

Chers lecteurs,

Vous trouverez à la **page 3** de la présente édition de notre bulletin le compte-rendu que notre collaborateur **Jérôme Guy** a rédigé suite à la présentation de la thèse de M. François Labelle concernant *la performance sociétale organisationnelle*.

Les autres champs d'investigation de la Chaire ne sont pas oubliés puisque **Véronique Bisaillet** nous offre à la **page 4**, son analyse du dernier livre de Laure Waridel: « Acheter, c'est voter! ».

Par ailleurs, elle s'est associée à deux autres de nos collaboratrices, **Chantal Hervieux** et **Ana-Isabel Otero**, afin de dresser un bilan du commerce équitable et des enjeux auxquels il est aujourd'hui confronté. Vous aurez la primeur de leur travail à la **page 7**.

Bonne lecture à tous!

Oeconomia Humana

Édition de Mars 2006

Éditorial, Julien Boucher, rédacteur-adjoint.

Une démocratie sur le fil?

En novembre dernier, la France a connu un soulèvement populaire tel que le pays n'en avait plus connu depuis mai 68. La mort accidentelle de deux jeunes gens à Clichy-sous-Bois, en banlieue de Paris et ce, afin d'éviter un contrôle policier, a mis le feu à une véritable poudrière. Le bilan fut particulièrement lourd : en 20 jours, près de 10.000 voitures furent incendiées, 2900 personnes ont été interpellées et on déplore une victime¹. Pour restaurer le calme, le gouvernement a décrété l'état d'urgence, pour une durée de trois mois et mis en place un couvre-feu, rappelant ainsi les plus sombres heures de la guerre d'Algérie.

Ce serait faire fausse route que de considérer, de manière simpliste, ces faits comme des événements spontanés, tout comme d'en faire porter la responsabilité aux seuls émeutiers. Cet embrasement symbolise davantage à mon sens la dernière, et certainement la plus virulente, des étapes du lent processus de divergence et d'opposition frontale qui affaiblit encore un peu plus ce qui reste aujourd'hui du « modèle français d'intégration sociale ».

Le contexte des cités.

La grande majorité des habitants des cité-ghettos vit dans la pauvreté, le chômage y atteint des taux records, les perspectives d'avenir y sont quasi-nulles et la discrimination y est quotidienne tant au niveau des loisirs que du travail. Ces cités-ghettos regroupent le plus souvent plusieurs dizaines d'ethnies et de nationalités différentes, toutes confrontées à la très grande difficulté de s'intégrer à la société française. Pour la plupart, ces jeunes sont la deuxième ou la troi-

sième génération issue de l'immigration et l'écart avec le reste de la société française n'a cessé de se creuser depuis les années 60.

Le développement d'identités extrêmes.

La théorie de March et Olsen (1995)² sur le développement identitaire nous ouvre certaines perspectives d'analyse de ce sujet complexe. Certains individus ont ainsi développé une identité commune en écho à leur non-intégration à la société française. Ici, la *solidarité* selon March et Olsen entre en jeu pour connecter les individus entre eux dans un environnement hostile³. Ne se reconnaissant ni dans les normes, ni dans les règles démocratiques en vigueur, cette *identité extrémiste des cités* s'est construite dans la souffrance, par opposition au reste de la société française, laquelle participe d'ailleurs tout autant au creusement du fossé qui les sépare. En réaction à l'émergence de cette nouvelle identité, certaines voix extrémistes ont en effet émergé pour fustiger la « menace de l'immigration » par opposition au « français de souche ». Cette dialectique simpliste, développée notamment par le Front National, touche un nombre croissant d'électeurs en France depuis une vingtaine d'années, témoignant ainsi, s'il y en avait besoin, de l'escalade de la confrontation entre deux identités extrémistes s'alimentant mutuellement. Les formations identitaires dans ces deux cas ne se basent donc pas sur des sentiments de compassion et d'ententes mutuelles mais sur une opposition toujours plus viru-

lente à ce qui est en dehors des *limites de la communauté*.

L'embrasement récent des banlieues françaises n'est ainsi qu'une nouvelle étape de cette confrontation violente. La présence du front national au second tour de l'élection présidentielle en 2002 fut un signal d'alarme préalable à cette même problématique. Axant sa campagne sur l'insécurité, la délinquance et l'immigration, Jean-Marie Le Pen est parvenu à fédérer 19% des français autour de cet amalgame simpliste, créant ainsi une véritable *identité extrémiste de droite* : voter front national n'est plus honteux, au contraire, les électeurs le revendiquent maintenant ouvertement.

Le rôle des médias

Il fut crucial lors de ces confrontations et lors du dernier scrutin présidentiel. En 2002, ces derniers ont ainsi littéralement fait le lit de l'extrême-droite en matraquant les téléspectateurs/électeurs de faits-divers de délinquance tout au long de la campagne. La veille du vote, toutes les grandes chaînes télévisées ont ainsi fait leurs choux gras d'un pauvre vieillard rossé par deux jeunes gens. Le traitement de l'information est une chose, mais on peut se demander dans quelle mesure cette sur-médiatisation n'a pas exacerbé les tensions entre ces *identités extrêmes*. Les médias ont apparemment retenu une certaine leçon de cet épisode puisqu'aucune image de voitures en feu n'a parue dans les médias français pendant tout le temps de la crise de novembre. Cette volonté d'atténuation du conflit a contrasté fortement avec l'attitude de la presse étrangère, présentant volontiers le pays entier comme dans une pré-révolution.

On peut s'interroger sur la véracité et sur le crédit à apporter à l'information médiatique lorsque celle-ci se trouve tour à tour sur et sous-évaluée. La démocratie, pour March et Olsen, est censée assurer le cadre nécessaire *l'élaboration* et à la *diffusion* d'informations crédibles; on voit bien que ce n'est pas le cas ici. Cependant, la gouvernance démocratique, toujours selon March et Olsen, doit également permettre l'atténuation du conflit lorsque ce dernier devient un danger pour la société : l'attitude de la presse française, lors de la crise de novembre, semble aller dans ce sens.

