



HAL
open science

Le commerce équitable, de quoi parle-t-on?

Aurélie Carimentrand

► **To cite this version:**

Aurélie Carimentrand. Le commerce équitable, de quoi parle-t-on?. Qualithique, 2013, 242, pp.16-27.
halshs-00925930

HAL Id: halshs-00925930

<https://shs.hal.science/halshs-00925930v1>

Submitted on 27 Aug 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Le commerce équitable, de quoi parle-t-on ?

Qualithique, 2013, pp.16-27

Par Aurélie Carimentrand

Le commerce équitable est apparu après la fin de la Seconde Guerre mondiale. Il s'inscrit alors dans le cadre de mouvements religieux qui opèrent des actions de charité au profit de populations victimes de chocs économiques, politiques ou écologiques dans les pays en développement. En France, le mouvement débutera au début des années soixante-dix avec l'Abbé Pierre. Il est initié pour venir en aide aux communes du Bangladesh affectées par des inondations. Très vite la logique caritative sera remplacée ou parfois accompagnée par une logique politique de contestation des règles du commerce international. La thèse de la dégradation des termes de l'échange entre pays du Nord et pays du Sud, soulignant que les exportations de produits primaires des pays du Sud permettent d'obtenir une valeur relative de plus en plus faible par rapport aux importations en provenance des pays du Nord. Les pays du Sud connaissent donc une dégradation de leur situation en raison de la baisse de leur pouvoir d'achat. A cette dégradation s'ajoute l'instabilité des prix des produits exportés. Ces deux phénomènes conjugués conduisent alors à une détérioration du niveau de vie des producteurs des pays du Sud. Dans une telle perspective, le commerce équitable vise à développer l'idée que les producteurs des pays du Sud doivent obtenir une juste rémunération pour leur production.

A partir des années quatre-vingt le mouvement du commerce équitable connaît une relative expansion, qui s'accroîtra encore dans les années quatre-vingt-dix. Parallèlement à son développement économique se produit un changement de logique : le commerce équitable passe d'une logique de distribution dans des réseaux spécialisés à une logique de plus en plus forte de distribution dans des circuits conventionnels tels que les super et hypermarchés. Ce changement de logique est associé à la certification des produits équitables avec l'apparition des organismes certificateurs, tels que Max Havelaar, et l'engagement des firmes multinationales de la grande distribution pour ce type de produits.

Même s'il reste marginal par rapport aux flux commerciaux d'ensemble, le commerce équitable a connu un succès marqué depuis la fin des années quatre-vingt dix, quoique érodée depuis le début de la crise économique des années 2008 et suivantes.

Depuis les premières formes de commerce alternatif, le commerce équitable a connu de nombreuses transformations. Un des aspects les plus marquants de cette évolution concerne, avec le changement d'échelle de ce type de commerce, l'émergence puis le développement de processus de certification des produits du commerce équitable. Ces processus participent à une transition de la régulation publique vers de nouveaux schémas de régulation privée qui s'observe aussi à travers d'autres types de standards et d'audit. Bien qu'ils souscrivent tous à l'objectif « de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial », les acteurs du commerce équitable sont extrêmement divers. Il s'agit en premier lieu de distinguer le « mouvement équitable » des « réseaux équitables ». Le premier désigne un large mouvement d'ambition politique et de portée internationale, qui cherche à modifier les règles du commerce conventionnel au profit des pays les plus pauvres. Les seconds sont

des systèmes de commercialisation, mis en place de façon à offrir de meilleures conditions aux producteurs du Sud. Bien que ces réseaux, ou filières, soient eux-mêmes extrêmement variés le long d'un continuum opposant un pôle militant à un pôle stratégique¹, une grande partie des produits équitables (café, cacao, thé, bananes, coton.....) est issue du système de labellisation développé par la Fairtrade International (ex-FLO) à partir du modèle du label Max Havelaar apparu en 1988 aux Pays-Bas pour la commercialisation du café d'une coopérative mexicaine. Au-delà de la dichotomie qui oppose les filières spécialisées et les filières labellisées, on observe aussi qu'une multitude de filières « hybrides » se sont développées au sein du commerce équitable, avec des spécificités nationales plus ou moins marquées. Des organisations du commerce alternatif ont évolué vers des formes plus commerciales tandis que sont apparues des formes hybrides, qui ne font pas appel aux circuits dominants ni aux labels de qualité mais sont néanmoins pilotés par une logique marchande.

