

## La distribution automatique : Un moyen de consommer équitable au sein de l'entreprise et dans des lieux publics

### Intervenants

- ✓ Jean-Marc Contamin, Barry Callebaut (Van Houten)
- ✓ Philippe Dufau, Color Café
- ✓ Julie Bureth, Crédit Agricole SA
- ✓ Marianne Frehel, Groupe EDA
- ✓ Pierre Faivre, France Lyo
- ✓ Benjamin de Poncheville, Max Havelaar France
- ✓ Peter Szerb, Rhônalpennergie environnement
- ✓ Gilles Durand, Satro
- ✓ Hanane Assaadi, Somovedi
- ✓ Pascale Poblet, ST Microelectronics
- ✓ Gilles Fallet, Sunnyland
- ✓ Solen Bel Latour, Ville de Grenoble

### Animateur

Rose-Marie Di Donato, Resacoop

### Contexte

Objets de notre quotidien, les distributeurs automatiques font désormais partie de nos habitudes de consommation. Sensibles aux évolutions des comportements d'achats, les professionnels du secteur ont perçu la hausse de notoriété du commerce équitable, et proposent aujourd'hui quelques produits équitables en libre service.

Principal client de la distribution automatique (70% du nombre total d'appareils étant installés en entreprise), le secteur privé peut au travers de sa consommation quotidienne privilégier des produits issus du commerce équitable, et amorcer ainsi par un acte emblématique une réflexion sur le développement durable.

Dans l'objectif de favoriser l'introduction de commerce équitable dans les distributeurs, et de valoriser l'offre de produits équitable actuellement proposée pour ce marché spécifique, Equi'Sol a souhaité organiser en partenariat avec le CIRIDD (Centre International de Ressources et d'Innovation pour le Développement Durable) et la CCI de St Etienne une table ronde technique sur la distribution automatique et le commerce équitable.

Cette rencontre s'inscrit dans un cycle de quatre tables rondes (restauration collective, coton-textile, distribution automatique, cadeaux et objets promotionnels) organisées par Equi'Sol avec le soutien de la Région Rhône-Alpes.

## Max Havelaar et la distribution automatique

Association à but non lucratif, Max Havelaar France a pour objectif de contribuer à l'autonomisation des organisations de producteurs du Sud, en agissant sur les trois piliers du développement durable :

- l'économie : la notion de prix minimum, calculée en fonction des coûts de production et dépenses courantes des producteurs, permet de remédier aux incertitudes des cours de matières premières, côtés en bourse et soumis à de fortes fluctuations,
- le social : une prime de développement, payée en plus du prix minimum, est utilisée par les communautés sur des investissements sociaux,
- l'environnement : amélioration des méthodes de production et encouragement à la culture biologique.

Dans cette optique, Max Havelaar France, membre de la fédération internationale FLO (Fairtrade Labelling Organizations), met en œuvre une démarche de certification de commerce équitable. Les standards et cahiers des charges sont définis internationalement par FLO. Max Havelaar France est chargé du développement commercial et de la promotion du label sur le plan national. Les contrôles sont effectués par FLO Cert, une société indépendante actuellement en cours d'accréditation norme ISO 65 relative aux organismes certificateurs.

Max Havelaar France considère la distribution automatique comme un levier primordial pour l'essor du commerce équitable en raison du nombre important de personnes qu'elle concerne. L'engagement de l'association sur ce secteur a débuté en 2002 par un partenariat avec la société France Lyo, fournisseur de café pour la distribution automatique, qui souhaitait répondre aux premières sollicitations de ses clients (des collectivités locales mais aussi des entreprises et notamment France 2 et Sanofi).

Aujourd'hui, l'offre de produits certifiés Max Havelaar disponibles en distribution automatique concerne bien évidemment le café (grain, lyophilisé ou en dosette), mais comporte également des boissons chocolatées, des biscuits, des jus de fruits. A terme, celle-ci devrait encore s'élargir au thé et aux produits composés.

### Une diversité de produits

Malgré une prépondérance du café (fourni notamment par Somovedi et France Lyo), plusieurs produits issus du commerce équitable sont disponibles en DA.

Des boissons chocolatées, labellisées par Max Havelaar, sont actuellement disponibles chez deux fournisseurs : Satro, et Barry Callebaut sous la marque Van Houtten.