Le rôle de la gouvernance

Loin d'atténuer ce conflit, tous les gouvernements successifs ont participé à l'exacerbation de ces tensions. Utilisant une terminologie agressive et brutale pour qualifier les habitants des cités-ghettos, certains ministres de l'intérieur ont participé au renforcement du conflit. Notons d'ailleurs qu'ici aussi, on assiste à une certaine radicalisation : là où Jean-Pierre Chevènement⁴ ne voyait encore que des « sauvageons », Nicolas Sarkozy⁵ considère qu'il s'agit de « racailles »,

que les cités doivent être « nettoyées au Karcher » afin « d'éradiquer la gangrène » (déclaration devant la presse le 3 novembre dernier). Ces déclarations extrêmement brutales soulèvent deux inquiétudes à mon sens. D'une part, les jeunes des cités se sont regroupés et radicalisés encore un peu plus pour s'opposer à un *représentant officiel* de l'État les agressant nominalement. D'autre part, la stratégie politique mise en place par M. Sarkozy n'est pas le recentrage des électeurs de l'extrême-droite mais bel et bien l'investissement du champ politique frontiste. Le risque d'une radicalisation politique à partir de 2007, Nicolas Sarkozy étant le grandissime favori depuis longtemps, est ici latent puisque l'étalement de l'identité extrémiste de droite est en marche.

Nous sommes donc ici bien loin de la théorie de March et Olsen, présentant la gouvernance légitime comme l'arbitre de la résolution de conflits identitaires par la structuration du discours. Dans notre cas, le gouvernement français (ou du moins l'un de ses principaux dépositaires) est à la veille de devenir parti prenante à cette confrontation (si ce n'est déjà fait), ce qui entamera très considérablement la légitimité que l'on veut bien encore lui prêter. Le modèle d'intégration « à la française » ne fait ici que nous remontrer les limites que nous lui connaissons depuis longtemps. Le problème majeur est que les efforts à fournir pour résoudre cette problématique augmentent avec le temps qui passe, rendant ainsi cette perspective de moins en moins probable. De plus, tous les éléments d'aggravation de ce conflit sont maintenant en place alors que la résolution même de ce conflit est, d'après March et Olsen, une condition *sine qua non* au maintien d'un État démocratique, légitime, adaptable, qualités dont ne saurait pourtant pas se passer un État-nation se présentant volontiers comme l'un des moteurs de la construction et surtout de l'*intégration Européenne*.

¹ Source : Site internet du Ministère français de l'intérieur : www.interieur.gouv.fr, consulté le 27 février 2006.

² March, J.G. et J.P. Olsen. *Democratic Governance*. New York: Free Press. 240 pages

³ I.e. la France qui les exclue.

⁴ Ministre de l'intérieur de 1997 à 2000, sous le gouvernement Jospin

⁵ Ministre de l'Intérieur depuis 2002 sous les gouvernements Raffarin et De Villepin, avec un bref intérim au ministère de l'économie et des finances.

La performance sociétale organisationnelle comme convention entre l'entreprise et son milieu : le cas d'Alcan au Saguenay-Lac-Saint-Jean.

Par Jérôme Guy.

Le 17 novembre 2005, à l'École des Sciences de la Gestion, Monsieur François Labelle a présenté sa thèse de doctorat ayant pour titre : « La performance sociétale organisationnelle comme convention entre l'entreprise et son milieu : le cas d'Alcan au Saguenay-Lac-Saint-Jean ».

Monsieur Labelle a commencé sa conférence en nous présentant l'historique de sa thèse. Après avoir fait des études en finance, il a rencontré Jean Pasquero qui lui a présenté plusieurs auteurs de la performance sociétale organisationnelle, notamment Freeman, Wood, Straus, Merge et Rowan. Ayant été séduit par le potentiel constructif des théories des années 80, il est resté plutôt perplexe à l'égard des perspectives de recherche des années 90 qui ne proposaient pas de modèles de gouvernance alternatifs. En raison de ce constat, il s'est donné comme objectif de compléter le modèle déjà construit par les auteurs mentionnés précédemment, mais sous une perspective de gestion en observant les faits. Dans sa revue de littérature, il a retracé les quatre générations de la performance sociétale organisationnelle. Son cadre théorique a été bâti à partir de la théorie des arènes de Strauss, de la théorie des *stakeholders* de Freeman et de la théorie des économies de grandeur de Boltanski. Son intention méthodologique a été de se soumettre à l'esprit de la théorie ancrée. Il a choisi le cas d'Alcan comme unité d'analyse qu'il qualifie de terrain idéal puisque l'entreprise est une pionnière de la responsabilisation sociale et qu'elle est fortement liée à sa communauté.

Les résultats de son analyse démontrent que l'entreprise est passée d'une attitude paternaliste à ce qu'il a appelé le *parernalisme*. C'est-à-dire que l'entreprise est sortie du modèle où elle faisait office de gou-

vernement régional pour devenir une partenaire de la région. Il faut noter qu'il a utilisé le terme *parernalisme* plutôt que partenariat pour indiquer qu'une forme de paternalisme était toujours présente chez Alcan. Ce changement d'attitude de la part de l'entreprise a été entrecoupé d'une phase de turbulence dans ses relations avec la communauté.

En observant le cas d'Alcan, Labelle a validé le modèle de Wood. Il a démontré que la performance sociétale organisationnelle était configurée de principes, de processus et de résultats. Contrairement au modèle de Freeman, Labelle a observé que l'entreprise et ses gestionnaires n'étaient pas situés au centre de multiples *stakeholders*. En réalité, les gestionnaires dirigent avec un ensemble de partenaires qu'il a nommé *stakepartners*. Il s'agit bien de partenaires qui diffèrent de l'ensemble des *stakeholders*, certaines parties prenantes sont évincées du cercle de décisions. Dans les faits, le rôle du gestionnaire diffère de celui d'arbitre tel qu'il a été prescrit par le modèle de Freeman. Premièrement, il est proactif, c'est-à-dire qu'il crée des situations et saisit des occasions favorables à l'entreprise. Deuxièmement, bien qu'il délaisse son pouvoir de décision à un collège de partenaire, il garde le pouvoir de définir les enjeux.

Ce modèle basé sur des observations nous permet d'avoir une meilleure compréhension de la façon dont se joue réellement la responsabilité sociétale de l'entreprise. Est-ce que la réalité est en accord avec ce que devrait être la responsabilité sociétale de l'entreprise? Le débat est lancé.