Quel modèle organisationnel pour les filières du commerce équitable ?

De façon schématique, quatre formes de filières différentes peuvent être distinguées : les filières spécialisées, organisées en réseaux alternatifs, les filières labellisées Max Havelaar, au sein desquelles opèrent des acteurs non spécialisés, les filières labellisées par d'autres acteurs que l'association Max Havelaar, et enfin les filières hybrides.

- Les filières spécialisées sont constituées par des acteurs spécialisés dans le commerce équitable. Ces filières sont organisées en réseaux alternatifs militants et relient des producteurs du Sud à des organisations du Nord spécialisées dans l'importation et la distribution de produits du commerce équitable. Les produits qui transitent le long de ces filières sont majoritairement distribués dans des magasins spécialisés, les plus connus en France étant ceux de la fédération « Artisans du Monde ». Ces magasins concilient un objectif de sensibilisation des consommateurs à un objectif de vente. La plupart des initiatives de commerce équitable menées par des organisations spécialisées dans le commerce équitable sont coordonnées au sein de réseaux d'acteurs adhérant à un même référentiel (charte, cahier des charges...), par exemple la Plate-Forme pour le Commerce Equitable (PFCE) en France. Au niveau international, les organisations spécialisées dans le commerce équitable sont regroupées au sein de l'organisation mondiale du commerce équitable (WFTO, anciennement IFAT) et de ses cinq bureaux régionaux (Europe, Pacifique, Afrique, Asie, Amérique Latine). Outre le logo WFTO, cette organisation travaille depuis 2007 à la mise en place d'un « système de gestion durable du commerce équitable » (SFTMS) dont le respect permettra l'obtention d'un label « certifié commerce équitable » pour l'ensemble des produits de la structure audité, notamment dans le domaine de l'artisanat.
- Les filières « labellisées » Max Havelaar. Au niveau mondial, les ventes de produits équitables dans les grandes et moyennes surfaces de distribution représentent plus des deux tiers du chiffre d'affaire total du commerce équitable. La création du label Max Havelaar, puis de labels concurrents, a largement contribué au développement des produits du commerce équitable via leur diffusion dans les grandes et moyennes surfaces de distribution. Ainsi, la

¹ Sur cette typologie voir les travaux menés par la Plate-forme du commerce équitable et Institut d'Etudes sur le développement économique et social en 2009. « Les réseaux d'acteurs du commerce équitable. Exemple de l'Île de France ».

mise a disposition de ce type de produits dans les points de vente habituels des consommateurs a permis de faire augmenter considérablement la notoriété et les ventes des produits équitables. En même temps, ce mode de diffusion a permis aux entreprises conventionnelles de distribution de s'associer à la démarche équitable et de revendiquer leur responsabilité sur ce créneau de produits. Le système Max Havelaar est assimilable à un système de licence soumis à des droits de marque. Il est accompagné d'un contrôle du respect des standards de commerce équitable définis au niveau international par Fairtrade International (anciennement FLO pour Fairtrade Labelling Organizations). Les initiatives nationales membres de FLO délivrent à des importateurs et des transformateurs (majoritairement non spécialisés dans le commerce équitable) le label Max Havelaar. En fait, FLO est composée de deux unités : une unité de soutien aux producteurs et un organisme certificateur, l'entreprise de droit allemand FLO-Cert. Le label Max Havelaar est apposé sur des produits certifiés par FLO-Cert (cas des fruits frais ou des ballons de sport par exemple) ou bien sur des produits finis qui utilisent comme intrants des produits certifiés par FLO-Cert (cas des textiles à base de coton équitable, des bijoux fabriqués avec de l'or « du commerce équitable et d'extraction équitable » ou encore du chocolat). Le système de labellisation Max Havelaar correspond en fait à un nœud de contrats entre les différentes parties-prenantes et repose sur le paiement de droits de marque. Les producteurs inscrits au registre du commerce équitable tenu par FLO, les opérateurs autorisés et FLO. Les producteurs signent un « contrat producteur » avec FLO. De même, les importateurs signent un « contrat importateur » avec FLO et enfin, les concessionnaires signent un contrat de licence avec l'initiative nationale dont ils dépendent. Dans le cas d'une tablette de chocolat commercialisée dans une grande surface de distribution française avec le label Max Havelaar, le marquage de ce produit signifie que la tablette de chocolat a été élaborée à partir de fèves de cacao cultivées par une organisation de producteurs inscrite au registre FLO. Ces fèves ont ensuite été importées et transformées par un opérateur autorisé par FLO et concessionnaire du label auprès de l'association Max Havelaar France. Le concessionnaire du label peut être l'importateur, le transformateur ou le distributeur, sachant que de nombreuses entreprises cumulent ces différents métiers. La certification Max Havelaar, initialement réservée aux organisations de petits producteurs, peut aussi bénéficier aux travailleurs des plantations ainsi qu'aux agriculteurs sous contrat, ce qui suscite de vives réactions au sein du mouvement. En 2011 les ventes de produits équitables labellisés Fairtrade Max Havelaar ont totalisé 4,9 milliards d'euros dans le monde et 315 millions en France. Sur le marché français, il existe environ 3 600 produits labellisés Fairtrade Max Havelaar commercialisés par 226 entreprises².

