



Commerce équitable et Développement durable : Paradigme, Praxis et Enjeux pour les Organisations

By/Par | **Dimbi Ramonjy**

Professeur Assistant –Groupe Sup de Co La Rochelle

ABSTRACT

Since its emergence, now more than twenty years, the social project of Sustainable development is becoming institutionalized in France, especially in the context of prioritization of the environment. Fair trade, institutionally defined as contributing to Sustainable development, while renewing its paradigm and seems to be at turning point in its social building, that of a "sustainable trade". The integration of this new framework would offer fair trade organizations such opportunities in terms of environmental strategies and practices. However, this evolution also displays them in surrounding ecological skepticism and clearly questions the effectiveness of their original anthropocentric logic, that of having as focus the marginalized producers in the South.

Keywords: Fair Trade, Sustainable Development, Organization, Management

RÉSUMÉ

Depuis son émergence, il y a maintenant plus de vingt ans, le projet sociétal du Développement durable s'institutionnalise en France, notamment dans un contexte de priorisation de l'environnement. Le commerce équitable, défini institutionnellement comme contribuant au Développement durable, renouvelle alors son paradigme et semble se trouver à moment charnière de sa construction sociale, celui d'un « commerce durable ». L'intégration de ce nouveau cadre offrirait alors aux organisations du commerce équitable des opportunités notamment en termes de stratégies et pratiques environnementales. Cependant, cette évolution les expose aussi à un « écoloscepticisme » ambiant et pose clairement l'effectivité de leur logique originelle, anthropocentrique, celle d'avoir comme essence les producteurs défavorisés au Sud.

Mots-clés : Commerce équitable, Développement durable, Organisation, Management

JEL Classification: M14, O19, Q01

INTRODUCTION

Le développement durable est devenu un concept notoirement connu dans notre société contemporaine et tous les acteurs socio-économiques disent y être sensibilisés et sensibles¹ depuis au moins une dizaine d'années maintenant. Bien que la notion pourrait être galvaudée, saturée de discours et d'interprétations (Aggeri, Godard, 2006) du fait des acteurs concernés par ce projet sociétal et des contextes divers de son déploiement allant d'un pays à une entreprise par exemples (Allemand, 2007), la définition issue du rapport *Brundtland* de 1987 fait office de cadre officiel.

Le Commerce équitable est aussi concerné par cette vague du Développement durable dès 2001 avec le consensus FINE². Celui-ci définit le Commerce équitable comme « 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 » et qui 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 ». En France, c'est la loi PME de 2005, dans son article 60 qui relie le Commerce équitable au Développement durable en inscrivant le premier dans la Stratégie Nationale de Développement durable plus précisément, dans les défis en matière de production et de consommation durables. Dans la même logique, l'accord AFNOR de 2006 revient sur le Commerce équitable comme outil au service du Développement durable.

S'il est nécessaire d'étudier effectivement les apports du Commerce équitable dans la mise en œuvre du Développement durable (Diaz Pedregal, 2006 ; Vandame, Touzard, Lombard, Martinet, 2008), il est tout aussi indispensable d'étudier dans quelle mesure le Commerce équitable intègre le Développement durable en retour. C'est l'objectif de notre article qui approfondit comment le Développement durable a bouleversé le paradigme des organisations du commerce équitable vers un commerce durable (1), incitant ainsi l'adoption de nouvelles pratiques mais aussi l'émergence de nouveaux enjeux de responsabilité sociétale qui impactent la logique originelle du commerce équitable (2).

¹ Selon l'étude Nations Unies Global Compact – Accenture de 2010, 93% dirigeants d'entreprises pensent que la prise en compte de la composante développement durable dans leur stratégie va devenir indispensable pour le futur succès de leur entreprise. Source accessible en octobre 2010 sur https://microsite.accenture.com/sustainability/Documents/Accenture_UNGC_Study_2010.pdf.

Selon l'étude LH2 de 2009, 89% des Français ont entendu parler du Développement durable alors qu'ils n'étaient que 55% en 2004. Source accessible en octobre 2010 sur http://www.lh2.fr/_upload/ressources/sondages/societe/lh2comite21desirsvolonte1avril09.pdf.

² FINE, fait référence aux premières lettres de quatre organisations internationales du Commerce équitable - FLO, IFAT (devenue depuis WFTO), NEWS et EFTA - qui ont adopté cette position commune en 2001.

1. LE DÉVELOPPEMENT DURABLE, NOUVEAU PARADIGME POUR LES ORGANISATIONS DU COMMERCE ÉQUITABLE

Depuis son émergence, il y a maintenant plus de vingt ans, le projet sociétal du Développement durable s'institutionnalise en France notamment dans un contexte de priorisation de l'environnement (1.1) et renouvelle le paradigme du commerce équitable (1.2) qui semble se trouver à moment charnière de son développement, celui d'un « commerce durable » (1.3).

Aux sources d'un projet mondial de société, le Développement durable

Pour définir le Développement durable, remontons à sa source officielle qui est le rapport en 1987 de la Commission Mondiale sur l'Environnement et le Développement [CMED, par la suite], dit de *Brundtland*, du nom de sa présidente. Ce rapport fait suite au sommet sur « l'Homme et l'Environnement » de l'O.N.U. en 1972 à Stockholm qui poussait alors un cri d'alarme sur l'état d'épuisement rapide et inéluctable des ressources naturelles selon les modes industriels de production et de consommation. Selon ce rapport, le Développement durable est défini comme « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs. Deux concepts sont inhérents à cette notion :

- le concept de « besoins » et plus particulièrement des besoins essentiels des plus démunis, à qui il convient d'accorder la plus grande priorité ;
- et l'idée des limitations que l'état de nos techniques et de notre organisation sociale imposent sur la « capacité » de l'environnement à répondre aux besoins actuels et à venir. » (CMED, 1988 : 51).

Consacré par la communauté internationale en 1992 au sommet de la Terre à Rio, le Développement durable a ainsi gagné en notoriété et en actes ces dernières années mais avec des interprétations diverses et contextualisées selon les pays, les acteurs et leurs motivations et pratiques (Allemand, 2007). Cependant, ce foisonnement de traductions ne doit pas nous empêcher de revenir à son essence : cet autre développement est d'abord un projet de société et une vision politique du futur de notre Monde. « Contrairement à une idée reçue qui tend à considérer le développement durable comme un concept flou permettant tous les compromis, l'origine de l'expression est ainsi dénuée d'ambiguïté dans le contexte politique dans lequel elle a été formée. » (Aggeri, Godard, 2006 :10).

