

## COMMERCE ÉQUITABLE

### COMMERCE ÉQUITABLE ET DÉVELOPPEMENT DURABLE : NOUS VOULONS SAVOIR COMMENT SONT RÉALISÉS LES PRODUITS ET SERVICES QUE NOUS ACHETONS !

#### SOMMAIRE

*Commerce équitable et  
développement durable :  
nous voulons savoir comment  
sont réalisés les produits  
et services que nous achetons* . p. 1

*Une alternative  
dans la mondialisation  
des échanges* . . . . . p. 2

*Commerce éthique :  
une action complémentaire* . . p. 3

*Le label social* . . . . . p. 4

**L**e consommateur européen est de plus en plus sensible à la qualité des produits qu'il achète : que ce soit sur le plan sanitaire, environnemental ou social, il devient de plus en plus réactif aux grandes crises ce qui se caractérise par des retombées économiques d'autant plus fortes que la déception est grande. Peu à peu son comportement face à l'acte d'achat se rationalise et se responsabilise.

Aujourd'hui, 70 % des consommateurs européens sont prêts à payer plus s'il le faut pour avoir des produits fabriqués dans des conditions sociales et environnementales correctes, mais seuls 8 % franchissent le pas. Un marché significatif qui n'a pas échappé aux multinationales.

On sait aujourd'hui que les prix des produits n'intègrent pas à leur juste valeur les conditions sociales et environnementales de produc-

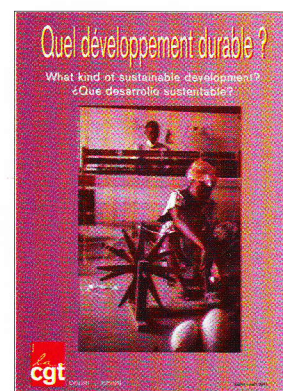
tion mais sont déterminés en grande partie par des rapports de force entre acteurs économiques, lesquels ne sont pas le fruit de conditions purement économiques mais aussi le produit de circonstances historiques et des conditions sociales et politiques dans les différents pays.

On constate ainsi que dans de nombreux secteurs, les grands opérateurs (multinationales, spéculateurs) contrôlent les prix et leurs fluctuations et mettent en concurrence les salariés du monde. Le pouvoir de négociation des producteurs reste donc limité et les salariés ne sont pas rémunérés à la juste valeur à laquelle leur travail devrait leur donner droit.

Au contraire, le pouvoir des grandes enseignes multinationales face aux consommateurs et la politique des prix les plus bas renforcent aujourd'hui l'augmentation des marges arrières au détriment des petits producteurs

et d'une juste rémunération du fruit de leur travail et de leur salariés.

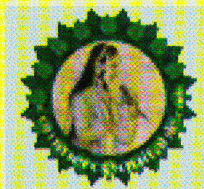
Il est clair que les objectifs de développement durable ne peuvent être atteints par le seul effort des pays producteurs et que les obstacles à leur réalisation reposent essentiellement sur les structures actuelles du commerce international. Des initiatives visant à rééquilibrer les rapports commerciaux ▲



Brochure disponible auprès de  
l'Espace Europe/ International



## UNE ALTERNATIVE DANS LA MONDIALISATION DES ÉCHANGES



**L**e commerce éthique et le commerce équitable semblent deux types d'initiatives visant à équilibrer les relations commerciales entre les producteurs ou salariés du Sud et les consommateurs du Nord. Parmi les pays développés, l'Europe joue un rôle de pionnier dans la mise en place de systèmes de commerce équitable. Les pays du Nord de l'Europe les ont initiés plus tôt, mais au cours des dernières années, les acteurs français ont pris des initiatives visant au développement de ce type de relations.

L'idée sous-jacente est que des accords puissent être négociés pour soutenir le prix des produits de base dont dépendent en grande partie les exportations des pays en développement ou les moins avancés. On peut se référer à l'exemple du secteur de la banane ACP (Afrique, Caraïbe, Pacifique), accord créé en opposition aux bananes dollars provenant d'Amérique Latine.

Ces pays doivent aussi pouvoir développer leurs activités de transformation et de distribution, et il faut leur donner les moyens de diversifier leur économie pour la rendre moins tributaire des exportations des produits de base.

### Origines

Nées dans les années 1960 sous la forme de centrales d'achat et de magasins spécialisés de production du Sud vendus à des conditions équitables, ses pratiques se sont diversifiées et étendues depuis la fin des années 1980 grâce notamment à la mise en place de labels de com-

merce équitable, le développement d'autres pratiques et à une plus grande conscience des consommateurs.

La généralisation de ce type de relations permet des effets importants sur le commerce mondial ce qui suppose un engagement du citoyen-consommateur, des salariés, mais aussi des entreprises et des pouvoirs publics afin de définir un cadre adapté.

