

Territoires de commerce équitable : développer le commerce équitable via une nouvelle forme de gouvernance

ALIZÉE THOUEILLE

MOTS-CLÉS : COMMERCE ÉQUITABLE, LABEL, POLITIQUES PUBLIQUES

Le commerce équitable (CE) vise une organisation des échanges du producteur jusqu'au consommateur. Il permet un rééquilibrage entre les pays développés et les pays en développement. Il a pour objectifs de permettre une meilleure rémunération des producteurs, ainsi qu'une meilleure qualité de vie (Bercy Infos, 2018). Il allie des engagements économiques, sociaux et environnementaux. En France, « Commerce Équitable France » (CEF) est le collectif de concertation et de représentation des acteurs français du commerce équitable. Il regroupe différents acteurs comme des entreprises, des réseaux de distribution, des associations de consommateurs et mouvements citoyens, des organisations de solidarité internationales, des acteurs de la recherche ainsi que des labels pouvant être portés par différentes organisations.

LE COMMERCE ÉQUITABLE EN FRANCE

Les grands objectifs du commerce équitable

C'est en 2001 lors du consensus de FINE¹ qu'une première définition du CE voit le jour. Celle-ci reprend six objectifs :

- améliorer les conditions de vie et le bien-être des producteurs ;

- promouvoir les opportunités de développement économique pour les producteurs désavantagés ;
- sensibiliser les consommateurs sur les impacts négatifs du commerce international sur les producteurs ;
- mettre en place un exemple de partenariat commercial basé sur le dialogue, la transparence et le respect ;
- améliorer les règles et les pratiques du commerce international conventionnel ;
- défendre les droits humains en soutenant la justice sociale, des pratiques soucieuses de l'environnement et la sécurité économique.

Les filières intégrée et labellisée du commerce équitable

En France, on peut trouver des produits issus du CE de différentes manières. La filière dite « intégrée » est un circuit alternatif, indépendant du commerce conventionnel. Artisans du Monde en est l'un des acteurs principaux. Aucun label ou cahier des charges n'est mis en place, seuls des chartes et un autoengagement sont appliqués. Utilisant une centrale d'achat, ces acteurs sont en contact avec les organisations de producteurs et accompagnent leur développement.

D'un autre côté, la filière dite « labellisée » a été créée par Max Havelaar. Celle-ci se base sur trois principes : les organisations de producteurs sont exposés à une fixation du prix, disposent d'une prime de développement et doivent respecter certains critères. Ces critères permettront la

1. Réseau composé de Fairtrade Labelling Organizations (aujourd'hui Fairtrade International), International Federation for Alternative Trade (aujourd'hui World Fair Trade Organization), Network of European Worldshops et European Fair Trade Association.



vimeo.com/531766054

certification des produits. D'autres labels (comme *fair for life*) ont vu le jour depuis la création de cette filière.

Les labels de commerce équitable

Les labels permettent de garantir le respect des engagements du CE et de les valoriser. Un label fait référence à des standards spécifiques, garantit la réalisation de contrôles, est ouvert à différents types d'acteurs et est reconnu par les consommateurs grâce à un logo particulier (Figure 1).

FIGURE 1. LES DIFFÉRENTS LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS



(Source : Territoires de commerce équitable)

Les labels de CE s'appliquent principalement à des chaînes d'approvisionnement de produits mais peuvent aussi s'appliquer à des organisations (Commerce Équitable France, 2019).

