



FAIRTRADE
MAX HAVELAAR
FRANCE

RAPPORT

ANNUEL

2016 - 2017

Association Max Havelaar France
Label Fairtrade/Max Havelaar



SOMMAIRE

QUI SOMMES-NOUS ?

Éditorial : Une année positive, refondatrice et mobilisatrice! **p.3**

Le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar **p.5**

Max Havelaar France : une gouvernance refondée **p.6-7**

Le label Fairtrade/Max Havelaar **p.8-9**

Le mouvement Fairtrade/Max Havelaar **p.10-11**

Les principales filières Fairtrade/Max Havelaar dans le monde **p.12-13**

CONTRIBUER À UN DÉVELOPPEMENT PLUS JUSTE ET DURABLE

Le commerce équitable, un levier concret pour atteindre les Objectifs du Développement Durable **p.15**

Un impact durable : Social, économique et environnemental **p.16-17**

Témoignage : Préserver la biodiversité et les ressources naturelles **p.18**

Témoignage : Surmonter la pauvreté grâce à la certification Fairtrade/Max Havelaar **p.19**

SENSIBILISER L'OPINION ET LES CONSOMMATEURS

Grand public: La Quinzaine du Commerce Équitable, temps fort de sensibilisation **p.21-23**

Consommateurs : Une campagne nationale de promotion du label **p.24-25**

Régions et territoires: À la rencontre des producteurs avec le Fairtrade Tour **p.26-27**

Acteurs du développement : Défendre une agriculture et une alimentation durables **p.28-29**

Évènements festifs & gourmands : L'équitable à l'honneur! **p.30**

Les producteurs prennent la parole dans la presse **p.31**

Une communauté digitale en pleine croissance! **p.31**

DÉVELOPPER LE MARCHÉ, ACCROÎTRE LES DÉBOUCHÉS

Un marché dynamique et en bonne santé **p.33-35**

Un label porté par des entreprises engagées **p.36-37**

Produits tendances : L'équitable au cœur de l'innovation **p.38-39**

Bio et équitable, le duo gagnant de la consommation responsable **p.40**

Opération Drive : La grande distribution aux couleurs du label sur le web **p.41**

COMPTES ANNUELS DE L'EXERCICE 2016 **p.42-43**

Crédits / Couverture : Elizabeth Chepkwony, productrice de café, Kabngetur Cooperative, Kenya, ©Fairtrade International.
Intérieur : Matt Crossick (p. 2 et p.19), Fairtrade Finland (p.12-13), Marvin del Cid (p.12), Georg Schnellberger (p.12), James A. Rodriguez (p. 13), Éric St-Pierre (p. 14), Equité (p.17), Coopérative Educe (p.18), Roger Van Zaal (p.32), Nathalie Bertrams (p.35), Little Miracles (p.38), Quinola Motehrgrain (p.39), Johansen Krause (p.40), LemonAid (p.38), Kristina Eggers (p.42-43).

4^e de couverture : Coopérative Agricole NZrama de NDouci (CANN), Côte d'Ivoire, ©Luc Gnago.

ÉDITORIAL : UNE ANNÉE POSITIVE, REFONDATRICE ET MOBILISATRICE !



Émilie SARRAZIN-BITEYE
Présidente de
Max Havelaar France



Blaise DESBORDES
Directeur général de
Max Havelaar France

POSITIVE, COMME LA CROISSANCE DES DÉBOUCHÉS AUX CONDITIONS ÉQUITABLES EN FRANCE

Au regard de notre projet, l'année 2016 a été très positive: le chiffre d'affaires des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar a progressé de 20% et atteint 535 millions d'euros en France. 219 entreprises, dont une majorité de PME, nous font confiance pour accroître les débouchés aux conditions équitables pour les producteurs défavorisés d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine. L'équipe a mis en œuvre tout au long de l'année des actions de sensibilisation et de plaidoyer originales: Village de l'Équitable, Salon du Chocolat, Tour de France des Producteurs, Fairtrade Challenge, forums institutionnels, campagne de communication... Et les nombreux témoignages de producteurs du Sud ont rappelé l'impact positif sur le terrain de toute notre action.

Le potentiel reste cependant important: si 77% des Français affirment vouloir être assurés que les aliments et boissons qu'ils consomment ne sont pas produits dans des conditions d'exploitation, ils sont 79% à ne pas se sentir suffisamment informés sur la rémunération et les conditions de travail des producteurs⁽¹⁾. De plus, le contexte français se complexifie: multiplication des labels, articulation avec le label bio, ouverture du concept aux agriculteurs français, projet de reconnaissance publique des labels...

REFONDATRICE, PAR L'ABOUTISSEMENT DU PROJET ASSOCIATIF

En 2016, le chantier du nouveau Projet Associatif a mobilisé salariés, gouvernance et parties prenantes. Son aboutissement ouvre une nouvelle page collective de l'histoire de notre Association (cf. pages 4-7) par l'affirmation de nos valeurs, de nos objectifs et de nos modes d'action dans un environnement mouvant.

L'Assemblée Générale de juin 2017 a largement adopté ce projet et renouvelé sa confiance dans la gouvernance, laquelle accueille désormais dans l'esprit démocratique de notre mouvement Fairtrade/Max Havelaar deux réseaux continentaux de producteurs. Ils participeront au Conseil d'Administration, aux côtés des consommateurs, des entreprises, des experts et des organisations déjà élus.

MOBILISATRICE, CAR LES DÉFIS RESENT IMMENSES

Le commerce équitable est un levier d'amélioration des conditions de vie des producteurs défavorisés et, plus largement, de changement positif face aux travers d'une mondialisation trop inéquitable. Il contribue de manière structurelle à l'atteinte des Objectifs de Développement Durable (ODD) adoptés par les Nations unies. Notre mouvement international Fairtrade/Max Havelaar, fondé il y a près de 25 ans, a su développer un label de référence, des filières complexes et un puissant mouvement de consommation responsable (p.8-13). Mais les défis des prochaines années demeurent immenses, ils impliquent beaucoup plus qu'un système de labellisation: une mobilisation des acteurs tout au long de la chaîne si l'on veut donner corps à l'idée que l'«on n'achète pas seulement un produit, on l'achète à quelqu'un». Ce rapport annuel donne à voir cette action: appui et changement chez les producteurs (p. 14-19), sensibilisation des consommateurs (p. 20-31), accompagnement des entreprises (p. 32-41). À partir de 2017, forte de son Projet Associatif, notre Association aura aussi à cœur le plaidoyer auprès des pouvoirs publics qui, via les politiques de régulation du commerce, de la consommation et de développement, peuvent notablement encourager une économie mondiale, comme locale, plus solidaire et à impact positif.

⁽¹⁾ Sondage Opinion Way / Max Havelaar France- mai 2017



QUI SOMMES-NOUS ?

- L'association Max Havelaar France
- Le label Fairtrade/Max Havelaar
- Un mouvement mondial
- Principales filières



LE COMMERCE ÉQUITABLE FAIRTRADE / MAX HAVELAAR

Permettre aux consommateurs d'agir pour le développement durable et aux producteurs de lutter par eux-mêmes contre la pauvreté, c'est là l'objectif du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar.

815 millions de personnes dans le monde souffrent de la faim. Près des trois-quarts d'entre elles sont des petits agriculteurs ou des ouvriers agricoles en Afrique, en Amérique latine ou en Asie. Bien souvent, ils ne peuvent subvenir aux besoins de leurs familles car ils sont isolés et démunis face aux mécaniques des marchés mondiaux.

LE LABEL FAIRTRADE / MAX HAVELAAR

À travers son label, le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar met en place des conditions d'échange plus justes pour donner aux producteurs et travailleurs agricoles des pays en développement les moyens de vivre de leur travail et d'investir collectivement pour améliorer leurs conditions de vie et celles de leur communauté (éducation, santé, développement économique...). Unis et rassemblés, ils renforcent leurs capacités pour combattre la pauvreté par eux-mêmes et prendre en main leur avenir. Fairtrade/Max Havelaar met également en œuvre des programmes thématiques d'accompagnement des organisations de producteurs et de travailleurs (changement climatique, genre...).

LE MOUVEMENT INTERNATIONAL FAIRTRADE / MAX HAVELAAR

Le mouvement international Fairtrade/Max Havelaar est aujourd'hui composé de 30 associations nationales et de plus de 1 400 organisations de producteurs (voir carte p.10). Les associations nationales représentent le label Fairtrade/Max Havelaar et font la promotion du commerce équitable sur leur territoire. Elles accordent à des entreprises de leur pays le droit d'utiliser le label sur leurs produits.

Les organisations de producteurs et de travailleurs certifiées Fairtrade/Max Havelaar sont rassemblées en trois réseaux régionaux : Afrique, Amérique latine, Asie.

Par l'intermédiaire de ces réseaux, les producteurs sont en capacité d'influer de manière significative sur les décisions au sein du mouvement Fairtrade/Max Havelaar.

L'ASSOCIATION MAX HAVELAAR FRANCE

Créée en 1992 par plusieurs ONG françaises, l'association de solidarité internationale Max Havelaar France est membre fondateur du mouvement mondial de commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar. Max Havelaar France a pour mission de sensibiliser l'opinion publique au commerce équitable et de développer l'engagement des acteurs économiques et institutionnels.

FAIRTRADE INTERNATIONAL

Fairtrade International est l'ONG qui gère et représente le label Fairtrade/Max Havelaar au niveau mondial. Fairtrade International établit les cahiers des charges à respecter pour obtenir la certification Fairtrade/Max Havelaar, organise le soutien aux producteurs, développe la stratégie au niveau mondial, et met en œuvre un plaidoyer pour plus de justice dans le commerce international. Fairtrade International est cogérée à parité égale entre associations nationales et réseaux de producteurs.



Les représentants des producteurs et travailleurs ont une part de vote de **50%** à l'Assemblée générale de Fairtrade International.

MAX HAVELAAR FRANCE: UNE GOUVERNANCE REFONDÉE

L'activité associative a été particulièrement riche au cours des douze derniers mois au sein de Max Havelaar France, avec comme point d'orgue l'adoption d'un Projet Associatif lors de l'Assemblée Générale de juin 2017.



Dans une démarche de progrès et de réappropriation des engagements fondamentaux du projet Fairtrade/Max Havelaar, les membres de l'association, aux côtés des salariés, ont travaillé conjointement pendant un an à la rédaction du Projet Associatif. Outil d'orientation politique et résultat d'une réflexion collective, ce projet définit une vision partagée par toutes les parties prenantes, déclinée dans des axes stratégiques à 2020, afin de donner le cap de notre action pour les années à venir.

En tant qu'acteur important de l'économie sociale et solidaire, l'association se reconnaît dans le mouvement de l'entrepreneuriat social, qui ambitionne d'allier projet politique, mission sociale et activité commerciale. Tout en conservant la labellisation comme principal levier de son action, elle réaffirme par ailleurs sa mission d'ONG de solidarité internationale qui promeut un commerce plus équitable pour tous les producteurs agricoles où qu'ils soient dans le monde, notamment à travers l'interpellation des pouvoirs publics et la mobilisation des citoyens (lire le projet associatif ici : <https://www.maxhavelaarfrance.org/qui-sommes-nous/l-association/max-havelaar-en-france.html>).



NOS MISSIONS

- **DÉVELOPPER UN LABEL** exigeant porteur d'impact pour les producteurs,
- **ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES** pour faire évoluer leurs pratiques et accroître les débouchés,
- **SENSIBILISER LES CITOYENS** pour consommer autrement,
- **INTERPELLER LES POUVOIRS PUBLICS** pour un commerce plus équitable.

L'association réunit dans ses instances de gouvernance cinq collèges de parties prenantes : associations de consommateurs engagés, ONG et organisations partenaires, experts, réseaux continentaux de producteurs et entreprises engagées auprès du label. Cette pluralité est reflétée au sein du Conseil d'Administration : celui-ci s'est enrichi cette année en accueillant de nouveaux experts et, principe central du mouvement Fairtrade/Max Havelaar, des représentants des réseaux continentaux de producteurs.

4 CONSOLIDÉE DANS SON PROJET ET SA GOUVERNANCE, NOTRE ASSOCIATION MAX HAVELAAR FRANCE A RÉAFFIRMÉ SON IDENTITÉ : BUT NON LUCRATIF, GOUVERNANCE DÉMOCRATIQUE ET MULTI-PARTIES PRENANTES, ET SA MISSION : METTRE TOUT EN ŒUVRE EN FRANCE ET AU SEIN DU MOUVEMENT FAIRTRADE / MAX HAVELAAR POUR DÉVELOPPER LES CONDITIONS D'UN COMMERCE PLUS ÉQUITABLE, AU SERVICE D'UNE AMBITION : DONNER AUX PRODUCTEURS ET TRAVAILLEURS AGRICOLES DAVANTAGE LES MOYENS DE VIVRE DE LEUR MÉTIER ET PRENDRE LEUR AVENIR EN MAIN.

COLLECTIVEMENT, NOUS AVONS CONFIRMÉ LES VOIES ET MOYENS QUI SONT LES NÔTRES : INNOVATIONS, PROJETS PARTENARIAUX, CO-CONSTRUCTION AVEC LES PRODUCTEURS, ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRISES, SENSIBILISATION DES CONSOMMATEURS, DÉMARCHES DE PLAIDOYER AUPRÈS DES POUVOIRS PUBLICS.

