



Le commerce équitable : le développement en dépit du marché ou via le marché ?

By/Par | **Delphine Pouchain**
IEP de Lille
CLERSE CNRS (UMR 8019)

ABSTRACT

We would like in this article to investigate the ambivalent relations between fair trade and market. Is the objective of development advanced by fair trade compromised or facilitated through the use of market exchanges? Fair trade activists seem very critical towards the market logic, as the market is often seen as a place where strong people exploit weak people. At the same time, for fair trade, market exchanges are the best way to escape from poverty, assistance, and finally reach development. In fact, fair trade allows us to rediscover different forms of market.

Keywords: Fair trade – Market – Just Price - Consumer

RÉSUMÉ

On se propose dans cet article d'explorer les relations ambivalentes qu'entretient le commerce équitable avec le marché. L'objectif de développement mis en avant par le commerce équitable est-il compromis ou favorisé par le recours aux échanges marchands ? Les militants du commerce équitable semblent très critiques envers la logique marchande, le marché étant souvent présenté comme un lieu d'exploitation des faibles par les forts. En même temps, le principe même du commerce équitable fait de l'échange marchand le moyen privilégié pour sortir de la pauvreté, de l'assistance, et accéder au développement. En fait, le commerce équitable nous permet de redécouvrir différentes formes de marché.

Mots clés : Commerce équitable - Marché - Prix juste - Consommateur

JEL Classification: A112, B110, O110

Éthique et Économie/Ethics and Economics, 8 (2), 2011
<http://ethique-economique.net/>

INTRODUCTION

Le commerce équitable repose sur des échanges marchands entre pays du Sud et pays du Nord, qui ont pour objectif l'amélioration des conditions de vie des producteurs les plus pauvres, en se basant sur le paiement d'un prix juste. La nature marchande du commerce équitable, tout comme son déploiement en faveur des producteurs les plus pauvres, sont très largement acceptés et revendiqués aujourd'hui. Le juste prix est l'élément central de la philosophie du commerce équitable. Selon la définition officielle du commerce équitable¹, l'objectif recherché est une « plus grande équité dans le commerce mondial », et cette dernière passe par l'établissement d'un prix plancher, considéré comme devant être un prix jugé « juste ». L'on peut repérer dans les discours concernant le commerce équitable (ou qui en sont issus) trois principales définitions du prix juste, définitions qui ont jalonné l'histoire de la pensée économique. On y trouve tout d'abord l'idée selon laquelle le prix juste n'est pas totalement indépendant du prix de marché. Le prix juste est un prix qui doit pouvoir être concurrentiel. La qualité du produit, le prix mondial, jouent un rôle certain dans l'établissement du prix juste : « Le commerce équitable intervient sur le marché et il en accepte les règles : le prix d'un produit est fixé en fonction de certains facteurs tels que l'efficacité, la concurrence et la qualité du produit. »². Ensuite, le temps de travail est aussi une donnée importante. Le « petit producteur » doit pouvoir vivre dignement de son travail, et son travail doit donc lui être payé à sa juste valeur. Le commerce équitable renoue donc en partie avec la théorie de la valeur-travail, qu'il réactualise. Enfin intervient également une dimension aristotélicienne liée aux besoins du producteur : ce dernier doit pouvoir satisfaire ses besoins essentiels et vivre dignement.

Ce prix se voulant juste entretient des relations ambivalentes avec le prix de marché. En effet, le juste prix se définit régulièrement contre le prix de marché, mais sans pouvoir en être complètement déconnecté. C'est un prix à la fois contre le prix de

¹ Définition proposée par l'organisation FINE (Organisation dont l'acronyme renvoie aux quatre fédérations qui la composent : FLO - Fairtrade Labelling Organisations -, l'IFAT - International Federation for Alternative Trade -, NEW - Network of European WorldShops -, l'EFTA - European Fair Trade Association.) en 2001 : « Le Commerce Equitable 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 », <<http://www.commerceequitable.org/111/>>, consulté le 20/07/2010.

² Roozen, Van der Hoff, 2002 (2001), p. 239.

marché, mais en même temps pas totalement sans lien avec ce dernier. Pour les acteurs du commerce équitable, le prix juste est forcément différent et supérieur au prix de marché. Les militants du commerce équitable opposent en effet explicitement prix de marché et prix juste. En même temps, le commerce équitable s'inscrit de plus en plus dans la logique marchande, et ne peut proposer des prix trop éloignés des prix conventionnels. Le prix du commerce équitable doit pouvoir être comparé au prix du marché. Un prix juste devrait donc tout d'abord permettre au producteur de vivre dignement, donc il peut éventuellement devoir s'écarter du prix de marché. Il doit néanmoins être basé sur les standards du marché, respecter les critères du marché et correspondre à la qualité du produit, puisque le commerce équitable s'inscrit fortement contre la charité, et le prix juste doit aussi satisfaire le consommateur. Les modalités de fixation du prix juste constituent donc de ce point de vue un enjeu crucial pour le commerce équitable.

Ces tensions entourant l'établissement du prix juste, les interrogations qu'il soulève, témoignent plus largement de l'ambiguïté des relations entre commerce équitable et marché. Cette problématique du prix juste est en effet emblématique de la complexité des liens qui unissent commerce équitable et marché. Si les acteurs du commerce équitable ont souvent des *a priori* très négatifs à l'encontre du marché, le commerce équitable ne peut pourtant se situer hors de la logique marchande. L'objectif de développement que poursuit le commerce équitable passe par une inscription dans le marché.

Ce positionnement dans la logique marchande d'un commerce se voulant équitable nous invite parallèlement à réexaminer la figure du marché. Le marché est-il intrinsèquement le lieu où s'exerce la loi du plus fort ? Les échanges marchands sont-ils condamnés à être par essence inéquitables ? Ou, *a contrario*, quelles seraient les conditions permettant au marché de devenir le lieu d'un échange équitable ? Nous défendrons ici la thèse selon laquelle le marché peut être le moyen d'échanger de façon équitable, mais cela suppose de revoir notre conception du marché. Pour le dire autrement, toutes les formes d'échanges marchands ne correspondent pas au fonctionnement du marché walrasien.

Ainsi, dans une première partie, nous verrons que le commerce équitable se présente comme un ensemble d'« échanges marchands contre le marché », pour reprendre l'expression de Ronan Le Velly [2004]. Les acteurs du commerce équitable font leur la conception d'un marché dit « illimité »³. Les solutions proposées pour rendre l'échange équitable prennent alors la forme d'un nécessaire réencastrement de ce marché afin de juguler ses visées expansionnistes. Il faudrait lutter contre l'opacité et l'aliénation qu'entraînerait intrinsèquement le marché.

Cette conception est cependant à relativiser, voire à inverser comme nous le proposerons dans une deuxième partie. En effet, le marché est aussi perçu comme un

³ Zelizer, 1992.

moyen de se développer : « Trade, not aid », c'est bien ce que revendiquaient les paysans du Chiapas soucieux de vendre leur café à un prix juste. Le marché est une alternative à l'aide au développement qui permet aux producteurs de retrouver autonomie et dignité, en vivant des fruits de leur travail et non de la charité. Le marché devient alors à la fois vecteur de croissance et de justice sociale. Le fondement du commerce équitable est bien le principe selon lequel l'échange marchand est propice au développement.