La normalisation du commerce équitable

Le CE est défini dans l'article 94 de la loi française du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire (ESS). Le décret 2015-1157 du 17 septembre 2015 relatif au commerce équitable fournit des données sur le type de travailleurs auquel le CE est destiné (article 1) et sur les prix rémunérateurs (article 2). Enfin, la loi PACTE² de 2019 (article 173) réglemente l'allégation « équitable ». Les produits étiquetés avec cette allégation doivent respecter les critères du CE. Cette démarche permet d'éviter une utilisation abusive de ce terme (Héraud, 2019). L'achat de produits issus du CE est aussi mentionné dans l'article 24 de la loi Egalim : « Les personnes morales de droit

public³ mentionnées au premier alinéa du I du présent article développent par ailleurs l'acquisition de produits issus du commerce équitable tel que défini à l'article 60 de la loi n° 2005-882 du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises ainsi que l'acquisition de produits dans le cadre des projets alimentaires territoriaux définis à l'article L. 111-2-2 du présent code. » La loi cadre et incite à développer l'achat de produits issus du CE.

Le commerce équitable, un sujet d'actualité

Aujourd'hui, des projets supplémentaires sur le CE sont encore à l'étude. Après la convention citoyenne pour le climat, le projet de loi « climat et résilience » est en cours d'étude et sera voté en septembre 2021. Son article 66 complète la définition du CE en y intégrant des objectifs d'investissement dans l'agroécologie et la protection de la biodiversité. Il rendrait aussi obligatoire le recours à un label pour les entreprises se réclamant du CE (Commerce Équitable France, 2021). Le ministère de la Transition écologique considère que le CE est un levier pour le développement d'une consommation et d'une production plus durables. Il porte des actions de sensibilisation du public mais aussi aide le développement de la demande par les achats publics et privés. En outre, le ministère participe au jury qui récompense chaque année les collectivités engagées dans la promotion du commerce équitable par le label « Territoires de commerce équitable » (TDCE), dont le logo se trouve sur la Figure 2 (Ministère de la Transition écologique, 2019).

FIGURE 2. LOGO DU LABEL « TERRITOIRES DE COMMERCE ÉQUITABLE ».



(Source : Territoires de commerce équitable)

2. Plan d'action pour la croissance et la transformation des entreprises.

3. Personnes morales de droit public ayant la charge des repas servis dans les restaurants collectifs.

LE LABEL « TERRITOIRES DE COMMERCE ÉQUITABLE »

Genèse du label

Le label « Territoires de commerce équitable » est orienté vers la labellisation de collectivités et non de produits. Il a été créé en 2000 en Angleterre dans la ville de Garstand. À l'international, il est nommé « *Fair Trade Town* » et s'étend dans trente-six pays (Belgique, Espagne, Inde, Cameroun, etc.). Dans chacun de ces pays, sa mise en œuvre et sa dynamique sont différentes. En France, il a été créé en 2009 et se déploie aujourd'hui dans trente-trois collectivités. Lors des « Rencontres nationales des Territoires de commerce équitable », les collectivités ont l'occasion de présenter les différentes actions qu'elles ont mises en place. En 2020, différentes collectivités se sont exprimées, comme les villes de Nantes, Paris ou encore Saverne. Des territoires plus grands sont labellisés, comme la région Occitanie.

Les quatre associations à l'origine de la campagne sont : Artisans du Monde, Commerce Équitable France, FAIR[E] un monde équitable et FAIRTRADE Max Havelaar France :

- Artisans du Monde, organisation précédemment évoquée dans la filière dite « intégrée », représente un réseau de distribution associatif et militant qui permet l'achat de produits alimentaires et artisanaux issus à 100 % du commerce équitable. Ce réseau permet aussi de s'informer, de s'éduquer et de soutenir les campagnes en faveur du CE.
- Commerce Équitable France réunit une trentaine d'organisations françaises du secteur. L'association promeut et défend le commerce équitable en France et à l'international.
- FAIR(E) un monde équitable met en place un mouvement citoyen national, incubateur d'initiatives citoyennes et faveur du CE et pour une consommation juste et durable. L'association rassemble vingt-deux associations locales et des adhérents individuels. Grâce à ce réseau, l'association sensibilise les consommateurs, les décideurs politiques, les acteurs économiques et la société civile.
- FAIRTRADE Max Havelaar France est une association à but non lucratif qui met en place à travers son label des conditions commerciales plus justes afin de donner aux agriculteurs des pays en développement les moyens de lutter

par eux-mêmes contre la pauvreté et d'améliorer les conditions de vie de leurs communautés. En plus de ces actions, elle souhaite sensibiliser l'opinion publique et développer l'engagement des acteurs économiques et institutionnels.

