

## 1 PRÉSENTATION

- Chaque année, le Conseil d'administration de SPP Global présente à l'Assemblée Générale un rapport de gestion qui couvre les progrès réalisés dans l'exécution du Plan Stratégique au cours de l'année écoulée.
- Pour la X Assemblée Générale, le Conseil d'Administration de SPP Global a choisi de donner la priorité à la présentation des résultats « finaux » par rapport au Plan Stratégique actuel, 2016-2020, approuvé lors de la V Assemblée Générale de 2016. Cette considération découle de la nécessité de définir un nouveau Plan Stratégique lors de la X Assemblée Générale.
- Une première version de ce rapport sur les résultats du Plan Stratégique 2016-2020 / 21 a été présentée dans le cadre du guide des quatre ateliers de Planification Stratégique organisés pour l'ensemble des organisations associées, producteurs et acheteurs, aux mois d'août et septembre 2021.
- Les rapports de gestion sont établis sous la responsabilité du Conseil d'Administration et de la Direction Exécutive de SPP Global et portent sur le résultat général des travaux de l'ensemble de la structure SPP, y compris ceux des autres instances (Conseil d'Administration, Comité des Normes et Procédures, Comité des Non-conformités, Comité de Soutien et de Promotion, SPP France, Projets Spécifiques).
- Le document contenant le Rapport Financier Annuel et l'Opinion d'Audit les plus récents complètent ce rapport et sont présentés séparément.

## 2 RÉSUMÉ DES RÉSULTATS DU PLAN STRATÉGIQUE 2016-2020/21

- Lors de la V Assemblée Générale de SPP Global ('FUNDEPPO' à l'époque) en 2016, le Plan Stratégique 2016-2020 a été approuvé.
- Lors de la VII Assemblée Générale de SPP Global, tenue à Piura au Pérou, certains ajustements ont été apportés au Plan Stratégique, principalement liés au positionnement et au système de frais d'utilisation de SPP Global, avec l'objectif principal d'atteindre une meilleure différenciation et de générer de plus grandes capacités d'investissement dans des activités de soutien et de promotion dans les différentes régions.
- Sur la base des implications de la pandémie de COVID-19, lors de la IX Assemblée Générale, il a été décidé de prolonger le Plan Stratégique 2016-2020 jusqu'en 2021.
- Afin d'obtenir des contributions pour la Planification Stratégique, nous présenterons ci-dessous un résumé des progrès du Plan Stratégique original 2016-2020, en faisant référence à ses indicateurs de performance. Les textes marqués en italique sont des spécifications et des notes qualitatives concernant les indicateurs et leur évolution.

# OS- <sup>1</sup>	Description Objectif Stratégique / Indicateur <i>Remarques sur Résultats</i>	Ligne de Base	Résultat 2020/2021	Accroissement total	% de l'Objectif 2020																																																																																	
<b>OS 1.</b>	<b>Consolidation de la participation des produits SPP aux marchés internationaux et nationaux</b>	<b>2016</b>	<b>ACTUEL</b>	<b>+ %</b>	<b>% OBJ</b>																																																																																	
1.1	Organisations de Petits Producteurs certifiées et en cours de validité	78	132	60%	84%																																																																																	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 8 OPP supplémentaires en cours de certification : au total 132</li> <li>▪ 78% des OPP sont originaires de 11 pays d'Amérique latine et des Caraïbes</li> <li>▪ 18% des OPP sont originaires de 10 pays d'Afrique</li> <li>▪ 4% sont originaires de 4 pays asiatiques</li> </ul> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>#</th> <th>Pays</th> <th>Total (Cert + en Cours)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1</td><td>Bolivie</td><td>10</td></tr> <tr><td>2</td><td>Burkina Faso</td><td>1</td></tr> <tr><td>3</td><td>Burundi</td><td>1</td></tr> <tr><td>4</td><td>Cambodge</td><td>2</td></tr> <tr><td>5</td><td>Colombie</td><td>13</td></tr> <tr><td>6</td><td>RD Congo</td><td>2</td></tr> <tr><td>7</td><td>Côte d'Ivoire</td><td>2</td></tr> <tr><td>8</td><td>Équateur</td><td>11</td></tr> <tr><td>9</td><td>Le Salvador</td><td>2</td></tr> <tr><td>10</td><td>Éthiopie</td><td>2</td></tr> <tr><td>11</td><td>Guatemala</td><td>4</td></tr> <tr><td>12</td><td>Haïti</td><td>1</td></tr> <tr><td>13</td><td>Honduras</td><td>5</td></tr> <tr><td>14</td><td>Inde</td><td>1</td></tr> <tr><td>15</td><td>Indonésie</td><td>1</td></tr> <tr><td>16</td><td>Madagascar</td><td>7</td></tr> <tr><td>17</td><td>Mexique</td><td>13</td></tr> <tr><td>18</td><td>Nicaragua</td><td>10</td></tr> <tr><td>19</td><td>Paraguay</td><td>1</td></tr> <tr><td>20</td><td>Pérou</td><td>33</td></tr> <tr><td>21</td><td>Sénégal</td><td>2</td></tr> <tr><td>22</td><td>Sri Lanka</td><td>1</td></tr> <tr><td>23</td><td>Afrique du Sud</td><td>1</td></tr> <tr><td>24</td><td>Togo</td><td>2</td></tr> <tr><td>25</td><td>Tunisie</td><td>4</td></tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"><b>Total</b></td> <td><b>132</b></td> </tr> </tbody> </table>	#	Pays	Total (Cert + en Cours)	1	Bolivie	10	2	Burkina Faso	1	3	Burundi	1	4	Cambodge	2	5	Colombie	13	6	RD Congo	2	7	Côte d'Ivoire	2	8	Équateur	11	9	Le Salvador	2	10	Éthiopie	2	11	Guatemala	4	12	Haïti	1	13	Honduras	5	14	Inde	1	15	Indonésie	1	16	Madagascar	7	17	Mexique	13	18	Nicaragua	10	19	Paraguay	1	20	Pérou	33	21	Sénégal	2	22	Sri Lanka	1	23	Afrique du Sud	1	24	Togo	2	25	Tunisie	4	<b>Total</b>		<b>132</b>				
#	Pays	Total (Cert + en Cours)																																																																																				
1	Bolivie	10																																																																																				
2	Burkina Faso	1																																																																																				
3	Burundi	1																																																																																				
4	Cambodge	2																																																																																				
5	Colombie	13																																																																																				
6	RD Congo	2																																																																																				
7	Côte d'Ivoire	2																																																																																				
8	Équateur	11																																																																																				
9	Le Salvador	2																																																																																				
10	Éthiopie	2																																																																																				
11	Guatemala	4																																																																																				
12	Haïti	1																																																																																				
13	Honduras	5																																																																																				
14	Inde	1																																																																																				
15	Indonésie	1																																																																																				
16	Madagascar	7																																																																																				
17	Mexique	13																																																																																				
18	Nicaragua	10																																																																																				
19	Paraguay	1																																																																																				
20	Pérou	33																																																																																				
21	Sénégal	2																																																																																				
22	Sri Lanka	1																																																																																				
23	Afrique du Sud	1																																																																																				
24	Togo	2																																																																																				
25	Tunisie	4																																																																																				
<b>Total</b>		<b>132</b>																																																																																				
1.2	Acheteurs Finaux SPP Enregistrés et en cours de Validité	16	51	219%	104%																																																																																	

