

LE COMMERCE EQUITABLE & SES ACTEURS EN 40 MOTS

Petit glossaire

QUELQUES DEFINITIONS...

1. Accréditation 2. Achat responsable 3. Appellation d'origine contrôlée 4. Approche alternative 5. Approche réformatrice 6. « Bio-équitable » 7. Biologique 8. Certification 9. Commerce alternatif 10. Commerce équitable 11. Commerce éthique ; 12. Commerce solidaire 13. Dégradation des termes de l'échange 14. Développement durable 15. Développement local 16. Économie sociale et solidaire 17. Éducation au développement 18. Filière intégrée 19. Filière labellisée 20. Garantie 21. Institutions financières internationales 22. Label 23. Lobbying 24. Marque 25. Norme ; 26. Plaidoyer ; 27. Prime de développement 28. Prix juste 29. Responsabilité sociale des entreprises 30. Stratégie nationale du développement durable 31. Tourisme équitable 32. Tourisme solidaire

1. Accréditation

Processus de **vérification** d'un ou de plusieurs organismes, par une entité faisant autorité en la matière (comme le Comité Français d'Accréditation en France), pour qu'ils contrôlent des organisations demandeuses et accordent des certifications au nom de la première entité. Les organismes d'accréditation doivent eux-mêmes satisfaire à une norme ISO 17011 ou ISO 65 (Organisation Internationale de Standardisation), qui réglementent le processus de certification du produit. Ainsi par exemple, Afaq-Afnor ou Ecocert sont des organismes de certification accrédités par ISO **pratiques**. Il est possible de questionner l'ensemble de vos usages pour analyser les répercussions qu'ils induisent aux niveaux économique, social et environnemental.

2. Achat responsable

Intégration de **considérations environnementales et sociales dans les achats** quotidiens des consommateurs, répondant respectivement à un souci de durabilité et d'équité. L'achat responsable suppose que les consommateurs puissent, par leurs achats, soutenir ou sanctionner les pratiques des entreprises. L'achat responsable concerne aussi bien les entreprises que les pouvoirs publics en interne.

3. Appellation d'origine contrôlée (AOC)

L'article L.115-1 du code de la consommation et le règlement CE n°2081/92 définissent l'appellation d'origine comme la dénomination d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus au milieu géographique, comprenant des facteurs naturels et des facteurs humains. Aujourd'hui, la notion d'AOC existe dans plusieurs pays. En France, la reconnaissance d'une appellation d'origine contrôlée ne peut se faire que par décret sur proposition de l'INAO (Institut National des Appellations d'Origine). **A ce stade, le commerce équitable ne s'est pas engagé à distribuer des produits « AOC »**

4. Approche alternative

Approche du commerce équitable correspondant à la filière intégrée qui prône une autre organisation du commerce international, une rupture avec les règles actuelles, une révision des institutions internationales (OMC, Institutions Financières Internationales) et l'établissement de nouveaux partenariats. Elle envisage le **développement du commerce équitable en autonomie**, hors du commerce conventionnel **et de façon qualitative**. Refusant la collaboration avec les grands réseaux de distribution, l'approche alternative s'engage à ce que même la distribution et la commercialisation des produits se fassent au travers d'acteurs équitables.

5. Approche réformatrice

Approche correspondant au mode de fonctionnement de la filière labellisée qui **utilise les vecteurs du commerce conventionnel avec comme objectif d'améliorer progressivement leurs pratiques**. Ses défenseurs considèrent que le développement du commerce équitable se fera par sa démocratisation et sa généralisation. L'importance de l'augmentation des volumes de vente justifie donc de travailler avec la grande distribution ou des multinationales pour atteindre un large public.

6. Bio-équitable

Le terme bio-équitable fait appel à la combinaison de deux concepts : le souci de l'équité dans les échanges commerciaux et le respect de l'environnement. Il répond aux exigences des consommateurs de ces deux secteurs distincts qui semblent dans certains cas se fondre dans une même logique. Par ailleurs, la marque « Bio-équitable® » provient d'une charte créée par cinq entreprises françaises. Elle est certifiée par l'organisme Ecocert et son logo « bio-équitable® » identifie les produits commercialisés par ces entreprises et qui satisfont aux critères de leur charte.

