

## Le mouvement des villes équitables entre militantisme et certification éthique des lieux

Jérôme Ballet et Aurélie Carimentrand

---



**Édition électronique**

URL : <http://journals.openedition.org/ethiquepublique/4449>

DOI : [10.4000/ethiquepublique.4449](https://doi.org/10.4000/ethiquepublique.4449)

ISSN : 1929-7017

**Éditeur**

Éditions Nota bene

Ce document vous est offert par Université Bordeaux Montaigne



**Référence électronique**

Jérôme Ballet et Aurélie Carimentrand, « Le mouvement des villes équitables entre militantisme et certification éthique des lieux », *Éthique publique* [En ligne], vol. 21, n° 1 | 2019, mis en ligne le 24 septembre 2019, consulté le 30 septembre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/ethiquepublique/4449> ; DOI : [10.4000/ethiquepublique.4449](https://doi.org/10.4000/ethiquepublique.4449)

---

Ce document a été généré automatiquement le 30 septembre 2019.

Tous droits réservés

---

# Le mouvement des villes équitables entre militantisme et certification éthique des lieux

Jérôme Ballet et Aurélie Carimentrand

---

## Introduction

- Cet article s'intéresse aux processus de certification du commerce équitable à travers l'analyse du mouvement des villes équitables. Il s'agit dans ce cas de certifier un lieu (par l'intermédiaire d'une communauté ou d'une collectivité locale) plutôt qu'un produit ou une organisation. Le mouvement des villes équitables se décline dans un processus plus ou moins participatif à configuration d'acteurs variable selon les contextes. À partir d'une comparaison de cas issus de la littérature (Angleterre, France, États-Unis, Inde principalement), nous interrogeons la gouvernance de cette certification qui repose sur un double niveau. Un niveau international avec un cadre général qui définit l'appellation « ville équitable » (*Fair Trade Towns*) émanant des premières initiatives en Angleterre, et un niveau local qui s'imisce dans ce cadre international et le transforme du fait des caractéristiques des acteurs impliqués. Ces variations géographiques sont aussi des variations politiques des territoires dans lesquelles les relations de pouvoir ne peuvent être évacuées, et renvoient à une analyse de l'éthique du forum (Elster, 1986). Il faut comprendre par éthique du forum, les règles de participation, de discussion et de prise de décision des groupes d'acteurs hétérogènes. Nous présentons dans une première section les évolutions croisées du militantisme et de la certification au sein du mouvement du commerce équitable. Puis nous nous intéressons plus particulièrement aux processus de certification des villes équitables. Nous montrons enfin en quoi cette nouvelle forme de certification interroge les enjeux éthiques d'une certification qui se veut elle-même éthique.

## La question du militantisme et de la certification dans le commerce équitable

- 2 Initialement, le commerce équitable a consisté dans la mise en œuvre d'un partenariat commercial entre des organisations au Nord et des producteurs au Sud, destiné à améliorer les conditions de vie de ces derniers (Moore, 2004 ; Raynolds, Murray et Wilkinson, 2007 ; Jaffee, 2014). Sans chercher à définir ce qu'est un échange parfaitement juste, le commerce équitable promeut une réduction des injustices dans les échanges internationaux (Walton, 2010 ; Ballet et Pouchain, 2015). Malgré des caractéristiques qui l'associent au commerce international, le commerce équitable apparaît bien comme un mouvement social porté par une forme de militantisme (Gendron, Bisailon et Otero Rance, 2009 ; Lekakis, 2013). La certification, qui a constitué un levier important pour le développement du commerce équitable, l'a largement mis en doute et remodelé.

### Le commerce équitable comme mouvement social

- 3 Le militantisme peut être défini de manière générale comme un ensemble de comportements qui plaident en faveur du changement pour une cause sociale (Klar et Kasser, 2009). Le commerce équitable renvoie à une forme de militantisme mondial (Bennett, 2003) et se situe nettement dans une optique de consumérisme politique (Micheletti, 2003 ; Stolle, Hooghe et Micheletti, 2005 ; Jacobsen et Dulsrud, 2007 ; Stolle et Micheletti, 2013). Si le consumérisme politique n'est pas nouveau (Wirt, 2017), il se scinde entre actions de boycott et actions de buycott (Neilson, 2010). Le commerce équitable se trouve du côté du second type d'actions, promouvant l'amélioration des pratiques en ciblant les achats sur des produits possédant un contenu ou une valeur éthique (Clarke *et al.*, 2007 ; Carimentrand, 2008 ; Doherty, Davies et Tranchell, 2013). Les travaux empiriques sur les consommateurs de produits équitables soulignent d'ailleurs l'importance pour ces derniers des effets positifs de leurs achats sur les producteurs (De Pelsmacker, Driesen et Rayp, 2005 ; Ozcaglar-Toulouse, 2005 ; Andorfer et Liebe, 2012 ; Pernin et Petitpretre, 2012).
- 4 Le militantisme ne se résume cependant pas aux consommateurs. Les organisations de commerce équitable au Nord sont à l'origine de ce mouvement et sont portées par des militants qui visent à modifier les règles du jeu du marché (Hira et Ferrie, 2006). Et ce sont eux qui alimentent la sensibilisation des consommateurs, comme ils agissent en exerçant des pressions sur les firmes pour les inciter à reconnaître le commerce équitable et à favoriser son développement. Dans certains pays, ces militants sont également rassemblés au sein de structures ad hoc, comme le Réseau canadien du commerce équitable, l'Association québécoise du commerce équitable, Fair World Project aux États-Unis ou encore Fair(e) un monde équitable en France. Les stratégies de *corporate activism* (Paynton et Schnurer, 2010) visant à faire converger les agendas des militants et des firmes fonctionnent d'ailleurs en partie dans le cas du commerce équitable puisqu'il est désormais intégré dans la stratégie ou dans la gamme de produits de nombreuses firmes multinationales (Doherty, Davies et Tranchell, 2013). Les militants du commerce équitable tentent aussi d'agir sur les pouvoirs politiques. La reconnaissance du commerce équitable dans certains contextes, par les autorités politiques, souligne là encore un certain succès des stratégies menées ; comme c'est le

cas en France avec l'article sur le commerce équitable dans la loi de 2014 sur l'économie sociale et solidaire.