<sup>1</sup># OS-i : Nombre d'indicateurs par Objectif Stratégique

# OS-i <sup>1</sup>	Description Objectif Stratégique / Indicateur <i>Remarques sur Résultats</i>	Ligne de Base	Résultat 2020/2021	Accroissement total	% de l'Objectif 2020
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 26 se trouvent dans la catégorie <i>Acheteurs Finaux SPP</i> (principalement France, États-Unis, Canada, Allemagne)</li> <li>▪ 25 appartiennent à la catégorie <i>Petits Acheteurs SPP</i> (il existe également de petits acheteurs dans de nouveaux pays tels que le Chili, le Portugal et le Mexique)</li> <li>▪ Un processus de renforcement du domaine Marketing et Développement des Marchés de SPP Global a été mené.</li> <li>▪ En conséquence, le personnel de cet espace est passée d'une à trois personnes. Un sous-domaine « <i>Facilitation Commerciale</i> » a été récemment créé.</li> <li>▪ Il existe déjà une <i>Stratégie Commerciale</i> et un <i>Plan Commercial initial</i> concentrés sur l'Europe et l'Amérique du Nord.</li> <li>▪ Des progrès considérables ont été réalisés dans la génération d'outils de promotion et de prospection et dans l'exécution d'activités de communication et de prospection. Il y a eu plusieurs réunions virtuelles avec des entreprises de différentes tailles, y compris de grandes entreprises multinationales, avec des processus positifs qui s'attendent à avoir des résultats en 2022. Certaines de ces entreprises se préparent à la prochaine phase de reprise post-COVID, au cours de laquelle la consommation institutionnelle devrait se redresser.</li> <li>▪ Les travaux de prospection directe ciblent actuellement une quarantaine d'entreprises en Europe, en Amérique du Nord et en Nouvelle-Zélande.</li> <li>▪ Des activités telles que les <i>Salons Commerciaux</i> ont été annulées ou leur modalité a changé et elles ont donc connu de forts revers et une faible participation des entreprises (SCA, Biofach, Nat Expo).</li> <li>▪ L'<i>Alliance</i> avec le réseau de 50 entreprises <i>BIOPARTENAIRE</i> a été concrétisée, ce qui ouvre le marché de producteurs à ce réseau de dizaines d'entreprises de produits équitables et biologiques avec une large distribution dans les circuits spécialisés en France.</li> </ul>				
1.3	Valeur des achats internationaux labellisés SPP effectués par les acheteurs	USD 9 123 649	USD 28 699 569	215%	91%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Il ne comprend que les achats et les ventes mis sur le marché avec le label SPP.</li> <li>▪ Les derniers chiffres 2021 sont encourageants. Bien qu'en 2020 il y ait eu une stagnation liée à l'effet COVID, le premier semestre 2021 marque une tendance à la hausse d'environ 14% de croissance par rapport à 2020, le taux de croissance était en augmentation du 1er trimestre au 2e trimestre 2021.</li> </ul>				
1.4	Valeur des ventes internationales labellisées SPP effectuées par les producteurs	USD 22 000 000	USD 34 439 483	57%	96%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Les données finales ont été estimées de manière très prudente en raison du manque d'éléments de mesure, car le système SPP n'exige plus que les acheteurs enregistrent tous les achats SPP, mais uniquement ce qui est mis sur le marché sous SPP. Certains acheteurs ne vendent qu'une partie limitée de leurs achats SPP sous le label SPP. Il y a de plus en plus d'acheteurs qui ne font pas partie de SPP et qui cependant exigent la certification SPP ; ces achats ne sont pas non plus</li> </ul>				

# OS-i¹	Description Objectif Stratégique / Indicateur <i>Remarques sur Résultats</i>	Ligne de Base	Résultat 2020/2021	Accroissement total	% de l'Objectif 2020
	<i>quantifiés. Les données réelles pourraient dépasser de loin le montant présenté.</i>				
1.5	Volume des ventes SPP impliquant des produits finis sur les marchés intérieurs	USD 1 000 000	USD 3 000 000	200%	100%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les calculs sont des estimations. Seulement 6 OPP ont soumis des rapports de ventes (obligatoires)</li> <li>Le nombre de marques appartenant aux OPP portant le label SPP a considérablement augmenté.</li> </ul>				
1.6	Pourcentage d'OPP certifiées SPP qui vendent actuellement dans le cadre du système SPP	70%	60%	-15%	66%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ce chiffre a diminué pendant la période de pandémie. En 2019, il a été de 87% Il y a des produits qui ne sont pas vendus chaque année.</li> </ul>				
1.7	% Moyen des ventes SPP par rapport aux ventes totales de l'OPP	16%	22%	38%	105%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Données estimées sur la base de sondages limités. Il n'y a aucune obligation de déclarer le reste des ventes.</li> </ul>				
1.8	Prix de vente moyen des produits SPP	100%	108%	8%	84%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sur la base des rapports de vente. Un pic des prix moyens a été atteint en 2018, par la suite ils se sont rapprochés des prix minimums. Cela a été lié aux prix extrêmement bas pour certains produits dans les bourses. On s'attend à ce qu'en raison des augmentations de prix, comme dans le cas du café, les prix finaux moyens puissent à nouveau augmenter bientôt.</li> </ul>				
1.9	L'existence d'un système de surveillance et la promotion des produits SPP vendus par les producteurs avec leurs propres marques sur leurs marchés intérieurs.	22%	90%	218%	90%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Depuis les changements de système qui ont été appliqués en 2019, il y a une obligation de transmettre des rapports sur les ventes de produits finis sur le marché national. Seule une partie de l'OPP fournit ces informations. On répertorie en plus les marques des OPP qui utilisent le SPP.</li> </ul>				
1.10	Nombre de types de produits SPP que les OPP proposent sur les marchés	15	72	380%	300%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le nombre de catégories principales et de sous-catégories de produits s'est multiplié bien au-dessus de ce qui était prévu.</li> <li>Sur la période 2020-2021, un grand nombre de nouveaux produits ont dû être intégrés. Il s'agit de produits qui avaient été introduits sur le marché SPP en France sans les prix minimum correspondants, ce qui n'est pas autorisé. Cependant, des mesures ont été prises pour l'établissement rapide de ces prix, afin de garantir la pérennité et la croissance desdits produits.</li> </ul>				
<b>OS 2.</b>	<b>Qualité et reconnaissance du système SPP</b>	<b>2016</b>	<b>ACTUEL</b>	<b>+ %</b>	<b>% OBJ</b>
2.1	Niveau de satisfaction des Acteurs SPP à l'égard du système de Certification et d'Enregistrement.	85%	90%	2%	90%