7. Biologique

Un produit biologique provient d'un mode de culture ou d'élevage excluant l'usage des pesticides et engrais chimiques de synthèse. L'agriculture biologique **se fonde sur le maintien de l'équilibre environnemental et de la diversité biologique**. Un produit, lorsqu'il est transformé, doit être composé d'au moins 95% d'ingrédients bio pour porter le **logo AB**. Signe officiel du Ministère de l'agriculture, ce logo garantit une qualité attachée à un mode de production respectueux de l'environnement. Les intervenants de la filière bio sont contrôlés, au moins une fois par an, par un organisme indépendant certifié agréé par les pouvoirs publics.

8. Certification

Processus de **vérification confié à un organisme tiers accrédité** et impartial pour attester qu'un service, un produit ou un processus est conforme aux spécifications énoncées dans un cahier des charges (ce que peut être une norme). Ainsi, si certification et accréditation sont deux procédures de vérification, l'accréditation vérifie des compétences alors que **la certification vérifie une conformité à un cahier des charges**.

9. Commerce alternatif

Première dénomination historique du commerce équitable dans les années 60, manifestant une volonté de créer une alternative aux pratiques commerciales classiques, considérées comme génératrices d'inégalités.

10. Commerce équitable

▪ La définition de référence la plus fréquemment acceptée est celle qui a été retenue par FINE 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.

Les organisations du Commerce Equitable (soutenues par les consommateurs) s'engagent activement à soutenir les producteurs, à sensibiliser l'opinion et à mener campagne en faveur de changements dans les règles et pratiques du commerce international conventionnel. ».

**FINE : réseau international de coordination des actions des acteurs du commerce équitable (FLO, IFAT, NEWS, EFTA).*

▪ Selon l'Accord AFNor publié début 2006, les trois dimensions du commerce équitable sont les suivantes :

- **l'équilibre de la relation commerciale** entre les partenaires ou les co-contractants,
- **l'accompagnement des organisations** de producteurs et/ou de travailleurs engagés dans le commerce équitable,
- **l'information et la sensibilisation** du consommateur, du client, et plus globalement du public au commerce équitable.

▪ La Loi du 2 août 2005 pose une 1^{ère} référence légale qui devra être complétée par un décret d'application :

« Art. 1 : Le commerce équitable s'inscrit dans la stratégie nationale de développement durable.

Art. 2 : Au sein des activités du commerce, de l'artisanat et des services, **le commerce équitable organise des échanges de biens et de services entre des pays développés et des producteurs désavantagés situés dans les pays en développement**. Ce commerce vise à l'établissement de relations durables ayant pour effet d'assurer le progrès économique et social de ces producteurs.

Art. 3 : Les personnes physiques ou morales qui veillent au respect des conditions définies ci-dessus sont **reconnues par une commission** dont la composition, les compétences et les critères de reconnaissance précités sont définis par décret en conseil d'Etat. »

11. Commerce éthique

Commerce garantissant que les producteurs, les distributeurs et leurs salariés travaillent dans **le respect des droits de l'homme, des normes fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail et éventuellement de critères de protection de l'environnement**. Toutefois, la définition du commerce éthique n'étant pas établie concrètement, tout acteur économique soucieux de minimiser certains des manquements du commerce conventionnel vis-à-vis de ces aspects sociaux ou environnementaux, peut qualifier sa démarche d'éthique.

12. Commerce solidaire

Commerce spécifique dans lequel le consommateur soutient par son achat une organisation de solidarité (productrice ou bénéficiaire des revenus de la vente). Ses critères de définition sont moins globaux que ceux du commerce équitable car il n'y a pas de contrôle de l'ensemble des modalités de production et de transformation. C'est avant tout une initiative de solidarité dans le processus. D'autre part, il ne s'agit plus ici de commerce international et de solidarité Nord-Sud, mais plus souvent de **solidarité dans un cadre national**. Pour exemple, on peut citer les entreprises d'insertion qui embauchent un personnel ciblé et habituellement marginalisé du marché de l'emploi. Le commerce solidaire relève de l'économie sociale et solidaire.

13. Dégradation des termes de l'échange

Expression économique qui désigne le phénomène de **dévalorisation relative des prix de vente des matières premières en comparaison à celui des produits transformés**. Les pays du Sud dont l'économie est basée sur l'exportation de matières premières doivent par conséquent produire et vendre chaque fois plus pour pouvoir acheter la même quantité de produits transformés en provenance des pays du Nord. Les gains de productivité qui concernent la production de matières premières se traduisent généralement par des baisses de prix, alors que les prix des produits manufacturés se maintiennent car ils intègrent sans cesse plus de progrès technologique.

