



CTB TRADE FOR DEVELOPMENT



*Les pouvoirs publics
jouent la carte
du commerce équitable*

Table des matières

1. UN CHOIX DE PLUS EN PLUS RÉSOLU.....	3
2. LE COMMERCE ÉQUITABLE	4
2.1. QU'EST-CE QUE LE COMMERCE ÉQUITABLE ?	4
2.2. LES CRITÈRES INTERNATIONAUX DU COMMERCE ÉQUITABLE.....	5
2.3. CERTIFICATIONS DU COMMERCE ÉQUITABLE.....	5
<i>Fairtrade (Max Havelaar)</i>	6
<i>Ecocert Equitable</i>	6
<i>Fair for Life</i>	6
<i>FairWild</i>	6
3. FAIRE REFERENCE AUX PRODUITS ÉQUITABLES DANS LE PROCESSUS DE MARCHES PUBLICS, C'EST POSSIBLE !.....	7
PRECISER LA DEMANDE DE PRODUITS ÉQUITABLES DANS LA DEFINITION DE L'OBJET DU MARCHÉ, DANS LES SPECIFICATIONS TECHNIQUES ET DANS LES CONDITIONS D'EXECUTION	7
ANNEXE : DIFFERENTS MODES D'ATTRIBUTION DES MARCHES (BREF RESUME)	9



Rédaction : Samuel Poos.

Editeur responsable : Carl Michiels, 147 rue Haute 1000 Bruxelles

Photo de couverture : © Sue Atkinson

Le contenu de cette publication ne reflète pas nécessairement les positions de la CTB ou de la Coopération belge au Développement.

Des extraits de cette publication peuvent être utilisés dans un but non commercial à condition d'en citer l'origine et l'auteur.

© CTB, Agence belge de développement, Bruxelles, Décembre 2011

1. Un choix de plus en plus résolu...

Relayant l'intérêt croissant des citoyens à l'égard d'une démarche éthique dans leur processus de consommation, de nombreuses autorités publiques donnent des signes crédibles de leur volonté d'établir un partenariat commercial équitable entre le monde économiquement fort et le restant de la planète.

En Belgique,

- plus de 250 communes¹, dont Bruxelles, Anvers, Gand, Marche-en-Famenne, Schaerbeek, Flobecq, Visé, Ottignies –LLN, Charleroi ;
- la Communauté flamande ;
- la Région wallonne ;
- le Parlement bruxellois ;
- la Chambre des Représentants ;
- différents ministères comme ceux des affaires intérieures, des affaires extérieures, des affaires économiques ;
- le Palais royal ;
- ...

ont en commun de consommer d'une manière ou d'une autre des produits du commerce équitable.

Cette consommation de produits équitables cadre avec le plan d'action fédéral Marchés publics durables 2009-2011 pour qui « *les marchés publics durables vont au-delà des marchés publics verts* »².

Un guide des achats durables a d'ailleurs été rédigé pour aider les administrations publiques.³ Il s'agit de recommandations pour l'achat de produits plus respectueux de l'environnement et fabriqués dans des conditions sociales respectant la dignité humaine.

...pour un commerce équitable

Les initiatives économiques se réclamant d'un commerce équitable contribuent au développement des **artisans** et **producteurs** agricoles dans les pays du Sud, en leur garantissant des conditions de travail et de rémunération décentes, en leur apportant des débouchés commerciaux dans les pays du Nord, sans les assister ni les rendre dépendants.

Par l'échange économique, le commerce équitable permet également au **consommateur**, qu'il soit privé ou public de s'enrichir d'une meilleure compréhension du monde. Il est responsable de ses actes, capable de s'intéresser aux relations de cause à effet entre l'acte de consommation et les conditions de travail, les libertés individuelles, la dégradation de l'écosystème, l'uniformisation culturelle, la pauvreté et l'exclusion, ici et là-bas.



© Marcus Lyons

¹ Impliquées dans les campagnes « [Communes du commerce équitable/FairtradeGemeenten](#) » ou « [Ca passe par ma commune](#) »

² Plan d'action fédéral Marchés publics durables 2009-2011 adopté en conseil des ministres le 3 juillet 2009, page 13.

³ <http://www.guidedesachatsdurables.be/>

2. Le commerce équitable

2.1. Qu'est-ce que le commerce équitable ?

Apprécier un morceau de chocolat ou un bon petit café en sachant que l'on participe au bien-être d'autrui, voilà une idée vraiment très savoureuse.