NOTRE ASSOCIATION MAX HAVELAAR FRANCE SE DOIT D'AGIR AINSI DANS UNE DÉMARCHE DE PROGRÈS CONTINUE, PORTEUSE D'EMPOWERMENT (AUTONOMISATION) ET DE DURABILITÉ SOCIALE, ÉCONOMIQUE ET ENVIRONNEMENTALE DU PRODUCTEUR COMME DU CONSOMMATEUR. ¶

Émilie Sarrazin-Biteye / Présidente

CONSEIL D'ADMINISTRATION DE L'ASSOCIATION MAX HAVELAAR FRANCE

COLLÈGE 1:

Associations de promotion du commerce équitable

- Marianne Ernoult, NAPCE (Secrétaire)
- Gaëlle Giffard, FAIR[e] un monde équitable
- Emilie Sarrazin-Biteye, FAIR[e] un monde équitable (Présidente)
- Jean-Christophe Tardivon, Equimax

COLLÈGE 2:

Organisations partageant les valeurs du commerce équitable

- Olivier Cueille, Reflex'ESS
- Anne-Cécile Ragot, TAOA Monnaies solidaires
- Aurélien Sautière, FSC France

COLLÈGE 3:

Personnalités engagées dans le commerce équitable

- Jacques Bongenaar (Trésorier adjoint)
- Ian Bretman (représentant au Conseil d'administration de Fairtrade International)
- Sylvain Mesplède (Trésorier)
- Christophe Roturier (Vice-président)

COLLÈGE 4:

Réseaux de producteurs du mouvement Fairtrade/Max Havelaar

- Invité 1 : Miguel Munguia, CLAC (réseau des producteurs du commerce équitable d'Amérique latine et des Caraïbes)
- Invité 2 : Fortin Bley, Fairtrade Africa (réseau des producteurs du commerce équitable d'Afrique)

COLLÈGE 5:

Entreprises engagées auprès du label Fairtrade/Max Havelaar

- Jean-Pierre Blanc, Malongo
- Paul Bouzon, La Compagnie Fruitière (suppléant)

EN MOUVEMENT AVEC NOS PARTENAIRES

L'association Max Havelaar France est membre actif et siège au Conseil d'Administration de la Plate-Forme pour le Commerce Équitable (PFCE), collectif des acteurs du commerce équitable français. Elle est également membre du Conseil d'Administration et soutient le mouvement national de consommateurs engagés FAIR[e] un monde équitable, depuis sa création en 2010. Les bénévoles, salariés et services civiques des 20 associations locales qui le composent mènent des actions innovantes de promotion de la consommation responsable et du commerce équitable auprès du grand public, des établissements scolaires et des collectivités territoriales.



Max Havelaar France est par ailleurs membre du Comité 21, de Coordination Sud, du Centre de Recherche et d'Information pour le Développement (CRID) et de FSC France.

LE LABEL FAIRTRADE/MAX HAVELAAR



Le label international Fairtrade/Max Havelaar est apposé sur des produits répondant aux cahiers des charges élaborés par Fairtrade International. Il repose sur des critères économiques, sociaux, environnementaux et organisationnels, contrôlés par FLOCERT, organisme indépendant de certification.

1 CRITÈRES ÉCONOMIQUES

Les matières premières sont achetées à un prix minimum garanti visant à couvrir les coûts de production durable et à permettre aux producteurs de faire vivre dignement leur famille, quel que soit le cours du marché. Les acheteurs versent également une prime de développement aux organisations de producteurs ou de travailleurs, qui peut être investie dans le développement de leur activité ou dans des projets sociaux bénéficiant à toute la communauté.

Les acheteurs s'engagent dans une relation durable avec les producteurs et doivent proposer le préfinancement des récoltes.

2 CRITÈRES SOCIAUX

Les droits fondamentaux du travail doivent être respectés, tels que définis par l'Organisation Internationale du Travail (OIT) : conditions de travail décentes, liberté d'association, santé et sécurité au travail... autant de droits qui contrastent souvent avec la réalité des travailleurs dans les pays en développement. Notamment, un contrat de travail doit être établi et il est obligatoire de mettre en place des normes sanitaires et de sécurité strictes. Le travail des enfants est interdit. La non-discrimination de genre est exigée et les organisations de producteurs et travailleurs doivent mettre en place des programmes spécifiques en faveur des minorités désavantagées, dont les femmes.

3 CRITÈRES ENVIRONNEMENTAUX

L'utilisation de pesticides chimiques est limitée et les intrants naturels sont privilégiés. Le recours aux OGM est interdit. La préservation des ressources naturelles et des écosystèmes fait partie des critères à respecter, notamment à travers une optimisation de la consommation d'eau et une gestion durable des sols. L'agriculture biologique est encouragée. Producteurs et travailleurs sont formés à des pratiques agricoles durables leur permettant de mieux s'adapter aux conséquences du changement climatique et de réduire leur impact écologique.

4 AUTONOMIE ET GOUVERNANCE

Les organisations de producteurs ou de travailleurs sont gérées de façon transparente et démocratique. Elles définissent leurs propres stratégies et plans d'actions et gèrent elles-mêmes la prime de développement, dont l'utilisation est décidée collectivement. Un soutien leur est apporté afin de renforcer leur capacité de négociation.



LE MOUVEMENT FAIRTRADE/MAX HAVELAAR

1,66 MILLIONS DE PRODUCTEURS ET TRAVAILLEURS DANS 73 PAYS

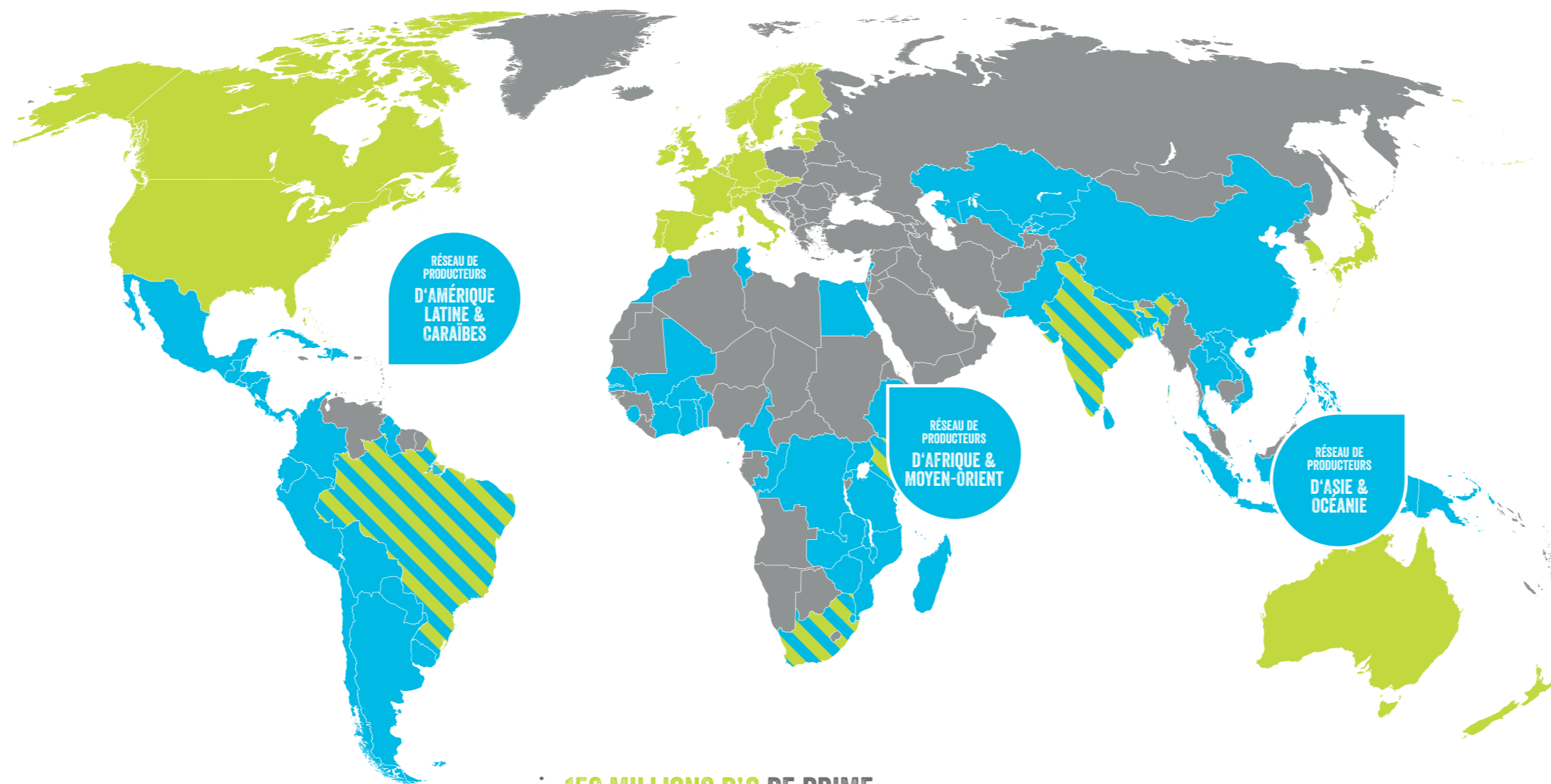
ORGANISATIONS DE PRODUCTEURS ET TRAVAILLEURS CERTIFIÉES



⁽¹⁾ regroupées au sein du Réseau de Producteurs Asiatiques (NAPP).
⁽²⁾ réunies au sein de la Coordination Latino-américaine et des Caraïbes des petits Producteurs de Commerce Équitable (CLAC).
⁽³⁾ réunies au sein de Fairtrade Africa.

30 ORGANISATIONS NATIONALES DE PROMOTION

+ 35 000 PRODUITS LABELLISÉS FAIRTRADE/MAX HAVELAAR



150 MILLIONS D'€ DE PRIME DE DÉVELOPPEMENT EN 2016

7,8 MILLIARDS D'€ DE CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2016
 générés par la vente de produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar



- Organisations nationales de promotion
- Pays producteurs
- Pays producteurs Fairtrade et Organisations nationales de promotion

UNE ACTION AU-DELÀ DU LABEL

Si la labellisation constitue notre principal levier d'action pour développer un commerce plus équitable, lui sont indissociables et complémentaires la sensibilisation de l'opinion publique et l'accompagnement des producteurs sur le terrain. Ainsi, le mouvement Fairtrade/Max Havelaar veut être acteur d'un véritable changement sociétal.

LA SENSIBILISATION DU PUBLIC ET DES DÉCIDEURS

Par une sensibilisation aux problématiques rencontrées par les producteurs défavorisés des pays en développement, le mouvement Fairtrade/Max Havelaar ambitionne de donner du sens à l'acte de consommation, au service d'un partage plus équitable de la valeur du producteur au consommateur. Les différentes organisations membres du mouvement prennent régulièrement la parole pour mobiliser l'opinion publique. Ils rencontrent et interpellent les décideurs politiques et les régulateurs. Au près du grand public, le mouvement met en place de nombreuses activités de sensibilisation afin d'inviter les citoyens à s'impliquer dans la construction d'un monde plus équitable, notamment par leurs choix de consommation.

L'APPUI AUX PRODUCTEURS ET L'ÉVALUATION DE NOTRE IMPACT

Le mouvement Fairtrade/Max Havelaar agit bien au-delà de la délivrance d'un label sur un produit. Il est unique dans sa manière d'accompagner les producteurs et travailleurs agricoles sur le terrain. Des équipes spécialisées offrent un appui direct à travers des formations adaptées pour renforcer leurs capacités ainsi que des programmes d'appui pour les aider à faire face au changement climatique, lutter contre les discriminations de genre et contre le travail des enfants. Régulièrement, des études d'impact sont menées pour évaluer l'évolution des conditions de vie dans les coopératives et organisations de travailleurs, collecter et analyser leurs données... Ces études permettent de rendre compte des divers enjeux auxquels les producteurs et travailleurs sont confrontés et d'identifier des leviers d'amélioration.

UN MODÈLE UNIQUE ET INDÉPENDANT

- 1/ Une ONG à but non lucratif
- 2/ Une gouvernance paritaire : un modèle développé par et pour les producteurs :
 - Ces derniers ont 50% des voix à l'Assemblée générale de Fairtrade International
- 3/ Un modèle exigeant :
 - Des cahiers des charges spécifiques par filière
 - Des prix minimums garantis définis au niveau international pour couvrir les coûts de production durable
 - Des primes de développement gérées de manière indépendante par les producteurs
- 4/ Une certification indépendante :
 - Le contrôle et la certification de l'ensemble de la chaîne de production se fait par FLOCERT, un organisme indépendant accrédité ISO 17065 (impartialité des organismes)
- 5/ Transparence : classée 2^e ONG sur 48*
- 6/ Le label éthique le plus reconnu dans le monde**

* Organisme d'analyse BOND
 ** Sondage comparatif GlobeScan mené dans 17 pays - 2015

LES PRINCIPALES FILIÈRES FAIRTRADE/MAX HAVELAAR DANS LE MONDE

844 311 PRODUCTEURS
dans **31** pays

29% de la production
certifiée est également bio



157 591 TONNES
vendues en 2015,
soit **28%** de la
production certifiée

51 MILLIONS D'EUROS de
prime de développement
reçus dont **49%** investis
dans les services
aux producteurs

196 890 PRODUCTEURS
dans **19** pays

19% de la production
certifiée est également bio



93 067 TONNES
vendues en 2015,
soit **37%** de la
production certifiée

14,8 MILLIONS D'EUROS de
prime de développement
reçus dont **20%** investis
dans l'amélioration
des infrastructures
de production

48 517 TRAVAILLEURS
dans **8** pays



666 MILLIONS de tiges
vendues en 2015,
soit **21%** de la
production certifiée

5,8 MILLIONS D'EUROS de
prime de développement
reçus dont **24%** investis
dans l'éducation
des travailleurs, de
leurs familles, et des
communautés

22 525 PRODUCTEURS et
TRAVAILLEURS dans **12** pays

51% de la production
certifiée est également bio



505 766 TONNES
vendues en 2015,
soit **63%** de la
production certifiée

17,7 MILLIONS D'EUROS de
prime de développement
reçus par les organisations
de producteurs

7,1 MILLIONS D'EUROS de
prime de développement
reçue par les organisations
de travailleurs

62 340 PRODUCTEURS
dans **19** pays

23 % de la production
certifiée est également bio



154 264 TONNES
vendues en 2015,
soit **20%** de la
production certifiée

8,1 MILLIONS D'EUROS de
prime de développement
reçus dont **30%** investis
dans l'amélioration des
pratiques agricoles

44 211 PRODUCTEURS
dans **8** pays

65% de la production
certifiée est également bio



18 470 TONNES de
coton graine vendues
en 2015, soit **42%** de
la production certifiée

1 MILLION D'EUROS de
prime de développement
reçus dont **36%** investis
dans l'éducation et la
santé des producteurs,
et de leurs familles



CONTRIBUER

À UN DÉVELOPPEMENT

PLUS JUSTE ET DURABLE

- Un levier concret pour les ODD
- Un impact durable
- Programme d'appui sur le terrain
- Témoignages de producteurs

LE COMMERCE ÉQUITABLE, UN LEVIER CONCRET POUR ATTEINDRE LES OBJECTIFS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar, qui allie progrès économique, social et environnemental, s'inscrit pleinement dans la réalisation des Objectifs du Développement Durable (ODD) adoptés par les Nations unies et la communauté internationale en 2015. Mettant la lutte contre la pauvreté au cœur de son action (ODD 1), il a un rôle particulier dans les ODD les plus étroitement liés à l'agriculture, à la consommation et aux communautés rurales des pays en développement.