## La certification des produits et des organisations, supports du développement de la consommation de produits issus du commerce équitable

- 5 Un outil majeur du développement du commerce équitable a été la certification. La certification est aujourd'hui assimilée à la certification par tierce partie, souvent présentée comme la seule modalité à même d'assurer une garantie crédible. Ainsi, pour l'Organisation internationale de normalisation (ISO), la certification désigne « l'assurance écrite (sous la forme d'un certificat) donnée par une tierce partie qu'un produit, service ou système est conforme à des exigences spécifiques ». Dans ce contexte, la certification par première partie est assimilée à de la communication, la certification par seconde partie, à de l'évaluation (Carimentrand et Requier-Desjardins, 2009), et la certification par les autorités publiques est peu développée. En réaction à cette hégémonie de la certification par des organismes certificateurs, coûteuse, la certification dite « participative » se développe et commence à être reconnue par des autorités publiques. Cette alternative repose sur divers mécanismes qui mobilisent une diversité d'acteurs à savoir des pairs, des professionnels de l'évaluation, des consommateurs... (Lemeilleur et Allaire, 2016) Pour notre propos, nous retiendrons ici comme définition de la certification l'attestation de conformité d'une entité à des documents de référence, par un organisme tiers, un jury, ou encore un système participatif de garantie (SPG).
- 6 Dans le domaine du commerce équitable, on assiste à un double mouvement, avec d'un côté une critique des mécanismes de certification, et de l'autre un renforcement de ces mécanismes, là où des procédures différentes s'étaient développées. Si les partenariats commerciaux au sein de ce mouvement datent des années 1950 (Kocken, 2003 ; Ballet et Carimentrand, 2007 ; Diaz Pedregal, 2007), ils ont en effet connu un essor substantiel à partir des années 1990 avec les mécanismes de certification de produits qui ont permis de développer le commerce équitable dans la grande distribution (Wilkinson, 2007 ; Ballet et Carimentrand, 2014). La certification des produits a en effet permis à ces produits de sortir des boutiques spécialisées grâce aux labels accolés aux emballages, assurant ainsi leur reconnaissance par les consommateurs dans les grandes surfaces de distribution. La certification des produits issus du commerce équitable est née en 1988 aux Pays-Bas avec la création du label Max Havelaar par l'association éponyme (Roozen et Van der Hoff, 2002). Depuis, ce système de certification volontaire s'est développé dans une vingtaine de pays et s'est professionnalisé par la création d'un organisme de certification ad hoc, FLOCERT<sup>1</sup>. Ce mouvement associatif s'est fédéré sur le plan international avec la création de Fairtrade International et du label Fairtrade. Malgré un certain succès qui s'est traduit par une augmentation sensible des ventes avec 8,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires à l'échelon mondial en 2017 pour les produits labellisés Fairtrade, ce système de certification fait l'objet de vives critiques. Il est pointé du doigt comme un outil qui fait perdre son caractère militant au mouvement. L'engagement des firmes s'apparente alors à un « petit pas » dirigé par une motivation marketing (Low et Davenport, 2006 ; Castaldo *et al.*, 2009). La possibilité de certifier des produits permettrait aux firmes multinationales de développer des gammes de produits

équitables sans remettre totalement en cause leur stratégie (Raynolds, 2009 ; Le Velly, 2015). Une autre ligne de critique a consisté à souligner que la certification procédait d'une forme de re-commodification des produits (Renard, 2003 et 2005 ; Fridell, 2007 ; Daviron et Vagneron, 2011), voire de re-fétichisation (Goodman et Herman, 2015) oubliant à cette occasion les fondements qui ont présidé à sa construction, ancrés dans une éthique relationnelle (Goodman, 2004 ; Ballet et Carimentrand, 2006 et 2010). Cette transformation profonde a, d'une part, éloigné les consommateurs de l'action, provoquant chez eux une forme de délégation de responsabilité (Pouchain, 2012), au risque de faire perdre au commerce équitable sa dimension militante (Smith, 2015). Elle a, d'autre part, écarté les producteurs des processus de décision, les reléguant à des bénéficiaires passifs et sans pouvoir (Renard, 2005 ; Raynolds, 2009 ; Maldidier, 2010 ; Lemay et Maldidier, 2011). Cette certification de produits par tierce partie se trouve dans les mains des experts. Il faut toutefois distinguer l'étape de définition des normes qui tend à devenir plus participative, et celle du contrôle et de la délivrance du certificat, qui reste du domaine de l'expertise. Ces transformations liées aux procédures de certification des produits ont provoqué des réactions du côté des producteurs qui se sont sentis dépossédés. Les luttes pour la reconnaissance au sein des instances décisionnaires de Fairtrade International, la naissance du Symbole des producteurs paysans (SPP) (Renard et Loconto, 2013 ; Gautrey, 2016) en sont des exemples caractéristiques. Des modifications dans la représentation des producteurs au sein de Fairtrade International ont d'ailleurs été réalisées. Depuis 2013, les trois réseaux continentaux de producteurs (CLAC pour l'Amérique latine, Fairtrade Africa et NAPP pour l'Asie) détiennent 50 % des voix à l'assemblée générale de Fairtrade International et ont des sièges réservés au sein de son conseil d'administration.

- 7 En parallèle, suivant une démarche très différente, un système de vérification des organisations du commerce équitable par les membres a été développé par l'Organisation mondiale du commerce équitable (WFTO). Cependant, WFTO a également été poussée à renforcer son système de garantie en intégrant un audit par tierce partie, en alternance avec les procédures d'autoévaluation et d'évaluations croisées des membres, afin de se conformer à une conception standard de la certification, c'est-à-dire une validation par une tierce partie. Cette certification « acteurs » et les certifications « produits » sont finalement représentatives de deux grands types de filières de commerce équitable, les filières spécialisées avec les réseaux de boutiques spécialisées membres de WFTO (les « magasins du monde ») et les filières labellisées Fairtrade qui visent plus spécifiquement la distribution des produits chez des distributeurs non spécialisés comme les supermarchés (Ballet et Carimentrand, 2007).

## Les lieux, nouvel objet de la certification commerce équitable

- 8 Du côté des consommateurs, si les organisations de commerce équitable au Nord ont tenté de maintenir une dimension relationnelle grâce à l'usage marketing des photographies de producteurs sur les emballages des produits (Bertho et Carimentrand, 2012), ce sont des nouveaux mouvements de plaidoyer qui ont émergé. Le mouvement international des villes équitables, né en 2000 à Garstang, une petite bourgade du Lancashire (Angleterre) (Human et Crowther, 2011) en est une forme majeure, qui présente des configurations nationales diverses.