Cette idée, c'est celle du commerce équitable, un commerce juste et équilibré entre les pays du Nord et du Sud.



Chay Sarpong, Kuapa Kokoo, Ghana
© Alter Eco.

Le commerce équitable travaille en priorité avec les producteurs les plus défavorisés des pays du Sud, en achetant leur production à des conditions visant à permettre leur développement économique, social et environnemental.

Le commerce équitable est ainsi l'application concrète des principes du développement durable au travers des échanges commerciaux. Il propose un prix d'achat décent aux producteurs, le préfinancement des commandes, des relations durables entre partenaires économiques, la limitation des intermédiaires, la garantie des droits fondamentaux des travailleurs, la transparence sur l'origine du produit et sur les étapes de sa commercialisation, un mode de production qui respecte l'environnement et enfin des produits de qualité proposés aux consommateurs.

Définition du commerce équitable

En octobre 2001, le réseau informel « FEW »⁴ a formulé une définition du commerce équitable, acceptée par tous les acteurs du mouvement international :

« Le Commerce équitable est un partenariat commercial, fondé sur le dialogue, la transparence et le respect, dont l'objectif est de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial.

Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions commerciales et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés, tout particulièrement au sud de la planète.

Les organisations du Commerce équitable (soutenues par les consommateurs) s'engagent activement à soutenir les producteurs, à sensibiliser l'opinion et à mener campagne en faveur de changements dans les règles et pratiques du commerce international conventionnel.

L'essence du Commerce équitable est de :

- *travailler délibérément avec des producteurs et des travailleurs marginalisés afin de les aider à passer d'une position de vulnérabilité à la sécurité et à l'autosuffisance économique ;*
- *donner plus de poids aux producteurs et aux travailleurs en tant que parties prenantes de leurs organisations ;*
- *jouer activement un plus grand rôle dans l'arène mondiale pour parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial. »*

⁴ FEW (ex FINE) regroupe les organisations faitières suivantes du commerce équitable : Fairtrade International (dont est membre Max Havelaar), EFTA (European Fair Trade Association), qui rassemble différentes organisations importatrices de produits équitables, et WFTO (World Fair Trade Organization), l'Organisation mondiale du commerce équitable.

2.2. Les critères internationaux du commerce équitable

En juin 2006, le Parlement européen a adopté à une écrasante majorité un rapport sur le commerce équitable et le développement. Via cette résolution, les députés veulent encourager le commerce équitable « *qui s'avère efficace pour réduire la pauvreté, en particulier dans les pays les plus pauvres du monde.* »⁵

Pour le Parlement européen : « *Le commerce équitable doit au minimum répondre aux critères définis par le mouvement du commerce équitable en Europe, comme suit :*

- a) *prix équitable pour le producteur, garant d'une rémunération équitable, couvrant les frais de production et de subsistance durables; ce prix doit au minimum être aussi élevé que le prix minimal et la prime du commerce équitable lorsque ceux-ci ont été définis par les associations internationales du commerce équitable,*
- b) *acompte sur le paiement, si le producteur en fait la demande,*
- c) *relations stables et de long terme avec les producteurs et participation des producteurs à l'établissement des normes de commerce équitable,*
- d) *transparence et traçabilité tout au long de la chaîne d'approvisionnement pour assurer une information appropriée des consommateurs,*
- e) *respect par les conditions de production des huit conventions fondamentales de l'Organisation internationale du travail (OIT),*
- f) *respect de l'environnement, protection des droits de l'homme, notamment des droits de la femme et de l'enfant, et respect des méthodes de production traditionnelles, favorisant le développement économique et social,*
- g) *renforcement des capacités et émancipation des producteurs, notamment des petits producteurs marginalisés et des travailleurs des pays en développement, de leurs organisations et de leurs communautés respectives afin de garantir la pérennité du commerce équitable,*
- h) *soutien à la production et à l'accès au marché en faveur des organisations de producteurs,*
- i) *actions de sensibilisation à la production et aux relations commerciales liées au commerce équitable, à la mission et aux objectifs du commerce équitable et à l'injustice générale des règles commerciales internationales,*
- j) *suivi et vérification du respect de ces critères à l'égard desquels les organisations du Sud doivent jouer un rôle plus important, pour déboucher sur une réduction des coûts et un renforcement de la participation locale au processus de certification,*
- k) *évaluations régulières d'impact des activités du commerce équitable ».*