« Acheter, c'est voter » Compte rendu du livre de Laure Waridel.

Par Véronique Bisaillon

En février 2005, Laure Waridel lançait son livre « Acheter, c'est voter » qui se veut un essai sur le pouvoir de nos choix de consommation en prenant pour exemple le cas du café.

L'auteure s'intéresse d'abord au contexte international, plus précisément au processus de mondialisation économique en cours. Si d'une part au cours des 50 dernières années l'économie a connu une croissance sans précédent, d'autre part, celle-ci ne profite qu'à une minorité accroissant au passage les inégalités sociales. Waridel questionne l'accroissement et de la concentration du pouvoir des entreprises multinationales, notamment en ce qui concerne la question du brevetage du vivant. Après la démocratie d'aristocrates et la démocratie de bourgeois associées aux siècles passés, « *Associera-t-on un jour l'Occident de notre époque à une démocratie de transnationales?* ». Mais plus fondamentalement, c'est la primauté de l'objectif du profit devant les considérations sociales et écologiques, l'équation « croissance économique égale progrès » qu'elle dénonce. Elle n'hésite pas à parler de « colonialisme mental » et de « fièvre acheteuse » pour décrire le fait que nous nous définissons maintenant par la consommation.

Devant cette mondialisation, l'État ne s'en trouve qu'affaibli, mais nous assistons de façon concomitante à une mobilisation inédite de la société civile, tant dans le cadre de forums mondiaux qu'à plus petite échelle, à l'abri de l'attention des médias. C'est ainsi qu'elle suggère qu' « Au quotidien, faire des choix de consommation responsable est aussi un moyen de passer à l'action et de contribuer à un nouveau genre de 'révolution tranquille' ». Le pouvoir de consommation devient alors un véritable pouvoir politique par lequel les consommateurs « rappellent aux entreprises que malgré le discours dominant, ils sont citoyens avant d'être consommateurs ». Mais si la consommation peut être un moyen d'exiger plus d'éthique des compagnies, celles-ci voient aussi en la « consommation responsable » une nouvelle niche dont elles veulent aussi profiter économiquement et pour restaurer leur image corporative. Le manque d'information et de transparence sur les pratiques des entreprises ainsi que l'identification déficiente des produits rendent la tâche ardue pour les consommateurs.

Dans les trois chapitres suivants, Waridel s'attarde plus précisément au cas du café. Dans un premier temps, elle présente le secteur du café depuis l'histoire de ce breuvage, l'importance de ce secteur dans le monde et pour le Mexique plus précisément et la culture de cette plante. La culture du café est exi-

geante pour les producteurs puisque l'arbuste doit être entretenu plusieurs années avant de produire et tout au long de sa vie productive. La récolte commande aussi plusieurs étapes : la cueillette, le décorticage des baies, la fermentation, le lavage et le séchage. Dans les années 1970, la révolution verte a modifié considérablement ce secteur qui a connu une intensification. Si on peut applaudir une augmentation de la production, celle-ci ne va pas sans se répercuter négativement sur l'environnement en raison de la déforestation, la perte de biodiversité, l'érosion des sols et la pollution agrochimique qui y sont associées.

Dans un second temps, Waridel consacre un chapitre de son livre à la route conventionnel du café, c'est-à-dire à la chaîne de valeurs que suit le café du grain à la tasse. Les petits producteurs, *i.e.* qui cultivent le café sur des superficies de moins de cinq hectares, sont responsables d'environ la moitié de la production mondiale du café. Depuis l'arbuste, le café suit un long trajet avant d'aboutir dans la tasse du consommateur : le petit producteur ou le travailleur agricole, les intermédiaires locaux (aussi appelés « coyotes »), le transformateur, l'exportateur, les courtiers, l'importateur, le torréfacteur-distributeur, le détaillant ou le restaurateur constituent les différentes étapes de la route conventionnelle du café. Non seulement s'agit-il d'une route longue et sinueuse, mais tout au long de celle-ci, le pouvoir y est inégalement répartis entre les différents acteurs, petits producteurs et les travailleurs agricoles étant généralement dans une situation d'isolement et de dépendance face aux coyotes ou aux grands propriétaires terriens.

À partir du constat des différents problèmes qui caractérise le secteur du café, l'auteure présente le commerce équitable comme un système d'échange alternatif qui vise à permettre aux producteurs l'obtention d'un meilleur prix pour leur production. Ceux-ci se regroupant en coopératives, ils peuvent accéder plus directement aux marchés internationaux. La route équitable du café est donc plus courte que la route conventionnelle. Pour illustrer son propos, Waridel présente l'histoire d'UCIRI au Mexique, la première coopérative de café équitable, en abordant notamment sa structure organisationnelle basée sur la démocratie participative, la non-discrimination, la transparence; l'engagement de la coopérative pour l'agriculture biologique; ses différents projets qui vont d'une école d'agriculture à un programme de santé communautaire en passant notamment par un magasin coopératif, un système de transport, une

banque communautaire ainsi que la diversification des activités agricoles.

Dans le chapitre 6 de son livre, Laure Waridel présente plus spécifiquement le commerce équitable, les principales organisations de commerce équitable que l'on retrouve aujourd'hui ainsi que la certification équitable et les critères (commerce direct, juste prix, engagement à long terme des partenaires commerciaux, accès direct au crédit, protection de l'environnement et développement communautaire). Elle présente aussi les différents logos équitables (Transfair, max Havelaar et Comerci Justo México) et la situation du café équitable en Amérique du Nord. Elle aborde rapidement le thème de la participation des transnationales au commerce équitable pour terminer sur quelques autres certifications disponibles dans le secteur du café (« biologique », « cultivé sous couvert forestier » ou « café d'ombre » et « RainForest Alliance Certified ») et l'importance de la sensibilisation des consommateurs.

