques à ces niveaux sont semblables (réseau Oxfam, réseau Via campesina...) mais aussi les acteurs qui défendent une autre façon de faire de l'économie, c'est-à-dire les acteurs de l'ESS, de l'économie inclusive, de la transition etc..

Partie 6/ Conclusions et recommandations

1. Une dynamique à poursuivre

1.1. Un collectif dynamique

L'évaluation a montré que la PFCE est un **collectif dynamique** qui apporte globalement une grande **satisfaction** aux organisations membres et qui est apprécié par ses partenaires. Sa trentaine de membres sont des **acteurs très diversifiés** qui interviennent à différents niveaux des filières de commerce équitable (importation, transformation, certification, distribution), ou en soutien au secteur (appui aux producteurs du sud, éducation et sensibilisation des consommateurs, promotion de la consommation responsable et biologique, formation et recherche). Cette diversité apporte une **richesse et légitimité** au collectif français qui réunit les **diverses tendances** du commerce équitable (la filière spécialisée intégrée du mouvement WFTO et la filière labélisée FLO), ce qui est rarement le cas dans les autres plateformes européennes équivalentes. La PFCE est aussi un **lieu unique de dialogue** entre le monde des entreprises, le monde associatif et celui de la recherche, pour **innover dans les filières vers plus d'équité** et de responsabilité sociale et environnementale. Elle doit conserver cette richesse.

Sur la période 2011-16, il n'y a eu une **légère diminution du nombre de membres** avec notamment la disparition des acteurs de la mode, mais il y a eu aussi l'arrivée de quelques **nouveaux membres**, dont des acteurs non spécialisés commerce équitable, et des acteurs de la consommation biologique. La réforme des statuts a renforcé le poids des membres associatifs (comparativement aux acteurs économiques marchands) pour **confirmer la vocation d'intérêt général** du collectif. La vie associative du collectif a été **dynamique** avec une importante participation des membres aux temps forts de l'association, et son **équipe technique est très active** et est montée en **compétences**. Sa présidence a été renouvelée ; son président actuel, connu pour son travail d'appui à l'agriculture paysanne et familiale, apporte une nouvelle reconnaissance au collectif.

Au niveau de son modèle économique, la PFCE comme tout collectif d'intérêt général reste forcément **dépendante des soutiens des pouvoirs publics**. Elle mobilise les contributions de ses membres et a développé des partenariats pour cofinancer ses actions, mais son modèle économique a besoin de subventions pour soutenir son **action d'intérêt social** et qu'elle puisse continuer à être **force de proposition**.

1.2. Un bilan très positif

Avec les activités menées sur la période 2011-16, la PFCE a gagné en **légitimité**, en **professionnalisme** dans son travail de représentation, a renforcé son **ancrage institutionnel**, et son **rayonnement** au niveau européen et de l'Afrique de l'ouest avec des relations renforcées avec ses partenaires africains et la maîtrise d'ouvrage du PRCC Equité de soutien aux initiatives de commerce équitable (financement AFD /FFEM).

De nombreuses activités ont été réalisées dans le cadre de son programme SMA cofinancé par l'AFD avec des résultats concrets, notamment:

- Une **représentation et défense du secteur efficace** et très appréciée, qui a largement contribué aux travaux ministériels pour la définition du commerce équitable dans la nouvelle loi ESS de 2014, et l'élaboration du Plan National d'appui au Commerce Equitable. Le travail de représentation a soutenu également la transcription en droit français de la directive européenne sur les achats publics, et la poursuite des travaux pour la reconnaissance des labels. Des actions de plaidoyer ont été menées avec l'interpellation des candidats lors des élections françaises et européennes et la participation à des campagnes contre les accords de libre-échange.
- La **production d'expertises et d'arguments pour les débats** par le biais d'études et des documents de références tel que le guide des labels (traduit en anglais et partagé avec des acteurs européens).

Ces productions ont été diffusées et permettent aux acteurs de discuter plus concrètement sur leurs pratiques et les thèmes d'actualité.