### Alternative porteuse de valeurs

Pour Indécosa Cgt, le commerce équitable présente certains avantages puisqu'il se caractérise par la mise en place de partenariats et de relations commerciales entre producteurs et consommateurs basés sur l'équité (notamment par le prix) la confiance (grâce à l'application des principes de transparence et de traçabilité), l'intérêt partagé, garantis par des critères précis.

Ce mouvement est basé sur des principes essentiels source de développement durable :

- des relations directes en évitant le plus possible les intermédiaires privilégiant ainsi les circuits courts (produire au plus près des lieux de consommation) ;
- un prix juste permettant au producteur et à sa famille de vivre dignement ;
- le respect des conditions de travail correspondant au minimum aux normes définies par le BIT ou du pays si celles-ci sont supérieures ;
- la préservation de l'environnement ;
- la possibilité de paiement partiel avant récolte sur demande du producteur ;

➤ la mise en place de contrats à long terme basés sur le respect mutuel et des valeurs éthiques ;

➤ le souci de progrès au-delà des règles minimales.

### Des perspectives nouvelles

Même si ce commerce s'est d'abord porté sur des produits de base et des produits artisanaux, il n'en demeure pas moins qu'il peut encore se développer dans le cadre du développement durable et de l'augmentation de sa connaissance par les consommateurs plus confiants sur les conditions de fabrication des produits qu'ils achètent.

Ce commerce correspond à une démarche qui peut s'appliquer également à d'autres produits ou services. Le tourisme équitable, l'épargne solidaire, sont des pratiques nouvelles qui, par les valeurs défendues et leurs pratiques sont largement convergentes et complémentaires au commerce équitable de produits du Sud. Ainsi certains circuits de vente de produits Biologiques répondent ainsi à la démarche du commerce équitable.

C'est dans le cadre d'une évolution dans l'approche des relations Nord Sud mais aussi Nord Nord que ce type de commerces peut être mis en avant avec l'acceptation de sa nécessité par le plus grand nombre. ▲



Il existe quatre fédérations internationales du commerce équitable :

- ➔ la fédération internationale pour un commerce alternatif (IFAT) ;
- ➔ la fédération européenne du Commerce équitable (EFTA) ;
- ➔ le réseau de Magasins du Monde européens (NEWS !) ;
- ➔ l'organisation internationale de Labellisation du Commerce équitable (FLO).

En France, la plate-forme française du Commerce équitable a vocation à regrouper tous les acteurs du commerce équitable, en garantissant à la fois la promotion et la reconnaissance de la diversité de ce secteur.

## COMMERCE ÉTIQUE : UNE ACTION COMPLÉMENTAIRE

### Qu'est-ce que c'est ?

Le commerce éthique, pour sa part, met l'accent sur la responsabilité sociale des entreprises notamment de celles qui opèrent dans une dimension Nord-Sud (fournisseurs, sous-traitants...). Par leur puissance économique, les grandes entreprises et les grands distributeurs ont le pouvoir de conditionner les conditions sociales et environnementales dans les pays du Sud où ils opèrent.

Il est généralement reconnu que le pouvoir de certaines entreprises transnationales dépasse celui de nombreux pays. Le commerce éthique vise à faire respecter à ces entreprises des conditions sociales et environnementales minimales basées sur les normes internationales reconnues comme celles de l'OIT en ce qui concerne les salariés.

### C'est qui ?

Parmi les initiatives visant à développer un commerce éthique, on peut distinguer les démarches volontaires de certaines entreprises, des

campagnes et actions menées par des associations indépendantes. Les premières s'appuient souvent sur des codes de bonnes conduites. Parmi les secondes, signalons les actions du collectif « de l'éthique sur l'étiquette » qui fait lui-même partie du réseau européen « Clean Clothes ».

Les actions menées répondent essentiellement à deux objectifs : la sensibilisation des consommateurs (consommateurs individuels mais aussi collectivités locales dans le cadre de leurs achats publics) aux enjeux du commerce éthique et la création d'un label social en s'appuyant sur le système de normalisation et de certification existant au niveau national, européen et international.

Les codes de bonnes conduites, permettant de développer un commerce éthique, apparaissent comme un outil promotionnel de régulation sociale et environnementale du commerce. Son application potentielle est très large puisqu'il peut

en principe s'appliquer, sinon à tous, du moins à de nombreux types de commerces concernant un nombre important de salariés alors que le commerce équitable reste limité à quelques produits.

### Des difficultés

La difficulté vient de la vérification de son application réelle dans les entreprises qui devrait être systématiquement le fait de cabinets indépendants pour une majorité d'acteurs.

Le principe des codes de bonnes conduites comportent aussi des difficultés à surmonter passant par des droits à approfondir.

