2021 | **Analyse** | # 440

Consommation durable | Clara Van Der Steen

Synergies entre commerce équitable et commerce local à Bruxelles

Travail d'intelligence collective à travers un évènement participatif

CPCP

: lien consultable dans l'Internet

Introduction

La crise COVID-19 a entraîné un nouvel intérêt de la part des Belges pour une consommation plus durable ; en témoigne l'augmentation de la vente de produits issus du commerce local et équitable en 2020. L'étude fournie par Enabel confirme cette impression grâce aux chiffres qui en sont sortis[1].

Cette prise de conscience générale a permis de réfléchir sur la manière de soutenir les citoyens déjà engagés dans ce processus de consommation responsable pour les orienter davantage vers une économie alternative. Il faut cependant reconnaître la difficulté rencontrée par les consommateurs quand il s'agit de faire un choix entre une consommation locale qui ne répond pas forcément à des clauses éthiques et une consommation plus éthique mais éloignée des enjeux environnementaux et écologiques. Les synergies entre commerce local et équitable sont essentielles afin de mettre en place une économie solidaire et de sortir d'un système gouverné par les impératifs des multinationales. Les possibilités de ces synergies sont par ailleurs réelles ; en effet, le commerce local peut être considéré comme équitable dans la mesure où il garantit des conditions de travail respectueuses ainsi qu'une rémunération correcte envers les producteurs.

La réalisation d'une étude, commanditée par Brussel International et hub.brussels et coréalisée par le CPCP au sein d'un groupement avec SONECOM et DRIS, a permis l'organisation d'un évènement participatif d'intelligence collective afin d'envisager des solutions pour renforcer ces synergies à Bruxelles dans un cadre spécifique – à savoir le lieu de travail. Cet article a pour objectif de revenir sur cet évènement pour en ressortir les pistes de stratégies alliant ces synergies en particulier. Nous sommes également conscients que répondre à cette la problématique des synergies entre commerce équitable et local demande des réflexions telles qu'elles dépasseront le cadre de cet article. L'intention de cette publication est bien d'effectuer un retour sur l'évènement participatif du 21 janvier, de la part du CPCP, afin de proposer des pistes de réflexion quant à la synergie entre commerce équitable et commerce local sur le lieu de travail. À cette occasion, bien que le contenu de cet article n'engage

[1] Le rapport de 2020 d'Enabel indique une augmentation d'achat de produits issus du commerce équitable de 40 % en Belgique pour l'année 2020. « Le baromètre 2020 du commerce équitable », *Tdc-enabel.be*, 3 octobre 2020, [en ligne :] https://www.tdc-enabel.be/fr/2020/10/03/le-barometre-2020-du-commerce-equitable, consulté le 29 mars 2021.

que le CPCP, nous tenons à remercier particulièrement Brussel International et hub.brussel ainsi que tous les participants de cet atelier participatif pour leur accord de publication sur base de l'évènement.

I. Les synergies entre commerce local et équitable sont-elles possibles ?

Les raisons pour lesquelles il est difficile de créer des liens entre commerce local et équitable sont multiples et ont des origines diverses. Dans un premier temps, la différence de contextes dans lesquels ces mouvements se sont développés soulève la difficulté de réfléchir à leur complémentarité. Le contexte dans lequel les producteurs locaux et les producteurs du sud évoluent demeure spécifique à chacun ; les réalités socio-économiques de ces acteurs sont difficilement comparables. Par conséquent, les connexions et les liens entre ces deux pôles peuvent paraître incohérents. En termes de législations, les conditions sont également différentes ; les procédures commerciales en vigueur dans les pays du sud soumettent le commerce équitable à des législations internationales et les produits locaux ou en circuit-court aux législations européennes et nationales.[2] Tous ces facteurs freinent les synergies possibles entre commerce équitable et local. Pourtant, leur fonctionnement présente aussi des similarités.

