



# TABLE DES MATIÈRES



<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>5</b>
<b>COMPRENDRE :L'ÉTAT DE LA QUESTION.....</b>	<b>11</b>
<b>1. CHANGER LES RÈGLES DU JEU .....</b>	<b>13</b>
I. Échanges inégaux, instabilité des prix et pauvreté .....	14
Flash → L'OMC et les clauses sociales et environnementales	
II. Les grands principes du commerce équitable .....	34
III. Une nouvelle forme de consommation.....	43
Flash → La National Consumers'League .....	77
<b>2. UN MOUVEMENT HÉTÉROGÈNE .....</b>	<b>81</b>
I. Historique du commerce équitable .....	81
Flash → Max Havelaar.....	93
II. Les types de filières .....	95
Flash → Le café équitable chez Starbuck.....	136

III. Les stratégies d'uniformisation .....	138
Flash → Label ou marque de commerce équitable? .....	153
<b>3. L'IMPACT .....</b>	<b>155</b>
I. Une évaluation problématique.....	156
Flash → Le risque de démotivation des bénévoles.....	168
II. Des résultats mitigés.....	169
Flash → L'impact du commerce équitable sur les producteurs de cacao en République dominicaine.....	187
III. L'environnement à la traîne .....	189
Flash → Commerce équitable et agriculture biologique .....	195
<b>DÉBATTRE : L'ÉTAT DES QUESTIONS</b>	
Enjeu n° 1 : Le commerce équitable : un néocolonialisme?.....	201
Flash → La nouvelle filière coton France.....	205
Enjeu n° 2 : Ilôts de prospérité ou développement local ? .....	207
Flash → Les Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne (AMAP).....	211
Enjeu n° 3 : Le juste prix : débat rituel ou virtuel? .....	213
Enjeu n° 4 : Circuits longset circuits courts : quels sont les responsables?.....	218
Enjeu n° 5 : Commerce équitable et durabilité des modes de consommation : gagueure ou gadget?.....	223
Flash → L'empreinte écologique .....	227
<b>VOCABULAIRE SPÉCIFIQUE .....</b>	<b>229</b>
<b>DONNÉES CHIFFRÉES .....</b>	<b>233</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>	<b>235</b>