Aujourd'hui, ce commerce éthique est encore peu développé et le commerce équitable ne touche que quelques produits. La généralisation de ce type de commerce pourrait avoir des effets importants ce qui suppose un engagement du citoyen-consommateur, des salariés, mais aussi des entreprises et des pouvoirs publics afin de définir un cadre adapté. ▲





## LE LABEL SOCIAL

**L**a multiplication des labels pose aussi un problème important qu'il convient de solutionner pour que les consommateurs puissent mieux les assimiler. Trop de labels tuent le label. En matière sociale notamment le label ne peut se concevoir que dans le cadre d'apports supérieurs au simple respect des règles définies par l'OIT. A défaut, il est à craindre que cela ne s'inscrive pas dans l'évolution pour les salariés mais serait une limite dans les règles même de l'OIT. De plus, cela signifierait également que ceux qui n'ont pas les moyens d'acheter des produits labellisés se culpabiliseront davantage avec le

sentiment d'exploitation des pauvres de cette planète par leur consommation et les autres paieront plus chers des produits ne répondant pas en totalité aux normes de l'OIT.

Il convient davantage de travailler dans le sens d'une politique des prix justes pour que des produits ou services répondant aux critères sociaux et environnementaux soient accessibles à tous. L'union européenne devra s'investir plus concrètement en définissant une ligne politique claire à cet égard.

Il convient aussi d'agir en synergie avec d'autres initiatives visant au développement durable comme l'agriculture biologique axée

principalement sur des critères environnementaux dès lors où ce critère est déjà pour une bonne part pris en compte dans ce type de commerce.

### Création de synergies

Avec la mise en avant des droits collectifs des salariés, il est souhaitable que ceux-ci puissent aussi dénoncer sans risque pour leur emploi les faits contraires aux engagements pris par leur entreprise où les entreprises avec lesquelles elle est en relation commerciale. C'est un gage de garanti supplémentaire apporté aux consommateurs. ▲

### AEC, association Européenne de Consommateurs

L'Association Européenne des Consommateurs est une organisation européenne qui regroupe des associations nationales des consommateurs en Europe. L'AEC et ses membres œuvrent aux intérêts des consommateurs, dans le but d'une plus grande conscientisation aux problèmes sociaux et environnementaux. L'AEC rassemble 33 organisations de consommateurs de 17 pays différents de l'union européenne et de l'Europe centrale et orientale.

Association européenne des consommateurs, elle entend concentrer ses activités sur la promotion de la consommation responsable qu'elle envisage comme un des objectifs particuliers de sa politique globale.

### Consommation responsable

La consommation responsable trouve son origine dans la constatation que le processus de production ou le cycle de vie de certains produits et services offerts aux consommateurs peut entraîner, de manière directe ou indirecte, des comportements critiquables et des effets néfastes. La pollution environnementale, le travail d'enfants, la cruauté envers les animaux, l'appauvrissement des cultures et des économies locales et la dégradation des conditions de travail ne sont que quelques exemples de ces filières de production néfastes.

**Vous désirez être informés des travaux de notre association :**

### IN magazine

Un journal bimestriel est disponible sur abonnement à votre domicile.

Je désire m'abonner au tarif de :

abonnement normal : 18,30 euros

abonnement de soutien : 30,49 euros

Nom : ..... Prénom : .....

Adresse : .....

Code postal : ..... Ville : .....

Ecrire : Indécosa Cgt - 263 rue de Paris 93516 Montreuil cedex.  
Nous envoyer un mail : [indecosa@cgt.fr](mailto:indecosa@cgt.fr) - Tél. : 01 48 18 84 26 -  
fax : 01 48 18 84 82

Cachet de l'association d'entreprise, locale ou départementale.

### Endettement

Les différents types de crédits. Les principes de fonctionnement. Quels sont les droits mais aussi les devoirs du consommateur ? Que faire pour éviter les pièges ? Quels recours en cas de difficultés ? La question des cautions, des saisies ou encore celle du traitement du surendettement.

### Assurances

S'assurer est une nécessité, quand ce n'est pas une obligation. Mais quelles sont ces obligations ? Celles de l'assureur et de l'assuré ? Pour quel type de contrat d'assurance ? En cas de désaccord à qui s'adresser ?

### La justice

Face à la justice, le consommateur est souvent perdu. Comment s'y retrouver ? Comment constituer son dossier ? Quelles sont les procédures à suivre ? Cet ouvrage permettra aussi de choisir dans la majorité des cas la bonne juridiction en fonction de la consistance du dossier que vous aurez constitué.

### Les actes de la vie

Ce guide permet de vous informer sur des actes de la vie quotidienne en commençant par la naissance et en terminant par la mort : naissance, mariage, divorce, le Pacs, le droit des personnes à leur image... Des informations également sur les successions et sur les aides sociales qui existent.

### Le logement

Vous trouverez, dans ce guide, les informations essentielles qui concernent aussi bien la location que l'accession à la propriété en matière d'achat, de vente, de copropriété. Vous disposez également d'informations importantes sur les structures qui ont en charge les questions du logement, sur l'aide sociale.

### La sécurité alimentaire

Les consommateurs sont aujourd'hui de plus en plus attentifs au contenu de leur assiette. Vous trouverez dans ce guide quelques réflexions ainsi que la réglementation en vigueur, conservation, sécurité alimentaire, les signes de qualité (label, AOC, ...).