- La **facilitation d'échanges** entre ses membres lors des temps annuels des Universités d'été et assemblées générales et avec le travail d'animation de comités de pilotages des divers dossiers.
- La **maitrise d'ouvrage** d'un **programme de soutien au commerce équitable** dans 5 pays d'Afrique de l'Ouest. Ceci rapproche la PFCE des réalités de terrain et alimente ses analyses et son plaidoyer.
- Une **communication renforcée** avec également une communication plus directe vers le grand public lors de quinzaine et au-delà (réseaux sociaux, Internet).
- La poursuite de la **mobilisation des collectivités** en France pour soutenir le développement du commerce équitable via le programme TdCE qui permet de fait de soutenir des associations locales

Diverses avancées sont à souligner également sur le travail mené pour le développement du commerce équitable local ou Nord-Nord (actions réalisées hors programme SMA):

- Un **positionnement favorable** du collectif pour le développement de ce secteur, et l'**inclusion du commerce équitable local ou Nord-Nord dans la définition** du commerce équitable **par la loi ESS 2014** qui a été élaborée en tenant compte des apports de la PFCE.
- L'élaboration **d'une charte pour le commerce local Nord-Nord** qui reprend 14 critères d'engagement. et une **réflexion sur la fixation des prix équitables en France**.
- **Deux guides** à destination des **collectivités et acheteurs publics** d'une part, et **des porteurs de projets** d'autre part, pour le développement du commerce équitable local ou Nord-Nord.
- La mise en lumière d'initiatives et des **échanges entre acteurs** du secteur avec l'organisation des Assises du commerce équitable local ou Nord-Nord en décembre 2016.

1.3. Quelques marges de progrès et nouveaux enjeux

Ce bilan très positif montre quelques points d'attention et marges de progrès :

- La **défense du secteur** reste à **poursuivre et renouveler** avec les futures instances politiques après les prochaines élections présidentielles. La concrétisation d'un nouveau plan de soutien au secteur est un enjeu, ainsi que le financement des actions du collectif.
- La **valorisation des études** est à **poursuivre** avec les acteurs du secteur. Une communication grand public sur les enseignements de ces études et sur le guide des labels serait à développer.
- La **stratégie de communication de la PFCE, notamment vers le « grand public »**, est à préciser et **concerter en interne** car la communication d'un collectif est un thème complexe et délicat. La PFCE doit définir ses priorités de communication grand public au regard des ressources limitées.

Les **enjeux** pour les prochaines années sont les suivants :

- Avec l'émergence des préoccupations sur le local, la PFCE est attendue sur le thème du commerce équitable local ou Nord- Nord. Elle doit préciser en interne **quel rôle elle souhaite jouer** et organiser son action pour y répondre.
- Les membres de la PFCE ont exprimé le souhait de services aux membres pour faciliter des échanges entre eux, pour la formation de leurs professionnels, ou encore pour plus de visibilité de leurs actions d'éducation à la citoyenneté. La PFCE doit **réfléchir comment mieux identifier et répondre** à ces demandes et combiner sa mission d'intérêt général avec ces services
- Le plaidoyer macro-économique est nécessaire pour inscrire le commerce équitable dans un mouvement plus vaste qui réclame la régulation des relations commerciales et plus d'équité et de responsabilité sociale et environnementale dans les filières. Tenant compte de ses limites en moyens, la PFCE doit préciser sa stratégie de plaidoyer et ses alliances.

2. Recommandations

Sur la base des principaux constats et des enjeux identifiés, l'évaluation formule les recommandations suivantes, au niveau général, transversal et pour ses diverses actions. Ces recommandations ne bouleversent pas la stratégie actuelle mais au contraire encourage la poursuite du positionnement et du travail entamé ces dernières années, en apportant parfois certains bémols, pour rééquilibrer ou préciser certains modes opératoires.

