



**COULIBALY-BALLETT Mantiaba**, Maître de Conférences en Sciences de Gestion  
Laboratoire GRM, Université Côte d'Azur- IAE Nice.  
[Mantiaba.COULIBALY@univ-cotedazur.fr](mailto:Mantiaba.COULIBALY@univ-cotedazur.fr)

### **Courte biographie**

Mantiaba COULIBALY-BALLETT est titulaire d'un Doctorat en Sciences de Gestion sur les alliances de marques, soutenu à l'Université Paris-Dauphine et d'un Post Doctorat sur la protection de la propriété intellectuelle dans les organisations (cas des stratégies d'alliances) effectué à l'Université du Québec à Montréal, ESG. Ses principaux domaines de recherche et d'enseignement portent sur la responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE), le marketing, et la dynamique des relations inter organisationnelles ; avec une application aux marchés du commerce équitable et aux PME.

### **Titre du papier présenté (avec Damien Bazin):**

« Le commerce équitable face aux nouveaux défis environnementaux : quels enjeux et perspectives pour une consommation plus responsable ? »

### **Résumé du papier présenté :**

La production agricole est vue comme une des sources majeures d'émissions de gaz à effet de serre en 2050 pour l'ensemble du système alimentaire mais aussi dans l'empreinte carbone globale tous secteurs confondus (Barbier et al. 2022). La plupart des produits issus du commerce équitable sont alimentaires (café, cacao, fruits secs, etc.). Sur le marché, nous assistons depuis plusieurs années à une disparition progressive de la forêt notamment en Afrique de l'Ouest, avec des conséquences sur les précipitations et les saisons de l'année. Il est pourtant important de protéger la nature qui devient rare. Il s'agit également d'une demande de consommateurs de produits équitables qui sont à la recherche de produits de qualité mais aussi soucieux du respect des droits des petits producteurs (Dekhili et al. 2017). Face à ce constat, certains consommateurs expriment un sentiment de doute sur l'origine des produits équitables mais également sur le respect des standards du commerce équitable. Nous sommes en présence de consommateurs responsables, qui achètent des produits auprès d'entreprises socialement responsables, des produits respectueux de l'environnement, des produits bio, font des économies d'énergie, du recyclage, etc. (Séré de Lanauze et Lallement, 2018).

### **Comment faire face aux conséquences néfastes du réchauffement climatique ? Quelles sont les initiatives qui permettent de répondre aux nouveaux défis environnementaux et encourager une consommation plus responsable sur le marché du commerce équitable ?**

Face aux défis environnementaux des actions sont menées par des organisations internationales. C'est le cas de l'accord provisoire conclu entre le Parlement européen, le Conseil et la Commission en décembre 2022, visant à interdire l'exportation et l'importation sur le marché européen de produits issus de la déforestation. Une mesure

perçue par les acteurs du commerce équitable comme étant un moyen de réduire l'impact des échanges commerciaux et de la consommation de l'UE sur le réchauffement climatique et l'effondrement de la biodiversité (CEF, 2022). S'interroger sur les défis environnementaux, c'est aussi faire face aux enjeux sociétaux, notamment les conditions de vie des petits producteurs, le respect de leur lieu de vie et de travail. Des initiatives sont alors lancées pour apporter une réponse aux enjeux sociétaux. Ainsi, les institutions européennes appellent à articuler la lutte contre la déforestation avec les enjeux de respect des droits humains et l'accès à un revenu décent pour les petit·e·s producteur·rice·s (CEF, 2022 ; Fairtrade advocacy office, 2022). Nous analysons dans cette contribution les actions entreprises par les acteurs du marché puis nous montrons l'impact que peut avoir les initiatives nationales et internationales sur la consommation responsable de produits équitables.

**Actualité du moment** (livre/article) :

Coulibaly-Ballet M., Elidrissi D, and Zorana J., (2021), *Cultural Values in the Fair trade market : Examining producers'organizations*, In Research in Strategy Science, Volume Cultural values in Strategy and Organization, IAP Editor T.K. Das, New York.

Coulibaly-Ballet M., (2021), Le rôle du label « Fairtrade » dans la diffusion d'une production durable et une consommation responsable en Afrique de l'Ouest : le cas en Côte d'Ivoire, In Dekhili S, Le Marketing au service du développement durable, repenser les modèles de consommation, Iste-Wiley.