Objectifs visés par le label

Le but du label est de fournir un cadre pour les collectivités afin de permettre plus d'équité dans les relations économiques internationales. Il a aussi comme vocation de stimuler et accompagner le changement en valorisant les démarches, mutualisant les pratiques et diffusant des innovations. Les collectivités visent cinq objectifs énoncés par le label :

- mettre en place un comité de pilotage multi-acteurs, lieu d'échanges pour bâtir le plan d'action de la campagne ;
- voter une délibération⁴ et acheter des produits issus du commerce équitable ;
- promouvoir des actions de sensibilisation et d'éducation et communiquer sur les réalisations ;
- contribuer à développer l'offre de produits équitables et soutenir les filières de production ;
- inviter les principales entreprises et organisations du territoire à s'approvisionner en produits du commerce équitable.

Ces objectifs, pouvant être assimilés à une feuille de route, permettent aux collectivités d'orienter leurs actions et de faciliter leur mise en place. Les collectivités labellisées ont pour volonté de créer une nouvelle dynamique en faveur du CE à l'échelle de leur territoire, dans une logique de consommation responsable. Cette démarche est alors complémentaire d'autres approches comme celle des circuits courts et de l'agriculture biologique. Comme le précise Aurélie Carimentrand, chercheuse spécialiste du CE, « *il y a un potentiel avec ce label, peut-être en association avec d'autres mouvements de transition écologique* » (Carimentrand, 2021). Ce label incite donc au développement d'achats publics responsables tout en favorisant la sensibilisation des citoyens et acteurs des territoires.

4. Cela correspond à une confrontation de points de vue en conseil municipal qui permet l'adoption d'une décision réfléchie.

Les collectivités qui se lancent dans la démarche : organisation et gouvernance

Pour devenir un Territoire de commerce équitable, différentes étapes sont à suivre. La collectivité doit tout d'abord réunir ses partenaires pour construire un comité de pilotage multi-acteurs. Cet outil permet de soutenir la dynamique engagée dans le territoire. Il peut prendre différentes formes en fonction de la taille de la collectivité et de la gouvernance adoptée. Il peut être composé d'agents de la collectivité, d'élus, d'organisations du commerce équitable, de l'ESS ou de l'éducation, d'entreprises, d'établissements scolaires, etc. Le comité de pilotage est un outil d'animation et de promotion du CE, permettant de communiquer avec les responsables du label et de capitaliser l'information. Pour le mettre en place, il est nécessaire d'identifier l'ensemble des acteurs du CE présents sur le territoire ainsi que d'autres acteurs pouvant être intéressés. Par exemple, le comité de pilotage de la région Occitanie comprend différents acteurs : un chercheur, un membre d'Artisans du Monde, un membre de FAIR[E] un monde équitable, un membre de la direction des achats de la Région, des élus, ainsi que le cofondateur de l'entreprise coopérative Éthiquable (Verdelhan, 2021). Des acteurs du territoire fortement investis dans le CE peuvent être à l'origine de la démarche. Dans la région Grand Est, c'est l'entreprise Les Jardins de Gaïa, impliquée dans CEF, qui a lancé le mouvement. Comme le précise sa directrice générale, « *on a eu à cœur de travailler avec les interlocuteurs au niveau de notre commune, c'est-à-dire la mairie, pour voir dans quelle mesure on pourrait passer la collectivité en TDCE* » ; « *on m'avait conviée à un conseil municipal, durant lequel j'avais présenté la campagne TDCE, avec les exigences du cahier des charges, les exemples d'actions qu'on pouvait mener dans le village. À l'unanimité, le conseil avait voté en faveur* » (Maury, 2021).