La plupart des travaux consacrés au commerce équitable mettent en avant son extrême hétérogénéité. Il ne s'agit pas pour terminer de revenir sur cette idée d'un commerce équitable multiforme, mais plutôt de rappeler que les conceptions du marché sont elles aussi diverses. Le marché walrasien basé sur la concurrence pure et parfaite n'épuise pas toutes les significations du marché. Si le marché peut être le vecteur d'un commerce davantage équitable, c'est parce que le marché peut aussi prendre la forme du « marché-rencontre », conception que l'on retrouve en filigranes dans les travaux d'Aristote. Justice et développement peuvent alors passer par le marché, mais par un marché fonctionnant différemment.

1. DERRIÈRE LE COMMERCE ÉQUITABLE, LA CRAINTE DU « MARCHÉ ILLIMITÉ »

La principale tension intrinsèque au commerce équitable s'est articulée pendant longtemps autour de la question de son positionnement vis-à-vis de la logique marchande. Comme le dit Lemay, « [...] au-delà des exposés sur l'origine ou les conflits entre filières, un des sujets importants d'analyse de la filière certifiée, et du commerce équitable plus généralement, est la question de l'inscription dans les marchés [...] »⁴.

Les militants et les théoriciens du commerce équitable ont souvent *a priori* une vision très négative du marché, vision qui se rapproche selon nous de ce que Zelizer [1992] appelle la théorie du « marché illimité ». Le modèle du marché illimité renvoie à une critique idéologique du pouvoir de marché qui insiste sur ses effets nocifs au plan social, culturel et moral. Zelizer définit ainsi les cinq prémisses de cette conception du marché : « 1. Acceptation de la prédominance du marché dans la société moderne. 2. Dichotomisation entre le marché conçu comme rapport d'argent, indépendant de toute valeur, et les valeurs non matérielles, sacrées, sociales et personnelles. 3. Conception du marché comme une force expansionniste et

⁴ Lemay, 2007, p. 45.

destructrice qui, en pénétrant tous les domaines de la vie, rend dangereusement précaire la dichotomie marché/non marché. Une fois l'échange de marché installé, l'intérêt personnel envahit et commande tous les liens sociaux. 4. L'intrusion du marché dans les domaines personnel, social et moral de la vie conduit à leur dégradation ou à leur dissolution. 5. La « protection » des valeurs non économiques n'est possible que par un processus d'« isolement » (insulation). »⁵. Le Velly résume ainsi cette conception du marché, qui rappelle les propos de Zelizer : « Tout d'abord, le monde du marché est perçu dans nos sociétés comme un lieu où domine un comportement individuel, intéressé et calculateur. La formule « les affaires sont les affaires » résume bien cette idée que, dans les activités marchandes, il n'est pas question d'autres motifs que la poursuite raisonnée de son intérêt personnel. Ensuite, le marché est associé à un mécanisme de régulation objectif et impersonnel. La « loi du marché » traite les offres et les demandes en ne tenant compte que des choses et des prix, aucunement des personnes et des valeurs. »⁶.

On peut observer aisément que beaucoup d'acteurs du commerce équitable ont effectivement une vision du marché qui se rapproche largement de cette conception. Il suffit de se pencher sur la façon dont le marché est considéré par certains acteurs, parmi les plus influents du commerce équitable, qui considèrent que le marché « s'approprie de plus en plus de domaines de la vie sociale. Il tente à [sic] *commercialiser les rapports humains*. Faisant figure d'*autorité absolue*, le marché libre *ne supporte pas de critiques* d'ordre moral. Les lois du marché sont *toutes-puissantes*, elles ne supportent pas de se voir imposer des mesures sociales limitant leurs méfaits »⁷. Le marché ne pourrait être critiqué, encadré, ou circonscrit : cette citation renvoie exactement à la troisième caractéristique citée plus haut de la théorie du marché illimité, le marché s'apparentant bien chez ces auteurs à une « force expansionniste et destructrice ». Cette citation est une parfaite illustration de ce que serait un « marché illimité ». On retrouve la même idée développée par les militants du commerce équitable, comme le rapporte Le Velly [2004] dans quelques comptes-rendus d'entretien : le marché est assimilé à un TGV, un ouragan, bref, à une force à laquelle il est très difficile voire impossible de s'opposer⁸.

⁵ Zelizer, 1992, p. 4.

⁶ Le Velly, 2008, p. 60.

⁷ Roozen, Van der Hoff, 2002 (2001), p. 259, souligné par nous.

⁸ Par exemple, dans la bouche de bénévoles d'Artisans du Monde : « Donc, c'est comme ramer à contre-courant en permanence. Et, en sachant que le courant peut vous emporter dès que vous arrêtez de ramer. C'est ça mon impression. (...) », « Alors, c'est un combat perdu contre... les avancées... les avancées technologiques aussi parce que, actuellement, tu ne vois plus personne... Moi ça me fait de la peine que le monde aille comme ça. Mais vouloir s'y opposer c'est comme arrêter un TGV en tendant la main comme ça. », « Si tu devais résumer un peu ce qu'est le commerce équitable, on l'a déjà un peu fait mais... C'est une tentative d'aller à contre courant dans le domaine le plus important qui est l'économie. C'est vraiment une tentative de faire quelques pas dans ce... dans cet ouragan. Aahhh... [dégoût]. Cet ouragan de... de rapaces [petit rire]. Oui, c'est ça... » [Le Velly, 2004, pp. 268-269]. Comme se le demande aussi Caillé de façon voisine, « Devons-nous penser cette toute-

Dans certains discours issus du commerce équitable on trouve aussi des expressions qui sont parfois assez proches de l'idée d'une aliénation par le marché, dans le sens d'un processus de dépossession. Il arrive que Karl Marx soit explicitement cité : « Il faut revendiquer le rôle que nous avons à jouer en tant qu'individus, refuser d'être traités comme de simples marchandises soumises à la loi du marché. Karl Marx le disait déjà dans le second tome du *Capital* : le marché marchandise tout, y compris le sujet. Telle fut sa grande critique, humaniste, d'un système dans lequel, en contrôlant les lois, l'homme pouvait exploiter l'homme. Cette critique n'a rien perdu de sa valeur. Pis, de nos jours, la situation s'est aggravée. »⁹. L'échange marchand serait donc par nature aliénant. En l'absence de commerce équitable, les producteurs « étaient au bout de la chaîne, produisant quelque chose qu'ils ne consommaient pas eux-mêmes, pour des clients qu'ils ne connaissaient pas, à travers des mécanismes qu'ils ignoraient. »¹⁰. L'idée d'une aliénation transparait bien également derrière cette citation : le producteur est séparé du produit, du processus de production, du client. Il devient étranger à son propre travail. Van der Hoff, de façon proche, déplore que l'être humain « [...] transforme sa personne en objet de production. »¹¹. La notion d'aliénation est donc bien fortement présente en filigrane lorsque Van der Hoff écrit « Les personnes deviennent des marchandises qui n'ont de valeur que dans la mesure où elles sont au service du capital et de son accroissement. »¹². Même si l'expression d'aliénation en elle-même n'apparaît généralement pas, sont souvent utilisées aussi des expressions à la signification proche, comme en témoigne le terme d'« opacité¹³ ». Dans le commerce conventionnel, tant le producteur que le consommateur sont concernés par ce risque. Tous deux sont laissés dans l'ignorance quant au déroulement du processus de production, et la Charte du commerce équitable met également l'accent sur cet aspect : « [...] l'organisation actuelle du commerce se fait souvent à l'insu du producteur et du consommateur : le producteur ne connaît pas la destination de son produit, le consommateur en ignore la provenance réelle [...] »¹⁴. Cette ignorance des conditions de travail et de vie des « petits producteurs » est très souvent mise en avant. Il paraît évident aux acteurs du commerce équitable qu'en l'absence de cette opacité, les consommateurs payeraient volontiers un prix plus élevé. On peut enfin penser aux travaux de Cary [2004] qui

