

# L'ENCADREMENT JURIDIQUE DU COMMERCE ÉQUITABLE : POUR ÉVITER QU'UNE PHILOSOPHIE DE COMMERCE NE DEVIENNE QU'UN SIMPLE OUTIL DE MARKETING



Marie-Claude Desjardins et Aude Tremblay

Devant l'engouement des consommateurs pour le commerce équitable au cours des dernières années, de nombreuses entreprises canadiennes ont commencé à faire usage de labels équitables. Mais présentement, notent Marie-Claude Desjardins et Aude Tremblay, il n'existe aucun moyen de vérifier l'exactitude de ces appellations et la conformité de ces produits puisque cette pratique n'est que très peu encadrée au Canada. Pour protéger les consommateurs contre de possibles abus, ainsi que la crédibilité même du commerce équitable et sa part de marché, elles sont d'avis qu'un encadrement législatif s'impose. Dans cette perspective, disent-elles, il importe de trouver un consensus quant à la signification précise du commerce équitable, de manière à bien le distinguer des pratiques éthiques, écologiques et charitables. Ceci fait, elles recommandent la mise en place d'un régime de certification fédéral et la création d'un organisme indépendant qui élaborerait les cahiers de charges, surveillerait l'utilisation de l'appellation et sanctionnerait les contrevenants.

In the wake of the consumer craze for fair trade products over the past few years, a number of Canadian businesses have started to use the fair trade label. But, note Marie-Claude Desjardins and Aude Tremblay, there is presently no way to verify the accuracy of these labels and the conformity of the products, because the practice is hardly regulated in Canada. To protect consumers against potential exploitation, as well as the credibility and the market share of fair trade products, they argue that legislative oversight is essential. From this perspective, they say, it is important to find a consensus on the exact meaning of fair trade, so as to distinguish them clearly from ethical, ecological and charitable practices. Once this is done, they recommend the creation of a federal certification system and the creation of an independent body that would develop specifications, oversee the use of the label and sanction those who contravene the regulations.

**D**epuis quelques années, on assiste à un engouement marqué de la part des consommateurs des pays économiquement développés pour les produits équitables. À titre d'illustration, une étude publiée en 2003 par l'Union des consommateurs révélait que le marché canadien des produits équitables a augmenté de 100 p. 100 par année depuis 1998. Or, la popularité grandissante de ces produits pourrait conduire à certains abus. En effet, l'appât du gain potentiel lié à la plus-value qu'acquiert un produit

qualifié d'équitable pourrait amener certains commerçants à en faire usage de façon peu scrupuleuse afin de profiter de l'intérêt d'une partie de la population prête à déboursier un peu plus pour s'assurer une consommation plus équitable.

Face à ce constat, il y a lieu de se demander si les consommateurs sont actuellement bien protégés contre ces abus éventuels. En d'autres mots, les consommateurs sont-ils assurés du respect des valeurs généralement associées au commerce équitable lorsqu'ils achètent un produit portant

la mention équitable ? À défaut de quoi, un encadrement de ces pratiques serait-il approprié ?

L'existence du commerce équitable n'est pas un phénomène nouveau, bien que l'engouement du grand public à son égard et la présence de ses produits sur les tablettes des supermarchés soient relativement récents.

À l'origine, le commerce équitable voulait instaurer des structures alternatives au système commercial traditionnel en place et ce, sur des bases d'équité et de solidarité. Depuis lors, afin de réaliser cet objectif, les divers acteurs de la chaîne de commercialisation des produits équitables tentent d'assurer un prix juste et relativement stable aux producteurs, d'intégrer ces derniers dans la gestion de la commercialisation de leurs produits, d'améliorer leurs conditions de travail et de protéger leur environnement. Le commerce équitable peut donc être perçu comme un moyen d'intégrer les trois sphères du développement durable, soit les sphères économique, sociale et environnementale, aux relations commerciales entre le Nord et le Sud.