- Trois types de labels privés alternatifs au label Max Havelaar se sont développés ces dernières années. Le premier type de label a été créé par des entrepreneurs du secteur de l'agroalimentaire biologique, par exemple le label Bio Equitable de l'association française Bio Partenaire ou le label Main dans la Main de l'entreprise Rapunzel. Le deuxième type de label a été conçu par des organismes certificateurs spécialistes de l'agriculture biologique, par exemple le label Ecocert Equitable en France ou encore le label Fair for life d'IMO en Suisse. Enfin, le troisième type de label a été promu par des ONG en concertation avec des

² Sources : Max Havelaar France. Chiffres pour 2011.

multinationales de l'agroalimentaire et de la distribution, par exemple le label Utz Certified (ex Utz Kapeh) ou encore le label Rainforest Alliance. Cette dernière catégorie de labels, bien que souvent confondue avec les labels de commerce équitable, doit plutôt être classée dans la catégorie des labels de commerce éthique³. Dans ce contexte de prolifération de labels parallèles qui se disputent la préférence des consommateurs, le paradoxe majeur du commerce équitable, créé pour échapper aux lois de la concurrence par les prix, est qu'il se voit plongé dans une logique concurrentielle autour de ses propres valeurs et principes.

- Les filières « hybrides » rassemblent des importateurs spécialisés et des distributeurs non spécialisés et se situent donc entre les catégories précédentes, d'où leur appellation de filières hybrides. Elles utilisent le label Max Havelaar (voire le label ESR) mais font appel à des importateurs spécialisés. Pour la France, les produits des marques Ethiquable, Alter Eco et Jardin Bio-équitable correspondent à ce type de filière.

Quelle définition pour quel commerce équitable ?

La définition du commerce équitable constitue, elle-même, un enjeu pour le développement du commerce équitable. Elle délimite les contours des pratiques et, partant légitime une « bonne manière » de pratiquer le commerce équitable. Depuis une quinzaine d'années, les débats sur la définition du commerce équitable s'intensifient sous la pression de trois facteurs. Premièrement, de nouveaux entrants bouleversent les frontières du champ : la certification permet à des entreprises issues du commerce conventionnel d'engager une partie de leur activité dans le commerce équitable; parallèlement, l'État accroît son implication dans le champ et participe à sa régulation. Deuxièmement, ces nouveaux entrants ont permis une croissance du secteur. Troisièmement, la croissance du secteur s'est accompagnée d'une intensification de la concurrence entre acteurs, d'une professionnalisation et d'une institutionnalisation du mouvement. Ces trois tendances ont conduit à deux mouvements conflictuels. D'une part, des initiatives ont tenté de rallier la diversité des acteurs derrière une définition commune du commerce équitable. Les organisations supranationales du commerce équitable se sont entendues sur une définition consensuelle (le consensus de FINE en 2001).

Encadré 1 : Définition du commerce équitable selon le consensus de FINE (2001)

Le commerce équitable est un partenariat commercial fondé sur le dialogue, la transparence et le respect, qui vise à une plus grande équité dans le commerce international.