puissance de l'économie comme une loi de la nature, comme un phénomène ou un cataclysme naturels, au même titre que les cyclones, les ouragans, la désertification ou la montée du niveau des océans ? » [2005, p. 8].

⁹ Van der Hoff, 2005, p. 136.

¹⁰ Blanc et al., 2006, p. 53.

¹¹ Van der Hoff, 2005, p. 29.

¹² Van der Hoff, 2005, p. 137.

¹³ Comme par exemple dans Johnson : le commerce équitable « [...] combat l'opacité que le système dominant s'efforce de créer autour de l'origine et du contenu social ou environnemental des produits échangés sur le marché [...] » [2003, p. 102].

¹⁴ <http://www.commerceequitable.org/fileadmin/user_upload/gene/Charte2008.pdf>

Consulté le 18/06/2010. La citation est reprise à l'identique dans la nouvelle charte de 2008.

voit avant tout dans le commerce équitable l'occasion pour les acteurs économiques d'une « réappropriation » des enjeux économiques, qui à l'inverse leur échapperaient totalement dans le fonctionnement conventionnel du marché.

Par conséquent, des sociologues comme Le Velly assimilent logiquement le commerce équitable à des « échanges marchands contre le marché » [2004]. Les acteurs du commerce équitable aboutiraient donc à des conclusions voisines de celles des sociologues de l'économie : le marché serait dans sa nature un lieu « froid », anonyme, où dominant des rapports intéressés, alors que « dans la réalité », les échanges marchands se caractériseraient heureusement par leur encastrement dans des relations sociales « chaudes » et rassurantes. Le concept d'encastrement est très souvent cité, il est présenté comme la seule alternative au « marché illimité ». « Encastrement » le marché, c'est encadrer ses visées expansionnistes, cela permettrait de « limiter » le marché. Le commerce équitable aurait ainsi pour projet de « [...] « réencastrement » l'économie dans la sphère sociale et politique de la vie en société. »¹⁵. On retrouve bien la logique de la sociologie économique, qui analyse les échanges économiques comme étant avant tout des échanges sociaux. Les échanges marchands *sont* parfois, mais surtout *doivent être*, encadrés. Le commerce équitable est donc l'occasion d'un tel réencastrement nécessaire pour introduire de l'équité dans le marché. Le marché fonctionne de façon inéquitable, il faut s'en éloigner pour insuffler de l'équité dans l'échange.

Chez les acteurs du commerce équitable, on serait donc en présence d'une critique du *concept* de marché au profit d'une valorisation des échanges marchands *concrets* : « Le projet du commerce équitable s'élabore en opposition *au* marché, à une relation économique calculatrice, impersonnelle et dominée par l'aval. Un commerce équitable est alors pensé comme un commerce qui poursuit des impératifs autres que le seul profit, qui établit des relations personnalisées avec les producteurs et qui ne tire pas bénéfice de la position dominante des acheteurs [...] »¹⁶. Le marché serait donc le lieu de la recherche de l'intérêt personnel, de l'indifférence et de l'anonymat. La conception du marché que l'on retrouve chez les militants du commerce équitable semble donc univoque : c'est le lieu d'une relation « calculatrice et impersonnelle ». Avec une telle vision du marché, il paraît logique qu'un commerce se voulant équitable ait à la fois le besoin et la volonté de s'en prémunir.

Pendant, la théorie du marché illimité ne nous semble pas rendre compte correctement de la conception du marché que défendent les acteurs du commerce équitable. Le principe du commerce équitable ne se comprend au contraire que dans la valorisation du marché. Il est basé au fond sur une solide confiance dans la capacité du marché et de l'échange international à œuvrer en faveur de l'enrichissement de tous.

¹⁵ Diaz-Pedregal, 2007, p. 75.

¹⁶ Le Velly, 2004, p. 124.

2. LE COMMERCE ÉQUITABLE ENTRE CRITIQUE DES ÉCHANGES MARCHANDS ET VALORISATION DU MARCHÉ

Le commerce équitable a progressivement évolué vers ce que l'on pourrait appeler une acceptation raisonnée du marché. En effet, le *principe* en lui-même des échanges marchands n'est pas rejeté, loin s'en faut. Il nous paraît donc nécessaire de complexifier, voire même d'inverser, la conception que défend Le Velly [2004]. Conception que l'auteur a d'ailleurs récemment nuancé lui-même, les rapports entre commerce équitable et logique marchande ayant évolué : « Aujourd'hui, je [Le Velly, DP] dirais sans doute que le commerce équitable est 1) un échange marchand 2) à la fois contre et en faveur *du* marché et 3) plus ou moins dans le marché (l'ordre marchand). »¹⁷. Cette idée est confirmée dans un article de 2008 : « C'est la même figure du marché, perçue comme une sphère guidée par sa propre morale et régulée par ses propres lois, qui a été jugée par les uns comme une source d'efficacité, de probité ou de stabilité, et décrite par les autres comme une monstruosité dissolvant les valeurs morales et les liens sociaux (Zelizer, 1988). L'étude des rapports entre le prix équitable et le prix du marché confirme cette observation. Elle souligne surtout que ces deux croyances peuvent être présentes simultanément chez les mêmes personnes. J'ai ainsi montré que si l'impartialité supposée de la loi du marché est jugée dangereuse en raison du fait qu'elle ne prend pas en considération la situation des producteurs, elle est par ailleurs valorisée vu la distance qu'elle établit par rapport à la logique de la charité. [...] Le rapport du commerce équitable aux valeurs du marché est complexe. Cette complexité fait certainement la richesse du projet qui y est poursuivi. [...] Cependant, je voudrais signaler pour conclure, à la suite notamment de Laura Reynolds (2002), que cette complexité est aussi une source de contradictions. Il n'est pas possible de construire un commerce équitable qui soit à la fois totalement opposé aux vices du marché et pleinement le reflet de ses vertus. »¹⁸. La vision du marché qu'ont les acteurs du commerce équitable ne se superpose donc pas exactement à cette idée d'un « marché illimité ». D'après nous, cette conception d'un marché considéré comme « marché illimité » serait plutôt, à relire attentivement théoriciens et militants du commerce équitable, le produit d'une dérive *accidentelle* du fonctionnement normal du marché. On peut même remarquer qu'il existe de véritables différences avec certaines réflexions de la sociologie économique. Ainsi, il nous semble que, généralement, la conception du marché des praticiens du commerce équitable rejoint davantage celles des économistes que celles des sociologues. Cela

¹⁷ Dans un mail reçu par l'auteure le 26/01/2010.