## Ré-amarrer le commerce équitable aux mouvements sociaux locaux

- 9 Il ne s'agit plus de certifier un produit ou une organisation, mais de certifier un lieu, à travers la reconnaissance de l'engagement d'une communauté. La certification des villes équitables peut en fait concerner une communauté villageoise, une collectivité locale, une région et, en principe, n'importe qu'elle entité territoriale sans que le certificat concerne une entité définie précisément par des frontières administratives. En ce sens, le certificat concerne autant les acteurs sur le territoire que le territoire lui-même. On peut même considérer que cette ambiguïté entre certifier un territoire ou certifier des acteurs sur un territoire est la force de la démarche. La certification revient dans certains cas à reconnaître un réseau d'acteurs sur un territoire aux frontières floues plutôt que le territoire lui-même. Au Québec, on octroie un statut à un lieu et on parle de « désignation » de ville équitable. En France, l'utilisation du terme « label territoire de commerce équitable » fait plus explicitement référence aux procédures de la certification. Il s'agit plutôt d'une forme de reconnaissance de l'action des citoyens.
- 10 Si cette nouvelle forme de certification peut être perçue comme une simple extension du commerce équitable à côté de la certification de produits ou de la certification d'organisations, elle procède en fait d'un ré-ancrage profond de la démarche. Elle a été lancée par un petit groupe d'activistes, le Garstang Oxfam Group, qui a systématiquement fait valoir le commerce équitable certifié Fairtrade auprès des commerçants locaux, des entreprises et des organisations du secteur privé, comme du secteur public, et les a poussés à accroître la consommation des produits équitables. La Ville s'est déclarée Fairtrade Town en 2000. Le succès de la démarche a incité le chef de file du mouvement local, Bruce Crowther, à approcher la fondation Fairtrade pour le Royaume-Uni (Fairtrade Foundation) pour que cette organisation accepte de certifier les villes dans lesquelles de telles initiatives seraient prises (Samuel *et al.*, 2018). En 2001, la fondation Fairtrade a certifié Garstang et a lancé l'initiative pour tout le Royaume-Uni. Celle-ci a depuis essaimé à travers le monde. Aux côtés du modèle « mono-label » britannique s'est peu à peu développé un modèle « multi-labels » qui fait la promotion de l'ensemble des labels et acteurs du commerce équitable (et non plus seulement du label Fairtrade). Début 2019, 2 167 territoires étaient engagés dans ces initiatives sur tous les continents, dont 600 au Royaume-Uni, 72 aux États-Unis, 29 en France, 26 au Canada et 2 en Inde (Carimentrand et Ballet, 2018). Depuis 2013, un comité de pilotage international a été mis en place et le terme *Fair Trade Towns* a été préféré au terme initial de *Fairtrade Towns* pour montrer l'ouverture de la démarche à d'autres labels que le label Fairtrade<sup>2</sup>. Ce nouveau type de certification inclut également les universités, les groupes religieux (églises, mosquées, synagogues et temples), les écoles et les lieux de travail. Pour les écoles et les campus universitaires, des critères spécifiques relatifs à l'enseignement, à la sensibilisation et à l'accessibilité des produits équitables ont été définis.
- 11 Ce nouvel objet de la certification commerce équitable, qui concerne donc l'engagement d'une communauté dans une démarche spécifique, s'appuie sur un ancrage local. Il s'agit pour les militants d'amener les consommateurs ayant de faibles préoccupations éthiques, mais étant soucieux de ce qui se passe localement sur leur territoire, de s'engager dans le commerce équitable. Les mots *campaigners* et *citizens-consumers* sont d'ailleurs préférés au terme *militant* (*activist* en anglais) dans les

campagnes menées en Angleterre (Wheeler, 2012). Il s'agit aussi de convaincre les autorités locales de s'engager dans la promotion du commerce équitable. Avec cette démarche, le commerce équitable sort de son caractère international et global pour s'inscrire dans un mouvement local qui soit en phase avec les gens. Le mouvement n'est plus alors perçu comme une affaire de grandes entreprises, mais comme une préoccupation locale portée par un groupe émanant de la base de la population (Alexander et Nicholls, 2006). Les actions concernent plusieurs axes (Peattie et Samuel, 2015 et 2018). Le premier type d'action relève des formes de pressions que les populations locales peuvent exercer sur le secteur privé, en particulier les différents types de commerces locaux, qu'il s'agisse de commerces de vente au détail ou de cafés, de restaurants, d'hôtels, etc., tous les endroits où des produits du commerce équitable peuvent être vendus ou utilisés. Le second type d'action concerne l'influence sur les consommateurs. Au-delà des effets que peut avoir la mise à disposition de produits équitables dans le maximum de lieux sur le territoire, la sensibilisation des consommateurs est un point crucial. Il est autorenforçant avec la mise à disposition des produits dans les commerces. La valorisation du commerce équitable par les institutions locales telles que les écoles, les églises, les associations, etc., forge un troisième axe d'action. Elle en permet une diffusion des idées et de l'importance. En lien avec cet axe stratégique, les militants locaux du commerce équitable construisent des réseaux locaux avec d'autres acteurs et organisations engagés sur d'autres sujets afin de faire converger leurs démarches. Enfin, ils exercent une pression sur les autorités locales pour que ces dernières deviennent acteurs de la démarche. Selon Peattie et Samuel (2018), cette démarche multidirectionnelle permet de construire un réseau de militants non conventionnels, c'est-à-dire impliquant non seulement des militants au profil classique de militant, mais aussi des gens qui n'auraient pas milité pour une cause sociale et des acteurs institutionnels très différents les uns des autres, tels que les autorités locales, les associations locales, les écoles, les commerces, etc. Il s'agit en somme de construire une synergie locale. Si cette démarche conduit à construire une forme originale de militantisme, elle interroge aussi les configurations concrètes qu'elle prend selon les lieux.