⁵ http://www.europarl.europa.eu/news/expert/infopress_page/028-9499-187-07-27-903-20060629IPR09384-06-07-2006-2006-false/default_fr.htm

2.3. Certifications du commerce équitable

Fairtrade (Max Havelaar)



Le label Fairtrade Max Havelaar est le plus connu. Max Havelaar attribue son label à plus de 13000 produits présents sur le marché belge. Cette certification est octroyée uniquement aux produits qui répondent aux critères internationaux définis par FLO⁶. Ceux-ci portent notamment sur les conditions de production et les prix. Afin de pouvoir donner cette garantie, Max Havelaar contrôle la chaîne de production, du producteur au consommateur. www.maxhavelaar.be

Ecocert Equitable



Créé au départ dans le domaine de l'agriculture biologique en France, Ecocert a peu à peu diversifié ses activités en Europe et bien au-delà, créant en 2007 son propre référentiel de commerce équitable. Celui-ci fournit au consommateur des garanties proches de celles de Max Havelaar. Ainsi, ESR repose sur un prix minimum garanti aux producteurs, l'existence d'un fonds social pour le financement de projets de développement et l'accompagnement technique et commercial des producteurs défavorisés. Particularités : le transport par voie aérienne est découragé.

www.ecocert.com/equitable

Fair for Life



Le programme de certification Fair for Life a été créé en Suisse, en 2006, par la Bio-Foundation et par l'IMO (Institute for Marketecology).

L'objectif consistait à permettre à tous les producteurs et acteurs du commerce équitable – y compris ceux qui ne parviennent pas à entrer dans le système FLO – de bénéficier d'une certification indépendante attestant le respect de critères tels que : refus du travail forcé et du travail des enfants, liberté d'association, conditions de travail sûres et décentes, etc.

Fair for Life est un label destiné à tous les produits, à tous les pays et à toutes les chaînes de production.

www.fairforlife.net

FairWild



La demande croissante de produits naturels dans les secteurs de l'alimentation, des cosmétiques, du bien-être et des ingrédients médicinaux présente des défis majeurs au niveau écologique et social : la pression élevée imposée à des plantes potentiellement vulnérables peut mettre en péril les écosystèmes locaux et les conditions de vie des ramasseurs, qui font le plus souvent partie des populations les plus pauvres des pays concernés.

La norme **FairWild** garantit aux acheteurs que les produits ont été récoltés et transformés de manière socialement et écologiquement responsable.

www.fairwild.org

⁶ Voir www.fairtrade.net

3. Faire référence aux produits équitables dans le processus de marchés publics, c'est possible !



Les pouvoirs publics ne peuvent pas faire n'importe quoi, ni acheter n'importe comment !

Les marchés publics s'inscrivent dans le cadre de règles générales⁷ définies par l'État fédéral⁸ et de règles arrêtées par les donneurs d'ordre – qualifiés aujourd'hui de pouvoirs adjudicateurs – et que l'on peut appeler particulières dans la mesure où il s'agit de règles spécifiques à un marché déterminé, qu'il soit de travaux, de fournitures ou de services.

Par ailleurs, les marchés publics sont aussi soumis au droit européen ; d'une part aux principes généraux, d'autre part, au dessus de certains seuils, aux directives marchés publics. Au-delà de leurs différences, ces règles prescrivent de faire le meilleur choix économique.

Et, depuis l'entrée en vigueur du **Traité d'Amsterdam (1^{er} mai 1999)**, le **Marché intérieur est réalisé non seulement dans une perspective de croissance économique au sens strict mais plus largement de développement durable des activités économiques.** (article 2 du traité).

La Cour de Justice européenne a d'ailleurs rendu trois arrêts dans ce sens à propos des possibilités de prise en compte de dimensions éthiques.⁹

Préciser la demande de produits équitables dans la définition de l'objet du marché, dans les spécifications techniques et dans les conditions d'exécution



Avant d'entamer toute procédure¹⁰, le pouvoir adjudicateur déterminera ses besoins réels et définira l'objet du marché. C'est à ce stade que la marge de manœuvre est la plus grande pour choisir un produit qui, tout en répondant aux besoins du service, pourra tenir compte de considérations de développement durable.

Il est essentiel que la description de l'objet du marché n'engendre pas de distorsion du marché, qu'elle ne restreigne pas l'accès au marché à des entreprises nationales ou particulières.