14. Développement durable

« Le développement durable est un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs. Deux concepts sont inhérents à cette notion : le concept de « besoin » 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. »*

**énoncée par le Premier Ministre de Norvège, Madame Brundtland, en 1987 et adoptée par la communauté internationale dans l'Agenda 21 de la Conférence de Rio en 1992.*

15. Développement local

Initiatives mises en place, dans un cadre d'actions partenariales, par les acteurs intéressés à l'amélioration des conditions de vie dans leur environnement immédiat. Les objectifs incluent l'amélioration **de l'environnement économique et social**, par exemple au travers des coopératives de producteurs.

16. Economie Sociale et Solidaire

Ensemble des activités tendant à la démocratisation de l'économie à partir **d'engagements citoyens** et d'initiatives ayant pour objectif le **renforcement de la cohésion sociale et la création d'emplois** (par exemple le micro crédit). Si le terme économie solidaire peut se référer à la fois aux initiatives du secteur public comme du secteur privé, le terme économie sociale désigne le « tiers secteur », composé d'associations, de coopératives et de mutuelles. Les 2 démarches s'inscrivent dans une dimension collective à vocation sociale qui va au-delà de l'économique (création d'emplois, insertion, préservation de l'environnement, offre de produits ou services à haute utilité sociale...).

17. Education Au Développement (EAD)

Il s'agit d'initiatives liées à l'**information du grand public sur la situation internationale afin qu'il en saisisse les enjeux et forge son esprit critique**. Cette démarche vise à prendre acte de la complexité des processus de développement et des multiples interdépendances, et à faire évoluer les mentalités et les comportements de chacun afin de construire un monde plus juste, solidaire et durable.

18. Filière intégrée

Constitue le **mode d'organisation historique du commerce équitable, dans lequel tous les acteurs et leurs intermédiaires sont engagés dans le commerce équitable** (le producteur, l'importateur, le point de vente). La Fédération Artisans du Monde travaille dans cette démarche.

19. Filière labellisée

Correspond à une évolution des pratiques du commerce équitable avec la création du label Max Havelaar, apparu à la fin des années 80 aux Pays-Bas et en 1988 en France. **Des entreprises s'engagent** à respecter un cahier des charges précis (conditions de travail, paiement d'un prix juste) et à s'approvisionner auprès de producteurs du Sud agréés par l'organisme de labellisation afin pouvoir apposer le logo Max Havelaar sur les produits concernés. Ces derniers peuvent ensuite être **vendus dans tous les lieux de distribution** sans qu'ils soient eux-mêmes engagés en matière de commerce équitable. En ce sens, et bien que l'on parle de filière labellisée, il faut bien noter que l'ensemble de la filière n'est pas forcément équitable.

20. Garantie, ou système de garantie

Assurance, délivrée au terme d'un processus de vérification, d'**adéquation entre des pratiques et des principes**. En ce qui concerne le commerce équitable, en l'absence de définition légale et de mode de certification uniformisé, il existe divers systèmes de garanties au travers de labellisations et de reconnaissances privées. Ces garanties peuvent respectivement porter sur le produit de base, sur sa transformation, ou sur la structure qui gère l'importation et/ou la commercialisation.

21. Institutions Financières Internationales (IFI)

Les Institutions Financières Internationales peuvent être classées en trois catégories : les institutions de Bretton Woods (FMI, Banque Mondiale), les banques régionales de développement (Banque Africaine de Développement ; Banque Interaméricaine de Développement) et les institutions financières de l'Union Européenne. Leur système de fonctionnement peu démocratique, au détriment des pays du Sud, est remis en cause depuis des années.

22. Label

Marque ou logotype propriété des pouvoirs publics apposés sur un produit ou une filière, qui garantit son origine et/ou sa qualité. En ce qui concerne le commerce équitable, le terme de label est souvent utilisé par des entreprises pour s'assurer du respect d'un cahier des charges. **L'attribution et le contrôle du label ne s'appuient pas sur des référentiels officiels de commerce équitable car il n'en existe pas encore.**

24. Lobbying

Influence exercée par un groupe de pression ou groupe d'intérêt sur un pouvoir public ou privé. Le lobbying est utilisé par les acteurs du commerce équitable pour **promouvoir et négocier auprès des pouvoirs publics** des échanges commerciaux équitables à plus grande échelle. La Plate Forme pour le Commerce Equitable permet aux différents acteurs qui la composent de parler de manière concertée lors des négociations nationales et internationales.