Il faut aussi reconnaître que les priorités inhérentes à ces deux types de commerce semblent assez divergentes. Le consommateur, en fonction de ses valeurs, aura tendance à favoriser les circuits courts privilégiant des valeurs environnementales et locales, ou des circuits longs mais permettant une rémunération correcte de producteurs du Sud. Rappelons également que la multitude de termes et de labels émergeants de ces dernières années participent à la confusion du consommateur. Si certains semblent déjà avoir du mal à distinguer les labels commerce équitable et commerce local, les nouveaux liens qui se créent entre eux contribuent à embrouiller de plus en plus le consommateur.

[2] R. Le Velly, « Si loin, si proches : la difficile association entre circuits courts et commerce équitable », *Revue Tiers Monde*, 207, 2011, p. 133-149, [en ligne :] https://www.cairn.info/revue-tiers-monde-2011-3-page-133.htm?contenu=article, consulté le 29 mars 2021.

Or, il semble que les potentielles synergies entre commerce équitable et local sont aujourd'hui essentielles ; il faut reconnaître la spécificité des producteurs Nord et Sud mais les mécanismes socio-économiques qui leur sont soumis demeurent similaires et découlent d'une même logique économique néolibérale. L'aspiration de ces deux types de commerce est bien de s'extraire de la prédominance des multinationales et de repenser un modèle de production en adéquation avec des valeurs éthiques et respectueuses à la fois de l'environnement et de l'être humain.

Malgré les distinctions existant entre commerce équitable et local, leur fonctionnement est plutôt similaire. En raison de la réduction du nombre d'intermédiaires de leur chaîne de production, le prix du produit final peut être diminué et permet d'assurer une certaine transparence. Le prix au producteur se veut également plus juste et les rapports avec la grande distribution se veulent plus équilibrés[3].

Un argument supplémentaire pour favoriser les synergies entre commerce local et équitable est que les spécificités de ces deux secteurs peuvent se compléter. À la fois en termes de contenus, en proposant une offre plus diversifiée mais également sur la forme, en favorisant le partage des expériences des deux secteurs concernés[4]. Cette problématique est au cœur des réflexions de plusieurs acteurs issus de la société civile tels que Oxfam, Artisans du Monde, Ethiquable ou encore TDC Enabel, chacun engagé d'une manière ou d'une autre dans la promotion du commerce équitable. L'agence de développement Enabel a pu dégager quelques pistes de réflexions pour favoriser ces synergies. Dans son étude « Le commerce équitable local belge et européen », Enabel propose la poursuite de la reconnaissance du terme « commerce équitable local » et de sa définition afin d'imposer un cadre législatif pour soutenir ses actions et l'inscrire à l'agenda politique. La création d'outils fédérateurs tels que des labels, des chartes et des logos, basés sur des critères communs entre équitable Sud-Nord et équitable local permettrait de centraliser les informations et d'identifier plus facilement les synergies en cours. La diversification de l'offre au niveau des entreprises et des commerces ou même des fournisseurs semble également indispensable pour favoriser ces synergies.[5]

---

3 R. Le Velly, « Si loin, si proches : la difficile association… », *op. cit.*

4 *Ibid.*

5 S. Poos *et al.*, « Le commerce équitable local belge et européen », *Tdc-enabel.be*, 2020, [en ligne :] https://www.tdc-enabel.be/wp-content/uploads/2020/10/Le-commerce-equitable-belge-et-europeen.pdf, consulté le 29 mars 2020.

II. Un évènement participatif

Dans le cadre de l'étude commanditée sur le commerce équitable en Région de Bruxelles-Capitale, le CPCP a contribué à l'organisation d'un évènement participatif afin de réfléchir à la problématique des synergies possibles entre commerce équitable et commerce local. Son objectif principal était de confronter à la réalité du terrain les pistes de synergies entre commerce équitable Sud-Nord et commerce équitable local. L'évènement en question a eu lieu en ligne le 21 janvier 2021 avec la problématique suivante : « comment favoriser les synergies entre commerce local et commerce équitable sur les lieux de travail à Bruxelles ? ». Le choix spécifique de cette problématique résulte du temps limité qui pouvait être consacré à l'évènement, à savoir trois heures, et de la volonté d'aboutir à des propositions concrètes. La formule en ligne a été préférée au présentiel en raison des conditions sanitaires en vigueur et du temps disponible des participants. Cela dit, le choix pour une formule participative à distance a été apprécié par un nombre important de participants : la convivialité et l'efficacité étant suffisamment préservées tout en limitant le temps consacré à seulement trois heures pour tous les participants – du temps sur l'absence de trajets pour les uns et les autres est dès lors économisé.