L'entreprise Sunnyland a développé à la demande de Max Havelaar France une gamme de jus de fruits pour la restauration et pour la distribution automatique en conditionnement adapté. Malgré un surcoût inexistant ou faible (15 à 20%), ces jus ne sont pourtant pas encore présents dans les machines, faute de demande de la part des gestionnaires et des grossistes.

Des biscuits labellisés Max Havelaar sont fournis par l'entreprise Filet Bleu.

De nouveaux produits, et notamment du thé, pourraient également être bientôt disponibles.

## Des entreprises s'engagent

L'engagement du **Crédit Agricole SA** dans une démarche de commerce équitable a débuté en 2004, à l'initiative de la Mission Développement Durable, par l'introduction de café équitable dans cinq restaurants d'entreprises (3000 repas par jour). En 2005, la Mission Développement Durable a souhaité, en lien avec la Direction des Ressources Humaines, prolonger l'expérience à la distribution automatique (une trentaine de distributeurs pour 9000 consommateurs).

A l'occasion de la quinzaine du commerce équitable de mai 2007, la gamme de produits proposés en distribution automatique sera élargie aux boissons chocolatées, biscuits et jus d'orange.

La communication effectuée sur l'origine équitable du café est restée discrète dans un premier temps, se limitant à la présence d'une petite vignette « Max Havelaar », dont certaines ont été déchirées. Soucieuse de mettre l'accent sur l'information, la Mission Développement Durable a souhaité, lors du renouvellement de son marché de distribution automatique, impliquer les gestionnaires. L'entreprise sélectionnée s'est ainsi engagée à fournir des distributeurs identifiables. En parallèle, une information spécifique sur le commerce équitable sera adressée aux salariés par l'Intranet et le journal de l'entreprise.

La volonté de sensibilisation des salariés apparaît par ailleurs fortement conditionnée à la problématique du prix des produits. Si dans un premier temps, la Direction des Ressources Humaines prenait en charge l'augmentation de 2 centimes pour le café servi dans les restaurants d'entreprise, la Mission Développement Durable souhaite responsabiliser les salariés et les faire adhérer au projet, malgré le surcoût qu'ils devront désormais assumer.

Enfin, si l'initiative concerne actuellement uniquement le siège social, l'objectif à court terme est de favoriser l'engagement des caisses régionales dans une démarche facile à mettre en œuvre.

Depuis 1990, **ST Microelectronics** Grenoble conduit une politique environnementale active, qui s'est notamment concrétisée en 2002 par la préparation de produits biologiques dans le restaurant d'entreprise. L'introduction dans la distribution automatique de café équitable s'inscrit pleinement dans les objectifs environnementaux de l'entreprise. Mise en œuvre depuis quatre ans, ce projet n'a pas bénéficié d'une communication spécifique sur le commerce équitable. Un travail important a toutefois été mené sur la qualité gustative du produit, gage d'adhésion des salariés.

Depuis quelques mois, la société de restauration collective Avenance, en charge du restaurant d'entreprise, s'est vue confier la gestion de la distribution automatique. Si le commerce équitable lui fut à l'époque imposée, la société a finalement adhéré au projet. Celle-ci envisage aujourd'hui d'élargir la gamme de produits équitables référencés sur son catalogue et en propose à d'autres sites sur lesquels elle travaille.

De même, si l'expérience de ST Micro ne concerne aujourd'hui que le site de Grenoble, il est envisagé de l'étendre à d'autres lieux.

## Des collectivités locales donnent l'exemple

L'expérience de la **Ville de Grenoble** s'intègre dans la continuité de l'engagement politique affirmé par Colette Fillion Nicolet, Adjointe au Maire en charge de l'économie solidaire, qui s'est notamment traduit par la signature de la campagne « 500 villes s'engagent pour le commerce équitable » initiée par Max Havelaar France.

Le renouvellement du marché de distribution automatique, et l'entrée en application du code des marchés publics en 2004 a permis d'introduire dans le CCTP (Cahiers des Clauses Techniques Particulières) un critère relatif au commerce équitable. Ainsi, 18 automates (à destination de 3000 agents et des lecteurs des bibliothèques municipales) proposent une offre de café équitable au même prix qu'un café conventionnel (40 centimes).