Le premier système générique de normalisation du commerce équitable est apparu en Hollande, en 1988, sous le label *Max Havelaar*. Il s'est ultérieurement étendu à plusieurs autres pays d'Europe de même qu'en Amérique du Nord, où l'on assista à l'apparition d'autres labels comme celui de *Transfair Canada*. Au fil des années, en raison de l'intérêt grandissant des consommateurs envers ce type de produits, différents protagonistes impliqués dans la commercialisation des produits dits équitables ont proposé plusieurs définitions du commerce équitable. Certaines de ces définitions intègrent les principes précédemment mentionnés, alors que d'autres s'en écartent considérablement.

Ces différences majeures entre les diverses définitions et les critères utilisés par les entreprises et organisations qui se vouent au commerce équitable sont peu

bénéfiques pour l'avancée de ce type de commerce sur les marchés mondiaux puisqu'elles entraînent notamment de la confusion chez les consommateurs.

Cette difficulté d'obtenir un consensus quant à la signification précise à donner au terme équitable ainsi que celle liée à l'établissement de critères communs pour circonscrire la façon de faire du commerce équitable s'explique par plusieurs raisons. D'une part, le caractère subjectif du mot équitable y est pour beaucoup. En effet, le terme équitable provient du mot équité, lequel est défini comme étant « la vertu de celui qui possède un

Le don de charité ne vise pas, contrairement au commerce équitable, à assurer un développement qui soit durable car il consiste simplement à verser des sommes d'argent aux organisations communautaires sans se préoccuper de la façon dont elles seront investies. Ce type de processus ponctuel n'amène pas de solution durable. Le slogan « trade, no aid » associé au commerce équitable illustre de façon non équivoque que ce dernier se distingue de l'action charitable.

sens naturel de la justice [et] respecte les droits de chacun ». À la lumière de cette définition, l'on constate que le terme équitable peut donc être source d'interprétations multiples, tout dépendant de l'organisme qui désire en faire l'utilisation. Étant un terme large et facilement malléable, les acteurs du commerce équitable peuvent donc attribuer différents sens à cette expression selon leurs intérêts et à leur bénéfice.

Par ailleurs, la difficulté d'établir une distinction entre les produits équitables, éthiques, écologiques et charitables rend également l'exercice de définition plus complexe. Si l'on se réfère aux principes fondamentaux du

commerce équitable, lesquels furent repris dans la définition donnée par la FINE, un organisme international réunissant les quatre plus grandes organisations de commerce équitable au monde (FLO, IFAT, News et EFTA), qui exige la prise en compte des trois sphères du développement durable, les produits éthiques, écologiques et charitables ne pourraient être considérés comme des produits équitables.

Tristan Lecomte, auteur de l'ouvrage *Le pari du commerce équitable*, explique bien la distinction à faire entre le commerce éthique et le commerce équitable : « Le commerce éthique consiste à s'assurer que les conditions de production d'une fabrique sont décentes pour les travailleurs, qu'il n'y a pas de travail forcé ou d'exploitation du travail d'enfants. Il porte sur des critères sociaux et non des critères de développement. » Il précise que les deux démarches ne sont pas opposées mais complémentaires, c'est-à-dire que dans le cas du commerce équitable, on aide les petits producteurs à démarrer leurs activités et facilite l'accès au marché international alors que le commerce éthique vise plutôt les grands centres de production déjà développés. De plus, soulignons que la prise en considération de la protection de l'environnement est souvent absente du commerce éthique contrairement au commerce équitable.

La distinction entre les produits équitables et les produits détenteurs d'un écolabel s'impose également. En effet, la prise en compte de l'aspect social du développement durable, qui est au cœur de la philosophie du commerce équitable, ne se retrouve pas dans le cadre des critères d'étiquetage des produits écologiques, ces derniers n'évaluant que leurs effets sur l'environnement et non, par exemple, le respect des normes de travail décentes.

Le commerce équitable doit finalement être distingué de ce que l'on peut qualifier d'actions charitables. Le don de charité ne vise pas, contrairement au

commerce équitable, à assurer un développement qui soit durable car il consiste simplement à verser des sommes d'argent aux organisations communautaires sans se préoccuper de la façon dont elles seront investies. Ce type de processus ponctuel n'amène pas de solution durable parce que, une fois

le commerce équitable n'est pas qu'un simple outil de marketing pour certaines entreprises.