À la suite de la parution du livre de Waridel, Jean-François Nadeau¹ publiait une critique acerbe du livre et des propositions de Waridel dans *Le Devoir* en février 2005. Il y dénonçait le caractère palliatif du commerce équitable qualifiant Laure Waridel de « garde-malade d'un système qu'elle juge au fond condamnable ». Pour lui, « sa cabale en faveur d'un 'commerce équitable' n'apporte aucun principe de changement structurel au système ». Les multinationales s'en accommoderaient d'ailleurs plutôt bien compte tenu des lignes de produits équitables qu'elles ont développées. Le commerce équitable ne serait donc qu'un segment de marché de plus, dilué dans l'offre. Nadeau terminait en dénonçant que « la démocratie [soit] comprise [...] comme le droit de choisir parmi des marchandises ». Les réactions de Nadeau sont assez symptomatiques de la difficulté du commerce équitable, mais le réduire à un système palliatif qui ne ferait que cautionner le système commercial conventionnel est bien mal le comprendre. Bien que Waridel aborde les débats qui entourent le commerce équitable, on aurait aimé qu'elle s'y attarde plus en profondeur. Car si, comme Nadeau, on peut voir le commerce équitable comme un système palliatif qui a été récupéré par les multinationales et qui ne fait qu'ajouter de l'eau au moulin de la surconsommation soulageant au passage la conscience de quelques consommateurs, il est d'autre part une stratégie inédite qui vise à renverser le système commercial international qui non seulement critique mais propose une autre façon de faire. Et si on peut voir la participation des entreprises conventionnelles comme une menace pour le commerce équitable, on peut au contraire se féliciter des effets générés par les campagnes en faveur d'un commerce équitable sur les pratiques des entreprises conventionnelles. Il ne faut pas non plus oublier que le mouvement du commerce équitable n'est pas uniforme et est bien partagé sur les diffé-

rentes stratégies mises de l'avant en matière de distribution des produits notamment. Enfin, croire que le commerce équitable va de pair avec la marchandisation de la démocratie est méconnaître que les consuméristes politiques, qui investissent la sphère économique comme nouveau mode de participation politique, ne délaissent pas pour autant la sphère politique traditionnelle, mais sont au contraire les citoyens qui y participent le plus². Il est plus intéressant de s'interroger sur le lien entre la montée de la consommation responsable et l'impossibilité pour les citoyens de participer aux forums internationaux alors qu'on y prend des décisions qui les affecteront. C'est donc sur ces enjeux plus spécifiques que nous aurions apprécié l'opinion de Waridel, pionnière du commerce équitable au Québec.

Le livre de Laure Waridel est à la fois un essai qui tente d'apporter des pistes de réflexions et d'action citoyennes et un journal personnel livrant le touchant récit de ses rencontres avec des paysans mexicains engagés dans le mouvement du commerce équitable. Cette formule peut laisser l'impression d'une vision très « romantique » de la situation des producteurs du Sud et nous détourner de l'importance du propos sur les problèmes du système économique. En contrepartie, pour avoir moi-même été en contact avec la réalité des producteurs de café mexicain, les Adela et Félix de son récit me rappellent les Marquina et Teodulo que j'ai rencontrés. Cependant, si Waridel base son livre sur le succès d'UCIRI, il faut mentionner qu'il s'agit d'un cas d'exception dans le monde équitable. Alors qu'UCIRI compte plus de 2720 familles membres, la plupart des organisations sont beaucoup plus petites comptant quelques dizaines voire quelques centaines de membres. De même, alors qu'UCIRI réussit à commercialiser tout son café de qualité sur les marchés équitables, rares sont les organisations qui réussissent à en faire autant. UCIRI reste encore une étoile dans un ciel encore bien sombre. Il n'est évidemment pas aisés d'aborder un sujet aussi complexe en un court essai sans quelques simplifications. Le commerce équitable est certes une initiative fort prometteuse, mais il n'est pas non plus une panacée comme on aimeraient bien le croire. Acheter son café équitable une fois par semaine au petit marchand du coin ne sera malheureusement pas suffisant. L'auteure en est en effet bien consciente et présente le commerce équitable comme offrant des éléments de réflexion et d'action et comme une amorce de transformations que nous devrons entreprendre collectivement. Dans cette perspective, son essai atteint son objectif de sensibilisation tout en offrant une foule de ressources pour poursuivre la réflexion.

¹ Nadeau, Jean-François. 2005. « Inoffensive Laure Waridel ». *Le Devoir*. Samedi 19 février, p. F5.

² Stolle, D., Hooghe, M., Micheletti, M. 2003. « Political Consumerism : A New Phenomenon of Political Participation? » An Exploratory Study in Canada, Belgium and Sweden. *ECPR Joint session*. Edinburgh, March 28-April 2, 26 p.

La Chaire vous invite...

Séminaire spécial

**sur les Nouveaux Mouvements Sociaux Économiques
(NMSE)**

« Une nouvelle ère pour les mouvements sociaux »

PAR

Michel Wieviorka

École de Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS), Paris

QUAND ?

**Jeudi 23 mars 2006
de 13h30 à 16h30**

Places limitées

Sur inscription seulement : champion.emmanuelle@uqam.ca

Le commerce équitable : le commerce plutôt que la charité !

Par

Véronique Bisailon, Chantal Hervieux et Ana Isabel Otero, étudiantes-chercheuses,
Chaire de Responsabilité Sociale et de Développement Durable, ESG UQÀM

Le commerce équitable n'est pas une création des «as du marketing mondialiste», comme le laisse entendre Luc Chartrand dans la livraison de juin 2005 de *L'Actualité*. Il tire plutôt son origine de diverses initiatives de commerce alternatif déjà pratiquées durant les années 60. Tantôt militantes, cherchant des débouchés pour les produits de pays exclus des circuits commerciaux traditionnels pour des raisons politiques, tantôt solidaires, constituant une réponse à la demande des petits producteurs qui, en l'absence de régulation internationale, réclamaient de meilleures conditions commerciales pour la vente de leurs produits, parfois associées au mouvement coopératif dont il reprend plusieurs principes. La notion de commerce alternatif s'est cristallisée dans le slogan « *Trade not Aid* » lancé par les pays en développement en 1964 au sein de la Commission des Nations unies pour le commerce et le développement (CNUCED). En ce sens, il sort complètement de la logique de la charité.