¹⁸ Le Velly, 2008, p. 64.

justifie bien, si besoin était encore, le fait que les économistes se penchent enfin véritablement sur cette nouvelle pratique.

Pour de nombreux acteurs du commerce équitable, le marché *en lui-même* au pire véhicule une certaine neutralité, au mieux, permet d'être un vecteur de justice sociale, et ce n'est que le fonctionnement concret des marchés qui pourrait *accidentellement* s'éloigner de cette justice sociale. D'un point de vue économique, on aurait plutôt avec le commerce équitable « des échanges *contre les marchés* » (au sens des différentes pratiques marchandes concrètes) mais « *en faveur du marché* » (au sens du concept). Comme le dit explicitement Joaquin Munoz, directeur général de Max Havelaar France, le commerce équitable « [...] ne s'oppose pas à l'économie de marché, mais à ses dérivés. »¹⁹. Et il précise plus loin : « Le commerce n'est ni bon ni mauvais. C'est la manière de le pratiquer qui peut se révéler désastreuse ou porteuse d'espoir »²⁰. Ce n'est donc aucunement le commerce sous la forme de l'échange marchand qui est condamné. En effet, les militants comme les chercheurs spécialisés dans le commerce équitable se rejoignent sur ce constat : le marché est perçu comme potentiellement et normalement vecteur de justice sociale. Pour Diaz Pedregal, les praticiens du commerce équitable partent « du présupposé que la justice peut être rendue par le marché »²¹, que « L'équité peut venir du marché »²². Le Velly en déduit lui-même qu'il existe une logique commune au commerce équitable et au libéralisme économique, puisque « Tous les deux voient dans le marché un facteur de développement, une source d'émancipation et une relation d'égale dignité »²³. Les militants du commerce équitable en particulier et d'une consommation responsable en général ont donc plutôt une conception positive et même optimiste du marché : « [...] le mouvement pour une consommation responsable, de par sa nature même, semble cautionner l'idée que nous pouvons rendre la société plus égalitaire en commençant par nous attaquer aux mécanismes qui régissent le marché (selon le fameux principe du consommateur électeur). Ainsi, les consommateurs peuvent punir les multinationales socialement irresponsables simplement en agitant leur liste de courses. Mais *ce raisonnement se fonde sur une vision optimiste du marché*, lequel serait capable de s'autoréguler sans aucune intervention de l'Etat ni des institutions internationales »²⁴. Le commerce équitable s'inscrit dans cette mouvance d'une consommation responsable, selon laquelle on peut rendre le marché plus juste en usant de son pouvoir de « consommateur-citoyen ».

On voit donc bien que ce n'est pas le marché *en son essence* qui est condamné, ce qui nous rend assez perplexe vis-à-vis de l'expression d'échanges « contre le

¹⁹ Munoz, 2008, p. 26.

²⁰ Munoz, 2008, pp. 84-85.

²¹ Diaz-Pedregal, 2007, p. 13.

²² Diaz-Pedregal, 2007, p. 115.

²³ Le Velly, 2004, p.123.

²⁴ Lori, 2008, pp. 64-65, souligné par nous.

marché » pour désigner le commerce équitable. Ainsi, pour préciser davantage notre critique des propos de Le Velly [2004], on peut dire selon nous que le commerce équitable ne se positionne pas contre *le marché*, mais contre le marché *tel qu'il fonctionne parfois dans la réalité*. Les acteurs du commerce équitable ne critiquent donc qu'une certaine *actualisation* de cette figure du marché. Les militants du commerce équitable se disent obligés de « jeter un regard critique sur l'économie de marché *telle qu'elle fonctionne aujourd'hui* »²⁵. Donc le marché peut bien être selon eux garant de la justice sociale, il peut théoriquement fonctionner au bénéfice de tous. Le problème, c'est que son fonctionnement concret l'éloigne parfois de ce principe. L'idée essentielle est bien le fait que les dangers ne proviennent donc pas tant du marché en lui-même que de la façon dont il se concrétise.

On retrouve donc dans les travaux de ces spécialistes du commerce équitable des idées proches de celles défendues par beaucoup d'économistes orthodoxes. Le marché réalise la justice sociale. Nous verrons plus loin à quelles conditions cela est possible. Au travers de ces réflexions, on peut déjà prendre conscience du fait que, pour les militants du commerce équitable, le marché s'apparente davantage au marché tel que le conçoit la théorie néoclassique qu'au marché tel que l'analyse la sociologie économique.

De nos jours, et malgré d'anciennes controverses, la nature marchande du commerce équitable ne semble plus réellement faire débat : « Le commerce équitable peut être analysé dans le cadre de l'échange redistributif ou dans celui de l'échange de marché. Cette seconde option paraît la plus adéquate. En effet, *le commerce équitable tel qu'il est pratiqué [...] a clairement fait le choix de la logique de marché.* »²⁶. On ne comprend pas bien dès lors en quoi le commerce équitable pourrait être d'après les mêmes auteurs « [...] un réseau de résistance à l'« omnimarchandisation » de la planète »²⁷. Des auteurs tels que Cary, qui analysait en 2004 le commerce équitable comme une forme d'échange intermédiaire ou hybride, à mi-chemin du marché et du don²⁸, reviennent aujourd'hui sur leurs analyses compte tenu des évolutions actuelles du commerce équitable²⁹. Il ne s'agit plus d'un commerce hybride, encore moins alternatif. Par conséquent, le commerce équitable ne s'oppose plus frontalement à la logique marchande. Le commerce équitable est bien devenu échange marchand, à la fois forcé et soucieux de respecter les contraintes de la participation au marché. On peut donc évoquer des échanges 1)

²⁵ Roozen, Van der Hoff, 2002 (2001), p. 253, Souligné par nous.

²⁶ Bécheur, Toulouse, 2008, p. 49, souligné par nous.

²⁷ Bécheur, Toulouse, 2008, p. 112.

²⁸ « Le commerce équitable apparaît ainsi, en se plaçant entre don et marché, comme une forme d'échange particulièrement originale. » [Cary, 2004, p. 121], ou encore : « [...] le commerce équitable, qui n'est ni don ni échange purement marchand et qui implique une démarche de reconnaissance de l'autre, nous semble une forme hybride, capable de concilier don et marché et ainsi de d'éviter de poser la question en termes d'alternative radicale. » [Cary, 2004, p. 124].