## La diversité des configurations nationales

- 12 Le mouvement des villes équitables s'appuie sur une nouvelle dynamique rassemblant des acteurs assez divers à l'échelon local. S'il existe des disparités locales dans les réseaux militants qui forgent les initiatives, des comités de pilotage nationaux ont été progressivement mis en place. À l'échelon national, ce sont les comités de pilotage, ou les jurys ad hoc, qui sont responsables de la certification, c'est-à-dire de la conformité des initiatives aux critères nationaux des villes équitables. Les comités nationaux sont eux-mêmes réunis en une Assemblée internationale qui a défini le cadre international pour l'élaboration des critères de certification. Ce cadre international fonctionne en réseau avec la désignation d'un comité de pilotage international. Le Comité de pilotage international a été créé en 2012 lors de l'Assemblée des coordinations nationales à la Conférence internationale des villes équitables à Poznan, en Pologne. Les membres élus par l'Assemblée sont des coordinateurs nationaux<sup>3</sup>. Le rôle de ce comité est de faciliter la coordination et la transmission d'informations entre les différentes initiatives nationales. Ce comité n'a donc pas de pouvoir de décision, il est un facilitateur des initiatives locales. Le mouvement des villes équitables apparaît ainsi comme un réseau

avec des nœuds aux paliers national et international. Cette configuration en réseau participe de la construction d'un mouvement possédant une volonté de convergence des critères de certification qui laisse en même temps de la souplesse aux initiatives locales et nationales. C'est cette question de l'uniformisation et de la diversité que nous voulons aborder ici et nous nous appuyons pour cela sur la littérature. La littérature sur les villes de commerce équitable est relativement modeste pour l'instant. L'essentiel concerne les États-Unis et le Royaume-Uni. Nous complétons par des études de cas sur la France et l'Inde principalement.

13 Sur le plan international, cinq critères ont été définis pour obtenir la certification « ville équitable » :

1. Le conseil municipal doit adopter une résolution soutenant le commerce équitable et acceptant d'utiliser des produits du commerce équitable.
2. Les produits du commerce équitable sont facilement disponibles dans les magasins de la région et servis dans les cafés/établissements de restauration locaux.
3. Les produits du commerce équitable sont utilisés sur plusieurs lieux de travail au niveau local et par des organisations communautaires (groupes confessionnels, écoles, universités, etc.).
4. La couverture médiatique et le soutien populaire pour la campagne doivent être actifs.
5. Un groupe de pilotage local sur le commerce équitable est créé pour s'assurer de l'engagement continu envers son statut de ville équitable.

14 Ces critères ont été définis lors des premières certifications au Royaume-Uni. Au-delà de ces critères consensuels sur le plan international, la démarche à l'échelon national reflète des contrastes institutionnels. Les différents guides d'action des campagnes nationales sont une bonne illustration de ces contrastes. Si les sites internet des campagnes anglais et américains s'adressent directement aux « communautés », par exemple on peut lire sur le site anglais :

*Join the network of campaigners who make Fairtrade happen across the UK in their communities. Fairtrade supporters across the country have joined together to make their town, city, village, island, borough, county, zone, district or region a Fairtrade Town and to make a commitment to supporting Fairtrade and using licensed products with the FAIRTRADE Mark<sup>4</sup>.*

15 et sur le site américain :

*Fair Trade Towns empowers you to team up with each sector of your community to explore the positive impact of Fair Trade purchasing. Activate your community's commitment to sustainability and social justice through Fair Trade<sup>5</sup>.*

16 Le site français s'adresse directement aux autorités publiques des collectivités territoriales :

Le label « Territoire de commerce équitable » s'adresse à toutes les collectivités territoriales qui souhaitent s'engager, quelle que soit leur taille : régions, départements, intercommunalités, communes de 50 à plusieurs millions d'habitants<sup>6</sup>.

17 et les cinq critères de certification apparaissent comme des critères dans lesquels les collectivités doivent s'engager. Dans ce dernier cas, la campagne est portée conjointement par une plateforme nationale d'acteurs du commerce équitable : Commerce Équitable France (CEF), Max Havelaar France, Artisans du Monde et Fair(e) un monde équitable. La faible littérature sur la France confirme que les initiatives sont portées par les collectivités territoriales publiques (Rolland, 2012). Ce sont alors ces



collectivités qui tentent de construire des comités de pilotage multiacteurs au niveau local. Au contraire, aux États-Unis comme au Royaume-Uni, les campagnes restent ancrées dans les mouvements militants populaires. Elles se construisent souvent autour de militants au sein des écoles, des lieux de culte, des associations ou d'autres groupes qui tentent d'agir sur le plan local et qui cherchent à convaincre les autorités territoriales locales (Nicholls et Opal, 2005 ; Malpass *et al.*, 2007 ; Bole, 2014 ; Lyon, 2014 ; Dawson, 2017 ; Peattie et Samuel, 2015 et 2018 ; Smith, 2015 ; Samuel *et al.*, 2018 ; Samuel, Peattie et Doherty, 2018). Cela ne signifie pas qu'aucune différence n'existe entre les États-Unis et le Royaume-Uni. Comme nous l'avons vu, les villes sont certifiées au Royaume-Uni par la fondation Fairtrade et obtiennent donc la marque Fairtrade, insérée dans le logo britannique des villes de commerce équitable. Aux États-Unis, il n'y a pas d'entité ad hoc qui décerne le statut de ville de commerce équitable. Les villes peuvent se déclarer publiquement une fois que les objectifs fixés au niveau national sont atteints, et la démarche est plurilabel, comme en France et en Inde.

- 18 En Inde, la configuration semble un peu différente encore. Bien qu'il n'y ait que deux « villes » impliquées dans la démarche pour l'instant, Pondichéry et sa voisine, la cité internationale d'Auroville, le profil des promoteurs s'écarte sensiblement de ce qui est décrit dans les autres pays. Les militants sont ici des entrepreneurs du commerce équitable qui tentent d'élargir le mouvement dans leur pays (Carimentrand et Ballet, 2018). Ils sont plutôt engagés dans la politique de certification des organisations caractéristiques des filières intégrées que dans la certification des produits. Ils sont tous membres de l'Organisation mondiale du commerce équitable (WFTO) et une seule entreprise a de plus recours à la certification Fairtrade pour ses produits textiles.
- 19 Par ailleurs, les critères de la certification « ville équitable » et même « villes jumelles équitables » (Fairtrade Twin Towns) n'ont pas tout à fait le même sens dans ce cas de figure. En effet, si l'idée de promouvoir la consommation locale fait sens au Nord et que des indicateurs plus précis sur le nombre de produits ou le volume de vente selon le nombre d'habitants sont parfois proposés, comme dans le guide d'action des villes équitables édité par la fondation Fairtrade, en Inde il s'agit aussi de valoriser la production. Le niveau de vie moyen de la population ne permet certainement pas de se caler dans des indicateurs de consommation identiques à ceux du Nord. Il peut également être pertinent d'y ajouter la consommation liée au tourisme (Ballet et Carimentrand, 2018). Si les cinq critères définis à l'échelon international constituent une référence, leur application pratique se réalise avec une certaine souplesse. La Belgique décline par exemple sa campagne en six critères au lieu de cinq<sup>7</sup>.
- 20 Un élément essentiel de la construction de ces initiatives réside dans la création du comité de pilotage local. Il est déterminant des modes d'action (Malpass *et al.*, 2007 ; Peattie et Samuel, 2018). Bien qu'il s'agisse dans tous les cas de créer un groupe multiacteur, les initiateurs de ce groupe exercent fatalement de l'influence sur la constitution du groupe. La création de tels groupes en France est indissociablement portée par la vision de la collectivité territoriale qui en est à l'initiative et qui, de fait, se situe sur l'échiquier politique local et national. En Inde, Carimentrand et Ballet (2018) soulignent que le comité de pilotage est issu d'une frange de la population appartenant à l'élite et que cette appartenance n'est pas sans conséquence sur la dynamique locale des initiatives. Aux États-Unis, l'influence des mouvements religieux sur ces initiatives peut aussi orienter les démarches et façonner les acteurs impliqués (Bole, 2014). Étant donné la diversité des acteurs et des contextes, à laquelle s'ajoute la

