



COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Le 24 septembre 2024

TRANSITION AGRO-ÉCOLOGIQUE ET COMPÉTITIVITÉ : LES AGRICULTEURS ET LES ENTREPRISES SE SÉCURISENT AVEC LE LABEL AGRI-ÉTHIQUE

> Enjeux et perspectives du commerce équitable français

Après un été éprouvant pour l'agriculture française, mêlant les mauvaises moissons aux vendanges insuffisantes, l'agriculture française a dû une nouvelle fois faire face aux conséquences du dérèglement climatique et économique du pays. Comment, en 2024 et de manière très concrète, les industriels, les agriculteurs et les distributeurs peuvent-ils encore combiner transition écologique et compétitivité dans leur développement ? Le commerce équitable français est certainement l'une des réponses à cette problématique. Son leader, Agri-Éthique, organise les rencontres de l'équitable français en ce mois de septembre sur la thématique de la transition agro-écologique au service de la compétitivité des entreprises. L'occasion de rappeler les chiffres d'une année record pour le label et de répéter qu'il est possible d'engager contractuellement tous les maillons de la chaîne pour construire un modèle économique créateur de valeur. Preuve en est avec la labellisation d'une nouvelle filière, celle du yaourt en vrac de BIO&LO.

SÉCURISER SES APPROVISIONNEMENTS ET SES PRIX

S'il y a un point sur lequel Laurent Cavard, PDG d'Altho Brets, Jean-Luc Caquineau, agriculteur, et Ludovic Brindejone, DG d'Agri-Éthique, s'accordent, c'est celui de la nécessité de sécuriser ses approvisionnements et ses prix pour assurer sa compétitivité. C'est en effet la double peine pour le monde agricole français en cette rentrée 2024, avec une baisse des volumes de collecte (baisse de près d'un quart de la production de blé meunier cette année et recul de près de 18 % sur les vendanges selon [Le Monde](#)) alors que la production mondiale continue d'augmenter. Le calcul est vite réalisé : des prix mondiaux bas + une production faible en France = un impact significatif pour les producteurs.

Pour Laurent Cavard, la sécurisation des approvisionnements est l'une des clés de réussite de l'entreprise. Le modèle, tel que Altho Brets l'a conçu et valorisé avec le label Agri-Éthique, performe. C'est un engagement total dans l'approvisionnement français et un engagement stratégique d'entreprise qui se fait sur le long terme. Il nécessite une cohérence entre les efforts des agriculteurs et ceux des marques : il faut garantir aux agriculteurs des débouchés sécurisés sur 5 à 10 ans et non sur une simple année. Une transition réussie s'inscrit donc dans la durée.

Agri-Éthique est aujourd'hui le seul label à engager contractuellement tous les maillons de la chaîne, du producteur aux marques en passant par les transformateurs. « Les entreprises engagées en Agri-Éthique sont mobilisées autour d'un label qui apporte des solutions » explique Ludovic Brindejone. Il y a un intérêt structurel pour les entreprises de l'agro-alimentaire : « Il est désormais trop risqué d'aller chercher certaines matières premières à l'étranger avec le défaut de la rupture d'approvisionnement et l'instabilité économique. Chez Agri-Éthique, nous créons ce lien direct entre les agriculteurs et les industriels et cela a plusieurs effets indispensables pour repenser notre agriculture : une plus grande transparence entre les acteurs, une meilleure compréhension par l'industriel des contraintes de l'agriculteur et vice versa ».

UNE CONSOMMATION PLUS RAISONNÉE... ET LE SACRE DE LA BAGUETTE

En parallèle, on observe dans les grandes tendances de consommation une prise de conscience accrue dans certaines catégories sociales (notamment les 25-35 ans), conduisant à une consommation plus raisonnée. « Le marché de l'équitable France atteint près de 900 millions d'euros de CA en vente consommateur selon une étude consommateur sur le marché des produits alimentaires non-conventionnels » explique Ludwig Tanchot, responsable du développement chez Agri-Éthique. « Le nombre d'adeptes de l'équitable est supérieur au marché du bio et l'un des trois marchés les plus porteurs pour ces derniers ».

L'année 2023 a d'ailleurs été l'une des plus belles pour Agri-Éthique : ses ventes ont progressé de 14 %, avec un chiffre d'affaires de 520 M€ en produits finis, ce qui représente 66 % du chiffre d'affaires global du commerce équitable en France. Avec 4 600 agriculteurs français engagés dans la démarche, 773 références produits (+29 % versus 2022), les Français peuvent aujourd'hui retrouver les produits d'origine France labellisés Agri-Éthique dans tous les rayons et dans tous les circuits de distribution.

Et le secteur de la boulangerie/viennoiserie, avec la baguette en porte étendard, tire cette année toute la filière vers le haut ! Elle devient en 2024 et pour la première fois, la première catégorie de produits équitables vendue en France, devant le café.

LES YAOURTS DE BIO&LO REJOIGNENT BRETS ET SYSCO

Cette année, l'emblématique chipsier breton Brets a annoncé sa labellisation Agri-Éthique, tout comme Sysco, permettant au label d'explorer le marché de la RHF. En cette rentrée, c'est la jeune et dynamique marque BIO&LO qui entre dans l'aventure. Cette entreprise accompagne les fermes en filière bio dans le but de développer la valorisation des productions agricoles par la transformation fermière. Avec ses yaourts en vrac, format fontaines ou poches, BIO&LO vise à faire évoluer la consommation en gros contenant afin de réduire drastiquement la quantité de plastique utilisée.

« Cette collaboration étroite entre BIO&LO et ses producteurs partenaires traite notamment des sujets sensibles tels que les prix, les volumes et la durée, et positionne le commerce équitable comme un élément central du projet. L'objectif est de construire un modèle qui promeut la transparence et la répartition équitable de la valeur ajoutée entre les acteurs. Dans cette optique, la certification Agri-Éthique authentifie cette démarche grâce à l'approbation d'un tiers reconnu » précise Pierre-Marie Brizou, Responsable amont BIO&LO.

À propos d'Agri-Éthique

Créé en 2013 par des agriculteurs et pour des agriculteurs, Agri-Éthique est le premier label de commerce équitable français. Au cœur de la labellisation : la fixation d'un prix de la matière première sur une durée contractuelle pluriannuelle de 3 ans minimum. C'est un label qui garantit le revenu des producteurs, incarne le made in France et est accessible à tous les consommateurs. Agri-Éthique compte aujourd'hui 773 références produits, 41 marques labellisées et représente 520 M€ de CA. C'est aussi 48 filières certifiées et une communauté d'acteurs engagés sur l'ensemble du territoire national, avec notamment 4 620 agriculteurs impliqués dans la démarche. Outre ses impacts qui sont de garantir une rémunération équitable aux agriculteurs, préserver l'emploi local et agir pour l'environnement, le label Agri-Éthique est un véritable levier pour relocaliser l'agriculture en France et financer la transition agroécologique. www.agriethique.fr

Contacts presse : Agence plus2sens

Margaux Dumoulin - margaux@plus2sens.com - 06 21 47 65 34
Catherine Berger-Chavant - catherine@plus2sens.com - 06 08 82 75 38
Marine Chevalier - marine@plus2sens.com - 06 95 79 69 15