Il contribue au développement durable en proposant de meilleures conditions d'échanges et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés, en particulier dans le Sud.

Les organisations du commerce équitable (soutenues par les consommateurs) s'engagent 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.

³ PFCE (2011) Guide des labels du commerce équitable. Etude comparée avec d'autres labels éthiques (Paris : Plate-forme du commerce équitable), 90 pages.

D'autres acteurs ont essayé de produire une définition commune : l'État a légiféré, en 2005 ; l'AFNOR a publié un accord, en janvier 2006. Un tel objectif de rassemblement implique un rapprochement des acteurs autour d'une position médiane – ou du moins, ayant l'apparence de la neutralité. D'autre part, cette définition consensuelle, précisément parce qu'elle est consensuelle, tend à masquer les enjeux du champ ; ou plus exactement, elle tend à faire des enjeux de certains les enjeux de tous. Cette position n'est pas tenable pour les acteurs qui en sont les plus éloignés. Ils font défection et proposent des définitions alignés sur leurs propres engagements. Autrement dit, les enjeux de la définition du commerce équitable objectivent une ligne de partage entre les différentes manières de pratiquer le commerce équitable.

En la France, la première définition légale du commerce équitable a été adoptée par l'article 60 de la loi n°2005-882 « en faveur des petites et moyennes entreprises », le 2 août 2005. Suite au vote de cette loi, une commission nationale du commerce équitable (CNCE) a été créée via le décret d'application n°2007-986 du 15 mai 2007. Elle a été installée officiellement le 22 avril 2010 par les secrétaires d'Etat chargés de l'écologie et du commerce. Son rôle est de reconnaître officiellement les organismes du commerce équitable au regard d'un référentiel de six critères décrits par l'article 6 du décret d'application (encadré 2 et 3).

Encadré 2 - Article 60 de la loi n°2005-882 du 2 août 2005 :

- I – Le commerce équitable s'inscrit dans la stratégie nationale de développement durable.
- II – Au sein des activités du commerce, de l'artisanat et des services, le commerce équitable organise des échanges de bien et de services entre des pays développés et des producteurs désavantagés situés dans des pays en développement. Ce commerce équitable vise à l'établissement de relations durables ayant pour effet d'assurer le progrès économique et social de ces producteurs.
- III – Les personnes physiques ou morales qui veillent au respect de ces conditions définies ci-dessus sont reconnues par une commission dont la composition, les compétences et les critères de reconnaissance des personnes précitées sont définis par décret en Conseil d'État.

Encadré 3 : Article 6 du décret n°2007-986 du 15 mai 2007 pris pour l'application de l'article 60 de la loi n° 2005-882 du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises et relatif à la reconnaissance des personnes veillant au respect des conditions du commerce équitable :

- Pour reconnaître les personnes physiques ou morales qui veillent au respect des conditions du commerce équitable, la commission se fonde sur les critères suivants :
- I. - Objectif : la personne physique ou morale a pour objectif, dans le respect des principes du développement durable, de permettre aux producteurs défavorisés des pays en développement d'améliorer leurs conditions de vie, et aux organisations de producteurs de renforcer leur capacité d'action et de négociation vis-à-vis des marchés et des pouvoirs publics.
- II. - Indépendance : la personne physique ou morale qui sollicite la reconnaissance veille au respect des conditions du commerce équitable, à l'exclusion de toute activité de production, de

transformation ou de distribution de produits ou de services marchands relevant du commerce équitable. L'activité de la personne physique ou morale qui sollicite la reconnaissance comporte des actions d'information et de sensibilisation du public aux enjeux du commerce équitable.

III. - Transparence : la personne physique ou morale qui sollicite la reconnaissance met à la disposition de toute personne qui en fait la demande l'ensemble des informations relatives à son mode de fonctionnement, concernant notamment les modalités de contrôle et de prise de décision suite aux contrôles du respect des conditions du commerce équitable.

IV. - Présence auprès des producteurs dans les pays en développement : la personne physique ou morale veille à l'existence d'un système de contrôle effectif du respect des conditions du commerce équitable, y compris dans les pays où sont situés les producteurs. Ce contrôle porte sur la structure de l'organisation des producteurs, sur son caractère démocratique, et sur la transparence de la gestion des revenus générés par le commerce équitable, en vue d'atteindre les objectifs de développement économique, social et environnemental.