Au niveau de la France, ce projet sociétal est intégré dans la politique étatique française depuis 2003 à travers la rédaction d'une Stratégie Nationale de Développement Durable et de ce fait, institutionnalise tous les acteurs socio-économiques de l'Hexagone. Cet engagement s'est concrétisé aussi par l'inscription, en 2005, de la Charte de l'Environnement dans la constitution française. Enfin, en 2007, après une campagne électorale marquée par un lobbying puissant des associations écologistes et des ONG³, un grand ministère d'Etat de l'écologie, du développement et de l'aménagement durables est mis en place sous l'égide de Jean-Louis Borloo. Son premier acte a été la mise en place d'un Grenelle de l'Environnement réunissant pour la première fois autour de la même table, l'Etat, et les représentants des entreprises, de la société civile et des collectivités locales afin de définir une feuille de route sur les questions diverses comme la lutte contre le changement climatique, la biodiversité, l'agriculture biologique, les OGM, le nucléaire, etc. Ce grenelle a été salué pour sa démocratie participative permettant un consensus large sur ces questions.

Pour autant si cette union se retrouvait autour de la loi dite Grenelle 1 en 2009 (dictant les principes), celle de Grenelle 2 en 2010 (devant préciser leurs applications) a laissé sur leur faim les associations écologistes et en suspens de nombreuses questions (pesticides, éolien, aides financières aux particuliers, etc.)⁴. Plus concrètement, plusieurs signes montrent le frein, voire le recul, par rapport aux ambitions de départ du Grenelle. Ainsi, les acteurs de l'agriculture biologique dénoncent⁵ la réduction, dans le projet de loi de finances 2011, de 4 000 à 2 000 €, du montant du crédit d'impôt sur le revenu dont bénéficient les agriculteurs convertis à l'agriculture biologique. Ce crédit est censé soutenir le plan « Agriculture biologique: horizon 2012 » visant à tripler les surfaces cultivées en bio pour les porter à 6 % de la surface agricole française en 2012. Un objectif loin d'être atteint puisque ces surfaces plafonnent fin 2009 à 2,6%. Dans la même logique, les acteurs des énergies renouvelables soupçonnent le gouvernement actuel de mettre en danger ces filières en compliquant toujours plus leur développement par des procédures d'autorisation interminables et en dénigrant leur image auprès du grand public⁶. En tous les cas, tous ces avancées, reculs et débats autour du Grenelle de

³ Parmi ces groupes de pression nous avons eu Nicolas Hulot menaçant de se présenter aux élections présidentielles si son pacte écologique n'était pas pris en compte par les candidats déclarés, et la plateforme d'ONG de « l'Alliance pour la planète » avec comme membres éminents Greenpeace, WWF mais aussi la Plate-Forme pour le Commerce Equitable et Max Havelaar.

⁴ Voir notamment sur ce sujet, « Un Grenelle à regret », par A.C. Husson-Traore et B. Héraud, 11/05/2010, novethic.fr.

⁵ « L'agriculture biologique encaisse un mauvais coût », Communiqué de presse commun du 13 décembre 2010, Nature & Progrès, Confédération Paysanne, Fédération Nationale de l'Agriculture Biologique. Consultable en janvier 2011 sur <http://www.repasbio.org/fnab/>

⁶ « Le gouvernement veut étouffer les énergies renouvelables », par R. Claustre, H. Gassin, A. Gossement, M. Jedliczka, R. Loyer, M. Marie, T. Salomon, Y. Werhling, 19/12/2010, <http://www.terra-economica.info>.

l'Environnement montrent la voie vers une focalisation sur le pilier environnemental du développement durable dans la politique française actuelle⁷.

Commerce équitable et Développement Durable, état de la rencontre

Le commerce équitable est aussi concerné par cette vague du développement durable dès 2001 avec le consensus FINE. Celui-ci définit le commerce équitable comme « 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 » (Bowen, 2001 : 21) et qui 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 » (Bowen, 2001 : 21). Le rôle des organisations du commerce équitable, soutenues par les consommateurs, est de s'engager activement « à appuyer les producteurs, à sensibiliser l'opinion publique et à mener campagne pour des changements dans les règles et les pratiques du commerce international conventionnel » (Bowen, 2001 : 21).

En France, c'est la loi PME de 2005, dans son article 60, qui relie le commerce équitable au développement durable en inscrivant le premier dans la Stratégie Nationale de développement durable. Plus précisément, le commerce équitable fait partie des défis en matière de productions et consommations durables qui « doivent respecter l'environnement humain ou naturel et permettre à tous les habitants de la Terre de satisfaire leurs besoins fondamentaux : se nourrir, se loger, se vêtir, s'instruire, travailler, vivre dans un environnement sain...⁸ ». Dans l'énoncé de cet article, les caractéristiques spécifiques du commerce équitable en faveur particulièrement des producteurs désavantagés situés dans les pays du Sud sont précisées. De plus, l'accord AFNOR de 2006 revient sur le commerce équitable comme outil au service du développement durable : « par une triple action aux niveaux de la production, de la commercialisation et de la consommation, le commerce équitable contribue à l'établissement de conditions propres à élever le niveau de vie et de protection sociale et environnementale des producteurs, travailleurs et de leur famille engagés dans le commerce équitable » (AFNOR, 2006 : 8).

Comme le Développement durable, le commerce équitable a aussi cette ambition de transformer le monde tout en réduisant son projet à un changement au niveau du

⁷ Les propos de M. HOURDEBAIGT, en charge « Productions et consommations durables » à la Délégation Interministérielle au Développement Durable, recueillis par e-mail en mars 2008 lors de la publication des conclusions du Grenelle de l'Environnement confirment l'absence du Commerce Équitable dans les discussions.

⁸ Propos recueillis en octobre 2007 sur le site Internet du Ministère de l'écologie et du développement durable en sur la page d'accueil de la rubrique « développement durable ». <http://www.ecologie.gouv.fr/-Developpement-durable-.html>

commerce international. Cependant, malgré quelques dizaines d'années d'existence et quelques soient les approches actuelles, le commerce équitable n'arrive pas encore à remettre en cause les règles inégales et inéquitables des échanges économiques. En effet, le commerce équitable reste impuissant à supprimer les causes de l'iniquité comme la dépendance chronique du Sud et le pouvoir démesuré du Nord dans les échanges (Diaz Pedregal, 2006). De plus, son impact est trop limité et son poids économique-politique est jugé trop faible (Capron, Quairel-Lanoizelée, 2004) pour pouvoir réformer ou révolutionner (Diaz pedregal, 2007) le commerce international. Le développement durable, par sa manière de revenir aux causes multiples et inter reliées de la pauvreté et d'englober tous les défis du l'Humanité à travers l'environnement, pourrait-il alors offrir au commerce équitable un nouveau souffle ?