# OS-i <sup>1</sup>	Description Objectif Stratégique / Indicateur <i>Remarques sur Résultats</i>	Ligne de Base	Résultat 2020/2021	Accroissement total	% de l'Objectif 2020
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le Système de Réglementation et de Certification SPP a été constamment innové et amélioré en réponse aux besoins des producteurs et acheteurs SPP, en atteignant un équilibre entre la protection des valeurs SPP et le besoin d'une plus grande activité commerciale.</li> <li>Sur la base du nombre minimum de plaintes reçues et d'enquêtes réalisées. Les demandes d'exceptions aux règles ne sont pas considérées comme des plaintes. Une plainte concernant un prix publié en 2019 et impliquant un acheteur et une OPP a été traitée et résolue.</li> <li>Un travail important a été investi dans le développement de la méthodologie de calcul des coûts de production et des prix SPP.</li> <li>De plus, des prix minimums ont dû être établis pour régulariser une vingtaine de produits sur le marché français qui n'avaient pas de prix minimums.</li> </ul>				
2.2	Élimination des démissions dues aux coûts directs et indirects du système SPP	15%	2,4%	84%	105%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le taux de démissions des OPP est faible et dans 100 % des cas, elles sont justifiées en raison d'un nombre insuffisant de ventes dans le cadre du système SPP. Ces dernières années, aucun acheteur n'a démissionné. Les démissions historiques d'acheteurs sont dues à des questions liées aux coûts directs/indirects de la certification : le lancement du programme Petits Producteurs a permis une participation simplifiée pour les entreprises à petite échelle.</li> </ul>				
2.3	Rapidité des processus de renouvellement des certificats et des enregistrements	75%	86%	15%	90%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le cycle de certification est passé de 1 à 3 ans récemment pour assurer une plus grande continuité en ce qui concerne les renouvellements annuels.</li> <li>De nombreuses améliorations ont été apportées au système d'administration et aux réglementations de la certification SPP.</li> </ul>				
2.4	Niveau de conformité des Organismes de Certification vis-à-vis des procédures, défini sur la base d'évaluations	75%	86%	15%	90%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les contrôles annuels et les séances de formation auprès des Organismes de Certification ont augmenté pour mieux faire respecter la réglementation SPP.</li> <li>Il y a eu une diminution drastique des anomalies détectées dans la gestion du système SPP par les Certificateurs Agréés SPP.</li> </ul>				
2.5	Simplification et optimisation de la transparence et de l'utilité des informations réglementaires et de certification grâce aux systèmes numériques.	60%	88%	47%	91%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Une grande partie des informations est déjà concentrée dans un PGI (progiciel de gestion intégré) adapté à SPP Global. Le système de normes sera bientôt disponible en ligne, ce qui facilite la mise à jour, la traduction et l'accès aux informations mises à jour (actuellement en phase de test)</li> </ul>				
2.6	Nombre de systèmes civils nationaux ou régionaux de reconnaissance externe des systèmes de certification du	2	7	250%	100%

# OS-i <sup>1</sup>	Description Objectif Stratégique / Indicateur <i>Remarques sur Résultats</i>	Ligne de Base	Résultat 2020/2021	Accroissement total	% de l'Objectif 2020
	commerce équitable qui reconnaissent le SPP comme un système de haute qualité				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Au fil des années, le SPP a été reconnu par des organisations dans plusieurs pays d'Europe, d'Amérique du Nord et d'Amérique du Sud (CEF, FWP, OXFAM, FFH, CECJ, CFTN). Le SPP est répertorié dans les guides comparatifs les plus importants pour les labels du commerce équitable et similaires.</li> </ul>				
2.7	Nombre de pays où l'accréditation officielle du gouvernement est obtenue : des pays ou régions où il y a une forte obligation ou un besoin de le faire (France, Équateur, Brésil, éventuellement d'autres)	1	7	700%	133%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bien qu'il n'y ait aucun système d'accréditation formel dans aucune région, il existe des pays où les agences gouvernementales ont reconnu le SPP comme une entité légitime de commerce équitable, tel est le cas en France, en Allemagne, en Équateur, au Mexique, au Brésil, en Espagne et au Guatemala.</li> </ul>				
2.8	Développement éventuel de critères et de surcoûts facultatifs pour la participation aux Programmes de Contributions Globales SPP (si nécessaire)	0%	0%	0%	100%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jusqu'à présent, il n'a pas été jugé convenable d'établir des critères ou des surcoûts formels pour mettre en avant la stratégie de communication et de promotion « Contributions Globales ». Il n'y avait pas d'objectif précis, car cela dépendait de décisions intermédiaires.</li> </ul>				
2.9	Examen complet du système de Certification, d'Enregistrement et d'Autorisation du SPP	0%	91%	240%	91%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>En 2018, une étude pour réviser le système de Certification SPP a été réalisée. De manière générale, les résultats ont été positifs. Le principal retour d'information reçu concernait la nécessité pour SPP Global de mener d'autres activités qui renforcent la participation des producteurs et des entreprises sur les marchés.</li> <li>À partir des décisions de la VIIe Assemblée Générale, un nouveau Chapitre Environnemental de la Norme Générale SPP a été élaboré pour être ratifié par la Xe Assemblée Générale. De cette façon, le SPP est présenté comme un label avec des normes élevées de production biologique-agroécologique. Selon l'accord de la VIIe Assemblée, dans une phase suivante, il sera analysé si le caractère obligatoire de la certification biologique sera maintenu.</li> </ul>				
<b>OS 3.</b>	<b>Reconnaissance des valeurs ajoutées du travail des OPP et de leurs contributions au monde</b>	<b>2016</b>	<b>ACTUEL</b>	<b>+ %</b>	<b>% OBJ</b>
3.1	Communication intégrale des travaux et des impacts de chacune des différentes OPP et des Acheteurs Finaux du SPP	30%	60%	100%	54%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les capacités de l'équipe SPP Global ont augmenté pour accorder une plus grande attention à la communication et à la promotion du travail des OPP et des acheteurs. D'une part, par la participation à divers salons et conférences et d'autre part par la présence sur les réseaux sociaux (FB, IG, TW, LinkedIn, page) en quatre langues (ES, EN, FR, DE).</li> </ul>				

# OS-i <sup>1</sup>	Description Objectif Stratégique / Indicateur <i>Remarques sur Résultats</i>	Ligne de Base	Résultat 2020/2021	Accroissement total	% de l'Objectif 2020
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ L'ajustement du positionnement commercial (provisoire) en septembre 2021, en cohérence avec le positionnement général approuvé en 2018, a permis de mieux différencier et actualiser l'image de SPP par rapport aux autres initiatives dans le milieu du commerce équitable, biologique et durable.</li> <li>▪ Le SPP a investi d'importants moyens humains et financiers au cours de la dernière année pour avancer dans le renouvellement de sa marque (Nom, Logo et supports), avec une forte participation du Conseil d'Administration, du CAP, d'un comité ad hoc de refonte, de la Direction Exécutive et de l'équipe Marketing et Développement des Marchés. Ceci afin d'avoir une nouvelle marque et de faciliter le positionnement du SPP dans les plus brefs délais. Les dialogues internes ont rendu le processus beaucoup plus lent que prévu.</li> <li>▪ SPP Global, basé sur la réforme financière de l'AG en 2018, a pu allouer des ressources aux différents Fonds de Promotion Régionaux et Nationaux. Actuellement, on dispose de près de 350 000 USD au total. La grande majorité de ces fonds sont encore disponibles, car dans plusieurs régions et pays la décision d'investir les fonds correspondants a été retardée, en partie à cause du retard dans le processus de développement de la nouvelle marque SPP (visant à éviter des investissements inefficaces en vue d'un changement de marque imminent).</li> <li>▪ En avril 2021, un nouvel accord a été signé avec SPP France après trois années de dialogue difficile sur les caractéristiques et les conditions de la collaboration entre SPP Global et SPP France. Cela permettra à la France de reprendre ses activités promotionnelles actives dans les prochains mois.</li> </ul>				
3.2	<p>Promotion de la valeur ajoutée et de l'impact local et global ('glocal') du travail des OPP du SPP à travers les programmes de «Contributions SPP» en tant qu'outil central pour la promotion éducative du travail des acteurs du SPP dans des domaines tels que 1) la participation des femmes et l'égalité des sexes; 2) l'atténuation du changement climatique; 3) haute qualité artisanale des produits; 4) frein à la migration; 5) Participation des jeunes; 6) Souveraineté Alimentaire</p>	25%	65%	160%	70%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La communication du SPP sur les différentes Contributions Globales a été promue avec succès, comme équivalents aux Objectifs de Développement Durables spécifiques du SPP, projetant les six axes transversaux au centre de la communication.</li> <li>▪ Le développement d'outils pour mesurer et soutenir les impacts spécifiques découlant des six axes est en attente.</li> </ul>				
3.3	<p>Communication en temps opportun des actualités et des informations concernant le SPP et les questions pertinentes aux différents acteurs par le biais de bulletins, du site Internet et des réseaux sociaux</p>	80%	90%	13%	97%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Les actualités ont été communiquées principalement via les réseaux sociaux. Certains sujets ont donné lieu à la tenue d'ateliers spécifiques, comme dans le cas des modifications apportées à la réglementation biologique de la Communauté Européenne.</li> <li>▪ Des campagnes ont été menées concernant l'impact des ouragans et du COVID dans plusieurs pays.</li> </ul>				