²⁹ Dans une discussion à l'IEP de Lille, le 23/04/2008.

contre *certaines* pratiques marchandes, mais 2) *en faveur* du marché, et donc 3) de plus en plus *dans* le marché. Certes, l'insertion dans la logique marchande est parfois vécue sous le mode d'une injonction à laquelle le commerce équitable serait forcé de se soumettre, mais cette logique marchande n'est plus remise en cause. Les principaux acteurs du commerce équitable revendiquent donc cette inscription dans le marché. Par exemple, Roozen et Van der Hoff, [2002 (2001)], ou encore Van der Hoff [2005], ont pris acte de ce positionnement dans la logique marchande et de ses conséquences. Ils insistent beaucoup sur l'idée selon laquelle le commerce équitable n'a pas pour but de modifier ou de perturber le fonctionnement « normal » du marché. Il doit respecter les règles de fonctionnement du marché, se doit d'être compétitif, et de proposer des produits dont le rapport qualité-prix est attractif pour les consommateurs. On peut ainsi montrer qu'en insistant sur la qualité plus grande du produit, le commerce équitable est bien sorti du cadre du commerce solidaire pour devenir un échange marchand à part entière et non plus un geste de solidarité. Insister sur la qualité supérieure du produit permet de justifier un prix supérieur, et positionne donc bien le commerce équitable *dans le marché* : « [...] le prix supérieur offert par la filière équitable [...] est justifié par la logique *business* au vu de la qualité du produit plutôt que par la marginalité et la pauvreté de ses producteurs. »³⁰. L'évolution, résumée à grands traits, du commerce équitable et de ses sources d'inspiration³¹ est révélatrice de ce ralliement à la logique marchande :

³⁰ Poncelet, 2005, p. 78.

³¹ On peut en effet schématiquement résumer l'histoire du commerce équitable comme étant la succession de trois grandes périodes. Dans un premier temps, il est possible d'identifier une première ère, qui débute à la fin de la seconde guerre mondiale, et qu'on pourrait qualifier d'*ère de la compassion*. Cette première période est surtout marquée par le rôle joué par les mouvements humanistes et religieux, et donne naissance à un commerce d'abord appelé *solidaire*. Si ce commerce est déjà équitable dans les faits, ce n'est pas encore le nom qu'il se donne, insistant davantage sur la nécessité d'aider les producteurs des pays en développement. Cette première source du commerce équitable sera ensuite relayée par l'influence du mouvement tiers-mondiste, qui prend toute son ampleur à partir des années 1960, dans une ère que nous pourrions appeler *ère de la contestation*. Davantage tournée vers la critique du capitalisme et du commerce international tel qu'il se pratique, c'est un autre type de commerce qui est dès lors revendiqué, et le commerce *alternatif* se substitue de plus en plus au commerce solidaire. Enfin, à partir des années 1980-1990, la critique du capitalisme s'essouffle, le développement durable s'institutionnalise et marque le commerce équitable de son empreinte. Ce nouveau type de commerce se rationalise, c'est l'*ère de la structuration* : le commerce ne se veut plus alternatif, il se rallie à la logique marchande, et devient *équitable*.

Tableau 1. Les trois ères du commerce équitable :

	Types de commerce	Source d'inspiration	Objectifs
Ere de la compassion	Commerce solidaire	Mouvements humanistes et religieux	Aider les petits producteurs des pays en développement.
Ere de la contestation	Commerce alternatif	Mouvements tiers-mondistes	Critiquer les dérives du capitalisme et du commerce international.
Ere de la structuration	Commerce équitable	Développement durable, Mouvements alter-mondialistes	Permettre aux petits producteurs de vivre de leur travail, en leur garantissant un accès aux marchés.

Cependant, si la nature marchande du commerce équitable est aujourd'hui largement admise, il importe pour certains acteurs du commerce équitable de reconnaître *différents types* d'échanges marchands, qui se distingueraient par leur capacité à être inégalement équitables. Le commerce équitable est un commerce dans le marché, à destination des petits producteurs des pays en développement, mais ces deux principes ne suffisent pas à épuiser le sens de ce qu'est réellement le commerce équitable. Reconnaître que le commerce équitable est un échange marchand ayant pour cible les petits producteurs des pays en développement ne permet pas de mettre d'accord tous les protagonistes de la nébuleuse du commerce équitable. Si les acteurs du commerce équitable s'accordent aujourd'hui, comme nous l'avons vu, sur le fait que le commerce équitable est bien *un échange marchand*, ils développent implicitement l'idée selon laquelle il existerait *plusieurs modalités* de participation au marché. Par exemple, vendre du café « équitable » dans un magasin Artisans du monde ou dans un grand supermarché n'aura pas forcément la même signification. Si le commerce équitable est bien une pratique marchande, les différentes « places de marché » ne se vaudraient pas, loin s'en faut. Comme l'explique justement Artisans du monde, « Le choix du type de distribution n'est pas neutre. C'est un choix politique au sens noble du terme qui implique des engagements et des risques différents [...] »³². Dans les discours sur le commerce équitable, on oppose souvent de façon idéal-typique la logique de Max Havelaar (et des marques qui vendent les produits issus du commerce équitable en grandes surfaces), qui accepterait de se soumettre à la logique marchande et de se « salir les mains », au projet plus « politique » et davantage réfractaire à la logique marchande d'Artisans du Monde³³. Artisans du Monde est donc souvent présenté comme s'opposant à la

³² Cité par Jacquiau, 2006, p. 264.

³³ Comme le rappellent Ballet et Carimentrand, « [...] la charte éthique de la plate-forme française du commerce équitable, précise que ses membres doivent transmettre « *une information qui permette à l'acte d'achat de relier le producteur au consommateur* ». » [2006, p. 65]. On peut ainsi s'interroger sur les capacités des grandes surfaces qui commercialisent les produits issus du commerce équitable à créer ce lien entre producteur et consommateur : « [...] en la matière, nous pouvons douter que les grandes surfaces réalisent le même travail d'information que les magasins spécialisés. » [Ballet, Carimentrand, 2006, p. 69]. En effet, les grandes surfaces semblent peu à même de mettre en œuvre « l'éthique relationnelle » théorisée par ces deux auteurs, voir infra.

l'« omnimarchandisation » qu'est censé mettre en œuvre le commerce équitable, comme nous l'avons vu. Pourtant, quoiqu'on en dise, Artisans du Monde effectue bien des échanges qui sont tout aussi marchands que ceux réalisés dans les grandes surfaces. Tout se passe en fait comme si l'échange marchand réalisé dans une petite boutique paraissait « moins marchand » et donc « plus équitable » que le même achat, effectué au même prix, dans une grande surface... Implicitement, il semblerait donc que certains échanges marchands soient plus à même d'être équitables que d'autres³⁴. Si la nature marchande du commerce équitable ne devrait plus guère faire débat, les modalités de son insertion dans la logique marchande ne font pas consensus. Le commerce équitable étant bien *dans le marché*, reste à savoir *dans quel(s) type(s) de marché(s)* il accepte de se positionner.

3. LE COMMERCE ÉQUITABLE COMME RÉALISATION DU « MARCHÉ RENCONTRE »

Le commerce équitable nous invite à repenser le marché afin de rappeler qu'il n'est pas qu'« un mécanisme de régulation objectif et impersonnel. »³⁵. Cette conception n'est en réalité qu'une conception du marché, et ne reflète pas toutes les formes de l'échange marchand. On peut en effet, en suivant Berthoud [1991], distinguer deux formes idéal-typiques de marché. Cette opposition permet selon nous de mieux comprendre tant le marché que le commerce équitable. Le commerce équitable illustre parfaitement l'intérêt de cette opposition, et la pertinence et la viabilité d'un marché conçu comme « marché-rencontre ».