FAIM ZÉRO

La majorité des 815 millions de personnes souffrant de la faim dans le monde sont des petits agriculteurs. Le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar leur permet d'augmenter et de stabiliser leurs revenus afin d'assurer la sécurité alimentaire de leurs familles et de leurs communautés.



ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES

Les femmes constituent jusqu'à 70% de la main-d'œuvre agricole dans les pays les plus pauvres. Le commerce équitable impose la non-discrimination de genre et permet de renforcer l'indépendance économique et l'autonomie des femmes : elles sont rémunérées directement et prennent part à la gouvernance des organisations.



TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE

Une croissance durable et inclusive n'est possible que si les agriculteurs et les travailleurs agricoles peuvent vivre dignement et que leurs droits sont respectés. Le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar impose le respect des normes de l'Organisation Internationale du Travail (OIT), permet aux travailleurs de faire valoir leurs droits et lutte contre les violations des droits humains telles que le travail des enfants.



PRODUCTION ET CONSOMMATION DURABLES

La consommation et la production durables exigent la responsabilité sociale et environnementale des acteurs de toute la chaîne. Modèle unique en son genre, le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar intègre tous les maillons : des entreprises qui changent leurs pratiques (politiques commerciales et d'approvisionnement plus durables) aux consommateurs, incités à faire évoluer leurs choix de consommation.



LUTTE CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

Les petits agriculteurs subissent le dérèglement du climat, ils font aussi partie de la solution. La certification Fairtrade/Max Havelaar inclut des exigences environnementales qui favorisent la préservation des écosystèmes et encouragent la conversion à l'agriculture biologique. Un programme d'appui permet d'aider les producteurs à s'adapter au changement climatique et à réduire leur empreinte écologique.



PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES

Le mouvement Fairtrade/Max Havelaar (lui-même gouverné paritairement entre organisations de promotion au Nord et producteurs au Sud) propose une approche basée sur le respect des droits humains ainsi qu'une démarche participative et inclusive qui conduit producteurs et travailleurs à renforcer la gouvernance et la redevabilité. L'appui aux organisations de producteurs leur permet de mieux défendre leur position face aux acteurs privés et publics. Le soutien aux travailleurs agricoles leur donne les moyens de mieux défendre leurs droits.



PARTENARIATS POUR LA RÉALISATION DES OBJECTIFS

Tous les acteurs - entreprises, gouvernements, producteurs, consommateurs - ont un rôle crucial à jouer dans la mise en œuvre des ODD. Les déséquilibres au sein des chaînes d'approvisionnement excluent les plus vulnérables, que les ODD sont supposés toucher en priorité. Le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar met en œuvre une approche multi-acteurs qui réunit toutes les parties prenantes des chaînes de valeur, mobilisant l'engagement de partenaires économiques, publics, et des citoyens.



UN IMPACT DURABLE : SOCIAL, ÉCONOMIQUE ET ENVIRONNEMENTAL

Un revenu plus juste, des ressources préservées, des droits et une autonomie renforcés : voilà les principes de base du commerce équitable qui permettent d'améliorer les conditions sociales, économiques et environnementales des communautés de producteurs. Mesurer son impact revêt une grande importance pour le mouvement Fairtrade/Max Havelaar.

LE CAFÉ ÉQUITABLE, UN LEVIER DE DÉVELOPPEMENT

Le café est la principale source de revenus de millions de familles de petits producteurs dans le monde. À la demande de Fairtrade International, le National Resources Institute de l'Université de Greenwich a réalisé une **analyse approfondie de l'impact du commerce équitable** Fairtrade/Max Havelaar sur des organisations de producteurs de café dans quatre pays : Indonésie, Tanzanie, Mexique et Pérou. Il s'agit d'une étude comparative entre organisations certifiées et non certifiées.

DE MEILLEURS REVENUS POUR LES PRODUCTEURS

L'étude démontre que les producteurs ont pu vendre leur café à des **prix plus élevés** dans le circuit du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar. Ainsi, lorsque le cours du café s'est effondré en 2013, les producteurs des organisations certifiées Fairtrade/Max Havelaar ont vendu leurs récoltes à des prix jusqu'à 26% supérieurs à ceux pratiqués en dehors du commerce équitable, prouvant l'efficacité du prix minimum garanti comme filet de sécurité et comme stabilisateur des revenus.

Le **revenu brut par ménage** est plus élevé chez les producteurs des organisations certifiées Fairtrade/Max Havelaar : 16% plus élevé au Mexique, 47% plus élevé au Pérou et 107% plus élevé en Tanzanie.

Ces résultats sont également le fruit du renforcement de la **capacité de négociation** de ces organisations, dont une majorité a pu s'affranchir des intermédiaires et nouer des relations directes avec les acheteurs. Si les négociations ont pu se faire à l'avantage des producteurs, c'est aussi en grande partie en raison de la qualité du café certifié, obtenue grâce aux investissements réalisés dans ce but, notamment à l'aide de la prime de développement Fairtrade/Max Havelaar.

DES ORGANISATIONS PLUS PERFORMANTES, ÉGALITAIRES ET RESPECTUEUSES DE L'ENVIRONNEMENT

Les responsables des coopératives interrogés indiquent que le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar a permis d'améliorer les **performances globales de leurs organisations**, via notamment des prises de décision démocratiques et une capacité de négociation commerciale accrue. Il a également été observé que la direction faisait preuve d'une plus grande transparence envers ses membres (de plus grands efforts de communication restent cependant à faire dans les grandes organisations).

Les organisations certifiées Fairtrade/Max Havelaar ont par ailleurs fait preuve d'une plus grande capacité à **préserver l'environnement** et à s'adapter au changement climatique, grâce aux nombreuses formations reçues sur la gestion durable de la production. Dans ces coopératives, près de quatre fois plus de producteurs ont participé à des formations, par exemple sur la rouille du caféier, le contrôle de la qualité ou la mise en place de pratiques agricoles durables.

Les coopératives certifiées Fairtrade/Max Havelaar ont également pris conscience des enjeux relatifs aux **inégalités de genre**, au respect des **droits des travailleurs**, et à la lutte contre le **travail des enfants**. Les femmes ont notamment été encouragées à devenir membres et à occuper des postes à responsabilités. Toutefois, tous les membres ne perçoivent pas encore ces questions comme prioritaires.

Enfin, de nombreuses organisations certifiées ont fait des investissements pour développer **l'accès à la santé et à l'éducation**, ainsi que des **services de crédit** pour les membres.

L'étude du National Resources Institute de l'Université de Greenwich démontre globalement l'efficacité du commerce équitable pour faire face aux principaux enjeux des producteurs de café, et ce dans des contextes d'une grande diversité (conditions géographiques, volumes de vente, nombre de membres par organisation ou situation géoéconomique du pays).



PROGRAMME ÉQUITÉ 2016-2018 : 22 PROJETS D'APPUI AUX PRODUCTEURS D'AFRIQUE DE L'OUEST

Financé par l'Agence Française de Développement et le Fonds Français pour l'Environnement Mondial, le programme Equité vise à soutenir les filières du commerce équitable dans 5 pays d'Afrique de l'Ouest : Mali, Ghana, Togo, Burkina Faso et Côte d'Ivoire en alliant réduction de la pauvreté et préservation de l'environnement. D'une durée de trois ans (2016-2018), ce programme permet d'appuyer des actions menées par les organisations de producteurs engagées sur les filières cacao, karité, fruits, noix de cajou et artisanat, ainsi que par les plateformes nationales d'acteurs de commerce équitable existantes en Côte d'Ivoire et au Burkina Faso, et émergentes au Ghana et au Mali. Au total, 22 projets sont financés pour contribuer au renforcement des capacités techniques et organisationnelles des organisations de producteurs, à la promotion de l'agro-écologie et la protection de la biodiversité.

Ce projet est piloté par la Plate-Forme pour le Commerce Équitable (PFCE) et mis en œuvre par Agronomes et Vétérinaires Sans Frontières (AVSF) et Fairtrade Africa - West Africa Network (FTA-WAN), le réseau des producteurs du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar d'Afrique de l'Ouest. Max Havelaar France participe à ce projet en tant que membre du comité de suivi.



.....
3,9 millions d'euros
19 organisations de producteurs
5 pays : Mali, Ghana, Togo, Burkina Faso et Côte d'Ivoire

PRÉSERVER LA BIODIVERSITÉ ET LES RESSOURCES NATURELLES

■ Au Mexique, la production de miel est une activité traditionnelle perpétuée depuis des milliers d'années par les indiens Mayas. La légende dit même que les pyramides Mayas ont été bâties grâce à un mélange de terre et de miel, un mythe qui confère à ce produit une valeur sacrée.

En plus de sa valeur culturelle, l'apiculture joue un rôle important pour l'économie paysanne et la biodiversité de la région, l'abeille étant le principal pollinisateur des plantes. L'abeille est vitale pour la production de miel, mais aussi pour la production d'aliments. Il ne faut pas l'oublier !

L'apiculture est la principale source de revenus pour les membres de ma coopérative. Traditionnellement, ils développent des ruches aux côtés de parcelles dédiées aux cultures pour la consommation familiale, principalement le maïs et le haricot. Les abeilles se nourrissent aussi bien des fleurs des cultures que des fleurs de la forêt.

Contrairement à ce qui se passe en Europe ou aux États-Unis, au Mexique, l'apiculture est encore peu touchée par les problèmes de forte mortalité des abeilles liée à l'utilisation des pesticides. Mais l'introduction des OGM est une menace pour nous. C'est pourquoi nous nous mobilisons, aux côtés d'autres organisations au Mexique, pour empêcher la culture OGM dans notre territoire! Nous avons réussi à obtenir un arrêté de la Cour suprême de justice interdisant la culture des OGM au Mexique. Toutefois, le changement climatique influe sur la production du miel. Par temps de sécheresse ou lors de fortes pluies, les abeilles sont perturbées et produisent moins de miel. C'est pourquoi nous devons également agir pour le climat!

La spécificité de notre production de miel est d'être à la fois biologique et équitable, certifiée Fairtrade/Max Havelaar. Le commerce équitable apporte de réels bénéfices dans nos communautés. Grâce à cette certification, nous bénéficions de prix plus avantageux sur le marché international. Ainsi nous pouvons améliorer la vie de notre communauté et éviter l'exode rural qui est un réel fléau dans notre pays.

Du fait de ses exigences environnementales et grâce à l'appui technique qu'il apporte, le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar nous aide aussi à lutter contre le changement climatique, à préserver la biodiversité et les ressources naturelles. Notamment, les OGM sont interdits, et les producteurs peuvent recevoir des formations pour adopter des pratiques agricoles durables et mieux s'adapter au dérèglement du climat. ■

Miguel Angel Murguía / Directeur de la coopérative d'apiculteurs Educe, installée dans la péninsule de Yucatan, au Mexique et qui regroupe 1 000 apiculteurs. Il est aussi membre de Conseil des directeurs du Réseau de petits producteurs du commerce équitable d'Amérique latine et des Caraïbes (CLAC). Miguel a rejoint le Conseil d'Administration de Max Havelaar France en 2017, il y porte la voix des producteurs.



SURMONTER LA PAUVRETÉ GRÂCE À LA CERTIFICATION FAIRTRADE / MAX HAVELAAR

■ Cela fait 25 ans que je travaille au sein de Kagera Co-operative Union en tant que productrice et technicienne agricole. En tant que technicienne, mon rôle est d'aider les autres producteurs à cultiver leurs caféiers de façon à ce qu'ils poussent robustes et en bonne santé, tout en respectant l'environnement. Il s'agit aussi de mettre en place des pratiques agricoles pour améliorer la qualité. C'est ainsi que nous pouvons vendre notre café sur le marché équitable et bénéficier d'une rémunération plus juste pour améliorer notre niveau de vie et surmonter la pauvreté dont notre région est victime.

Grâce à la certification Fairtrade/Max Havelaar, nous avons été en mesure de consolider les installations et équipements mis en place dans notre coopérative et dans notre communauté. En effet, avec la prime de développement, nous avons pu construire des écoles, rénover des centres médicaux, créer des routes et des ponts. Cette prime nous a également permis d'acquérir des parts dans une usine de production de café soluble !

Sans le commerce équitable, nous n'aurions jamais eu l'opportunité de réaliser tout cela!

Lorsque mon mari est décédé il y a 10 ans, je me suis retrouvée à la tête d'une famille de quatre enfants. J'ai traversé une période difficile durant laquelle je devais parfois travailler 24 heures d'affilée afin de pouvoir nourrir mes enfants. Lorsque mes dettes devenaient trop importantes, je me mettais à cultiver du maïs en plus du café, afin de gagner plus d'argent. Pendant ces périodes de travail intensif ce sont mes voisins et la famille de mon mari qui s'occupaient des enfants et les gardaient.

Grâce à la stabilité des revenus que permet le commerce équitable, mes enfants peuvent aujourd'hui poursuivre des études supérieures.

En tant que femme cheffe de famille, j'encourage les femmes à travailler afin de gagner leur propre rémunération et être plus indépendantes vis-à-vis de leurs maris. La vie reste dure pour les femmes dans notre communauté, mais les mentalités évoluent et nous travaillons pour faire changer les choses. ■

Olivia Mwombeki / Productrice de café et technicienne agricole dans la coopérative de café Kagera Co-Operative Union (KCU) dans la région de Buboka en Tanzanie. L'organisation regroupe 125 coopératives, soit plus de 60 000 membres, répartis dans 5 régions.



SENSIBILISER L'OPINION

ET LES CONSOMMATEURS

- Grand public
- Régions et territoires
- Etudiants
- Acteurs du développement
- Médias
- Réseaux sociaux



FAIRTRADE
MAX HAVELAAR
FRANCE
www.maxhavelaarfrance.org

GRAND PUBLIC : LA QUINZAINE DU COMMERCE ÉQUITABLE, TEMPS FORT DE SENSIBILISATION

Conjuguant événements de sensibilisation, mobilisation sur le web et prises de parole dans les médias, la Quinzaine du Commerce Équitable est le principal temps fort de l'année pour expliquer les enjeux d'un commerce plus juste et faire découvrir l'impact du label Fairtrade/Max Havelaar.

VILLAGE DE L'ÉQUITABLE

📍 PARIS - 20 & 21 MAI 2017

Forte du succès de sa première édition en 2016, l'association Max Havelaar France a de nouveau investi le site de La Villette lors de la 17^e Quinzaine du Commerce Équitable, pour y installer son Village de l'Équitable.