A l'origine, l'information des consommateurs s'effectuait surtout par des affiches apposées sur les distributeurs. Suite à la dégradation de plusieurs d'entre-elles, la Ville a initié une campagne de sensibilisation de ses agents (organisation de petits déjeuners équitables...). L'image du commerce équitable a ainsi évolué et rencontré l'intérêt des consommateurs. Une étude a ainsi récemment montré que 75% du café consommé est issu du commerce équitable.

L'introduction de café équitable dans les distributeurs de **la Ville de Chambéry** et **Chambéry Métropole** répond à une demande des agents des collectivités, consultés dans le cadre de l'élaboration d'Agendas 21, et fait suite à une étude-action sur le commerce équitable..., réalisée par Equi'Sol à la demande Chambéry Métropole.

Les gestionnaires des distributeurs implantés sur les différents sites ont été associés à la démarche. Si l'un d'eux a manifesté un certain enthousiasme par rapport au projet, le second a en revanche fait part de ses réticences concernant notamment la qualité du produit.

A l'insu des agents, les produits ont été testés pendant deux mois. La phase de test s'avérant concluante, la démarche a été généralisée et médiatisée. La communication s'effectue par des affiches sur les automates et par un article dans la lettre d'information des collectivités. Aujourd'hui, trois distributeurs proposent un choix unique de café équitable, tandis que 15 offrent le choix entre équitable et conventionnel à prix égal (entre 30 et 70 centimes) en fonction des sites.

# Organisation de la distribution automatique

## Les industriels

transforment et commercialisent des produits pour la DA

Exemple : **Somovedi**, fournisseur de café, considère la DA comme une extension des circuits de distribution conventionnelle, et insiste sur la qualité des produits qu'elle commercialise (certifiés Max Havelaar et Agriculture Biologique)



## Les grossistes

assurent la distribution des produits auprès des gestionnaires de DA

Exemple : le **groupe EDA** propose depuis 6 mois une offre de produits issus du commerce équitable : cafés **Somovedi**, chocolats **Van Houten** ou **Satro**, biscuits **Filet Bleu**, et informent les gestionnaires de son offre par son magazine promotionnel envoyé à 1500 entreprises.

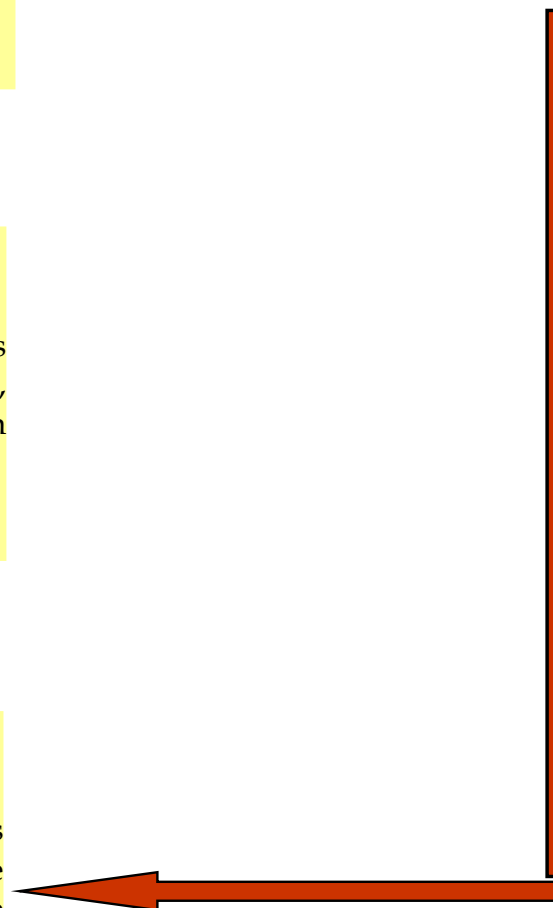


## Les gestionnaires

assurent l'installation, l'entretien des automates.

L'industriel ne connaissant pas le consommateur final, les gestionnaires représentent le pivot de l'activité. Certains, comme **Color Café**, peuvent être considérés comme des « ambassadeurs » en faveur de l'introduction de produits équitables dans les distributeurs.