D'un « commerce équitable » à un « commerce durable » ?

Nous l'avons vu, deux défis sont inexorablement et inextricablement liés pour les auteurs du rapport *Brundtland* : l'écologie et le développement. Ils sont alors partis d'un constat, le fait que : « de nombreuses formes de développement dégradent les ressources sur lesquelles le développement repose. Dans le même ordre d'idées, la détérioration de l'environnement peut arriver à miner le développement économique » (CMED 1988 : 4). La priorité est alors de « placer les enjeux de la conservation de la nature et de la gestion durable des ressources naturelles au sein d'un projet de développement pour l'Humanité » (Aggeri, Godard, 2006 :10).

Cette nouvelle alliance entre écologie et développement ne pourrait se concrétiser sans une approche globale des problèmes, une interdépendance des actes économiques et leurs conséquences socio-environnementales et une vision multilatérale entre Nord et Sud, entre riches et pauvres. Le commerce équitable, dès les prémices du mouvement, s'est concentré sur cette perspective internationale Nord-Sud en utilisant le commerce comme moyen de développement pour le Sud et en essayant de rendre plus justes les termes de l'échange par une rémunération digne et juste des producteurs du Sud. A côté de cette dimension socio-économique, le développement durable pose aussi l'intégration par les organisations du commerce équitable du pilier environnemental dans leurs stratégies, leurs pratiques ainsi que sur les conséquences environnementales des échanges Nord-Sud engendrées par leurs activités. Il en est ainsi par exemple des problématiques du transport lointain des produits équitables, de l'agriculture en majorité paysanne mais tournée vers les cultures exportatrices ou vers la monoculture selon les produits équitables les plus demandés, ou encore du non-respect de la saisonnalité des productions et de la consommation (Diaz Pedregal, 2006).

Diaz Pedregal (2007), en remontant aux sources historiques et idéologiques du commerce équitable, a démontré que trois moments historiques du mouvement ont amené trois types de commerce équitable. D'abord, puisant ses sources dans les

combats solidaristes des mouvements religieux d'après-guerre, il y a eu le « commerce solidaire » basant la justice sur une dimension humaniste. Puis, à partir du milieu des années 60, vient le temps du « commerce alternatif », une dénomination qui s'est forgée dans la critique et la lutte contre la logique dominante libérale en proposant une autre voie possible pour les échanges Nord - Sud. Le troisième palier qui a consacré la qualification actuelle de « commerce équitable » contemporain a été franchi à la fin des années 80 suite à l'arrivée de Max Havelaar. D'où, l'apparition d'une filière labellisée qui, forte de son élément de différenciation, prône le changement d'échelle économique afin de contribuer plus fortement et le plus rapidement possible à l'amélioration des conditions de vie des producteurs du Sud (Le Velly, 2006).

Ainsi, « la mouvance du commerce équitable se construit par sédimentation des couches successives de solidarité, d'alternative et de justice : chacune des strates est perceptible dans la démarche actuelle des acteurs. » (Diaz Pedregal 2007 : 112). En somme, pour faire autrement, le commerce équitable va ainsi revendiquer la primauté de la dimension sociale de l'échange commercial (la solidarité Nord-Sud, le combat militant international, la justice sociale et politique) sur la dimension purement économique de la recherche de profit. Sans renier la nécessité de gagner de l'argent afin de concrétiser les principes du commerce équitable, leur logique est « de mettre l'échange commercial au service des individus qui le réalisent, c'est-à-dire de soumettre le commerce aux nécessités sociales des populations humaines » (Diaz Pedregal, 2007 : 192). Le commerce équitable devient alors un « de ces nouveaux mouvements sociaux économiques qui instrumentalisent l'économie à des fins politiques ou sociales » (Gendron, Bisailon, Otero, 2006 : 5).

Or, par l'institutionnalisation du commerce équitable comme contribuant au Développement durable, n'assistons-nous pas à l'avènement d'une quatrième étape dans la construction sociale du mouvement ? En effet, aux principes initiaux de solidarité Nord-Sud, de militantisme politique et de justice sociale, les organisations du commerce équitable voient se rajouter depuis une éthique et une obligation de responsabilité sociétale (Ramonjy, 2009), plus globale et voire, dans le contexte français, plus environnementale. En effet, que ce soit par rapport à la définition de FINE de 2001 - reprise par les organisations françaises - ou celle de l'AFNOR en 2006, la responsabilité sociétale de ces organisations ne devrait pas se limiter à la seule contribution d'amélioration des conditions de vie des producteurs défavorisés au Sud de la planète. Elles devraient aussi répondre aux attentes d'autres parties prenantes (notamment les consommateurs), gérer leurs relations avec celles-ci et rendre compte de toutes leurs décisions et activités dans toute leur sphère d'influence. Plus que jamais, les organisations du commerce équitable sont « en société », encadrées pleinement dans la société (Granovetter, 1985). Elles devraient intégrer pleinement le paradigme du Développement durable et proposer un commerce que nous pourrions ainsi qualifier de « durable ».

L'intégration de ce nouveau paradigme, prémices d'une nouvelle étape dans le commerce équitable, offrirait alors aux organisations qui s'en revendiquent, de nouvelles opportunités notamment en termes de stratégies et pratiques, mais aussi, de nouveaux enjeux impactant l'essence même du commerce équitable. C'est l'objet de notre deuxième partie.

2. LE DÉVELOPPEMENT DURABLE, OPPORTUNITÉS ET ENJEUX POUR LES ORGANISATIONS DU COMMERCE ÉQUITABLE

En effet, fortes de cette inscription institutionnelle et de cette volonté de contribuer au Développement durable, les organisations du commerce équitable se sont emparées des pratiques environnementales (2.1), mais qui, en contrepartie les exposent à un « écoloscepticisme » (2.2). Elle pose aussi clairement l'effectivité de leur contribution au développement durable, par leur Responsabilité Sociétale, notamment envers les producteurs au Sud (2.3).

