

# **Les valeurs fondamentales du commerce équitable et durable**

**PD Dr. Christoph Stückelberger**

## **Contenu:**

- 1. Le commerce équitable et durable -  
l'évolution d'une expression**
- 2. Dix dimensions de l'équité dans le commerce**
- 3. Cinq dimensions de la durabilité dans le commerce**
- 4. Vitesse équilibrée de la mondialisation**
- 5. Les instruments de qualification et vérification**
- 6. Conclusion**

## **1. Le commerce équitable et durable - l'évolution d'une expression**

**le commerce „alternatif“**

**fair trade**

**le commerce équitable**

**le commerce durable**

**le commerce ...?**

## **2. Dix dimensions de l'équité dans le commerce**

### **1. L'équité de la productivité**

*Elle rend possible un salaire équitable à la productivité*

### **2. L'équité des besoins**

*Elle tient compte des besoins (minimum vital) et d'une vie en dignité des producteurs/productrices*

### **3. L'équité de la répartition**

*„L'équité sociale“ tient compte de la productivité et des besoins pour la répartition équitable des biens et des services.*

### **4. L'équité comme égalité (des sexes)**

*Elle rend possible l'égalité des chances entre hommes et femmes.*

### **5. L'équité de la participation**

*Elle rend possible la participation aux décisions de tous ceux qui participent à la production des biens ou des services.*

### **6. L'équité écologique**

*Elle rend possible une répartition équitable des ressources naturelles et des fardeaux écologiques et leur diminution.*

### **7. L'équité du placement**

*Le placement („Allokation“) de la production et du commerce s'oriente aux critères de l'équité et de la durabilité de la terre, du travail et du capital.*

### **8. L'équité de la relation humaine**

*Les partenaires commerciaux ne sont pas seulement des objets économiques à court terme, mais des partenaires humains.*

### 9. L'équité de la procédure

*Elle inclut pour le commerce une procédure juridiquement correcte, transparente, sans corruption, évaluable et contrôlée (par les privés et l'Etat).*

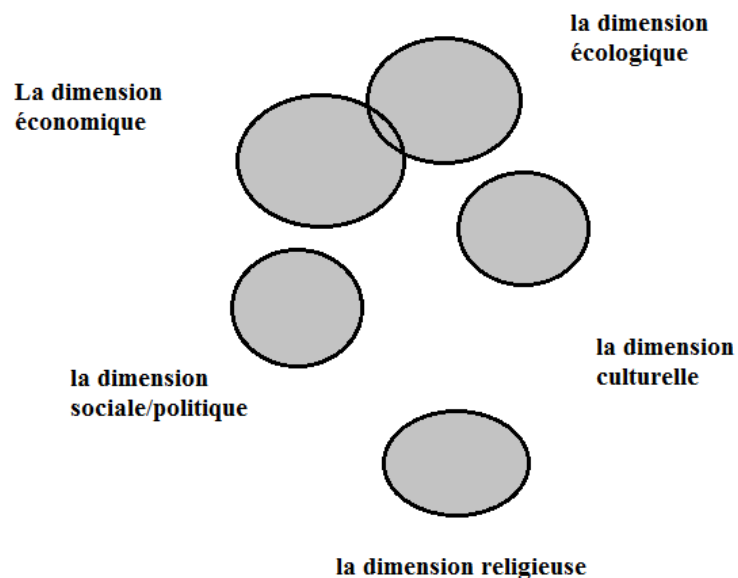
### 10. Le réseau de l'équité

*Le réseau de l'équité prend en considération les dix dimensions de l'équité dans leur relation. Elle respecte la relation entre l'équité et les autres valeurs fondamentales.*

### 3. Cinq dimensions de la durabilité dans le commerce

Définition: Le développement durable rend possible la vie en dignité pour les générations d'aujourd'hui comme pour les générations futures et de la nature.