# OS-i <sup>1</sup>	Description Objectif Stratégique / Indicateur <i>Remarques sur Résultats</i>	Ligne de Base	Résultat 2020/2021	Accroissement total	% de l'Objectif 2020
3.4	Information et matériels de SPP Global et du système SPP disponibles et mis à jour (site internet, cours, etc.)	60%	80%	33%	82%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Des bulletins d'information sur les modifications apportées à la réglementation SPP ont été publiés périodiquement.</li> <li>Des progrès ont été réalisés concernant la création d'une présentation institutionnelle animée et de tutoriels thématiques spécifiques pour faciliter la communication sur le fonctionnement du système SPP et de ses éléments.</li> <li>Des cours périodiques ont été dispensés pour mettre les Organismes de Certification et les Producteurs à jour sur le système.</li> </ul>				
3.5	Positionnement international du SPP vis-à-vis des mouvements de commerce équitable, bio, du coopératisme, paysans et d'autres mouvements locaux et internationaux liés aux principes et valeurs SPP	50%	80%	60%	87%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Depuis quelques années, le SPP est de plus en plus reconnu par les différents mouvements. On a obtenu une large reconnaissance par des mouvements du Commerce Équitable et par le mouvement Biologique d'IFOAM International et d'IFOAM AL. SPP Global est constamment invité aux événements et représentations de ces deux instances pour parler au nom du secteur des petits producteurs.</li> <li>SPP est répertorié parmi les principaux labels du commerce équitable dans les différents guides internationaux du commerce équitable et des labels durables (CEF/FWP/FFH, Oxfam, CECJ, etc.)</li> <li>SPP a été invité dans des projets du mouvement coopératif, tel que CITIES. Le SPP a acquis une reconnaissance en tant que représentation authentique des petits producteurs biologiques depuis l'ajustement de sa définition / son positionnement en tant que réseau intercontinental d'organisations de petits producteurs en 2018.</li> <li>SPP a été invité à deux reprises au Sommet du Cacao et du Chocolat organisé par l'organisme international FCIA (Association de l'Industrie du Chocolat Fin) et a été présenté comme une alternative très significative dans le domaine du commerce bio et équitable</li> <li>SPP a rédigé deux articles pour le Manuel du Commerce Équitable édité à l'initiative du RCCE (Réseau Canadien du Commerce Équitable)</li> <li>De multiples entretiens ont été menés avec diverses universités et médias de différents pays sur différents continents.</li> <li>Avec diverses universités d'Amérique latine et d'Europe, il y a eu une relation de collaboration et l'exploration d'options de travail commun (Chapingo, Anáhuac, Tecnológico de Monterrey, Université de Piura, Université Polytechnique de Valence, etc.).</li> <li>L'Ajustement du Positionnement Commercial de SPP (slogans institutionnels) en septembre 2020 en tant que « La Fierté des Producteurs Paysans : Bio, Équitable &amp; Authentique » a contribué à une meilleure identification du SPP sur le marché et dans le milieu du commerce équitable et biologique.</li> <li>Une alliance stratégique a été établie avec le réseau français d'entreprises bio et équitables « Biopartenaire » basée sur la reconnaissance du SPP en tant que véritable réseau de petits</li> </ul>				



# OS-i <sup>1</sup>	Description Objectif Stratégique / Indicateur <i>Remarques sur Résultats</i>	Ligne de Base	Résultat 2020/2021	Accroissement total	% de l'Objectif 2020
	<p><i>producteurs équitables. L'accord avec Biopartenaire est le premier instrument pour éviter le phénomène de « voyage gratuit », qui est appliqué par différents labels de commerce équitable au moment où ils reconnaissent la certification SPP sans faire de contribution au SPP et sans s'engager à respecter les prix minimums SPP.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><i>En Afrique de l'Ouest, on s'est mis en relation avec plusieurs réseaux d'organisations de petits producteurs biologiques comme la CTOP et avec des réseaux nationaux de producteurs de Commerce Équitable.</i></li> </ul>				
3.6	Plaidoyer permanent de la part de SPP dans les pays d'origine et de destination auprès des gouvernements nationaux et des organisations multilatérales	10%	50%	400%	66%
	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>SPP Global a mené un travail de plaidoyer auprès d'une série d'organismes gouvernementaux dans différents pays (Allemagne, Brésil, Colombie, Espagne, France, Guatemala, Mexique) et d'organismes multilatéraux tels que la FAO et l'IICA. Dans le cas de la France, les démarches ont été entreprises par ou en coordination avec SPP France.</i></li> <li><i>Des alliances stratégiques et des collaborations spécifiques ont également été établies avec des organismes internationaux tels que l'IIED (Programme EPIC), Transparent Trade Coffee, Heifer International et différentes universités (États-Unis, Royaume-Uni, Espagne, France, Italie, Mexique, Pérou).</i></li> <li><i>SPP a tenu plusieurs réunions avec des représentants des programmes de la FAO visant à soutenir les producteurs en Équateur et en Amérique centrale.</i></li> <li><i>Dans le cadre du projet EQ2, diverses réunions ont été organisées avec des entités gouvernementales dans les pays d'Afrique de l'Ouest (Togo, Côte d'Ivoire, Burkina Faso)</i></li> <li><i>SPP a de nouveau eu en 2021 l'opportunité d'engager un dialogue direct avec la Commission Européenne à propos de la nouvelle réglementation biologique, tant au salon BIOFACH que lors du Congrès Mondial de la Bio organisé par IFOAM.</i></li> </ul>				
<b>OS 4.</b>	<b>Renforcer la pérennité des organisations de petits producteurs</b>	<b>2016</b>	<b>ACTUEL</b>	<b>+ %</b>	<b>% OBJ</b>
4.1	Concevoir et mettre en œuvre de manière participative les Termes de Référence pour la création d'un Espace de Soutien au Renforcement des Capacités chez SPP Global en collaboration avec les plateformes SPP locales	0%	40%	25%	25%
	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>On a répertorié les valeurs ajoutées possibles que le SPP peut et doit générer pour ses membres à travers différents services et actions.</i></li> <li><i>Les services recherchés par les organisations sont liés à ces domaines :</i></li> <li><i>Services de facilitation commerciale</i></li> <li><i>Facilitation des services d'assistance technique en matière productive, organisationnelle, administrative, financière, commerciale, etc.</i></li> <li><i>Formation technique et organisationnelle axée sur les Bonnes Pratiques de production, d'organisation, de gouvernance, de</i></li> </ul>				