Source de nouvelles stratégies et pratiques environnementales

L'argument environnemental gagne du terrain auprès des organisations françaises du commerce équitable. De nouvelles pratiques émergent et sont mises en valeur aussi bien par les acteurs historiques que par la recherche spécialisée dans le domaine. En 2008, lors du 3^{ème} Colloque International du Commerce Equitable à Montpellier – France, un des six thèmes des ateliers proposés aux chercheurs et praticiens a été consacré aux « Nouveaux produits, services et dispositifs associés ou proches du commerce équitable » dont des analyses sur son entrée dans le projet du développement durable et sur l'alliance avec la démarche biologique⁹.

Toujours, cette même année, la Plate-Forme pour le Commerce équitable¹⁰ [PFCE, par la suite] a révisé sa Charte des principes afin d'y inclure clairement un nouveau principe, « le respect de l'environnement », qui n'était présent qu'en critères de progrès auparavant. En 2009, Artisans du Monde a initié l'étude des impacts du commerce équitable sur l'environnement dans son bulletin *Equité* N°12¹¹, avant qu'un premier état des lieux des pratiques environnementales des acteurs de la PFCE ait été rédigé (Audebert, Bigirimana, Malandain, 2009). Le président de la PFCE,

⁹ Synthèse des ateliers du 3^{ème} Colloque International du Commerce Equitable à Montpellier, France, 14-16 mai 2008. Source consultée en octobre 2010 : http://www.ftis2008.org/synthese/synthese_ateliers.

¹⁰ La Plate-Forme pour le Commerce Equitable (PFCE) a été créée en 1997 et regroupe aujourd'hui une quarantaine d'organisations qui souhaitent construire ensemble le secteur, le développer tout en préservant les engagements fondamentaux du commerce équitable. <http://www.commerceequitable.org>

¹¹ Téléchargeable en octobre 2010 sur <http://www.commerceequitable.org>.

dans l'éditorial, a ainsi souligné le lancement d'« un nouveau chantier sur le développement durable afin d'assumer pleinement leurs responsabilités environnementales et de consolider ainsi leurs engagements de solidarité internationale » (Audebert et al., 2009 : 3). Par la suite, d'autres publications ont été produites à travers les deux premiers numéros *des Carnets de la Plate-Forme du Commerce Equitable*, qui témoignent des initiatives des membres de la PFCE en faveur de l'environnement (PFCE, 2009 ; PFCE, 2010). Enfin, lors du dernier Forum National du Commerce Equitable, en mai 2010, une des six conférences plénières était consacrée à « La chasse aux idées reçues » quant aux impacts négatifs qu'aurait le commerce équitable sur l'environnement (PFCE, INC, 2010). En élaborant une synthèse des documents cités ci-dessus, nous pouvons voir que les nouvelles pratiques environnementales des organisations françaises portent notamment sur l'évaluation des impacts environnementaux¹² puis sur la réduction de ceux-ci tout au long de la filière, dès la production au Sud¹³ et au Nord¹⁴ jusqu'à la distribution¹⁵, en passant par la logistique¹⁶.

Avec ces nouvelles pratiques, les organisations du commerce équitable doivent aussi faire face à de nouvelles pressions. En effet, en intégrant cette nouvelle responsabilité environnementale, ces organisations doivent démontrer et communiquer leur performance auprès des parties prenantes et notamment des consommateurs par de nouvelles garanties. Dans ses standards génériques, FLO Cert a introduit de nouveaux critères au niveau du principe de « développement environnemental »¹⁷ mais les exigences minimum sont peu nombreuses¹⁸ et la plupart sont classés dans des exigences de progrès.

De plus, ce principe s'adresse exclusivement aux organisations de producteurs (FLO Cert, 2009a), les incitant à une amélioration de leurs pratiques agricoles qui viendrait alourdir leurs dépenses de fonctionnement. Mais plus encore, cette situation exclut la prise en compte d'une quelconque responsabilité environnementale - et donc des

¹² Par exemples, Bilan et compensation Carbone pour Alter Eco ; Analyse de Cycle de Vie pour Ethiquable.

¹³ Notamment par le recours à une agriculture biologique que ce soit au niveau alimentaire (Jardin Bio) ou pour le coton (Monsieur Poulet). L'éco-conception des emballages (Guayapi Tropical) est aussi un exemple.

¹⁴ Dans le textile, le recours aux teintures et aux impressions écologiques (Ethos, Monsieur Poulet).

¹⁵ Par exemple, l'avènement des boutiques éco-conçues (Alter Mundi).

¹⁶ Notamment dans le cadre du transport et/ ou du stockage plus écologique (bateau pour Peau Ethique, barges pour Veja).

¹⁷ Le volet « Développement environnemental » comporte six domaines : Evaluation d'impact, planification et suivi ; Produits agrochimiques ; Déchets ; Sol et eau ; Feu ; Organismes Génétiquement Modifiés.

¹⁸ Sauf pour les Produits agrochimiques, où les exigences minimales sont nombreuses mais seraient atteignables par les organisations de producteurs ayant des structures et méthodes agricoles paysannes et traditionnelles, et ne disposant pas la grande majorité de revenus leur permettant d'acheter des substances agrochimiques.

exigences minimales ou au moins de progrès – et la pression à l'amélioration continue des autres opérateurs commerciaux de la filière labellisation (FLO Cert, 2009b) dont les opérateurs du commerce classique comme les grands distributeurs. Aucune mention n'est faite d'une exigence environnementale dans les standards génériques commerciaux qui se focalisent toujours sur le Prix Minimum Commerce Equitable. L'expression de « Commerce durable » qui y est utilisée ne correspond qu'à un engagement de partenariat à long terme (FLO Cert, 2009b). Toujours chez FLO Cert, au niveau des standards relatifs aux produits, il n'y a pas d'exigences environnementales supplémentaires¹⁹ demandées aux organisations de producteurs et notamment, aucune obligation de certification environnementale. Pour autant, de nombreuses organisations de la sphère de labellisation privilégient la juxtaposition des garanties par rapport aux deux dimensions du développement durable : sociale avec la « garantie équitable » et environnementale avec l'agriculture biologique.