Au niveau général

R1. Formuler un plan stratégique avec une vision de changement

L'évaluation 2011-16 est l'occasion pour la PFCE de redéfinir ses axes de travail et un atelier stratégique a eu lieu le 23 janvier 2017 pour discuter des constats de l'évaluation et préciser les priorités sur deux thèmes : les services aux membres et les priorités pour la communication grand public.

Il serait important par la suite, de ne pas formuler uniquement un programme de travail et des demandes de soutien financier (prochain programme SMA) mais prendre le temps de **formaliser un document succinct de plan stratégique** qui précise les changements attendus et objectifs pour la période et donne une feuille de route à la PFCE.

- A quels changements la PFCE veut contribuer concrètement dans les prochaines années ?, Quelle est sa vision d'une évolution favorable du commerce équitable sur les filières Sud-Nord et Nord-Nord ? Quels apports et débats pour les filières Sud-Sud ? Quelle évolution souhaitable des relations commerciales au niveau plus macroéconomique ? Quelle évolution des filières en général et des relations entreprises / société civile / recherche pour plus de responsabilité sociale et environnementale ?
- Quels sont les chemins de changements pour cela, les axes de travail que la PFCE se donne ? Quel sont ses objectifs plus directs (en termes par exemple de représentation, diffusion d'expertise, accompagnement des acteurs, base sociale et composition de ses membres, et dynamique interne.)
- Quels alliés et partenaires ?
- Quel équilibre entre la mission d'intérêt général et de services dédiés aux membres ?
- Quels partenaires mobiliser pour renforcer le modèle économique ?

Un tel document stratégique est aussi un outil de communication dont la PFCE a besoin face aux enjeux qui vont l'amener à travailler avec de nouveaux acteurs (post élection, avec les acteurs du Nord-Nord, avec d'autres ministères etc..). Elle doit montrer qu'elle peut apporter à la construction de nouvelles relations dans les filières et continuer à défendre un secteur économique en progression, créateur d'emplois et de valeurs.

La formalisation du document stratégique et l'élaboration d'un document communicant n'est pas forcément à finaliser immédiatement mais peut être une activité à du prochain programme SMA en début de période.

Par ailleurs, une telle réflexion permettrait aussi à la PFCE de mieux expliquer l'ensemble de son champ d'action et adopter une stratégie différenciée de recherche de financements. Elle pourrait en effet continuer à mobiliser des partenaires comme l'AFD pour sa mission d'intérêt général, mais aussi solliciter des partenaires comme le MEF sur des actions plus spécifiques d'appui aux acteurs économiques du secteur.

Au niveau transversal

R2. Poursuivre les axes de travail actuels complémentaires en intégrant le Nord-Nord

Les divers axes de travail actuels ont montré toute leur pertinence et devraient être poursuivis (action de représentation du secteur, production d'expertise, appuis aux acteurs du CE, communication).

Cependant, la future action sur le commerce équitable local Nord-Nord doit s'insérer dans ces actions, soit de façon transversale à chaque axe (représentation du commerce équitable local ou Nord-Nord, études sur les dynamiques Nord-Nord, soutien aux acteurs Nord-Nord..), soit en étant un axe à part entière pour marquer la volonté de la PFCE de travailler sur ces enjeux. Les deux options sont pertinentes, et le choix peut varier suivant les types de documents : par exemple l'appui au commerce équitable local Nord-Nord peut être transversal dans le document stratégique, il peut être un axe à part entière, voir un axe unique, dans divers documents projets et de demande de subventions.

R3. Préciser une stratégie de communication transversale au service des actions et de la PFCE

La communication est un thème de travail qui peut être considéré comme un axe à part entière (comme actuellement), ou comme une action transversale, au service des autres actions.

Quel que soit le choix, la communication d'un collectif est complexe, il apparaît important aujourd'hui surtout de **reprenre un travail de concertation interne** et de prise de position des instances du collectif pour **repréciser des priorités de l'action de communication**, et notamment de la communication « grand public ».