Que la forme de cette réponse proposée par le commerce équitable utilise le marché pour arriver à une plus grande justice sociale est parfois porteur de confusion, comme l'article de Luc Chartrand en témoigne; on n'a pas l'habitude de voir le «marché» intégrer d'autres préoccupations que la rentabilité (on pourrait d'ailleurs dire la même chose de l'investissement éthique). Et le fait qu'on retrouve maintenant des produits équitables sur les rayons des grandes surfaces est en partie responsable de cette confusion; on pourrait effectivement croire, à première vue, qu'il ne s'agit que d'une autre marque de commerce, positionnée pour exploiter un nouveau créneau de marché rentable; le nouveau consommateur « responsable ». Mais le commerce équitable n'est ni une marque de commerce, ni même un simple produit, il correspond à un cahier de charges précises qui garantit au consommateur que le produit qu'il achète est, sinon juste, du moins, moins injuste que les produits traditionnels.

Selon la définition de FINE, qui regroupe les principaux réseaux de commerce équitable à l'échelle internationale, le commerce équitable est un partenariat commercial basé sur le dialogue, la transparence et le respect. L'objectif est de chercher l'équité dans

les échanges commerciaux à l'échelle internationale. Il contribue ainsi au développement durable par l'amélioration des conditions commerciales en aidant à protéger les droits des petits producteurs marginalisés au Sud.

Cette vision n'est pas qu'un vœu pieux; afin d'atteindre cet objectif, le mouvement du commerce équitable s'est fixé des critères et standards à respecter par les producteurs du Sud et les acheteurs du Nord. D'abord, le commerce équitable doit être un commerce le plus direct possible entre producteurs et acheteurs en éliminant les intermédiaires qui profitent de la marginalisation et des faiblesses des petits producteurs. De plus, les producteurs doivent être organisés de façon démocratique, participative et transparente et s'engager à produire d'une façon qui respecte l'environnement. Les acheteurs paient la production à un prix dit « juste » (couvrant les coûts de production) comparativement au prix de la bourse qui fluctue au gré de la conjoncture. Ce juste prix comprend une prime équitable qui doit servir au développement des organisations et des communautés. Les acheteurs doivent aussi pouvoir fournir du préfinancement à un taux raisonnable aux organisations de producteurs. Le commerce équitable ne cherche donc pas tant à réparer toutes les injustices du système capitaliste qu'à permettre aux petits producteurs isolés et marginalisés de participer au commerce international par le biais des regroupements de producteurs que sont les coopératives au Sud.

Afin de garantir le respect des critères, la certification équitable s'appuie sur un système international rigoureux de contrôle, de vérification indépendante par des intérêts privés. Le label n'est donc pas une marque de commerce, mais plutôt un label qui certifie que le produit respecte les standards du commerce équitable. Chaque producteur ou torréfacteur est en effet libre de développer sa propre marque de commerce en parallèle à la certification équitable. De fait, la confusion qui existe au sujet des produits équitables provient essentiellement de ce que l'appellation équitable n'est pas, pour l'instant du moins pour le Canada, une appellation contrôlée.

Le problème n'est donc pas tant que les producteurs et distributeurs équitables ne respectent pas les standards du mouvement, mais plutôt que n'importe qui peut s'afficher commerçant équitable sans que les produits aient les critères reconnus. Le consommateur ne sait effectivement pas toujours qu'il doit vérifier que le produit porte le logo équitable octroyé par Transfair pour s'assurer de l'authenticité de l'appellation.

En plus des problèmes d'identification des produits équitables, l'article de Luc Chartrand ironise sur le prix habituellement plus élevé de ces produits en dépit des efforts de raccourcissement de la chaîne de valeur. Or, il n'y a pourtant là rien de mystérieux : l'objectif n'est pas d'offrir un prix plus bas aux consommateurs, mais bien de payer les producteurs de façon à ce qu'ils puissent couvrir leurs frais de production. Malgré les intermédiaires, le café conventionnel coûte moins cher à cause de plusieurs facteurs : le prix payé aux «coyotes», les premiers intermédiaires, est déjà très bas, ce qui donne une idée du prix dérisoire que reçoivent les producteurs. En outre, les grandes compagnies qui contrôlent ce marché ont l'opportunité d'acheter de grosses quantités de café, du café vert, dont ils assument eux-mêmes le processus de torréfaction, ce qui leur permet d'amortir les coûts. De plus, la majorité de la production de café équitable est aussi biologique et entre donc souvent dans la catégorie des cafés de spécialités, plus chers que les cafés réguliers. Évidemment, le café équitable entre aussi en concurrence avec les différents cafés gourmets ou de spécialité, mais sa qualité est habituellement supérieure aux cafés conventionnels, qui sont cultivés de façon également conventionnelle, c'est-à-dire, avec des fertilisants et des produits chimiques qui endommagent l'environnement, ce dont le prix du marché «libre» ne tient malheureusement pas compte; les coûts cachés, ou les externalités, sont aussi une source de prix plus bas, sans être pour autant garants d'une plus grande efficacité.

Encore une fois, le but du commerce équitable n'est pas le prix le plus bas, ni même le «juste prix». Ce dernier n'est que l'outil économique emprunté pour arriver au but ultime d'une plus grande équité. Ainsi, le fait qu'il soit possible d'obtenir un café à bas prix sur les marchés conventionnels n'est pas, comme le prétend Luc Chartrand, un signe de la grande efficacité du marché capitaliste, mais bien plutôt le signe du déséquilibre. Faut-il rappeler que la fameuse «main invisible» d'Adam Smith ne fonctionne plus adéquatement dès lors que les entrepri-

ses n'offrent pas l'information complète à propos de leurs produits, notamment les coûts sociaux?

Il faut se rappeler que les présupposés de base du libre marché, ancrés sur la loi de l'offre et de la demande et sur la main invisible, sont que les compagnies sont honnêtes par rapport à l'information. L'autre présupposé est que les consommateurs sont égoïstes et indifférents aux qualités du produit autre que le prix. Toutefois, le consommateur et le citoyen se rejoignent souvent pour prendre en compte des valeurs sociales et environnementales lors du processus de production. Ainsi, si l'on regarde de près, les deux présupposés de base ne se révèlent pas toujours vrais, si bien que le libre marché n'assure pas nécessairement la satisfaction des attentes des consommateurs et des producteurs. Dans un tel contexte, divers éléments de la société civile réclament des procédures de régulation différentes, autant au niveau national qu'international. Or, le commerce équitable répond précisément à ces attentes, en proposant un marché alternatif, régulé par divers acteurs sociaux, et qui met de l'avant des valeurs de justice sociale, d'équité, de solidarité et de respect de l'environnement. N'est-ce là que du «marketing de la charité»?