Du côté de l'Organisation Mondiale du Commerce Equitable (OMCE ou WFTO en anglais) qui est porteur de la marque de reconnaissance organisationnelle, le *Fair Trade Organization* (FTO) dont bénéficie par exemple la Fédération Artisans du Monde, la réflexion est aussi avancée. En effet, depuis 2008, l'OMCE a lancé l'étude d'un nouveau standard, le *Sustainable Fair Trade Management System* (SFTMS), qui est censé remplacer le FTO. Le projet de standard est actuellement au stade de la troisième version, qui sera de nouveau soumise pour consultation et explication à toutes les parties prenantes externes. Dans la deuxième version de cette certification, l'environnement devint l'un des dix principes qui la composent et s'impose à toutes organisations qui y postulent : « le commerce équitable encourage activement de meilleures pratiques environnementales et l'application de méthodes responsables de production » (WFTO, 2009 : 5). De même, Yamana, autre membre historique de la PFCE, a introduit dans son référentiel pour la filière de tapis en provenance d'Afghanistan une vision de Responsabilité Sociale, au sens complet du concept, en complément de la logique uniquement commerce équitable du projet initial avec le label STEP.

Mais l'innovation dans les garanties viennent aussi d'acteurs en dehors du commerce équitable comme Bio Partenaire²⁰ et Ecocert²¹ - sur lequel s'appuie aussi Bio Partenaire - qui ont développé une charte pour l'un et le référentiel *ESR, pour des échanges Equitables, Solidaires et Responsables* pour l'autre.

¹⁹ Sauf pour l'extraction de l'or et le bois.

²⁰ Association Loi 1901, fondée en 2002, BIO PARTENAIRE (anciennement BIO EQUITABLE) réunit des PME du secteur biologique qui promeuvent l'alliance des valeurs de l'Agriculture Biologique et des principes du Commerce Equitable. Source accessible en janvier 2011 sur <http://www.biopartenaire.com/>.

²¹ ECOCERT est un organisme de contrôle et de certification, dont l'activité est à ce titre encadrée par les Pouvoirs Publics et la législation. Source accessible en janvier 2011 sur <http://www.ecocert.fr/>.

Ces deux référentiels intègrent les objectifs socio-économiques du commerce équitable en même temps que des critères de protection de l'environnement et de qualité biologique des produits. Ces deux initiatives s'adressent aux organisations. Bio Partenaire propose sa charte de façon globale à toutes organisations appartenant à la filière agrobiologique mais l'adapte en *Bio Equitable* pour les échanges Nord-Sud et en *Bio Solidaire* pour les échanges Nord-Nord. Ecocert propose son référentiel à « des opérateurs commercialisant ou ayant pour projet de commercialiser des produits issus de l'agriculture biologique et souhaitant valoriser leur implication dans une démarche équitable, solidaire et responsable » (Ecocert, 2010 : 5). Ces initiatives n'ont pas encore pu s'imposer dans le paysage du mouvement français. Pour autant, elles démontrent déjà tout le potentiel d'innovation possible en liant les projets de société que sont le commerce équitable et le développement durable. En tous les cas, ces nombreuses organisations du commerce équitable qui ouvrent la voie à cette convergence entre ces deux paradigmes ne pourraient être catégorisées strictement dans les modèles initiaux du commerce équitable qui se concentrent effectivement sur les pratiques spécifiques du commerce, sur la recherche de l'équité dans celui-ci et particulièrement sur une logique Nord-Sud (Mayer, Caldier, 2006).

L'intégration des dimensions environnementales dans le commerce équitable devrait donc s'amplifier à l'avenir et se retrouver à de multiples niveaux dans les pratiques et principes, aussi bien au niveau local au Nord ou au Sud, que dans les échanges Nord-Sud. En intégrant dans leur projet l'ensemble des dimensions du développement, les organisations du commerce équitable pourraient ainsi se replacer au cœur des débats actuels de société et mener leur objectif de sensibilisation du public.

Pour autant, l'alliance équitable et écologique n'est pas sans conséquence pour le développement du commerce équitable et de ses organisations qui pourraient faire face à de nouveaux enjeux liés au pilier environnemental, pouvant brouiller leurs messages initiaux portant sur la solidarité internationale, la justice sociale et l'iniquité du commerce international.

Commerce équitable et « écoloscepticisme »

Tout d'abord, ces organisations vont rencontrer, elles aussi, la montée de l'« écoloscepticisme » chez les Français²², englués dans les soucis conjoncturels de la crise économique et sociale. La dernière étude d'Ethicity (2010) observe une nette morosité : un recul de nos compatriotes à considérer le développement durable comme une nécessité (de 77% en 2009 à 71% en 2010) et à changer leurs comportements pour celui-ci (de 69% en 2009 à 60% en 2010), avec une primauté

²² Sur ce sujet, voir « L'écoloscepticisme gagne du terrain dans l'opinion », par Julie Chauveau, Les Echos, 1^{er} avril 2010.

aux comportements tournés vers les économies (en 2010, 76% réduisent leur consommation d'énergie et 75% celle de l'eau, ainsi que 14% qui déclarent acheter moins de produits durables).

Toujours selon cette étude, cette morosité a aussi comme cadre global, la défiance envers les grandes entreprises qui certes recule (48% de confiance en 2010 contre 37% en 2009) mais se concentre sur le « greenwashing », habillant de « vert » ces entreprises et leurs produits, sans réellement les engager à long terme. Selon l'étude menée par l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP) et l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME), ce recul pourrait s'expliquer par la conformité de 90% des 988 visuels liés à l'environnement visionnés, aux recommandations Développement durable (ARPP, ADEME, 2009). Pour autant, cette même étude admet un quintuplement de ces publicités en 3 ans qui pourrait être rapproché avec une lassitude de la part des Français que l'étude Ethicity (2010) souligne : 53% des Français ressentent qu'il y a trop de messages publicitaires sur la consommation durable.

Dans cette surexposition écologique, nous assistons actuellement à une opération commerciale et de communication d'envergure de la part des enseignes de grande distribution sur l'agriculture biologique, réduisant celle-ci à une guerre des prix. Ainsi, par exemples, Leclerc a lancé le site *lebiomoincher.com*, Auchan propose 50 produits Bio à moins d'un euros, alors que Leader Price mise sur le panier de 29 produits Bio le moins cher. La Fédération Nationale d'Agriculture Biologique (FNAB) tire la sonnette d'alarme dans leur communiqué du 19 juillet 2010²³ quant au risque de destruction d'une filière encore peu structurée et menaçant ainsi les producteurs du Nord, et encore plus ceux du Sud donc. La FNAB appelle notamment à un objectif de « juste prix » et de nouveaux rapports sociaux dans le commerce et l'économie ; des missions auxquelles les organisations du commerce équitable se sont engagées depuis longtemps...