25. Marque

Signe servant à distinguer les produits d'un fabricant, les marchandises d'un commerçant ou d'une collectivité. Il existe une distinction entre une marque d'entreprise privée et une marque en nom collectif. **Max Havelaar utilise pour sa part une marque en nom collectif**, car plusieurs entreprises apposent son logo sur leurs produits.

26. Norme

Standard établi par consensus au sein d'une instance reconnue par les pouvoirs publics qui **garantit un niveau d'exigence pour une activité donnée**. Son application n'est pas obligatoire mais conditionne parfois le droit de bénéficier d'une appellation contrôlée ou d'un label. En France, l'AFNor (définition n°40) élabore et édite les normes, et coordonne le système français de normalisation.

27. Plaidoyer

Activité qui consiste à rendre visible et à **promouvoir un thème pour qu'il soit pris en compte dans l'agenda institutionnel** (Conférences internationales, ministérielles, etc.). Le plaidoyer renvoie aussi aux activités menées vers le grand public pour communiquer et mobiliser autour de ce sujet.

28. Prime de développement

Prime délivrée par certaines organisations de commerce équitable, comme Max Havelaar, aux organisations de producteurs ou aux coopératives partenaires du Sud. **La prime de développement a pour but de financer des projets sociaux collectifs** (par exemple : centres de santé, formation).

29. Prix juste

Le commerce équitable **garantit au producteur un revenu décent**, grâce à la fixation d'un « prix juste » négocié. Ce prix doit couvrir les frais de production, les besoins élémentaires du producteur et doit permettre des bénéfices suffisants pour l'amélioration des conditions de vie de la communauté. Les prix sont fixés conjointement par les organismes de commerce équitable et les producteurs. Le prix juste, parce qu'il est garanti à long terme, **permet aux producteurs d'obtenir un revenu stable**, même pendant les périodes de crise, par exemple dans le cas d'un effondrement des cours de certaines matières premières (café, cacao, sucre...). Cependant, l'ambiguïté de la notion de prix juste demeure. Il est effectivement difficile de définir ce qu'est un niveau de vie décent.

30. Responsabilité sociale des entreprises

Engagement d'une entreprise à répondre aux attentes du public et des consommateurs sur les plans économique, environnemental, et social. Ce principe part du constat qu'une entreprise peut parvenir à un essor économique tout en contribuant au bien-être de la société. Cela suppose une prise en compte de la protection de l'environnement, une information transparente et des mécanismes assurant la cohésion sociale. Le commerce équitable peut permettre à des entreprises de s'y engager.

31. Stratégie Nationale du Développement Durable

Projet de politiques publiques du gouvernement, amorcé en 2003, qui fixe le cadre d'intervention des principaux acteurs du développement durable en France pour les cinq années à venir. Les principaux points sont les suivants : l'éducation au développement durable, l'implication de l'Etat et la mobilisation des acteurs concernés (citoyens, entreprises, et collectivités). Le soutien des pouvoirs publics au développement du commerce équitable y participe.

32. Tourisme équitable

Forme de tourisme solidaire qui décline, en outre, les **principes du commerce équitable à l'activité touristique**. Il est mis en œuvre par des opérateurs touristiques en partenariat direct avec les communautés locales, lesquelles sont formées et rémunérées équitablement. Les **bénéfices de ce tourisme sont perçus en grande partie localement** et sont consacrés à des projets de développement locaux pour améliorer les conditions de vie de l'ensemble de la communauté.

33. Tourisme solidaire

Forme de tourisme qui **regroupe les formes de tourisms alternatifs et intégrés** qui s'inscrivent dans une logique de développement des territoires, de conscience écologique (minimisation de l'impact sur l'environnement), de respect des populations et de leurs cultures. Il souhaite profiter directement aux pays du Sud en valorisant les ressources, le patrimoine local et en impliquant les populations dans les différentes phases du projet.

QUELQUES ACTEURS IMPORTANTS...