L'intérêt de cette thématique est que le lieu de travail demeure un espace de vie fréquenté par divers acteurs et que les actions menées en son sein peuvent entraîner des répercussions sur la vie quotidienne ainsi que sur les habitudes de consommation, pouvant ainsi être reproduites dans un cadre privé. Ajoutons à cela que le lieu de travail s'avère être un espace de sensibilisation à plus grande échelle.

Pour cet évènement, plusieurs acteurs bruxellois issus du commerce équitable et du commerce local ont été invités à participer à la réflexion. Parmi les dix-neuf participants, onze personnes provenaient d'administrations publiques (six administrations régionales et une communale), trois participants provenaient de petites entreprises (deux représentants du magasin Ozfair et un de Fiducial Office Solutions) et cinq représentaient des fournisseurs de produits locaux et/ou équitables (Javry, fournisseur de café, Oxfam, Equitable, Belgian Fair Trade federation et Terroirist). Cette pluralité d'acteurs avait pour fonction de favoriser les échanges et la réflexion collective. Leur fonction ainsi que leurs expériences diverses participaient à l'enrichissement des discussions et des débats ainsi qu'à l'identification des différents freins rencontrés dans

ce domaine. Les différents partenaires ont été choisis selon la pertinence de leur présence à cet évènement participatif ; la présence des collaborateurs engagés dans le commerce équitable était indispensable pour offrir une vision engagée et réaliste du terrain. Les administrations présentes ont été sélectionnées en fonction de leur volonté d'engagement dans la consommation du commerce équitable et local[6] ainsi qu'en raison de leur disponibilité – l'évènement ayant lieu à une période assez particulière en raison de la pandémie COVID-19 de 2021.

La méthodologie adoptée pour cet évènement fut celle des chapeaux de Bono.[7] Pour ce faire, le groupe a été divisé en trois sous-groupes afin de faciliter la communication entre les participants. L'avantage de la méthode utilisée est qu'elle favorise la réflexion sur un sujet spécifique tout en abordant ses multiples dimensions afin d'arriver peu à peu à des solutions par le biais de l'intelligence collective. L'utilisation des différents chapeaux amène à exprimer à la fois un ressenti positif mais aussi négatif et permet de réfléchir aux obstacles ainsi qu'aux solutions par le partage d'idées. L'intérêt de ce procédé est qu'il encourage la diffusion de propositions sans aucune censure.

6 Les administrations et les entreprises sélectionnées ont été choisies d'après leur niveau de pertinence à l'évènement. Par exemple, plusieurs administrations provenant de communes bruxelloises elles-mêmes engagées dans la campagne commune commerce équitable ont été contactées. D'autres administrations avaient elles-mêmes montré leur intérêt de s'ouvrir à ce genre de problématique et par conséquent de participer à ce type d'évènement.

7 En sous-groupes, les six thématiques ont été discutées afin de favoriser la diffusion d'idées. Les six thématiques – ou les six chapeaux – ont été amenés de la manière suivante : le chapeau bleu correspond à celui de l'organisation afin de définir les objectifs à atteindre lors de l'évènement ; le chapeau blanc est celui de la neutralité qui regroupe les information factuelles et essentielles pour avancer dans l'exercice. Le chapeau rouge est celui des ressentis qui permet aux participants de s'exprimer sur leurs sentiments face à la problématique. Le chapeau noir du pessimisme met en avant les obstacles éventuels rencontrés et son pendant, le chapeau jaune de l'optimisme va quant à lui mettre en évidence les avantages et les espoirs. Le dernier chapeau vert est celui de la créativité qui va pousser les participants à émettre un maximum d'idées pour trouver des solutions à la thématique abordée.