Devant cette panoplie de labels se revendiquant tous du qualificatif équitable et en l'absence d'un procédé permettant d'en vérifier l'authenticité, le consommateur peut difficilement

Devant cette panoplie de labels se revendiquant tous du qualificatif équitable et en l'absence d'un procédé permettant d'en vérifier l'authenticité, le consommateur peut difficilement s'assurer que ces produits qualifiés d'équitables le sont réellement. Ce manque de transparence et d'imputabilité risque de miner la confiance des consommateurs envers les produits dits équitables.

que l'organisme charitable cesse de verser des fonds, le processus de production risque de s'écrouler. Pour être fait de façon équitable, et donc durable, le commerce doit viser à permettre la gestion de la production par les producteurs eux-mêmes et à garantir un prix stable. Le slogan « trade, no aid » associé au commerce équitable illustre de façon non équivoque que ce dernier se distingue de l'action charitable.

À la suite de l'essor considérable qu'a connu le commerce équitable au cours des dernières années, de nombreuses entreprises canadiennes ont commencé à faire usage de labels équitables pour commercialiser leurs produits. Certaines ont fait certifier leurs produits par des organismes certificateurs indépendants dont les critères d'attribution sont reconnus internationalement, comme *Transfair Canada* par exemple. Cependant, étant donné qu'au Canada le commerce équitable n'est que très peu encadré, qu'il ne fait l'objet d'aucune restriction concernant l'utilisation d'appellation claire et vérifiable et que la certification des produits équitables est volontaire, bon nombre d'entreprises optent plutôt pour une procédure d'auto-déclaration. Ces dernières se fixent donc des normes « maison » qui, selon leur propre interprétation, seraient conformes à l'objectif du commerce équitable. Dans ce contexte, on peut certes se demander si

s'assurer que ces produits qualifiés d'équitables le sont réellement. Ce manque de transparence et d'imputabilité risque de miner la confiance des consommateurs envers les produits dits équitables. Cette confusion entraîne de plus une division artificielle des parts du marché du commerce équitable. En effet, si une certaine proportion des consommateurs adhérant à l'idéologie du commerce équitable et acceptant d'en payer la plus-value se retrouvent à acheter, en réalité, un produit qui n'a d'équitable que le mot figurant sur son emballage, c'est le marché des produits équitables en entier qui en souffre, voyant sa clientèle ainsi diluée au profit de produits qui le sont plus ou moins.

Le gouvernement fédéral ayant le pouvoir constitutionnel de légiférer en matière de commerce interprovincial et international, il semble pertinent de privilégier une approche uniforme à l'ensemble du pays plutôt que d'instaurer des régimes de certification distincts dans chaque province. Or, bien qu'aucune réglementation spécifique n'ait été adoptée au Canada pour encadrer le commerce équitable et que seules des normes et des structures d'autorégulation aient été mises en place par les entreprises elles-mêmes, certains cadres normatifs existants pourraient peut-être favoriser la protection du commerce équitable et des consommateurs contre les abus.

Le commerce équitable semble pouvoir entrer dans le champ d'application de plusieurs lois et règlements fédéraux garantissant aux citoyens le droit à l'information et le droit d'intenter des recours en justice. Pensons notamment à la Loi sur les marques de commerce, la Loi sur les aliments et drogues, la Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation et la Loi canadienne sur la concurrence. Par contre, ces lois visent essentiellement à éviter les déclarations fausses ou trompeuses par rapport à un produit, ce qui, en l'espèce, s'avère insuffisant vu l'absence de définition légale du commerce équitable. Si ces réglementations peuvent se révéler utiles pour condamner les pratiques exclusivement mercantiles du mot équitable, elles n'offrent pas de solution efficace pour les nombreuses pratiques, tels le commerce éthique et les dons de charité, qui tout en s'apparentant au commerce équitable, n'en respectent pas certaines prémisses de base.

Par ailleurs, la valeur coercitive de ces lois est, pour la plupart, limitée par le fait que la charge de dénoncer les pratiques frauduleuses revient exclusivement aux concurrents. Si cela a l'avantage de fournir un outil juridique aux commerçants considérant que des concurrents utilisent frauduleusement le qualificatif équitable, seule une vérification systématique des produits par des organismes indépendants pourrait assurer aux consommateurs la véracité des allégations et le respect des principes du commerce équitable. Bien que cette remarque ne s'applique pas à la Loi sur les aliments et drogues, qui, elle prévoit une vérification par un organisme indépendant, cette avenue n'est guère plus prometteuse car cette loi s'applique exclusivement aux aliments, alors que le commerce équitable tend désormais à s'élargir pour inclure, notamment, des produits d'artisanat et des vêtements.