V. - Contrôles effectués auprès des importateurs : la personne physique ou morale veille au respect par les importateurs de conditions minimales relatives au prix d'achat, à la continuité des commandes et à leur préfinancement.

VI. - Accompagnement et sensibilisation : la personne physique ou morale veille à l'existence de prestations d'accompagnement des producteurs, visant à les renforcer dans leurs compétences techniques et économiques, dans leur organisation et dans leur capacité d'action et de négociation vis-à-vis des marchés et des pouvoirs publics, et de prestations de sensibilisation du public aux enjeux du commerce équitable.

A travers la loi de 2005, le commerce équitable est défini exclusivement comme un commerce international entre des pays différemment positionnés sur l'échelle du développement. Autrement dit, la loi française ne reconnaît pas le commerce équitable régional, qu'il soit Nord-Nord ou Sud-Sud. Plusieurs acteurs – Minga, Bio Equitable ou encore Breizh Ha Breizh – ont fortement critiqué cette approche « tiers-mondiste » et militent pour un commerce équitable partout et pour tous. On peut aussi noter que si un accord de l'AFNOR a bien été publié en janvier 2006 (AC X50-340), la création d'une norme officielle pour le commerce équitable a bel et bien été abandonnée en France suite à l'échec des négociations, ce qui témoigne des tensions entre les différentes manières de concevoir et de faire du commerce équitable.

Quelles frontières pour le commerce équitable aujourd'hui ? Etat des lieux des produits et de la géographie actuelle du commerce équitable

Si le produit emblématique du commerce équitable reste le café, il n'en demeure pas moins que le commerce équitable concerne une large gamme de produits aux caractéristiques diverses, couvrant de nombreux secteurs d'activité et proposés par des acteurs très variés. Historiquement, les produits concernés par le commerce équitable ont été l'artisanat, puis certains produits alimentaires avant de concerner de nouveaux produits, comme le textile et le bois, mais aussi des services avec le tourisme notamment. Initialement destiné aux populations en difficultés, aux producteurs marginalisés et aux organisations de producteurs des pays dits du Sud, le commerce équitable bénéficie aussi aujourd'hui à la main d'œuvre salariée de certaines plantations et à des producteurs sous contrats.

Avec la montée en puissance du commerce équitable local, la délimitation traditionnelle de la géographie des produits équitables a elle aussi volé en éclat. Traditionnellement réservé aux produits d'exportation traditionnelle des pays du « Sud » (café, cacao, sucre...), le commerce équitable semble en passe de s'étendre à tous les produits dont la situation des producteurs justifieraient la mise en place de partenariats de commerce équitable

Au regard de cette triple évolution du périmètre des produits équitables, on peut donc se demander si tous les produits peuvent aujourd'hui se décliner dans une version équitable ou bien s'il existe-il des produits exclus de ce périmètre. Pourquoi certains produits pourraient-ils être « équitables » et d'autres non ?

➤ **Quels produits pour le commerce équitable ?**

Le café représente les plus gros volumes de vente du commerce équitable et depuis l'image du producteur diffusée par Max Havelaar sur son ancien logo, le commerce équitable est généralement associé au café. Toutefois, les premiers produits concernés par le commerce équitable étaient des produits artisanaux. Il s'agissait de l'artisanat propre aux populations auxquelles les organisations du commerce équitable souhaitaient venir en aide, comme les fameux coussins à épingle fabriqués par des réfugiés chinois à Hong Kong et commercialisés par Oxfam en Grande-Bretagne ou encore les produits du Bangladesh commercialisés par Artisans du Monde à ses débuts. Les filières dites intégrées, ou spécialisées, restent marquées par cette spécificité face aux filières dites « labellisées », qui concernent surtout l'agro-alimentaire. Cette orientation vers l'agro-alimentaire peut s'expliquer par les préoccupations des ONG de solidarité internationale fondatrices des associations Max Havelaar, tant aux Pays-Bas qu'en France, d'offrir un débouché aux organisations des producteurs agricoles avec lesquelles elles coopéraient. Avec la création du label Max Havelaar, l'alimentaire a pris une place croissante puis dominante dans le commerce équitable. En 2007, toutes filières confondues, les produits alimentaires représentaient près des trois quarts du chiffre d'affaire en commerce équitable en France, soit 179 millions d'euros (MAE, 2008). La certification de nouveaux produits d'origine agricole ou minière non alimentaires comme le coton/textile, l'or ou les cosmétiques, tend toutefois à rééquilibrer les parts de marché entre alimentaire et non alimentaire au sein du commerce équitable. Les études commanditées par le MAE (2006 ; 2008) permettent de suivre l'évolution des parts de marché des différents produits. L'extension de la palette de choix de produits équitables est liée tant au développement de nouvelles filières intégrées par les organisations du commerce équitable qu'au développement de nouveaux standards par les filières labellisées. Si le commerce équitable a été initialement réservé aux artisans et aux organisations de producteurs, l'évolution de la définition des bénéficiaires du commerce équitable avec l'inclusion des travailleurs (main d'œuvre salariée des plantations notamment) puis des producteurs sous contrat, a permis d'élargir la gamme de produits certifiés (thé, ballons de sport, roses, bois...).