■ Parmi les organisations de commerce équitable

1. FINE

Forum informel des quatre réseaux internationaux de commerce équitable. Son sigle se compose des initiales de ces derniers :

- FLO International (Fairtrade Labelling Organisations) : organisme de fédération des 22 initiatives nationales « Max Havelaar ». FLO établit la certification (cahier des charges) et le suivi des producteurs dans les pays du Sud.
- IFAT (International Federation for Alternative Trade) : Créé en 1989, l'IFAT rassemble 270 organisations de commerce équitable dans 60 pays, dont 65 % sont au Sud. Son objectif : la promotion et le développement du commerce équitable.
- NEWS (Network of European World Shops) : réseau de boutiques de commerce équitable (15 associations nationales).
- EFTA (European Fair Trade Association) : fédération des importateurs européens de produits issus du commerce équitable (13 membres).

2. PFCE

La Plate-Forme pour le Commerce Equitable est un organisme de représentation nationale des acteurs du commerce équitable. Depuis, 1997, elle centre ses actions sur la promotion de la démarche auprès d'acteurs institutionnels, le renforcement des systèmes de garanties, la recherche et le développement d'un centre de ressources. Sa quarantaine de membres respectent la **Charte du Commerce Equitable**.

■ Parmi les acteurs de la normalisation-certification

3. AFAQ - AFNOR

Organisme de Certification accrédité ISO 65. Elle est indépendante de l'AFNOR.

4. AFNor

Agence Française de Normalisation. En matière de commerce équitable, c'est en son sein que se mènent les négociations sur la définition de normes officielles et nationales. Elle est l'institution française qui siège au niveau international pour ISO.

5. COFRAC

Comité français d'Accréditation. Association chargée par les pouvoirs publics français d'accréditer les organismes français selon leurs compétences et leur impartialité notamment afin que celles-ci soient reconnues au niveau international.

6. ISO

Organisation Internationale de Standardisation. Réseau d'instituts nationaux de normalisation de 156 pays. Cette institution est un organisme permettant de fixer des standards internationaux de normalisation. Il octroie des accréditations à des organismes de certification en suivant la norme ISO 65 qui régleme les processus de certification.

■ Parmi les acteurs gouvernementaux

7. DIIESES

Délégation Interministérielle à l'innovation, à l'expérimentation sociale et à l'économie sociale. Elle est placée sous l'autorité du ministre en charge de l'emploi, de la cohésion sociale et du logement, et est l'interlocuteur privilégié des organisations de l'économie sociale au sein des pouvoirs publics. A ce titre, elle promeut le Commerce Equitable et s'attache à soutenir les initiatives permettant de l'encadrer et de le développer.

8. DCASPL

Direction du commerce, de l'artisanat, des services et des professions libérales. Elle relève du Ministère des Petites et Moyennes Entreprises, du commerce, de l'artisanat et des professions libérales et s'intéresse au commerce équitable dans le cadre de ses compétences sur le secteur du commerce.

9. DGCCRF

Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes. Elle fait partie du Ministère des Finances et intervient dans le commerce équitable sur les questions de contrôle du respect des règles, notamment de concurrence ou de qualité.

10. MAE

Ministère des Affaires Etrangères. Il intervient dans le secteur du commerce équitable en raison de sa compétence en matière de coopération internationale.

11. MEDD

Ministère de l'Ecologie et du Développement Durable. Il est concerné par le commerce équitable, notamment dans le cadre de la « Stratégie Nationale pour le Développement Durable ».

12. MINISTERE DES PME

A l'origine de la première référence légale en matière de commerce équitable par la promulgation de la loi du 2 août 2005. Un Décret venant préciser cette loi instaurera une Commission Nationale du CE « chargée de reconnaître les personnes physiques ou morales qui veillent au respect des conditions du commerce équitable ».

POUR EN SAVOIR PLUS...

- ✓ La Charte de la PFCE
- ✓ *Synthèse du 3ème Colloque International sur le Commerce Equitable* - mai 2008
- ✓ *Sondage IPSOS/PFCE [L'opinion et les pratiques des Français en matière de commerce équitable](#)* - avril 2008
- ✓ [L'étude Le Commerce Equitable en 2007](#) - Octobre 2008
- ✓ [Mémento 2008 : Etude comparée de différents systèmes de garanties](#) - Avril 2008
- ✓ [Le Guide de l'Achat Public Equitable](#) - décembre 2007
- ✓ *Commerce Equitable et collectivités territoriales* - Août 2008 etc.