S'il apparaît possible d'entériner une définition du commerce équitable par règlement en vertu de ces lois, il semble que ce ne soit pas la solution à



The Gazette, Montreal

Devant le vide juridique qui caractérise la situation du commerce équitable au Canada, les commerçants peuvent faire appel à un organisme certificateur indépendant comme Transfair Canada, dont les critères sont reconnus internationalement, mais rien ne les y oblige, observent Marie-Claude Desjardins et Aude Tremblay. Ils peuvent plutôt opter pour une procédure d'autodéclaration et définir leurs propres normes maison. Le café équitable que vous buvez dans votre bistro préféré l'est-il vraiment ?

privilegier. Étant donné la portée limitée de leur application et le caractère subjectif du qualificatif équitable, la création d'un régime juridique de certification posant une définition assortie de critères spécifiques assurant le respect de principes prédéfinis serait plus adéquate. La mise en place d'un tel régime permettrait de surcroît la création d'un organisme indépendant assurant l'élaboration de cahiers de charges à respecter par les intervenants dans la chaîne de commercialisation de produits équitables ainsi que la vérification des pratiques de tous ceux se prévalant de ce qualificatif pour leurs produits.

**B**ien que son application soit limitée à la province de Québec, de même qu'aux aliments et aux produits agri-

coles, la Loi sur les appellations réservées est un exemple intéressant dont on pourrait s'inspirer en vue d'élaborer un régime de certification du commerce équitable au Canada.

Le régime québécois établi sous la Loi sur les appellations réservées vise à encadrer la reconnaissance d'appellations spécifiquement attribuées à certains produits agricoles et alimentaires à titre d'attestation de leur mode de production, de leur région de production ou encore de leur spécificité. Ces appellations réservées permettent de limiter l'utilisation de certains qualificatifs aux seuls produits qui respectent un système de certification répondant à des critères stricts et prédéfinis.

Au Québec, en vertu de cette loi, une seule appellation a été réservée à

l'heure actuelle, soit l'appellation biologique. La réservation de l'appellation équitable aux seuls produits répondant à des critères objectifs préalablement déterminés et prévus par la loi permettrait d'assurer le respect des principes fondamentaux du commerce équitable. Le régime aurait par contre intérêt à s'appliquer à toute catégorie de produits plutôt que de se limiter aux produits alimentaires afin de pouvoir couvrir l'ensemble des produits équitables existant sur le marché.

Contrairement aux législations existantes mentionnées précédemment, l'élaboration d'un tel régime de certification au niveau fédéral permettrait de mettre en place un organe qui serait chargé de surveiller l'emploi du qualificatif équitable.

Au Québec, l'organisme chapeautant le régime est le Conseil des appellations agroalimentaires du Québec. Il a pour mission de s'assurer que les organismes de certification respectent les exigences de la certification et que ces derniers exercent un contrôle adéquat sur les activités de leurs membres et sur la vérification des produits certifiés. Ces mécanismes de vérification assurés par des organismes totalement indépendants de ceux qui interviennent dans la chaîne de commercialisation des produits équitables

**M**algré les bénéfiques escomptés de la création d'un régime d'appellation réservée, il importe de garder à l'esprit certains effets pervers susceptibles d'en découler.

Ainsi, le fait de circonscrire la définition du mot équitable par la législation peut, incidemment, engendrer l'exclusion de certaines initiatives qui, bien que ne répondant pas à tous les critères leur conférant un statut équitable, peuvent néanmoins constituer des initiatives commerciales louables. Tel serait le cas, par exemple,

qu'elle impose de faire un choix quant à une définition spécifique du terme équitable, pourrait également être la source d'un nivellement vers le bas des critères. Il sera en effet difficile de définir cette notion et de circonscrire les critères qui devront être rencontrés tout au long de la chaîne de fabrication et de commercialisation d'un produit pour qu'il soit reconnu comme étant équitable. Le risque d'abaisser le niveau des critères à la suite d'une manifestation probable de mécontentement de la part de ceux qui appliquent des normes moins contraignantes est réel. Bien que non négligeable, cette crainte ne saurait justifier le *statu quo*.