Certains industriels dont **France Lyo** et **Sunnyland** ne sont pas référencés chez des grossistes et sont en relation directe avec les gestionnaires



## La garantie

Alors que les initiatives « environnementales et durables » se multiplient dans le domaine de la DA, l'intégralité des intervenants insiste pour bien différencier les notions d'éthique et d'équitable, et rappelle l'engagement social endossé par le commerce équitable, au travers notamment des mécanismes de prix garanti.

Dans ce contexte, il apparaît indispensable de promouvoir un système de garantie du commerce équitable crédible aux yeux d'un grand public parfois sceptique.

L'introduction de café équitable certifié par Max Havelaar dans la DA fit initialement l'objet d'une procédure bien définie. Un contrat tripartite était à l'époque signé entre l'association Max Havelaar France, le fournisseur de café détenteur de la licence Max Havelaar et le gestionnaire de DA. L'appareil était alors numéroté et ne pouvait proposer que du café équitable. Fiable, cette démarche ne pouvait toutefois s'appliquer que dans le cas de relations commerciales directes entre des fournisseurs et des gestionnaires de DA. L'implication de grossistes, faisant suite aux sollicitations de gestionnaires désireux de répondre au cas par cas aux attentes de leur clientèle, a permis une meilleure diffusion du commerce équitable en DA, mais également entraîné la fin du contrat tripartite ; les distributeurs ne pouvant tracer les produits dans la diversité de leurs clients.

Ainsi, la garantie repose aujourd'hui sur un principe de confiance envers le gestionnaire, responsable de l'approvisionnement des machines en produits équitables. Toutefois, si « la confiance n'exclut pas le contrôle », celui-ci revient désormais au donneur d'ordre qui peut s'assurer auprès du gestionnaire de la garantie commerce équitable des produits présents dans les automates.

## Le prix

Le coût des produits issus du commerce équitable semble encore représenter un frein à la consommation. Même s'ils adhèrent au principe, les clients ne sont pas toujours prêts à assumer un surcoût, et les gestionnaires peu enclins à leur proposer spontanément des produits équitables.

Les différents témoignages corroborent d'ailleurs cet état de fait. Les collectivités locales (Ville de Grenoble et Ville de Chambéry, Chambéry Métropole) ont exigé de leurs gestionnaires qu'ils proposent un café équitable sans hausse de prix. Les restaurants d'entreprise prennent en charge le coût réel du café. La tasse est ainsi facturée 17 centimes au salarié de ST Micro, alors qu'elle coûte 40 centimes dans les distributeurs. Dans ce contexte, la démarche du Crédit Agricole SA, qui demande à ses salariés d'assumer une augmentation de 2 centimes par café, apparaît intéressante en terme de responsabilisation des consommateurs, mais nécessite par contre une information pertinente ainsi qu'une transparence et une traçabilité du produit irréprochable.

Au-delà de la problématique du commerce équitable, la question du prix final ne semble cependant pas uniquement conditionnée au prix de la matière première. La prestation du gestionnaire prend également une part importante dans la définition du prix. A titre d'exemple, le prix d'achat par les gestionnaires d'une machine destinée à distribuer des produits équitables est fréquemment plus élevé qu'un distributeur de produits classiques, en partie financé par les grandes marques. Les gestionnaires évoluent également dans un contexte difficile (passage à l'Euro, changement des réglementations...) et doivent assumer des charges importantes. Dans ce contexte, Color Café indique par exemple ne pas pouvoir proposer de café à un prix inférieur à 35 centimes.

Si la question de la qualité concerne l'intégralité de la DA, les consommateurs se montrent plus exigeant par rapport aux produits issus du commerce équitable. Alors que les torréfacteurs et gestionnaires s'accordent sur la qualité du café équitable, celui-ci ne correspond pas toujours aux attentes gustatives des consommateurs, habitués à un goût plus ordinaire, constant et « passe-partout ».

En outre, les professionnels soulignent que le produit n'est pas l'unique facteur de qualité. Les méthodes de préparation jouent également un rôle important sur le goût final du café. Le savoir-faire des gestionnaires (responsable du réglage des machines en fonction des types de cafés) constitue ainsi un atout primordial pour la qualité du produit. Il est donc important qu'ils connaissent bien les produits équitables et soient assistés par les fournisseurs. Dans cette optique, les produits Somovedi sont systématiquement accompagnés d'une fiche technique.