Expérience unique d'immersion au cœur du commerce équitable, ce Village a proposé un parcours d'activités ludo-pédagogiques conçues pour mieux comprendre les filières agricoles du Sud. Échanges avec les membres de l'association, jeux et dégustations de produits ont permis aux visiteurs de donner plus de sens à leur consommation au quotidien.

Nouveauté cette année: la **participation de Karim Traoré, producteur de coton** du Burkina Faso, lors de conférences qui punctuaient les deux journées. Les échanges avec le public ont été riches d'enseignements et nourris par de nombreuses questions autour des bénéfices du commerce équitable pour les communautés rurales en Afrique.

Trois espaces étaient dédiés à la **connaissance de la culture du café, du coton et du cacao**, et des animations ont offert la possibilité aux visiteurs de sentir, toucher et goûter ces matières premières historiques du commerce équitable. Souvenir du Village, le photocall a immortalisé l'engagement de chacun pour un commerce plus juste.

Soulignant la diversité des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar, le parcours était rythmé de **dégustations de produits** des partenaires présents à nos côtés: les glaces Ben & Jerry's, les boissons rafraichissantes Little Miracles et ChariTea & LemonAid, le traditionnel « latte art » avec les barista des cafés Malongo, ou encore les chocolats Alter Eco...

Grâce aux opérations mises en place avec les partenaires, aux animations sur le web (dont des jeux concours sur Facebook) et aux partenariats médias avec À Nous Paris, One Heart, Positiv, ConsoGlobe.fr, le Village de l'Équitable s'est encore révélé comme l'événement phare de cette Quinzaine.

CONFÉRENCE : COMMERCE ÉQUITABLE ET AGRICULTURE BIOLOGIQUE

📍 PARIS - 15 MAI 2017

La Plate-Forme pour le Commerce Équitable, aux côtés de Max Havelaar France, la Fédération Artisans du Monde, le réseau FAIR[e] un monde équitable et Biopartenaire, a organisé une conférence sur l'alliance entre l'agriculture biologique et le commerce équitable pour le développement de filières agricoles durables. Celle-ci a réuni **plus de 100 acteurs, experts, producteurs et entreprises** qui ont pu échanger et mettre en avant les synergies et avantages de ces deux certifications.

Lors de la table-ronde, Karim Traoré, producteur de coton équitable et biologique et Président de l'association des producteurs de coton d'Afrique de l'ouest, a témoigné des avantages d'une double labellisation.

Émilie Sarrazin-Biteye, Présidente de Max Havelaar France, est revenue sur les stratégies gagnantes des entreprises qui font le choix du commerce équitable et de l'agriculture biologique. Elle a rappelé la nécessité d'inclure les distributeurs dans cette évolution et de poursuivre l'information aux consommateurs.



.....
4 000 visiteurs en 2 jours à la Villette
+ 300 photos prises sur le Photo-call du village
+ 1 000 tasses de café bues en 2 jours

LA PRESSE EN PARLE

Donner les moyens aux Français de consommer davantage d'équitable, tel est l'appel lancé par Max Havelaar France dans le cadre d'une campagne de relations presse menée à l'occasion de la Quinzaine du Commerce Équitable.

La publication du **sondage OpinionWay réalisé pour Max Havelaar France*** a révélé que 79% des Français ne se sentent pas suffisamment informés sur la rémunération et les conditions de travail des producteurs. Pourtant, 77% d'entre eux aimeraient être assurés que les aliments et les boissons qu'ils consomment ne sont pas produits dans des conditions d'exploitation.

Convaincue que seule une mobilisation de l'ensemble des acteurs peut favoriser un réel « changement d'échelle », l'association a rappelé l'importance de l'engagement des entreprises et des pouvoirs publics pour une meilleure accessibilité et visibilité de l'offre équitable. En effet, la consommation responsable doit pouvoir s'adresser à tous, et dépasser le cercle des initiés et des convaincus. C'est pourquoi le citoyen a besoin d'être accompagné dans ses choix de consommation.

Max Havelaar France a également participé à la **conférence de presse d'ouverture de la Quinzaine du Commerce Équitable** aux côtés de la Plate-Forme pour Commerce Équitable (PFCE). À cette occasion la PFCE a interpellé le gouvernement pour demander la mise en place d'un second Plan National pour le Commerce Équitable afin d'accompagner le changement d'échelle de la consommation et soutenir l'engagement des entreprises qui se mobilisent.

* Sondage réalisé par l'institut OpinionWay sur un échantillon de 1051 représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, interrogés par internet les 5 et 6 avril 2017.



.....
+ 120 retombées medias
+ 18 000 interactions sur nos réseaux sociaux
+ 350 000 vues sur notre écosystème digital

.....
77% des Français aimeraient être assurés que leurs aliments ne sont pas produits dans des conditions d'exploitation

FAIR[E] UN MONDE ÉQUITABLE FAIT SA QUINZAINES !

Partenaire associatif privilégié de Max Havelaar France, le mouvement FAIR[e] un monde équitable s'est fortement mobilisé à l'occasion de la Quinzaine du Commerce Équitable. À travers toute la France, ses associations ont organisé une multitude d'activités afin de sensibiliser et d'inciter le grand public à agir.

Des événements festifs aux couleurs du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar ont envahi les places des villes, lors des Solidari'Quais à Bordeaux avec l'Acesa ou du festival We love FAIR d'Ethica à Marseille, réunissant parfois plus de 2 000 citoyens comme à Nantes lors du Grand Brunch Équitable et Local organisé par Napce. La cuisine était à l'honneur: le défi culinaire «ND4J Jouez-la équitable!» a remporté un franc succès à Rennes. En Lorraine, plusieurs Restos U proposaient des repas équitables. A Toulon, ce sont six restaurants du centre-ville qui ont modifié leur carte et ont contribué à sensibiliser leurs clients au commerce équitable, aux côtés des bénévoles de Var Équitable.

Faisant écho au Village de l'Équitable animé par Max Havelaar France sur le site parisien de La Villette, les associations du mouvement FAIR[e] un monde équitable ont décliné le concept en animant la Roue de l'Équitable dans 14 villes de France. Ce jeu instructif permet de faire découvrir au grand public les filières et les engagements du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar.

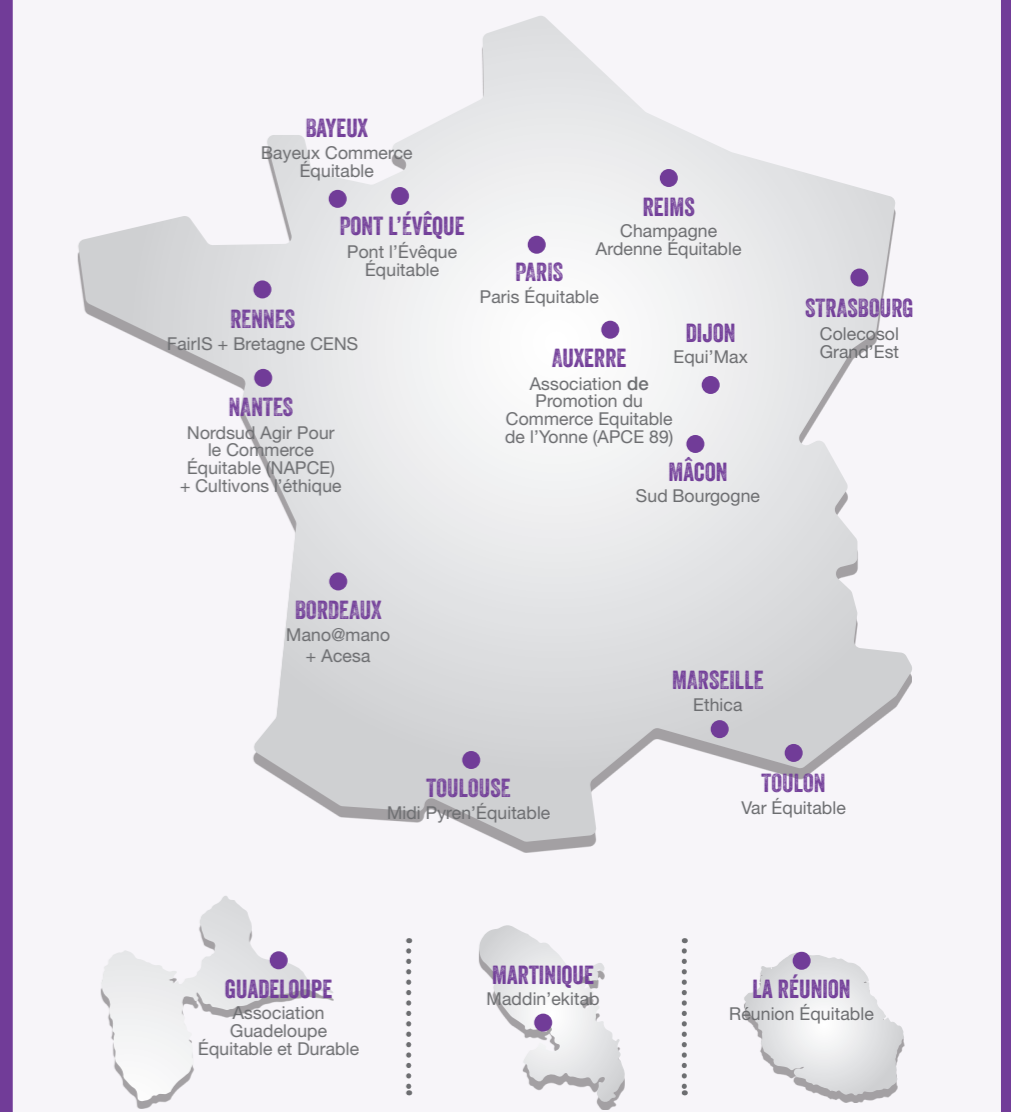
Lors de cette Quinzaine, le mouvement bénévole a lancé une campagne vidéo «Tuto pour un monde nouveau». Les premières FAIRzones ont également vu le jour avec l'objectif de valoriser l'engagement équitable de commerçants à travers des événements conviviaux. L'engouement des citoyens s'est également traduit par une forte mobilisation menant à la réussite d'une campagne de financement participatif sur KissKissBankBank, qui s'est vue attribuer le «coup de cœur» national décerné par La Banque Postale.

.....
70 actions menées partout en France
150 militants mobilisés
+ 16 500 personnes sensibilisées !

.....
6 DONNER AU PLUS GRAND NOMBRE L'ENVIE DE PARLER DU COMMERCE ÉQUITABLE DE FAÇON SIMPLE ET ACCESSIBLE, PARI GAGNÉ CETTE ANNÉE POUR LE MOUVEMENT FAIR[E] UN MONDE ÉQUITABLE ET NOTRE VIDÉO TUTO POUR UN MONDE NOUVEAU QUI A ATTEINT LES 80 000 VUES ET DE NOMBREUX PARTAGES ENTHOUSIASTES. 7

Olivier Cabrera / Président du mouvement FAIR[e] un monde équitable

Max Havelaar France soutient le mouvement FAIR[e] un monde équitable qui rassemble des associations de bénévoles et des adhérents individuels agissant partout en France et dans les DOM pour un commerce plus équitable



CONSO MMATEURS : UNE CAMPAGNE NATIONALE DE PROMOTION DU LABEL

Max Havelaar France a déployé une campagne nationale de communication afin de réaffirmer les garanties apportées aux consommateurs par le label Fairtrade/Max Havelaar et d'encourager ainsi le choix de produits équitables labellisés.

Rendre visible les impacts du commerce équitable, sensibiliser consommateurs et entreprises pour les inciter à s'engager davantage, voici les principaux objectifs de cette campagne multi-supports conjuguant presse nationale, dispositif digital, spots radio et affichage grand format dans les plus grandes villes de France.

La campagne interpelle par des slogans accrocheurs interrogeant nos choix de consommation, et illustre par des exemples concrets les impacts directs du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar à travers deux produits emblématiques: le café et le cacao. Max Havelaar France a fait le choix de montrer comment l'achat de produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar permet aux petits producteurs des pays en développement de concrétiser des projets par des investissements sociaux, économiques et environnementaux au bénéfice de leur communauté, et de développer leur activité de façon durable.

LE LABEL SE FAIT ENTENDRE SUR LE WEB ET DANS LES MÉDIAS

Une première vague de campagne presse a été déployée du 21 novembre au 15 décembre 2016 dans la presse nationale quotidienne, magazine ou gratuite - Télérama, L'Obs, Challenges, L'Express, M le magazine du Monde, Courrier International, Alternatives Economiques, Direct Matin, À nous Paris, Le Parisien Magazine, Marianne - totalisant 24 parutions et une audience potentielle de plus de 11 millions de lecteurs.

Le dispositif comprenait également une campagne display native ADS sur le web avec 15 millions de bannières sur des sites internet grand public majeurs tels que Le bon Coin, Marmiton, 750g, Yahoo, ou encore les plateformes Orange et SFR. Des clips vidéo diffusés sur Facebook et Twitter complètent le dispositif avec 400 000 impressions.

2 500 AFFICHES AU CŒUR DES VILLES

À l'automne 2017, une nouvelle vague de communication met en avant le commerce équitable à travers une campagne nationale d'affichage au cœur de 7 grandes villes françaises - Bordeaux, Lyon, Marseille, Nantes, Nice, Rennes, Toulouse - ainsi que dans des agglomérations de + de 100 000 habitants. Plus de 2 500 affiches de 2m x 2m visibles en abribus et sur les panneaux d'affichage présentent ainsi le label Fairtrade/Max Havelaar comme repère pour les consommateurs, au plus près de leurs lieux de vie et de consommation.

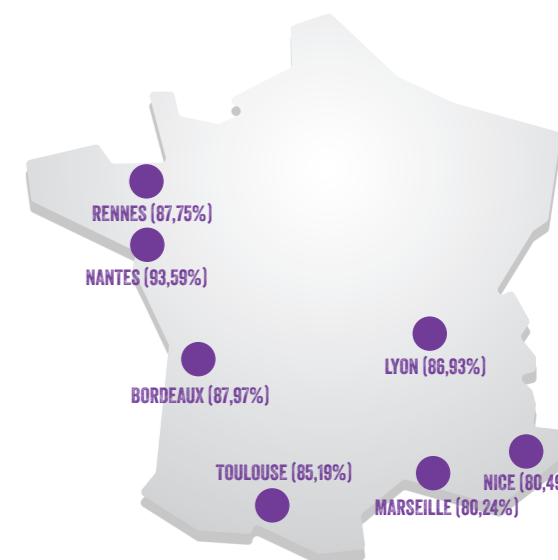
15 PROGRAMMES RADIO POUR DONNER DE LA VOIX !