Partons d'abord de la définition que donne Berthoud de ce qu'il appelle le « marché mécanique » : « Par marché mécanique, on désigne la représentation que l'Economie Politique se fait de l'échange marchand sous ses formes orthodoxes ou néo-classiques. »³⁶. Le marché mécanique fonctionne selon le principe d'une totale *interchangeabilité* des agents. Le marché mécanique est l'effet d'un mécanisme anonyme et ne relève d'« aucune relation interindividuelle préalable »³⁷. Dans le cadre de ce marché-mécanique, « Le prix réel est « économiquement » déterminé [...] il ne laisse aucune place à un prix moral, c'est-à-dire à un prix déterminé selon

³⁴ On oppose ainsi les grandes surfaces qui ne créent pas de lien social, aux petites boutiques, lieux identitaires, relationnels et historiques, dans lesquelles un lien s'établirait entre le petit producteur du Sud et le consommateur du Nord (Voir par exemple Cary, 2004 ou Bécheur, Toulouse, 2008). Les boutiques, comme celles d'Artisans du Monde, seraient plus à même d'informer le consommateur, de l'éduquer, et d'en faire un consommateur responsable. Les boutiques spécialisées disposeraient donc du temps et de la volonté indispensables pour sensibiliser les consommateurs.

³⁵ Le Velly, 2008, p. 60.

³⁶ Berthoud, 1992, p. 167.

³⁷ Berthoud, 1992, p. 151.

l'accord de deux volontés sur une même fin. »³⁸. Ainsi, que le prix juste soit le résultat de la concurrence pure et parfaite ou le reflet des coûts de production, comme nous le notions en introduction, dans les deux cas, on retrouve un certain naturalisme ou objectivisme. Comme l'explique Berthoud, il y a derrière ces deux conceptions la volonté qu'il y ait « [...] une raison dans les mouvements des richesses qui ne doit rien à la volonté ou au pouvoir d'un homme. »³⁹. En dehors de la raison de ce système de forces impersonnelles, « [...] il n'y a plus que des subjectivités a-sociales ou des pouvoirs arbitraires »⁴⁰. En effet, le projet des économistes orthodoxes est bien d'établir que « [...] les variations des grandeurs économiques - prix, intérêts, revenus, quantités - relèvent de forces anonymes, mécaniques ou matérielles s'exerçant selon des causalités efficientes et interdépendantes, et ne doivent rien aux volontés s'exerçant selon leurs fins. [...] Le prix réel est « économiquement » déterminé ; entendons : le concept est déduit selon des conditions donnant une forme intelligible à l'idée de système marchand. Il ne laisse aucune place à un prix moral, c'est-à-dire à un prix déterminé selon l'accord de deux volontés sur une même fin »⁴¹. On retrouve ici le marché tel que le conçoit la théorie économique néoclassique. Les échangistes ne se rencontrent pas véritablement, ne se parlent pas. Le prix est la seule information nécessaire à l'échange. Mais toutes les formes de marché ne s'inscrivent pas dans le marché-mécanique. L'échange peut être équitable tout en étant un échange marchand parce que le marché n'est pas qu'un marché-mécanique. Le « marché-rencontre » réconcilie marché et équité, en donnant un sens différent à l'équité. L'équité n'est pas ici le résultat automatique de l'application des conditions de la concurrence pure et parfaite. L'équité n'apparaît pas spontanément suite à un bon fonctionnement des institutions marchandes. Le marché-rencontre suppose une autre conception de l'équité, qui nécessite la fin de l'indifférence mutuelle dans l'échange. Le marché-rencontre dans une logique aristotélicienne entend mettre fin à l'interchangeabilité des agents. Ici, le prix juste devient le prix permettant au producteur de satisfaire ses besoins, il n'est plus le résultat unique d'un calcul anonyme, mais il apparaît suite à une délibération entre les agents économiques. Seule cette conception nécessite une réflexion véritable sur la justice du prix de la part des agents économiques. Le prix juste comme prix émergeant naturellement des bonnes institutions ou comme prix naturel ne suppose pas un véritable engagement des agents économiques. Plus précisément, les acteurs économiques sont bien physiquement présents évidemment, mais n'ont pas à s'engager personnellement dans une réflexion sur le juste. Cette attention à l'autre et à ses besoins n'est présente que dans cette troisième conception du prix juste. Indépendamment de la concurrence pure et parfaite et de la valeur travail, le prix ne peut être juste que s'il est considéré comme tel par les échangistes.

³⁸ Berthoud, 1991, p. 152.

³⁹ Berthoud, 1991, p. 141.

⁴⁰ Berthoud, 1991, p. 142.

⁴¹ Berthoud, 1991, pp. 151-152.

Ici, les agents économiques consommant des produits équitables ont le souhait de se comporter de façon juste, et non uniquement d'acheter par exemple des produits de meilleure qualité. En cela, le prix juste qui émerge dans le marché-rencontre suppose des agents économiques soucieux d'être justes. Selon nous, le commerce équitable illustre bien la pertinence de la figure du marché-rencontre. Le projet du commerce équitable peut être perçu comme la volonté de renouer avec cette attention à l'autre. En effet, « Si les habitants du centre développé du monde ne perçoivent pas que les activités stimulées par le système capitaliste ont pour résultat la famine pour des milliers d'être humains [...], sont-ils inattentifs ? Est ce un manquement moral ? [Si] prêter attention aux besoins est le premier devoir des humains, la réponse est oui. »⁴².

Le commerce conventionnel a contrario serait pour sa part synonyme d'ignorance, d'indifférence, et de mise en suspens de l'attention à autrui. Plus précisément, la valeur-travail, tout comme le prix de concurrence pure et parfaite, peut aussi bien s'établir sans attention envers autrui. A l'inverse, la troisième conception du prix juste, comme prix négocié en vue de la satisfaction des besoins des échangistes, met fin à l'interchangeabilité jusqu'à présent supposée des agents, au profit de la reconnaissance de la personne : « [...] les agents se lient les uns aux autres par une relation volontaire qui les engage et les détermine mutuellement. »⁴³. Les agents qui participent au commerce équitable se considèrent bien les uns les autres comme des agents économiques particuliers ayant des besoins qui leur sont propres et une préoccupation pour la justice, et non comme des *homo oeconomici* anonymes et interchangeables. Rappelons le fait que le commerce équitable entend promouvoir la reconnaissance des personnes, et ce sont bien des relations les plus personnalisées possibles qui sont revendiquées : « Le commerce équitable rétablit l'équilibre des connaissances réciproques par le biais de *relations directes et le plus personnalisés possibles* entre les consommateurs du Nord et les producteurs du Sud. »⁴⁴. Acheter des produits issus du commerce équitable témoigne ainsi de cette solidarité envers des petits producteurs qui ne sont plus des agents économiques anonymes dont le destin m'est étranger : « Acheter équitable [...] serait une façon d'affirmer [...] la solidarité avec des partenaires lointains et inconnus, sans nier leur existence ni se montrer indifférent à leur sort. »⁴⁵. Pour reprendre les catégories de Berthoud, on pourrait dire que dans le commerce équitable, ce ne sont pas des *individus* qui *échangent*, mais des *personnes* qui *se rencontrent*. Une personne-consommateur rencontre une personne-producteur, et le juste prix qui clôt l'échange témoigne du respect que se manifestent ces personnes : « La personne qui vient acheter dans les magasins du monde ne suit pas une logique d'achat pour la seule satisfaction de son intérêt personnel. Son achat est un acte volontaire d'échange, acte économique qui a

⁴² Tronto, 2009, p. 175.