III. Déroulé de l'évènement

La première étape consistait en un retour rapide sur les manières de procéder au sein des entreprises et des organisations pour connaître leur position au niveau de la problématique abordée. En brassant l'inventaire des produits utilisés sur le lieu de travail, plusieurs types de produits ont pu être distingués, à la fois alimentaires et non alimentaires. Cet inventaire est intéressant pour cibler les priorités des consommateurs sur le lieu de travail et voir de quelle manière l'obtention de ces produits est faisable. Cette première étape permet aussi de relever certaines interrogations de la part des participants. Ceux-ci ont souligné, dans un premier temps, la difficulté d'appréhender les enjeux du commerce local et équitable. La sélection des produits se fait notamment en fonction de la bonne compréhension de ces enjeux liés à leur production et leur distribution. Si les produits du commerce équitable sont sensés garantir des conditions de travail correctes tandis que les produits locaux garantissent un impact écologique moins conséquent, les conditions des travailleurs locaux sont un paramètre souvent remis en question qui peut freiner de nombreux consommateurs. Au-delà des interrogations de principes et de valeurs, l'achat de produits issus du commerce local et équitable est parfois difficile à gérer. Pour appréhender le bon fonctionnement des procédures d'achat, une connaissance approfondie des mesures en place est nécessaire de la part des employés au sein des administrations et des entreprises. Or les informations ne sont pas toujours communiquées de manière claire et concise.

Une fois que ces éléments ont été relevés, la méthodologie en place a permis aux participants d'exprimer leurs ressentis par rapport à la problématique. Cette méthode a le mérite de ne pas privilégier un point de vue univoque tout en avançant des aspects à la fois négatif et positif. De cette manière, les participants ont pu exprimer à la fois leurs craintes et leurs espoirs. Parmi l'ensemble des ressentis partagés, ils sont nombreux à évoquer du découragement. En raison de l'ampleur du projet, les changements sont lents et prennent du temps, ce qui peut impliquer le fait de ne pas voir ses projets portés à terme. Par ailleurs, le changement s'avère complexe étant donné qu'il doit s'opérer à plusieurs niveaux ; économique, politique mais également culturel et social. Au-delà des ressentis négatifs, certains ont précisé que le travail déjà réalisé encourage et contribue à poursuivre ce changement. La volonté de changement et l'enthousiasme persistent aussi malgré la lourdeur des processus à mettre en marche. Les initiatives en cours entretiennent

une certaine motivation de la part des acteurs sur le terrain. Les participants ont donc fait part de leurs ressentis à la fois négatifs et positifs, mais conservent aussi une certaine vigilance.

La suite de l'évènement avait pour objectif d'identifier les éventuels freins et obstacles rencontrés lors d'une tentative de synergie commerce équitable et local sur le lieu de travail. Parmi les freins évoqués, le prix est une question récurrente. Les produits locaux et équitables sont réputés plus chers que les autres ; les marques *low cost* leur font facilement concurrence.

Ce premier frein amène facilement à l'identification du second frein, en l'occurrence les lacunes en termes de connaissance et le manque d'informations claires sur la thématique en question. Les idées-reçues persistantes relatives aux produits issus du commerce équitable et local sous-entendent que les prix sont bien plus élevés que d'autres types de produits, qu'un commerce plus écologique ou éthique ne garantit pas une qualité optimale et que ces produits sont réservés à une classe plus aisée.