complexité d'un mode d'action à trois niveaux (local, national, international) se pose la question d'une éthique de la participation ou d'une éthique du forum (Elster, 1986).

## Discussion : quelle éthique pour la certification ?

- 21 Comme nous l'avons souligné dans la première section, la certification de produits équitables a entraîné une dépossession des acteurs locaux au profit de systèmes de représentation internationaux (la fédération Fairtrade) – voire nationaux<sup>8</sup> –, et d'organismes certificateurs (cas du label Fair for life par exemple). Les réactions des producteurs au Sud, comme des consommateurs au Nord, sont indéniablement liées à une volonté de reprendre les choses en main. La certification dans le commerce équitable n'a donc pas échappé à un phénomène d'expertocratie, privant les acteurs les plus concernés d'une possibilité de délibération publique (Fischer, 1990). Les acteurs du système Fairtrade en ont bien conscience puisqu'ils viennent de sortir un nouveau standard pour les organisations de producteurs rédigé dans une démarche plus participative. Même WFTO qui avait promu un mode de validation-vérification par les membres a fini par ajouter une validation par tierce partie pour conforter sa certification. Comme le soulignait Beck (1992), l'expertise divise la population et donc le pouvoir entre ceux qui ont l'expertise et ceux qui ne l'ont pas. Elle remplace la moralité par la rationalité instrumentale ; tout jugement de valeur devenant lui-même soumis à la rationalisation (Feenberg, 1991). Or il n'est guère besoin de rappeler les catastrophes auxquelles la technologie laissée entre les mains des experts a conduit (Hiroshima, Tchernobyl...) pour se convaincre que l'expertise ne peut remplacer la délibération publique (Winner, 1986).
- 22 Les villes équitables ne sont donc pas une simple extension de la certification de produits du commerce équitable, elles sont plus fondamentalement une reprise en main par les acteurs locaux de la dynamique de commerce équitable. La configuration du système de reconnaissance des villes équitables nous interpelle de nouveau sur la place de l'expertise dans la certification. D'un côté, nous avons une entité internationale qui joue un rôle de facilitateur dans le réseau, mais qui en même temps propose une liste de cinq critères à respecter. De l'autre, nous avons des comités de pilotage nationaux qui chapeautent les initiatives locales ; ces comités nationaux prenant des configurations multiples du fait de la volonté d'être multiacteur, mais aussi des mécanismes mis en place à l'échelon national pour faire émerger les initiatives. Plutôt qu'un système de certification, nous avons donc une multitude de configurations de certification. Dans un tel contexte, deux questions concomitantes se posent : quelle place pour l'expertise ? Quel rôle pour les autres acteurs ?
- 23 Dans les années 1920, Dewey (1927), constatant l'émergence d'une société industrielle complexe et sophistiquée, posait déjà la question de l'articulation entre le savoir des experts et la gouvernance démocratique. Il espérait alors que les experts joueraient un rôle d'éducateur auprès de la population, sensibilisant et informant cette dernière pour qu'elle puisse faire des choix raisonnés. À n'en pas douter, les initiatives de certification du commerce équitable lancées dans les années 1990 avaient probablement cet objectif à l'égard des consommateurs du Nord. Mais le modèle n'a pas échappé au travers de la certification par expertise, en accaparant le pouvoir et en dépossédant les autres acteurs. L'expertise reste pourtant un élément non négligeable dans les villes équitables. Sur le site français de la campagne 2018, on peut ainsi lire que le jury est

composé « d'experts de l'économie sociale et solidaire et du développement durable<sup>9</sup> ». Dans le même registre au Royaume-Uni, la certification est réalisée par la fondation Fairtrade pour le Royaume-Uni. L'expertise continue de jouer un rôle de garantie ou de sérieux de la démarche. Elle n'est cependant pas au cœur de la démarche qui repose sur les initiatives locales multiacteurs. Mais étant donné la multiplicité des acteurs, le pouvoir très différent que possèdent les uns et les autres (collectivités publiques, associations locales militantes, entreprises, etc.), la certification se doit de reposer sur un mécanisme d'engagement réciproque et de délibération publique. Selon Lemeilleur et Allaire (2016), les systèmes participatifs de garantie sont une réappropriation des communs intellectuels, les labels étant dans ce cas des ressources communes intellectuelles.