Bien sûr, le mouvement du commerce équitable n'est pas pour autant à l'abri de dérives et de tensions internes. Notamment, le commerce équitable se trouve présentement à la croisée des chemins quant aux options de développement qui s'offrent à lui : faut-il privilégier la croissance des parts de marchés, en continuant à pénétrer les marchés de masse, afin de permettre au maximum de producteurs d'intégrer le mouvement? Cette voie suppose évidemment des compromis, dont certains craignent qu'ils soient les premières étapes d'une éventuelle récupération par les marchés traditionnels. Défenseurs de l'orthodoxie et des valeurs originelles du mouvement, plusieurs sont d'avis qu'il faut au contraire préférer le développement de réseaux alternatifs parallèles au commerce traditionnel. Mais n'est-ce pas là condamner le mouvement à la marginalité, le condamnant du coup à n'avoir qu'un impact très limité sur l'amélioration des conditions de vie des producteurs? Le mouvement du commerce équitable est donc face à des choix stratégiques, cruciaux, pour conjuguer son développement et le respect de ses principes. Mais la question ne se pose pas en termes de «plus grande justice sociale ou simple ruse?», comme s'interroge Luc Chartrand, il est plus complexe, comme toutes les véritables solutions.

CONVOCATORIA A PONENCIAS

Segundo coloquio internacional sobre el comercio justo:
El comercio justo y los objetivos del desarrollo sustentable
Del 19 al 21 de junio 2006, UQAM, Montréal

Coloquio organizado por
El centro de investigación en responsabilidad social y en desarrollo sustentable

Problematización del coloquio

Nuestro coloquio abordará el tema del comercio justo y los objetivos del desarrollo sustentable. Más precisamente, proponemos explorar las contribuciones y los límites del comercio justo a la luz de los criterios sociales, ambientales y económicos del desarrollo sustentable. La meta de este coloquio es avanzar la reflexión que se inició durante el primer coloquio internacional del 2002 que tenía por título « Comercio justo, cooperativas y desarrollo sustentable » y que reunió a más de 200 personas. Este coloquio trilingüe (francés, español, inglés) se dirige a la vez a practicantes e investigadores sobre el tema.

El comercio justo es considerado como una alternativa al mercado convencional y tiene un objetivo triple que converge con el desarrollo sustentable, es decir, un desarrollo social, económico y ambiental. Debido a su preocupación por la justicia y la igualdad, el comercio justo propone cambiar las reglas del sistema neoliberal, al cual se opone ofreciendo un intercambio comercial con sentido social y político que va más allá del puro interés económico. De la misma manera, el comercio justo propone la creación de una red social rica en valores. Además, para los productores, este sistema pretende ser una herramienta de desarrollo que permite mejorar sus condiciones de vida, tener un acceso más justo a los mercados internacionales y estabilizar su situación económica.

El comercio justo se encuentra hoy en una encrucijada que inspira muchas interrogantes. ¿Cómo puede el comercio justo seguir siendo una alternativa al comercio convencional sin poner en riesgo su nicho en el mercado? ¿Cuáles son las ventajas, los riesgos y las condiciones de éxito de la certificación? ¿Es posible preservar los valores del movimiento al tiempo que se aumenta el volumen de ventas? Por ejemplo, ¿cuáles son las consecuencias de distribuir los productos de comercio justo en los grandes supermercados? ¿Cómo se pueden distinguir las iniciativas del comercio justo de aquellas de empresas comerciales dentro de una lógica de responsabilidad social y de desarrollo sustentable? ¿Cuál es la influencia del comercio justo sobre el contexto institucional y sobre las prácticas de las empresas comerciales? ¿El comercio justo permite realmente la mejora de las condiciones de vida de los productores? ¿Cómo se pueden comparar las exigencias del comercio justo en el Sur y en el Norte? ¿Cómo se viven de manera concreta los valores del comercio justo, tanto en los productores como en los distribuidores y los consumidores? Estas son sólo algunas de las preguntas que podrían ser abordadas y discutidas a profundidad a lo largo de este coloquio.

Sugerencia de temas para la propuesta de textos (esta lista no es exhaustiva):

Las repercusiones del comercio justo en términos de desarrollo sustentable / El comercio justo: ¿un nuevo movimiento social o un nicho de mercado? / Vías alternativas futuras para el comercio justo: su potencial, sus límites, sus implicaciones y sus riesgos de deriva / Prácticas alternativas y comercio justo / El potencial regulador del comercio justo / Estudios de caso de las organizaciones de comercio justo / Estudio de percepción de los consumidores / Estudios de mercado / Estudios sectoriales: el mercado de café, el sector alimenticio, los textiles, el turismo justo / Meta análisis (síntesis) de estudios sobre el comercio justo / Análisis del contexto jurídico e institucional / La perspectiva crítica del comercio justo y del desarrollo sustentable / El papel del comercio justo en la gobernabilidad de las empresas y de los mercados globalizados / Estudio comparativo de los valores y de las prácticas del comercio justo y de la responsabilidad social de la empresa / La relación entre el comercio justo y la economía social (cooperativas y organizaciones sociales sin fines de lucro)

Difusión y premios

Los textos de las ponencias enviadas antes de la fecha límite serán publicados en las Actas del coloquio. Los autores de las mejores comunicaciones serán invitados a participar en la publicación de una obra colectiva. Los premios para la mejor ponencia serán otorgados en las siguientes categorías:

Estudiante / estudio de caso / meta análisis (síntesis teórica) / análisis histórico / estudio de mercado o de percepción de los consumidores / estudio estratégico del sector o del nicho de mercado / comercio justo y desarrollo sustentable / comercio justo, gobernabilidad, regulación y conceptos recurrentes (por ejemplo, responsabilidad social de la empresa, economía solidaria y social) / prácticas alternativas, problemática y perspectivas para el futuro.

Tipos de propuestas

Las propuestas pueden tomar dos formas, ya sea la de una ponencia o la de un taller. La propuesta de ponencias consiste en la presentación del o de los autores, del título y del resumen de la presentación. Las ponencias retenidas serán agrupadas según el tema por los organizadores del coloquio.