Au sein des filières intégrées, l'ensemble des produits que les organisations de commerce équitable décident de vendre peuvent devenir des produits équitables, si tant est que leur production respecte les principes de commerce équitable que se sont fixées ces organisations. Au sein de ces filières la logique de certification des organisations l'emporte sur la logique de certification des produits, bien que cette dernière puisse aussi être utilisée en parallèle pour certains produits. En ce qui concerne la filière intégrée, et plus particulièrement la filière Artisans du Monde en France, elle commercialise à la fois des produits artisanaux (environ 1200 références : bijoux, décoration,...), des produits

alimentaires (145 produits) et des produits de beauté avec la gamme Natyr (35 produits). Le tourisme équitable fait aussi partie de l'offre des filières intégrées. Au sein des filières labellisées, les produits deviennent équitables via la certification et non plus via leur distribution dans un réseau de vente spécialisé. Certains référentiels de certification sont généraux alors que d'autres sont en partie rédigés par produit, ce qui exclut les produits pour lesquels les standards n'ont pas été conçus. Par exemple, le référentiel équitable ESR d'Ecocert s'applique à l'ensemble des « produits agricoles, denrées alimentaires, produits cosmétiques ou textile » (Ecocert, 2010). Par contraste, les standards de FLO-Fairtrade International (Max Havelaar) sont en partie spécifiques aux produits concernés. Pour chaque produit, ils comprennent trois types de standards : des standards génériques pour les producteurs, qui s'appliquent soit aux organisations de petits producteurs, soit à la main d'œuvre salariée, soit aux producteurs sous contrat ; des standards génériques commerciaux qui s'appliquent aux relations entre les producteurs et les acheteurs, et des standards spécifiques aux produits. Les standards spécifiques aux produits permettent à la fois de préciser la description du produit et les normes de qualité attendues et d'ajouter des exigences lorsqu'il existe des risques particuliers. La gamme des produits labellisés Max Havelaar est contrainte par l'existence de standards correspondants au sein de la fédération internationale FLO. Initialement créé pour le café, ce label a été étendu à de nombreux produits grâce à l'action des organisations nationales membres de FLO. En effet, ce sont ces organisations qui prennent l'initiative de créer de nouveaux standards. Les filières coton et quinoa labellisées Max Havelaar ont ainsi été créées suite à l'étude financée par l'association Max Havelaar France. Récemment, des standards pour l'or et le bois ont été inclus au côté du café, du thé, du cacao, des bananes, des herbes et épices... La label Max Havelaar concerne actuellement des produits alimentaires et diététiques, avec les fruits équitables (fruits frais - par exemple bananes, mangues, ananas, oranges..., fruits secs, par exemple dattes, mangues, bananes, ...- fruits confits, desserts - par exemple les compotes, jus de fruits, confitures, boissons...); des produits d'épicerie équitables (café, thé, chocolat, sucre, biscuits, produits à tartiner, glaces, huile, riz, quinoa, fonio, épices, compléments alimentaires), des produits de bien-être (cosmétiques, soins du corps, maquillage, huiles essentielles, coton hydrophile), le textile et mode : mode éthique (vêtements pour homme, femme, enfant, lingerie, soieries et accessoires) et coton équitable pour un usage professionnel (uniformes professionnels, tee-shirts et sacs promotionnels) ainsi que les fleurs coupées. Certains produits ont eu des difficultés à être admis dans le périmètre des produits équitables ou en sont toujours exclus et ce pour des questions d'image, quand bien même la situation des producteurs pourrait justifier leur inclusion. Si l'introduction des métaux précieux comme produits du commerce équitable semble en bonne voie avec le lancement en 2010 par FLO des « standards du commerce équitable et de l'extraction équitable pour l'or issu de l'activité minière artisanale et à petite échelle, métaux précieux associés inclus », il reste beaucoup de chemin à parcourir pour les produits miniers.