Cette seconde vague s'accompagne d'une opération nationale de chroniques radios: 15 programmes courts (1 minute 30) intitulés «Commerce équitable: Mode d'emploi!» et signés Max Havelaar France sont proposés à plus de 1 000 radios locales et web radios pour expliquer ce qu'est le commerce équitable, quelles sont les principales garanties, quels produits équitables s'invitent facilement dans le quotidien, à quoi contribuent les citoyens par leurs choix de consommation...

.....
24 parutions
11 millions de lecteurs potentiels dans la presse
+ 3,5 millions de personnes touchées sur le web
+ 2,7 millions de personnes touchées en affichage (audience potentielle cumulée)



2 500 AFFICHES Taux de couverture par ville



RÉGIONS ET TERRITOIRES : À LA RENCONTRE DES PRODUCTEURS AVEC LE FAIRTRADE TOUR

Lors du mois de l'Économie sociale et solidaire, des producteurs de coopératives Fairtrade/Max Havelaar ont sillonné la France aux côtés de Max Havelaar France et de FAIR[e] un monde équitable, pour sensibiliser le grand public et les acteurs territoriaux aux enjeux d'une consommation responsable et d'un commerce plus juste.

FAIRTRADE LABS

📍 10 VILLES - DU 15 AU 29 NOVEMBRE 2016

Dans dix grandes villes de France, des événements publics sous forme de tables rondes participatives, les «Fairtrade Labs», ont réuni producteurs du commerce équitable et agriculteurs locaux, consommateurs et experts de la consommation responsable, sur le thème «**Comment nos choix de consommation peuvent construire le monde de demain ?**».

La protection de l'environnement est revenue régulièrement au cœur des échanges. Les producteurs ont ainsi pu expliquer combien ce volet est important pour eux car la préservation des ressources naturelles est indispensable à la survie de leur activité. C'est pourquoi les critères environnementaux du label Fairtrade/Max Havelaar, bien que peu connus du grand public, sont essentiels à leurs yeux.

Les producteurs locaux, pour la plupart engagés dans des démarches de consommation durable telles que l'agriculture biologique ou les AMAP, ont enrichi les débats en confrontant les défis auxquels ils font face. Leurs témoignages ont souvent fait écho à ceux des producteurs du commerce équitable : au Nord comme au Sud, ils expriment la même demande d'un commerce plus rémunérateur pour les agriculteurs afin de pouvoir vivre de leur activité et la rendre plus attractive pour les générations à venir.

Les Fairtrade Labs ont aussi mis en avant le rôle des consommateurs. Les participants ont proposé de multiples façons d'agir au quotidien : choix de consommation, mobilisation citoyenne pour soutenir des pratiques publiques responsables, engagement auprès des associations... Dans chaque ville, des propositions concrètes en lien avec le contexte local ont émergé de ces échanges.

📌 LE COMMERCE ÉQUITABLE FAIRTRADE/MAX HAVELAAR MET L'HUMAIN AU CŒUR DE SON ACTION. NOUS NE POUVONS PAS PARLER D'ENVIRONNEMENT, NI DE PRODUCTIVITÉ, SI NOUS NE PARLONS PAS D'HUMAIN. 📌

Fortin Bley / Producteur de cacao certifié Fairtrade/Max Havelaar en Côte d'Ivoire

LES RENCONTRES PROFESSIONNELLES

En marge des Fairtrade Labs, des rencontres professionnelles ont convié les acteurs publics et économiques de la région pour s'informer sur la démarche responsable et équitable dans les territoires : pourquoi s'engager dans une telle démarche, comment la mettre en œuvre et la valoriser ?

Ces rencontres ont permis de **présenter les opportunités offertes aux collectivités et aux entreprises**, d'expliquer les aspects pratiques des approvisionnements équitables et de partager expériences et bonnes pratiques. À l'issue de ces échanges, de nouveaux acteurs ont décidé d'avancer avec Max Havelaar France pour concrétiser leur engagement.

10 Fairtrade Labs
5 rencontres professionnelles
10 villes
+ 800 participants



Max Havelaar France remercie vivement les nombreux partenaires, collectivités territoriales et acteurs économiques, qui se sont associés au Fairtrade Tour pour faire de cette initiative un succès : Ville de Paris, Ville de Lille, Bordeaux Métropole, Ville de Metz, Ville de Toulon, Ville de Tournefeuille, Strasbourg Eurométropole, Conseil départemental 35, Conseil départemental 54, AlterEco, Yumanlink, Malongo, Ethiquable, Jardins de Gaïa, Café Michel.

ÉTUDIANTS : 70 ÉTABLISSEMENTS MOBILISÉS POUR LE FAIRTRADE CHALLENGE

Dans le but de sensibiliser les jeunes acteurs de la société, en parallèle du Fairtrade Tour, l'association Max Havelaar France a lancé son premier concours étudiant : le Fairtrade Challenge, en partenariat avec AlterEco et Yumanlink.

Le Fairtrade Challenge 2016 a mis en compétition les étudiants de grandes écoles ou universités françaises. Seuls ou en équipes de deux, plus de 100 participants ont remis 55 projets sur le thème : «**Imagine une opération de communication originale permettant de positionner le commerce équitable au cœur des préoccupations des citoyens**».

Un jury constitué d'experts de la consommation responsable a désigné les meilleurs projets. Des remises de prix régionales ont eu lieu dans les villes du Fairtrade Tour, qualifiant les équipes pour la phase finale nationale. L'équipe vainqueur du Fairtrade Challenge 2016 a remporté le grand prix : un magnifique voyage au Pérou à la rencontre des producteurs des coopératives Fairtrade/Max Havelaar.

L'ensemble des acteurs qui se sont associés à cette initiative ont largement contribué à sa réussite : collectivités territoriales, entreprises engagées dans le commerce équitable, associations étudiantes... et près de 70 établissements enseignants à travers tout le pays. Un succès qui a permis de mobiliser un public jeune, dynamique qui impulsera les changements de demain. Rendez-vous pour le Fairtrade Challenge 2017 !

70 établissements universitaires
55 dossiers reçus
100 participants

📌 LE COMMERCE ÉQUITABLE NOUS TIENT À CŒUR, NOUS SOMMES CONSOMMATEURS ET NOUS PRÔNONS LA DÉMARCHE AUTOUR DE NOUS ! 📌

Hélène & Sacha / Vainqueurs du Fairtrade Challenge 2016

ACTEURS DU DÉVELOPPEMENT : DÉFENDRE UNE AGRICULTURE ET UNE ALIMENTATION DURABLES

Max Havelaar France a participé à la 9^e édition du Forum Mondial Convergences, en y organisant la conférence « Farming For Change: vers une agriculture et une alimentation durables ».
L'occasion de faire le point sur le système agro-alimentaire actuel et de proposer des alternatives qui ont fait leurs preuves pour parvenir à une production et une consommation plus responsables.

Chaque année le Forum Mondial Convergences rassemble plus de 200 organisations pour réfléchir et se mobiliser face aux enjeux économiques, sociaux et environnementaux de notre société. L'objectif de ces rencontres est de permettre une réflexion collective sur les différents leviers d'actions qui peuvent être mis en place pour répondre à ces défis. À cette occasion plus de 7 000 personnes se réunissent à Paris autour de 300 intervenants, décideurs, chercheurs et experts venus du monde entier, pour échanger et proposer des solutions.

FORUM MONDIAL CONVERGENCES : CONFÉRENCE « FARMING FOR CHANGE »

📍 6 SEPTEMBRE 2016

Max Havelaar France a réuni Marike de Peña, présidente de Fairtrade International, Chantal Le Mouël, directrice de recherche à l'INRA, et Guilhem Soutou, responsable du programme alimentation durable de la Fondation Carasso, pour intervenir à la conférence « Farming For Change: vers une agriculture et une alimentation durables » accueillie dans le Salon d'Honneur du Palais Brongniart à Paris.

Devant **une centaine de participants avertis (journalistes, entreprises, fondations, ONG, étudiants spécialisés...)**, les intervenants ont tiré le bilan de notre système agricole actuel: nos modes de production et de consommation alimentaires se traduisent aujourd'hui par une exploitation excessive des ressources naturelles et un accroissement des inégalités. L'agriculture intensive, en plus d'avoir des rendements qui stagnent et parfois décroissent en raison des risques climatiques et de l'instabilité des marchés, entraîne une pollution sans précédent et une forte dégradation des sols, ainsi que des dégâts sur notre santé.

Ce système n'est pas viable: il n'assure ni la sécurité alimentaire, ni la protection de la planète ; il augmente la malnutrition, la course au rendement et la dégradation des ressources. Il est donc devenu essentiel de s'orienter vers **un modèle agro-alimentaire plus durable qui soit économiquement pérenne, écologiquement sain, et socialement équitable.** Le système actuel a été réfléchi de manière segmentée, alors qu'il faut appréhender les dimensions environnementale, socio-économique et sanitaire de l'agriculture et de l'alimentation dans leur globalité.

Des initiatives existent et changer de modèle agricole n'est pas voué à l'échec. Notamment, l'agro-écologie et l'agriculture familiale ont démontré leurs plus-values, que l'on peut évaluer. Ce changement doit s'accompagner d'une évolution de notre modèle de société dans son ensemble: il s'agit de faire évoluer la façon dont nous cultivons, commerçons et consommons nos aliments.

🗨 **UNE COHÉRENCE ENTRE POLITIQUES AGRICOLE, ALIMENTAIRE ET ÉCONOMIQUE EST INDISPENSABLE POUR LA DURABILITÉ.**

Guilhem Soutou / Responsable du programme alimentation durable de la Fondation Carasso

La durabilité de n'importe quelle chaîne de production commence par la production elle-même. Cela signifie qu'il faut un revenu digne pour celui qui produit les aliments ; que l'agriculture doit apporter plus d'équité sociale aux communautés rurales ; et que nous devons produire avec le plus grand soin vis-à-vis des ressources naturelles. Un prix juste doit permettre aux agriculteurs de **couvrir les coûts de production, les coûts liés à la protection de l'environnement, et les investissements nécessaires** pour continuer de produire efficacement.

🗨 **LA DURABILITÉ COMMENCE AVEC LE PRODUCTEUR AGRICOLE, ET AVEC UN PRIX JUSTE LUI PERMETTANT D'INVESTIR DANS UNE AGRICULTURE DURABLE.**

Marike de Peña / Présidente de Fairtrade International

Ainsi, parvenir à une agriculture durable exige une autre forme de régulation du commerce international. La concentration de pouvoir au sein des chaînes d'approvisionnement, actuellement dans les mains de quelques acteurs sur les marchés internationaux, doit être rééquilibrée pour une meilleure répartition de la valeur. Le commerce équitable a créé un marché avec des règles différentes: c'est la preuve qu'un autre modèle est possible lorsque l'on s'appuie sur l'engagement du producteur, de l'acheteur et des autres maillons de la chaîne d'approvisionnement, jusqu'au consommateur.

Relayés dans la presse et sur Twitter, les intervenants de cette conférence ont ainsi mis en avant des **solutions concrètes pour des filières agro-alimentaires plus durables**, suscitant de nombreux échanges avec le public. Parmi ces solutions, le commerce équitable propose des réponses efficaces pour construire des modes de production et de consommation respectueux des Hommes et de la planète.

🗨 **CHOISIR UN MODE D'AGRICULTURE, C'EST CHOISIR UN MODE DE SOCIÉTÉ.**

Chantal Le Mouël / Directrice de recherche à l'INRA



ÉVÈNEMENTS FESTIFS & GOURMANDS : L'ÉQUITABLE À L'HONNEUR !

Le Salon du Chocolat et le Smmmile Festival ont permis à Max Havelaar France de faire découvrir le commerce équitable au grand public, aux gourmands et aux passionnés de musique.

SALON DU CHOCOLAT

📍 PARIS - DU 28 OCTOBRE AU 1^{ER} NOVEMBRE 2016

Au Salon du Chocolat, plus de 4 500 gourmands ont découvert ce qui se cache derrière leur tablette de chocolat. À travers des animations ludo-pédagogiques, les visiteurs ont pu retracer le **parcours d'une fève de cacao** du producteur au consommateur, mais également comprendre l'importance d'une meilleure répartition de la valeur pour favoriser le développement des petits producteurs.

Le dispositif digital mis en place lors de cet événement a permis de sensibiliser plus de 123 000 personnes sur les réseaux sociaux. Plus de 4 000 d'entre elles se sont mobilisées pour participer aux jeux concours organisés sur Facebook et tenter de **gagner un an de chocolat équitable** labellisé Fairtrade/Max Havelaar.

Max Havelaar France s'est ainsi fait le porte-parole de plus de 190 000 producteurs du Sud. L'objectif étant de rappeler que derrière chaque carré de chocolat se cache un visage: celui d'un petit producteur de cacao en Afrique, en Amérique latine ou en Asie.



4 500 visiteurs

4 000 participants aux jeux concours sur les réseaux sociaux

+ 2 000 brochures informatives distribuées

SMMMILE FESTIVAL

📍 PARIS - DU 16 AU 18 SEPTEMBRE 2016

À la pointe des tendances actuelles, Max Havelaar France était présent lors de la première édition du Smmmile Festival, le festival 100% vegan!

Mêlant concerts, conférences, projections et dégustations, le Smmmile Festival a permis de **toucher un nouveau public particulièrement réceptif** aux démarches de consommation alternative. Et pour séduire ces consom'acteurs avertis, quoi de mieux que de leur faire goûter directement aux saveurs de produits issus du commerce équitable ?

Les festivaliers avaient la possibilité de se rafraîchir et faire le plein d'énergie grâce aux « ateliers smoothies » organisés par notre équipe. Des partenaires économiques du label Fairtrade/Max Havelaar France tels qu'Alter Eco, Quinola Mothergrain, CharTea et LemonAid étaient également présents pour faire découvrir leurs recettes et leurs boissons équitables.

Des bloggeurs culinaires participant à l'évènement ont été mis à l'épreuve dans le cadre du « **Défi des Chefs** » imaginé par Max Havelaar France: armés d'un panier de produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar, ils devaient développer une recette originale à la fois vegan et équitable. Un défi réussi pour ces cuisiniers responsables qui se sont vus attribuer un diplôme et dont nous avons publié les recettes sur notre site internet et nos réseaux sociaux.



