

Introduction

L'évolution du commerce international est aujourd'hui un grand pas dans l'histoire de l'humanité. Les relations entre les pays du Nord et du Sud sont de plus en plus difficiles et inégales. Le monde actuel est régi par la loi de la jungle, les pays plus riches profitent des pays du Sud. Les échanges commerciaux des produits entre les pays sont en croissance, et les multinationales s'internationalisent au point d'avoir aujourd'hui des chiffres d'affaires plus importants que le produit interne brut de certains pays en voie de développement. En tant que consommateurs, nous sommes habitués à chercher le prix le plus bas, les meilleurs offres, nous sommes toujours à la chasse aux meilleurs prix... mais en échange de quoi?. Travaux des enfants, des agriculteurs meurt de faim, ou même des familles entières n'ont pas plus d'un dollar pour manger.... Malheureusement c'est la vérité de la situation économique actuelle.

Aujourd'hui le commerce équitable est un mouvement cherchant depuis des décennies à aider les petits agriculteurs des pays en voie de développement, à sortir de la pauvreté à travers d'un modèle de commercialisation qualifié «équitable». Le concept d'équité est défini: offrir aux producteurs du Sud une plus grande part des profits réalisés par la vente de leurs biens dans les pays développés (Nord). Pour faire ce commerce, il est nécessaire de réduire les intermédiaires commerciaux, de fixer un prix juste pour les produits du Sud et d'implanter des coopératives ou d'autres programmes associatifs pour aider ces pays.

Aujourd'hui le commerce équitable est un terme de plus en plus connu. Mais, comment s'organise le commerce équitable? Comment peut-on mettre en confiance les consommateurs envers ce commerce? Est ce un mouvement de fond ou est simplement un phénomène de mode? Pourquoi le commerce équitable est plus développé dans certains pays que d'autres? Pourquoi en France il n'a pas la même force que dans les autres pays.... Quels sont les échecs du commerce équitable en France?.

Les consommateurs français disent être de plus en plus sensibilisés à la qualité des produits qu'ils achètent, que ce soit sur le plan sanitaire, environnemental ou social, ils sont attentifs en particulier aux conditions de production et de commercialisation des biens, les acteurs de distribution et gouvernementaux sont de plus en plus engagés pour le

mouvement du commerce équitable. En comparant le vrai taux de reconnaissance et les achats de produits équitables, il est surprenant que le commerce équitable en France soit minimum... Quels sont les vrais échecs du commerce équitable, ses solutions et son avenir? C'est une question à laquelle nous essaierons de répondre dans ce travail. Les points abordés seront: le commerce équitable mondial, les facteurs et raisons d'échec du commerce équitable en France, des analyses de quelques pays de l'UE et les possibles solutions applicable en France, et finalement un cas pratique sur le café équitable sur le marché français.

Le commerce équitable sera un mouvement d'avenir en France, mais tout dépend des engagements de toutes les organisations et consommateurs faisant partie de ce mouvement. Le commerce équitable est une façon d'améliorer les inégalités sociales entre pays du monde entier, ce n'est pas la solution pour résoudre tous les problèmes économiques des pays du Sud, mais un espoir de vie pour les toutes ces personnes qui vraiment en ont besoin.

Objectif général

L'objectif général de ce mémoire est de trouver principalement les causes d'échec du commerce équitable en France. Surtout de découvrir le fond du problème mais aussi les possibles solutions au travers de l'étude du développement du commerce équitable dans autres pays de l'Union Européenne.

Objectifs Spécifiques

Les objectifs spécifiques de ce mémoire sont les suivants:

- Expliquer le mouvement du commerce équitable et sa situation actuelle dans le monde entier. Aussi les grandes différences entre le commerce équitable et le commerce traditionnel. Finalement, les acteurs principaux du commerce équitable (producteurs, importateurs, labellisateurs, distributeurs et consommateurs) et leurs principaux rôles dans le commerce équitable.
- Expliquer le commerce équitable au niveau de la France, ainsi les constats et les raisons d'échec du commerce équitable dans ce pays.

- Trouver l'origine du problème provenant répartie sur des entreprises ou des consommateurs.
- Trouver une solution à ces problèmes, grâce à l'analyse du développement du commerce équitable dans les différents pays de l'Union Européenne, et de trouver des clés applicables pour le cas de la France.
- Expliquer par un cas pratique le positionnement des deux cafés équitables sur le marché français.

Choix du sujet

Le commerce équitable est une forme de commerce qui n'inclue pas seulement un but financier, mais un type de commerce qui permet aux entreprises d'être responsables. Ainsi il permet d'aider les producteurs des pays pauvres (agriculteurs de pays du tiers-monde ou en développement) à la commercialisation de leurs produits, qu'ils puissent vivre dignement.

Le sujet m'intéresse parce qu'aujourd'hui les entreprises oublient ces valeurs et leur responsabilité citoyenne, et font des actions qui vont contre toutes les règles éthiques d'une vraie entreprise. Par contre le commerce équitable permet d'avoir un commerce juste entre producteurs et distributeurs, et en même temps permet de donner aux consommateurs des produits de qualité avec un prix juste.

De plus, ce sujet est très actuel, mais en même temps méconnu. Donc j'aimerais montrer l'importance de ce sujet, et comment de plus en plus, le commerce équitable est en train de gagner plus de reconnaissance avec ces produits sur le marché européen, surtout sur le marché française.

Limites

Le commerce équitable est un mouvement à niveau mondial. Quand on parle du commerce équitable, nous pouvons parler sur différents sujets, soit son évolution, barrières, nature, tant au niveau international et national, etc. Dans ce travail, on va nous centrer pour le cas de la France, limité le sujet sur les échecs du commerce équitable en France, prendre pour exemple le cas du café équitable en France.

Autre limite rencontrée au moment de l'élaboration de ce mémoire, fut la définition des limites du sujet, ainsi la formation d'une structure cohérente pendant toute l'élaboration. Autre limite fut le manque d'information, et la non réponse de la part des organisations qui travaillent sur ce sujet. Finalement l'application de toutes les solutions trouvées peuvent présenter des conclusions pouvant donner des résultats erronés.