# OS-i <sup>1</sup>	Description Objectif Stratégique / Indicateur <i>Remarques sur Résultats</i>	Ligne de Base	Résultat 2020/2021	Accroissement total	% de l'Objectif 2020
	<p><i>traçabilité, d'administration numérique, de promotion et de plaidoyer.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Le Conseil d'Administration de SPP Global a envisagé la conception d'un système de reconnaissance SPP Global pour mettre en avant la participation active de différentes organisations en ce qui concerne la conception et la mise en œuvre d'outils et de méthodologies, telles que le calcul des coûts et l'établissement de prix minimums SPP.</li> <li>D'autre part, la possibilité de transformer ce dispositif éventuel en « Espace Formation SPP » a été envisagée, pour promouvoir les différents processus d'éducation-formation en appui à la consolidation des capacités des Organisations de Petits Producteurs, dans un premier temps, mais éventuellement aussi à l'appui des entreprises associées qui ont des besoins liés au renforcement des affaires, en pensant en particulier au secteur des petites entreprises axées sur la durabilité.</li> <li>Il est prévu que cette proposition soit considérée pour faire partie du nouveau Plan Stratégique.</li> </ul>				
4.2	Mettre en place un système volontaire de suivi des capacités organisationnelles et commerciales des Organisations de Petits Producteurs du SPP	0%	40%	25%	25%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Compte tenu des ressources limitées, il n'a pas été possible de travailler au développement de ce système.</li> <li>La nécessité d'un tel système n'a pas encore été ratifiée.</li> <li>Cependant, la nécessité d'un système de formation et d'éducation a été largement soulignée et si elle est réalisée, la mise en place de paramètres pour mesurer les progrès sera une question à résoudre.</li> </ul>				
4.3	Augmenter le taux de capacités des organisations de petits producteurs participant au programme	0%	15%	15%	60%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'augmentation éventuelle de ce taux dépendra du développement et de l'application d'un système SPP qui permet de progresser à cet égard.</li> <li>La question du renforcement des capacités fait déjà partie de l'agenda de SPP Global et sera reprise dans le nouveau Plan Stratégique.</li> <li>La création récente d'une Donataria (« fondation ») gérée par SPP Global (Poder Pequeños Productores, AC) sera un outil important pour développer cette stratégie.</li> </ul>				
<b>OS 5.</b>	<b>Fonctionnement organisationnel interne participatif de SPP Global</b>	<b>2016</b>	<b>ACTUEL</b>	<b>+ %</b>	<b>% OBJ</b>
5.1	Évaluation, Suivi et Planification Participative	70%	85%	21%	96%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Des Assemblées Annuelles Participatives ont été organisées, dont les principales informations sont envoyées plusieurs semaines à l'avance, afin de permettre une participation optimisée. A chaque Assemblée Générale, on présente les progrès par rapport à ce qui est prévu dans le Plan Stratégique en cours de validité.</li> <li>Des décisions stratégiques, telles que l'approbation d'un logo ou le report de la date de l'Assemblée, ont été prises via des Assemblées Extraordinaires.</li> </ul>				

# OS-i <sup>1</sup>	Description Objectif Stratégique / Indicateur <i>Remarques sur Résultats</i>	Ligne de Base	Résultat 2020/2021	Accroissement total	% de l'Objectif 2020
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Des réunions régionales et nationales régulières ont eu lieu. La fréquence de ces réunions nationales et régionales est limitée en raison des limitations en termes de ressources et de complications liées à la pandémie.</li> <li>▪ Plusieurs des ajustements apportés au Plan Stratégique ont été le résultat de consultations périodiques auprès d'organisations de producteurs dans différents pays.</li> <li>▪ A différentes occasions, des forums d'échanges d'opinions ont été organisés (Glyphosate, Règlement Bio de la Communauté Européenne) pour échanger des informations et des opinions et établir des positions collectives face à des situations externes.</li> <li>▪ Des Ateliers de Planification Stratégique pour préparer le nouveau Plan Stratégique ont été organisés dans diverses régions.</li> <li>▪ Des Assemblées Nationales informatives et consultatives se sont tenues avec des Producteurs de divers pays.</li> </ul>				
5.2	Fonctionnement Institutionnel et Organisationnel International SPP Global	85%	90%	6%	95%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Les principales instances permanentes de SPP Global ont fonctionné régulièrement et avec un niveau de participation moyen élevé :               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Assemblée Générale (AG)</li> <li>○ Conseil d'Administration (CD)</li> <li>○ Comité des Normes et Procédures (CNP)</li> <li>○ Comité de Surveillance (CV)</li> <li>○ Comité de Soutien et de Promotion (CAP)</li> <li>○ Comité Ad hoc de Refonte de Marque (CAR)</li> </ul> </li> <li>▪ Les réunions se tiennent historiquement de façon dématérialisée, il n'y a donc pas eu d'impact négatif associé à la pandémie.</li> <li>▪ Les remplacements de membres en cas de perte de représentation se sont déroulés avec succès et sans heurts.</li> <li>▪ Certains postes abandonnés au cours de la dernière période (2018-2021) n'ont pas pu être à nouveau pourvus par manque d'intérêt :               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Acheteurs Finaux Europe (CD)</li> <li>○ Acheteurs Finaux pays producteurs (CD)</li> </ul> </li> <li>▪ Le poste d'observateur au sein du Comité des Normes et Procédures dans la catégorie organisations de consommateurs n'a pas pu être pourvu en raison des capacités insuffisantes de certaines organisations invitées.</li> <li>▪ Cependant, la participation aux activités de consultation (normes, planification) n'est pas encore au niveau souhaité, ce qui rend difficile la prise de décisions à la fin des processus d'élaboration de propositions et stratégies.</li> </ul>				
5.3.1.	Mise en place et Consolidation des Plateformes Nationales SPP	4	6	50%	60%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pendant plusieurs années, on a essayé d'établir des accords avec les Coordinations Nationales du Commerce Équitable liés à la CLAC et à FLO.</li> <li>▪ L'établissement de ces accords a été un processus lent et complexe en raison de l'existence d'un contexte de travail, de flux de ressources et d'un agenda établi au sein de ces</li> </ul>				