700 visiteurs

250 smoothies préparés

+ 500 brochures distribuées

10 diplômes « Défi des Chefs »

LES PRODUCTEURS PRENNENT LA PAROLE DANS LA PRESSE

Chaque visite des producteurs du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar a été l'occasion d'organiser des rencontres avec les journalistes, intermédiaires incontournables pour transmettre leur message au plus grand nombre. Notamment, la personnalité de Marike de Peña, présidente de Fairtrade International et dirigeante de la coopérative de producteurs de bananes Banelino en République dominicaine, a attiré particulièrement l'attention de la presse, lors de son déplacement à Paris pour prendre la parole au Forum Mondial Convergences.



UNE COMMUNAUTÉ DIGITALE EN PLEINE CROISSANCE !

La somme des engagements individuels peut faire toute la différence! Voilà qui résume l'intérêt de faire grandir la communauté digitale de Max Havelaar France pour mobiliser la participation de chacun au quotidien.

L'audience ne cesse de progresser avec plus de **420 000 visites** sur notre site internet en 2016 (+40% en un an), plus de **15 500 fans** sur Facebook (+50 % en un an) et **82 000 followers** sur Twitter. Sur l'ensemble des réseaux sociaux, les posts de l'association ont été vus plus de **3 millions** de fois et suscité plus de **40 000 engagements**.

Tout au long de l'année, de nombreuses opérations en ligne ont mobilisé les internautes: plus de **430 000 vues** sur notre campagne vidéo de sensibilisation, près de **18 000 interactions** lors de la campagne digitale pour la Quinzaine du Commerce Équitable 2017, et des jeux concours de plus en plus populaires avec plus de **6 000 participants**... Restons connectés!



420 000 visites
97 000 abonnés
3 millions de vues
40 000 engagements

maxhavelaarfrance.org



@maxhavelaarfrance



@maxhavelaarfr



DÉVELOPPER LE MARCHÉ,

ACCROÎTRE LES DÉBOUCHÉS

- Forte croissance 2016
- Entreprises pionnières
- Produits tendances et start-up
- Synergie Bio & Équitable
- Opération Drives

UN MARCHÉ DYNAMIQUE ET EN BONNE SANTÉ

Avec une croissance de +20% des ventes en 2016, le marché des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar en France se porte bien et confirme la tendance à la hausse de la consommation responsable.

L'alimentaire représente 95% du chiffre d'affaires des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar, réalisé par les entreprises partenaires qui commercialisent ces produits. Une des croissances les plus fortes porte sur la **banane** (+ 33% en valeur), qui devient ainsi incontournable sur le marché, notamment grâce à l'engagement toujours aussi important de Carrefour, Auchan, Intermarché et Biocoop, entre autres. Avec 14% de parts de marché, ce fruit se place désormais en 2^e position après le café, au sein du marché des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar.

Le **café**, produit phare du commerce équitable, représente 58% de parts de marché des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar, avec une progression de 22% en 2016. Cette croissance est liée aux ventes en grande distribution où des acteurs historiques comme Malongo sont en développement permanent, et à la progression de la consommation hors domicile, notamment chez Starbucks.

Les **chocolats, biscuits et confiseries** se trouvent à la troisième place avec 10% de parts de marché. La croissance dans cette catégorie de produits est portée notamment par les tablettes de la marque Alter Eco et les produits de Chevaliers d'Argouges, mais aussi par une bonne progression en magasin bio et chez le chocolatier Alex Olivier.

Suivant la même tendance qu'en 2015, les **desserts et glaces** sont en forte croissance (+46%), grâce à la bonne santé de la marque emblématique de glaces Ben & Jerry's.

535 MILLIONS D'€ 
DE CHIFFRE D'AFFAIRES DES PRODUITS LABELLISÉS FAIRTRADE/MAX HAVELAAR EN FRANCE EN 2016, SOIT **(+20% DE CROISSANCE PAR RAPPORT À 2015)**

 **219 ENTREPRISES EN FRANCE** VENDENT DES PRODUITS LABELLISÉS FAIRTRADE/MAX HAVELAAR

PLUS DE 3 400 PRODUITS 
LABELLISÉS FAIRTRADE/MAX HAVELAAR DONT **75% ISSUS DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE**

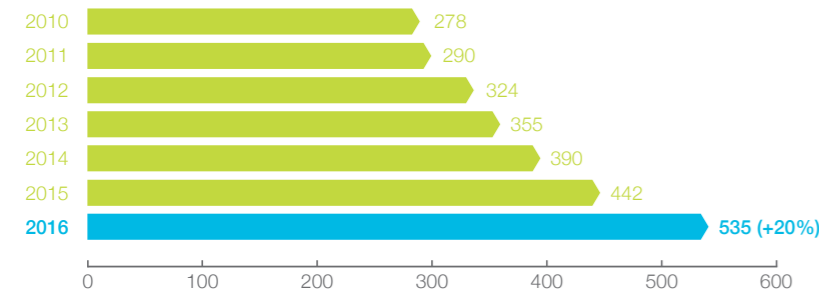
 **7,98 € DÉPENSÉS EN MOYENNE PAR HABITANT EN FRANCE (+1,36 € PAR RAPPORT À 2015)**

6,6 MILLIONS D'€ 
DE PRIME GÉNÉRÉE POUR LES ORGANISATIONS DE PRODUCTEURS, SOIT **(+10% DE CROISSANCE PAR RAPPORT À 2015)**

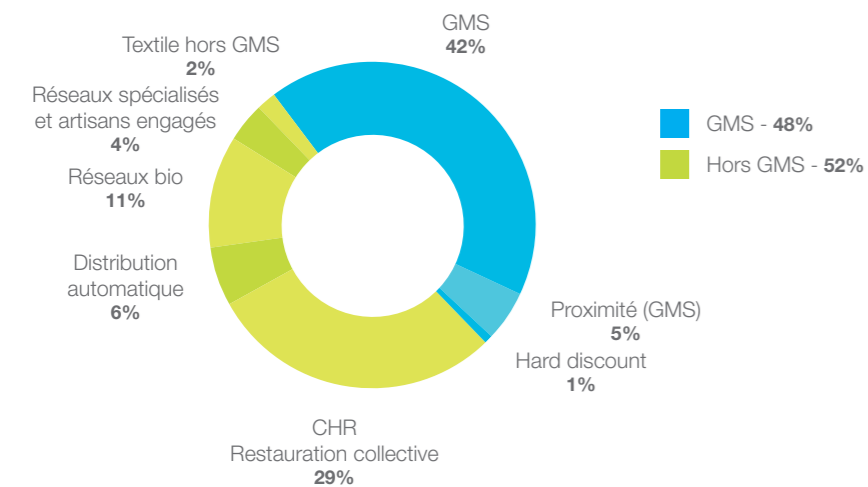
78% DES FRANÇAIS 
FONT CONFIANCE AU LABEL FAIRTRADE/MAX HAVELAAR

Sources : Max Havelaar France - « Notoriété et image du commerce équitable et du label Fairtrade/Max Havelaar », IPSOS 2017.

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES PRODUITS LABELLISÉS FAIRTRADE/MAX HAVELAAR RÉALISÉ EN FRANCE PAR LES ENTREPRISES PARTENAIRES (EN MILLIONS D'EUROS)



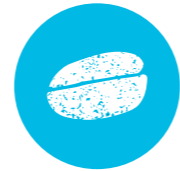
RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES PRODUITS LABELLISÉS FAIRTRADE/MAX HAVELAAR PAR RÉSEAU DE DISTRIBUTION EN FRANCE EN 2016



PRINCIPAUX VOLUMES VENDUS PAR LES PRODUCTEURS DU SYSTÈME FAIRTRADE/MAX HAVELAAR EN FRANCE EN 2016



BANANE (TONNES)
37 086



CAFÉ (TONNES)
9 617



CACAO (TONNES)
1 594



SUCRE (TONNES)
3 130



COTON FIBRE (TONNES)
658



FLEURS (TIGES)
22 467 974

Source : Max Havelaar France

LA ROSE ÉQUITABLE SE FAIT UNE PLACE

2016 marque un tournant dans le marché de la rose labellisée Fairtrade/Max Havelaar dont les ventes ont été multipliées par trois. Avec une croissance de +121% et 22,7 millions de tiges vendues en 2016, la rose équitable commence à se faire une place dans le secteur de la fleur. Les engagements majeurs d'Aquarelle.com et de Système U, début 2016, ont permis à la rose équitable de percer dans le marché de la fleur : ils représentent environ 68% des volumes des ventes totales de roses équitables sur le marché français à eux deux. À la Saint Valentin, le magazine 60 millions de consommateurs a notamment mis en avant le bouquet Fairtrade/Max Havelaar d'Aquarelle.com, parvenu en tête de son classement parmi 10 enseignes passées au banc d'essai.



UN LABEL PORTÉ PAR DES ENTREPRISES ENGAGÉES

Le commerce équitable doit une grande partie de son développement à des pionniers qui ont pris le pari de l'innovation sociétale depuis 25 ans. Ils ont ainsi fait émerger des pratiques commerciales et de consommation alternatives qui ont contribué à construire ce modèle d'alimentation durable. C'est le cas de Monoprix, première enseigne de grande distribution à introduire des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar en 1998, ou encore de Malongo, créateur du produit équitable le plus vendu.

ENTRETIEN AVEC JEAN-PIERRE BLANC, DIRECTEUR GÉNÉRAL DES CAFÉS MALONGO

Pourquoi le commerce équitable garde-t-il encore ce caractère de modernité et d'innovation, même après près de trois décennies ?

Après 30 ans, le commerce équitable est toujours aussi moderne et innovant car c'est un modèle économique de «rupture». Ce n'est pas un phénomène de mode, ce n'est pas un modèle de «charité business» mais une construction d'équilibre entre le producteur, le transformateur et le consommateur. Il répond à une attente d'élévation du niveau de vie. C'est une construction collective de la vie en société, et permet aux producteurs de prendre en main son destin par la reconnaissance de son travail.

Le commerce équitable est d'une grande modernité avec un partage de la valeur entre les différents acteurs soutenus par ses piliers fondamentaux : le prix minimum garanti, la prime sociale collective, le système coopératif et l'agriculture biologique.

Vous qui êtes au plus près des consommateurs, quelles sont leurs motivations autour du commerce équitable ?

Les consommateurs veulent acheter un produit sain, de qualité et qui rémunère le travail des producteurs. Mais la clé du renouvellement de l'acte d'achat c'est la qualité ! C'est grâce à la qualité que nous gardons les consommateurs et que nous pouvons en attirer des nouveaux. Le commerce équitable c'est aussi accompagner les producteurs pour l'amélioration de la qualité !

En quoi le commerce équitable répond-t-il aux aspirations sociétales d'aujourd'hui ?

Le commerce équitable est le reflet d'un autre mode vie qui correspond aux aspirations des jeunes générations qui constatent les dégâts du modèle actuel, notamment du modèle agricole, et qui ne veulent pas rester passifs

face à cet échec. Les consommateurs des nouvelles générations veulent aligner leurs valeurs personnelles, professionnelles et de consommation. Le commerce équitable répond bien à cet équilibre de motivations.

Quel message auriez-vous pour les jeunes entrepreneurs qui décident d'innover en développant des produits issus du commerce équitable ?

Je peux juste leur dire que c'est difficile au début, c'est compliqué ensuite mais c'est tellement passionnant et enrichissant que l'on ne regrette jamais de s'être engagé dans cette voie !

La boîte des Petits Producteurs fête ses 20 ans ! C'est le produit issu du commerce équitable le plus vendu. Quel est le secret de ce succès ?

C'est une histoire incroyable parce que c'est un produit anti-marketing devenu une icône ! J'ai créé cette boîte en 1997 avec l'idée de mettre en valeur les producteurs avec une photo que j'avais pris moi-même au Chiapas. Je voulais transmettre ce que j'avais ressenti en rencontrant ces producteurs dignes qui travaillent la terre. Elle représente toute mon histoire de rencontres autour du commerce équitable. Mais son secret c'est avant tout la qualité, la qualité, et encore la qualité grâce aux hommes qui le cultivent et ceux qui le torrèfient avec passion, dans le respect des traditions.



« C'EST DIFFICILE AU DÉBUT, C'EST COMPLIQUÉ ENSUITE MAIS C'EST TELLEMENT PASSIONNANT ET ENRICHISSANT QUE L'ON NE REGRETTE JAMAIS DE S'ÊTRE ENGAGÉ DANS CETTE VOIE ! »

Jean-Pierre Blanc



« LE RÔLE DES COMMERÇANTS EST ESSENTIEL. PROPOSER UNE OFFRE PLUS RESPECTUEUSE DE L'ENVIRONNEMENT ET DES HOMMES, LA RENDRE LISIBLE ET DÉSIRABLE. »

Karine Viel

ENTRETIEN AVEC KARINE VIEL, RESPONSABLE DU DÉPARTEMENT DÉVELOPPEMENT DURABLE/ RSE DE MONOPRIX

Pourquoi le commerce équitable garde-t-il encore ce caractère de modernité et d'innovation, même après près de trois décennies ?

Le changement climatique, la pollution, l'épuisement des ressources et des écosystèmes sont autant de symptômes qui nous montrent que nos modes de vie modernes ne sont pas soutenables. Plus que jamais, les consommateurs sont en attente de produits qui ont du sens.

Vous qui êtes au plus près des consommateurs, quelles sont leurs motivations autour du commerce équitable ?

Les attentes des consommateurs évoluent : recentrage sur l'essentiel, envie de consommer mieux et moins de superflu, manger sain... Ils attendent des preuves de qualité, du local, de la traçabilité, de la transparence. Le commerce équitable est parfaitement en ligne avec ces préoccupations puisqu'il vise l'amélioration des conditions de vie, de rémunération et de travail des producteurs de ces pays, et les encourage à privilégier des modes de production plus respectueux de l'environnement.

En quoi le commerce équitable répond-t-il aux aspirations sociétales d'aujourd'hui ? Et quel rôle peut jouer un distributeur comme Monoprix ?

Le rôle des commerçants est essentiel. Proposer une offre plus respectueuse de l'environnement et des hommes, la rendre lisible et désirable, informer et sensibiliser les clients, lutter contre le gaspillage, entre autres, constituent nos principales responsabilités.

Réconcilier consommation et développement durable est à la fois créateur de valeur pour l'entreprise, créateur de sens pour les collaborateurs et créateur de liens

nouveaux avec les clients. Cela signifie aussi réconcilier le consommateur avec le citoyen qui sommeille en chacun de nous, en répondant à ses attentes de cohérence et de transparence.