Quand le comité est mis en place, une communication de son engagement doit être transmise aux instances du label. Ensuite, le comité de pilotage doit se réunir pour bâtir un plan d'action permettant d'atteindre les cinq objectifs du label évoqués précédemment. Ce plan d'action est co-construit entre les acteurs pour mettre en place « *une démarche qui leur est propre* » (Maury, 2021).

La collectivité devra donc voter une délibération au moment de sa candidature au label ou l'avoir

programmée dans son agenda lors d'une assemblée ou d'un conseil municipal à venir. Cette délibération marque la prise en compte du CE dans les politiques publiques portées par la collectivité et par les achats publics. Des exemples d'actions sont exposés plus loin dans cette synthèse. Selon Laurent Martinez, chef de projet TDCE, les politiques peuvent s'orienter vers la mise en place d'outils de cadrage importants (comme des chartes d'achats) car votés lors des délibérations, ils engagent politiquement la collectivité et les agents (Commerce Équitable France, 2020a).

Une fois la candidature déposée, un jury national examine le dossier (liste des membres du comité de pilotage, plan d'action et copie de la délibération) et délivre aux collectivités ayant atteint ou en passe d'atteindre les objectifs le label TDCE pour trois ans. Finalement, le territoire met en œuvre son plan d'action, l'ajuste et l'évalue chaque année en comité de pilotage. Ces évaluations annuelles sont communiquées à l'équipe nationale du label à l'échéance des trois ans (Territoires de commerce équitable, 2018).

ORIENTER LES ACHATS PUBLICS

Un appui pour aider à l'organisation des achats publics

Les représentants du label sont disponibles pour aider les collectivités dans la mise en place de leur plan d'action. Différentes ressources sont disponibles, comme le *Guide du label Territoires de commerce équitable*. Engagez votre collectivité⁵. Celui-ci permet l'accompagnement des collectivités dans leur démarche de mise en œuvre du label. On y retrouve un mémo orienté sur les achats publics. En effet, ceux-ci sont un des leviers principaux à mettre en œuvre et à disposition des collectivités pour promouvoir le CE.

Comme expliqué précédemment, l'article 94 de la loi sur l'ESS permet aux acheteurs publics d'indiquer des critères de CE dans leurs démarches. Pour ce faire, l'acheteur doit respecter plusieurs étapes afin de permettre un bon déroulement du marché :

- étape 1 : définir le besoin et la place du CE ;
- étape 2 : préciser l'objet du marché en

5. https://www.territoires-ce.fr/wp-content/uploads/2014/09/GuideTDCE2018_version_interactive-1-ilovepdf-compressed-1.pdf

mentionnant l'approche de développement durable et l'engagement en faveur du CE à prendre en compte ;

→ étape 3 : mentionner le caractère équitable des produits lors de la publication du marché.

Le CE peut être inséré dans les conditions d'exécution du marché. Pour cela, l'acheteur doit annoncer dans toutes les pièces une condition d'exécution relative au CE. L'acheteur doit donc préciser les caractéristiques des produits issus du CE en faisant référence soit à un label de CE en mentionnant la notion d'équivalence (c'est-à-dire l'explication de la conformité avec les règles du CE), soit aux principes du CE définis dans l'article 94 de la loi sur l'ESS et le décret d'application, tout en mentionnant la notion d'équivalence. Le CE peut être inséré comme critère de choix de l'offre. Dans la restauration collective, l'acheteur peut le mettre en lien avec le développement durable. Ce critère sera évalué entre autres par le nombre de produits équitables proposés par le fournisseur (Plateforme pour le commerce équitable, 2016).

Au niveau des produits alimentaires, on retrouve différentes possibilités d'opérations (Plateforme pour le commerce équitable, 2016) :

- par la restauration collective : gestion autogérée⁶ ou concédée⁷ des marchés (achat de riz, quinoa, fruits exotiques, etc.) ;
- par la distribution automatique : gestion intégrée à l'offre des entreprises de distribution automatique (café, thé, etc.) ;
- par les réceptions et organisations événementielles : commandes spécifiques, choix de traiteurs éthiques (boissons, jus de fruits, biscuits, fruits secs, etc.).