Pratiquement, le consommateur public voulant s'approvisionner en produits équitables pourra demander dans **l'objet de marché** une ou des fournitures (café, thé,...) « **produite(s) dans des conditions respectant les critères internationaux de commerce équitable** ». Ces critères (voir point 2.2.) seront à préciser dans les spécifications techniques et les conditions d'exécution du cahier spécial des charges.

Dans sa dernière communication sur le rôle du commerce équitable et des systèmes non gouvernementaux d'assurance de la durabilité liés au commerce, la Commission européenne

⁷ Ces règles générales sont celles de la loi du 24 décembre 1993 relative aux marchés publics et à certains marchés de travaux, de fournitures et de services, des arrêtés royaux d'exécution du 8 janvier 1996 (secteurs classiques) et du 10 janvier 1996 (secteurs spéciaux) relatifs à la passation des marchés, ainsi que de l'arrêté royal du 26 septembre 1996 établissant les règles générales d'exécution et le cahier général des charges des marchés publics. A ces règles qui ont déjà été modifiées à plusieurs reprises, il convient d'ajouter celles relatives à l'agrément des entrepreneurs pour les marchés publics de travaux.

⁸ Application des lois de réformes institutionnelles. Les règles générales en matière de marchés publics relèvent de la compétence de l'Autorité fédérale.

⁹ - Arrêt dans l'affaire C-513/99 (*Concordia Bus Finland OY Ab versus Helsingin kaupunki and HKL-Bussiliikenne*) du 17 septembre 2002 concernant l'attribution du marché public de bus urbains à la société proposant les bus les moins polluants. Dans cet arrêt, la cour a précisé que le principe de non discrimination n'empêche pas la prise en considération de critères de protection de l'environnement simplement parce que l'opérateur de transport auquel le contrat est attribué est l'un des seuls soumissionnaires capables d'offrir une flotte de bus rencontrant ces critères.

- Arrêt c-225/98 du 26/09/2000 Commission/France concernant l'introduction, comme critère d'attribution dans un marché de construction de lycée du Nord-Pas-de-Calais, de l'exigence d'un certain quota d'employés étant d'anciens chômeurs de longue durée.

- Arrêt c-448/01 EVN AG & Wienstrom v Republic of Austria du 4 décembre 2003

¹⁰ Voir annexe : différents modes d'attribution des marchés

précise : « Les pouvoirs adjudicateurs qui souhaitent acheter des produits bénéficiant d'une assurance de durabilité ne doivent pas se contenter de reprendre le principe d'un label donné et de l'inclure dans leur cahier des charges, mais s'inspirer des sous-critères sur lesquels repose, par exemple, le label «commerce équitable» et appliquer uniquement ceux qui sont pertinents dans le domaine concerné par leur achat. Les pouvoirs adjudicateurs doivent toujours permettre aux soumissionnaires de prouver qu'ils respectent ces normes en utilisant des labels du commerce équitable ou d'autres moyens de preuve¹¹ »

Les **spécifications techniques** et les **conditions d'exécution** peuvent donc **faire référence, mais de manière non exclusive, à différentes certifications du commerce équitable**, comme :

- Fairtrade (Max Havelaar),
- Ecocert Equitable
- Fair for Life
- FairWild

Elles spécifient alors qu'un « produit portant une certification du commerce équitable ou une certification équivalente ou un produit répondant à des conditions équivalentes est considéré comme respectant les critères internationaux du commerce équitable »

Définition d'un produit « portant une certification équitable ou une certification équivalente ou répondant à des conditions équivalentes » :

- ou bien un produit portant une certification du commerce équitable sur son emballage ;
- ou bien un produit portant sur son emballage une certification équivalente, respectant les mêmes principes de base que ceux énoncés par le Parlement européens (voir supra) ; le soumissionnaire devant fournir les attestations nécessaires, idéalement délivrées par une partie tierce indépendante, prouvant l'équivalence de cette certification ;
- ou bien un produit répondant à des conditions équivalentes à celles énoncées par le Parlement européen; le soumissionnaire devant fournir les attestations nécessaires, idéalement délivrées par une partie tierce indépendante, prouvant l'équivalence de cette certification.

LE PARLEMENT EUROPEEN VEUT ENCOURAGER LES AUTORITES PUBLIQUES A APPLIQUER LES CRITERES DE COMMERCE EQUITABLE DANS LEURS APPELS AU MARCHÉ.