Un autre enjeu inquiétant pour les organisations du commerce équitable utilisant un double labellisation, équitable et bio, sur leurs produits est la perte de repères des Français quant aux labels. Déjà, selon l'étude Ethicity (2010), 62% des Français ne sont pas sûrs de la qualité des produits durables. Et même, si 65% des Français font confiance aux produits portant un label de certification sociale et environnementale, ce chiffre est en constante baisse depuis 2006 où le taux a culminé à 79%. Surtout, pour 65% des Français, il y a trop de labels pour les produits labels. En plus de ce trop-plein, le consommateur a besoin d'informations et de temps pour intégrer ces connaissances. Or, c'est l'une des faiblesses majeures du commerce équitable qui a été soulignée par l'étude Ipsos (2008). Ainsi, selon cette étude, 57% des Français ayant entendu parler du commerce équitable jugent qu'ils disposent de trop peu

²³ « La bio, victime collatérale de la guerre commerciale entre géants de la grande distribution? », Communiqué de presse de la FNAB, Lundi 19 juillet 2010.

d'informations sur son fonctionnement réel, que ce soit au niveau de la production des produits, des revenus effectivement versés aux producteurs locaux ou de la traçabilité.

Avec l'intégration des problématiques environnementales et l'ajout d'une labellisation Bio, les organisations du commerce équitable doivent aussi sensibiliser, éduquer et informer les citoyens-consommateurs sur ces nouvelles notions et pratiques en plus de leur plaidoyer « traditionnel » sur la solidarité internationale, l'injustice du commerce international, l'état de pauvreté et des conditions de vie du Sud, etc. Pour les bénévoles et militants dans les boutiques Artisans du Monde, c'est de nouvelles formations et informations à intégrer et à expliquer aux citoyens-consommateurs lors des échanges pourtant primordiaux pour la Fédération comme le rappelle Malika Kessous, coordinatrice de la Boutique Paris 9^{ème} : « Des structures comme Artisans du Monde ont beaucoup bataillé pour que, quand on parle du volet commercial du commerce équitable, on associe obligatoirement le volet information et sensibilisation du commerce équitable. Informations sur les partenaires, sur le commerce international, sur les positions, enfin, sur les critères défendus par le commerce équitable. Ça c'est indiscutable ! Pour moi, le rôle fondamental du commerce équitable c'est d'amener les consommateurs à réfléchir non seulement sur les échanges Nord-Sud mais aussi sur la consommation²⁴ ». Du côté, des produits labellisés en grandes surfaces, l'étiquetage des produits, première source d'informations pour le consommateur, devrait donc évoluer. Mais sa surface est limitée pour intégrer autant d'informations et l'axe principal de communication, portant sur la garantie sociale de production (image, témoignage, données sur les producteurs du Sud), risque d'être dilué parmi tant d'autres arguments.

En intégrant pleinement dans son projet l'ensemble des dimensions du développement durable, le commerce équitable serait effectivement en train de basculer dans un quatrième âge de son histoire, qualifié de « durable ». Pourtant, à l'instar de Gendron, Palma Torres, Bisailon, (2009), nous devons nous interroger si cette l'institutionnalisation et cette adoption de nouvelles pratiques environnementales par certaines organisations du commerce équitable suffisent à dire que ce système d'échange alternatif contribue réellement au développement durable ?

Quid de la Responsabilité Sociétale des organisations du Commerce équitable ?

La Responsabilité sociétale, pourrait être une réponse à cette recherche de contribution effective des organisations du Commerce équitable à cet « autre » développement. Dans cet article, nous appréhendons la Responsabilité sociétale par la norme ISO 26000, qui en donne les lignes directrices pour toute organisation (ISO,

²⁴ Entretien mené avec Malika Kessous, Coordinatrice de la boutique Artisans du Monde, Paris 9^{ème}, le 8 novembre 2006.

2010). Cette norme, par son processus multipartite et par sa définition consensuelle de la responsabilité sociétale, peut servir d'assistance à ces organisations dans ce nouveau défi. En effet, le processus d'élaboration de cette norme, par son « approbation par « consensus », c'est-à-dire sans opposition notable, a produit un texte de compromis qui représente une avancée importante sur les concepts et la définition de la responsabilité sociale d'une organisation » (Capron, Quairel-Lanoizelée, Turcotte, 2011 : 8).

Ainsi, par la Responsabilité Sociétale, les organisations du Commerce équitable pourront mieux se revendiquer du développement durable car elle les aiderait d'abord à aller au-delà de l'institutionnalisation et à interroger la pertinence et la réalité de leur contribution. Pour cela, l'ISO 26000 a été rédigée à l'attention de tous types d'organisations pour gérer leur relation avec la société, leur donner un cadre de réponse aux grandes attentes sociétales actuelles et bien définir leur responsabilité sociétale. Par l'outil des questions centrales, la Norme ISO 26000 peut permettre de mettre à jour les principes et les critères du commerce équitable à l'aune de ce nouvel âge du commerce « durable ». Si nous nous référons à la Norme, l'**environnement** est traité que par une seule question centrale parmi les sept proposées.

Ainsi, toutes les six autres permettraient d'interroger la Responsabilité sociétale des organisations du commerce équitable et particulièrement par rapport à leur mission initiale du commerce équitable en faveur des producteurs. Ces six questions portent sur : une **gouvernance de l'organisation** plus démocratique respectant l'intérêt de parties prenantes ; la reconnaissance et le respect des **droits de l'Homme** qui sont des droits fondamentaux ; des **relations et des conditions de travail** socialement responsables, indispensables pour assurer la justice sociale, la stabilité et la paix ; une **loyauté des pratiques** permettant une conduite éthique des transactions entre une organisation et d'autres organisations ; des **questions relatives au consommateur** incitant l'organisation à lui proposer de bonnes pratiques de marketing et une consommation durable, et à prendre en compte sa santé, sa sécurité mais aussi son éducation au développement durable ; et enfin, une implication auprès des **communautés** au sein desquelles les organisations opèrent afin de contribuer au **développement local** (ISO, 2010). Les organisations qui s'en réclament pourraient alors approfondir chaque question centrale tout en veillant à une interdépendance entre elles et à une cohérence avec la responsabilité originelle du mouvement, celle envers les producteurs défavorisés du Sud.