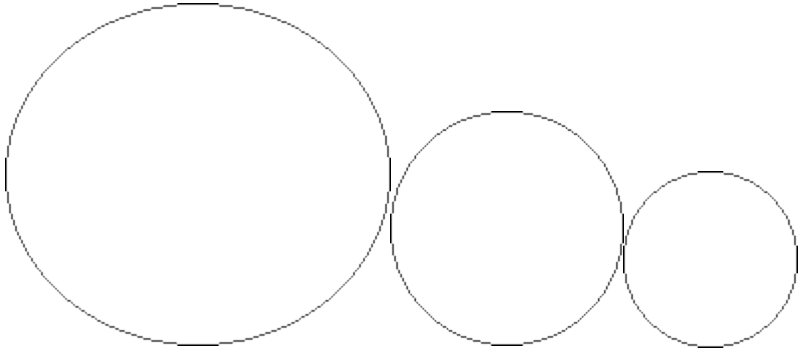
Le développement durable inclus cinq dimensions qui ne peuvent pas être séparées:



Interdépendence des cinq dimensions!

## 4. Une vitesse équilibrée de la mondialisation

### L'état actuel

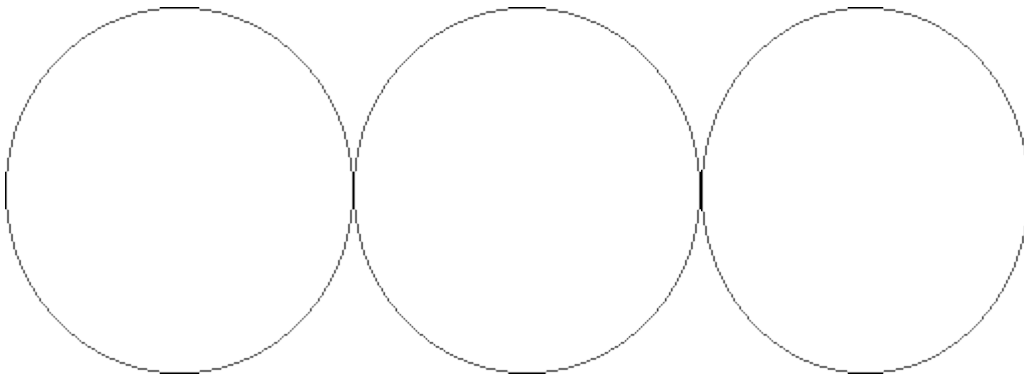


Le commerce global

la politique globale

l'éthique globale

### La vision



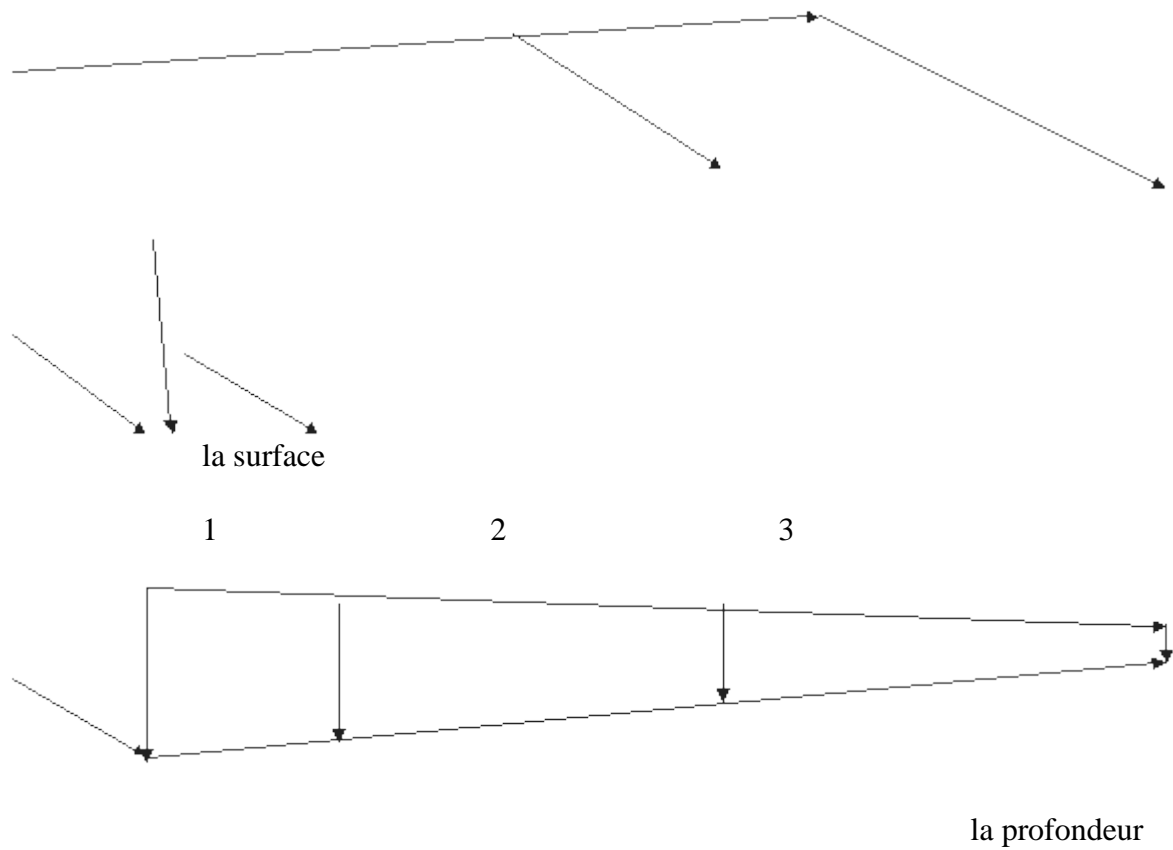
Le commerce global

la politique globale

l'éthique globale

## 5. Les instruments de qualification

	<b>le boycottage</b>	<b>Les marques du commerce équitable</b>	<b>les labels du commerce équitable</b>	<b>les codes de conduites éthiques</b>	<b>les clauses sociales et écolo-giques</b>
<b>les critères</b>	Negativ-kriterien: unethische Produktion wie Umweltschädigung, Kinderarbeit, zu tiefe Löhne	Existenzsichernde Löhne/ Mehrpreis, Kleinproduzenten, Umweltverträglichkeit, Partizipation	Existenzsichernde Löhne/ Mehrpreis, Kleinproduzenten, Umweltverträglichkeit, Partizipation	meist soziale und ökologische Kriterien, unterschiedlich breit	Sozialklauseln: zumeist die 7 Kernkonventionen der ILO. Umweltklauseln: Kriterien Uno - Konferenzen