Les actions de communication doivent être aussi au service des autres axes avec la définition d'outils:

- pour la représentation institutionnelle et pour les journalistes
- pour mieux diffuser les études, guides produits
- pour renforcer les membres en donnant plus de visibilité à leurs actions (offre de formation et sensibilisation, acteurs et actions d'une filière),
- pour appuyer la communication de membres (et membres de réseaux) en facilitant des outils spécifiques qu'ils pourront eux utiliser et développer.

La pertinence de continuer à développer des outils de sensibilisation ou de faire l'animation du site mouvement.org est à rediscuter (Est-ce la priorité ? Est-ce le rôle de la PFCE ou de ses membres ?). Il est cependant important de poursuivre les efforts entamés pour voir jusqu'où ces initiatives peuvent mener, en cherchant à mieux les faire comprendre et relayer par les membres.

Par ailleurs, pour que la PFCE accompagne le développement du commerce équitable au Nord, pour mieux inscrire son action dans un mouvement plus global de changement, pour être considérée légitime pour des actions de dénonciation, **faire connaitre un peu plus la PFCE** serait aussi stratégique. Les membres et la PFCE même estiment que le collectif peut agir sans notoriété. Il semble cependant que de plus en plus, de dans divers coins de France des collectivités, des syndicats professionnels, des élus des chambres consulaires de commerce et agricultures, etc... demandent de développer des filières équitables demande relayée souvent par la presse locale / régionale. Hors ils ne connaissent pas forcément en détails ni les principes fondateurs du CE, ni la PFCE. Une plus grande notoriété permettrait à la PFCE d'être plus souvent associée ou d'être une référence incontournable pour rassurer les consommateurs.

R4. Créer des mécanismes pour concerter la subsidiarité

La question de la limite et du partage des missions entre un collectif et ses membres est un thème important au sein des collectifs, pour limiter les tensions et les sentiments de concurrence, et pour que le collectif ne s'éloigne pas de ses membres (en allant parfois sur de nouvelles missions par facilité, opportunité, financements etc..). Le **principe de subsidiarité** doit être appliqué mais surtout **discuté, et son application concertée** au cas par cas. Parfois le collectif peut être plus légitime, mieux placé et son intervention souhaitable, parfois au contraire son positionnement peut affaiblir certains de ses membres. La collectif doit donc être vigilant à créer des mécanismes pour concerter l'application de ce principe de subsidiarité sur les diverses actions, avec les membres qui peuvent être concernés.

Par exemple, si dans l'avenir la PFCE est amenée à s'impliquer dans d'autres projets de terrain comme

Equité, elle devra en rediscuter au préalable avec ses membres qui disposent d'expériences et compétences de maîtrise d'ouvrage. Pour ses actions de communication elle doit aussi concerter les limites de son mandat avec ses membres. Si la PFCE développe une offre de formation (pour des professionnels du secteur), elle devra définir avec ses membres qui font de la formation, où commence et s'arrête son propre rôle.

La PFCE doit aussi analyser si elle peut parfois coordonner une action mais confier sa réalisation à un de ses membres. Un programme comme le SMA donne la possibilité et des moyens au collectif qui le porte de sous-traiter et mandater certains de ses membres pour la réalisation des actions.

Sur l'axe de représentation institutionnelle

R5. Continuer le travail de mobilisation d'appuis pour les acteurs du CE

Le travail de représentation institutionnelle doit se poursuivre avec un premier objectif de reprendre les contacts après les élections, et de participer à l'élaboration d'un nouveau plan national d'appui au Commerce équitable. Un enjeu est d'orienter ce plan vers des actions pertinentes d'appui aux acteurs du commerce équitable Sud- Nord et local Nord-Nord, qui défendent un commerce équitable exigeant et avec une garantie.

La PFCE devrait continuer ses échanges avec les ministères impliqués jusqu'à présent (MAEDI / MEF-ESS) et développer les relations avec les autres ministères pour mobiliser des financements et soutiens notamment pour des actions d'accompagnement du commerce équitable local Nord-Nord. (MAAF, MEDDE, autres...).