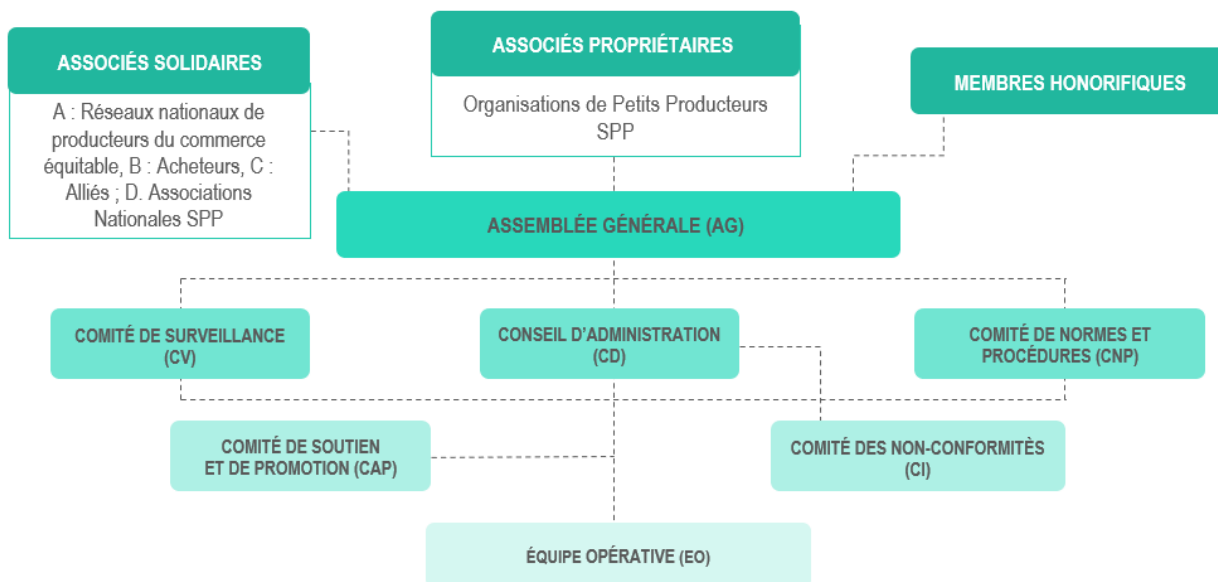
# OS-i <sup>1</sup>	Description Objectif Stratégique / Indicateur <i>Remarques sur Résultats</i>	Ligne de Base	Résultat 2020/2021	Accroissement total	% de l'Objectif 2020
	<p>réseaux qui ne permettaient pas de répondre aux besoins particuliers du SPP.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ L'intérêt institutionnel des Coordinations Nationales du Commerce Équitable pour soutenir le processus de consolidation du SPP a été minime ces dernières années.</li> <li>▪ La stratégie de mise en place d'« Assemblées Nationales d'OPP SPP » a été couronnée de succès et il a finalement été décidé, au cours des deux dernières années, d'établir des relations de travail directement entre SPP Global et ces instances de coordination nationale du commerce équitable liées à la CLAC. Ces Assemblées Nationales, avec la mise à disposition de certaines ressources issues du nouveau schéma financier de SPP Global, ont directement assumé la représentation du SPP dans leurs pays. Dans des pays comme le Mexique et le Pérou, le processus d'embauche d'un Promoteur National SPP commence.</li> </ul>				
5.3.2.	Création et consolidation de Plateformes Régionales SPP	N/A	1	N/A	N/A
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ En Afrique de l'Ouest, on a eu l'opportunité de former un réseau d'Organisations de Petits Producteurs SPP, ce qui pourrait aboutir à la formation d'Assemblées Nationales ou Régionales similaires à celles d'Amérique Latine, dans le cadre du réseau intercontinental de SPP. Grâce au financement du programme de coopération français EQUITÉ2, SPP Global promeut le SPP dans et depuis cette région d'Afrique. A partir de juin 2021, on dispose d'un coordinateur opérationnel de SPP Global au Togo pour coordonner ce projet et soutenir 5 OPP situées dans trois pays, avec la perspective d'une croissance considérable dans les années à venir.</li> </ul>				
5.4	Accords et alliances Financières, Techniques et Politiques Stratégiques.	1	4	300%	100%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Des alliances ont été établies avec différentes entités, telles que : <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Biopartenaire</b> (promotion des produits des OPP SPP ; principes et valeurs, etc.)</li> <li>- <b>IFOAM Amérique latine</b> (participation au Conseil d'Administration).</li> <li>- <b>IFOAM International</b> (représentation sectorielle des petits producteurs pour les questions liées à la certification de groupe)</li> <li>- <b>Université Chapingo, Mexique</b> (Service Civique, Stage Professionnels, études : Insigne « UNIVERSITÉ AMIE DES PETITS PRODUCTEURS »)</li> <li>- <b>Tecnológico de Monterrey, Mexique</b> (Réalisation d'études de diverses natures)</li> <li>- <b>Université Polytechnique de Valence, Espagne</b> (réalisation d'un mémoire de licence et de master)</li> <li>- <b>Université Anahuac, Mexique</b> (Diverses collaborations, Université Amie des Petits Producteurs, en cours)</li> </ul> </li> </ul>				
<b>OS 6.</b>	<b>Efficacité et efficience administratives, financières et juridiques de SPP Global et des plateformes SPP régionales.</b>	<b>2016</b>	<b>ACTUEL</b>	<b>+ %</b>	<b>% OBJ</b>
6,1	Administration adéquate et transparente des ressources	85%	100%	11%	100%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Procédures administratives reflétées dans les manuels.</li> <li>▪ Développement (propre) et interconnexion de différents modules du PGI (Système d'Administration Électronique) qui</li> </ul>				

# OS-i <sup>1</sup>	Description Objectif Stratégique / Indicateur <i>Remarques sur Résultats</i>	Ligne de Base	Résultat 2020/2021	Accroissement total	% de l'Objectif 2020
	<p><i>couvrent la comptabilité et l'encaissement et qui ont été reliés au module Certification.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Les états financiers ont été dûment audités par un auditeur expert reconnu, sans observations techniques.</i></li> </ul>				
6.2	<p>Capacité opérationnelle adéquate de l'équipe opérationnelle dans les différents domaines de travail prévus dans le Plan Stratégique</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Avec l'élargissement de l'équipe de travail et la mise en place de systèmes numériques, il a été possible de couvrir davantage nos besoins opérationnels.</i></li> <li>▪ <i>Tant la ponctualité que la qualité des rapports et des propositions stratégiques et méthodologiques (par exemple pour la définition des prix minimums SPP) ont augmenté.</i></li> <li>▪ <i>Pour favoriser des activités complémentaires aux activités de base (certification, administration et promotion), le développement davantage de capacités est nécessaire, notamment liées au renforcement des capacités des Organisations de Petits Producteurs.</i></li> <li>▪ <i>On vise également à générer davantage de capacités pour promouvoir :</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <i>Activités des plateformes nationales et régionales.</i></li> <li>○ <i>Incidence sur les politiques publiques.</i></li> <li>○ <i>Gestion et formulation de projets d'investissement.</i></li> </ul> </li> <li>▪ <i>L'expansion des capacités se construit à travers la création de points régionaux de soutien opérationnel SPP et à travers l'augmentation de nos revenus et des financements complémentaires (voir indicateur 6.5).</i></li> </ul>	60%	98%	15%	101%
6.3	<p>Couverture et mise à jour internationales des droits de la marque SPP</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Dans plusieurs pays, des progrès ont été accomplis dans le processus de régularisation des droits du logo SPP détenu par SPP Global.</i></li> <li>▪ <i>Le processus a été arrêté compte tenu de la nécessité de transition vers une nouvelle marque, suite aux objections contre la marque SPP par une grande entreprise européenne.</i></li> <li>▪ <i>Il est prévu de reprendre le processus d'enregistrement des marques à partir du moment où une nouvelle marque est définie, au cours du premier trimestre 2022.</i></li> </ul>	0%	0%	0%	0%
6.4	<p>Autofinancement et Viabilité Financière</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>100 % des activités principales de SPP Global (et de ses représentations régionales, telles que SPP France) ont été financées par le système financier de SPP Global pendant toute la durée du Plan Stratégique actuel.</i></li> <li>▪ <i>Tout au long des années 2020 et 2021, des progrès ont été accomplis pour la création de Fonds de Promotion SPP Nationaux et Régionaux grâce à un système d'étiquetage des revenus. Les fonds sont actuellement disponibles pour commencer leur exécution (voir ci-après).</i></li> <li>▪ <i>Sur la période 2017-2019, on a reçu un soutien financier pour l'embauche d'un représentant opérationnel SPP en Équateur, accordé par la coopération française (GIZ) à travers un projet géré par Ethiquable.</i></li> </ul>	90%	100%	10%	105%