Dans une résolution adoptée le 18 mai 2010 sur l' "Évolution de la passation de marchés publics", le Parlement européen : "invite la Commission à encourager les autorités publiques à appliquer les critères du commerce équitable dans leurs appels d'offres publics et dans leurs politiques d'achat sur la base de la définition du commerce équitable entérinée par la résolution du Parlement européen sur le commerce équitable et le développement du 6 juillet 2006 et par la récente communication de la Commission du 5 mai 2009 ; réaffirme sa demande soumise antérieurement à la Commission de promouvoir ces critères, par exemple en élaborant des orientations constructives pour des achats conformes au commerce équitable; salue l'adoption à l'unanimité de l'avis du Comité des régions du 11 février 2010 appelant de ses vœux une stratégie européenne commune de commerce équitable pour les autorités locales et régionales".

Consultez [la Résolution du Parlement européen du 18 mai 2010](#) sur l'évolution de la passation de marchés publics.



¹¹ Communication de la Commission au Conseil, au Parlement européen et au Comité économique et social européen, Contribuer au développement durable: le rôle du commerce équitable et des systèmes non gouvernementaux d'assurance de la durabilité liés au commerce, Bruxelles, le 5.5.2009 COM(2009) 215 final

Annexe : différents modes d'attribution des marchés (bref résumé)

En fonction des montants en jeu, le pouvoir adjudicateur a le choix entre différents modes d'attribution : l'adjudication, l'appel d'offres ou la procédure négociée.¹² Quelque soit le mode d'attribution, il est possible de faire référence aux produits du commerce équitable.

LORSQUE LA DÉPENSE RÉELLE À APPROUVER N'ATTEINT PAS LE PLAFOND DE 67 000 € HTVA¹³



Les pouvoirs publics peuvent alors recourir à une procédure négociée sans publicité. En dessous de ce seuil, la procédure négociée ne suppose pas nécessairement la formalisation de critères d'attribution de marché, ce qui laisse un pouvoir d'appréciation plus large dans le chef du « consommateur public ». En principe cependant, plusieurs entreprises ou personnes doivent être consultées avant la conclusion d'un contrat selon ce mode de passation.

Le consommateur public peut dès lors négocier directement avec quelques fournisseurs, au minimum trois. Cependant le calcul du plafond doit prendre en compte l'ensemble des marchés portant sur les mêmes produits passés dans le courant du même exercice budgétaire ou pendant toute la durée du marché si celle-ci dépasse l'exercice.

EN DESSOUS DU PLAFOND DE 5 500 € HTVA

Les pouvoirs publics peuvent même passer ce marché en envoyant un simple bon de commande à une entreprise ou un particulier avec demande de livraison endéans un certain délai, pour un certain prix.

Il faut toutefois avoir consulté au préalable de façon informelle plusieurs concurrents : par téléphone, par listes de prix,...



Pour tous les besoins répétitifs, ou les achats périssables, il est évident que les pouvoirs publics ont tout intérêt à procéder par bon de commande, ce qui leur laisse une très grande liberté d'action.

Le calcul du plafond doit également prendre en compte l'ensemble des marchés portant sur les mêmes produits passés dans le courant du même exercice budgétaire ou pendant toute la durée du marché si celle-ci dépasse l'exercice.

AU DELÀ DU PLAFOND DE 67 000 € HTVA

Le marché doit être passé par adjudication publique ou restreinte, par appel d'offres général ou restreint¹⁴, par procédure négociée avec publicité¹⁵, quel que soit le montant (ne concerne que les marchés de fourniture et de services). Cela suppose de formaliser des critères de sélection qualitative ou de critères d'attribution du marché.

¹² Ces dispositions ont été transposées dans notre droit par l'article 15 (adjudication) et par l'article 16 (appel d'offres) de la loi du 24 décembre 1993.

¹³ 135.000 € htva dans les secteurs spéciaux (eau, électricité, transports et services postaux).

¹⁴ L'adjudication est dite « publique » et l'appel d'offres est dit « général » lorsqu'ils se font en respectant les règles de publicité et en procédant à l'ouverture des offres en public. L'adjudication est dite « restreinte » et l'appel d'offres est dit « restreint » lorsqu'ils se font en respectant les règles de publicité et en consultant les entrepreneurs, fournisseurs ou prestataires de services que l'autorité compétente a sélectionnés. Seuls ceux qui sont sélectionnés peuvent remettre une offre. Seuls les soumissionnaires peuvent assister à l'ouverture des offres. On parle d'entreprises candidates dans le cadre de procédures restreintes et d'entreprises soumissionnaires dans le cadre des procédures ouvertes.