Toutefois, les consommateurs exigent de la DA en premier lieu un prix de produit avant une qualité particulière. Il n'est donc pas toujours aisé pour les gestionnaires de justifier la qualité d'un café.

### Le coût environnemental

Dans une perspective plus globale de développement durable, le problème de l'utilisation par la DA de gobelets plastiques est évoqué. La question du prix apparaît à nouveau dans les éléments de réponse. S'il est aujourd'hui possible de récupérer et traiter les déchets plastiques, ce service mis en place par le gestionnaire contribuera à une augmentation du prix final des produits. De même, des gobelets en amidon de maïs non transgéniques seront disponibles prochainement mais auront un surcoût de 35 %.

L'exemple de l'Allemagne est mis en exergue, puisque les consommateurs sont incités à utiliser leur propre tasse, notamment par un surcoût des consommations distribuées dans un gobelet jetable.

## Conclusion

Il apparaît aujourd'hui aisé d'introduire des produits équitables dans la distribution automatique. Une offre adaptée existe et les circuits d'approvisionnement se mettent en place. Maillon principal de cette filière, les gestionnaires de DA peuvent favoriser une meilleure diffusion du commerce équitable. A quelques exceptions près, la profession, confrontée à une pression permanente de la clientèle privilégiant une réduction des coûts, s'avère cependant peu réceptive à ce concept, et réagit fréquemment à une demande ponctuelle sans chercher à promouvoir plus largement l'offre de commerce équitable.

Le développement du commerce équitable en distribution automatique nécessite par conséquent un travail important de sensibilisation aussi bien des donneurs d'ordre que des gestionnaires sur la réalité du commerce équitable (qui ne doit pas être assimilé à d'autres types de démarches plus orientées sur le développement durable et la protection de l'environnement), les produits disponibles pour ce secteur, et les garanties.

Equi'Sol travaille d'ores et déjà sur ces problématiques, et peut accompagner les différents protagonistes dans leur réflexion sur le commerce équitable. A travers le site Internet [www.ofretic38.com](http://www.ofretic38.com), sur lequel sont référencés deux gestionnaires (Codaralp et Isa Distribution), l'association entend valoriser l'offre de produits et services éthiques (notamment de commerce équitable) et ainsi faciliter les démarches d'acheteurs collectifs.

## Liste des participants

Type de structure	Nom	Participant
Association	ADEA	Robert Philli
Association	Artisans du Monde St Etienne	Jacqueline Chaudier
Association	Artisans du Monde St Etienne	Etienne Samouillé
Association de consommateurs	Asseco CFDT Loire	Mme Thollet
Fournisseur	Barry Callebaut (Van Houten)	Jean Marc Contamin
Fournisseur	Bianchi Vending Service	Patrick Le Bretonnic
Torréfacteur	Café Rival	Pierre Rival
CCI	CCI St Etienne	Amandine Barlet
CCI	CCI St Etienne	Denis Chazallet
CCI	CCI St Etienne	G Dieng
CCI	CCI St Etienne	M Lacroix
Torréfacteur	Chocolat - cafés Voisin	M Gueritain
Comité d'entreprise	CMCAS EDF St Etienne	Patrick Casetto
Gestionnaire DA	Color Café	Philippe Dufau
Entreprise	Crédit Agricole	Julie Bureth
Entreprise	Ecostep	Martinetti Gérald
Grossiste DA	EDA	Marianne Frehel
Association	Equi'Sol	Mathilde Legon
Association	Equi'Sol	Guilhem Papelard
Association	Equi'Sol	Pascale Bellier
Association	Equi'Sol	Elodie Poulet
Fournisseur	France Lyo	Pierre Faivre
Association	Max Havelaar France	Benjamin de Poncheville
GIP	Resacoop	Rose-Marie Di Donato
Agence	Rhône Alpes Energie Environnement	Peter Szerb
Entreprise	Rivière Compagnie	Rivière Terrolle
Fournisseur	Satro	Gilles Durand
Société restauration	SHCB	Jean-Pierre Martin
Fournisseur	Somovedi	Assaadi Hanane
Entreprise	ST microelectronics	Pascale Poblet
Fournisseur	Sunnyland	Gilles Fallet
Collectivité	Ville de Grenoble	Solen Bellatour
Collectivité	Ville de St Etienne	Audrey Bouchet
Grossiste DA	Vivendia	Bernard Guyennon-Duchene