⁴³ Berthoud, 1992, p. 168.

⁴⁴ Bucolo, 1999, p. 12, souligné par nous.

⁴⁵ Latouche, 2003, p. 258.

sa rationalité dans d'autres valeurs que celles de l'appropriation au moindre prix. Des variables éthiques interviennent dans le choix, des variables qui changent en fonction des personnes. Il ne s'agit pas du " *M. consommateur x* " qui achète également partout sur la planète, mais plutôt de différents acheteurs, ayant chacun ses valeurs, ses croyances, son éthique et aussi ses possibilités financières »⁴⁶. On voit bien derrière cette citation la remise en cause de l'interchangeabilité des agents sur le marché : les variables prises en compte changent en fonction des personnes, et le consommateur et le producteur ne sont pas des individus anonymes *x* ou *y*. Pour le dire autrement, la *personne* importe. Il nous semble bien que le commerce équitable s'emploie à créer un nouveau type d'échange, qui soit bien un échange marchand, mais dans lequel l'échange marchand se fait bien « entre personne », en refusant toute indifférence et toute interchangeabilité. Ainsi, contrairement à de nombreux discours, dans l'échange marchand, la personne, sa qualité, son identité, sa situation, importent. Le commerce équitable est un échange marchand, et montre en cela que le marché peut être le lieu où s'exerce une « éthique relationnelle » telle que Ballet et Carimentrand la caractérisent : « Ce qui distingue la consommation de produits issus du commerce équitable des autres formes de consommation, c'est précisément cette dimension relationnelle. »⁴⁷. Ainsi, au sein du commerce équitable, les agents économiques « [...] ne se trouvent plus dans une relation anonyme dont les effets sont totalement inconnus, mais dans un face à face impliquant une dimension relationnelle dans laquelle chaque acte devient important et où les répercussions de ces actes sont connues, au moins en partie. »⁴⁸. Cette dimension relationnelle, qui prend alors le nom d'« éthique relationnelle », rejoint bien la conception du marché comme marché-rencontre. La conception du marché-rencontre nous montre bien que l'échange au sein du commerce équitable peut parfaitement s'inscrire dans l'échange marchand. Le commerce équitable est bien un type de commerce qui refuse que l'échange économique se réalise « dans la plus totale indifférence ou neutralité affective ». Le commerce équitable est ainsi un échange marchand, plus précisément un échange que l'on pourrait qualifier plus précisément d'« échange marchand-rencontre ». On peut rappeler que cette idée est explicitement présente dans les discours des acteurs du commerce équitable : « Tant que le consommateur moyen n'est pas au courant des abus inadmissibles de la filière café, tant qu'il ne connaît pas les conditions de vie misérables des petits producteurs, la réalité économique du café lui échappe entièrement. *Il faut que cesse l'anonymat du marché.* Notre mot d'ordre devint : « On n'achète pas seulement un produit, *on achète à quelqu'un.* » »⁴⁹. Même si le commerce équitable est un échange marchand, il s'agit bien d'un échange marchand qui nécessite une véritable rencontre entre deux personnes. On peut bien parler selon nous d'un « échange marchand-rencontre » puisque deux personnes attentives l'une à

⁴⁶ Bucolo, 1999, p. 35.

⁴⁷ Ballet, Carimentrand, 2006, p. 68.

⁴⁸ Ballet, Carimentrand, 2004.

⁴⁹ Roozen, Van der Hoff, 2002, (2001), p. 104, souligné par nous.

l'autre se rencontrent sur le marché : « Chaque élément de la chaîne, du producteur jusqu'au consommateur final, vit dans une même société. A ce titre, il doit être attentif à ce que chacun tire de son activité de quoi vivre dignement. Cette conscience, que notre intérêt collectif est d'être solidaire et que chacun doit se préoccuper que les échanges soient justes, est le principe de base du Commerce Equitable. »⁵⁰. Le commerce équitable va donc proposer un nouveau type d'échange marchand, « [...] en établissant une série de principes à la base d'une relation commerciale d'un nouveau type : ce ne sont plus deux agents économiques recherchant leur utilité marginale qui transigent, mais bien des personnes ancrées dans des sociétés particulières, qui, à travers une transaction commerciale, sont appelées à établir une véritable relation de solidarité. »⁵¹.

Comme le dit bien Horellou-Lafarge, au sein du marché-mécanique, on ne tient « aucun compte, a priori, des positions sociales instituées »⁵². Le marché-rencontre pourrait au contraire assumer la présence d'inégalités, et tenter de les réduire dans la relation commerciale. L'inégalité des échangistes est ici pleinement reconnue. Le prix juste deviendrait le moyen de combattre cette inégalité. Les inégalités ne sont plus provisoirement levées, mais pleinement intégrées ; or, cette reconnaissance n'est-elle pas la première étape pour qui veut les réduire ? Du coup, « La reconnaissance réciproque des contraintes propres à chacun, dans un climat de confiance entretenu par de bonnes relations interpersonnelles, est en quelque sorte le socle qui permet de définir un prix juste »⁵³.

CONCLUSION

L'opposition entre marché-mécanique et marché-rencontre permet de mieux rendre compte à la fois du marché et de ses formes et du commerce équitable. Cette opposition nous rappelle que la vision walrasienne du marché ne doit pas occulter la conception plus aristotélicienne de l'échange marchand. A partir de l'opposition entre marché-mécanique et marché-rencontre, on pourrait mieux comprendre les deux principales tendances au sein du commerce équitable. On peut en effet identifier d'une part une « sphère de spécialisation » (appelée aussi parfois filière intégrée), refusant les pratiques de la grande distribution traditionnelle et insistant sur l'idée que, de la production au Sud jusqu'à la vente au Nord, toutes les étapes par lesquelles passe le produit doivent être équitables. Cette sphère coexiste d'autre part avec une « sphère de labellisation » (appelée aussi filière certifiée), qui s'inscrit dans toutes les formes de l'économie marchande et ne fait pas de distinction entre

⁵⁰ Mayer, Caldier, 2007, p. 247.

⁵¹ Gendron, 2004, p.8.

⁵² Horellou-Lafarge, 1999, p. 308.

⁵³ Cary, 2004, p. 92.

différents types d'échange marchand: « Malgré une définition officielle, le commerce équitable fait l'objet de pratiques fort diverses, se polarisant en deux sphères : la sphère de la spécialisation, dans lesquels les acteurs ne réalisent que des échanges marchands « équitables » et ne travaillent qu'avec des acteurs ayant la même ligne de conduite, et la sphère de la labellisation, ouverte aux entreprises de l'économie conventionnelle désirant soumettre une partie de leurs activités aux règles du commerce équitable. »⁵⁴. Cette opposition traverse ainsi les promoteurs du commerce équitable. On peut tenter de schématiser à grands traits ce clivage dans un tableau :

Tableau 2. Les deux conceptions du commerce équitable.