Por taller queremos decir un foro de discusión donde los participantes, elegidos según su experiencia o conocimiento particular, son invitados a discutir y debatir acerca de un tema en especial. La propuesta para un taller debe precisar el nombre y la afiliación del responsable del taller (de aquel que somete la propuesta), del presidente de la sesión, de cada uno de los participantes del panel (justificando la elección), y de los comentaristas, si es el caso. La propuesta para el taller debe también incluir una descripción del tema que será abordado y de su pertinencia, así como de la manera que será abordado. El responsable del taller es también responsable de su organización y cada miembro del panel debe comprometerse a participar (favor de añadir un correo electrónico con la confirmación de los participantes de la propuesta). Un espacio completo dentro del coloquio será reservado para los talleres (cerca de una hora y media o según las indicaciones del responsable de la propuesta de taller).

Comité científico : 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).

Fecha límite para la presentación de resúmenes : 15 de octubre 2005
 Fecha límite para la presentación de ponencias : 1 de mayo 2006

CRITERIOS DE PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS: www.esg.uqam.ca/crsdd

APPEL DE COMMUNICATION

Deuxième colloque international sur le commerce équitable

Le commerce équitable et le développement durable

19 au 21 juin 2006, UQAM, Montréal

Organisé par

La Chaire de responsabilité sociale et de développement durable

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 croisé 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).

Date limite de présentation des propositions : 15 octobre 2005

Date limite de présentation des communications pour les Actes du colloque : 1 mai 2006

RENSEIGNEMENTS SUR LES MODALITÉS DE SOUMISSION : www.esg.uqam.ca/crsdd

CALL FOR PAPERS

Second International Fair Trade conference
Fair Trade and Sustainable Development
June 19 to June 21 2006, UQAM, Montreal

Sponsored by the
Chair in Social Responsibility and Sustainable Development
Université du Québec à Montréal (UQAM)

The **Fair Trade and Sustainable Development** conference aims to explore the contributions and limits of Fair Trade from the perspective of the social, economic and environmental goals of sustainable development. The goal of the conference is to continue the analysis begun at the first international conference held in 2002, which brought together more than 200 people under the banner: " Fair Trade, Cooperatives and Sustainable Development". Researchers as well as practitioners are invited to attend this conference which will be conducted in English, French and Spanish.

Fair Trade is an alternative economic network embedded in social values. Based on the values of justice and equity, Fair Trade presents a critique of the neo-liberal economic order and globalization and seeks to change the ways international business is conducted by injecting social and political considerations into economic transactions. For local producers, Fair Trade serves as a development tool to improve their living conditions, to provide fairer access to international markets and to stabilize their economic situation. Under certain conditions, Fair Trade can serve to popularize more environmentally sustainable practices.

Today, Fair Trade finds itself at a crossroads which poses challenges and raises numerous questions. How can Fair Trade remain an alternative that distinguishes itself from conventional trade without bearing the risk of remaining marginal? What are the advantages, the risks and the conditions of success for fair trade certification? Is it possible to preserve the movement's values while increasing market access? For example, what are the consequences of distributing Fair Trade products in supermarkets? How do Fair Trade initiatives distinguish themselves from other commercial enterprises that have socially responsible and sustainable policies? What influence has Fair Trade had on the institutional context and practices of traditional business enterprises? Does Fair Trade improve the living conditions of producers? How do Fair Trade requirements compare for organizations from the North and from the South? These are some of the questions that will be addressed during the conference.

Suggested Themes and Subjects for Proposals (this list is not intended to be exhaustive):

Fair Trade's impact on sustainable development / Fair Trade: new social movement or market niche? / Future avenues for Fair Trade: potential, limits, challenges and risks of being side tracked. / Alternative practices and Fair Trade / Fair Trade's and the regulation of the economy / Case studies of Fair Trade organizations / Study of consumer perceptions and buying behaviour of Fair Trade products / Market studies of Fair Trade / Sectoral analysis of Fair Trade, for example, coffee, agriculture, processed food, textiles, handicrafts, tourism / Historical studies of the Fair Trade movement and of Fair Trade organizations / Life stories of Fair Trade promoters or practitioners / Meta-analysis of research on Fair Trade / Analysis of the legal and institutional context of Fair Trade / Critical perspective on Fair Trade and sustainable development / The role of the Fair Trade movement in the governance of global corporations markets / Comparative study of the values and practices of Fair Trade and of Corporate Social Responsibility / Links between the Fair Trade and the social economy (cooperatives and NGOs) movements

Publication and prizes

Papers selected for the conference which have been submitted by the deadline (May 1st, 2006) will be published in a volume of Conference Proceedings. Some authors will be invited to contribute their submissions as a chapter in an edited book. Prizes for the best papers will be awarded in several categories:

Student / Case studies / Meta analysis / Historical studies and life stories / Market and consumer perception studies / Strategic and sectoral analysis / Fair Trade and sustainable development / Fair Trade, governance, regulation and competing concepts (for example, corporate social responsibility, social economy) / Alternative practices, challenges and future perspectives

Types of proposals

Proposals will be accepted for both **papers** and **workshops**. Proposals for papers must include the name of the author(s), the title and an abstract. Papers selected will be grouped into themes by the organizers of the conference.

By workshop we mean a discussion forum where several participants, selected for their particular expertise or experience, are invited to discuss and debate a topic. The proposal for a workshop must specify the name and affiliation of: 1) the convenor of the workshop (the person submitting the proposal); 2) the chair of the workshop (which may be the convenor or a different individual); 3) each member of the workshop panel as well as; 4) any commentators (if applicable). The workshop proposal must include a description of the theme for discussion, its relevance and how it will be approached. The choice of the members of the panel must also be explained. The convenor is responsible for organizing the workshop. Each panel member must confirm their willingness to participate (please attach an e-mail confirmation from each panelist). A complete session of the conference will be allocated for the workshop (approximately 90 minutes, but this may vary at the discretion of the convenor).

Scientific committee: 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).