- 24 Elster (1986) souligne l'existence de trois traditions d'analyse des processus délibératifs qui caractérisent chacune une forme d'éthique des forums. La première, celle du choix social, dans la lignée des économistes tels Arrow (1963), considère que le processus politique de délibération est purement instrumental plutôt qu'une fin en soi. Le but est d'obtenir un compromis entre des intérêts privés divergents. Les deux autres traditions s'opposent à l'idée que le comportement d'engagement dans les délibérations publiques soit simplement lié à l'intérêt privé. La seconde tradition, dans la lignée de l'éthique de la discussion d'Habermas (1990), considère que le but de la délibération doit être un accord rationnel plutôt qu'un compromis ; l'acte décisif d'un point de vue politique étant l'engagement dans la délibération plutôt que l'émergence d'un compromis. Enfin, la troisième tradition, dans la lignée de John Stuart Mill (1859) ou de Carole Pateman (1970), considère que le but de l'engagement dans un processus délibératif est l'éducation et la transformation des participants. Il ne fait guère de doute que le mouvement des villes équitables se situe plutôt dans une vision de l'engagement des acteurs qui est proche de cette troisième tradition. La volonté est certainement qu'en participant au mouvement les acteurs finissent par y adhérer réellement plutôt que le faire pour leur simple intérêt. Cependant, comme le souligne Elster (1986) considérer qu'éduquer et transformer est le but de la délibération publique n'implique pas que les gens le font pour cela. La délibération publique ne peut s'opposer totalement au marché et doit au contraire être directement liée aux préoccupations économiques. Au-delà de la transformation de la société, il faut avant tout revenir aux règles au ras du sol qui concernent les choix économiques. D'une certaine manière, c'est ce que propose le mouvement des villes équitables. Mais il se heurte à cette occasion à la diversité des acteurs et à leurs intérêts multiples.
- 25 Cependant, un tel système suppose de dépasser un problème majeur qu'est celui de l'injustice épistémique. L'injustice épistémique peut être définie comme un ensemble d'injustices qui impliquent la production, la transmission et l'usage des connaissances (Anderson, 2012). La vertu principale des institutions sociales serait finalement de permettre une forme de justice épistémique (Anderson, 2012), tenant compte des connaissances de tous les acteurs, bien qu'elles soient de natures différentes. Cela revient à considérer que les délibérations publiques ne peuvent plus s'appuyer que sur un savoir d'expert, mais doivent au contraire faire une place aux autres acteurs, quels qu'ils soient. Étant donné la diversité d'acteurs au sein des initiatives locales des villes équitables, il s'agit certainement là d'un enjeu fondamental, et peut constituer un des facteurs de blocage dans certains cas. Avant que l'engagement dans la délibération

publique ne produise des effets transformateurs, une éthique du forum fondée sur la reconnaissance réciproque paraît primordiale.

## Conclusion

- 26 Le mouvement des villes équitables n'est pas une simple extension de la certification de produits du commerce équitable. Il renoue avec les prémices du commerce équitable dans sa volonté d'engager des acteurs à tous les niveaux des sociétés pour créer un monde plus juste. Il rouvre un dialogue entre des acteurs variés, qu'il s'agisse des consommateurs, des producteurs (c'est le cas au Sud en Inde, mais aussi au Nord avec la forte croissance des produits équitables locaux), des autorités publiques, des groupes de militants, etc. Ce mouvement ouvre des interrogations sur la certification à trois niveaux. Tout d'abord, il conteste la place de l'expertise dans le processus. Cela ne signifie pas que l'expertise est rejetée. Elle retrouve plutôt une juste place, une place de garantie fondée en même temps sur la pluralité des démarches. Le mouvement des villes équitables suppose alors de dépasser les relations de pouvoir qui se sont immiscées dans le commerce équitable pour redonner sens à une éthique du forum qui permette à chacun des acteurs de prendre pleinement sa place dans l'engagement pour un monde plus juste. Ensuite, il remet en question la place de la certification des produits. Les villes équitables ne se résument pas à rendre plus accessibles les produits certifiés par tel ou tel label. Elles ouvrent la possibilité de promouvoir l'accessibilité de produits locaux non certifiés que les acteurs locaux assimilent à des produits équitables. Les produits certifiés équitables ne deviennent qu'une composante, certes essentielle, mais non exclusive des produits promus localement. Enfin, et cela découle des deux points précédents, le mouvement des villes équitables possède-t-il une capacité d'influence sur les systèmes de certification eux-mêmes ? Par exemple, peut-on imaginer que des militants des villes équitables intègrent la gouvernance Fairtrade, comme ce fut le cas avec les producteurs du Sud ? Qu'ils aient un rôle de vigilance ? Ou encore qu'ils prennent part à la certification des produits ou des organisations par des systèmes participatifs de garantie internationaux ? Cet article ne répond pas à ces questions et elles constituent des pistes de réflexion pour des travaux futurs. Un premier axe de travail pourrait consister à se demander comment les acteurs des villes équitables évaluent les différents systèmes de certification (Fairtrade, WFTO, Fair For Life, etc.), ce qui donnerait une première indication sur leur perception de la certification par rapport au mouvement dans lequel ils sont engagés.

---

## BIBLIOGRAPHIE

ALEXANDER, Andrew et Alex NICHOLLS (2006), « Rediscovering consumer-producer involvement: A network perspective on fair trade marketing », *European Journal of Marketing*, vol. 40, n° 11/12, p. 1236-1253.

