

# Demain la Terre :

## Dix ans de certification autour du développement durable

L'association Demain la Terre a célébré en fin d'année les dix ans de la création de son label. L'occasion de faire le point avec Marc De Nale, directeur général.



**L**'histoire a commencé il y a seize ans. Cinq producteurs décident de se rassembler afin de créer un groupe d'échanges et de partage autour des questions de développement durable. L'association Demain la Terre était née. Objectif : promouvoir une agriculture plus vertueuse et plus responsable. Depuis, vingt-et-une entreprises ont adhéré à l'association, rassemblant ainsi quatre-cents producteurs en France et à l'étranger. Et le but reste le même pour Marc De Nale en 2021 : « *Il s'agit de concilier les objectifs sociaux, environnementaux et économiques.* »

C'est d'ailleurs dans ce cadre que l'association Demain la Terre a publié en novembre 2010 son référentiel et créé ainsi son propre label. En 2020, ce sont 250 000 tonnes de produits qui ont été labellisés Demain la Terre. « *Il y a tout un processus de certification via un organisme, avec soixante-dix critères. On rencontre le producteur, on échange avec lui, on réalise un diagnostic... On va ainsi d'abord mesurer l'état de l'entreprise et son engagement. Ensuite, avec le producteur, on fixe des objectifs. Et une fois, la certification obtenue, un organisme tierce partie assure un contrôle tous les ans.* » Pour le directeur de Demain la Terre, pas

### Afficher une certaine sécurité auprès des clients et anticiper les questions sociétales.

besoin donc d'être incollable sur le développement durable pour prendre un premier contact avec l'association. « *On accueille toutes les entreprises, même celles qui n'ont pas forcément travaillé sur le dossier à fond mais qui ont quand même mis des petites choses en place. On est justement là pour accompagner ces démarches.* »

#### Les trois piliers de Demain la Terre

La charte Demain la Terre permet d'accompagner également, et précise les critères qui reposent sur trois grands piliers. Le premier volet, celui sur l'environnement, va regrouper des critères comme la gestion de l'eau, la protection des sols, les emballages, la baisse des gaz à effet de serre ou l'utilisation des produits phytosanitaires. Le second volet est celui du social, qui va certifier le bien-être au travail, l'accès à la formation pour les employés, le confort, la sécurité, l'insertion professionnelle, et celui du sociétal



autour de la santé du consommateur, de l'insertion dans le tissu local. Enfin, le troisième pilier de la charte repose sur l'économie, à travers les achats, la relation client, le travail avec les entreprises locales.

Un engagement autour de cette charte et de l'association qui a, jusqu'à présent, trouvé un écho particulier dans le Nord-Ouest de la France, plus précisément dans les Hauts-de-France et la Vallée de la Loire. Mais Demain la Terre n'entend pas en rester là. « *On est ouvert à fond à d'autres entreprises, dans toutes les régions !* » assure Marc De Nale. « *La crise autour de la Covid-19 n'a pas mis un coup d'arrêt ; on a d'ailleurs encore cinq entreprises qui sont en cours d'adhésion.* »

#### Aller plus loin

Le développement de l'association Demain la Terre se fera également à l'international puisque certaines des entreprises adhérentes ont des filiales à l'étranger, « *avec le même référentiel qu'en France, et un engagement réel* » précise Marc De Nale. « *Et il y a deux ans, une coopérative de producteurs suisses nous a contactés car elle cherchait à se développer et à avoir un cadre. Or, la Suisse est très réputée pour ses exigences environnementales. On a donc pris ça avec beaucoup d'humilité mais aussi beaucoup d'enthousiasme !* »

Des entreprises qui peuvent voir dans l'association plusieurs opportunités. « *Les producteurs qui nous contactent cherchent à faire partie d'un groupe pour avoir un échange entre entreprises, ils cherchent une émulation collective. Mais ils espèrent aussi afficher une certaine sécurité auprès de leurs clients et à anticiper les questions sociétales, les besoins des consommateurs, qui sont de plus en plus forts.* »