Actions mises en œuvre

La ville de Nantes a été labellisée TDCE de 2009 à 2018. Aujourd'hui, les acteurs ayant mis en place ce label souhaitent l'étendre à l'échelle de Nantes Métropole. Les collectivités avec un montant annuel des marchés supérieur à 100 millions d'euros hors taxe par an doivent mettre en place

un schéma de promotion des achats responsables (SPAR). Nantes Métropole en a adopté un en mars 2017 (Commerce Équitable France, 2020a) et mentionne le commerce équitable comme un « nouveau modèle économique » à encourager par le levier de la commande publique. Ce schéma permet de structurer les démarches d'achat public équitable et pousse à introduire des exigences de label dans les achats publics (Territoires de commerce équitable, 2018).

D'autres actions peuvent être mises en place, comme l'intégration du CE dans l'agenda 21^e des collectivités, dans leur charte de développement durable, dans la charte d'achats responsables ou encore dans les projets alimentaires territoriaux (PAT). Ces outils de cadrage, votés en délibération, engagent donc politiquement les collectivités et garantissent ainsi la mise en place des actions.

ZOOM SUR LA RESTAURATION COLLECTIVE ET SES ACTIONS POSSIBLES

La restauration collective est un atout pour augmenter la part de CE dans les achats. Par exemple, la ville de Montpellier, non labellisée TDCE, réalise déjà un grand nombre d'actions pour favoriser l'agriculture biologique, le local et le CE. Selon Luc Lignon, directeur de la politique alimentaire de Montpellier, celle-ci met déjà en place un grand nombre d'actions et pourrait se porter candidate pour l'obtention de ce label (Lignon, 2021).

Un environnement propice à la mise en place du commerce équitable

Pour favoriser une bonne mise en place du label, la cantine doit adopter une démarche globale de restauration durable : consommation de légumes de saison, limitation du gaspillage, adaptation de la taille des portions, etc., c'est-à-dire toute action possible qui permette de diminuer les coûts unitaires des repas tout en améliorant la qualité des produits. Si une démarche globale n'est pas mise en place, le coût des repas augmentera fortement, ce qui ne motivera pas les agents de la collectivité à engager des actions en faveur du CE.

6. Des équipes internes à l'établissement préparent les repas.

7. La collectivité confie à une société de restauration collective la préparation et le service des repas selon un cahier des charges très précis. Cette dernière est donc un prestataire de services.

8. Projet territorial de développement durable qui prend la forme d'un programme d'actions.

Organiser son *sourcing*⁹

Les acteurs de la restauration collective doivent cibler le besoin, les produits disponibles pour les menus tout en étudiant l'accompagnement nécessaire et les ressources disponibles dans la cantine pour entreprendre la démarche. Premièrement, il est nécessaire de cibler les produits disponibles, d'étudier les filières considérées, de vérifier les labels envisageables et de se demander si le marché est adapté. Le *sourcing* est encadré par la loi et permet d'être adapté en fonction des besoins. Comme expliqué précédemment, l'acheteur peut exiger un label, mais il doit également pouvoir accepter d'autres soumissionnaires non labellisés mais pouvant fournir des allégations¹⁰. Pour faciliter l'achat de produits issus du CE, il est possible pour les collectivités de jouer sur l'allotissement¹¹, que le code de la commande publique pousse à développer. Cela permet de créer des lots plus petits et de diversifier ses fournisseurs. La Région Occitanie a orienté un de ces lots vers le CE. C'est un petit lot au regard du montant total, mais il permet de s'adresser directement au distributeur (Verdelhan, 2021).