En effet, pour Low et Davenport (2005), malgré cette mutation par le développement durable, le commerce équitable continuerait à avoir une « vue anthropocentrique », faisant de l'homme le centre et la fin de tout à travers le bien-être et la justice pour les producteurs du Sud, plutôt qu'une « vue écocentrique », ayant comme base prioritaire les problématiques environnementales. Citant les études effectuées par l'EFTA en 2004, les auteurs avancent que les consommateurs ne font pas d'amalgame entre commerce plus juste et problèmes environnementaux même s'ils y

sont aussi sensibles. De plus, le commerce équitable n'étant la panacée, il se concentrerait sur l'urgence socio-économique des producteurs et artisans du Sud qui sont dans une situation de survie et manque en premier lieu de l'essentiel (Diaz Pedregal 2006). Un essentiel qui ne nécessiterait donc pas forcément une intensification exponentielle des méthodes et rendements agricoles ; les ventes du commerce équitable n'étant non plus faramineuses même si elles augmentent fortement et sont facilement reportables sur de nouvelles organisations du Sud.

Une approche sociale dans le développement durable, apportée par le commerce équitable, serait effectivement utile afin de réconcilier les deux pendants inséparables de cet autre modèle de développement, l'Homme et la Nature, car les tendances récentes de la consommation engagée mettraient plus en exergue le côté « vert » des produits au détriment de leurs caractéristiques sociales (Strong, 1997) et comme nous l'avons vu précédemment dans le cas de la France. Ainsi, le commerce équitable serait un outil pour le développement durable pour ré-orienter la conscience des consommateurs à choisir les produits provenant du Sud en termes de provenance sociale, mais aussi afin d'aider les producteurs à choisir des techniques et des cultures qui respectent la nature tout en leur permettant de vivre dignement.

De plus, l'articulation globale entre commerce équitable et responsabilité sociétale, pour mieux contribuer au développement durable, permettra aussi aux organisations se réclamant de ce système d'échanges alternatif de mieux dialoguer avec les autres initiatives. Cela va d'abord permettre de faire face aux critiques de renfermement du commerce équitable sur lui-même dans un esprit de défense farouche de sa spécificité et de concurrence envers les autres initiatives contribuant au Développement durable (Gendron, Palma Torres, Bisailon, 2009). Mais cela donnera surtout l'opportunité de nouvelles stratégies d'alliance avec ces initiatives pour renforcer les exigences en matière de productions et de consommations socialement responsables. Le commerce équitable pourra alors continuer son innovation sociétale, en collaboration avec les autres initiatives contribuant au Développement durable, tout en réaffirmant leur expertise et leur mission initiale tournée vers les producteurs défavorisés du Sud.

CONCLUSION

Dans cet article, nous avons montré que le commerce équitable, par son institutionnalisation dans le développement durable, se trouve à une étape-clé de sa construction sociale, la quatrième, celle vers un « commerce durable ». Cette intégration du Développement durable se manifeste notamment par l'adoption de nouvelles pratiques et garanties environnementales de la part des organisations du commerce équitable. Pourtant, face à cette nouvelle responsabilité environnementale, ces acteurs doivent tenir compte d'une certaine lassitude du grand public qui se

développe notamment en France face à une surexposition de l'argument écologique. De plus, la logique environnementale ne peut prendre le pas mais doit se retrouver complémentaire avec la logique sociale et sociétale. En fait, pour démontrer pleinement leur contribution au développement durable et fédérer les acquis et pratiques innovants du commerce équitable, les organisations du commerce équitable doivent adopter une responsabilité sociétale. La Norme ISO 26000, qui en définit les lignes directrices, peut être un outil d'assistance pour ces organisations afin de s'ouvrir et de nouer des partenariats avec toutes les initiatives œuvrant pour le Développement durable.

La Responsabilité sociétale permettra surtout d'amplifier leur responsabilité initiale, envers les producteurs défavorisés du Sud ; la figure de ces derniers tendant à s'estomper au détriment de la Nature ou d'autres acteurs comme les consommateurs. En effet, de plus en plus, le consommateur, autre maillon majeur du commerce équitable par son acte éthique et politique d'achat de produits équitables, devient le centre de tous les regards, aussi bien des chercheurs (Ozcaglar-Toulouse, 2005 ; Cailleba, Casteran, 2010) que des acteurs (Alter Eco, 2005 ; Ipsos, 2008). Et dans une vision de plus en plus verticale, à la fin de la filière, en bout de chaîne, le producteur suscite l'intérêt en termes d'étude d'impacts (Alter Eco, 2002 ; Artisans du Monde, 2004) afin de prouver le lien de causalité entre acte du consommateur d'une part et amélioration des conditions de vie du producteur d'autre part, le tout grâce au soutien des organisations du commerce équitable. « Bien plus que la figure du consommateur, c'est l'acte de consommation qui est au centre du processus de changement » (Diaz Pedregal, 2007 : 101).

Un défi majeur d'une responsabilité sociétale des organisations du commerce équitable serait alors, dans cette « vue anthropocentrique », de revenir à inverser cette place du producteur ou encore mieux, à reboucler la boucle pour faire du producteur, le **début** (ses besoins, ses conditions sociales défavorisées pour définir les termes de l'échange), la **fin** (impacts réels au Sud en termes de développement) mais surtout le **centre** (partie prenante prioritaire pour tous les acteurs de la filière et pour tous les objectifs du développement durable, décideur du mouvement et de son développement aussi bien au Nord qu'au Sud et non un simple partenaire commercial) de tout le processus d'un « commerce durable », quatrième étape du commerce équitable. Le rapport Brundtland est formel : « même au sens le plus étroit du terme, le développement soutenable présuppose un souci d'équité sociale entre les générations, souci qui doit s'étendre, en toute logique à l'intérieur d'une génération » (CMED 1988 : 51). De même, Igalens et Joras (2002) nous rappellent que: « les êtres humains sont au centre des préoccupations relatives au développement durable » (2002 : 23). Pour le commerce équitable, ces « êtres humains » devraient toujours être les producteurs car sa logique originelle est « de mettre l'échange commercial au service des individus qui le réalisent, c'est-à-dire de soumettre le commerce aux nécessités sociales des populations humaines » (Diaz Pedregal, 2007 : 192).