La création d'un régime juridique de certification posant une définition assortie de critères spécifiques assurant le respect de principes prédéfinis serait plus adéquate. La mise en place d'un tel régime permettrait de surcroît la création d'un organisme indépendant assurant l'élaboration de cahiers de charges à respecter par les intervenants dans la chaîne de commercialisation de produits équitables ainsi que la vérification des pratiques de tous ceux se prévalant de ce qualificatif pour leurs produits.

et appliquant des critères rigoureux permettraient de protéger la confiance des consommateurs canadiens envers les produits équitables.

L'adoption d'un régime de certification obligatoire permettrait non seulement d'assurer que tout produit se vendant au pays et portant l'appellation équitable est soumis à un processus de certification fiable, mais également d'imposer des sanctions à quiconque tenterait d'utiliser frauduleusement l'appellation en question. À titre indicatif, dans le cadre de la Loi sur les appellations réservées, une utilisation de l'appellation réservée sur un produit non certifié rend son auteur passible d'une amende de 2 000 \$ à 20 000 \$ et pouvant aller jusqu'à 60 000 \$ en cas de récidive. La présence de sanctions permettrait de réduire considérablement le nombre d'entreprises se servant de l'appellation équitable comme simple outil de marketing au détriment de l'application des valeurs fondamentales sous-jacentes au commerce équitable.

d'un importateur de café contribuant à offrir une aide médicale à des producteurs de café cubains alors que la présence marquée du gouvernement cubain dans le processus de commercialisation du café empêche ces producteurs de faire partie des réseaux conventionnels de commerce équitable.

Cette contrepartie semble toutefois raisonnable afin de permettre d'enrayer la confusion à l'égard des produits qui s'affichent équitables. D'autant plus que rien n'empêcherait une entreprise d'employer une autre appellation à connotation sociale, comme « solidaire » ou café « humanitaire », de même que d'expliquer sur l'emballage à quoi cela correspond exactement dans les faits. Le produit pourrait ainsi garder une place dans le marché des consommateurs avertis et conscientisés à cette problématique, sans pour autant contribuer à une confusion comme celle qui règne présentement et qui risque fort de miner la crédibilité du commerce équitable.

L'attribution d'une appellation réservée à l'expression équitable, en ce

qu'elle impose de faire un choix quant à une définition spécifique du terme équitable, pourrait également être la source d'un nivellement vers le bas des critères. Il sera en effet difficile de définir cette notion et de circonscrire les critères qui devront être rencontrés tout au long de la chaîne de fabrication et de commercialisation d'un produit pour qu'il soit reconnu comme étant équitable. Le risque d'abaisser le niveau des critères à la suite d'une manifestation probable de mécontentement de la part de ceux qui appliquent des normes moins contraignantes est réel. Bien que non négligeable, cette crainte ne saurait justifier le *statu quo*.

**L**a situation actuelle est problématique et risque de mener, à plus ou moins long terme, à une perte de confiance des consommateurs envers les déclarations équitables de certains produits. La création d'un régime à l'image de la Loi sur les appellations réservées, appliqué à l'utilisation du terme équitable, procurerait certainement des avantages notoires, mais elle impliquerait également certaines difficultés. Afin de permettre au système de commerce équitable de remplir adéquatement les objectifs qu'il s'est fixés, il semble donc qu'il faudra, au surplus, explorer d'autres façons de procéder.

En cas d'inaction ou de temporisation au niveau législatif, une campagne publicitaire sur la signification et les implications des labels de certification reposant sur les critères garantissant le respect de l'idéologie du commerce équitable, tels que ceux de Transfair Canada, serait probablement la meilleure mesure à privilégier. Il semble évident toutefois que, même en cas d'instauration d'une appellation réservée équitable, l'information du public devrait demeurer une priorité.

*Aude Tremblay et Marie-Claude Desjardins sont avocates membres du Barreau du Québec et poursuivent toutes deux des études supérieures en droit de l'environnement à l'Université Laval.*