La PFCE devrait se positionner comme une plateforme qui accompagne les acteurs des filières d'exportation ou des filières locales, et proposer des partenariats pour plus d'équité sur la base des expériences acquises dans le commerce équitable Sud-Nord (« *quand les expériences du Sud montrent l'exemple* »).

Ce travail de représentation et recherche d'appui ne doit pas oublier les collectivités locales et leurs réseaux (réseaux des maires, réseaux des régions de France etc.) qui sont des acteurs sensibles au « local » et qui attendent aussi la PFCE sur le commerce équitable local. Les régions, agglomérations, parcs naturels travaillent sur le développement d'une économie de proximité et devraient être interpellés pour soutenir les initiatives avec plus d'équité dans cette économie locale.

R6. Mettre un accent sur la reconnaissance et promotion des labels

Une autre priorité du travail de représentation devrait être de **poursuivre les efforts pour la reconnaissance publique** des labels privés pour le commerce équitable Nord-Sud. Le processus est difficile mais la PFCE a renforcé son expertise sur ce thème et devrait aller au bout de ses efforts. Un calendrier accéléré est déjà établi sur le premier semestre 2017.

Pour le commerce local Nord-Nord, il n'existe actuellement qu'un seul label privé reconnu par la PFCE pour garantir les initiatives de ses membres et des acteurs en général. Dans ce contexte, les débats doivent être poursuivis en interne pour définir si la PFCE souhaite aussi promouvoir la reconnaissance publique de ce label et d'autres labels privés (si une offre plurielle se développe) ou si la PFCE doit rechercher la création d'un label public (comme pour le monde de la bio au niveau européen).

R7. Préciser le travail de veille et dénonciation

La loi de 2014 et sa définition du commerce équitable, ouvre la possibilité à la PFCE de mener un travail de veille et de dénonciation auprès de la Direction Générale de la Concurrence de la Consommation et de la Répression des Fraudes DGCCRF, pour utilisation non conforme du thème « commerce «équitable» ». La PFCE **devrait structurer ce nouveau travail de veille et dénonciation** en prévoyant quels moyens elle peut y consacrer, avec quelle démarche et quel positionnement face à diverses situations. Il semblerait souhaitable notamment de ne pas uniquement dénoncer, mais proposer à certains acteurs un accompagnement notamment pour le secteur du commerce équitable local ou Nord-Nord qui est émergent. Parallèlement, la

PFCE doit se préparer à répondre à d'éventuelles critiques et prévoir des mécanismes simples de « droit de réponse » pour faire face à d'éventuelles critiques et attaques.

R8. Articuler le plaidoyer global avec les acteurs du local et de la sécurité alimentaire

Le bilan a montré que la PFCE doit **préciser sa stratégie et ses alliances de plaidoyer** car elle est au carrefour de diverses thématiques mais ne peut pas s'impliquer activement dans toutes les campagnes des acteurs de la transition écologique et sociale. Il serait opportun de définir des **niveaux et formes différenciés d'implication** suivant les thématiques, avec un focus sur certains thèmes prioritaires, et un travail plus de relais sur d'autres thématiques. Un focus devrait être fait sur les actions qui réclament une **régulation du commerce mondial et des révisions des accords de libre-échanges**, la promotion de plus d'équité et **responsabilité sociale et environnementale dans les filières** au Nord ou Sud et l'évolution des pouvoirs au sein des filières.

Sur les thèmes principaux, la PFCE devrait participer à la construction des messages dans les campagnes avec des partenaires comme le réseau Oxfam, Coordination Sud (C2A), ou le CFSI qui porte la campagne Alimenterre et les actions de sensibilisation pour une alimentation responsable (festival Alimenterre). Un rapprochement du mouvement Via Campesina et autres syndicats qui portent ces thèmes serait aussi pertinent.

La PFCE peut soutenir par contre d'autres thèmes de campagnes (sur l'environnement et la transition écologique par exemple, sur la promotion des rôles des femmes...) mais avec un investissement différent.