Monoprix a été récompensé pour son partenariat «extraordinaire» avec la jeune start-up Quinola Mothergrain, spécialisée dans les produits à base de quinoa équitable. Quel message auriez-vous pour les jeunes entrepreneurs qui décident d'innover en développant des produits issus du commerce équitable ?

Monoprix soutient activement les initiatives en faveur du commerce équitable. Notre engagement auprès de Quinola Mothergrain a permis à cette jeune PME de doubler son chiffre d'affaires, de dépasser le seuil des 200 000 € de prime de commerce équitable reversés à la coopérative péruvienne et d'embaucher, en France, trois personnes en difficultés d'apprentissage. Cela démontre que chacun peut oser, innover ! Encore plus sur la thématique d'une alimentation saine, éthique et responsable.

Monoprix a été la première enseigne de grande distribution à introduire des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar dans ses rayons en 1998. Quelles sont les raisons de cet investissement qui est toujours au rendez-vous ?

En 1998, Monoprix a été le premier commerçant généraliste à proposer à ses clients des produits issus du commerce équitable en privilégiant ceux qui sont peu transformés (café, thé, chocolat, céréales, banane, etc.). En 2016, 91 références étaient labellisées Fairtrade/Max Havelaar, dont 58 références alimentaires également issues de l'agriculture biologique.

Le commerce équitable répond à la fois aux aspirations sociétales, aux attentes des consommateurs et à notre responsabilité en tant que distributeur.

PRODUITS TENDANCES : L'ÉQUITABLE AU CŒUR DE L'INNOVATION

En quête de sens et de nouveauté, de jeunes entrepreneurs embrayent le pas au commerce équitable dans une démarche d'innovation économique et sociale. Comment ? En imaginant des produits tendances avec une très forte valeur ajoutée perçue par le consommateur.

Comment créer de la valeur sociale via la création de produits à forte valeur ajoutée ? Des start-up du commerce équitable relèvent le défi. Ces entreprises, qui bouillonnent d'idées et d'imagination, conçoivent aujourd'hui les innovations qui composeront les paniers équitables de demain.

LES START-UP DE LA BOISSON NOMADE

Deux start-up bousculent les codes de la boisson nomade équitable : LemonAid & ChariTea, et Little Miracles.

LemonAid & ChariTea propose des boissons à base d'ingrédients naturels bio et équitables : rooibos, jus de fruit, sucre de canne, miel ou sirop d'agave en provenance de coopératives d'Afrique du Sud et du Sri Lanka certifiées Fairtrade/Max Havelaar. Leurs recettes simples, sans arômes ajoutés, sans conservateurs, sont mises en bouteille dans des **packagings au design étudié** pour plaire à la jeune génération. On retrouve notamment ces produits aux cartes des bars, cafés et lieux de rencontres à la mode, mais aussi dans les épicerie fines et magasins bio de quartier.

Little Miracles propose une gamme de boissons naturellement énergisantes. Il s'agit d'apporter du bien-être aux consommateurs avec des produits bio et un apport calorique limité grâce à sa teneur faible en sucre, tout en protégeant l'environnement et les producteurs avec des ingrédients issus du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar. La dernière collection de Little Miracles met en avant des mélanges originaux à base de plantes et de fruits : rooibos sureau, thé blanc cerise, thé vert grenade... Ces **saveurs innovantes** lui ont permis de se démarquer en 2013 en recevant le prix de la « Meilleure boisson froide » lors des Quality Food Awards, puis d'être élu « Produit de l'année » en 2016.



SPÉCIALISTE D'UN INGRÉDIENT SOUS TOUTES SES FORMES

Développer un produit unique sous des formes multiples, c'est le pari de Quinola Mothergrain qui se spécialise dans la fabrication de produits à base de quinoa équitable du Pérou.

Des graines à cuire aux préparations prêtes à consommer, la start-up propose **une palette de produits simple et innovante**, tous labellisés Fairtrade/Max Havelaar.

La marque profite de la tendance « manger sain » pour suggérer une diversité d'occasions de consommer du quinoa. Elle n'hésite pas à s'appuyer sur le savoir-faire de chefs tels que Patrick Subreville pour imaginer des recettes créatives et ainsi faire du quinoa un produit du quotidien des Français.

« NOUS TRAVILLONS AVEC LES PRODUCTEURS DE LA COOPÉRATIVE COOPAIN CABANA, AU PÉROU, QUI CULTIVENT LE QUINOA AVEC DES TECHNIQUES ANCESTRALES, RESPECTUEUSES DE L'ENVIRONNEMENT, CONJUGUANT DES MÉTHODES D'AGRICULTURE MIXTE AVEC L'ÉLEVAGE. ET L'AVENTURE PORTE SES FRUITS : LA COOPÉRATIVE A REÇU PLUS DE 200 000 € SUPPLÉMENTAIRES GRÂCE AU COMMERCE ÉQUITABLE. »

James Livingstone-Wallace / Fondateur de Quinola Mothergrain

Point commun de ces initiatives : la volonté de mettre en valeur une démarche responsable par le biais de produits aux designs et aux positionnements très étudiés. Ces start-up multiplient les **leviers de création de valeur** en couplant l'équitable au végétarien, au bio, au design, au sans-gluten, ou encore au recyclage de leur emballage.



BIO ET ÉQUITABLE, LE DUO GAGNANT DE LA CONSOMMATION RESPONSABLE

Ces dernières années, le constat est clair: l'agriculture biologique et le commerce équitable montent tous deux en puissance grâce à la demande des consommateurs. En effet, 72% d'entre eux sont favorables au fait que davantage de produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar, soient également bio. Dans ces deux secteurs, les ventes ont augmenté de 20%.

Aujourd'hui le bio et l'équitable se conjuguent sur l'ensemble des catégories de produits Fairtrade/Max Havelaar, et représentent en France:

- 159 des entreprises utilisatrices du label Fairtrade/Max Havelaar,
- 75% des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar, soit 2 600 références,
- 98% du thé, 93% du sucre, 88% des tablettes de chocolat ou encore 87 % des bananes labellisés Fairtrade/Max Havelaar.

Cette tendance bio-équitable se retrouve dans différents réseaux de distribution mais elle est d'autant plus forte en grandes et moyennes surfaces où 100% du thé, 96% du sucre ou encore 94% des tablettes de chocolat Fairtrade/Max Havelaar sont également bio.

Les produits portant les deux labels multiplient les leviers de différenciation pour les marques. Les consommateurs de produits bio et équitables sont d'ailleurs parmi les plus fidèles avec une fréquence d'achat de 6,1 (source Kantar Worldpanel).

LE LABEL FAIRTRADE/MAX HAVELAAR RENFORCE LA RELATION AVEC LA MARQUE, C'EST DONC UN GRAND PLUS POUR FIDÉLISER LE CLIENT. L'INTÉRÊT DES DEUX CERTIFICATIONS CUMULÉES EST QUE LE BIO FACILITE L'ACTE D'ACHAT ET L'ÉQUITABLE RENFORCE LE LIEN AVEC LA MARQUE.

James Livingstone-Wallace / Fondateur de Quinola Mothergrain



OPÉRATION DRIVE : LA GRANDE DISTRIBUTION AUX COULEURS DU LABEL SUR LE WEB

À l'occasion de la Quinzaine du Commerce Équitable, Max Havelaar France a proposé aux enseignes de la grande distribution une opération dédiée pour animer leurs plateformes Drive et permettre aux internautes de découvrir les produits du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar.

En collaboration avec les équipes des enseignes, Max Havelaar France a proposé des organisations de boutiques, un conseil au référencement, ainsi qu'un kit créatif et de contenu pour maquetter les boutiques en ligne.

Les enseignes Monoprix, Auchan Direct, Carrefour, Intermarché, Cora, Leclerc, Auchan Drive ont créé des «boutiques web» attractives, aux couleurs du label Fairtrade/Max Havelaar.

En réunissant sous une même ombrelle les produits équitables, l'opération a permis de mettre en avant plus de 600 références ainsi que les bénéfices du label pour les producteurs du Sud. Sous le titre «Soutenez les petits producteurs», cette opération invitait les consommateurs à mettre du sens dans leur consommation.

Ce circuit de distribution permet de développer l'accessibilité des produits issus du commerce équitable, en offrant aux consommateurs la possibilité de retirer sur place leurs courses commandées sur internet.

LA MISE EN AVANT DES PRODUITS ÉQUITABLES ET LA SENSIBILISATION AUTOUR D'UN LABEL ÉCORESPONSABLE NOUS SEMBLAIT ESSENTIELLES POUR FAIRE DE CETTE OPÉRATION UN ÉVÈNEMENT D'ENVERGURE SUR LE DRIVE. L'OPÉRATION EST UN FRANC SUCCÈS ET NOUS SOMMES PRÊTS À RELEVER LE DÉFI POUR ALLER ENCORE PLUS LOIN SUR 2018.

Maxime Lambertin / Chargé d'animation e-commerce à la direction digitale d'Intermarché alimentaire international



7 enseignes mobilisées
+ 2 500 drives participants partout en France

COMPTES ANNUELS DE L'EXERCICE 2016

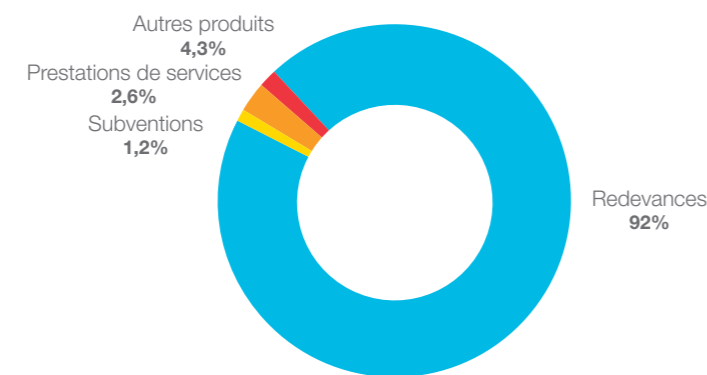
Le modèle économique de l'association Max Havelaar France repose sur le versement d'une redevance par nos partenaires économiques, en échange de l'utilisation du label sur le produit final commercialisé. Ces droits de licence représentent plus de 90% du budget global de l'association.

37,5% de ces ressources financières sont investis pour la sensibilisation du grand public et l'engagement des marques pour une offre équitable, rôles centraux de l'association en France.

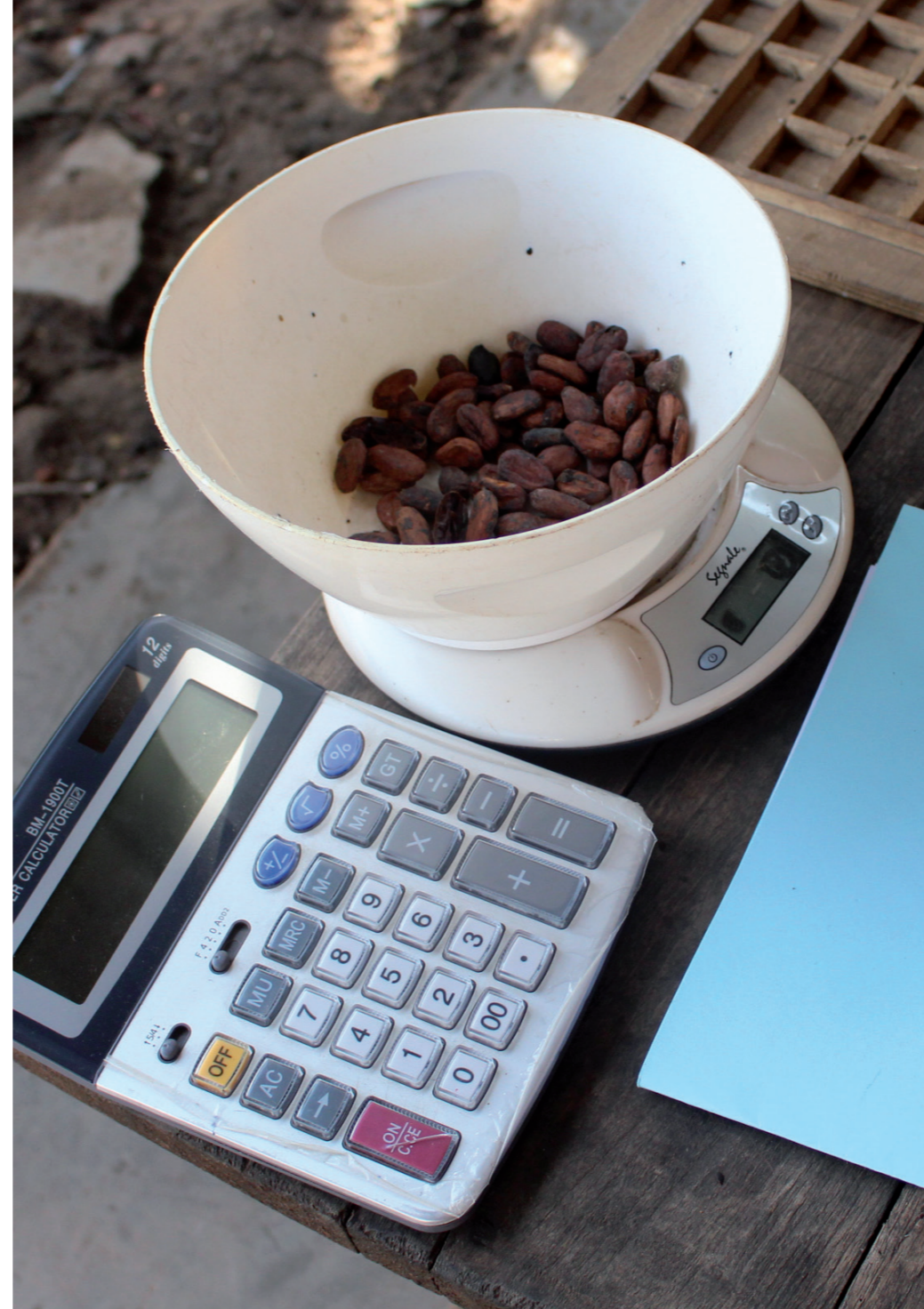
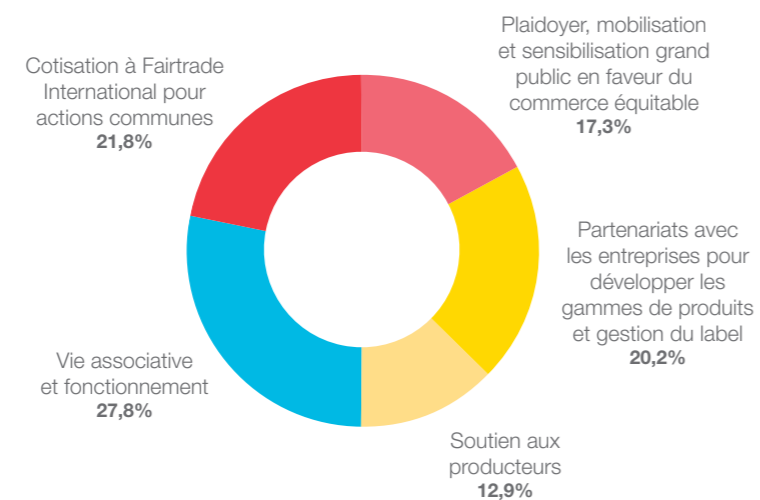
34,7% sont utilisés pour l'accompagnement des producteurs sur le terrain et les actions communes menées par les membres du mouvement international Fairtrade/Max Havelaar.