➤ **Quelle géographie pour le commerce équitable ?**

La question d'une évolution vers un concept élargi de commerce équitable se pose aujourd'hui de façon évidente. L'échec de la commission de normalisation du commerce équitable à produire une norme officielle illustre pourtant les divergences de positions entre les acteurs du commerce équitable sur la dimension de cette pratique. Certains acteurs du commerce équitable français, notamment les plus radicaux (Minga, Breizh Ha Reizh) mais aussi des acteurs plus modérés comme la fédération Artisans du monde et à présent Alter Eco, Éthiquable et l'association Bio Partenaire revendiquent l'élargissement du commerce équitable aux producteurs du Nord. Rappelons ici qu'en

France, d'un point de vue juridique, le commerce équitable n'a été reconnu que dans sa dimension Nord-Sud (article 60 de la loi n°2005-882 en faveur des petites et moyennes entreprises). Dans cette vision, les acteurs du commerce équitable du Nord sont cantonnés dans un rôle d'importateurs et de consommateurs, alors que ceux du Sud sont dans un rôle d'exportateurs et de producteurs.

Dans les pratiques, on observe un éclatement de la géographie traditionnelle et des frontières du commerce équitable. Un peu partout dans le monde (aux Etats-Unis avec l'association Domestic Fair Trade mais aussi en Inde, en Afrique du Sud, au Mexique, au Brésil, etc.) les marchés locaux de produits issus du commerce équitable se développent.

Parallèlement, les initiatives récentes de circuits courts de distribution peuvent être associées au commerce équitable. On peut distinguer deux tendances du commerce équitable local. La première s'appuie sur les canaux de la grande distribution, ainsi que sur les réseaux des magasins de produits biologiques. La seconde est associée aux circuits courts. La première tendance est notamment représentée en France par Alter Eco avec sa gamme « Nord-Nord », par Éthiquable avec sa gamme « Paysans d'ici, » par l'association Bio Partenaire avec sa marque « Bio Solidaire » et par le réseau Biocoop avec les filières biologiques et équitables « Ensemble pour plus de sens ». Les entreprises Alter Eco et Éthiquable revendiquent la distribution de produits équitables Nord-Nord en partenariat avec des groupements de producteurs biologiques français. L'association Bio Partenaire réunit des petites et moyennes entreprises spécialisées dans la transformation des produits issus de l'agriculture biologique. En parallèle, elle développe sa marque Bio Equitable pour les produits biologiques importés du Sud. Enfin, le réseau de magasins biologiques Biocoop a créé une gamme de produits équitables en partenariat avec des groupements de producteurs français. Au Sud cette première tendance est représentée par des initiatives d'un label national de commerce équitable. C'est le cas du label mexicain « Comercio Justo Mexico AC » qui constitue le premier effort national de labellisation dans un pays producteur. On peut aussi noter la mise en place d'un système national de commerce équitable et solidaire au Brésil. En ce qui concerne la seconde tendance, celle des circuits courts, on compte principalement en France les magasins de producteurs, les marchés fermiers ou encore les Amap (Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne). Aux yeux de leurs promoteurs, ces exemples permettent d'établir, entre producteurs et consommateurs d'une même région, des relations semblables à celles qui existent dans le commerce équitable.

Alors que le commerce équitable s'est construit dans une vision internationale, il apparaît probable que, paradoxalement, son avenir passe par une vision plus universelle des échanges qui mettrait l'accent sur la solidarité dans toute relation économique.

Pour aller plus loin :

Blanchet V., Carimentrand A. (2012). *Dictionnaire du commerce équitable*. Versailles, Quae.