RÉFÉRENCES

- AFNOR - Commission de Normalisation AFNOR X230 "Commerce équitable", 2006. *Document AFNOR X50-340 : Les critères applicables à la démarche de commerce équitable*, Paris : AFNOR.
- Aggeri F., Godard O., 2006. Editorial : Les entreprises et le développement durable, *Entreprises et Histoire*, 45 : 6-20.
- Allemand S., 2007. Les paradoxes du développement durable, Paris : Le Cavalier Bleu.
- Alter Eco, 2002. *Etude d'impact du commerce équitable au Sri Lanka*, Paris : Alter Eco, http://www.altereco.com/fr/alter-mediatheque_page_71_etudes.html.
- Alter Eco, 2005. *2002-2005, Les consommateurs français et le Commerce Equitable*, Paris : Alter Eco.
http://www.altereco.com/fr/alter-mediatheque_page_71_etudes.html
- Artisans du Monde. 2004, *Etude de l'impact de 25 ans commerce équitable sur les producteurs du Sud partenaires d'Artisans du Monde*, Paris : Fédération Artisans du Monde
<http://www.artisansdumonde.org/commerce-equitable/impact-commerce-equitable/impact-au-sud.html>.
- Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité, Agence de l'Environnement et de Maîtrise de l'Energie, 2009. *Bilan 2009, Publicité et Environnement*, Paris : ARPP, <http://www.arpp-pub.org/Etudes.html>.
- Audebert P., Bigirimana F., Malandain E., 2009. *Commerce équitable et Environnement : une alliance pour un développement durable*, Paris : PFCE, www.commerceequitable.org.
- Bowen B, 2001. Let's go Fair, in European Fair Trade Association (Eds), *Mémento du Commerce équitable 2001* (p.15-45), Maastricht : EFTA.
- Cailleba P., Casteran H., 2010. Le consommateur « équitable », cet inconnu, *Actes du VIIIème colloque francophone sur le risque Oriane*, 23-24 septembre, Bayonne, France.
- Capron M., Quairel-Lanoizelée F., 2004. *Mythes et réalités de l'entreprise responsable*, Paris : La Découverte.
- Capron M., Quairel-Lanoizelée F., Turcotte M.-F., 2011, « Introduction », in Capron M., Quairel-Lanoizelée F., Turcotte M.-F., sous la dir. de, *ISO 26000 : une norme « hors norme »*, Paris : Economica (pp.5-15).

- Commission Mondiale sur l'Environnement et le Développement, 1988. *Notre avenir à tous*, Montréal : Les publications du Québec.
- Diaz Pedregal V., 2006. Le commerce équitable : un des maillons du développement durable ?, *Revue Développement Durable et Territoires*, Dossier 5, <http://developpementdurable.revues.org/document1644.html>.
- Diaz Pedregal V., 2007. *Le commerce équitable dans la France contemporaine : Idéologies et pratiques*, Paris : L'Harmattan.
- Ethicity, 2010. *Les Français et la consommation responsable*, www.ethicity.net.
- FLO Cert, 2009a, *Standards génériques du commerce équitable pour les organisations de petits producteurs*, <http://www.fairtrade.net/standards.html>.
- FLO Cert, 2009b. *Standards génériques commerciaux du commerce équitable*, <http://www.fairtrade.net/standards.html>.
- Gendron C., Bisailon V., Otero A. I., 2006. L'institutionnalisation du commerce équitable : au-delà d'une forme dégradée d'une action sociale, *Les Cahiers de la chaire de responsabilité sociale et de développement durable de l'ESG - UQAM*, Collection Recherche, N° 11-2006, Québec.
- Gendron C., Palma Torres A., Bisailon V., sous la dir. de, 2009, *Quel commerce équitable pour demain ? Pour une nouvelle gouvernance des échanges*, Paris : Editions Charles Léopold Mayer.
- Granovetter M., 1985, Economic Action and Social Structure: The problem of Embeddedness, *American Journal of Sociology*, 91(3): 481-510.
- Igalens J., Joras M., 2002. *La responsabilité sociale de l'entreprise, Comprendre, rédiger le rapport annuel*, Paris : Ed. d'Organisation.
- ISO, ISO/TMB Groupe de Travail sur la Responsabilité Sociétale, 2010. *NF ISO 26000 : Lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale*, Novembre, La Plaine Saint-Denis : AFNOR.
- Ipsos, 2008. *L'opinion et les pratiques des Français en matière de commerce équitable*, <http://www.ipsos.fr>.
- Le Velly R., 2006. Le commerce équitable : entre variété des marchés, figure du marché et forces du marché, in Lazuech. G., Moulevrier P. (Eds), *Contributions à une sociologie des conduites économiques*, Paris : L'Harmattan.
- Low W., Davenport E., 2005. Postcards from the Edge: Maintaining the « Alternative » Character of Fair Trade, *Sustainable Development*, 13: 143-153.
- Mayer S., Caldier J.-P., 2006. *Le guide de l'économie équitable*, Paris : Fondation Gabriel Peri.
- Ozcaglar-Toulouse N., 2005. *Apport du concept d'identité à la compréhension du comportement du consommateur responsable : une application à la consommation*

des produits du commerce équitable, Thèse de Doctorat en sciences de Gestion, ESA, Université Lille 2.

Plate-Forme pour le Commerce Equitable, 2009. Commerce équitable et environnement, *Les Carnet de la Plate-Forme du Commerce Equitable*, 1, septembre, www.commerceequitable.org.

Plate-Forme pour le Commerce Equitable, 2010. Commerce équitable et Changements climatiques, *Les Carnet de la Plate-Forme du Commerce Equitable*, 2, avril, www.commerceequitable.org.

Plate-Forme pour le Commerce Equitable, Institut National de la Consommation, 2010. *Actes des conférences du 5ème Forum du Commerce Equitable*, 8-9-10 mai, Lille, France, www.commerceequitable.org.

Ramonjy D., 2009. Ethique et Responsabilité Sociale des Organisations du Commerce équitable, *Revue Management & Avenir*, 29 : 71-90.

Strong C., 1997. The role of fair trade principles within sustainable development, *Sustainable Development*, 5: 1-10.

Vandame R., Touzard J.-M., Lombard N., Martinet A., 2008. Le commerce équitable dans la filière miel en Mésoamérique : de la survie des producteurs à l'incubation du développement durable, *Actes du 3ème Colloque International sur le Commerce Equitable*, 14-15-16 mai, Montpellier, France.

World Fair Trade Organization, 2009. *Sustainable Fair Trade Management System, Draft Two*, <http://www.wfto.com>.