Sur l'axe de production d'expertise

R9. Poursuivre la réalisation de quelques études filières et étudier des initiatives au Nord

Les travaux d'études et de production d'expertises utiles aux débats devraient se poursuivre avec **une étude par an qui doit aussi être un fil conducteur des débats et échanges dans l'année**, en interne mais aussi pour la **communication grand public**.

Le choix des études doit être concerté avec les membres (et décidé lors de CA) et tenir compte des thèmes de débats du secteur. Les modalités de choix et concertation doivent être mieux expliqués et rappelés aux membres (notamment ceux qui ne sont pas dans le CA).

La PFCE pourrait proposer de mener :

- une étude sur une nouvelle filière, pour montrer des effets, impacts ou les coûts sociétaux dans cette filière, suivant les pratiques,
- une étude sur des initiatives du commerce équitable local Nord-Nord et des initiatives « d'économie locale » pour contribuer aux débats,
- une étude sur les actions d'éducation au commerce équitable et de formation.

R10. Tirer le fil rouge des études et valoriser les productions

La production d'expertise doit être **mieux valorisée pour diffuser des réflexions au-delà des membres** du collectif (et notamment vers un public plus large). Des outils appropriés aux divers publics devraient être élaborés en mobilisant quand cela est opportun l'expertise interne qui peut exister au sein des membres.

Pour mieux exploiter les études et « tirer le fil rouge », il serait souhaitable de reprendre des discussions avec les membres concernés quelques mois après une restitution d'une étude, pour discuter en groupe, comment ont évolué leurs pratiques tenant compte des leçons des études (ou comment elles vont évoluer). Ceci pourrait être mené par exemple au cours de 2017, suite à l'étude 2016 « la face cachée du cacao » pour suivre les évolutions des pratiques des membres, tenant compte des faiblesses identifiées par l'étude

Sur l'axe appui aux acteurs

R11. Outiller le travail d'animation de la vie associative vers les membres

Pour mieux appuyer ses membres, la PFCE devrait préciser et **actualiser un diagnostic chaque année sur les besoins d'appui** de ses membres dans leur diversité, et chercher comment y répondre.

Tenant compte des besoins d'échanges exprimés, un travail d'animation de la vie associative serait à développer. Pour le faciliter, la PFCE devrait s'outiller en matériel qui facilite les échanges à distance. La PFCE devrait aussi faciliter la mise en réseaux entre membres avec un outil informatique adéquat. Elle devrait s'obliger lors de ses temps de rencontre à garder des moments « libres » pour laisser les organisations se rencontrer et échanger (et le proposer avant ou après des temps comme des CA par exemple).

Pour répondre aux besoins de formation sur le commerce équitable à un public de professionnels, la PFCE doit concerter avec ses membres qui font de la formation quelle stratégie mener. Elle pourrait aider à préciser les besoins afin d'adapter les offres de formation qui existent, et assurer la promotion de ces offres.

Le développement de services dédiés pour les membres n'est pas à opposer à la mission d'intérêt général, mais vient bien la compléter et rééquilibrer pour qu'il y ait aussi des avantages membres.

Cette mission d'appui aux membres peut être financée en partie à partir des cotisations qui peuvent donner droit à un certain nombre de jours d'appui. Au-delà, le service serait facturé si un membre souhaite avoir un appui plus important.

R12. Evaluer les apports du programme Equité

L'appui aux initiatives de terrain via le programme Equité est apparu pertinent. Cependant avant d'entamer une nouvelle phase ou duplication d'un tel programme, il devra être évalué pour en tirer des apprentissages. Une question sera de voir s'il a accompagné des dynamiques issues de divers labels. Une autre question serait de réfléchir comment accompagner les initiatives et organisations qui ne sont pas encore labellisées, dans une démarche de progrès.

L'évaluation devrait concerner aussi le rôle joué par la PFCE et sa plus-value et les apports du projet pour la PFCE : a-t-il alimenté son plaidoyer et influencé son travail d'appui aux membres ?