<b>les produits</b>	als Kampagne oft auf einzelne Produkte bezogen	grundsätzlich alle inkl. Dienstleistungen möglich. Bisher besonders food, Handwerk, Textilien	grundsätzlich alle inkl. Dienstleistungen mögl. Bisher besonders food-Produkte	Produkte-, Firmen- und Branchen-kodices	für alle Produkte im Vertragsbereich gültig
<b>les producteurs</b>	als Kampagne oft auf einzelne Firmen bezogen	bisher besonders Kleinproduzenten, Kooperativen	bisher Kleinproduzenten, Plantagen, zT Firmenlabels	für alle Branchen und Produzenten möglich	für alle Produzenten im Vertragsbereich gültig
<b>le résultat en profondeur</b>	oft Vorstufe zu Firmenkodex	gross für diebeteiligten Produzenten	gross für diebeteiligten Produzenten	mittel. Hängt v.a. von unabhängiger Kontrolle ab	gering, da nur Minimalstandards
<b>le résultat en surface</b>	kurzfristig öffentlichkeitswirksam	gering, da oft Nischenprodukte	mittel bei einzelnen Produkten	je nach Firma und Kodex gross	gross, da gesetzlich verpflichtend
<b>le contrôle</b>	schwierig. Umsatzrückgang als Massstab	Dank Direktbeziehung. Kostenfrage	Durch ProduzentenregisterKostenfrage	z.T. firmeneigene, z.T. unabhängige	Durch staatliche und multilater. Organe



## 6. Conclusion

- **Le commerce équitable?**
- **Le commerce durable?**
- **Le commerce éthique?**
- **Le commerce responsable?**