- ANDERSON, Elizabeth (2012), « Epistemic justice as a virtue of social institutions », *Social Epistemology*, vol. 26, n° 2, p. 163-173.
- ANDORFER, Veronika A. et Ulf LIEBE (2012), « Research on fair trade consumption—A review », *Journal of Business Ethics*, vol. 106, n° 4, p. 415-435.
- ARROW, Kenneth J. (1963), *Social Choice and Individual Values*, New York, Wiley.
- BALLET, Jérôme et Aurélie CARIMENTRAND (2007), *Le commerce équitable*, Paris, Ellipses.
- BALLET, Jérôme et Aurélie CARIMENTRAND (2008), « Le commerce équitable : des labels à l'éthique relationnelle », dans Fabrice DREYFUS, Jean-Marc TOUZARD et Yuna CHIFFOLEAU, *Les nouvelles figures des marchés agroalimentaires apports croisés de l'économie, de la sociologie et de la gestion*, Versailles, Quae éditions, p. 61-71.
- BALLET, Jérôme et Aurélie CARIMENTRAND (2010), « Fair trade and the depersonalization of ethics », *Journal of Business Ethics*, vol. 92, n° 2, p. 317-330.
- BALLET, Jérôme et Aurélie CARIMENTRAND (2014), « Commerce équitable et éthique : pour une défense des filières labellisées », *Mondes en développement*, n° 168, p. 77-86.
- BALLET, Jérôme et Delphine POUCHAIN (2015), « Fair Trade and justice: a comment on Walton and Deneulin », *Third World Quarterly*, vol. 36, n° 8, p. 1421-1436.
- BECK, Ulrich (1992), *Risk Society: Towards a New Modernity*, Newbury Park, Sage Publications.
- BENNETT, W. Lance (2003), « Communicating global activism », *Information, Communication & Society*, vol. 6, n° 2, p. 143-168.
- BERTHO, Raphaële et Aurélie CARIMENTRAND (2012), « L'utilisation de portraits de producteurs dans le commerce équitable », communication au Fair Trade International Symposium and GeoFairTrade Final Conference, Liverpool.
- BOLE, Barbara E. (2014), « Globally Conscious Consumerism and Community Identity in the US Fair Trade Town Movement », thèse de doctorat, Walden University.
- CARIMENTRAND, Aurélie (2008), « Les enjeux de la certification biologique et équitable du quinoa (*Chenopodium Quinoa Willd*) du consommateur au producteur », thèse de doctorat, Université de Versailles St Quentin en Yvelines.
- CARIMENTRAND, Aurélie et Denis REQUIER-DESJARDINS (2009), Introduction au numéro spécial « certification et développement durable », *Éthique et économie*, vol. 6, n° 2, p. 1-5.
- CARIMENTRAND, Aurélie et Jérôme BALLE (2018), « Fair trade twin towns Pondicherry and Auroville: a fresh look at activism », communication au FTIS 2018 Fair trade and the SDGs: investigating the fairness of sustainable development, juin 2018, Portsmouth.
- CASTALDO, Sandro *et al.* (2009), « The missing link between corporate social responsibility and consumer trust: The case of fair trade products », *Journal of Business Ethics*, vol. 84, n° 1, p. 1-15.
- CLARKE, Nick *et al.* (2007), « The political rationalities of fair-trade consumption in the United Kingdom », *Politics & Society*, vol. 35, n° 4, p. 583-607.
- DAWSON, Mark J. (2017), « Fair Trade and the Kingdom of God: examining Fair Trade action by churches as a form of Public Theology », thèse de doctorat, Université de Leeds.
- DE PELSMACKER, Patrick, Liesbeth DRIESEN et Glenn RAYP (2005), « Do consumers care about ethics? Willingness to pay for fair-trade coffee », *Journal of Consumer Affairs*, vol. 39, n° 2, p. 363-385.
- DEWEY, John (1927), *The Public and Its Problems*, New York, Swallow.

- DIAZ PEDREGAL, Virginie (2007), *Le commerce équitable dans la France contemporaine. Idéologies et pratiques*, Paris, L'Harmattan.
- DOHERTY, Bob, Iain A. DAVIES et Sophie TRANCHELL (2013), « Where now for fair trade? », *Business history*, vol. 55, n° 2, p. 161-189.
- ELSTER, Jon (1986), « The market and the forum: three varieties of political theory », dans Jon ELSTER et Aanund HYLLAND (dir.), *The Foundation of Social Choice Theory*, Cambridge, Cambridge University Press, p. 103-132.
- FEENBERG, Andrew (1991), *Critical Theory of Technology*, New York, Oxford University Press.
- FISCHER, Frank (1990), *Technocracy and the Politics of Expertise*, Newbury Park, Sage Publications.
- FRIDELL, Gavin (2007), « Fair-Trade coffee and commodity fetishism: The limits of market-driven social justice », *Historical Materialism*, vol. 15, n° 4, p. 79-104.
- GARDNER, Adam (2018), « Fair Trade Town movement: Multi-stakeholder partnerships. A snapshot of the UK Fairtrade Towns movement linked to SDG 17 », Communication au FTIS 2018 Fair trade and the SDGs: investigating the fairness of sustainable development, juin 2018, Portsmouth.
- GAUTREY, Garance (2016), « Le symbole des producteurs paysans: une stratégie entre légitimité et efficacité », communication à la Journée de recherche FairNESS : Les nouveaux visages du commerce équitable: évolution, spécificités et perspectives, mai 2016, Nice.
- GENDRON, Corinne, Véronique BISAILLON et Ana Isabel OTERO RANCE (2009), « The institutionalization of fair trade: More than just a degraded form of social action », *Journal of Business Ethics*, vol. 86, n° 1, p. 63-79.
- GOODMAN, Michaël K. (2004), « Reading fair trade: political ecological imaginary and the moral economy of fair trade foods », *Political Geography*, vol. 23, n° 7, p. 891-915.
- GOODMAN, Michaël K. et Agatha HERMAN (2015), « Connections in fair trade food networks », dans Laura T. RAYNOLDS et Elizabeth BENNETT (dir.), *Handbook of Research on Fair Trade*, Northampton, Edward Elgar Publishing, p. 139-156.
- HABERMAS, Jürgen. (1990), *Moral Consciousness and Communicative Action*, Cambridge, MIT Press.
- HIRA, Anil et Jared FERRIE (2006), « Fair trade: Three key challenges for reaching the mainstream », *Journal of business ethics*, vol. 63, n° 2, p. 107-118.
- HUMAN, Joe et Bruce CROWTHER (2011), « Campaigning for Justice », dans John BOWES (dir.), *The Fair Trade Revolution*, Londres, Pluto Press, p. 89-106.
- JACOBSEN, Eivin et Arne DULSRUD (2007), « Will consumers save the world? The framing of political consumerism », *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, vol. 20, n° 5, p. 469-482.
- JAFFEE, Daniel (2014), *Brewing justice: Fair trade coffee, sustainability, and survival*, Berkeley, University of California Press.
- KLAR, Malte et Tim KASSER (2009), « Some benefits of being an activist: Measuring activism and its role in psychological well-being », *Political Psychology*, vol. 30, n° 5, p. 755-777.
- KOCKEN, Marlike (2003), *Fifty years of fair trade: a brief history of the fair trade movement*, Maastricht, European Fair Trade Association.
- LEMAY, Jean-Frédéric et Christophe MALDIDIER (2011), « Quelle cogestion partenariale des filières du commerce équitable ? Articuler représentations, contrôle et espaces de négociations », *Éthique et économie/Ethics and Economics*, vol. 8, n° 2, p. 167-190.