Le volet Sud-Sud est un des objectifs du programme Equité, mais est pour l'instant encore peu travaillé. La thématique est peu présente ces dernières années directement dans les travaux de la PFCE. Il sera donc intéressant de voir ce que le programme Equité a pu tester, et ce que cela peut apporter pour la PFCE (liens entre le Sud/Sud et le Nord/Nord, ou : comment insérer de l'équité dans les filières courtes au Nord comme au Sud.. ?).

R13. Proposer des outils d'accompagnement des initiatives Nord

La PFCE devrait développer une **offre de services pour accompagner l'émergence du commerce équitable local ou Nord-Nord**. Elle est de toute façon déjà sollicitée pour diffuser de l'information, présenter le secteur, mettre les acteurs en relation. Cette offre ne doit pas être trop exhaustive et garder aussi un équilibre avec les autres actions. Elle pourrait englober :

- Une information aux porteurs de projets et aux structures qui peuvent les accompagner sur leurs territoires (associations locales, réseaux professionnels).
- La diffusion des guides pour porteurs de projets et collectivités, et des temps d'échanges.
- Une mise en relation avec certains membres de la PFCE et des formes éventuelles de parrainage à inventer.
- Une offre de suivi et mise en lumière d'initiatives intéressantes.

La PFCE devrait aussi inciter ses membres à s'impliquer sur le commerce équitable local ou Nord-Nord.

La PFCE pourrait aussi proposer à des partenaires financiers de financer un programme de renforcement des capacités commerciales des acteurs (comme le PRCC Equité) pour le commerce équitable local ou Nord-Nord, projet dont elle pourrait aussi à terme assurer la maîtrise d'ouvrage.

L'adhésion de nouveaux acteurs positionnés sur le commerce équitable local Nord-Nord doit être encouragée et un statut spécial transitoire pourrait être proposé sans forcément le formaliser (« futur membre accompagné »). L'adhésion de ces nouveaux acteurs du commerce équitable local Nord-Nord à la PFCE peut modifier les dynamiques internes: il sera stratégique alors de réfléchir les modalités de gouvernance avec un éventuel système de collègues pour une recherche d'équilibre entre acteurs et secteurs.

R14.Rediscuter le programme TdCE

Le programme TdCE est une **action à poursuivre** car il donne à la PFCE un certain **ancrage dans les territoires au moment où le commerce équitable local Nord-Nord émerge**.

La stratégie du programme TdCE est en train d'être redéfinie et redynamisée. Il serait intéressant qu'elle reprenne aussi les **missions de la PFCE de façon transversale** et qu'elle intègre mieux les enjeux et attentes de certaines collectivités sur le commerce équitable local Nord-Nord. Le programme devrait prévoir :

- La représentation institutionnelle du secteur auprès des collectivités et de leurs collectifs et réseaux nationaux pour la promotion d'un commerce équitable exigeant et labellisé,
- La diffusion des travaux menés par la PFCE et ses membres, la diffusion du guide et de la charte du commerce local Nord-Nord
- La réalisation de nouvelles études sur les territoires sur les pratiques du commerce équitable Nord-Nord (études qui peuvent être menées par les associations / acteurs locaux)...
- Plus d'échanges entre régions et une mise en réseau des ambassadeurs (élus, personnel technique des collectivités)
- Des échanges entre associations qui participent et groupes de travail
- Une communication plus dynamique et une plus grande visibilité des engagements des collectivités.

Le **portage du programme TdCE doit aussi être rediscuté** pour redéfinir les rôles, engagements et responsabilités. Par ailleurs, il serait intéressant de concerter entre co-porteurs l'opportunité et faisabilité d'un soutien financier à certaines associations sur le territoire via le projet TdCE pour des actions spécifiques (études de filières sur le territoire, animations d'échanges, accompagnement d'initiatives). Les associations sont celles qui font l'animation concrète du programme sur les territoires, et certaines n'ont pas ou plus d'appuis financiers.