

## **APPEL DE COMMUNICATION**

Deuxième colloque international sur le commerce équitable  
**Le commerce équitable et le développement durable**

*Colloque organisé par*  
La Chaire de responsabilité sociale et de développement durable

<http://www.crsdd.uqam.ca>

Université du Québec à Montréal (UQÀM)

En collaboration avec  
La Chaire de coopération Guy-Bernier  
La Chaire du Canada en développement des collectivités,  
Le Groupe de recherche en écologie sociale

**Ce colloque se tiendra à l'Université du Québec À Montréal  
Du 19 juin au 21 juin 2006**

**Date limite de présentation des propositions : 1<sup>er</sup> décembre 2005**  
**Date limite de présentation des communications pour les Actes du colloque : 1 mai 2006**

### **Problématique du colloque**

Le colloque porte sur le commerce équitable et les visées du développement durable. Plus précisément, nous proposons d'explorer les contributions et limites du commerce équitable à la lumière des visées sociales, environnementales et économiques du développement durable. L'objectif de ce colloque est de poursuivre la réflexion amorcée lors du premier colloque international de 2002 qui avait pour titre « Commerce équitable, coopératives et développement durable » et qui avait réuni plus de 200 personnes. Ce colloque trilingue (français, espagnol, anglais) s'adresse à la fois aux chercheurs et aux praticiens.

Le commerce équitable se présente comme une alternative au marché conventionnel et s'est fixé des objectifs qui rejoignent ceux d'un développement durable, soit un développement social, économique et environnemental. Dans un souci de justice et d'équité, le commerce équitable propose de changer les règles du système néo-libéral auquel il s'oppose. Il intègre à l'échange une signification sociale en investissant les transactions économiques d'un contenu social et politique. Le commerce équitable a aussi créé un réseau social chargé de valeurs. Pour les producteurs, le commerce équitable se dit être un outil de développement permettant d'améliorer leurs conditions de vie, d'avoir un accès selon des conditions plus justes aux marchés internationaux et de stabiliser leur situation économique.

Le commerce équitable se retrouve aujourd'hui à la croisée des chemins et ses enjeux posent de nombreuses questions. Comment le commerce équitable peut-il demeurer une alternative se distinguant du commerce conventionnel sans toutefois risquer la marginalisation ? Quels sont les avantages, les risques et les conditions de succès de la certification ? Est-il possible de préserver les valeurs du mouvement tout en accroissant les parts de marché ? Par exemple, quelles sont les conséquences de distribuer les produits du commerce équitable dans les grandes chaînes de magasins ? Comment les initiatives du commerce équitable se distinguent-

elles de celles des entreprises commerciales qui développent des politiques de responsabilité sociale et de développement durable ? Quelle est l'influence du commerce équitable sur le contexte institutionnel et les pratiques des entreprises commerciales ? Le commerce équitable permet-il l'amélioration des conditions de vie des producteurs ? Comment se comparent les exigences du commerce équitable au Sud et au Nord ? Comment se vivent de manière concrète les valeurs du commerce équitable et ce, tant chez les producteurs, les distributeurs que les consommateurs ? Voici quelques-unes des questions que le colloque donnera l'occasion d'approfondir.

**Suggestions de thèmes et de sujets pour les propositions de textes** (cette liste ne se veut pas limitative) :

- Les répercussions du commerce équitable en termes de développement durable
- Le commerce équitable : nouveau mouvement social ou niche de marché?
- Voies d'avenir pour le commerce équitable : son potentiel, ses limites, ses enjeux et ses risques de dérive
- Pratiques alternatives et commerce équitable
- Le potentiel régulateur du commerce équitable
- Études de cas d'organisations du commerce équitable
- Études de perception des consommateurs de commerce équitable
- Études de marché du commerce équitable
- Études sectorielles du commerce équitable, par exemple, la filière du café, le secteur alimentaire, le textile, l'artisanat, le tourisme équitable
- Études historiques du commerce équitable
- Histoires de vie d'acteurs du commerce équitable
- Méta analyse (synthèse) des études sur le commerce équitable
- Analyses des contextes juridiques et institutionnels du commerce équitable
- Perspective critique sur le commerce équitable et le développement durable
- Rôle du commerce équitable dans la gouvernance des entreprises et des marchés mondialisés
- Étude comparative des valeurs et des pratiques du commerce équitable et de la responsabilité sociale d'entreprise
- Liens entre le commerce équitable et l'économie sociale (coopératives et OSBL)

### **Diffusion et prix**

Les textes des communications retenues qui seront remis dans les délais prescrits seront publiés dans les Actes du colloque. Les auteurs des meilleures communications pourront être invités à participer à la publication d'un ouvrage collectif. Des prix pour la meilleure communication seront remis dans plusieurs catégories :

- étudiante
- étude de cas
- méta analyse (synthèse théorique)
- analyse historique et histoire de vie
- étude de marché ou de perception des consommateurs
- étude stratégique de secteur ou de filière
- commerce équitable et développement durable
- commerce équitable, gouvernance, régulation et concepts concurrents (par exemple, responsabilité sociale d'entreprise, économie sociale)
- pratiques alternatives, enjeux et perspectives d'avenir.