De la même manière, la multiplicité des informations informelles et confuses ainsi que les nombreux labels proposés peuvent également perdre le consommateur. En ce qui concerne plus spécifiquement la consommation de ces types de produits sur le lieu de travail, les administrations et les entreprises ont soulevé la difficulté relative aux procédures d'achats. Elles sont soumises à des règles strictes dans le but de ne pas faire obstacle à la libre-concurrence. La manipulation de toutes ces procédures est difficile à appréhender pour s'orienter vers les produits équitables et locaux et requiert également des compétences administratives conséquentes. Si l'entreprise elle-même doit être suffisamment informée pour procéder à sa procédure d'achat, les fournisseurs doivent avoir la capacité de répondre à la demande ainsi qu'aux critères qui leur sont imposés. Ils doivent aussi répondre à la quantité demandée et offrir les produits qui peuvent manquer – les produits locaux et équitables sont dépendants de la saison et de la région. Toutes ces exigences administratives peuvent expliquer la réticence de certaines entreprises et administrations à s'ouvrir à des critères d'ordres éthiques ou environnementaux.

Un dernier frein ayant été relevé par les participants est un facteur temporel. Tout changement, encore plus lorsqu'il s'étend sur de multiples sphères de la société, prend énormément de temps et les résultats ne sont visibles que sur le long terme. Changer sa consommation, également au sein d'une institution comme le lieu de travail, demande de se défaire de ses anciennes habitudes pour se stabiliser dans de nouvelles pratiques. Les individus de manière gé-

nérale sont influencés par de nombreux facteurs comme le temps, l'argent, la volonté qui jouent sur notre manière de consommer. Ils nécessitent d'être pris en compte pour les faire évoluer.

IV. Quels résultats en tirer ?

Grâce aux réflexions et aux idées partagées durant les précédentes étapes, mais également aux freins et aux éventuelles possibilités de les débloquer, des stratégies concrètes ont été discutées afin de favoriser les synergies entre commerce local et équitable sur le lieu de travail. Aux vues des nombreuses propositions qui ont été réfléchies, trois thématiques sont ressorties des discussions.

A. La sensibilisation

Une grande partie du travail réside dans le relais d'informations claires pour, à la fois conscientiser les publics, mais également leur donner les outils nécessaires à leur conscientisation. De cette manière, il est possible d'accompagner les consommateurs mais également les protagonistes actifs dans toutes les procédures d'achat, le choix des fournisseurs etc. La participation à des workshops par les comités des entreprises et administrations chargés des achats sur le lieu de travail serait une première piste de solution envisageable pour sensibiliser à la thématique.

Afin d'initier le plus possible les entreprises et les administrations dans leur consommation sur place, les différents acteurs présents lors de l'évènement ont proposé l'organisation d'actions durant lesquelles, à la fois des produits locaux et équitables seraient proposés – des évènements de grande envergure mais également des actions plus locales pouvant se dérouler directement sur le lieu de travail pour toucher les employés, à différents niveaux de la hiérarchie. Pour avoir un échange avec les commerçants et les restaurateurs, il est possible de mettre en place des marchés ou des évènements de type festival en proposant divers produits.

La pédagogie et la sensibilisation s'étendent au-delà du cadre du travail et concernent aussi les citoyens. La problématique pourrait s'étendre par ailleurs à certaines structures publiques comme les écoles, par exemple, mais aussi des institutions privées. Les participants appellent également à la poursuite de l'élaboration de bases de données de références accessibles à chacun ainsi qu'à la mise en place d'outils disponibles pour s'informer quant à ces questions spécifiques. Si les initiatives à une échelle plus locale sont importantes, les participants soulignent l'importance d'agir de manière globale.

B. Diversification et visibilité de l'offre

Pour s'assurer d'une bonne visibilité de l'offre, les participants ont suggéré un bon référencement des produits disponibles ainsi que des initiatives présentes sur le territoire bruxellois, encourageant les synergies entre commerce équitable et local, via un mapping (une carte) ou une plateforme en ligne. Ce référencement permettrait également de centraliser les informations tout en soutenant leur visibilité par la diffusion des labels susceptibles d'être intéressants. Un travail de fédération des initiatives a déjà été entrepris par Good Food [8] et la Belgian Fair Trade Federation [9].

