

Commerce équitable

Cours de spécialisation, parcours Affaires économiques internationales : 16 heures

Cécile Lavrard-Meyer

Conception du module :

L'objectif de ce cours est d'approfondir la notion de commerce équitable, sous ses aspects conceptuels et appliqués, et d'apporter aux étudiants les éléments utiles à l'élaboration et à la gestion de projets de commerce équitable. Ce cours privilégie l'interactivité et la mise en situation.

Programme :

Le cours comprend deux volets :

- Un volet théorique avec :

- Une présentation des enjeux et des propositions du commerce équitable face à ces enjeux, notamment :

- La situation des petits producteurs
- Le commerce équitable : un élément de réponse crédible ?
- Les labels et les chartes du commerce équitable
- Les réseaux du commerce équitable

Etc ...

- Une présentation des éléments à considérer pour l'élaboration ou la gestion d'un projet de commerce équitable, notamment :

- La maîtrise des critères et des progrès dans les pays producteurs
- Les perspectives de développement du commerce équitable dans les pays consommateurs
- Le rôle des consommateurs et des institutions
- Les circuits de distribution

Etc ...

Cette partie s'appuiera sur l'analyse d'exemples de projets de commerce équitable passés ou en cours.

- Un volet pratique consistant en l'élaboration par équipe d'un projet de commerce équitable sur un produit non traditionnel (i.e hors café, thé, cacao etc...) dans un pays du Sud.

Les étudiants auront pour mission, par équipe, de formaliser le « business plan » de leur projet et de le confronter point par point aux éléments vus en cours afin de répondre aux questions suivantes :

- Ce projet est-il réaliste et viable ? Quels moyens nécessite-t-il ?
- Peut-il répondre aux critères du commerce équitable ?
- Quelles sont les difficultés attendues et les moyens à mettre en œuvre pour les dépasser ?
- Comment s'assurer de la maîtrise des critères du commerce équitable sur ce projet et comment faire en sorte qu'il réponde aux enjeux du pays producteur ?
- Quels circuits de distribution sont envisageables ?
- Le projet est-il en adéquation avec les attentes du consommateur et sinon comment le sensibiliser ?
- Etc...

L'évaluation aura lieu pendant les séances, et sera fondée sur le travail -par équipe- d'élaboration et d'analyse du projet avec la pondération suivante : présentation d'un « business plan » schématique (50%) et analyse d'un « business plan » d'une autre équipe au vu des questions posées par le cours (50%).

Bibliographie indicative

J. Ballet, A Carimentrand, *Le commerce équitable*, Ellipses Marketing 2007
JP. Boris, *Commerce inéquitable*, 2005
C. Jacquiau, *Les coulisses du commerce équitable*, Mille et une nuits 2006
S. Latouche, *Survivre au développement*, Poche, 2004
T. Lecomte, *Le commerce sera équitable*, Eyrolles, 2007
N. Roozen, Frans Van der Hoff, *L'aventure du commerce équitable*, Lattès 2002
J. Stiglitz, A. Charlton, *Pour un commerce mondial plus juste*, Poche, 2010
F. Van der Hoff, *Nous ferons un monde équitable*, 2005

Sites Internet de référence

<http://fairtrade-advocacy.org/>
<http://www.maxhavelaar.ch/en/producers/studies-articles/studies/>