## **Types de propositions**

Les propositions peuvent prendre deux formes, soit celle d'une **communication** ou celle d'un **atelier**. La proposition de la communication consiste en la présentation de son ou de ses auteurs, du titre et du résumé de la présentation. Les communications retenues seront regroupées par thèmes par les organisateurs du colloque.

Par atelier, nous voulons dire un forum de discussion où plusieurs participants choisis pour leur expertise ou leur expérience particulière sont invités à venir discuter et débattre d'un sujet. La proposition pour un atelier doit préciser le nom et l'affiliation du responsable de l'atelier (celui qui soumet la proposition), du président de séance, de chacun des participants du panel (avec justification de ce choix), et des commentateurs s'il y a lieu. La proposition pour l'atelier doit aussi inclure une description du thème abordé, de sa pertinence, et de la façon dont il sera abordé. Le responsable de l'atelier est responsable de son organisation et chaque membre du panel doit s'engager à y participer (joindre un courriel de confirmation à la proposition). Une période complète du colloque (environ 1h30 ou selon les spécifications du responsable de la proposition d'atelier) sera réservé pour l'atelier à l'intérieur du colloque.

**Comité scientifique d'organisation du colloque :** Marie-France Turcotte (UQAM), Corinne Gendron (UQAM), Louis Favreau (UQO), Jean-Guy Vaillancourt (UdeM), Marie-Claire Malo (HEC-Montréal), Olga Navarro-Flores, Darryl Reed (U. York), Tonino Perna.

## **Présentation des propositions**

La proposition doit inclure les renseignements suivants :

Nom et prénom du présentateur ou de la présentatrice (et de chaque participant dans le cas des ateliers)

Adresse complète

Numéro de téléphone et de télécopieur

Adresse électronique

Statut : étudiant(e), professeur(e), chercheur(e), praticien(ne), autre (veuillez spécifier)

Titre de la proposition (maximum 180 frappes)

Texte résumant la communication ou décrivant et justifiant l'atelier

L'espace maximal est de 800 mots, simple interligne.

Faire parvenir votre proposition par courrier électronique à [crsdd@uqam.ca](mailto:crsdd@uqam.ca), en précisant dans l'objet de votre message le titre du colloque « Commerce équitable et développement durable », avant le 1<sup>er</sup> décembre 2005.

## **Texte de la communication**

Page couverture avec le nom des auteurs, leur affiliation, leur adresse complète et le titre de la communication seulement.

La deuxième page débute avec le titre de la communication et son résumé.

Le texte qui suit est d'environ 15 pages (maximum 6500 mots).

Marges 2,5 cm, interligne et demi, caractère Times New Roman, 12 points.

Références bibliographiques selon la méthode « auteur-date ».

Si vous souhaitez que la communication soit soumise au jury d'évaluation d'un prix, indiquez dans quelle catégorie dans le coin droit en haut de la page couverture et de la deuxième page.

De plus, afin d'assurer l'anonymat, présentez la page couverture dans un document électronique indépendant du reste du texte.

À remettre avant le 1<sup>er</sup> mai 2005.

**Conventions à respecter**

Les propositions doivent être présentées dans une des trois langues du colloque (français, espagnol ou anglais).

Utiliser le système international d'unités (système métrique), féminiser les titres de fonctions (professeure, chercheuse, présidente, etc.) et mettre les accents sur les majuscules.

Nommer le dossier électronique de la proposition par le nom de l'auteur (ou du premier auteur) précédé des lettres PT ou PA. Par exemple, une proposition de communication par Chantal Hervieux sera nommée « PC-Hervieux.doc ». Une proposition d'atelier dont la responsable est Ana Isabel Otero sera nommée « PA-Otero.doc ». Le dossier électronique du texte sera nommé au nom du ou des auteurs, précédé des lettres ACE (pour Actes du colloque sur le Commerce Équitable), par exemple « ACE-Hervieux.doc ».