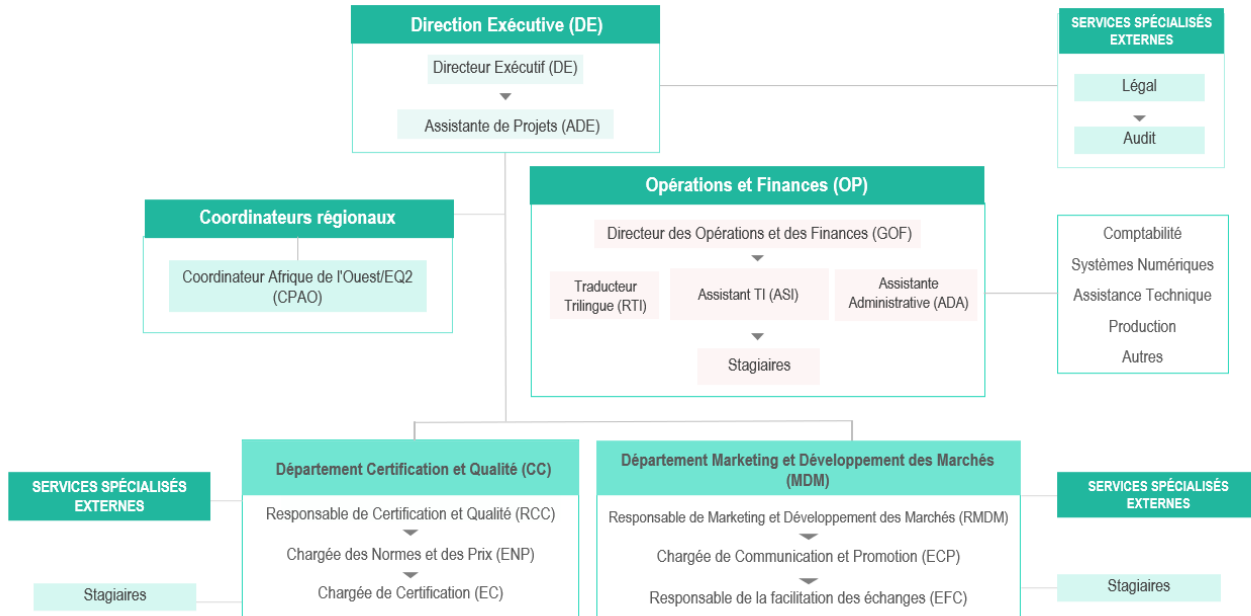
# OS-i <sup>1</sup>	Description Objectif Stratégique / Indicateur <i>Remarques sur Résultats</i>	Ligne de Base	Résultat 2020/2021	Accroissement total	% de l'Objectif 2020
	<ul style="list-style-type: none"> <li>En 2021, un soutien financier nous a été accordé par la coopération française (AFD, FFEM), à travers le Programme ÉQUITÉ2 de Commerce Équitable France (CEF) en collaboration avec AVSF, pour établir un point d'appui pour SPP Global en Afrique de l'Ouest. SPP Global finance une partie du projet avec notre propre Fonds de Promotion pour l'Afrique.</li> <li>Afin d'avoir plus d'options pour l'obtention de fonds complémentaires, notamment pour augmenter les actions de Renforcement des OPP, la constitution de la fondation « Pouvoir des Petits Producteurs » a commencé. Celle-ci pourra émettre des reçus fiscalement déductibles à l'international, ce qui permettra l'accès à des fonds du secteur privé. Cette fondation est à 100% sous le contrôle de SPP Global.</li> </ul>				

### 3 STRUCTURE ACTUELLE SPP GLOBAL

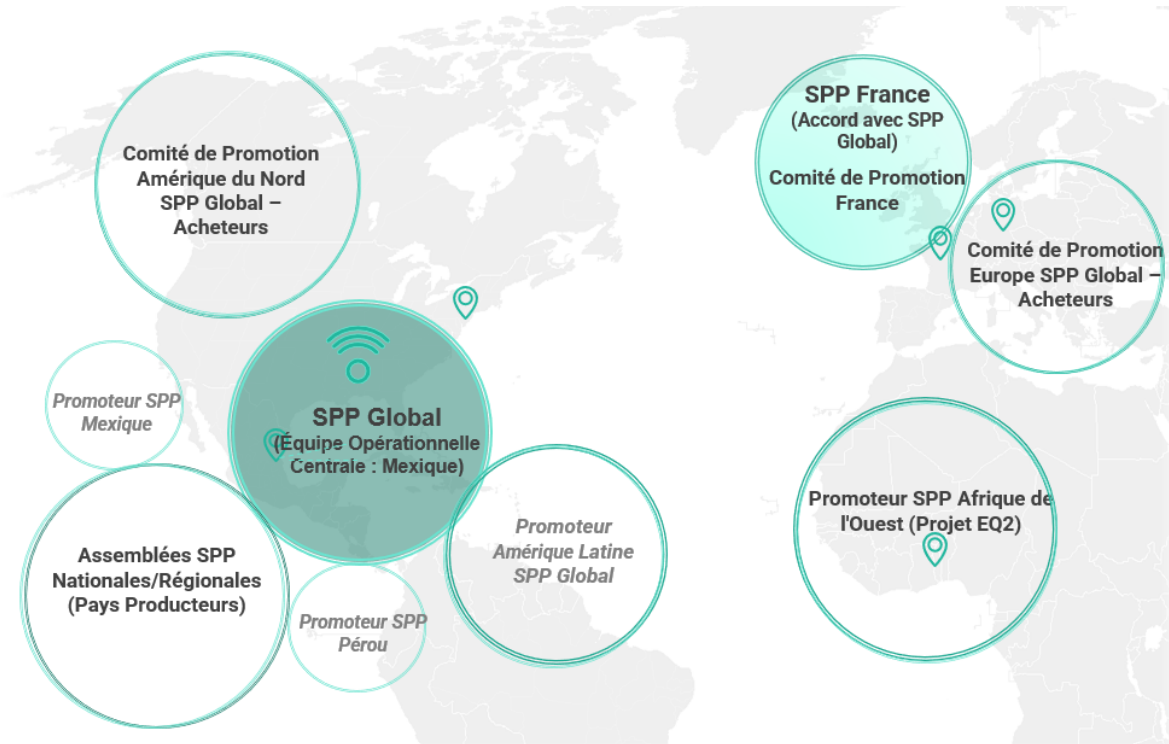
#### 3.1 Structure Générale SPP Global



### 3.2 Structure Opérationnelle SPP Global



### 3.3 Structure Internationale SPP



## 4 QUESTIONS STRATÉGIQUES

- Vous trouverez ci-dessous plusieurs questions stratégiques qui se sont posées lors de l'exécution du Plan Stratégique actuel et qui n'ont pas été cristallisées dans des accords ou des stratégies spécifiques, elles devront donc être prises en compte pour le nouveau Plan Stratégique.
- Dans le guide des Ateliers de Planification Stratégique 2021, ces questions stratégiques ont été détaillées afin de mieux les comprendre et les analyser. Nous ne présentons ici qu'un résumé.

### Question Stratégique

#### 1. Renforcement de la méthodologie de détermination des coûts et de fixation des prix SPP.

- Consolidation de la méthodologie SPP pour le calcul des coûts de production et la fixation des prix (minimums SPP) basée sur la mission SPP de valoriser adéquatement le travail des familles de petits producteurs et de leurs organisations, tout en permettant un revenu durable.
- La méthodologie devra être élargie en y ajoutant la mesure des impacts positifs (« externalités ») du travail de nos Associés.
- Amélioration continue des outils de collecte participative et de traitement collectif des données, au profit de ladite méthodologie et en même temps, au service de la bonne gestion au sein de chaque Organisation de Petits Producteurs.

#### 2. Analyse du modèle de Certification SPP

- Poursuivre l'analyse de l'efficacité, de la qualité et de la relation coût-bénéfice du modèle de certification SPP, qui est basée sur la certification tierce partie par des certificateurs indépendants (principalement biologiques).
- SPP a dû développer récemment des meilleurs processus d'Éligibilité pré-certification afin de combler les défaillances des certificateurs, ce qui ajoute à l'importance de cette analyse. Le flux financier le plus important des transactions SPP effectuées par les OPP n'est pas touché par SPP Global, mais par les certificateurs.
- Initialement, la certification SPP était liée aux services des certificateurs biologiques afin de générer une économie d'échelle. Sur les 10 organismes de certification agréés SPP, un seul n'est pas un certificateur biologique. Dans la pratique, la coordination entre la certification biologique et celle de SPP n'est pas toujours assurée. Il faudrait donc évaluer dans quelle mesure cet objectif est atteint et quelles seraient les alternatives.
- Dans le cas où il serait autorisé à l'avenir de se conformer à la norme SPP sans qu'une certification biologique soit nécessaire, il serait nécessaire de revoir la manière dont les (nouveaux) critères environnementaux seraient certifiés.