La conception consumériste	La conception alternative
<i>Marché mécanique</i>	Marché rencontre
Echange marchand	
Sphère de la labellisation	Sphère de la spécialisation
Un correctif du système économique dominant	Une alternative au système économique dominant
Rationalité, objectivité, cahier des charges, critères standardisés	Confiance, liens interpersonnels, rencontre, bénévolat, militantisme
Distribution des produits en moyennes et grandes surfaces	Distribution des produits dans des boutiques spécialisées. Importance de l'éducation du consommateur.
Volonté de corriger le marché, de le rendre plus juste, en revendiquant une inscription dans la logique marchande	Volonté proclamée d'échapper à la logique marchande et de dépasser le « tout marchand »
Importance du bien, achat anonyme.	Importance du lien, reconnaissance de l'Autre
→ <i>On achète un produit différent.</i>	→ <i>On achète certes un produit différent mais surtout on achète différemment.</i>

Ainsi, on peut donc mieux comprendre que ce n'est pas l'inscription dans la logique marchande qui oppose au fond ces deux conceptions, comme on a pu le croire. La conception « alternative » est tout aussi marchande que la conception « consumériste ». La pluralité des concepts de marché nous rappelle que marché et équité sont compatibles, mais que cette compatibilité ne se base pas sur une même définition de l'équité. Si le marché-mécanique conçoit l'équité comme le produit naturel du bon fonctionnement des institutions marchandes, dans la logique aristotélicienne de la justice *générale*⁵⁵, le marché-rencontre définit l'équité comme le résultat d'un jugement et d'un acte individuels, dans la logique aristotélicienne de la justice *particulière*. Les liens entre commerce équitable et marché s'éclairent donc lorsque l'on prend en considération la diversité des formes de marché et la pluralité des façons de concilier marché et équité.

⁵⁴ Diaz Pedregal, 2006 (a).

⁵⁵ Aristote, 2007, (1990).

RÉFÉRENCES

- Aristote (2007)/(1990). *Ethique à Nicomaque*. Paris : Vrin, Textes philosophiques.
- Ballet, J., Carimentrand, A. (2006). 'Le Commerce équitable : des labels à l'éthique relationnelle'. Journées d'étude du GDR « Economie et sociologie », 23 et 24 mars 2006, Montpellier : Les nouvelles figures des marchés agro-alimentaires : apports croisés de l'économie, de la sociologie et de la gestion.
- Ballet, J., Carimentrand, A. (2004). Le commerce équitable entre éthique de la consommation et signes de qualité. Congrès ARTE : Agro-industria Rural y Territorio, 01-04/12/2004, Toluca, México, 30 p, en ligne sur : <http://www.gis-syal.agropolis.fr/PDF_Mexico/Tema%20II.pdf> (consulté le 01/12/2010)
- Bécheur, A., Toulouse, N. (2008). *Le commerce équitable. Entre utopie et marché*. Paris : Vuibert.
- Berthoud, A. (1992). 'Marché-rencontre et marché mécanique'. *Cahiers d'Economie politique*, 20-21 : 167-186.
- Blanc, J.-P., Bréaud, O., Massia, P. (2006). *Regards croisés sur le commerce équitable. Vers un libéralisme responsable ?*, Paris : L'Harmattan.
- Bucolo, E. (1999). *Le commerce équitable. Les notes de l'Institut Karl Polanyi, Impatiences démocratiques* éditeur, 46 pages. [en ligne], Disponible sur <http://www.karlpolanyi.org/02_les%20notes/pdf/01commerce.pdf> (consulté le 09/06/2010).
- Diaz Pedregal, V. (2007). *Le commerce équitable dans la France contemporaine*. Paris : L'Harmattan, Logiques sociales.
- Gendron, C. (2004). 'Le commerce équitable : un mouvement social économique au cœur d'une autre mondialisation'. *Cahier de la Chaire Économie et Humanisme*, Montréal, UQAM, 27 pages, [en ligne]. Disponible sur <<http://www.chaire-ccgb.uqam.ca/fr/recherche/02-2004.pdf>> (Consulté le 25/09/2010).
- Horellou-Lafarge, C. (1999). *Les rapports marchands chez les penseurs du social*. Paris : L'Harmattan, Logiques sociales.
- Jacquiou, C. (2006). *Les coulisses du commerce équitable. Mensonges et vérités sur un petit business qui monte*. Paris : Fayard, Mille et une nuits.
- Johnson, P. (2003). *Commerce équitable : propositions pour des échanges solidaires au service du développement durable*. Paris : Éditions Charles Léopold Mayer, collection « Cahiers de propositions pour le 21e siècle ».
- Latouche, S. (2003). *Justice sans limites, Le défi de l'éthique dans une économie mondialisée*. Paris : Fayard.
- Lemay, J.-F. (2007). *Commerce équitable : vers des chantiers de recherche ancrés dans la pratique. Une revue transversale de la littérature. Les cahiers de Chaire de Responsabilité Sociale et de Développement Durable, Collection recherche, n°09-2007, 96 pages*. [en ligne], Disponible sur <<http://www.crsdd.uqam.ca/Pages/docs/pdfCahiersRecherche/2007/09-2007.pdf>> (Consulté le 19/06/2010).

- Le Velly, R. (2004). Sociologie du marché. Le commerce équitable : des échanges marchands contre le marché et dans le marché. Thèse de doctorat en sociologie, Université de Nantes.
- Le Velly, R. (2008). 'La détermination du prix équitable. Vices et vertus du prix de marché'. *Gestion*, 33(1) : 59-65.
- Lori, M. (2008). Défense des droits de l'homme : les comportements d'achat comme praxis politique. *L'Economie politique*, « Pour un nouveau modèle de consommation », juillet, 50-67.
- Mayer, S., Caldier, J.-P. (2007). *Le guide de l'économie équitable*. Fondation Gabriel Péri.
- Munoz, J. (2008). *Commerce équitable, 20 réponses pour agir*. Paris : Michalon.
- Poncelet, M. ; Defourny, J. ; De Pelsmaker, P. (2005). Un commerce équitable et durable entre marché et solidarité : Diagnostic et perspectives, Plan d'Appui scientifique à une politique de Développement Durable (PADD II), Université de Liège, Université catholique de Louvain, Bruxelles, Belgique, janvier, 291 pages. [en ligne], Disponible sur <http://www.belspo.be/belspo/home/publ/pub_ostc/CPgen/rappCP16_fr.pdf> (Consulté le 09/06/2010).
- Roozen, N., Van der Hoff, F., (2002)/(2001). *L'aventure du commerce équitable, Une alternative à la mondialisation par les fondateurs de Max Havelaar*. Paris : Lattès.
- Tronto, J., (2009)/(1993). *Un monde vulnérable. Pour une politique du care*. Paris : La Découverte, coll. Textes à l'appui, philosophie pratique.
- Van der Hoff, F. (2005). *Nous ferons un monde équitable*. Paris : Flammarion.
- Zelizer, V. (1992). 'Repenser le marché. La construction sociale du « marché aux bébés » aux Etats-Unis, 1870-1930'. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 94(1) : 3-26.