Final date for submission of abstracts: **October 15th, 2005**

Final date for submission of papers: **May 1st, 2006**

SÉMINAIRES SCIENTIFIQUES DE LA CHAIRE 2005-2006

La gouvernance et la légitimité

Pour une quatrième année consécutive, la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable a le plaisir de vous convier à sa série annuelle de séminaire sur la gouvernance et la légitimité. Cette série annuelle de séminaires scientifiques fait suite à la série de séminaires sur la responsabilité sociale de l'entreprise (2002-2003), à celle sur la régulation (2003-2004) et à celle sur les nouveaux mouvements sociaux économiques (2004-2005). En continuité avec celles-ci, la série sur la gouvernance et la légitimité vise à étudier des œuvres fondamentales afin de développer une compréhension approfondie de ces deux thèmes susceptible d'enrichir nos analyses sur la responsabilité sociale, les innovations régulatoires et les nouveaux mouvements sociaux économiques.

La mondialisation économique et financière a considérablement réduit la capacité des États à exercer un contrôle sur l'activité économique en général, dont une large portion est désormais « déterritorialisée », mais préside également à une nouvelle dynamique entre les États et les entreprises multinationales qui sont devenues, avec les institutions commerciales internationales, les acteurs clefs de la mondialisation (Petrella, 1989). Bon nombre d'activités sont ainsi soustraites du pouvoir coercitif de l'État national et le contrôle que celui-ci exerce sur un territoire, légitimé selon une logique démocratique, cède la place à un ordre mondial négocié entre États, à propos de leurs entreprises et de leurs marchés, ordre négocié venant se répercuter sur les politiques mises en œuvre à l'échelle nationale. Par ailleurs, le quasi-gouvernement commercial que représente l'OMC entre en contradiction avec d'autres institutions en émergence, témoignant d'une nouvelle facette de la mondialisation, plus précisément les forums alternatifs portés par une société civile qui se structure à l'échelle internationale (De Sousa-Santos, 2001) et le droit « normatif » mondial (pénal et environnemental, par opposition au droit commercial) (Rocher, 2001). La pluralité des systèmes juridiques à l'échelle internationale pose des problèmes de compatibilité, d'articulation et de hiérarchisation qui n'ont pas encore été résolus (Juillet, 2001). Quant aux mobilisations sociales, leur caractère mondial les érige en nouvel interlocuteur des entreprises et des institutions commerciales internationales, mais ce non seulement dans l'arène sociale et politique, mais aussi sur la scène économique. Enfin, sur le plan national, nous assistons également à de profondes transformations des processus de réglementation qui tendent à devenir partenariaux, négociés, volontaires et progressifs (Yssalis, 1999; Schrecker, 1984; Rocher, 2001; Halley, 1997; Harrison, 1997; Gendron et Turcotte, 2003). Tout cela survient dans un contexte où les institutions économiques, les gouvernements, les entreprises et d'autres acteurs vivent une crise de légitimité (Weber 1995, Habermas 1997, Beck 2001). Dans le cas des systèmes politiques, on a remis en question leur capacité à légitimer leur pouvoir et leur rationalité (Weber 1995, Habermas 1976). Nous le verrons au fil des séminaires, le politique n'est pas la seule sphère de la société qui cherche à recouvrer une légitimité en crise. En somme, nous souhaitons éclaircir, dans le cadre de cette quatrième année, les termes du débat sur les transformations de la nature et des modes de gouvernance à l'ère de la mondialisation, en étudiant des auteurs clefs (Weber, Beck, Habermas, Foucault, etc.) et en nous penchant notamment sur les théories de la gouvernance et sur quelques institutions clefs et leur fonctionnement (à l'échelle internationale : OMC, ALENA, UE, Tribunal pénal international, OIT, etc.; à l'échelle nationale, les comités multipartites de réglementation, les contrats « réglementaires », etc.).

La série se présente comme une continuité où seront notamment étudiés des auteurs classiques, en allant vers des auteurs de plus en plus contemporains ainsi que certains commentateurs de ces auteurs. Vous trouverez en annexe la programmation ainsi que les thématiques des différents séminaires. Cette année, ceux-ci se tiendront un jeudi de chaque mois, de 14h00 à 17h00.

SÉMINAIRES SCIENTIFIQUES DE LA CHAIRE 2005-2006

La gouvernance et la légitimité

Premier séminaire – 15 septembre 2005 : Weber, Max. *Économie et société*.

Deuxième séminaire – 6 octobre 2005 : Habermas, Jürgen. *Droit et démocratie et Raison et légitimité*.

Troisième séminaire – 3 novembre 2005 : Ladrière, Paul et Claude Gruson. *Éthique et gouvernabilité*.

Quatrième séminaire – 1^{er} décembre 2005 : Foucault, Michel. *Sécurité, Territoire, Population et Naissance de la biopolitique*.

Cinquième séminaire – 26 janvier 2006 : Beck, Ulrich. *Pouvoir et contre-pouvoir à l'ère de la mondialisation et La société du risque*.

Sixième séminaire – 16 février 2006 : March, James G. et Johan P.Olsen. *Democratic governance*.

Septième séminaire – 16 mars 2006 : Held, David. *Democracy and the global order*.

Huitième séminaire – 13 avril 2006 : Beauchemin, Jacques. *La société des identités*.

Neuvième séminaire – 18 mai 2006 : Pierre, Jon et Guy B.Peters. *Governance, politics and the state*.

Dixième séminaire – 8 juin 2006 : Séminaire synthèse

Renseignements: crsdd@uqam.ca

**CHAIRE de responsabilité
sociale et de
développement durable**
ESG UQÀM

École des sciences de la gestion
Université du Québec à Montréal
Case postale 6192
Succursale Centre-Ville
Montréal (Québec) H3C 4R2

Téléphone : 514.987.3000
poste 6972#

Télécopieur : 514.987.3372

Courriel: crsdd@uqam.ca

Visitez notre site Internet
www.crsdd.uqam.ca

Inscrivez-vous à notre liste d'envoi électronique
crsdd@uqam.ca

Bulletin de la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable

Rédactrice en chef : Lysiane Roch

Rédacteur-adjoint, mise en page : Julien Boucher

Collaborateurs : Véronique Bisaillon, Jérôme Guy, Chantal Hervieux, Ana Isabel Otero..

Pour soumettre un article, prière de consulter le site web www.crsdd.uqam.ca.