Certains participants ont mentionné les réseaux GASAP [10] qui proposent des paniers et des produits issus du commerce local notamment distribués dans certaines structures. Cette idée de paniers proposant plusieurs types de produits commerce équitable et local a été plusieurs fois mentionnée par les participants, étant donné qu'elle est facilement réalisable sur le lieu de travail dans le but d'inviter à consommer ce type de produits. Pour garantir une meilleure visibilité, la professionnalisation de certaines fonctions au sein du commerce équitable et local est nécessaire afin d'assurer un suivi. Les participants

[8] *GoodFood.brussels*, [en ligne :] https://goodfood.brussels/fr/bottin, consulté le 29 mars 2021

[9] *Belgian FairTrade Federation*, [en ligne :] http://www.bftf.be/fr/les-acteurs, consulté le 29 mars 2021.

[10] GASAP est le Groupe d'achats solidaires de l'agriculture paysanne. Cette initiative citoyenne propose des ventes directes aux producteurs, sans passer par un intermédiaire. Son but est de favoriser les liens directs entre consommateurs et producteurs locaux, dans une optique agroécologique. Voir *Le réseau des GASAP*, [en ligne :] https://gasap.be, consulté le 29 mars 2021.

reconnaissent les avantages de l'augmentation de cellules et d'écoteam [11] formées et employées pour réfléchir à ces questions en interne ce qui influence directement la consommation sur place.

C. Appui politique et législatif

Un dernier point a été régulièrement avancé par les participants, à savoir l'importance d'un soutien à la fois politique et législatif. Un participant a émis la proposition d'inscrire la définition du commerce équitable dans un cadre législatif afin de pouvoir le référencer au niveau de la Constitution. Avec un cadre législatif solide, les réglementations liées au commerce équitable et local non seulement apparaissent plus clairement mais sont aussi applicables plus facilement.

Nous l'avons par ailleurs constaté plus haut, le prix demeure un frein à la consommation de ce type de produits. Par conséquent, les participants encouragent la diminution des taxes sur les produits équitables et locaux et encouragent un travail de lobbying. La problématique des synergies entre commerce équitable et local mérite une attention particulière de la part des politiques et pourrait s'inscrire à l'agenda politique afin de participer à un changement de prise de conscience collectif. La Belgique s'intéresse particulièrement à la question de par son appui politique et législatif ; la Région de Bruxelles-Capitale a pour ambition de devenir région du commerce équitable à l'aide de la plateforme « Commune commerce équitable » réunissant plusieurs acteurs engagés dans le développement durable, depuis mai 2021. [12]

[11] L'EcoTeam fonctionne comme une équipe de travail qui a pour objectif de réfléchir spécifiquement sur les critères et les comportements favorables – au sein d'une entreprise par exemple – au développement durable.

[12] Parlement bruxellois, *Campagne, « Faire de Bruxelles-Capitale une région de commerce équitable »*, 12 mai 2021, [en ligne] http://www.parlement.brussels/campagne-faire-de-bruxelles-capitale-region-de-commerce-equitable, consulté le 26 aout 2021.

Conclusion

Les habitudes de consommation dans l'espace de travail demeurent essentielles et rencontrent des difficultés finalement assez similaires que celles rencontrées par les consommateurs. S'il faut reconnaître que certains aspects sont spécifiques aux entreprises – tels que les procédures d'achat ou le choix d'un fournisseur – les solutions réfléchies à travers cet évènement participatif sont intéressantes et applicables sur du long-terme dans la société.

La méthodologie adoptée lors de l'évènement en ligne du 21 janvier 2021 a favorisé l'intelligence collective de plusieurs manières. La problématique a pu être analysée via une pluralité de points de vue – à la fois les points positifs mais également les aspects négatifs. Elle a favorisé également une diversité d'acteurs, contribuant dès lors à une réflexion élargie. Il faut évidemment souligner les limites de cette méthodologie en raison du temps imparti et les idées limitées proposées en raison d'un nombre d'acteurs nécessairement restreint. Étant donné les conditions dans lesquelles l'évènement a été organisé, la difficulté d'obtenir un panel tout à fait exhaustif de participants est réelle et doit d'être soulignée. Malgré les difficultés mentionnées, l'évènement participatif en ligne est un moyen efficace pour rassembler une certaine diversité en termes d'intervenants et favoriser l'intelligence collective dans un délai rapide et pour un temps d'investissement assez raisonnable des participants.