De la sensibilisation des consommateurs à la labellisation des produits, permettant des débouchés économiques pour les matières premières équitables, en passant par l'accompagnement des producteurs sur le terrain, **Max Havelaar France investit 72,2% de son budget dans ses actions**, en soutien à l'activité des producteurs du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar.

ORIGINE DES RESSOURCES EN 2016



UTILISATION DES RESSOURCES EN 2016



BILAN ACTIF ET PASSIF

ACTIF	2016	2015
Actif immobilisé	365 801	369 567
Actif circulant	2 586 123	3 060 008
TOTAL ACTIF	2 951 924	3 429 575

PASSIF	2016	2015
Fonds associatif	803 101	646 131
Provisions pour risques et charges	400 076	309 348
Dettes	1 748 747	2 474 096
TOTAL PASSIF	2 951 924	3 429 575

COMPTE DE RÉSULTAT

PRODUITS	2016	2015
Produits d'exploitation	4 662 539	4 989 476
Produits financiers	12 169	7 351
Produits exceptionnels	132 000	0
TOTAL PRODUITS	4 806 707	4 996 828

CHARGES	2016	2015
Charges d'exploitation	4 466 565	4 539 653
Charges financières	0	0
Charges exceptionnelles	132 000	70
TOTAL CHARGES	4 598 565	4 539 723

Résultat courant avant impôt	208 142	457 104
Impôt sur les bénéfices	51 173	120 840
Résultat de l'exercice	156 969	336 264

Conformément à la législation en vigueur, l'intégralité de nos comptes sont publiés sur le site du Journal Officiel à l'adresse suivante : www.journal-officiel.gouv.fr

AGROFAIR BENELUX - ALDI - ALGRA MOCCA D'OR ZWOLLE - ALMA & VALOR - ALTIPLANS QUINOLA - AQUARELLE.COM - ARAKU - ARAQUELLE - ARMOR DÉVELOPPEMENT - AU CHOCOLAT DU CLOS DE L'ARCHE - AUCHAN - AZ FRANCE - BAKKERIJ MERBA - BARRY CALLEBAUT - BELCO - BEN & JERRY'S - BERJAC - BIGOT FLEURS - BIO PLANETE HUILERIE FJ MOOG - BIOCOOP - BLOOM - BOVETTI - BOYERE - BROCHENIN - CAFÉ LIÉGEOIS - CAFÉ MÉO - CAFÉS ALBERT - CAFÉS BIBAL - CAFÉS CHAPUIS - CAFÉS HENRI - CAFÉS LA TOUR - CAFÉS LEGAL - CAFÉS MERLING - CAFÉS RECK - CAFÉS RICHARD - CAFÉS ROMBOUTS KOFFIES - CAFÉS SOLUBLES LE HAVRE - CARLO SACCHETTINI IMPORT - CARREFOUR - CASINO - CAT NOTRE AVENIR - CHOCOLAT MATHEZ - CHOCOLATE AND LOVE - CHOCOLATERIE BELVAS - CHOCOLATERIE WEISS - CHR CAFFÉ - CLIPPER TEAS - COÏC - COMPAGNIE FRUITIERE - CORA - COUNTRY FARM - SAGY - DALLIANCE - DESTINATION CENTRE DE CAFÉOLOGIE - DIFFUSSENCE - DISTRIBUTION ALTER ECO - DOLFIN - ELIS - ETHICAL COFFEE COMPANY - ETHIFLORA - ETHIK BOISSON - ETHIQUABLE - ETS. FLEURANCE - ETS. ROSTAING - ETS. GEORGE CANNON - FAMILLE MICHAUD APICULTEURS - FAVOLS - FICHAUX INDUSTRIES - FILÉANE - FILET BLEU - FLEURANCE NATURE - FLOWER DIRECT - FOLLIET - FRANCE LYO - FRANPRIX - FRUIDOR - FYFFES - GROUPE CEPOVETT - GROUPE MULLIEZ-FLORY - H. SCHOPPE & SCHULTZ - HUYGHE BROUWERIJ - INTERMARCHÉ - J. J. DARBOVEN HOLDING - JARDINS DE GAIA - JULES CLARYSSE NV - JUS DE MARMANDE - KALLO FOODS LTD T/A WESSANEN UK - KINDY BLOQUERT - KIPLAY - KLAUS - KWINTET FRANCE - LA CHOCOLATERIE DU PECQ - LA ROUTE DES COMPTOIRS - LAFODEX - LE TEMPS DES CERISES - LÉA NATURE - LEMOINE FRANCE - LEMONAID BEVERAGES - LES CHEVALIERS D'ARGOUGES - LIDL - L'ÎLOT THÉ - LOBODIS - LOBODIS - LOIRET ET HAENTJENS - MAISON J. QUILLÉ ET FILS - MAISON P. JOBIN & CIE - MALONGO - MARKAL - MAYA FAIR TRADE - MENGUY'S - MEYER-HOSEN - MIKO KOFFIE - MONOPRIX - MOULIN MECKERT - NATRAZAHOR FRANCE - NATURE & DÉCOUVERTES - NATUR'INOV - NEWTREE - NUDIE JEANS MARKETING - OLIVIER LANGLOIS - OXFAM FAIR TRADE CBVA - PAGÈS - PAUL BOYÉ - PAUL SAPIN - PELICAN ROUGE COFFEE ROASTERS - POMONE - PRONATURA - PUKKA HERBS - RAWR FOODS - ROBUR - SAGECO - SARL CAFÉS JP TAINÉ - SAS AGRICOL - SATI - SAVEURS ET NATURE - SCAMARK - SCOP CAFÉ MICHEL - SDP RUNGIS - SEDA OUTSPAN IBERIA S.L.U. - SEGAFREDO ZANETTI FRANCE SAS - SELECTA MANAGEMENT AG - SIPERCO - SOCIEDADE TEXTEIS GONÇALO SALGADO & CO LDA - SOCIÉTÉ DUPONT BEAUDEUX - SOLIDAR MONDE - SOUFFLET ALIMENTAIRE - STARBUCKS - SYSTÈME U - THÉS DE LA PAGODE - THE FAIR TRADE SPIRITS COMPANY - TORRÉFACTION DE BROUILLON - TRANSFOODS - UNILEVER FRANCE - UNITED COFFEE FRANCE - VALRHONA - VITAMONT - VOLCAFE FRANCE SAS - WERTFORM GMBH - XPOL - AGROFAIR BENELUX - ALDI - ALGRA MOCCA D'OR ZWOLLE - ALMA & VALOR - ALTIPLANS QUINOLA - AQUARELLE.COM - ARAKU - ARAQUELLE - ARMOR DÉVELOPPEMENT - AU CHOCOLAT DU CLOS DE L'ARCHE - AUCHAN - AZ FRANCE - BAKKERIJ MERBA - BARRY CALLEBAUT - BELCO - BEN & JERRY'S - BERJAC - BIGOT FLEURS - BIO PLANETE HUILERIE FJ MOOG - BIOCOOP - BLOOM - BOVETTI - BOYERE - BROCHENIN - CAFÉ LIÉGEOIS - CAFÉ MÉO - CAFÉS ALBERT - CAFÉS BIBAL - CAFÉS CHAPUIS - CAFÉS HENRI - CAFÉS LA TOUR - CAFÉS LEGAL - CAFÉS MERLING - CAFÉS RECK - CAFÉS RICHARD - CAFÉS ROMBOUTS KOFFIES - CAFÉS SOLUBLES LE HAVRE - CARLO SACCHETTINI IMPORT - CARREFOUR - CASINO - CAT NOTRE AVENIR - CHOCOLAT MATHEZ - CHOCOLATE AND LOVE - CHOCOLATERIE BELVAS - CHOCOLATERIE WEISS - CHR CAFFÉ - CLIPPER TEAS - COÏC - COMPAGNIE FRUITIERE - CORA - COUNTRY FARM - SAGY - DALLIANCE - DESTINATION CENTRE DE CAFÉOLOGIE - DIFFUSSENCE - DISTRIBUTION ALTER ECO - DOLFIN - ELIS - ETHICAL COFFEE COMPANY - ETHIFLORA - ETHIK BOISSON - ETHIQUABLE - ETS. FLEURANCE - ETS. ROSTAING - ETS. GEORGE CANNON - FAMILLE MICHAUD APICULTEURS - FAVOLS - FICHAUX INDUSTRIES - FILÉANE - FILET BLEU - FLEURANCE NATURE - FLOWER DIRECT - FOLLIET - FRANCE LYO - FRANPRIX - FRUIDOR - FYFFES - GROUPE CEPOVETT - GROUPE MULLIEZ-FLORY - H. SCHOPPE & SCHULTZ - HUYGHE BROUWERIJ - INTERMARCHÉ - J. J. DARBOVEN HOLDING - JARDINS DE GAIA - JULES CLARYSSE NV - JUS DE MARMANDE - KALLO FOODS LTD T/A WESSANEN UK - KINDY BLOQUERT - KIPLAY - KLAUS - KWINTET FRANCE - LA CHOCOLATERIE DU PECQ - LA ROUTE DES COMPTOIRS - LAFODEX - LE TEMPS DES CERISES - LÉA NATURE - LEMOINE FRANCE - LEMONAID BEVERAGES - LES CHEVALIERS D'ARGOUGES - LIDL - L'ÎLOT THÉ - LOBODIS - LOBODIS - LOIRET ET HAENTJENS - MAISON J. QUILLÉ ET FILS - MAISON P. JOBIN & CIE - MALONGO - MARKAL - MAYA FAIR TRADE - MENGUY'S - MEYER-HOSEN - MIKO KOFFIE - MONOPRIX - MOULIN MECKERT - NATRAZAHOR FRANCE - NATURE & DÉCOUVERTES - NATUR'INOV - NEWTREE - NUDIE JEANS MARKETING - OLIVIER LANGLOIS - OXFAM FAIR TRADE CBVA - PAGÈS - PAUL BOYÉ - PAUL SAPIN - PELICAN ROUGE COFFEE ROASTERS - POMONE - PRONATURA - PUKKA HERBS - RAWR FOODS - ROBUR - SAGECO - SARL CAFÉS JP TAINÉ - SAS AGRICOL - SATI - SAVEURS ET NATURE - SCAMARK - SCOP CAFÉ MICHEL - SDP RUNGIS - SEDA OUTSPAN IBERIA S.L.U. - SEGAFREDO ZANETTI FRANCE SAS - SELECTA MANAGEMENT AG - SIPERCO - SOCIEDADE TEXTEIS GONÇALO SALGADO & CO LDA - SOCIÉTÉ DUPONT BEAUDEUX - SOLIDAR MONDE - SOUFFLET ALIMENTAIRE - STARBUCKS - SYSTÈME U - THÉS DE LA PAGODE - THE FAIR TRADE SPIRITS COMPANY - TORRÉFACTION DE BROUILLON - TRANSFOODS - UNILEVER FRANCE - UNITED COFFEE FRANCE - VALRHONA - VITAMONT - VOLCAFE FRANCE SAS - WERTFORM GMBH - XPOL - AGROFAIR BENELUX - ALDI - ALGRA MOCCA D'OR ZWOLLE - ALMA & VALOR - ALTIPLANS QUINOLA - AQUARELLE.COM - ARAKU - ARAQUELLE - ARMOR DÉVELOPPEMENT - AU CHOCOLAT DU CLOS DE L'ARCHE - AUCHAN - AZ FRANCE - BAKKERIJ MERBA - BARRY CALLEBAUT - BELCO - BEN & JERRY'S - BERJAC - BIGOT FLEURS - BIO PLANETE HUILERIE FJ MOOG - BIOCOOP - BLOOM - BOVETTI - BOYERE - BROCHENIN - CAFÉ LIÉGEOIS - CAFÉ MÉO - CAFÉS ALBERT - CAFÉS BIBAL - CAFÉS CHAPUIS - CAFÉS HENRI - CAFÉS LA TOUR - CAFÉS LEGAL - CAFÉS MERLING - CAFÉS RECK - CAFÉS RICHARD - CAFÉS ROMBOUTS KOFFIES - CAFÉS SOLUBLES LE HAVRE - CARLO SACCHETTINI IMPORT - CARREFOUR - CASINO - CAT NOTRE AVENIR - CHOCOLAT MATHEZ - CHOCOLATE AND LOVE - CHOCOLATERIE BELVAS - CHOCOLATERIE WEISS - CHR CAFFÉ - CLIPPER TEAS - COÏC - COMPAGNIE FRUITIERE - CORA - COUNTRY FARM - SAGY - DALLIANCE - DESTINATION CENTRE DE CAFÉOLOGIE - DIFFUSSENCE - DISTRIBUTION ALTER ECO - DOLFIN - ELIS - ETHICAL COFFEE COMPANY - ETHIFLORA - ETHIK BOISSON - ETHIQUABLE - ETS. FLEURANCE - ETS. ROSTAING - ETS. GEORGE CANNON - FAMILLE MICHAUD APICULTEURS - FAVOLS - FICHAUX INDUSTRIES - FILÉANE - FILET BLEU - FLEURANCE NATURE - FLOWER DIRECT - FOLLIET - FRANCE LYO - FRANPRIX - FRUIDOR - FYFFES - GROUPE CEPOVETT - GROUPE MULLIEZ-FLORY - H. SCHOPPE & SCHULTZ - HUYGHE BROUWERIJ -



Merci aux entreprises engagées à nos côtés!

ASSOCIATION MAX HAVELAAR FRANCE • +33 (0)1 42 87 70 21 • INFO@MAXHAVELAARFRANCE.ORG • WWW.MAXHAVELAARFRANCE.ORG