Une question de budget

Orienter les achats publics vers le CE peut s'avérer difficile si le budget ne le permet pas. Les collectivités travaillent généralement à budget constant. Comme expliqué précédemment, la cantine doit se placer dans une démarche globale pour limiter les coûts. Lutter contre le gaspillage alimentaire par l'application de la loi du grammage¹² et réduire la quantité de viande (pour des protéines végétales) permettrait de diminuer les coûts et ainsi d'investir les sommes économisées dans la valorisation des produits de qualité issus du CE (Commerce Équitable France, 2020b).

9. Fait de trouver des fournisseurs susceptibles de répondre au mieux à ses besoins.

10. Preuves du respect des critères du CE.

11. Fractionnement d'un marché en plusieurs « sous-ensembles » appelés « lots » susceptibles d'être attribués séparément à des marchés distincts.

12. https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/daj/marches_publics/oeap/gem/nutrition/nutrition.pdf

Favoriser une communication sur le long terme

Changer les modes de consommation nécessite une importante communication auprès des personnes concernées. Adultes, élèves ou même cuisiniers doivent être informés pour consolider les pratiques. Il est aussi important de former les cuisiniers à ces nouveaux produits. L'insertion de légumineuses nécessite de nouvelles techniques pour cuisiner et une possible adaptation du matériel. Cela soulève un levier très important qu'est le temps. Les collectivités s'adaptent au fur et à mesure en testant de nouvelles façons de mettre en place les marchés, en connaissant mieux les fournisseurs et en communiquant auprès des citoyens.

UN DYNAMISME QUI DÉPEND DES ACTEURS

Un dynamisme associatif

Comme expliqué précédemment, la mise en place de ce label dépend énormément des acteurs présents sur le territoire. Cependant, les dynamismes territoriaux varient entre les régions. Selon Julie Maisonhaute, déléguée générale adjointe de CEF, « *les associations qui portent la thématique en termes de sensibilisation d'animation et d'éducation sont très inégales. On a des territoires avec des associations présentes et dynamiques. Mais les dynamiques sont fluctuantes* ». Il est plus confortable pour les collectivités d'avoir un interlocuteur direct sur leur territoire, bien que certaines collectivités réussissent à porter seules le projet (Maisonhaute, 2021). D'autres organisations, comme le Colecosol dans la région Grand Est ou l'association NORDSUD Agir Pour le Commerce Équitable (NAPCE) à Nantes, sont des moteurs de la dynamique territoriale. Tous les acteurs économiques du CE doivent aller démarcher leur mairie.

Un dynamisme politique

Le dynamisme territorial doit être accompagné d'une volonté politique. Les élus et les techniciens doivent s'emparer du sujet du commerce équitable et des moyens doivent être mis à disposition. Plusieurs labels sont disponibles pour les collectivités : ÉcoQuartier, Ville amie des enfants, Villes et Villages Fleuris, etc. TDCE peut se retrouver noyé au milieu et peu de collectivités s'en sont emparées (Carimentrand, 2021). Les communes

ayant une tendance politique orientée vers l'écologie peuvent lancer la dynamique car ce sont des sujets auxquels elles sont sensibles. Jouer sur la concurrence politique du territoire et organiser des réunions peut être un levier pour dynamiser les villages (Maury, 2021).

Un dynamisme international

Finalement, des événements comme « la Quinzaine de commerce équitable » mettent en lien un grand nombre d'acteurs. Au niveau international, le réseau World Fair Trade Organization organise des rencontres annuelles. Des producteurs de tous les pays partagent leurs expériences. Ces événements permettent un essaimage de l'idée et du projet. Cependant, après ces journées, chaque territoire se retrouve isolé et essaie de mettre en place des actions en fonction du contexte local. Le CE peut alors trouver du sens en s'alliant avec d'autres initiatives locales et ainsi devenir des catalyseurs (Carimentrand, 2021). Créer liens avec l'ESS, l'agriculture biologique, la consommation de produits alimentaires locaux ou encore le recyclage peut permettre un mouvement global et fort du territoire.