Nous comprenons dès lors l'avantage de l'expérience ; une problématique aussi spécifique que celle travaillée, a permis d'envisager des solutions durables et de relever les obstacles rencontrés par les intervenants. Les stratégies proposées sont transposables au-delà de la sphère professionnelle afin de favoriser de manière générale les synergies entre commerce local et équitable. Parmi les nombreuses idées avancées lors de l'évènement, la sensibilisation, la visibilité de l'offre et l'appui politique législatif demeurent les trois domaines d'action privilégiés pour favoriser les synergies entre commerce équitable et local sur le lieu de travail. La thématique mérite toutefois d'être approfondie ; de nouvelles solutions peuvent encore être identifiées et réfléchies – à travers un futur évènement participatif peut-être.

**

Clara Van Der Steen est titulaire d'un master en Archéologie et Histoire de l'art (ULB) ainsi que d'un master en spécialisation en étude de Genre (UCL). Elle travaille en recherche et plaidoyer au sein du CPCP.

Pour aller plus loin :

– R. Le Velly, « Si loin, si proches : la difficile association entre circuits courts et commerce équitable », *Revue Tiers Monde*, 207, 2011, p. 133-149, [en ligne :] https://www.cairn.info/revue-tiers-monde-2011-3-page-133.htm?contenu=article, consulté le 29 mars 2021.

– S. Poos et *al.*, « Le commerce équitable local belge et européen », *Tdc-enabel.be*, 2020, [en ligne :] https://www.tdc-enabel.be/wp-content/uploads/2020/10/Le-commerce-equitable-belge-et-europeen.pdf, consulté le 29 mars 2020.

Van Der Steen Clara, *Synergies entre commerce équitable et commerce local. Réflexion à travers un évènement participatif*, Bruxelles : CPCP, Analyse n° 440, 2021, [en ligne :] http://www.cpcp.be/publications/synergie-equitable-local.

DÉSIREUX D'EN SAVOIR PLUS !

Animation, conférence, table ronde... n'hésitez pas à nous contacter,
Nous sommes à votre service pour organiser des activités sur cette thématique.

www.cpcp.be

FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES

Avec le soutien du Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles

L'intérêt pour des produits issus de productions plus éthiques que ce soit d'un point de vue social, comme le commerce équitable, ou environnemental, tel que le commerce local, est désormais au centre des préoccupations des consommateurs belges. Si ces nouvelles habitudes de consommation sont souvent envisagées de manière distincte, elles sont pourtant ancrées dans un mouvement d'économie responsable et sociale. Par conséquent s'intéresser à une thématique aussi ciblée que les synergies possibles entre commerce équitable et local semble pertinent dans notre contexte actuel et favorise notre engagement vers un système plus solidaire. Pour réfléchir à la question, le CPCP a organisé le 21 janvier un évènement participatif d'intelligence collective afin de réfléchir à cette problématique. Cet évènement a permis de rassembler une pluralité d'acteurs de terrain afin de réfléchir aux liens possibles entre ces deux types de commerces. Grâce à cet évènement, les informations récoltées aident à développer des pistes de solutions pour avancer dans la réflexion sur les synergies possibles entre commerce équitable et local.

Centre Permanent pour la Citoyenneté et la Participation

Avenue des Arts, 50/bt6 — 1000 Bruxelles
02 318 44 33 | **info@cpcp.be**

www.cpcp.be | www.facebook.com/CPCPasbl

Toutes nos publications sont disponibles en téléchargement libre :
www.cpcp.be/publications/

E.R. : John Lewis – Avenue des Arts, 50/bt6 — 1000 Bruxelles

© CPCP ASBL – Septembre 2021