- LEMEILLEUR, Sylvaine et ALLAIRE, Gilles (2016), « Certification participative des labels du mouvement de l'agriculture biologique : une réappropriation des communs intellectuels », 12<sup>e</sup> conférence internationale de l'AFD : Communs et développement, Paris.
- LEKAKIS, Eleftheria J. (2013), *Coffee activism and the politics of fair trade and ethical consumption in the global north: political consumerism and cultural citizenship*, New York, Palgrave/MacMillan.
- LE VELLY, Ronan (2015), « Fair trade and mainstreaming », dans Laura T. RAYNOLDS et Elizabeth BENNETT (dir.), *Handbook of Research on Fair Trade*, Northampton, Edward Elgar Publishing, p. 265-280.
- LOW, Will et Eileen DAVENPORT (2006), « Mainstreaming fair trade: adoption, assimilation, appropriation », *Journal of Strategic Marketing*, vol. 14, n° 4, p. 315-327.
- LYON, Sarah (2014), « Fair Trade Towns USA: growing the market within a diverse economy », *Journal of Political Ecology*, vol. 21, n° 1, p. 145-160.
- MALDIDIER, Christophe (2010), « Les relations entre 'Artisans du Monde' et les producteurs des pays du Sud : une éthique relationnelle est-elle envisageable ? », *Cahiers agricultures*, vol. 19, n° 1, p. 5-10.
- MALPASS, Alice *et al.* (2007), « Fairtrade urbanism? The politics of place beyond place in the Bristol Fairtrade City campaign », *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 31, n° 3, p. 633-645.
- MICHELETTI, Michele (2003), « Shopping with and for Virtues », dans *Political virtue and shopping*, Palgrave Macmillan, New York, p. 149-168.
- MILL, John Stuart (1859), *Utilitarianism*, Londres, Fontana Books.
- MOORE, Geoff (2004), « The fair trade movement: Parameters, issues and future research », *Journal of Business Ethics*, vol. 53, n° 1-2, p. 73-86.
- NEILSON, Lisa A. (2010), Boycott or buycott? Understanding political consumerism. *Journal of Consumer Behaviour*, vol. 9, n° 3, p. 214-227.
- NICHOLLS, Alex et Charlotte OPAL (2005), *Fair trade: Market-driven ethical consumption*, Londres, Sage.
- OZCAGLAR-TOULOUSE, Nil (2005), « Apport du concept d'identité à la compréhension du comportement du consommateur responsable: une application à la consommation des produits issus du commerce équitable », thèse de doctorat, Université de Lille II.
- PATEMAN, Carole (1970), *Participation and Democratic Theory*, Cambridge, Cambridge University Press.
- PAYNTON, Scott T. et Maxwell SCHNURER (2010), « Corporate "Grassroots" Activism: A Juxtaposition », *Business & Professional Ethics Journal*, vol. 9, n° 1/4, p. 63-83.
- PEATIE, Ken et Anthony SAMUEL (2015), « Places where people matter: The marketing dynamics of Fairtrade Towns », *Social Business*, vol. 5, n° 3, p. 237-254.
- PEATIE, Ken et Anthony SAMUEL (2018), « Fairtrade towns as unconventional networks of ethical activism », *Journal of Business Ethics*, vol. 153, n° 1, p. 265-282.
- PERNIN, Jean-Louis et Aurélie CARIMENTRAND (2012), « Quels critères environnementaux pour le commerce équitable ? Croyances et attentes chez les consommateurs », *Mondes en développement*, vol. 160, p. 45-58.

- PERNIN, Jean-Louis et Benoît PETITPRÊTRE (2012), « Commerce équitable et scepticisme: une typologie des consommateurs », *Décisions marketing*, vol. 66, p. 47-58.
- POUCHAIN, Delphine (2012), « Les labels au sein du commerce équitable: entre délégation et démission du consommateur », *Mondes en développement*, vol. 160, p. 27-44.
- RAYNOLDS, Laura T. (2009), « Mainstreaming fair trade coffee: from partnership to traceability », *World Development*, vol. 37, n° 6, p. 1083-1093.
- RAYNOLDS, Laura T., Douglas MURRAY et John WILKINSON (dir.) (2007), *Fair trade: The challenges of transforming globalization*, New York, Routledge.
- RENARD, Marie-Christine (2003), « Fair trade: quality, market and conventions », *Journal of Rural Studies*, vol. 19, n° 1, p. 87-96.
- RENARD, Marie-Christine (2005), « Quality certification, regulation and power in fair trade », *Journal of Rural Studies*, vol. 21, n° 4, p. 419-431.
- RENARD, Marie-Christine et Allison LOCONTO (2013), « Competing Logics in the Further Standardization of Fair Trade: ISEAL and the Símbolo de Pequeños Productores », *International Journal of Sociology of Agriculture & Food*, vol. 20, n° 1, p. 51-68.
- ROLLAND, Lisa (2015), « La Campagne 'Fair Trade Towns', une mise en territoires du commerce équitable au nom du développement durable. Exemples de Lyon et Bruxelles-Capitale », thèse de doctorat en géographie, Université Paris Ouest Nanterre La Défense.
- ROOZEN, Nico et Frans VAN DER HOFF (2002), *L'aventure du commerce équitable : une alternative à la mondialisation par les fondateurs de Max Havelaar*, Paris, JC Lattès.
- SAMUEL, Anthony *et al.* (2018), « Influencing Fairtrade consumption through servant leadership: Bruce Crowther's story », *Society and Business Review*, vol. 13, n° 2, p. 170-183.
- SAMUEL, Anthony, Ken PEATTIE et Bob DOHERTY (2018), « Expanding the boundaries of brand communities: the case of Fairtrade Towns », *European Journal of Marketing*, vol. 52, n° 3-4, p. 758-782.
- SMITH, Alastair M. (2015), « Fair trade places », dans Laura T. RAYNOLDS et Elizabeth BENNETT (dir.), *Handbook of Research on Fair Trade*, Northampton, Edward Elgar Publishing, p. 191-206.
- STOLLE, Dietlin, Marc HOOGHE et Michele MICHELETTI (2005), Politics in the supermarket: Political consumerism as a form of political participation, *International Political Science Review*, vol. 26, n° 3, p. 245-269.
- STOLLE, Dietlin et Michele MICHELETTI (2013), *Political consumerism: Global responsibility in action*, Cambridge University Press.
- WALTON, Andrew (2010), « What is fair trade? », *Third World Quarterly*, vol. 31, n° 3, p. 431-447.
- WHEELER, Kathryn (2012), *Fair Trade and the Citizen-Consumer: Shopping for Justice?*, Palgrave Macmillan UK.
- WILKINSON, John (2007), « Fair trade: Dynamic and dilemmas of a market oriented global social movement », *Journal of Consumer Policy*, vol. 30, n° 3, p. 219-239.
- WINNER, Langdon (1986), *The Whale and the Reactor: A Search for Limits in an Age of High Technology*, Chicago, Chicago University Press.
- WIRT, Frederick M. (2017), *Politics, products, and markets: Exploring political consumerism past and present*, Londres, Routledge.