#### 3. Incorporation des Petits Producteurs du Nord.



- Dans le cadre de la VIIIe Assemblée Générale, tenue à Piura, au Pérou, il y a eu un vote unanime en faveur d'explorer le processus possible d'ouverture du SPP à l'égard des organisations de petits producteurs du Nord.
- En collaboration avec Commerce Équitable France (CEF), SPP Global a organisé des discussions et des dialogues avec des organisations de petits producteurs en France (Lima, Pérou et Paris, France, fin 2019).
- Entre-temps, le marché du « commerce équitable local » a considérablement augmenté en termes d'importance et de préférence parmi les consommateurs dans des pays comme la France, l'Allemagne, le Canada et les États-Unis.
- En France, les partenaires commerciaux SPP ont lancé en 2020 un label de commerce équitable pour les petits producteurs français.
- Il est jugé nécessaire de continuer à explorer cette option et son évaluation des avantages et des inconvénients en termes d'impacts commerciaux, financiers et politiques et par rapport à la gouvernance de SPP Global.

#### **4. Peaufiner la stratégie de communication des impacts des « Contributions Globales »**

- Dans le Plan Stratégique 2016-2020, la promotion du programme « Contributions Globales » a été inscrite comme l'une des stratégies centrales du SPP, basée sur 6 axes thématiques qui sont de l'intérêt des communautés de producteurs et de consommateurs (Changement climatique, Femmes, Jeunes, Économies locales, Qualité artisanale, Autonomie Alimentaire).
- La stratégie a été appliquée avec succès au niveau de la **visibilité** des avantages universels du travail des OPP et des alliés commerciaux de SPP et, en ce sens, elle a contribué à la différenciation du SPP.
- Cependant, l'utilisation de cette stratégie de Contributions Globales comme moteur de **projets**, n'a été repris que par certains acheteurs et ne dispose pas de mécanismes financiers propres. C'est pourquoi cette partie de la stratégie n'a pas eu de continuité.
- Par conséquent, il est jugé important de maintenir la stratégie des Contributions Globales SPP au niveau de **la communication**, en tant qu'outil essentiel pour **rendre visible l'impact réel** du travail des OPP au profit d'un monde meilleur pour tous (producteurs et consommateurs), étant à la base des arguments de vente pour la différenciation du SPP.
- Dans le nouveau plan stratégique, il faudra renforcer les mécanismes pour **mesurer et montrer ces impacts de manière convaincante**, à travers des données spécifiques.

#### **5. Révision stratégique de la situation du certificat SPP par rapport à d'autres labels de certification de Commerce Équitable**

- Une augmentation de la reconnaissance et de l'utilisation du SPP comme label de certification par les systèmes de certification et de reconnaissance du commerce équitable a été détectée.
- Les labels du commerce équitable tels que WFTO et FFL reconnaissent dans leurs normes le certificat SPP des organisations de petits producteurs comme étant suffisant pour qu'un

acheteur utilise leur label. Ces normes n'établissent pas la nécessité pour l'entreprise qui acquiert ces produits d'avoir une relation directe avec SPP. Il n'exige pas non plus le respect des prix minimums SPP.

- Diverses OPP nous ont dit qu'elles cherchent la certification SPP parce que des entreprises telles que SOLIDARMONDE (France) et GEPA (Allemagne), tous deux utilisateurs du label WFTO, en viennent non seulement à accepter, mais aussi à promouvoir la certification SPP auprès de leurs OPP-fournisseurs.
- Ces labels (ou entreprises) n'ont aucun accord avec SPP Global concernant la gestion de la certification SPP par ces entités. Ces types d'utilisations d'une certification sont considérés comme « des passagers clandestins » au milieu de la certification.
- Pour les organisations de producteurs, cela peut présenter des avantages - elles élargissent leurs options de marché sans avoir besoin de se recertifier - mais cela ne garantit en aucune façon que ce type d'acheteurs respecteront les prix minimums SPP.
- Ce type d'utilisation ne génère pas de bénéfices pour le système SPP et réduit plutôt la possibilité de rendre visible sa participation au marché et l'impact de son travail. Et, au contraire, elle génère une demande de certification qui ne se traduit pas par l'utilisation du SPP sur le marché, en plus de perturber le schéma de travail normal de SPP qui vise à intégrer toute la chaîne de marché sous SPP.
- L'initiative BIOPARTENAIRE, qui possède son propre label bio et équitable, a néanmoins pris la décision de reconnaître la certification SPP à travers un accord avec SPP Global, établissant des engagements à l'égard des prix minimums et engageant des ressources économiques dans le système SPP.
- Il est jugé nécessaire d'envisager la conclusion d'accords similaires avec d'autres labels, à la fois de Commerce Équitable International et avec des labels locaux de commerce équitable qui visent à incorporer des ingrédients SPP.

## **6. Création d'un système éducatif SPP basé sur l'échange, la systématisation et la formation.**

- On a détecté la nécessité d'un système participatif formel d'échange, de formation et d'éducation qui à la fois favorise le processus de formation des cadres et des producteurs des organisations SPP, ainsi qu'un sentiment d'appartenance au SPP en tant que famille de petits producteurs et alliés où il y a la possibilité de partager les connaissances accumulées d'un grand nombre d'organisations de différents pays et régions. En parallèle, on cherchera à avoir accès à des outils et des connaissances technologiques innovants, adaptés aux réalités des OPP.
- Les thématiques pour cet espace d'éducation et de formation SPP qui ont été détectées jusqu'à présent sont :
  - Production biologique et agroécologique de haute qualité et meilleures performances
  - Respect des réglementations bio et sanitaires.

- Analyse politico-historique des processus des organisations coopératives de petits producteurs et de leur rôle dans l'économie mondiale.
- Administration et gestion de l'information numérique
- Bonne gouvernance coopérative et bonnes pratiques organisationnelles
- Systèmes de contrôle interne et de traçabilité des produits
- Gestion financière et gestion des risques
- Développement industriel et valeur ajoutée
- Commercialisation nationale et internationale
- Marketing et communication
- Incidence sur les politiques publiques
- Approvisionnement durable du secteur public
- Obtention de fonds

#### **7. Autres services stratégiques à développer par SPP Global au profit des producteurs et acheteurs, en dehors du système de certification.**

- Il a été détecté qu'une partie importante des organisations de producteurs et des entreprises affiliées demandent à SPP Global d'offrir non seulement le service de certification et de promotion du label SPP, mais aussi de développer des capacités pour offrir une série de services complémentaires pour le renforcement économique et commercial des organisations de petits producteurs et leurs affiliés, à la fois individuellement et collectivement.
- Ces services stratégiques, qui doivent également s'autofinancer, seront davantage disponibles dans les sphères individuelles et collectives, entre autres :
  - Services de facilitation commerciale particulière.
  - Développement de projets productifs, industriels ou commerciaux par région ou par produit.
  - Conseil productif, financier, administratif, organisationnel/d'entreprise, commercial, marketing, etc.
  - Mise en place de Systèmes de Contrôle Interne et de Gestion des Processus (PGI) numériques.
  - Réalisation d'études de faisabilité et de marché.