¹⁵ La procédure négociée avec publicité est une procédure inhabituelle requérant une motivation solide.

Les obligations de publicité au niveau européen doivent également être respectées lorsque le montant estimé HTVA est égal ou supérieur actuellement à :

- 125 000 € pour les fournitures de certains pouvoirs adjudicateurs fédéraux ;
- 193 000 € pour les fournitures des autres pouvoirs adjudicateurs

Si on opte pour l'adjudication, qu'elle soit ouverte ou restreinte, le marché doit être attribué au soumissionnaire qui a remis l'offre régulière (c'est-à-dire une offre répondant aux exigences de fond et de forme prescrites) la plus basse, ce qui ne permet pas d'apprécier l'offre en fonction d'autres critères.

« En appel d'offres général ou restreint, le marché doit être attribué au soumissionnaire qui a remis l'offre régulière la plus intéressante, en tenant compte des critères d'attribution qui doivent être mentionnés dans le cahier spécial des charges ou, le cas échéant, dans l'avis de marché. Les critères d'attribution doivent être relatifs à l'objet du marché, par exemple, la qualité des produits ou prestations, le prix, la valeur technique, le caractère esthétique et fonctionnel, les caractéristiques environnementales, des considérations d'ordre social et éthique, le coût d'utilisation, la rentabilité, le service après-vente et l'assistance technique, la date de livraison et le délai de livraison ou d'exécution. (...) »¹⁶

© Simon Rawls-Marcus Lyons



¹⁶ Article 16 de la loi du 24 décembre 1993 relative aux marchés publics (secteurs classiques), tel que modifié par la loi programme du 8 avril 2003.

Le Trade For Development Centre

Pour le **Trade for Development Centre** (TDC), programme de la CTB (l'Agence belge de développement), les commerces équitables et durables peuvent être des outils de réduction de la pauvreté, et des leviers de développement.

Le centre a pour objectif l'émancipation économique et sociale des petits producteurs du Sud, à travers leur professionnalisation et l'accès aux marchés, que ces derniers soient locaux, régionaux ou internationaux.

Le TDC couvre 3 types d'activités, présentés brièvement ci-dessous. Vous trouverez plus d'information sur notre tout nouveau site Web www.befair.be.

> **Appui aux producteurs**

Programme d'appui financier

Le Trade for Development Centre soutient les producteurs marginalisés, les micro et petites entreprises ainsi que les projets d'économie sociale actifs dans le commerce équitable ou durable.

Il finance différentes activités permettant d'augmenter leurs capacités et leur accès au marché : création de nouveaux produits, introduction de systèmes de contrôle de la qualité, obtention d'une certification, formations (en gestion, marketing...), participation à des foires commerciales,...

Activités d'appui à la commercialisation

Le TDC est un centre d'expertise en « marketing & ventes » et un organe d'appui concret aux projets de la CTB liés directement ou indirectement à la commercialisation de produits et/ou services :

- Conseil stratégique en business et marketing
- Information et analyse de marchés
- Coaching en marketing & ventes

> **Sensibilisation**

Le TDC met en place des campagnes de sensibilisation à destination des consommateurs, des acteurs économiques et des pouvoirs publics belges. La Semaine du commerce équitable est la campagne la plus connue.

> **Diffusion d'information et plateforme d'échange**

Via son site Internet, sa newsletter et différentes publications (dépliant, brochures, fiches), le Trade for Development Centre veut apporter aux consommateurs, pouvoirs publics, producteurs et autres acteurs économiques, une information la plus objective possible sur les thématiques du commerce équitable et durable ; entre autres sur les différents labels et systèmes de garantie existants. Il contribue aussi aux débats pour une gestion des ressources naturelles et un commerce plus respectueux de l'Être humain et de son environnement.

Le Centre participe activement à différentes plateformes d'échange entre acteurs concernés, notamment la plateforme belge d'appui au secteur privé « Entreprendre pour le développement ».

BUILDING A FAIR WORLD

**CTB - AGENCE BELGE DE DEVELOPPEMENT
TRADE FOR DEVELOPMENT CENTRE**

RUE HAUTE 147
1000 BRUXELLES
T. +32 (0)2 505 19 35

WWW.BEFAIR.BE