CONCLUSION

Ce label met à disposition des outils pour les collectivités qui leur permettent d'améliorer leurs actions en faveur du CE. Le label est un outil de structuration et pérennisation de la démarche et de la volonté des collectivités. Il permet de redynamiser les acteurs et de les fédérer autour d'une démarche commune. Grâce à ses outils et aux personnes ressources, il aide les collectivités à se lancer dans une démarche globale en les orientant pour la mise en place de marchés publics favorisant le CE. D'autres collectivités réalisent déjà des actions sans avoir encore posé de candidature pour l'obtention de ce label. La mise en place de ce dernier peut donc être un projet intéressant pour ces métropoles. Selon Luc Lignon, il peut être « *le démarrage d'une histoire pour certains ou le confortement de ce qui a été engagé pour d'autres* » (Lignon, 2021).

BIBLIOGRAPHIE

BERCY INFOS, 2018. *Le commerce équitable, c'est quoi ?* Disponible sur Internet : <https://www.economie.gouv.fr/particuliers/commerce-equitable#> [consulté le 18/02/2021].

COMMERCE ÉQUITABLE FRANCE, 2019. *Guide international des labels de commerce équitable*. CEF, 124 p.

COMMERCE ÉQUITABLE FRANCE, 2020a. *4^e rencontres nationales des Territoires de commerce équitable, Webinaire#2 [on s'informe]. Des territoires s'engagent pour le commerce équitable, on vous dit tout !* [Vidéo Internet].

COMMERCE ÉQUITABLE FRANCE, 2020b. *4^e rencontres nationales des Territoires de commerce équitable, Webinaire#3 [on s'outille]. Du commerce équitable dans ma cantine !* [Vidéo Internet].

COMMERCE ÉQUITABLE FRANCE, 2021. *[Communiqué] Projet de loi « Climat et résilience »*. Disponible sur Internet : <https://www.commerceequitable.org/actualites/le-projet-de-loi-climat-et-resiliencereconnait-le-commerce-equitable-comme-un-accelérateur-de-transition-agroécologique/> [consulté le 30/03/2021].

HÉRAUD B., 2019. *Loi pacte : l'usage du terme « équitable » désormais réglementé*. Disponible sur Internet : <https://www.novethic.fr/actualite/social/consommation/isr-rse/loi-pacte-le-senat-veut-contrer-l-usage-abusif-du-terme-equitable-146897.html> [consulté le 03/30/21].

MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE, 2019. *Le commerce équitable*. Disponible sur Internet : <https://www.ecologie.gouv.fr/commerce-equitable> [consulté le 19/02/21].

PLATEFORME POUR LE COMMERCE ÉQUITABLE, 2016. *Guide pratique. Du commerce équitable appliqué en France. À destination des collectivités et des acheteurs publics*. Plateforme pour le commerce équitable, 24 p.

TERRITOIRES DE COMMERCE ÉQUITABLE, 2018. *GUIDE DU LABEL. Territoires de commerce équitable. Engagez votre collectivité !* 36 p.

Entretiens

CARIMENTRAND A., chercheuse spécialiste du commerce équitable et de l'économie sociale et solidaire, laboratoire ADES, entretien le 18/03/2021 en visioconférence.

LIGNON L., directeur de la politique alimentaire de la ville de Montpellier, entretien le 23/02/2021 en visioconférence.

MAISONHAUTE J., déléguée générale adjointe et responsable filières françaises et territoires, Commerce équitable France, entretien le 04/03/2021 en visioconférence.

MAURY C., directrice générale et responsable produits et filières, Les Jardins de Gaïa, entretien le 16/03/2021 en visioconférence.

VERDELHAN C., direction de la commande publique de l'achat de la région Occitanie, entretien le 04/02/2021 en visioconférence.

Cette étude s'est également basée sur les entretiens suivants, dont les contenus sont venus enrichir l'analyse

ROUX R., cofondateur, Ethiquable, entretien le 22/02/2021 en visioconférence.

VIATGE N., responsable d'unité, direction de la commande publique et de l'achat de la région Occitanie, entretien le 04/02/2021 en visioconférence.